



Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo:
Architettura e principi di funzionamento



1. Termini chiave utilizzati in questo documento

- **Agentic harness:** Un sistema di IA che coordina autonomamente un intero processo, ricorrendo a strumenti specializzati quando necessario.
- **Comp set:** Un gruppo personalizzato di strutture ricettive vicine o comparabili, monitorate per ottenere informazioni sui prezzi della concorrenza.
- **Frontier model:** Il modello di IA più avanzato disponibile in un determinato momento. Viene valutato e sostituito regolarmente.
- **Modello Gradient Boosted (GBM):** Un algoritmo di machine learning adatto a dati strutturati, come le informazioni relative a prenotazioni e prezzi.
- **Guardrail:** Qualsiasi limite di prezzo configurato dalla struttura ricettiva che l'IA non può superare.
- **Inferenza (Inference):** Il momento in cui l'IA genera una decisione di prezzo in tempo reale, in contrapposizione alla fase di addestramento.
- **Large / Small Language Model (LLM / SLM):** Modelli di IA in grado di comprendere e generare linguaggio naturale.
- **Machine Learning (ML):** algoritmi —regole matematiche e metodi statistici— attraverso i quali l'intelligenza artificiale (IA) impara a identificare schemi e modelli per effettuare previsioni accurate su nuovi dati.
- **SHAP (SHapley Additive exPlanations):** metodo grafico che mostra in che misura ciascun singolo fattore di un modello di machine learning può influenzare una previsione di prezzo, spingendola verso l'alto o verso il basso.

2. Riepilogo dei Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo

I **Prezzi dinamici con IA integrata** di eviivo sono alimentati da un sistema di IA agentic. Il sistema combina il machine learning tradizionale per la previsione della domanda e l'ottimizzazione dei prezzi con modelli di linguaggio di grandi dimensioni (LLM) frontier e altre tecniche di IA generativa per offrire capacità di ragionamento contestuale, interpretazione della strategia e spiegabilità.

Il sistema opera come un **agentic harness**, anziché seguire una pipeline lineare. Ciò significa che l'IA coordina l'intero processo, dalla decisione su quali dati recuperare — comprese le ricerche in Internet in tempo reale durante il processo — fino alla generazione di 1) della tariffa finale e 2) della spiegazione in linguaggio naturale del motivo per cui è stata determinata quella tariffa. All'interno di questo ambiente, componenti specializzati gestiscono la previsione della domanda, l'interpretazione degli obiettivi, la validazione dei vincoli e altre funzioni, ma l'IA è presente e ragiona in ogni fase, anziché limitarsi ad attendere il passaggio di consegne tra i componenti.

Questa architettura è progettata per evolversi. I singoli componenti possono essere aggiornati o sostituiti in modo indipendente con l'evoluzione del panorama dell'IA e il **sistema apprende continuamente** dagli interventi manuali, dai feedback degli utenti e dai nuovi segnali provenienti dal mercato.

3. Architettura

I Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo possono essere descritti al meglio come un agentic harness in cui l'IA è presente durante l'intero processo, coordinando, ragionando e intervenendo in ogni fase. I componenti riportati di seguito rappresentano le principali fasi del processo:

Recupero dei dati

Il sistema acquisisce un insieme di dati ricco e diversificato che comprende:

- **Le performance storiche della struttura**, basate sui dati interni senza restrizioni disponibili nel PMS di eviivo.
- **Dati esterni generali sul mercato e segnali di domanda** online.
- **Informazioni sulla concorrenza**, sia generiche (ovvero basate su strutture con caratteristiche simili nella stessa località) sia relative a un comp set definito su misura.
- **Dettagli completi sui servizi e sulle caratteristiche della struttura**, oltre ai punteggi delle recensioni e alle recensioni raccolte in eviivo Suite (sia da fonti dirette sia dalle OTA).
- **Previsioni meteorologiche**.
- **Calendari degli eventi**, incluso il calendario dei prezzi di eviivo e ulteriori eventi locali forniti dagli utenti.

È fondamentale sottolineare che l'agente può anche effettuare ricerche live su Internet durante la fase di inferenza. Ciò significa che **le fonti di dati disponibili per ogni singola decisione di prezzo non sono limitate a un elenco fisso**. Il sistema decide in tempo reale quale contesto gli serve e agisce per ottenerlo.

Previsione della domanda

I modelli di machine learning addestrati e le tecniche di modellazione della domanda prevedono la domanda e calcolano i prezzi candidati. Ogni notte all'interno di una finestra mobile di 90 giorni futuri viene determinato individualmente il prezzo per ogni piano tariffario e scenario di soggiorno, tenendo conto del contesto delle finestre circostanti di 7 e 60 giorni. L'analisi si basa su modelli Gradient Boosted (GBM) sviluppati specificamente per questo scopo.

Ragionamento contestuale (IA generativa)

I modelli di linguaggio di grandi dimensioni frontier e altre tecniche di IA generativa interpretano:

1. Gli obiettivi commerciali configurati in eviivo Suite.
2. Le condizioni associate agli obiettivi sopra indicati.
3. Qualsiasi feedback fornito dagli utenti.

Questo livello ragiona sull'output del machine learning nel contesto della strategia della struttura e delle condizioni attuali, traducendo obiettivi di alto livello come «Massimizzare il RevPAR quando l'occupazione supera il 70%» in comportamenti di prezzo concreti.

Vincoli post-elaborazione

Un livello di vincoli **verifica che le tariffe proposte non violino i guardrail configurati**, salvo nei casi in cui le regole condizionali lo consentano esplicitamente. Non viene pubblicata alcuna tariffa che violi i limiti rigidi stabiliti dalla struttura.

Output e spiegabilità

La tariffa finale viene restituita a eviivo Suite, pronta per la pubblicazione immediata su tutti i canali collegati, insieme a **due livelli di spiegazione**:

1. I valori SHAP relativi al componente di machine learning forniscono **contributi quantitativi dei singoli fattori**, mostrando esattamente quanto ciascun fattore abbia influenzato il prezzo.
2. La pipeline agentica genera **una spiegazione in linguaggio naturale** che riassume i valori SHAP.

Entrambi i livelli vengono prodotti come parte del processo decisionale stesso, non retrospettivamente. Questo garantisce che ciò che l'IA decide e ciò che comunica all'utente siano sempre coerenti.

Se l'interpretazione degli obiettivi incontra un caso limite, il sistema per impostazione predefinita ottimizza la crescita dei ricavi, garantendo un comportamento commercialmente sensato in ogni momento.

4. Fonti dei dati

Il sistema utilizza un'ampia gamma di dati, combinando i dati proprietari del PMS di eviivo con informazioni sulla concorrenza, segnali di mercato, contesto ambientale e ricerche web in tempo reale. Nel loro insieme, queste fonti forniscono all'IA una visione completa e in tempo reale dei fattori che dovrebbero influenzare ogni decisione di prezzo.

Nel complesso, il motore di Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo ha accesso a oltre 100 miliardi di punti dati e può elaborarli.



Fonte	Cosa include
eviivo Suite (cronologia completa del PMS)	Dati della struttura: Tipologia, posizione, strutture, servizi, accessibilità e policy Categoria di alloggio: Capacità, dimensioni, bagni, servizi, tariffa standard, supplementi per adulti/bambini e limiti di prezzo minimo/massimo Strategia di prezzo: Modello del piano tariffario (tariffa fissa, prezzi basati sull'occupazione, prezzi per adulti/bambini), prezzi per notte in base al giorno della settimana o alla stagione, imposte, trattamento, restrizioni sulla durata minima/massima del soggiorno, promozioni e regole di prezzo Policy: Policy di cancellazione e deposito, regole sui giorni di check-in/check-out e canali OTA aperti Dati di prenotazione in tempo reale: Prezzo per notte della camera, imposte, valuta ed eventuali costi e supplementi aggiuntivi per gli ospiti. Le modifiche alle restrizioni vengono rilevate in tempo reale, nel momento stesso in cui avvengono Blocchi di inventario: Blocchi dei proprietari, pulizie e allocazioni Segnali di domanda di Google Analytics: Sessioni provenienti dai risultati di ricerca e sessioni sulle pagine per struttura e per giorno Recensioni degli ospiti: Provenienti dal sito web proprietario e da diverse OTA. Includono il punteggio complessivo e i punteggi per sottocategoria (ad esempio pulizia, rapporto qualità-prezzo, posizione, interazioni con l'host, aspettative, servizi e comfort), oltre al contenuto testuale completo delle recensioni Identificativi degli annunci sulle OTA e percentuali di commissione
Dati generali di mercato	I dati disponibili pubblicamente provenienti dalle principali fonti del settore dell'ospitalità, tra cui Airbnb, Booking.com e altre, comprendono: 1. Strutture di tipologia simile nella zona 2. Un comp set definito su misura Per entrambe le categorie, il motore di Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo acquisisce la tipologia della struttura, la posizione e le dotazioni, la configurazione delle camere, la capacità, i servizi, i punteggi delle recensioni (complessivi e per sottocategoria), lo stato di «Superhost», la durata dell'attività come host e la posizione. Il sistema acquisisce inoltre tariffe e prezzi in base alla data di check-in, inclusi i prezzi prima e dopo gli sconti, gli importi delle imposte, i costi di pulizia, altri costi, le policy e i costi di cancellazione, i prezzi per notte e per ospite e la disponibilità. I dati aggregati sulle prenotazioni a livello di mercato, inclusi ADR, notti camera e ricavi, vengono aggregati per giorno, mese e finestra di prenotazione e segmentati per canale, tipologia di struttura e geolocalizzazione.
Meteo	Previsioni meteorologiche giornaliere a livello di città in base alla geolocalizzazione, che includono temperatura minima/massima, velocità minima/massima del vento, pioggia, neve, precipitazioni totali, copertura nuvolosa e umidità relativa.
Eventi	Eventi locali e periodi stagionali acquisiti indipendentemente, oltre agli eventi inseriti nel calendario dei prezzi di eviivo Suite (ciascuno con le proprie date di inizio e fine, il nome del periodo e il tipo di evento) e a un elenco personalizzato di eventi locali che identifica l'impatto previsto di ciascun evento sulle prenotazioni.
Dati web dinamici (in tempo reale durante l'inferenza)	L'LLM all'interno dell'agentic harness può effettuare ricerche su Internet durante l'elaborazione. Le fonti di dati non sono quindi limitate a quelle indicate sopra: l'IA decide in tempo reale se un contesto aggiuntivo può migliorare una decisione di prezzo e, se necessario, lo recupera.

5. Come funziona il sistema di prezzi

Finestra di ottimizzazione

Si basa su una finestra mobile di 90 giorni futuri, non su singoli mesi di calendario. Ogni notte viene determinato individualmente il prezzo per ciascun piano tariffario, tenendo conto del contesto delle finestre circostanti di 7 e 60 giorni.

Interpretazione degli obiettivi

Le impostazioni IA di eviivo supportano strategie di prezzo personalizzate con vincoli e obiettivi configurabili a più livelli. Gli obiettivi includono la massimizzazione del RevPAR, dell'occupazione o del prezzo e si estendono dal livello del portafoglio del gruppo fino ai livelli della struttura e della categoria di alloggio, salvo esplicita sovrascrittura.

Questa gerarchia offre un livello di granularità completo.

Ad esempio, un gruppo di boutique hotel potrebbe decidere di «Massimizzare l'occupazione» a livello di portafoglio, ma sovrascrivere questa impostazione con «Massimizzare il RevPAR» per una struttura di punta e modificarla nuovamente a livello di categoria, in modo che le suite premium puntino a massimizzare la tariffa mentre le camere standard puntino a riempire la struttura, con tutte le configurazioni degli obiettivi attive contemporaneamente. L'IA di eviivo interpreta questi obiettivi stratificati insieme alla logica condizionale (come le soglie di occupazione) e li traduce in comportamenti di prezzo.

Apprendimento dalle modifiche manuali

Le modifiche manuali vengono trattate come variabili per il ciclo di pricing successivo. L'IA di eviivo apprende sia dal fatto che un prezzo sia stato modificato sia dal nuovo prezzo impostato, incorporando questo segnale nelle raccomandazioni successive.

Feedback degli utenti

Il feedback espresso in linguaggio naturale può essere integrato nel processo di ragionamento dell'IA.

Il feedback viene elaborato quotidianamente, purché sia aggiornato e abbia meno di 3 giorni.

Durante le prime fasi di test, il sistema ha integrato il feedback ricevuto dopo un imprevisto incidente tecnico che aveva reso indisponibili alcune camere. In risposta, AI Pricing ha modificato automaticamente le tariffe adottando una strategia più aggressiva, con l'obiettivo di recuperare eventuali perdite di ricavi entro la fine del mese.

Algoritmi e modelli

- **Machine learning:** Modelli ML addestrati e tecniche di modellazione della domanda. I modelli Gradient Boosted (GBM) costituiscono l'approccio principale.
- **IA generativa (LLM):** Gli LLM frontier vengono utilizzati per il ragionamento contestuale, l'interpretazione degli obiettivi e la spiegabilità. I modelli vengono valutati e sostituiti regolarmente, poiché l'utilizzo di un unico modello ridurrebbe la precisione.
- **IA generativa (non LLM):** Altre tecniche di IA generativa utilizzate insieme agli LLM.
- **Spiegabilità:** viene utilizzato un grafico SHAP per fornire una visualizzazione semplice e intuitiva del contributo quantitativo di ciascun gruppo di fattori di pricing.
- **Sperimentale:** quando rilevante e specifico per il caso d'uso, vengono utilizzati modelli linguistici di piccole dimensioni (SLM, Small Language Models) per migliorare le prestazioni.

6. Spiegabilità

Ogni decisione di prezzo è accompagnata da una spiegazione completa, generata come parte integrante del processo decisionale stesso. Questo avviene a due livelli:

1. **A livello quantitativo**, i valori SHAP dei modelli di ML mostrano esattamente quanto ogni variabile abbia contribuito al prezzo consigliato. Questi valori alimentano le visualizzazioni dei fattori all'interno del prodotto, raggruppate in categorie che includono:
 - Tipologia e capacità dell'alloggio
 - Storico delle prenotazioni e occupazione
 - Finestra di prenotazione e ritmo delle prenotazioni
 - Calendario e disponibilità
 - Dati sulla concorrenza
 - Eventi
 - Recensioni degli ospiti
 - Mercato e posizione
 - Policy e restrizioni
 - Storico dei prezzi, stagionalità e weekend
 - Meteo
2. **A livello di ragionamento**, la pipeline agentica genera una spiegazione in linguaggio naturale della decisione, basandosi sullo stesso contesto utilizzato per determinare il prezzo. Lo specifico LLM che genera la spiegazione può cambiare nel tempo man mano che i modelli vengono valutati e sostituiti, ma la spiegazione proviene sempre dallo stesso processo decisionale e non da un sistema separato che analizza il risultato a posteriori. Questa funzionalità è destinata a evolversi maggiormente nel tempo, man mano che gli LLM diventano sempre più avanzati e potenti.

7. Metriche e KPI

I seguenti KPI principali vengono aggregati per categoria di alloggio e utilizzati dai Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo:

- **Inventario disponibile:** Inventario totale meno inventario bloccato
- **Occupazione netta %:** $\text{Inventario venduto} / \text{inventario disponibile} \times 100$
- **Tariffa media giornaliera (ADR):** Ricavi netti delle camere / inventario venduto
- **RevPAR:** Ricavi netti per notte camera / inventario disponibile (equivalentemente: $\% \text{ di occupazione} \times \text{ADR}$)
- **Ritmo delle prenotazioni % (inventario):** $\text{Inventario venduto in un determinato momento} / \text{inventario disponibile alla fine del periodo} \times 100$
- **Ritmo delle prenotazioni % (ricavi):** $\text{Ricavi delle camere venduti in un determinato momento} / \text{ricavi delle camere alla fine del periodo} \times 100$
- **Pickup:** Nuovo inventario o nuovi ricavi venduti in un determinato momento, meno le cancellazioni effettuate nello stesso momento
- **Tasso di pickup:** $\text{Pickup} / \text{giorni del periodo}$

Le previsioni utilizzano sia un metodo semplice — che scala i soggiorni registrati fino a quel momento in base al rapporto dell'anno precedente — sia un metodo più avanzato che utilizza le prenotazioni future già presenti a sistema, anch'esse scalate in base al rapporto dell'anno precedente, tenendo conto al contempo del potenziale impatto di future cancellazioni.

8. Case Study

Un hotel 3 stelle di Londra ha introdotto per la prima volta la soluzione di **Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo** alla fine di giugno 2026. Un anno prima, l'hotel aveva raggiunto un '**occupazione dell' 83%**', con un RevPAR di £128 e ricavi di circa £91.000.

L'obiettivo principale fissato dall'albergatore era inequivocabile: **massimizzare il RevPAR**.

Superare un livello di occupazione già molto ragionevole dell'83% rappresentava una sfida, soprattutto perché:

- Tutte le principali metriche KPI erano al di sotto dei livelli attesi all'inizio di luglio.
- L'hotel ha perso due importanti prenotazioni di gruppo l'8 luglio, pochi giorni prima che entrassero in vigore le penali di cancellazione.

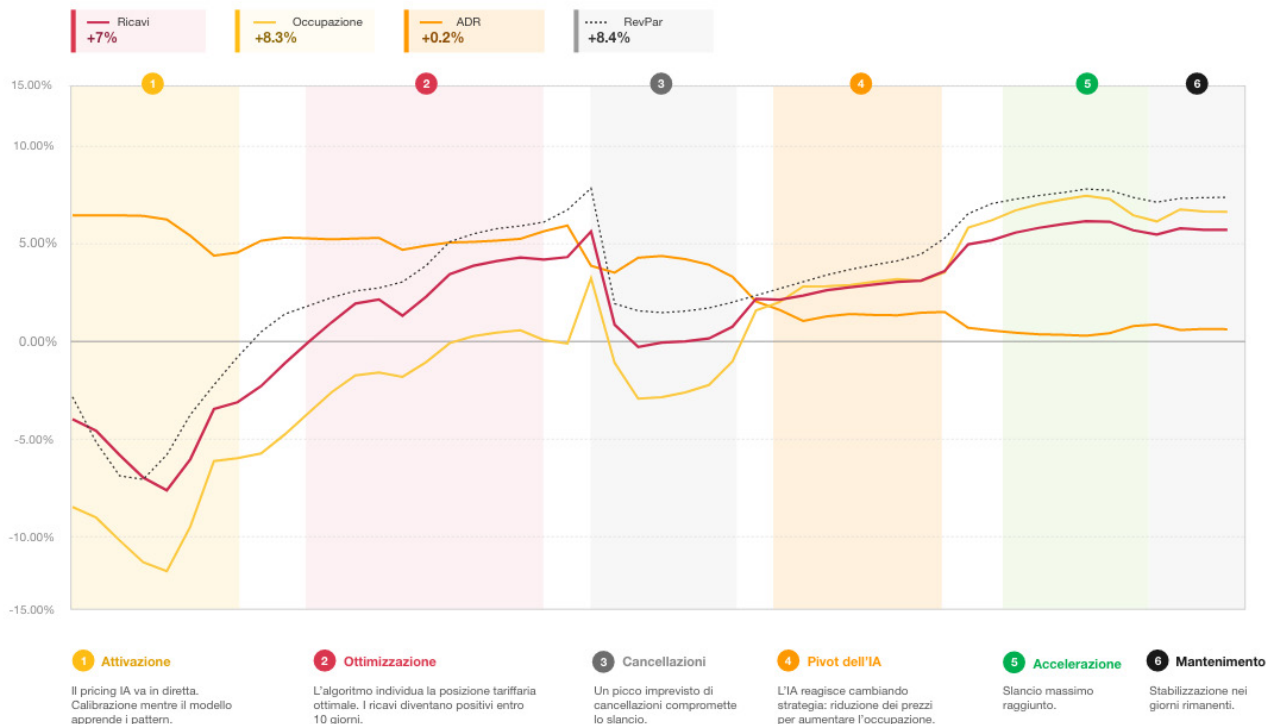
Il grafico seguente mostra come l'IA abbia reagito immediatamente al contesto specifico di questo hotel. Rappresenta la posizione mensile dell'hotel nel mese di luglio, giorno per giorno, confrontandola con le performance dell'hotel nello stesso momento dell'anno precedente. Tutti i valori sono espressi come **miglioramento percentuale anno su anno**.

Dal 1° luglio, l'hotel è passato ai Prezzi dinamici con IA integrata in modalità completamente automatica, partendo da un livello di occupazione basso rispetto all'anno precedente. Pertanto, l'IA ha inizialmente ridotto il prezzo fino a quando i livelli di occupazione e i ricavi hanno iniziato a rispondere positivamente.

L'8 luglio, l'hotel ha ricevuto una cancellazione importante e inaspettata, perdendo una quantità significativa di ricavi, come mostrato nel grafico. I **Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo** hanno adottato una strategia di pricing più aggressiva per recuperare il terreno perso.

Linea di tendenza KPI – Crescita anno su anno

Monitoraggio giornaliero della crescita di RevPAR, ricavi, occupazione e ADR
Luglio 2026 rispetto a luglio 2025



I risultati

- **Il RevPAR è cresciuto dell'8,4 %**, passando da £128 a £139.
- **I ricavi sono aumentati di quasi il 7 %**, raggiungendo £97.300.
- **L'occupazione è migliorata dell'8,3 %**, passando dall'83 % al 90 %.
- **L'ADR è aumentato dello 0,2 %**, raggiungendo £154,50.

Nel luglio 2026, i livelli di occupazione degli hotel di Londra sono variati tra l'81 % e l'88 %, mentre ad agosto si sono attestati tra il 75 % e l'81 %.

Questo hotel 3 stelle, operativo con **l'autopilota completo dell'IA**, ha superato il mercato raggiungendo un'occupazione del 90 % in entrambi i mesi. Ha inoltre registrato una crescita dell'**8,3 % a luglio e del 20 % ad agosto**.

Aneddoticamente, a un certo punto durante il periodo di test, l'IA ha fatto qualcosa che nessun essere umano si aspettava: per alcuni giorni, ha impostato il prezzo della camera con **colazione inclusa a un livello inferiore rispetto alla tariffa non rimborsabile della sola camera**.

L'IA aveva semplicemente rilevato che la flessibilità sembrava avere un valore percepito molto più elevato rispetto alla colazione. In altre parole, il modello aveva identificato autonomamente un comportamento della domanda che non era immediatamente evidente.

9. Principi di funzionamento

Agentico, non monolitico. I Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo operano come un agentic harness che coordina l'intero processo, non come un singolo passaggio all'interno di una sequenza di attività. Il modello di IA ragiona sul recupero dei dati, sulla previsione, sull'interpretazione degli obiettivi e sulla validazione dei vincoli come parte di un'unica decisione, anziché come una catena di attività isolate.

Flessibilità degli LLM. Vengono utilizzati modelli frontier, che vengono regolarmente sostituiti con l'evoluzione del mercato. Vengono utilizzati anche SLM per ottimizzare costi e prestazioni. Questa versatilità garantisce che i Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo possano beneficiare sempre degli ultimi sviluppi nel campo degli LLM.

Orientato agli obiettivi, con una rete di sicurezza sui ricavi. Il sistema persegue gli obiettivi e le strategie definiti dall'utente, ma, in caso di eventi imprevisti, per impostazione predefinita ottimizza la crescita dei ricavi.

Apprendimento continuo. Le modifiche manuali, il feedback degli utenti e i nuovi dati contribuiscono al ragionamento del sistema nei successivi cicli di pricing. Pertanto, ogni intervento umano rende il sistema più intelligente.

Spiegabile by design. La stessa pipeline agentica che prende le decisioni di prezzo genera le spiegazioni a entrambi i livelli (contributi quantitativi dei fattori basati sui valori SHAP e ragionamento in linguaggio naturale), garantendo che ciò che l'IA decide e ciò che comunica all'utente siano sempre allineati.

Consapevole del contesto in tempo reale. Il sistema non si basa esclusivamente su un set di dati fisso. Durante la fase di inferenza, l'IA può effettuare ricerche sul web, acquisire nuovo contesto e integrare in una decisione di prezzo informazioni che non aveva precedentemente analizzato. Le fonti di dati che influenzano una determinata tariffa sono limitate esclusivamente da ciò che il modello di IA considera rilevante.

10. Come eviivo applica i principi etici e i guardrail di sicurezza dell'IA

- **Informazioni personali:** Il modello è progettato per garantire che il modello di Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo non utilizzi né divulghi mai informazioni personali e che vengano rispettate le linee guida del GDPR.
- **Informazioni sulle carte di credito e sui pagamenti:** eviivo Suite non conserva informazioni sulle carte di credito, poiché tutte le carte sono crittografate e tokenizzate in conformità con lo standard PCI DSS.
- **Scraping:** I dati esterni vengono acquisiti tramite scraping di dati pubblicamente disponibili su Internet. Lo scraping viene effettuato in modo professionale ed etico, utilizzando esclusivamente dati di mercato disponibili pubblicamente e nel pieno rispetto delle autorizzazioni o delle limitazioni previste dai siti web. Viene effettuato al di fuori delle ore di punta secondo un approccio «follow the sun» e non supera mai le soglie di query a basso impatto, al fine di evitare qualsiasi sovraccarico del sito interessato.
- **Sicurezza:**
 - eviivo è sottoposta a **rigorosi audit indipendenti annuali per la conformità NF525 e PCI**. Questi includono audit on-site della durata di diverse settimane e una serie di penetration test.
 - eviivo utilizza un'**infrastruttura di sicurezza multilivello**, con un proprio firewall, un proprio sistema di rilevamento delle intrusioni e protezione da virus/trojan e ransomware, oltre a limiti di frequenza e a un servizio di rimozione per contrastare il phishing.
 - eviivo dispone di un **servizio di disaster recovery** che utilizza un data center di backup, ulteriormente protetto da un servizio completo di protezione contro gli attacchi DDoS.
 - I sistemi interni e gli ambienti di sviluppo di eviivo sono completamente segregati dalla piattaforma di produzione ed eviivo ha implementato l'**autenticazione a più fattori** a tutti i livelli.
- **Sicurezza dell'IA:** Gli LLM di IA generativa e le tecniche di ML utilizzati dai **Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo** leggono e trasferiscono dati relativi ai prezzi o ai servizi da e verso eviivo Suite tramite un'API sicura soggetta ad autenticazione completa, oltre alle misure di sicurezza descritte sopra. Questo garantisce che gli stessi modelli LLM e ML non abbiano accesso diretto alla piattaforma di produzione. Qualsiasi elaborazione dell'IA viene effettuata in un ambiente segregato e i dati acquisiti tramite webhook vengono restituiti tramite un'API sicura dopo l'elaborazione. L'API non consente l'accesso a dati personali, informazioni sulle carte, password o informazioni relative ai profili utente.
- **Nessuna collusione.** Sebbene i **Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo** accedano a molteplici fonti di dati per determinare il prezzo ottimale, non divulgano né condividono prezzi specifici della concorrenza, che rappresentano soltanto uno dei numerosi fattori presi in considerazione. **eviivo non fornisce né opera come hub di pricing.** Questo approccio protegge gli utenti da potenziali rischi legali. Il pricing di ogni cliente viene ottimizzato in modo indipendente. Le tariffe di un cliente non sono visibili agli altri clienti e non vengono utilizzate per determinare le tariffe di altri clienti.

11. Come si differenziano gli strumenti di pricing basati sull'IA

Esistono due dimensioni principali da considerare quando si valuta come funziona uno strumento di pricing e quanto sia adatto alla propria attività:

1. **Modello operativo:** Il modo in cui si interagisce con lo strumento.
2. **Tipo di IA:** Il tipo di intelligenza che guida lo strumento.

Tre modelli operativi

Configurazione avanzata

La strategia di pricing viene definita attraverso impostazioni di configurazione dettagliate, tra cui: prezzi base; tariffe minime e massime; sconti per prenotazioni anticipate (early bird); aumenti di prezzo per le prenotazioni last minute; regole di gap; profili stagionali; adeguamenti in base al giorno della settimana.

Gli strumenti di pricing che utilizzano configurazioni avanzate e algoritmi di machine learning sono generalmente in grado di prevedere la domanda e calcolare le tariffe.

Tuttavia, i risultati dipendono fortemente da: quanto bene lo strumento viene configurato e impostato; quanto può essere adattato alle esigenze specifiche dell'attività; con quale frequenza viene gestito, aggiornato e ottimizzato.

Questi strumenti premiano l'esperienza e l'investimento di tempo. Offrono i risultati migliori quando vengono gestiti attivamente e sottoposti a un'ottimizzazione continua.

Automazione guidata

Questo modello offre capacità di previsione simili agli strumenti di configurazione avanzata, ma con un approccio che richiede meno intervento manuale. Gli strumenti di automazione guidata sono progettati per funzionare con una configurazione minima. Si imposta un prezzo base, si definiscono i limiti, si seleziona l'obiettivo e si lascia che sia il sistema a gestire il resto.

Diversi strumenti di questa categoria offrono modalità per modificare la direzione dell'algoritmo, come i **controlli di aggressività** (che consentono di stabilire quanto debba essere audace l'algoritmo nelle decisioni di prezzo), i **preset di strategia** (ad esempio, indicare all'algoritmo di massimizzare l'occupazione fino a un determinato livello prima di spostare l'attenzione sulla tariffa) e combinazioni dei due, che consentono un livello di personalizzazione più approfondito.

Pricing nativo del PMS

Sebbene gli strumenti di pricing del PMS includano generalmente elementi dei modelli precedenti, meritano una categoria a sé perché offrono funzionalità e vantaggi di integrazione specifici.

Due principali tipi di IA

Tutti gli strumenti citati in questa guida utilizzano tecniche di ML per prevedere e predire elementi come la domanda futura e la sensibilità al prezzo. La differenza sta nel modo in cui ciascuno strumento trasforma queste informazioni in tariffe, con due opzioni principali.

ML predittivo

Un algoritmo di ML predittivo utilizza dati storici, segnali di mercato e parametri configurati dall'utente per calcolare il prezzo più adatto a questi input. È così che funziona la stragrande maggioranza degli strumenti di pricing e le implementazioni migliori possono produrre risultati eccezionali. Quando si desidera modificare il comportamento dello strumento, si modifica un'impostazione, spesso regolando un controllo o una regola. Tuttavia, questi strumenti possono richiedere molto tempo per 1) essere configurati al fine di ottenere i migliori risultati e 2) essere gestiti quotidianamente.

Prezzi dinamici con IA integrata

Con l'evoluzione delle prestazioni dell'IA, sta emergendo un nuovo approccio che consiste nell'integrare un intero modello di ML direttamente all'interno di una struttura di IA generativa. L'IA generativa è un tipo di modello di ML in grado di generare nuovi contenuti (come testi o immagini) a un livello tale da comportarsi in modo comparabile a un essere umano. Tra gli strumenti di IA generativa più conosciuti ci sono Claude, ChatGPT e Gemini.

Questo approccio è in grado di creare strategie di pricing personalizzate sulla base di configurazioni di obiettivi specifiche. Consente all'IA di elaborare oltre un miliardo di punti dati e di agire in modo più dinamico (ovvero con maggiore «buon senso») quando si tratta di modificare la strategia in base alle performance attuali, ad esempio in seguito a un'importante cancellazione imprevista a metà mese.

Questo approccio si combina particolarmente bene con la spiegabilità dell'IA in linguaggio naturale, ampiamente utilizzata da diversi fornitori, ma ancora più efficace quando la decisione alla base del prezzo è stata presa dalla stessa IA. Sebbene molti provider utilizzino l'IA generativa per la spiegabilità, lo strumento sottostante è generalmente basato sui propri algoritmi di ML.

12. Cinque domande da porsi se stai valutando l'automazione dei prezzi

1. Chi gestisce il pricing giorno per giorno?

Se hai un revenue manager che ama creare comp set, modificare le tariffe, aggiornare le extranet e testare strategie di pricing, uno strumento di configurazione avanzata saprà valorizzare questo lavoro.

Se il tuo obiettivo principale è aumentare la reputazione e le prenotazioni dirette, considera l'automazione anziché il revenue management manuale. Lasciare che sia l'IA a svolgere il lavoro preliminare ti permette di concentrarti sull'analisi dei prezzi, sul monitoraggio dell'IA, sulla definizione delle strategie di gruppo e dei limiti per le tariffe corporate negoziate o sul posizionamento digitale dei tuoi prodotti. Il prezzo è importante, ma rappresenta solo una componente dell'insieme.

Se il pricing è semplicemente una delle venti attività di cui ti occupi, dovresti cercare uno strumento che esegua le attività anziché limitarsi a fornire consigli. Gli strumenti migliori ti permettono di mantenere il controllo e intervenire quando necessario, eliminando al tempo stesso le attività di pricing più ripetitive e impegnative.

2. Lo strumento può applicare strategie diverse alle diverse aree della tua attività?

Un unico obiettivo di pricing applicato in modo uniforme può essere sufficiente per una guest house di cinque camere. Tuttavia, potresti aver bisogno di maggiore flessibilità se gestisci più strutture o un portafoglio ibrido e disponi di diverse categorie di alloggio in località differenti e con ruoli commerciali diversi.

In questo caso, verifica se:

- Lo strumento ti consente di variare obiettivi e strategie per segmento (ovvero a livello di gruppo, struttura e categoria), con un unico accesso e da un unico calendario.
- Queste variazioni ereditano impostazioni predefinite sensate, evitando di dover configurare tutto da zero.

3. Quanto sono rigidi i guardrail?

I prezzi minimi fissi proteggono la tua tariffa, ma non possono adattarsi alle condizioni in evoluzione. Alcuni strumenti consentono all'IA di modificare i propri guardrail quando si verificano condizioni specifiche da te definite, come una bassa occupazione, una finestra di prenotazione lunga o dei gap nel calendario. Questa **flessibilità condizionale può recuperare ricavi** che un limite minimo rigido lascerebbe sul tavolo.

4. Da dove provengono le tariffe?

Le tariffe possono essere generate da uno strumento di terze parti e successivamente trasferite al PMS, oppure essere generate direttamente all'interno del PMS. Un motore di pricing integrato nel PMS elimina un passaggio di sincronizzazione, un secondo accesso e un ulteriore rapporto con il team di supporto. Uno strumento standalone può invece offrire una maggiore profondità di configurazione.

Entrambe le opzioni sono valide; la domanda è quale compromesso sia più adatto alle tue esigenze.

5. Come varia il costo con la crescita?

Le **commissioni basate su una percentuale dei ricavi** offrono il miglior equilibrio tra rischio e rendimento: aumentano ogni volta che le performance migliorano e diminuiscono quando il business rallenta. Ad esempio, se il pricing ti costa l'1% dei ricavi ma genera un miglioramento del 5%, il vantaggio è a tuo favore.

Le **tariffe per annuncio o per camera** rimangono fisse e possono inoltre prevedere sconti sui volumi, aiutandoti a scalare e migliorare le metriche per unità con la crescita dell'attività.

Per un portafoglio in crescita, la differenza di costo può accumularsi in modo significativo nell'arco di alcuni anni.

Scegliere la soluzione più adatta

Il miglior strumento di pricing basato sull'IA è quello che si adatta al modo in cui vuoi lavorare.

Se vuoi la massima possibilità di configurazione, ti piace occuparti del pricing e possiedi le competenze necessarie per utilizzarlo, uno strumento di configurazione avanzata può essere la soluzione ideale per te.

Se vuoi che il pricing funzioni autonomamente con una direzione strategica semplice ed efficace, esistono diverse ottime opzioni di automazione guidata.

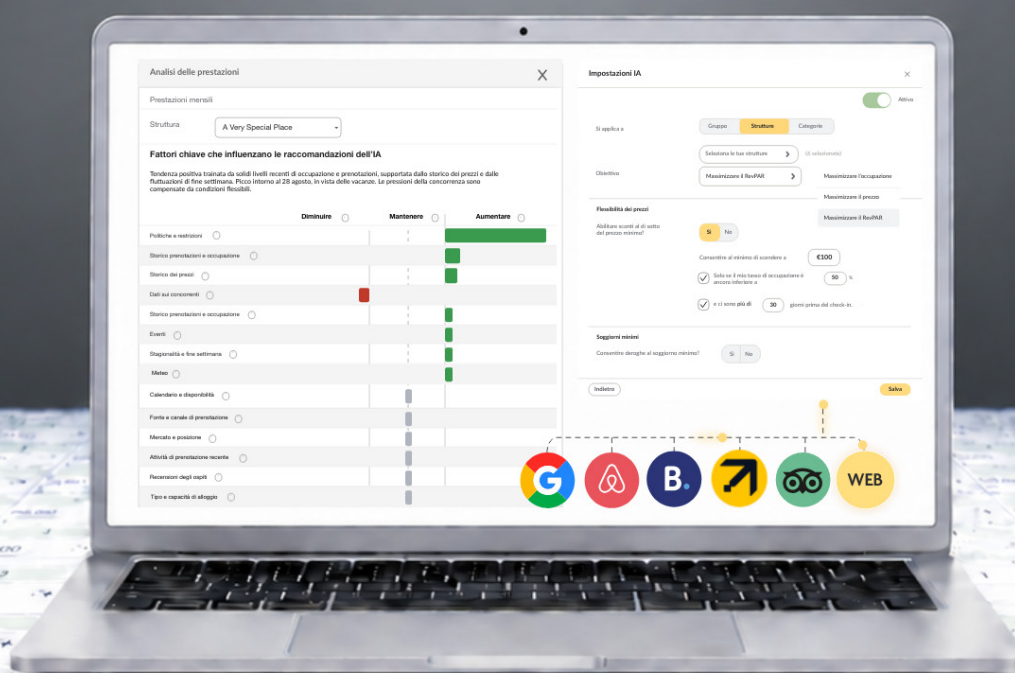
I Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo sono stati progettati per te se vuoi:

- Definire strategie differenziate per le diverse aree della tua attività.
- Impostare regole condizionali che stabiliscano quando l'IA può modificare i propri guardrail.
- Gestire tutto all'interno della stessa piattaforma che utilizzi per amministrare il resto della tua attività, con la sicurezza di poter monitorare facilmente i risultati e intervenire in qualsiasi momento.

Vuoi provare la soluzione di pricing dinamico intrinseco basato sull'IA di eviivo?

Prenota qui sotto una demo gratuita con uno dei nostri consulenti esperti.

PRENOTA UNA DEMO GRATUITA



eviivo

PER MAGGIORI INFORMAZIONI, CONTATTA

SALES@EVIIVO.COM | +39 (0)694 801 487