

The image is a screenshot of a news article on the ANSA website. The page features a blue header with the ANSA logo and the title 'OSSERVATORIO INTELLIGENZA ARTIFICIALE'. Below the header is a navigation bar with categories like HOME, APPROFONDIMENTI, and SOCIETÀ. The main article title is 'Quando l'IA è al servizio del turismo', with a sub-headline stating that the Italian group Vedrai has developed virtual agents to predict demand and optimize offers in the tourism sector, which has been hit by the pandemic. The article includes three stylized avatars: Frank (Sales Director), Mia (Marketing Manager), and James (Chief Executive Officer). A large red advertisement for Fibra broadband is positioned on the right side of the page, offering a price of 24,90€ per month. Below the advertisement, there are several blue buttons for further information, including 'TUTTI GLI APPROFONDIMENTI', 'SCRIVICI: osservatorioia@ansa.it', and 'DALLA HOME'. The article text discusses how AI can help the tourism industry by predicting tourist flows and defining more effective strategies.

ANSA.it > Osservatorio Intelligenza Artificiale > Società > Quando l'IA è al servizio del turismo

Quando l'IA è al servizio del turismo

Il gruppo italiano Vedrai ha sviluppato agenti virtuali che aiutano a prevedere la domanda e ottimizzare l'offerta in un settore già duramente colpito dalla Pandemia

Redazione ANSA ROMA 02 gennaio 2022 13:36

informazione pubblicitaria

SOLO ONLINE - FINO AL 06/01

La nostra connessione **Fibra** stabile e potente, ad un **prezzo da cogliere al volo**.

24,90€ al mese

Attiva subito

TUTTI GLI APPROFONDIMENTI

SCRIVICI:
osservatorioia@ansa.it

DALLA HOME

Con l'IA, la mammografia è senza raggi X
Salute

Quando l'IA serve a creare nuovi farmaci
Salute

Il gruppo italiano Vedrai ha sviluppato agenti virtuali - RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER INGRANDIRE +

L'intelligenza artificiale va in aiuto dell'industria del Turismo: in uno scenario impattato drammaticamente dalla pandemia, dove lockdown, restrizioni e incertezza hanno trasformato e continuano a rimodellare il nostro modo di viaggiare e consumare, le tecniche di machine learning possono essere utilizzate ad esempio per prevedere i flussi turistici, e quindi per aiutare gli operatori di settore a definire nuove e più efficaci strategie di accoglienza.

Un esempio viene dal gruppo Vedrai, realtà italiana fondata nel 2020 dal Michele Grazioli e specializzata nello sviluppo di sistemi di IA a supporto dei processi decisionali nelle PMI.

L'azienda ha infatti sviluppato una tecnologia basata su "agenti virtuali", che aiutano a prevedere l'impatto delle strategia di business prima che queste vengano messe in pratica, riducendo costi e ottimizzando i risultati.

Nel dettaglio, gli agenti virtuali di Vedrai sono due e hanno anche un nome proprio: James e Frank. Il primo analizza grandi quantità di dati per fornire ai CEO una panoramica dell'andamento aziendale, simulando diversi scenari di allocazione di budget per ipotizzare i risultati futuri a parità di condizioni.

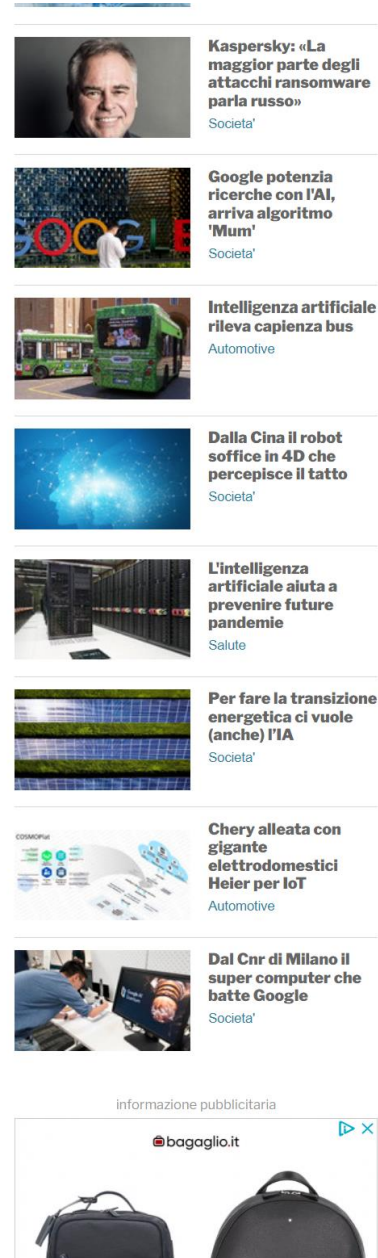
Per quanto riguarda invece Frank, esso si affianca al direttore vendite, in particolare nei settori del turismo e dell'hospitality, per monitorare i trend di mercato e prevedere la curva di domanda dei diversi prodotti (dai pacchetti vacanze ai voli, fino alle crociere), anche in funzione di variabili come il prezzo. Insieme, i due algoritmi aiutano manager e imprenditori a fronteggiare condizioni di mercato sempre meno prevedibili.

Sempre utilizzando Frank, le aziende possono sfruttare anche soluzioni di Dynamic Pricing che consentono di individuare il prezzo giusto al momento giusto, stabilendo tariffe più adeguate e margini più elevati per quanto riguarda i servizi turistici, come ad esempio stanze di hotel o biglietti di viaggio. Le analisi effettuate con algoritmi sviluppati da Premoneo - società recentemente entrata a far parte del Gruppo Vedrai - sono infatti in grado di individuare il prezzo migliore in base alla tipologia di soggiorno, al momento dell'acquisto, alla tipologia di cliente e ad altri fattori che hanno impatto sulla domanda. Uno strumento utile per ottimizzare la saturazione della struttura, senza perdere di vista gli obiettivi principali in termini di offerta e posizionamento di mercato.

Infine, la tecnologia sviluppata da Vedrai include anche il tool "Trend & Mercati", che monitora il trend relativo alla ricerca di parole chiave strategiche per i canali di business aziendale e quindi consente di individuare trend e nuove nicchie di mercato.

Negli ultimi due anni, la pandemia da Covid-19 ha colpito duramente l'industria del turismo internazionale: tutti i Paesi hanno dovuto limitare i viaggi non solo nazionali ma anche intercontinentali, per arginare la diffusione del virus. Secondo il portale dati Statista, gli arrivi di turisti internazionali nel 2020 sono diminuiti del 73% rispetto all'anno precedente; in particolare, in Italia, l'incoming è diminuito drasticamente a marzo 2020 rispetto ai dati mensili dei due anni precedenti, raggiungendo circa 1,1 milioni e ad aprile 2020 la cifra è scesa a 809.000. Nell'agosto 2021 il volume dei turisti in entrata nel nostro Paese è salito a quasi 7 milioni, aumentando rispetto al 2020 ma rimanendo molto al di sotto degli 11 milioni nel pre-pandemia (rilevati ad agosto 2018 e agosto 2019)

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



Kaspersky: «La maggior parte degli attacchi ransomware parla russo»
Società'

Google potenzia ricerche con l'AI, arriva algoritmo 'Mum'
Società'

Intelligenza artificiale rileva capienza bus
Automotive

Dalla Cina il robot soffice in 4D che percepisce il tatto
Società'

L'intelligenza artificiale aiuta a prevenire future pandemie
Salute

Per fare la transizione energetica ci vuole (anche) l'IA
Società'

Chery alleata con gigante elettrodomestici Heier per IoT
Automotive

Dal Cnr di Milano il super computer che batte Google
Società'

informazione pubblicitaria

bagaglio.it

