

## ALPITOUR

### Integrazione delle divisioni aziendali

#### Il cliente

Alpitour World è l'azienda leader nel settore in Italia, l'unico "specialista multimarca" del turismo nel nostro Paese: una vera e propria realtà integrata nel campo delle vacanze organizzate, in grado di recitare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale. Fra le molteplici attività del Gruppo, si distinguono il settore del Tour Operating e quello della Gestione Alberghiera, che gestisce 23 grandi strutture sia di tipo leisure sia di tipo business.

#### Le sue richieste

Alpitour voleva uniformare e centralizzare in un unico sistema informativo la gestione delle strutture alberghiere, per ottimizzare il controllo di gestione aziendale, il processo di acquisto e quello di movimentazione delle merci. Il Gruppo chiedeva anche di integrare i sistemi della divisione alberghiera con quelli delle altre divisioni per sviluppare cross selling tra l'attività alberghiera e quella del Tour Operator, aumentare l'efficacia e l'efficienza della vendita e porre particolare attenzione al cliente, alle sue aspettative, alla sua soddisfazione e a una politica aziendale di fidelizzazione all'azienda.

In particolare gli obiettivi di dettaglio erano così definiti:

➤ uniformare e centralizzare i sistemi per quanto riguarda la divisione della gestione alberghiera della Alpitour

➤ integrare i sistemi della divisione alberghiera con quelli delle altre divisioni o attività di Alpitour

➤ integrare nell'interno dell'unico sistema informativo i sistemi già esistenti negli alberghi all'estero (PMS)

➤ aumentare l'efficacia e l'efficienza della vendita in merito ai canali distributivi, alla politica del prezzo e ad una azione di marketing centralizzata che permetta di ottenere migliori risultati

➤ integrare i business tra l'attività alberghiera e quella del Tour Operator

➤ porre particolare attenzione al cliente, alle sue aspettative, alla sua soddisfazione e ad una politica aziendale di fedeltà (per l'attività alberghiera)

➤ garantire anche per la divisione alberghiera tutte le informazioni (attraverso un flusso trasparente) per il controllo di gestione aziendale

➤ ottimizzare il processo di acquisto centralizzato e impiantare un controllo movimentazione merci nelle unità produttive



## La nostra soluzione

Il PMS Scrigno installato in tutti gli alberghi Alpitour World Hotel Resort nazionali e internazionali condivide le informazioni relative alla politica di vendita e alle anagrafiche con il Data warehouse centrale. Tutte le informazioni provenienti dagli alberghi (disponibilità camere, abitudini e preferenze del cliente, dati di produzione) vanno ad alimentare il Data warehouse centrale.

Da questo DB è possibile, con le funzioni di SCRIGNO, procedere a funzioni di Business Analysis e estrapolare dati e informazioni per il compimento del processo di budgeting.

Dal Data warehouse Centrale attraverso funzioni di Scrigno CRM si alimenta il Customer DB Centrale, mattone fondamentale di tutti i sottosistemi di SCRIGNO.

In questo DB centrale le anagrafiche clienti sono de-duplicate, normalizzate e completate per renderle utilizzabili alle attività del marketing e alla produzione; come tutte le altre informazioni disponibili, sono organizzate secondo quanto stabilito per le esigenze del management aziendale e secondo quanto richiesto dai sottosistemi applicativi che su di esso fanno base.

### *Il principale Sottosistema di Scrigno che si basa sul CUSTOMER DB è il CRS.*

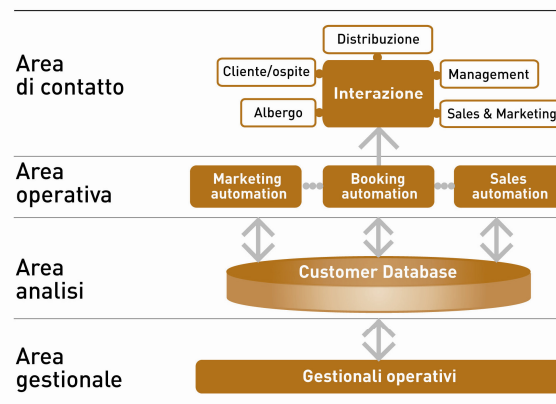
In esso ci sono le disponibilità di tutti gli alberghi in tempo reale e si possono/devono impostare tutte le politiche di vendita e del prezzo per tutta la catena (con elementi anche di yield management).

Il CRS è il cuore del sistema integrato di compagnia, è da qui che si originano tutte le informazioni di vendita.

Dal CRS vengono trasmesse ai PMS degli alberghi tutte le tariffe, i contratti e le prenotazioni.

➤ Il CRS di SCRIGNO è aperto all'accesso ai canali di distribuzione elettronica. Con questo modulo è possibile pubblicare e vendere sui/attraverso i 4 GDS ed i principali IDS mondiali. La gestione delle disponibilità e delle tariffe sui canali è fatta da una funzione del CRS di SCRIGNO il quale riceverà le prenotazioni direttamente.

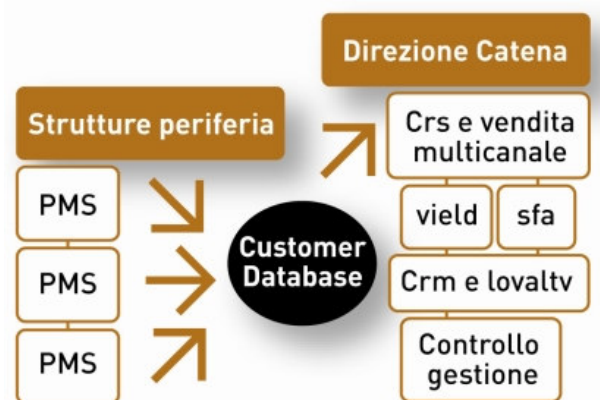
➤ Uno dei canali proprietari di vendita delle risorse alberghiere è Easy Book (il sistema di vendita on line di Alpitour). Il Booking Engine del CRS di SCRIGNO sarà linkato con Easy Book e gli altri portali proprietari di Alpitour sia verso l'area consumer (B2C) sia verso l'area riservata delle Agenzie e degli altri operatori turistici o aziendali (B2B). Anche le applicazioni presenti su Easy Book potranno accedere al CUSTOMER DB (disponibilità e tariffe) con semplici chiamate (stabilite) per avere tutte le informazioni sufficienti alla preventivazione di una vacanza o alla stessa vendita. La vendita attraverso questi canali produrrà l'aggiornamento delle disponibilità e la prenotazione stessa verso l'albergo. Niente vieta, per ultimo, una integrazione con i CRS-SCRIGNO utilizzati da soggetti partner (vedi Tivigest) o soggetti con cui sono attivi degli accordi di commercializzazione.



➤ Il Sottosistema di Sales Force Automation di Scrigno permette la gestione ottimizzata ed integrata della forza vendita. Esso alimenterà il Customer DB con le informazioni sulla clientela (acquisita e da acquisire) e da esso riceverà tutte le informazioni sulla sua produttività, rendendo anche possibile l'impostazione di campagne sia locali che di area con funzioni di marketing automation.

➤ Il CRM di SCRIGNO, oltre che alimentare con le sue funzioni di clearing e de-duplicazione il CustomerDB, assolve anche ad altre funzioni quali il riallineamento delle anagrafiche dei clienti verso tutti gli altri Sottosistemi ed in particolare quelli di gestione delle attività dell'Albergo e quelli per le attività di definizione e sviluppo delle campagne (attraverso il marketing automation oppure no).

➤ Il CRM interagisce passando informazioni sui clienti al CRM di Alpitour e alle applicazioni che gestiscono la Fidelity Card. Inoltre ha la possibilità di sviluppare tutte le analisi sul business in grado di orientare e indirizzare le strategie di marketing e di vendita.



### La situazione ad oggi

- Oggi è in funzione un Central Booking per tutta la Compagnia Alberghiera.
- Tutti gli alberghi utilizzano lo stesso PMS.
- I sistemi della divisione Gestioni Alberghiere sono integrati con quelli del Tour Operator.
- In particolare il C.R.M. di Gruppo assume le informazioni sulla clientela direttamente dal C.R.M. dell'attività alberghiera.
- Si è sviluppata la vendita sui canali elettronici e attraverso il Booking Engine.
- Il processo di controllo di gestione di Gruppo prevede anche l'attività alberghiera

### Risultati ottenuti

I risultati ottenuti, come enunciati nelle specifiche di progetto, sono stati i seguenti:

- ottimizzazione della vendita
- migrazione della vendita verso i canali di maggior trend di incremento (i canali elettronici)
- maggiore attenzione alle esigenze della clientela e alla sua fidelizzazione
- miglior controllo dei costi (gestione acquisti centralizzata, controllo sui consumi, controllo dei costi generali ecc.)
- ridefinizione della organizzazione aziendale verso un modello più efficiente e più snello

Periodo:  
anno 2007