SiAcademy 2026
CATANIA

17 marzo 2026

⏰ dalle 09:00 alle 13:30

Modulo Revenue Management con Vito D'Amico

Segmentazione tariffaria:

Cos'è, a cosa serve e come impostarla. Come costruire una strategia tariffaria efficace attraverso la segmentazione per target, sorgente, tipologia di camera e giorno, con l'obiettivo di massimizzare il valore di ogni camera venduta.

KPI, Costi e Prezzi di vendita:

Analisi degli indicatori chiave di produzione per l'elaborazione di una strategia di revenue ottimale. Differenza tra costi fissi e variabili, come analizzarli correttamente e come valutare KPI e prezzo di vendita in modo strategico.

⏰ dalle 14:30 alle 18:00

Modulo Analisi & Segmentazione con Vito D'Amico

Creazione di uno storico:

Interpretazione e utilizzo dei dati storici: quali sono i dati indispensabili per identificare le aree di miglioramento e capire dove e come intervenire nella costruzione di una strategia tariffaria efficace.

Set dati storici:

Utilizzo delle tre metriche temporali che compongono i set storici e differenza tra storico consolidato e SDLY. Applicazione dei modelli storici nel quotidiano, gestione dei segmenti di mercato, clusterizzazione della domanda e analisi di Nesting.

LABORATORIO

18 marzo 2026

⏰ dalle 09:00 alle 12:30

Modulo Forecasting & Tecnologia con Vito D'Amico

Importanza delle Date Evento e variabili distorsive nella gestione delle tariffe:

Come e perché definirle correttamente. Allineamento delle date evento su più anni per valutare la giusta strategia tariffaria per l'anno in corso e individuare i fattori rilevanti che diventeranno parte integrante dei dati storici futuri.

SiAcademy 2026
CATANIA

Pricing dinamico:

Cos'è, a cosa serve e quali sono le variabili che influenzano le tariffe di vendita per segmenti, camera e giorno. Differenza tra segmentazione e dinamicità tariffaria e criteri per capire quando e come utilizzare l'una o l'altra con il supporto della tecnologia RMS.

⏰ dalle 12:30 alle 13:30

Intervento di Expedia

⏰ dalle 14:30 alle 18:00

Modulo Forecasting con Vito D'Amico

Pick-up:

L'importanza del pick-up come metrica della pressione della domanda interna. Applicazione dei modelli di pick-up nel forecasting, segmentato per data, camera e sorgente, su tutte e tre le metriche temporali grazie al supporto della tecnologia RMS.

Tariffe di partenza:

Quali dati considerare e come impostarli correttamente. Analisi di Nesting applicata alle Starting Rate per definire una base tariffaria coerente e strategica.

LABORATORIO

19 marzo 2026

⏰ dalle 09:00 alle 13:30

Modulo Intelligenza Artificiale con Gioele Fierro

Intelligenza Artificiale applicata alla ricettività turistica:

Definizione di intelligenza e introduzione storica all'AI, dalle prime applicazioni fino agli strumenti attuali. Panoramica sulle grandi famiglie di AI, sulle modalità di apprendimento dei modelli di Machine Learning e sui principali ambiti di applicazione nel settore dell'ospitalità.

Dati, modelli e applicazioni pratiche:

Analisi delle principali sorgenti dati (PMS, OTA e canali di vendita), pulizia e organizzazione dei dataset, individuazione delle variabili rilevanti, training dei modelli, metriche di valutazione ed Explainable AI. Applicazione pratica dei modelli, overview delle pipeline di Rate Forecasting e integrazione dell'AI in una strategia di Revenue Management human based, con focus sull'utilizzo di MyForecast RMS.

SiAcademy 2026

CATANIA

⏰ dalle 14:30 alle 18:00

Modulo Revenue Management & Tecnologia con Antonio Rigano

RMS e strategia tariffaria:

Cos'è un RMS, cosa fa e a cosa serve nel revenue management moderno. Il ruolo della tecnologia come supporto indispensabile per la costruzione e la gestione di strategie tariffarie complesse.

Logiche di funzionamento di un software di revenue management:

Approfondimento sulle logiche di funzionamento di un RMS per imparare a leggere correttamente i dati. Comprendere come interpretarli e utilizzarli in modo consapevole nelle decisioni operative.

Analisi dei dati con il supporto di un RMS:

Utilizzo della tecnologia per analizzare periodi specifici come festività, eventi, weekend e middle week. Applicazione pratica dell'analisi su dati reali per comprendere l'andamento della domanda.

Utilizzo avanzato dei dati di revenue management:

Lettura, comprensione e applicazione dei dati storici, SDLY, OTB, pick-up e sorgenti di vendita. Introduzione al concetto di snapshot date variabile come supporto alle decisioni tariffarie.

LABORATORIO