

GUEST

HOSPITALITY | DESIGN | TENDENZE

39
2025



**AUMENTO DELLE CONVERSIONI, DELLA REDDITIVITÀ,
E RISPOSTA IMMEDIATA AI CAMBIAMENTI DI MERCATO.
L'IA HA SANCITO L'INIZIO DI UNA NUOVA ERA**



**TITANKA.AI
TITANKA!**

L'intelligenza artificiale entra da protagonista nel business del turismo grazie a Titanka.AI, il tool di Titanka! – 25 anni di storia, oltre duemila clienti attivi e un obiettivo di 11 mln nel 2025 – presentato in anteprima a TTG Travel Experience. La piattaforma è in grado di leggere la domanda turistica in tempo reale e, in pochi click, di generare azioni di marketing concrete e mirate, consentendo agli operatori di pianificare, investire e vendere con la massima efficacia. L'innovazione chiave è l'analisi della pressione della domanda, strumento che permette agli imprenditori di sapere in tempo reale quante richieste stanno arrivando nella loro destinazione e confrontare l'andamento con un cluster di strutture realmente simili, in ogni momento dell'anno e per ogni periodo futuro. La piattaforma analizza oltre nove milioni di richieste di soggiorno ogni anno, provenienti da più di 2.200 strutture ricettive italiane, ed è in grado di identificare automaticamente gruppi di strutture effettivamente simili per tipologia, categoria, territorio e target. Su questa base Titanka.AI è in grado di individuare i periodi critici e le incoerenze nelle attività di marketing attive o previste, suggerire modifiche strategiche concrete e misurabili, e creare automaticamente i contenuti di marketing necessari per l'azione suggerita.

**AIBE ARTIFICIAL INTELLIGENCE BOOKING ENGINE
BLASTNESS**

Già utilizzato da oltre cento strutture ricettive, AIBE Artificial Intelligence Booking Engine di Blastness sta ridefinendo il modo di prenotare i soggiorni online, contribuendo a migliorare la redditività degli hotel. Grazie all'intelligenza artificiale, AIBE analizza in tempo reale le ricerche degli utenti e propone le soluzioni più pertinenti, arricchite da contenuti visivi su misura e ordinate secondo le probabilità di scelta. Il risultato è un percorso di acquisto rapido, intuitivo e personalizzato, capace di ridurre l'abbandono e incrementare le conversioni. Progettato in ottica mobile-first e ispirato alle dinamiche dei migliori e-commerce, lo strumento consente di filtrare i risultati per prezzo, tipologia o servizio, modificare il soggiorno direttamente dal carrello e prenotare più tipologie di camere o soggiorni con date diverse in un'unica operazione. L'IA supporta inoltre l'hotel nella gestione dei contenuti, permettendo di creare e tradurre testi in diciotto lingue in pochi istanti. AIBE porta l'esperienza digitale a un livello superiore grazie a layout moderni e responsive, percorsi d'acquisto e contenuti personalizzati che si rimodulano in base alle preferenze di ogni utente. Ogni interazione diventa così un'esperienza immersiva e naturale, dove l'ospite è guidato con semplicità verso la scelta ideale.

**QUEST'ANNO,
L'E-COMMERCE
DEL TURISMO IN ITALIA
HA GENERATO REVENUE
PER 41 MILIARDI
TRA OSPITALITÀ
E TRASPORTI**



© i-Stock / Stock photo and footage

**LA VISIONE DI ZUCCHETTI
ANGELO GUARAGNI
AMMINISTRATORE DELEGATO ZUCCHETTI HOSPITALITY**

Zucchetti propone un'ampia gamma di soluzioni per il management nel settore hospitality: su quali funzionalità è attualmente orientata la domanda?

Nell'ultimo anno abbiamo registrato una crescente richiesta di soluzioni in grado di gestire in modo integrato e automatizzato l'intero ciclo dell'ospitalità. Le funzionalità più richieste includono sistemi di revenue management basati su intelligenza artificiale, strumenti di prenotazione multicanale, digitalizzazione dei processi operativi, check-in e check-out automatizzati, gestione dei punti vendita e sistemi di digital payment per pagamenti più sicuri e integrati. Cresce anche l'interesse per dashboard analitiche che forniscono report immediati su occupazione, ricavi e soddisfazione del cliente, trasformando i dati in decisioni strategiche. Le tecnologie Zucchetti seguono l'intero customer journey, dal primo contatto alla fidelizzazione, dalla prenotazione al soggiorno e ai servizi extra. Grazie a sistemi completamente integrati è possibile automatizzare promemoria, ottimizzare risorse e personalizzare ogni interazione, trasformando ogni touchpoint in un'opportunità di valore per l'ospite e di efficienza per il management.

In passato le barriere d'ingresso all'adozione di questa tipologia di piattaforme software tendevano a scoraggiare le strutture di dimensioni più contenute: qual è ad oggi la situazione sotto questo punto di vista?

Oggi le piattaforme Zucchetti sono modulari e scalabili, pensate per supportare strutture di tutte le dimensioni, dai boutique hotel agli agriturismi, dai campeggi ai resort fino alle grandi catene. Le soluzioni cloud riducono i costi iniziali e l'esigenza di infrastrutture complesse, rendendo accessibili anche ai piccoli operatori strumenti avanzati di gestione, revenue management, marketing automation e soluzioni per ottimizzare la distribuzione online e incrementare le prenotazioni dirette. Prova ne è l'accordo siglato con Agriturist, la prima associazione italiana dedicata all'agriturismo, nata in seno a Confagricoltura. L'obiettivo è supportare la digitalizzazione di un comparto che conta oltre ventiseimila aziende, offrendo strumenti semplici e percorsi di formazione su misura. È un progetto che testimonia come la trasformazione digitale non sia più un privilegio riservato ai grandi gruppi, ma una leva di crescita per tutto il territorio.

Di quali supporti ha generalmente necessità il management della struttura nell'implementazione di queste soluzioni?

Le piattaforme sono progettate per essere intuitive, ma l'adozione richiede un breve periodo di familiarizzazione. I team diventano autonomi in poche settimane grazie a interfacce user-friendly e supporto modulare. Il management è accompagnato da percorsi formativi, video, webinar e assistenza dedicata. La modularità consente di partire dalle funzioni essenziali e ampliare le competenze senza sovraccaricare il personale. L'implementazione segue una roadmap chiara: analisi dei processi, definizione KPI, scelta delle tecnologie, formazione e monitoraggio. Strumenti come l'intelligenza artificiale per il revenue management e la piattaforma Hospitality Learning accelerano la curva di apprendimento e garantiscono un ritorno operativo concreto. Zucchetti, che conta come gruppo più di novemila persone, ha inoltre avviato una politica di "avvicinamento al territorio" con oltre quaranta sedi locali dedicate alla digitalizzazione delle imprese hospitality, dove operano sviluppatori, analisti, consulenti e personale per l'avviamento e l'assistenza post-vendita.