



Mariarita
Persichetti

Innovazione

Ideare soluzioni per gestire la complessità sembra oggi essere l'unica vera sfida del futuro: ogni settore è stato ormai investito da profondi cambiamenti e anche l'impiego dell'intelligenza artificiale nel turismo non si è fatto attendere.

Secondo un'analisi Assintel, il mercato dell'intelligenza artificiale in Italia vale oggi 1,1 miliardi e si stima possa crescere ancora nel 2023, fino a raggiungere 1,4 miliardi di euro. Ma quali sono i principali ambiti di applicazione dell'IA nel *travel*?

Intelligenza artificiale nel turismo per la gestione delle destinazioni e delle strutture ricettive

La gestione efficiente delle destinazioni richiede oggi la disponibilità di una grossa mole di dati utili a prendere decisioni strategiche. È per questo che nasce Data Appeal Studio, piattaforma basata su algoritmi e machine learning ideata da The Data Appeal Company.

Le DMO (*Destination Management Organization*) che la utilizzano sfruttano questi dati per la costruzione di una cultura *data-driven* e un'offerta turistica competitiva.

La piattaforma offre infatti una combinazione di dati geospaziali, reputazionali e trend di mercato utili a definire strategie di crescita efficaci. Si può monitorare il *sentiment* connesso a una destinazione sul web, la sua popolarità, il suo livello di sostenibilità attraverso l'analisi delle azioni intraprese e persino il traffico pedonale dei vari punti di interesse sul territorio (funzionalità non da sottovalutare se si intende mettere a punto una strategia di controllo dell'*overtourism*).

Travel Appeal, invece, è la versione per strutture ricettive e il mondo della ristorazione che permette di centralizzare le recensioni provenienti dai vari canali e analizzarne il *sentiment*, di ascoltare la rete (*web listening*) e di monitorare i principali competitor. Una soluzione pensata per le catene alberghiere che hanno la necessità di gestire la presenza online delle singole strutture appartenenti al gruppo, rafforzare la percezione positiva del brand e automatizzare alcuni processi di *customer care* (es. attraverso *chatbot* di ultima generazione).

Incrementare i ricavi delle strutture con l'IA: i casi Smart Pricing e Premoneo

Tra gli altri possibili ambiti di applicazione dell'intelligenza artificiale nel turismo è doveroso annoverare strategie di *revenue management* per incrementare i ricavi degli hotel. Premoneo è un'azienda italiana nata pochi anni fa, dal 2021 entrata a far parte del Gruppo Vedrai. Il software *cloud based* sviluppato può essere utilizzato in vari settori e nel *travel* è utile a ottimizzare l'occupazione delle strutture grazie ad algoritmi previsionali e all'elaborazione di offerte mirate a segmenti di clientela omogenei (*dynamic pricing*) mediante l'analisi storica dei dati di vendita.

Da tenere d'occhio anche Smartpricing, startup nata a Riva del Garda che ha elaborato un *revenue management software* per gestire i prezzi delle strutture ricettive e incrementarne il fatturato grazie ad algoritmi intelligenti. Lo strumento analizza dati storici, prenotazioni in entrata, tariffe dei competitor e pubblica la tariffa più redditizia in base alla richiesta su tutte le piattaforme in cui l'hotel è presente.

Affidare la gestione dei prezzi a dei tool può perciò tradursi in un significativo risparmio di tempo da poter investire nella cura dei clienti o altre attività.