



DATA-DRIVEN HOSPITALITY, DATI CHE DIVENTANO INFORMAZIONI

di Marco Matarazzi (CEO e co-fondatore di **Slope**)

Nel mondo dell'ospitalità moderna non basta più avere "sensazioni" sull'andamento del proprio hotel.

Una frase che viene spesso utilizzata in questo settore (come in altri) è "mi sembra che le cose vadano bene" oppure "ho l'impressione che questo canale non funzioni". Ma le impressioni non bastano: servono dati concreti per prendere decisioni consapevoli.

TRASFORMARE I DATI IN INFORMAZIONI

Prima di tutto, facciamo una distinzione fondamentale tra dato e informazione. I dati sono i singoli tasselli che compongono il puzzle: il prezzo di una camera, il numero di notti vendute, l'importo di una prenotazione. Ma questi numeri, presi da soli, non ci dicono molto. **È quando mettiamo insieme i dati in modo strutturato che otteniamo informazioni utili per guidare il nostro business.**

Facciamo un esempio pratico: sapere che abbiamo venduto una camera a 100€ è un dato. Sapere che il prezzo medio di vendita delle nostre camere è aumentato del 15% rispetto all'anno scorso è un'informazione che possiamo usare per prendere decisioni.

Ma come facciamo a **trasformare i dati in informazioni utili**? Qui entra in gioco l'importanza di avere un software gestionale moderno. **Il PMS è il cuore pulsante del tuo hotel, il punto in cui confluiscono tutti i dati:** prenotazioni, tariffe, profili dei clienti, addebiti, servizi extra. Ma non basta raccogliere questi dati, bisogna poterli analizzare.



Un software moderno deve permetterti di **generare report che aggregano i dati in modo significativo**. Non parliamo dei soliti report statici che mostrano solo numeri in tabella. Parlo di report interattivi che ti permettono di:

- Confrontare periodi diversi
- Analizzare trend
- Filtrare per segmento di mercato
- Monitorare le performance dei canali di vendita
- Prevedere l'andamento futuro.

Ma c'è di più. Nell'era dell'intelligenza artificiale e del *machine learning*, **il tuo software deve essere "aperto"**, cioè deve esporre i suoi dati attraverso API (*Application Programming Interface*). Cosa significa? Significa che altri software specializzati possono connettersi al tuo PMS per leggere i dati e elaborarli in modo ancora più sofisticato.

Pensiamo ad esempio a un sistema di **Revenue Management automatizzato**: può analizzare i tuoi dati storici, confrontarli con dati di mercato, considerare eventi e stagionalità, e suggerirti automaticamente il prezzo migliore per ogni giorno. O ancora: un sistema di Business Intelligence può incrociare i dati delle prenotazioni con quelli dei costi per darti una visione chiara della profittabilità di ogni canale.

L'integrazione tra sistemi diversi è il futuro dell'*hospitality technology*. Il tuo PMS non deve essere isolato, ma il **centro di un ecosistema di software** che collaborano tra loro per ottimizzare ogni aspetto del tuo business.

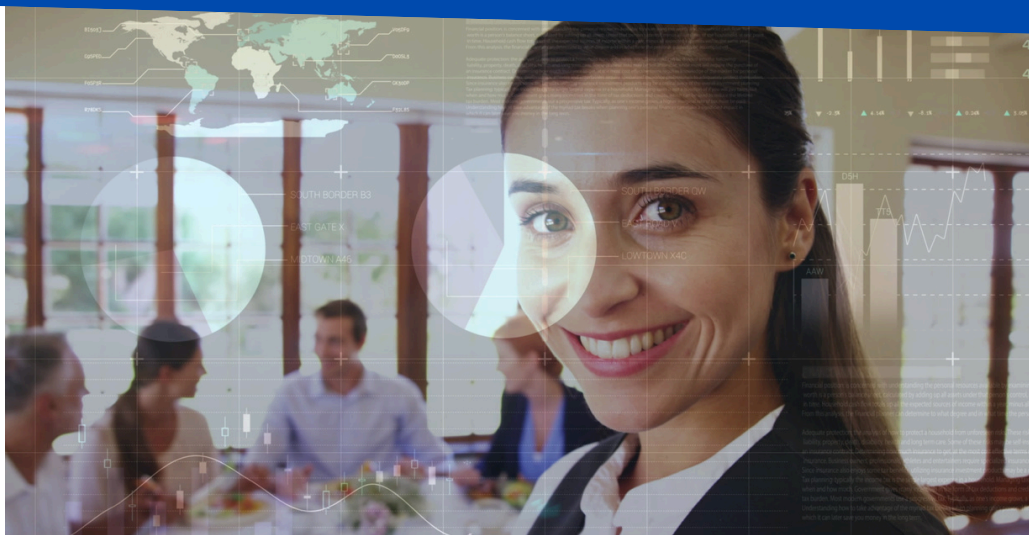
UN ESEMPIO PRATICO: IL PICKUP REPORT

Questo strumento prezioso ti permette di **vedere con quanto anticipo stai ricevendo le prenotazioni per un determinato periodo**. Ma se il tuo software è integrato con un sistema di Business Intelligence, puoi anche:

- Prevedere il tasso di occupazione futuro
- Identificare pattern stagionali
- Ottimizzare le strategie di pricing
- Pianificare meglio il personale

La vera sfida non è solo raccogliere i dati, ma renderli azionabili.

Non serve avere montagne di dati se poi non sai come usarli per migliorare il tuo business. Per questo è fondamentale che il tuo software non si limiti a mostrarti numeri, ma ti aiuti a interpretarli e a trasformarli in azioni concrete.



Occhio però, **un approccio data-driven alla gestione alberghiera non significa perdere il lato umano dell'ospitalità.** Al contrario: significa prendere decisioni più consapevoli che ti permettono di concentrarti meglio sulla qualità del servizio e sull'esperienza degli ospiti.

La tecnologia oggi ci mette a disposizione strumenti potenti per l'analisi dei dati. Non sfruttarli significa rinunciare a un vantaggio competitivo importante.

Come dico sempre: **i dati sono come una bussola, ti indicano la direzione.**

Stai a te decidere che strada prendere, ma almeno sai dove stai andando.



Fonti:

Ridolfi E., Matarazzi M., *Podcast Ospitalità 4.0*

Matarazzi M., *Ospitalità 4.0. Guida pratica per l'albergatore moderno*, Collina Editore, 2021.

Fonti per le immagini:

Andrey_Popov, vectorfusionart da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [L'Albergo](#), scritta da Confcommercio in collaborazione con Federalberghi, Ottobre 2017.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, in formato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Per avere maggiore supporto per la Tua attività
[contatta l'Associazione Territoriale](#) del Sistema Confcommercio