

Vendere al prezzo giusto nel momento giusto

Oggi giorno dotarsi di un Revenue Management System è essenziale e strategico per l'hotel che vuole competere e incrementare i margini di profitto. I punti di forza del nuovo RMS Blastness, il più diffuso in Italia

Nella gestione delle strategie di vendita alberghiere, il Revenue Management System è uno dei software che negli ultimi anni si è rivelato essere tra i più strategici e utili. Ma soprattutto oggi - in un mercato in cui le tariffe sono sempre più dinamiche - l'RMS, grazie alla capacità di analisi e di previsione della domanda e consentendo cambi tariffari frequenti, veloci e precisi, è in grado di modificare in modo determinante il risultato economico delle società di gestione alberghiera, tramite sorprendenti crescite di RevPAR (Revenue Per Available Room) con conseguente impatto positivo sulle marginalità.

"Nel 2022 abbiamo assistito ad una ripresa del turismo, in particolare straniero, nel nostro Paese e molte strutture hanno recuperato e superato i volumi di fatturato ed occupazione degli anni pre-pandemia - dichiara Andrea Delfini, fondatore e CEO di Blastness - ma le strutture che hanno saputo cogliere al meglio l'opportunità della domanda, lavorando sul dinamismo tariffario (al quale ormai tutti gli utenti sono sempre più abituati) hanno realizzato crescite di ricavo medio e di marginalità davvero sorprendenti e oltre ogni più rosea

aspettativa. Analizzando un panel di oltre 200 strutture clienti in Italia, di diverse categorie e in diverse location, che hanno fatto un intenso utilizzo degli strumenti di revenue management e business intelligence, - prosegue Delfini - emerge una crescita media di RevPar di oltre il 25% rispetto al 2019, un dato davvero straordinario che aumenta ancora se si considera il segmento del lusso.

All'interno dello stesso panel, infatti, le strutture 5 stelle hanno registrato una crescita media di RevPar del 40%, un numero che cambia radicalmente il GOP (Gross Operating Profit) delle aziende. Crescite di redditività di questa portata consentono di attutire l'impatto negativo dell'aumento dei costi energetici e delle materie prime che gli hotel hanno dovuto affrontare in questo ultimo anno."

Tra le novità del nuovo RMS Blastness, l'utilizzo della Market Gravity che suggerisce la tariffa più corretta in base al posizionamento dell'hotel e alla disponibilità di camere in vendita nel mercato di riferimento





AI e Machine Learning

Il Revenue Management System Blastness è ad oggi il primo in Italia per numero di installazioni - con oltre 500 all'attivo - conquistando una quota di mercato molto superiore ai più noti e blasonati prodotti internazionali. Una delle caratteristiche che contraddistingue l'ultima release del software Blastness è la sua natura ibrida. Il sistema offre in parallelo due diverse soluzioni: "RMS Rules" che genera suggerimenti tariffari basati su regole e strategie tariffarie in relazione a occupazione, booking window e periodi di calendario e un "RMS Sybilla" i cui suggerimenti sono generati da sofisticati algoritmi proprietari di Artificial Intelligence e Machine Learning. Il Revenue Manager può decidere di applicare in modo automatico o semi-automatico i suggerimenti proposti da una delle due soluzioni o di averle in contemporanea entrambe a raffronto, oltre alla possibilità di intervenire manualmente (modalità "open price").

L'algoritmo RMS Sybilla è in grado di stimare continuamente l'occupazione prevista (forecast occupancy) con un grado di accuratezza (tra il 92% e il 95%) superiore ai principali prodotti

Tutto sotto controllo

L'RMS Blastness è uno degli otto sistemi presenti all'interno della piattaforma Blastness Suite che, ricevendo e mettendo in relazione tra loro una serie eterogenea di dati e di funzionalità, fornisce una visione d'insieme dell'andamento interno ed esterno all'hotel per rendere più semplici e rapide le diverse attività gestionali di una struttura ricettiva. Tra le funzionalità della Suite, ad esempio, il modulo Parity Check & Distribution Health consente al Revenue Manager di monitorare lo "stato di salute" della distribuzione online ed allineare la propria strategia tariffaria alle attività di digital advertising grazie alla connessione con il Bid Management System, software di gestione di campagne pubblicitarie su motori e metamotori.

presenti sul mercato italiano, e al pari dei top player internazionali. Una delle altre novità di questo sistema è l'utilizzo della Market Gravity, ovvero il prezzo corretto a cui l'hotel dovrebbe vendere sulla base dell'analisi del suo posizionamento rispetto al dynamic competitive market e della disponibilità di camere in vendita nel mercato di riferimento. Sibylla prende inoltre in considerazione diverse altre fonti di dati interne ed esterne come l'andamento delle prenotazioni, la presenza sulla specifica piazza di eventi di portata nazionale e internazionale, l'andamento dei flussi/ricieste e il budget ricavi.

Il nuovo RMS Blastness, frutto di oltre 3 anni di investimenti in ricerca e sviluppo, si basa su un'ampia varietà di metriche create e definite grazie al know how del team consulenziale di Revenue Management interno all'azienda che vanta una quasi ventennale esperienza sulle diverse destinazioni italiane.

RevPAR 2022 vs 2019



Dall'analisi delle performance di oltre 200 strutture ricettive italiane che usano Blastness Suite, è emersa una crescita media di RevPar di oltre il 25% nel 2022 rispetto al 2019