

SUMMITHOSPITALITY

SH

23 | 24
FEBBRAIO 2024



MAINSTAGE

LA FUSION TRA CONOSCENZA UMANA
E INTELLIGENZA ARTIFICIALE
NEL MONDO DEL REVENUE MANAGEMENT

RELATORE: **Bruno Strati**

www.summithospitality.it

VOCABOLARIO

SUMMITHOSPITALITY

- **ALGORITMO**

insieme di istruzioni che un pc segue per eseguire un compito

- **ALLUCINAZIONE**

ChatGPT o Gemini (Bard) inventano le cose – non usare AI come fonte (oggi)

- **APPRENDIMENTO AUTOMATICO (ML)**

ramo dell'IA che si occupa di sistemi che possono imparare dai dati, senza essere esplicitamente programmati

- **APPRENDIMENTO PROFONDO (DL)**

apprendimento automatico che utilizza reti neurali artificiali per imparare da dati complessi

- **DATA MINING**

il processo di estrazione di informazioni utili da grandi quantità di dati



VOCABOLARIO

- **Comprensione del linguaggio naturale (NLP)**

ramo dell'IA che si occupa di come interpretare e generare il linguaggio umano

- **INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

sistemi informatici in grado di simulare le capacità cognitive umane, come la capacità di ragionare, apprendere, risolvere problemi e prendere decisioni.

- **ROBOTICA**

lo studio di come progettare, costruire e controllare i robot

- **VISIONE ARTIFICIALE**

lo studio di come i computer possono interpretare immagini e video



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

- *Che cos'è?*
- *Ti fa paura?*
- *Non è una panacea*
- *Fa ancora molti errori*
- *E' una roba passeggerà o rimarrà nel tempo?*
- *Aprire opportunità che io finora non ho mai visto*



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Come puoi usarla nella tua vita quotidiana lavorativa?

Che tu sia freelance, imprenditore, albergatore, receptionist, direttore, creator.

Non devi gestirla, non devi diventare uno sviluppatore o uno scienziato. Devi saperla utilizzare.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Già se siete qui oggi, vuol dire che volete saperne di più, solo per questo, vi meritate un applauso.

Volete essere protagonisti o comparse?

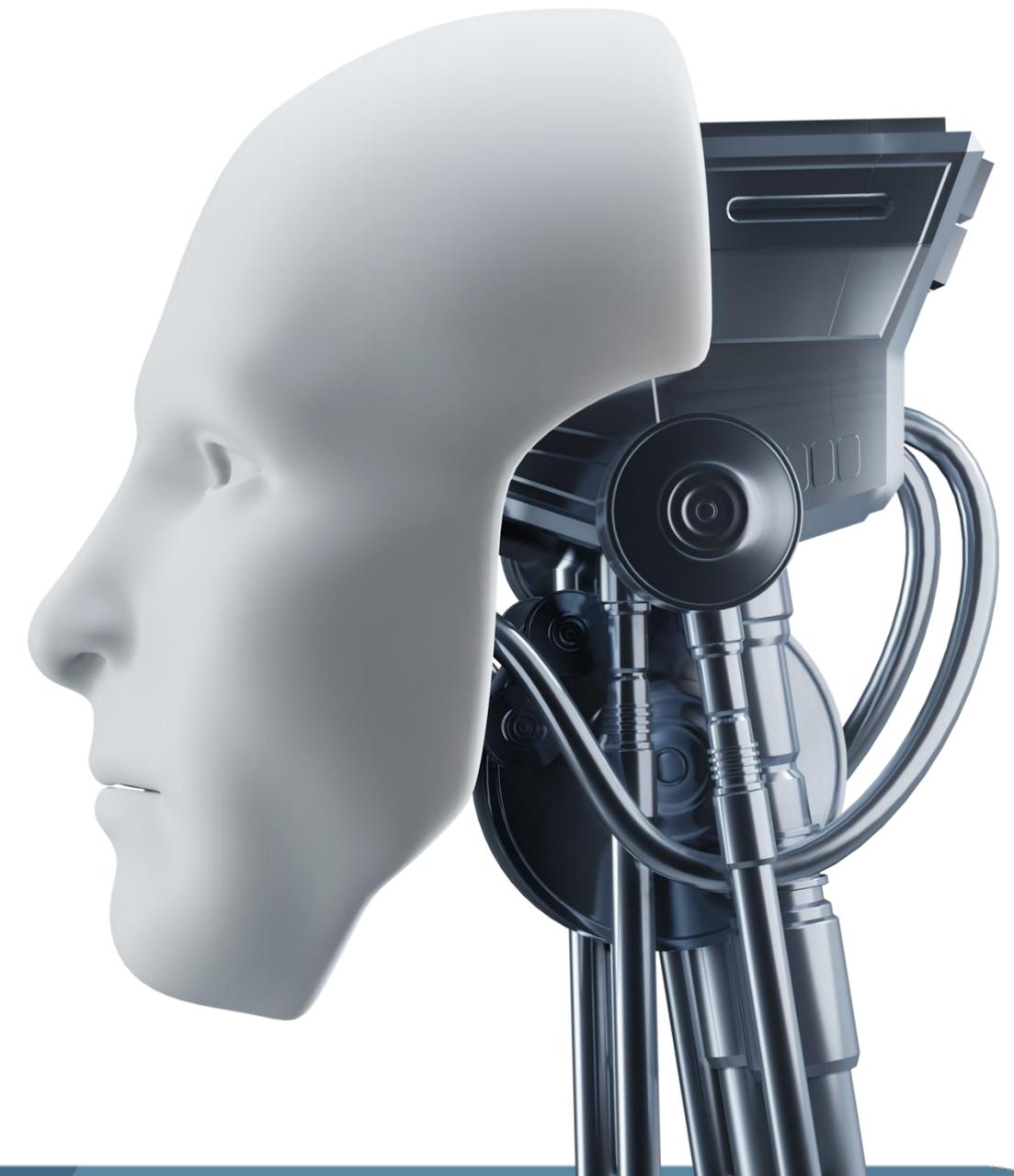
Non vi sostituisce (oggi ancora no) ma vi aiuta tantissimo.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

NON SI TORNA INDIETRO.

- **TEMPESTIVITÀ** - Momento Giusto
- **METODO** - Fondamentali, impara dai migliori
- **CONCRETIZZAZIONE** - Mettilo in atto



COME È STRUTTURATA UN'INTELLIGENZA ARTIFICIALE



1. INPUT

Dati iniziali che l'algoritmo riceve, **memorizza** ed **elabora**



2. ISTRUZIONI

L'algoritmo segue una serie di **istruzioni** per arrivare al risultato sperato



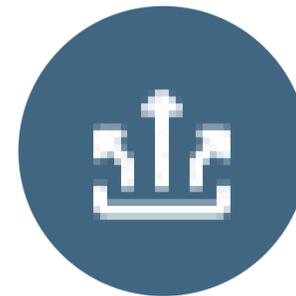
3. ADDESTRAMENTO

I dati rilevati vengono **elaborati**, si addestra l'algoritmo



4. APPRENDIMENTO

L'algoritmo in base a questi dati e com'è stato **addestrato** ci aiuterà ad apprendere



5. OUTPUT

Il risultato finale dell'algoritmo, per esempio **eseguito** con modelli predittivi e **machine learning**



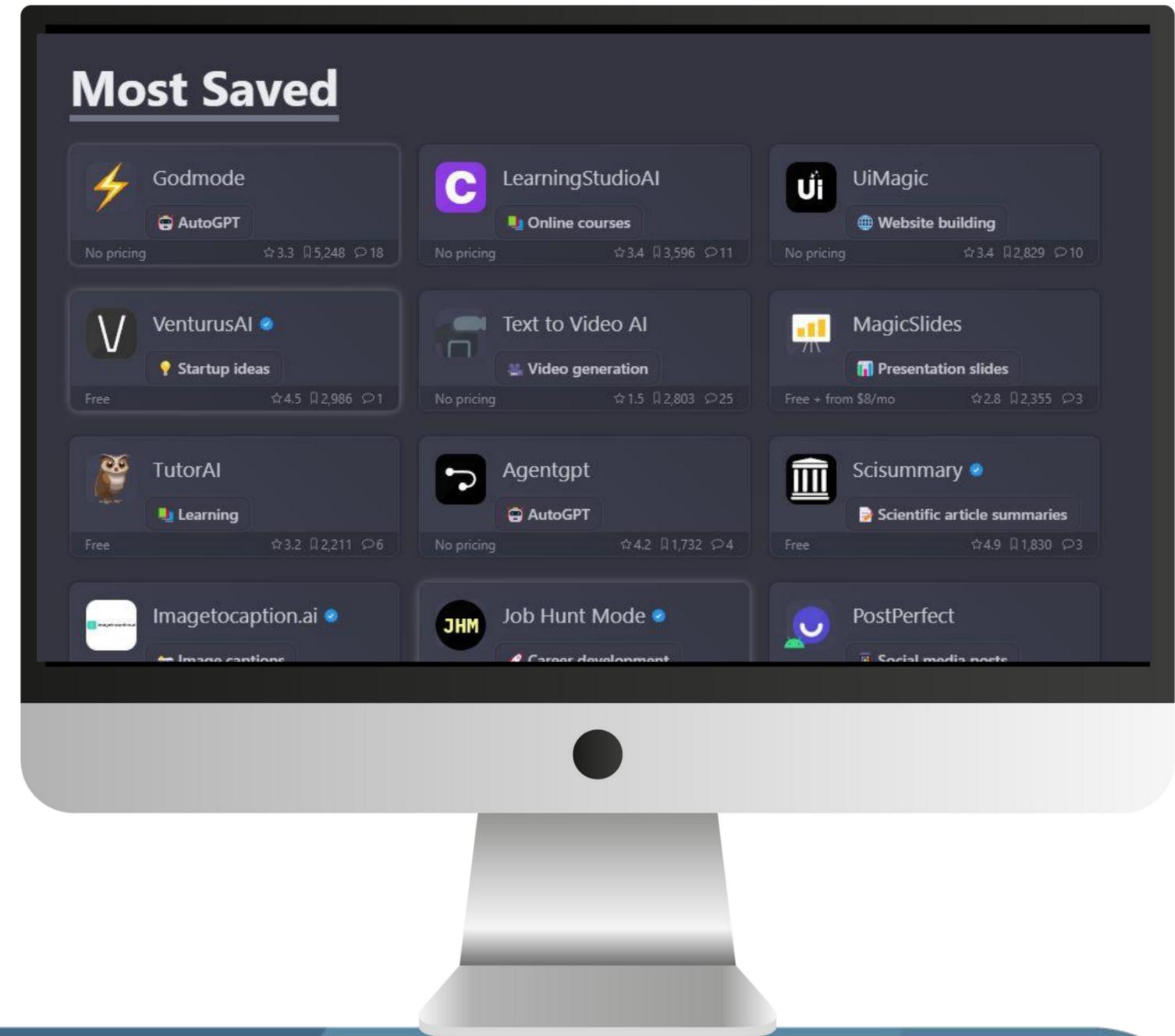
6. MONITORAGGIO

In base all'output finale si stabilisce in termini di percentuale per un massimo di errore del del **5%** del risultato sperato

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

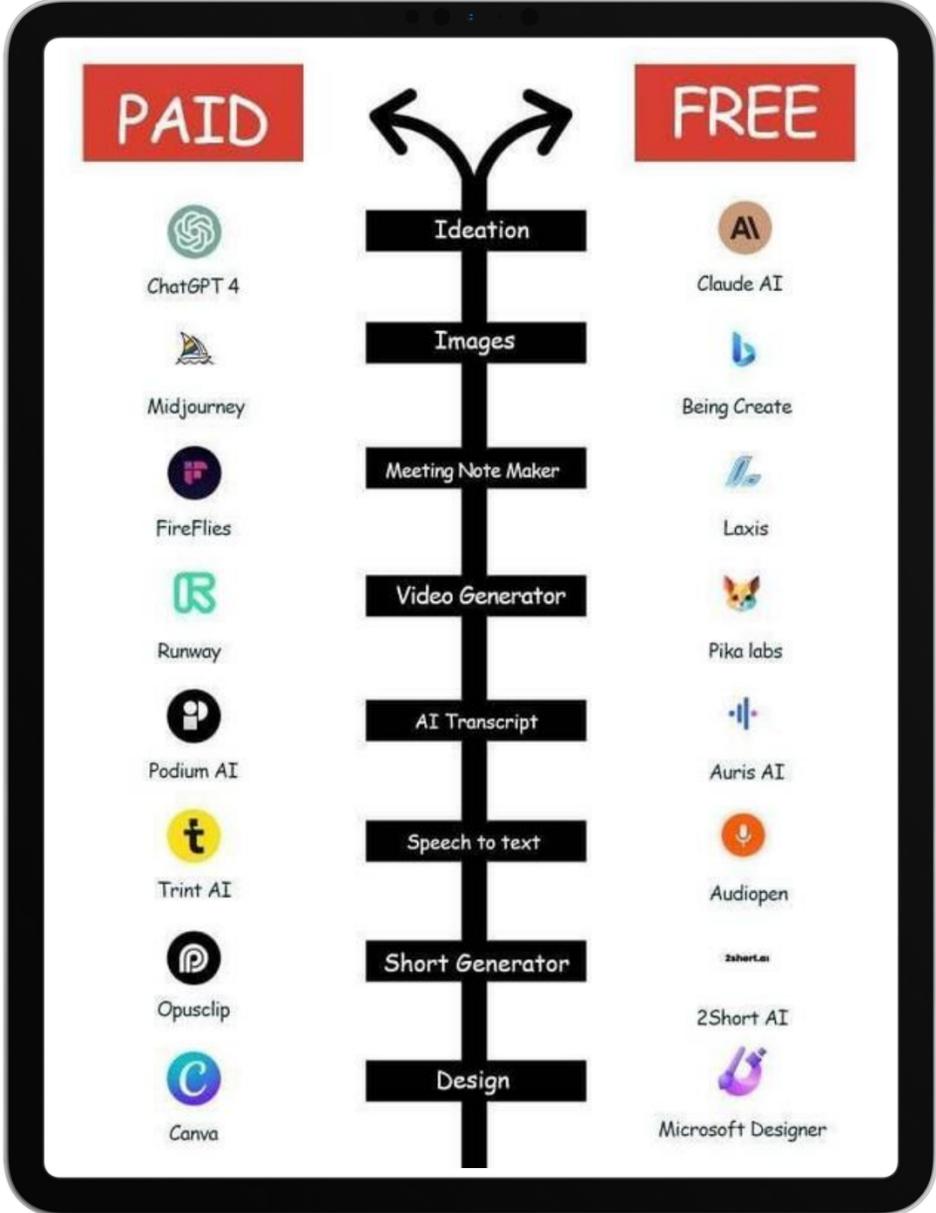
STRUMENTI E CONSIDERAZIONI

<https://theresanaiforthat.com/>



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

STRUMENTI E CONSIDERAZIONI



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

3 attività del tuo lavoro
dove puoi usare AI

- **Recensioni?**
- **Marketing?**
- **Revenue?**
- **Risorse Umane?**
- **Sito?**



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Esempio di Immagini

- ChatGPT4
- Funzionalità Beta
- Plugins & Analisi avanzata dei dati
- Plugin Store
- Canva
- Text to immagine



Ti vengono create immediatamente grafiche super creative

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Esempio di generazione Testo

- **ChatGPT o Gemini** - Genera il testo che vuoi scrivere
- **Undetectable.ai** - Incolla il testo e umanizzalo

Vuoi riformularlo?

- **Rewriteit.ai**
- **Quillbot.com**
- **Rephraser.vercel.app**

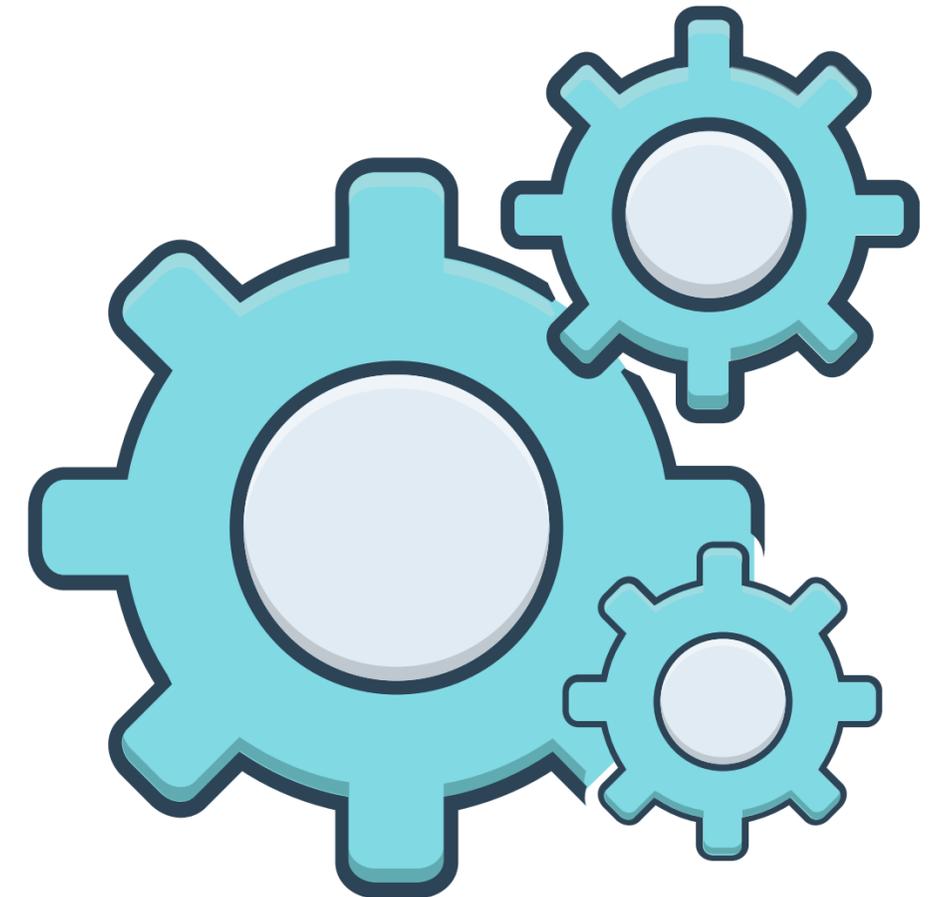


INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Non concentriamoci sugli strumenti.
Gli strumenti cambiano continuamente

Magari puoi diventare bravissimo su un tool.
Se il tool poi cambia? Sparisci?

Sembra banale ma il giusto approccio è seguire dei semplici principi ed essere costanti



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

10 COMANDAMENTI IA

- **Tecnologia** = velocità crescita esponenziale
- **Risultati** = cambiano ed evolvono continuamente
- **Fidati** = ma verifica sempre
- **Qualità delle domande (prompt)** = sono migliorato (un pò)
- **Conversazioni lunghe** = no una bolla e via
- **Assistenti** = l'anno prossimo organizzerà AI il Summit?
- **Tecnica base solida** = se non le hai, potresti essere fortunato
- **Integrazioni e semplicità** = se ci sono frizioni non lo usi
- **Dare feedback costanti e precisi** = impara e si plasma
- **Sperimentare costantemente** = aggiornamento e innovazione



L'UTILIZZO DELL'IA NEL MONDO DEL RM

consente di:

- 1. Analizzare** grandi quantità di dati da diverse fonti simultaneamente;
- 2. Individuare** modelli e tendenze, migliorando la precisione delle previsioni di domanda e la gestione delle tariffe, aumentando i ricavi e la competitività;
- 3. Automatizzare** attività ripetitive;
- 4. Aumentare** l'efficienza e ridurre gli errori umani.



DIFFERENZA TRA ANALISI PRESCRITTIVA E PREDITTIVA

IL MODELLO PREDITTIVO

Si concentra sulla previsione di eventi futuri basati su dati passati, senza raccomandare specificazioni da intraprendere. Adatto agli scenari in cui è sufficiente conoscere le tendenze e le previsioni. E' utile quando abbiamo di un'informazione importante, ma poi comunque siamo noi che dobbiamo mettere in pratica tutte le azioni per essere certi che si verifichi quanto previsto.



DIFFERENZA TRA ANALISI PRESCRITTIVA E PREDITTIVA

IL MODELLO PRESCRITTIVO

Si occupa proprio di consigliare le azioni future, per ottenere i risultati desiderati. Quindi, bisogna partire da un obiettivo, per poi riuscire ad ottenere delle raccomandazioni su come massimizzare la probabilità di raggiungere quell'obiettivo.

E' un modello certamente più complesso, che viene utilizzato quando anche la decisione è più complessa. Sono tanti i fattori che influenzano il risultato finale.

Entrambi i modelli sono uno strumento prezioso ma in contesti diversi. Spesso possono essere anche integrati in approcci più ampi.

ANALIZZARE GRANDI QUANTITÀ DI DATI DA DIVERSE FONTI SIMULTANEAMENTE

1. **Analisi dati storici** (fogli di calcolo)
2. **Studio Mercato e Competitor** (ota e motori di ricerca)
3. **Concerti, Spettacoli, Partite di Calcio** (siti di eventi)

AUTOMATIZZARE ATTIVITÀ RIPETITIVE

- **Download manuale di dati su fogli di calcolo**
- **Esamina le Recensioni**
- **Discrimina le tariffe**

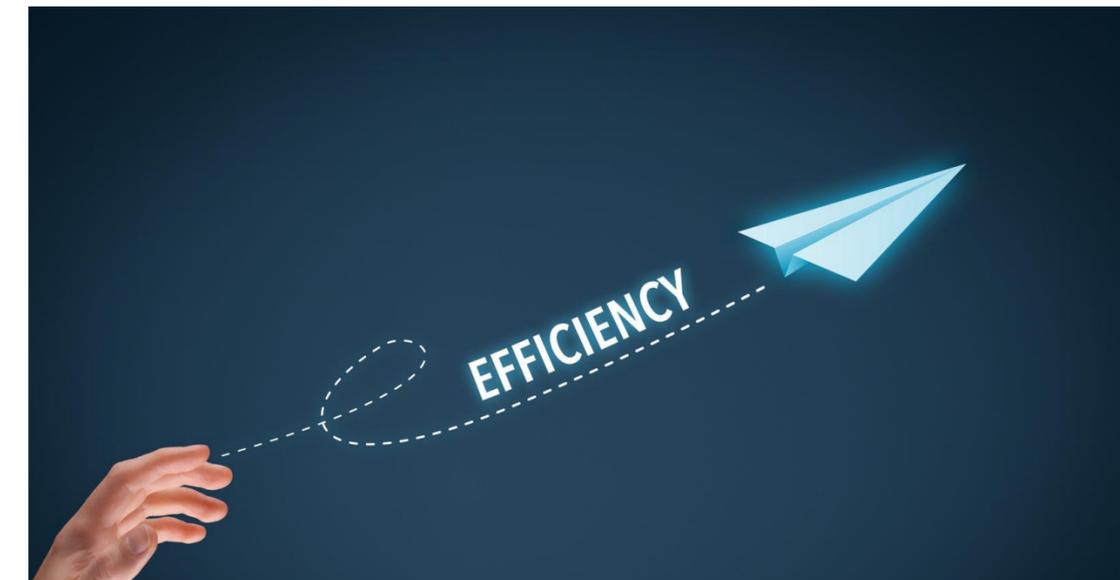


INDIVIDUARE MODELLI E TENDENZE, MIGLIORANDO LA PRECISIONE DELLE PREVISIONI DI DOMANDA E LA GESTIONE DELLE TARIFFE, AUMENTANDO I RICAVI E LA COMPETITIVITÀ

1. **Serie storiche** (regressione lineare, media mobile, esponenziale, polinomiale)
2. **Andamento mercato e competitor** (media, mediana)
3. **Eventi** (importanza evento)

AUMENTARE L'EFFICIENZA E RIDURRE GLI ERRORI UMANI

1. **Incrociare i dati provenienti da diverse fonti**
2. **Pulire i dati**
3. **Elaborare delle ipotesi**





I 3 ASSET PIÙ IMPORTANTI

Il resto conta, ma di meno

1. DATI STORICI



AI normalizza i **dati storici** in fase di data entry ed **elimina** gli errori in automatico

2. DATI DI MERCATO



In un mercato super dinamico, soprattutto per l'**extra alberghiero**, quanto contano i competitor statici?

3. PICK UP E PACE



Le singole prenotazioni e l'**accumulo** delle stessee sui singoli giorni

TU LI SAI COMBINARE MANUALMENTE?

Quali dei 3 dati è più importante?

1. DATI STORICI



Se l'anno precedente c'era un evento, l'anno successivo **fatturerò di più?**

2. DATI DI MERCATO



Quanto rapidamente si satura il mercato? Sei in grado di valutarlo in **tempo reale?**

3. PICK UP E PACE



Riusciamo a capire se stiamo **svendendo** o al contrario se abbiamo tariffe **troppo alte?**



ITY

5 PUNTI IMPORTANTI SULL'IA

- 1 I dati di Input dell'algoritmo devono essere **ESPLICITI**
- 2 Le istruzioni dell'algoritmo devono essere **CIRCOSCRITTE**
- 3 Chi ha progettato e istruito il modello, ma soprattutto **COME**
- 4 Se vi promettono un aumento di fatturato, fatevi spiegare **PERCHÉ**
- 5 Se viene utilizzato da più strutture nella stessa destinazione, **COSA** succede?

COME CALCOLA UN AI DI RM IL PREZZO SUGGERITO?

- Analizzando tutti i dati della tua struttura, storico + on the book
- Incrociandoli con i dati di mercato
- Trovando gli eventi della tua città e dandogli il giusto peso
- Aggiornando i livelli tariffari in tempo reale, distribuendoli su tutti i canali di vendita
- Tutto in modo automatico, 24 ore su 24

SUGGESTION



L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

COS'ALTRO PUÒ FARE UN AI DI RM?

- **Suggerire** la tariffa di vendita in modo predittivo
- **Modificare** le tariffe di vendita tramite comando vocale
- **Dirti** quali sono i servizi che i tuoi clienti gradiscono di più, **analizzando** la semantica delle recensioni
- **Calcolare l'obiettivo** di fatturato da raggiungere
- **Generare statistiche** aggiornate in tempo reale e inviartele via mail nel formato che preferisci

COS'ALTRO PUÒ FARE UN AI DI RM?

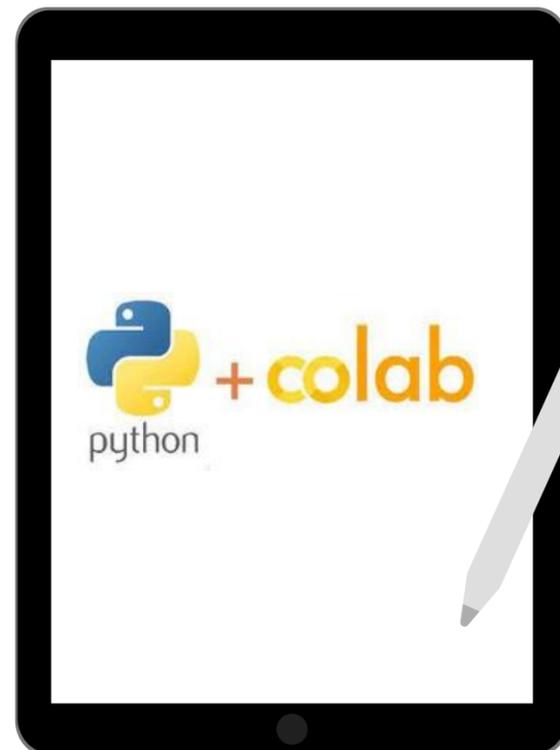
Tramite comando vocale, puoi:

- **Chiedergli il fatturato** mensile totale e paragonarlo con l'anno precedente
- **Avere informazioni dettagliate** sulle nazionalità dei clienti che producono maggiore fatturato su singole date o range di date
- **Sapere** quale è **il canale di vendita** che ti produce maggiore fatturato
- **Vedere i risultati** raggiunti sulle singole date in termini di produzione, tariffa media di vendita, occupazione e revpar

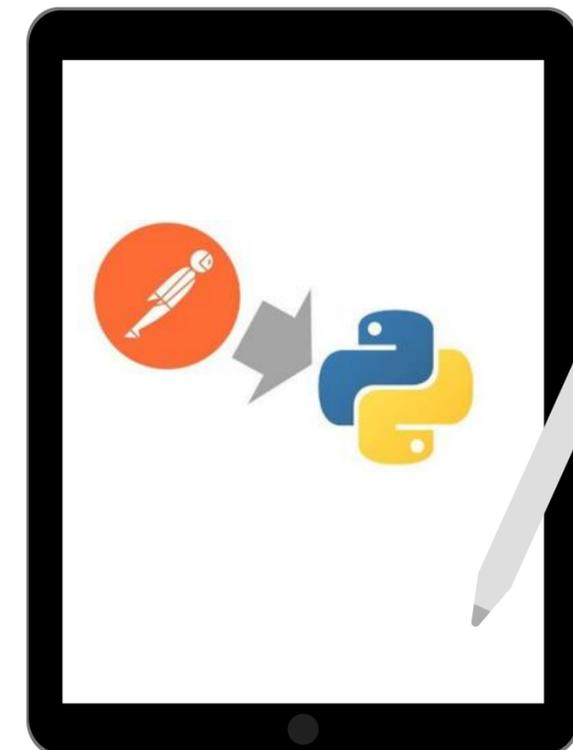


L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

ANALIZZA GRANDI QUANTITÀ DI DATI DA DIVERSE FONTI SIMULTANEAMENTE



API



INDIVIDUARE MODELLI E TENDENZE, MIGLIORANDO LA PRECISIONE DELLE PREVISIONI DI DOMANDA E LA GESTIONE DELLE TARIFFE, AUMENTANDO I RICAVI E LA COMPETITIVITÀ

DEEP LEARNING



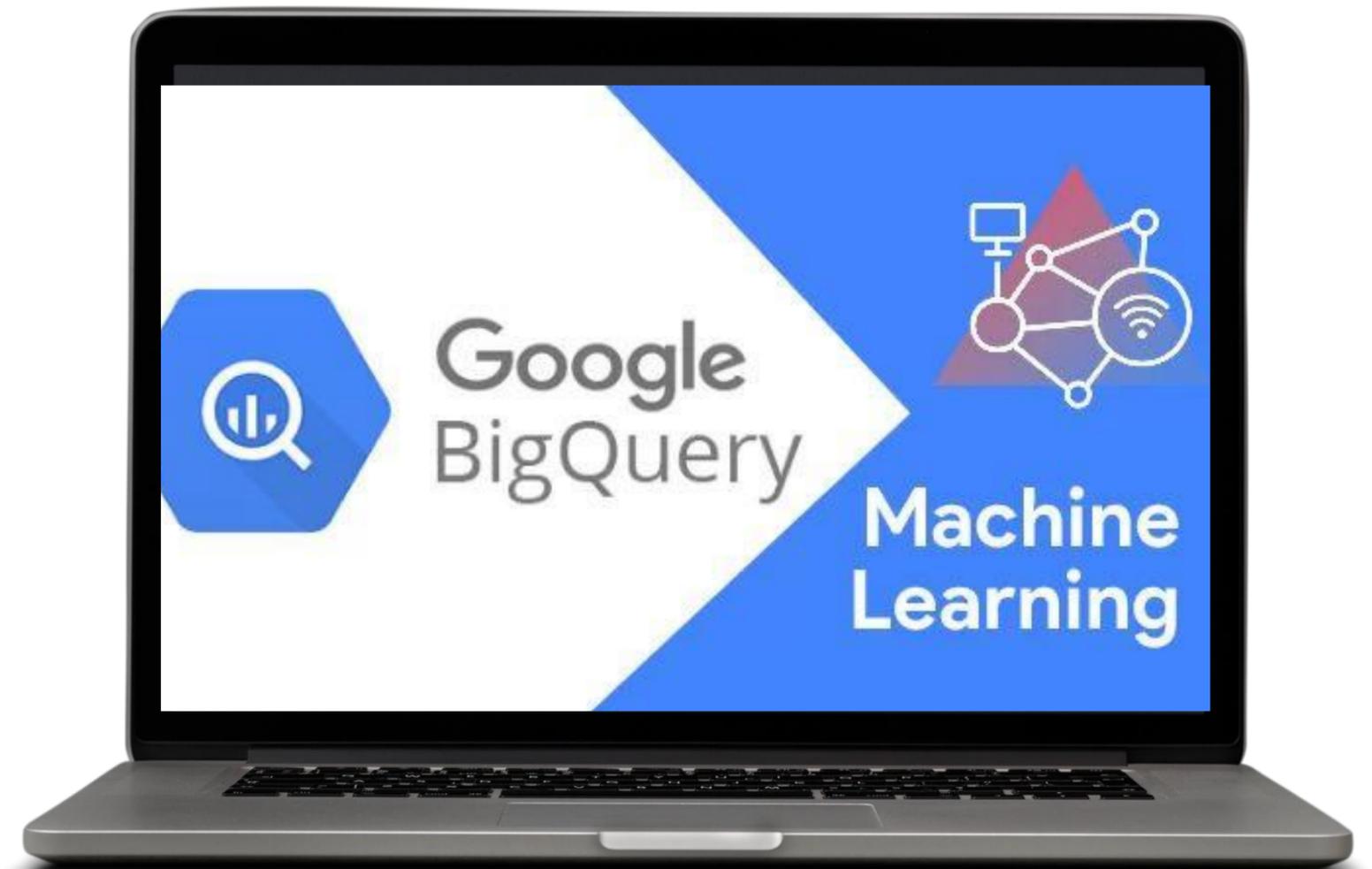
AUTOMATIZZARE ATTIVITÀ RIPETITIVE

LLM



AUMENTARE L'EFFICIENZA E RIDURRE GLI ERRORI UMANI

MACHINE LEARNING



TUTTO QUESTO PER DIRVI CHE L'AVVENTO DELL'IA
NEL MERCATO DEL LAVORO SARÀ
PROROMPENTE E DISRUPTIVE

SE SAI USARLA, OTTERRAI
RISULTATI STRAORDINARI

MA...



SUMMITHOSPITALITY

IL VERO VALORE AGGIUNTO RIMANGONO LE PERSONE



RELATORE: **Bruno Strati**

www.summithospitality.it

SUMMITHOSPITALITY

SH

23 | 24
FEBBRAIO 2024

MAINSTAGE

GRAZIE!

BRUNO STRATI

*Revenue Manager, Imprenditore, Consulente e
Formatore, CEO di ExtraPro360 e CDO di Brainy Rms*

