

Ecosistema Digitale del Turistico

# Market Place Ancillaries: MPA

1.0 - 3 2 2021



# PREMESSA

## ❖ **I turisti vogliono prodotti da acquistare, senza dover ricercare da un fonte all'altra, e chiedono**

- ✓ Affidabilità
- ✓ Un buon rapporto qualità/prezzo
- ✓ Possibilità di prenotazione
- ✓ Strumenti di pagamento

## ❖ Servono frontend di facile accesso, pronti a offrire a ogni tappa del viaggio una selezione di qualità, delle «cose da fare»



Chi viaggia è sempre più alla ricerca di un'offerta completa, conveniente e che includa tutti i servizi per una esperienza di viaggio unica e personale

# ANCILLARIES



Obiettivo  
è diventare  
il soggetto capace  
di intermediare  
tutta l'esperienza di  
viaggio,  
la cosiddetta  
*Amazon* del turismo

## ❖ I servizi Ancillaries sono

- ✓ I servizi aggiuntivi di un prodotto basico, per esempio la possibilità di scegliere un posto comodo per le compagnie aeree, o un upgrade di camera per gli alberghi.
- ✓ Le componenti di un viaggio che vanno oltre il volo e gli alberghi come i ristoranti, i noleggi auto, le card turistiche, i biglietti per gli eventi, le attività sportive le assicurazioni etc.

## ❖ 3 grandi player si contendono il ruolo di one stop shop:

- Compagnie aeree
- Catene alberghiere
- Online travel agencies (OTA)

# IL MERCATO



Si prevede che entro il 2025 oltre l'80% di chi viaggia acquisterà servizi ancillari durante il viaggio

## Le componenti di successo del mercato dei servizi ancillari:

- ❖ La crescita della propensione all'**acquisto online**
- ❖ Diffusione degli **smartphone** e abbattimento dei costi di roaming dati
- ❖ **Condivisione** sui social media e possibilità di «intercettare» il turista

## Alcuni esempi di servizi ancillari

- Noleggi per attività sportive, sci, biciclette, canoe, etc
- Servizi agli animali domestici (ad es. toeletta, pensione, cibo, etc)
- Servizi alla persona (ad es. baby sitting, SPA, cura della persona. etc)
- Viaggiatori con caratteristiche peculiari e difficoltà motorie
- Personal shopper
- Spedizioni bagagli e acquisti

# STRATEGIA



- ❖ Il marketplace **MPA** è uno strumento che si integra con l'Ecosistema Digitale del Turismo per migliorare l'offerta e
  - ✓ disintermediare i grandi player
  - ✓ prolungare la permanenza in una DMO
  - ✓ decongestionare i punti di maggior afflusso
  - ✓ aumentare il margine operativo
  
- ❖ Un motore di product management che per semplicità d'uso possa diffondersi ed essere utilizzato in un mercato molto frammentato.
  
- ❖ Un'iniziativa che stimoli la cooperazione competitiva degli operatori, una coopetition per rendere la destinazione più attrattiva anche grazie ad azioni di co-marketing



# FABBRICA DI PRODOTTO

## Il marketplace **MPA** è un ambiente digitale che gestisce dinamicamente il rapporto tra l'Offerta, l'Intermediazione e la Domanda

- ✓ un catalogo dinamico dei fornitori di servizi
- ✓ un ambiente di back-end fondato su standard di interoperabilità
- ✓ un generatore di prodotto API based per moltiplicare le opportunità

L'espressione di regole condivise, specifiche, che consente tutte le transazioni operative e contrattuale, compensando ogni singolo componente del prodotto finale, che esso sia una persona o un'impresa.

# MARKETING



## **MPA** è la soluzione per generare un'offerta territoriale competitiva che studia ed elabora le preferenze dei clienti

- ✓ Profilando i comportamenti
- ✓ Interpretando i flussi
- ✓ Comprendendo in real time le opportunità

### Vantaggi per l'offerta

- ❖ Disporre di un canale associato alla vendita del proprio territorio, sviluppando attività di comarketing sui canali di vendita professionali Tour Operator e Agenzie di Viaggio, concentrandosi solo sul proprio core business.
- ❖ Possibilità di attuare politiche dinamiche di prezzi sulla base di dati aggiornati e sull'andamento, sull'evento, sul periodo o sulla provenienza del turista

# STRATEGIA

- ❖ Il Marketplace è un archivio dinamico che consente di avviare la classificazione degli operatori registrati, garantendo diversi livelli di operatività e di aggregazione, in funzione delle specificità.

**Ogni operatore può contrattualizzare e negoziare le condizioni commerciali e tracciare l'efficacia dei prodotti di cui è una componente, partecipando a una forma di intermediazione innovativa e trasparente**



# FORNITORE DI SERVIZI

## Codificare i servizi è un investimento che industrializza la filiera e la rende più facilmente distribuibile

- ✓ Anagrafica del fornitore
- ✓ Classificazione per cluster di prodotto
- ✓ Profilo per fatturazione
- ✓ Sistemi di incentivazione e reward

**MPA** consente di analizzare il proprio posizionamento, e l'efficacia della proposta, con indicazioni predittive fondate sui trend e la Big Data Analytics



# PROCESSO OPERATIVO

- ❖ Il fornitore accede a un ambiente dove può
  - ✓ Gestire e personalizzare la propria anagrafica
  - ✓ Mantenere un contatto diretto per accordi e affiliazioni
  - ✓ Condividere informazioni
  - ✓ Commercializzare e Pagamenti
  - ✓ Analisi contabile mensile, prenotazioni perse, richieste di informazioni
  - ✓ Gestione Trattamento dati (Privacy)
  
- ❖ Un sistema di autoanalisi basato su filtri per comprendere
  - ✓ Efficacia commerciale (offerte più vendute o più vantaggiose)
  - ✓ Tipologia clienti (gruppi, congressisti, missioni)
  - ✓ Dinamiche area geografica in un intervallo temporale

# AGENZIE DI VIAGGIO E TOUR OPERATOR

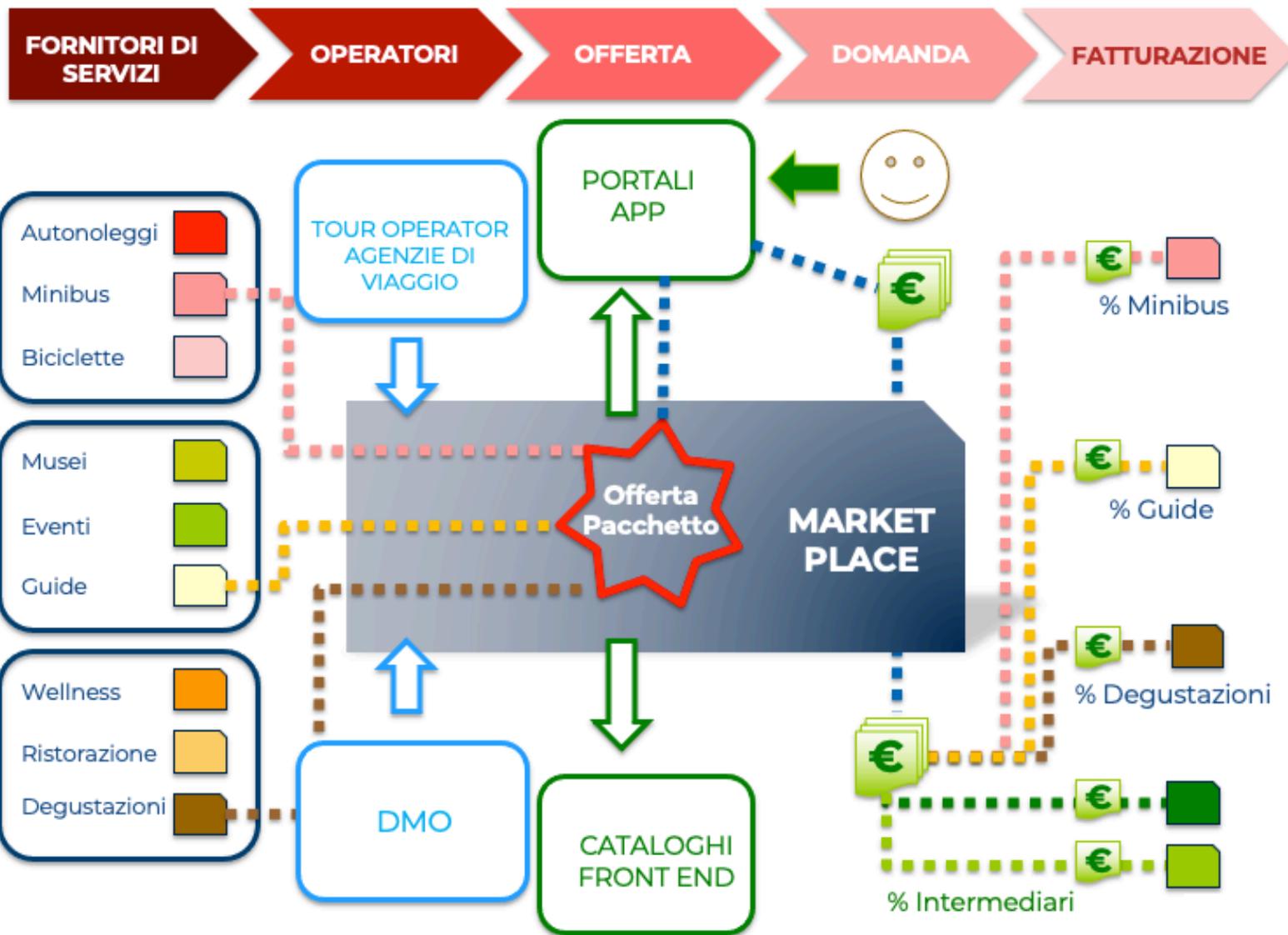


## **L'ambiente è accessibile a chi aggrega il prodotto, disponendo di informazioni aggiornate**

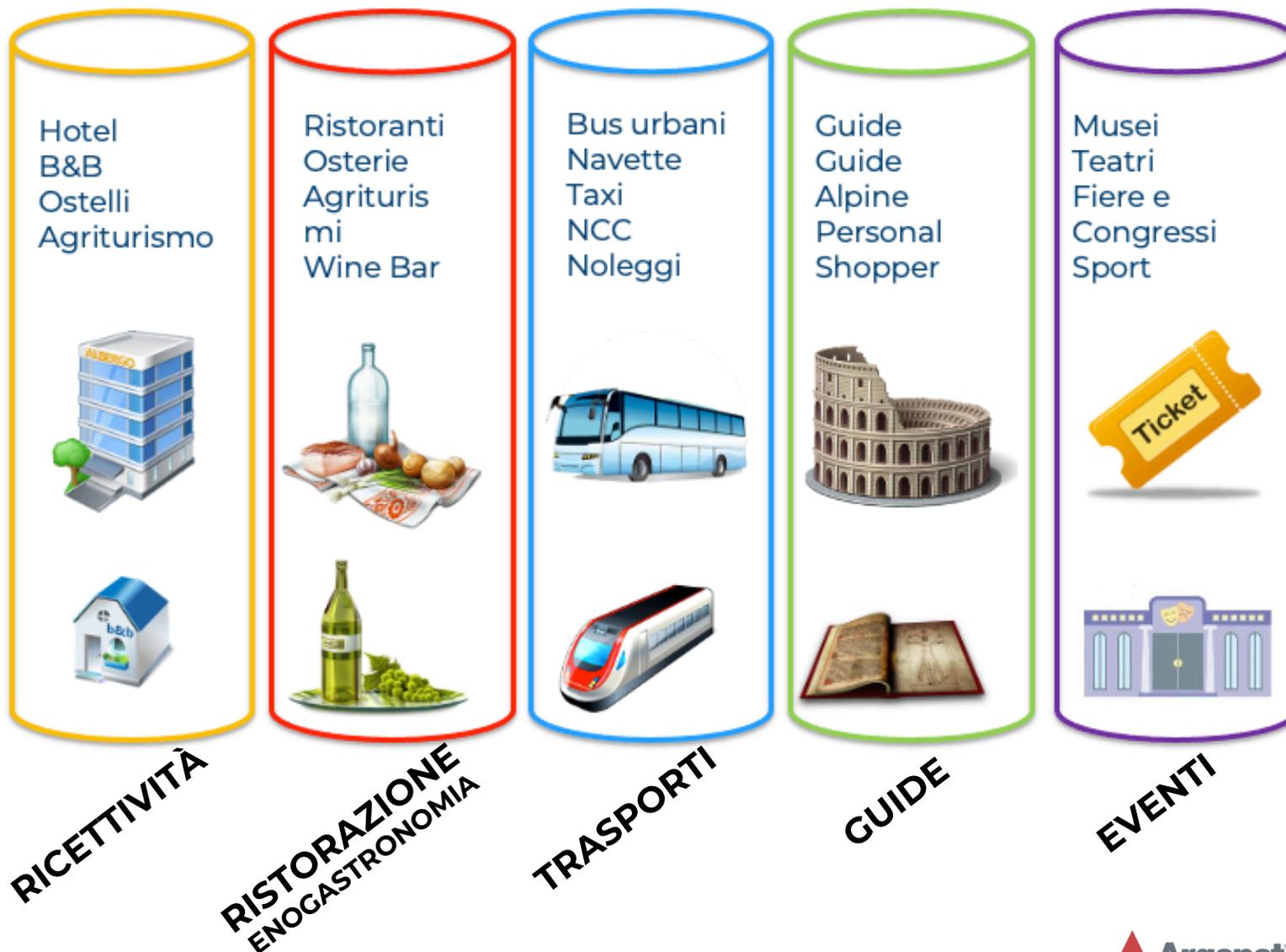
- ✓ Gestione Disponibilità effettiva
- ✓ Trasparenza dei prezzi
- ✓ Scontistica personalizzata per operatori
- ✓ Promozioni e Offerte
- ✓ Calendari fiere e congressi georeferenziato con possibilità di intercettare in anticipo i partecipanti, contattando chi organizza l'evento

Il Tour Operator può crearsi una cartella di fornitori favoriti, scelti per qualità di servizio o per condizioni commerciali, con cui avere una consuetudine di rapporti.

# SCHEMA



# SUDDIVISIONE PER SILOS





# IDFENTIFICAZIONE UNIVOCA

Un ambiente fondato sull' identificazione univoca (Unique Global Identifiers) che esprima tutte le componenti del viaggio, attraverso una classificazione che consenta di aggregarle in modo dinamico.



# COMMUNITY

Uno spazio collaborativo sul modello dei social network per fare interagire in modo sinergico servizi turistici e servizi urbani, connettendo gli stakeholder amministratori, imprenditori e professionisti che condividendo informazioni e dati, presentino aggregazioni sul modello delle Card del turista, personalizzate per

- ✓ Area geografica, es. La Card città con servizi trasporto e Musei
- ✓ Tematismi, es. I Musei di arte contemporanei in varie città
- ✓ Periodo d'uso es. 48 Ore in Lombardia all inclusive, trasporti e musei

La nuova frontiera è offrire alle imprese gli strumenti e le informazioni necessarie per creare prodotti turistici fortemente personalizzati.



MPA è anche una  
piattaforma di  
community  
management per  
fare dialogare gli  
stakeholder del  
territorio

Ecosistema Digitale del Turistico

# Market Place Ancillaries: IL PRODOTTO

1.0 - 3 2 2021



# RUOLO DEL SISTEMA OPERATIVO DEI SERVIZI ANCILLARI IN EDT



## ❖ Aggregazione di Contenuti Turistici:

- ✓ Da vari Enti ed Operatori turistici
- ✓ Tramite l'integrazione di applicazioni sia esterne che interne e fonti dati differenti provenienti dai vari operatori turistici

## ❖ Distribuzione di Contenuti Turistici:

- ✓ per il turista/cittadino, Enti e Operatori
- ✓ tramite l'integrazione con i vari canali digitali e molteplici Frontend (Omnichannel)

## ❖ Gestione ed analisi dati:

- ✓ Dati e contenuti (ad es. dati operatori, dati prodotto, prospect base, prenotazione, pagamenti...)
- ✓ Per tutta la filiera turistica con gradi di dettaglio differenti
- ✓ Tramite l'integrazione con tool di analytics ad hoc



# GESTIONE DEL PROFILO OPERATORE

## MODULO DATI

- Nome operatore
- Tipologia azienda: SRL, SPA, libero professione, ...
- Tipologia: GuidaMBK, Noleggio canoa
- Indirizzo (con codifica Geocoding)
- Dati contatto: Mail, tel, sito web...
- Lingue parlate
- Codicefiscale/P.Iva
- Dati iscrizione CCIAA
- Eventuali licenze/abilitazioni
- Logo
- ...

# GESTIONE DEL PROFILO OPERATORE

## FLUSSO LOGICO



*NB il flusso logico tiene conto delle indicazioni dei legali di Explora*



# GESTIONE DELL'OFFERTA

- Titolo
- Descrizione
- Foto evocativa
- Gallery
- Tematismo: Arte, Food&Wine,... (ereditati da EDT)
- Target: famiglie, coppia... (ereditati da EDT)
- Aree: Milano, Sondrio, Lago di Garda (ereditati da EDT)
- Orario inizio servizio: es.9:30, 14:00, es visita guidata
- Durata: es. la visita dura 3h.
- Tipo di Disponibilità: Limitata/Illimitata
- Disponibilità in caso di Limitata: Numero minimo di adesioni , Numero massimo di adesioni, (il servizio verrà erogato al raggiungimento del Numero min di adesioni)
- Prezzo standard (Default): se non sovrascritto è usato come prezzo del offerta.
- Fee offerta
- Prezzo NET offerto



# ESEMPIO DI GESTIONE OFFERTA

**Guida in linea:**  
Gli ancillari sono i servizi offerti agli utenti.

**Operatore:** prova2 raffaele

**Tematismo:** Active

**Target:** Tutti

**Aree**

Milano  Sondrio  Lago di Garda

**Tipo Disponibilita:** Limitata

**Titolo:** Noleggio MBK

**Descrizione:**  
Noleggio MBK

**Ora inizio servizio**

01 00 **AGGIUNGI** **RIMUOVI**

08:00 09:00 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00 16:00 17:00 18:00 19:00

**Durata:** 1

**Numero max. adesioni:** 1

**Numero min. adesioni:** 10

**Prezzo standard:** 15,00

**Foto evocativa:**

**SALVA** **INDIETRO**



# CALENDARIO, DISPONIBILITÀ E PREZZI

Inserisci/modifica calendario

Guida in linea

Ancillari	Escursione Duomo Milano 3	Policy cancellazione	Moderata
Prezzo	60,00	Disponibile da	26/09/2017
Disponibile a	31/01/2018	Sospeso	No

SALVA INDIETRO

RICARICA IL CALENDARIO SVUOTA IL CALENDARIO

NOVEMBRE 2017

today < >

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
29	30	31	1	2	3	4
			visualizza slot	visualizza slot	visualizza slot	visualizza slot
5	6	7	8	9	10	11
visualizza slot						
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

01/11/2017 Fasce orarie

10:30 (55,00 €) (posti disp: 18)	☰	✎
13:30 (60,00 €) (posti disp: 10)		✎
14:00 (60,00 €) (posti disp: 10)		✎
16:30 (60,00 €) (posti disp: 0)	☰	✎



# SUPPLEMENTI, RIDUZIONI, RESTRIZIONI ED ECCEZIONI DEL PRODOTTO

- ❖ Il *price calculation* si compone di una parte base e qualsiasi numero di parti variabili di ribassi o supplementi. Ogni componente ha dei suoi propri dati base (descrizione, immagine ecc.), propri periodi e i seguenti parametri di configurazione:
  - ✓ Validità da/a data;
  - ✓ Validità solo x persone da/a età;
  - ✓ Validità solo x persone da/a età via prenotazione standard;
  - ✓ Validità solo x periodo di servizio da/a data;
  - ✓ Validità solo x data arrivo da / arrivo fino al;
  - ✓ Validità solo x data prenotazione;
  - ✓ Validità solo x n° persone; per n° bambini; per n° adulti;
  - ✓ Validità solo x determinati giorni della settimana;
  
- ❖ Per i servizi ancillari minimi possono essere configurati i seguenti parametri:
  - ✓ Servizio possibile solo in determinati giorni della settimana
  - ✓ Servizio possibile solo in presenza di un minimo di partecipanti
  - ✓ Durata minima del servizio
  - ✓ Definizione dei costi accessori



## POLICIES DI CANCELLAZIONE E VENDITA

- ❖ La regola di cancellazione è un testo che viene «stampato» sia nell'Online Reception in fase di prenotazione, sia nel voucher che viene inviato al cliente via email. Questo testo disciplina le penali applicate in caso di No Show o cancellazioni fatte senza adeguato anticipo. L'operatore indica nella regola di cancellazione la penalità che verrà applicata in questi casi e come agirà quindi sulla carta di credito dell'ospite posta a garanzia della prenotazione.
- ❖ La Regola master è la regola standard iniziale di default. E' possibile scegliere ulteriori regole di cancellazione che potranno essere dedicate ad offerte speciali (come ad esempio l'offerta non refundable) o alle prenotazioni che entrano con il modello bids o anche a codici sconto. Ulteriori regole di cancellazione possono essere anche dedicate ad alcuni periodi dell'anno tramite il Calendario delle cancellazioni.
- ❖ Costruzione di una regola: Il sistema fornisce un set di testi predefiniti per facilitare la costruzione della regola. Questi testi possono essere selezionati tramite il campo Tipo Regola. Altri pochi campi vengono richiesti in funzione del tipo di regola scelto: (ad esempio scegliendo come Tipo Regola: percentuale sull'importo, si dovrà inserire appunto la percentuale).





## IL MODULO DI VENDITA B2B

- ❖ Il Widget, a seguito di pre-profilazione del cliente finale, fornirà una combinazione di proposte turistiche che siano state scelte sulla base di una serie di filtri stabiliti secondo due modalità:
  - ✓ **Indiretto:** il canale di vendita esegue una serie di domande e/o recepisce le Informazioni necessarie per poter eseguire la ricerca, è previsto che il canale di vendita possa pre-configurare i servizi ancillari che intende offrire a completamento della propria offerta.
  - ✓ **Diretto:** Il cliente finale, tramite accesso alla APP esegue la selezione effettuando lui la selezione dei campi di ricerca.
- ❖ I filtri dovranno almeno essere: Data, Luogo, Budget Spesa, Tema, Tempo soggiorno, ecc.
- ❖ Il Widget visualizzerà proposte e pacchetti relativi secondo ricerche specifiche effettuate dal canale. Una volta selezionate le proposte ritenute interessanti, il Widget permetterà il download in PDF di una scheda riepilogativa, che il canale di vendita potrà allegare alla comunicazione (mail) nei confronti dei propri clienti.



## IL MODULO DI VENDITA B2C

- ❖ Le funzioni previste nel modulo B2B potranno essere estese a vari canali B2C attraverso Webservice/API esposti per la piena integrazione sui diversi font end.
- ❖ L'interfaccia creata sarà appositamente studiata per scambiare i dati con EDT, la trasmissione dei dati avverrà in formato XML, tramite il protocollo HTTP.
- ❖ A mezzo di un sistema di diritti si potrà determinare precisamente i limiti di interrogazione e tracciare la source di esposizione del dato.



## GESTIONE DELLE TARIFFE NETTE, COMMISSIONABILI, GRUPPI E WHOLESALE

- ❖ La procedura per la gestione di contratti con i fornitori di servizi a terra si avvale di una struttura parametrica e segue la filosofia operativa tipica dei tour operator. Questa scelta progettuale, oltre che per le caratteristiche di flessibilità, è stata adottata per offrire un ambiente di lavoro «abituale» al mercato del travel.
- ❖ Il programma prevede il caricamento e la gestione dei listini in acquisto dei fornitori di servizi come: transfer, escursioni, noleggi auto ecc.
- ❖ La definizione dei listini di vendita è possibile tramite funzioni di mark up, differenziabili per tipologia di prodotti e per canali di commercializzazione. La possibilità di inserire note descrittive sui singoli servizi concorre a rendere più completi ed esaustivi i contenuti dei documenti di viaggio.
- ❖ E' prevista inoltre la gestione dei contingenti in allotment, la cui disponibilità a fronte delle prenotazioni, avviene seguendo i parametri e le regole tipiche del settore: venduto, in opzione free sales, stop sales, on request e con release.



## MODULO DI CONTABILITÀ GENERALE

- ❖ Il sistema è predisposto per gestire pagamenti tramite carta di credito a garanzia, bonifico e pagamento diretto.
- ❖ Tutte le prenotazioni e le transazioni vengono tracciate. Questo con la finalità di poter produrre report delle attività e per la relativa contabilizzazione.
- ❖ Inoltre si possono contabilizzare eventuali fee (o revenue share) sulle prenotazioni.
- ❖ Qualora la Committente lo ritenesse opportuno il sistema conterrà una funzionalità “contabilità analitica”. Questa funzione potrà essere utile in caso si optasse per chiedere un pagamento online (totale o parziale) agli ospiti eliminando inutili e complicati archivi e conti di transito. La funzione verrà configurata in modo che la Committente possa gestire delle commissioni in percentuale ed esportare il dato per la generazione della fattura sui propri sistemi di fatturazione industriale.



## SISTEMA DI INCENTIVAZIONE E FEE B2B E B2B2C

- ❖ Il sistema consentirà di stimolare ed incentivare l'utilizzo della piattaforma, creando nella fase iniziale un «forte» stimolo alla scoperta e all'utilizzo. Il meccanismo di «incentivazione» potrà essere indotto anche da stimoli di «competizione» e/o di «gaming».
- ❖ Il sistema da un lato indurrà l'utilizzatore al costante e ripetuto riutilizzo della piattaforma, e dall'altro creare un senso di appartenenza ed esclusività. Quindi fondamentale è il lavoro editoriale e di comunicazione che deve avvenire tra la piattaforma e i singoli utilizzatori, in modo da mantenere sempre costante il rapporto, (invio news-letter, proposte, inviti esclusivi, accessi privilegiati, partecipazione ad anteprime, ecc.)
- ❖ Il sistema prevede diverse forme di «reward (premio)», in funzione di chi sarà il reale utilizzatore della piattaforma (struttura alberghiera, viaggiatore, operatore, info-point, ecc.)



# MODULO DEI PAGAMENTI

## ❖ Semplice e veloce

- ✓ Tutte le richieste di prenotazione che pervengono possono essere agevolmente elaborate, indirizzando il cliente ad un link dove potrà compilare un apposito modulo di raccolta del dato di pagamento.

## ❖ Comodo

- ✓ Il cliente paga con carta di credito. L'importo viene contabilizzato e reso disponibile all'operatore. Il pagamento è sicuro e tracciabile in ogni momento.

## ❖ Facile da utilizzare

- ✓ L'interfaccia è semplice ed intuitiva e guiderà l'ospite nel pagamento senza problemi.

## ❖ Sicuro

- ✓ Il sistema lavora con gli standard di sicurezza più elevati grazie a "e-commerce" di provata affidabilità.

## ❖ A garanzia della prenotazione

- ✓ Il sistema Vi permette di usare la caparra come garanzia per coprire eventuali disdette.

# COUPONING



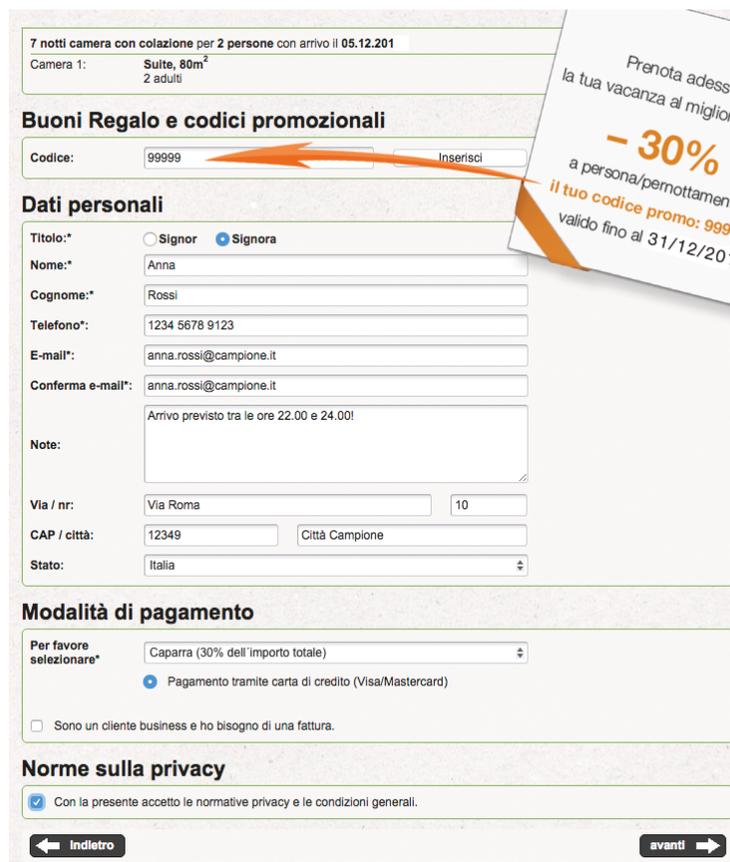
- ❖ I buoni regalo sono un ottimo strumento di promozione. Battesimo, compleanno, matrimonio, Natale - sono numerose le occasioni per rendere un simpatico omaggio.
- ❖ Per questo motivo i buoni si trovano ai primi posti nella lista dei regali preferiti - anche e soprattutto quando provengono dal settore del turismo.



# SPECIAL DEAL

I codici promozionali possono essere definiti con una quota sconto o percentuale, oltre ad essere limitati nel tempo.

Un *promocode* può essere riscosso durante una prenotazione per esempio nel *widget* di prenotazione online. Il valore viene detratto dal prezzo totale del servizio prenotato.



7 notti camera con colazione per 2 persone con arrivo il 05.12.2011  
Camera 1: Suite, 80m<sup>2</sup>  
2 adulti

**Buoni Regalo e codici promozionali**  
Codice: 99999  Inserisci

**Dati personali**  
Titolo:\*  Signor  Signora  
Nome:\* Anna  
Cognome:\* Rossi  
Telefono\*: 1234 5678 9123  
E-mail\*: anna.rossi@campione.it  
Conferma e-mail\*: anna.rossi@campione.it  
Note: Arrivo previsto tra le ore 22.00 e 24.00!  
Via / nr: Via Roma 10  
CAP / città: 12349 Città Campione  
Stato: Italia

**Modalità di pagamento**  
Per favore selezionare\* Caparra (30% dell'importo totale)  
 Pagamento tramite carta di credito (Visa/Mastercard)  
 Sono un cliente business e ho bisogno di una fattura.

**Norme sulla privacy**  
 Con la presente accetto le normative privacy e le condizioni generali.

Prenota adesso la tua vacanza al miglior prezzo  
**- 30%**  
a persona/pernottamento  
il tuo codice promo: 9999  
valido fino al 31/12/2011



## ESTENSIONE DEGLI STANDARD OTA/ALPINEBITS

- ❖ Alpinebits è un progetto che vuole standardizzare e unificare lo scambio di dati tramite OTA locali e internazionali.
- ❖ AlpineBits è uno standard d'interfaccia aperto, ovvero la definizione disponibile di un'interfaccia (Creative Commons, CC BYND 3.0) che consente lo scambio di dati nel settore turistico.
- ❖ AlpineBits è basato sullo standard OTA ed è stato arricchito di definizioni aggiuntive (come l'autenticazione e il protocollo di trasporto).
- ❖ Quali vantaggi nell'uso di AlpineBits?
  - ✓ Uno standard d'interfaccia, unico e aperto, favorisce la collaborazione di tutte le aziende coinvolte a livello tecnico. I vantaggi proposti dai sistemi compatibili con AlpineBits producono effetti positivi a beneficio diretto di albergatori e ospiti:
  - ✓ Gli ospiti reperiscono sui portali i prezzi e le offerte sempre attuali e uniformi, e possono passare direttamente alla prenotazione. In questo modo, essi si risparmiano anche del tempo per la ricerca.



## RIFERIMENTI

Bernardo Clericetti  
*Product Manager*

b.clericetti@argonet.it

### MILANO

Via G.B. Pirelli 29 - 20124  
+39 02 66823373

### ROMA

P.zza Bologna 1 - 00162  
+39 06 92929053

[www.argonet.it](http://www.argonet.it)  
[info@argonet.it](mailto:info@argonet.it)