



La nostra Vision

Diventare l'azienda più utile e amata a livello globale per il settore alberghiero grazie al software più intelligente e facile da usare.

Smartpricing in breve

Il mondo dei viaggi è cambiato.

Se fino ad alcuni decenni fa vendere una camera era un processo lineare, ora le cose sono diverse.

Una miriade di fattori influiscono sulla fase di prenotazione e lo scenario è molto più complesso per le strutture ricettive.

Chi vende deve tenere in considerazione le piattaforme OTA su cui è presente, le offerte sul suo sito web, le campagne di sponsorizzazione attive, le performance dei suoi dati storici e molto altro.

Inoltre non può ignorare fattori fuori dal suo controllo come gli eventi, il meteo, i trend della destinazione, le azioni dei competitor.

Come può un imprenditore alberghiero o extralberghiero del XXI secolo districarsi efficacemente in questa giungla di dati?

Può decidere di ignorarla e mantenere i prezzi standard di listino, trascurando così le fluttuazioni della domanda e perdendo potenziali utili.

Una decisione non solo anacronistica, ma anche dannosa dal punto di vista finanziario.

In alternativa può affidarsi ai **prezzi dinamici** per tenere conto di ogni fattore e modificare i prezzi in base alla situazione del momento.

Una scelta condivisibile, ma impossibile da mettere in pratica con successo in una piccola-media struttura.

Il tempo da dedicarci è poco, le informazioni a disposizione sono spesso incomplete e non si ha mai la certezza di scegliere il prezzo giusto al momento giusto.



Le grandi catene hanno risolto il problema assumendo dei revenue manager, ma cosa può fare un'attività più piccola?

Qui entra in gioco **Smartpricing**.

Smartpricing è un *Revenue Management Software* che **aiuta gli imprenditori alberghieri ed extralberghieri a trovare i prezzi giusti, aumentare il fatturato della loro struttura e ad abbattere l'incertezza.**

Tutto questo è possibile grazie ad algoritmi di intelligenza artificiale che analizzano una miriade di dati e suggeriscono il prezzo migliore in automatico.

Grazie a Smartpricing, i gestori sono in grado di:

- trovare il **prezzo più profittevole in ogni momento**
- **eliminare lo stress e l'incertezza** legato alla scelta del prezzo e alla paura di perdere denaro
- **aumentare il loro fatturato**, in media fino al 22% in più con picchi del 30%;
- **risparmiare tempo**, fino a 500 ore l'anno;
- aumentare il numero di camere vendute e, di conseguenza, la **visibilità degli annunci** sui portali di prenotazione.
- **automatizzare la pubblicazione del prezzo** sui diversi canali di vendita

La nostra storia

Aprile 2020, pandemia.

Smartpricing esiste da appena due mesi, eppure deve affrontare la più grande crisi di sempre per il turismo mondiale.

Un po' come un neonato che giace su una spiaggia dove sta per abbattersi uno tsunami.

Quante sono le chance di sopravvivere?

Facciamo un passo indietro.

La storia di Smartpricing inizia in California tra il 2015 e il 2016.



Luca Rodella è un ragazzo trentino che ha la passione per l'imprenditoria e sta ottenendo un master in Marketing all'Università di Los Angeles.

Insieme a un socio americano, avvia un'attività di property management.

Il business funziona, è profittevole, ma Luca non è soddisfatto: vorrebbe ottenere risultati migliori e ottimizzare il tempo che dedica all'attività.

In particolare, calcolare il prezzo ideale di ogni appartamento in base alla domanda/offerta richiede ore di lavoro e non c'è mai la certezza di fare la scelta giusta.

Il suo socio trova però la soluzione: acquista un software che calcola i prezzi in automatico facendo risparmiare tempo e riducendo al minimo il rischio di errori.

È la svolta.

Gli appartamenti diventano ancora più redditizi e la vita imprenditoriale di Luca cambia per sempre.

Quando finisce il percorso di studi a Los Angeles, decide di tornare in Italia e replicare il fortunato business americano.

Inizia a gestire alcune case vacanza sul Lago di Garda, ma un ostacolo gigantesco si frappone sulla via.

Il magico software per gestire i prezzi non esiste sul mercato Italiano.

Cosa fare?

Usare un listino con prezzi fissi tutta la stagione vuol dire tornare indietro di 30 anni, non sfruttare le variazioni della domanda di camere e lasciare profitti per strada.

Calcolare a mano i prezzi dinamici significa invece sacrificare ore di tempo e vivere nell'ansia costante di aver scelto un prezzo sbagliato.

Assumere un revenue manager che faccia solo quello non è infine sostenibile per l'azienda di Luca.

L'unica soluzione è creare il software da zero.



Luca riunisce due vecchi amici della zona: **Eugenio Bancaro**, developer di esperienza con un recente passato nella Silicon Valley, e **Tommaso Centonze**, che in quel momento lavora in Irlanda con Google.

Insieme creano un prototipo del software, lo testano sugli appartamenti di Luca e ne vedono subito i risultati.

L'attività raggiunge picchi di fatturato fino al +70% rispetto ai competitor della zona!

I 3 soci capiscono subito che quella soluzione può fare la fortuna di tanti altri imprenditori ricettivi e decidono di metterla in commercio.

A febbraio 2020 nasce dunque **Smartpricing**, un **Revenue Management Software** in grado di **trovare il prezzo giusto al momento giusto e abbattere l'incertezza**.

Poi arriva il Covid.

La pandemia si diffonde, i viaggi si fermano e le strutture ricettive chiudono.

Smartpricing rischia di cadere prima ancora di partire, ma i tre fondatori non si danno per vinti.

Sanno che un sistema che aiuta a scegliere i prezzi e sfrutta le tariffe dinamiche sarà ancora più importante quando il mondo riaprirà.

Superati i mesi più bui della primavera 2020, i ragazzi iniziano a proporre il software alle strutture ricettive della zona, una alla volta.

Prima sul Lago di Garda, poi in Trentino e poi nelle regioni limitrofe.

Nonostante il periodo di difficoltà per i viaggi, le strutture che usano Smartpricing raggiungono risultati oltre le aspettative e l'azienda riceve sempre più interesse.

A fine 2020 Smartpricing assume i primi dipendenti e inizia a vendere su tutto il territorio nazionale.

La crescita è costante e diversi investitori credono nel progetto.

A dicembre 2021 Smartpricing conta circa 40 collaboratori e inizia a guardare ai mercati esteri.



A maggio 2022 i dipendenti sono già 80 e i clienti oltre 800.

Il futuro?

Crisi politiche ed economiche sono all'orizzonte, ma l'azienda ha già attraversato con successo momenti difficili.

Smartpricing sa come affrontare le sfide.

Come funziona Smartpricing

Smartpricing utilizza l'**intelligenza artificiale** per creare il prezzo di vendita ideale per le proprie camere, ossia quello che intercetta la domanda di mercato in tempo reale e massimizza la redditività.

Questo processo avviene in tre passaggi.

- 1) Il software **analizza** oltre 100 volte al giorno le performance della struttura, i prezzi dei competitor, lo storico e le previsioni di occupazione, l'andamento della domanda e dell'offerta in una determinata zona.
- 2) L'**algoritmo intelligente** lavora al posto dell'imprenditore ed **elabora la tariffa** più redditizia in base alla richiesta di camere in quel preciso momento.
- 3) Le **integrazioni** con i principali PMS e channel manager fanno sì che i prezzi generati vengano **pubblicati in automatico** sul sito della struttura e sui portali OTA.

Quali sono invece i punti di forza che i clienti di Smartpricing apprezzano di più?

Aggiornamento costante dei prezzi

Il software ottimizza le tariffe di ogni tipologia di camera in modo dinamico, indipendente e in tempo reale. All'interno della piattaforma mostra i prezzi suggeriti per singolo giorno e tipo di camera in una schermata a calendario, mettendo in evidenza il tasso di occupazione e gli eventi in grado di creare domanda in quel momento.

Per ogni prezzo suggerito, Smartpricing mostra giustificativi che spiegano il motivo della variazione e rendono trasparente la decisione dell'algoritmo.



Business Intelligence

L'imprenditore ha sempre sott'occhio i dati di performance della struttura (ADR, RevPar, ecc.) attraverso tabelle e grafici intuitivi. Può filtrare e confrontare i risultati in base alle date di soggiorno, alla data di creazione della prenotazione, alla tipologia di camera.

Scegli tu dove spingerti

Il sistema permette all'imprenditore di impostare un prezzo minimo e uno massimo in cui Smartpricing può agire. Inoltre è possibile scegliere la strategia tariffaria più in linea con le proprie esigenze: da quella più lieve che prevede leggere variazioni di prezzo a quella più aggressiva con fluttuazioni più marcate.

Pieno controllo

Nonostante Smartpricing lavori in modo automatico, l'albergatore può sempre modificare i prezzi consigliati e mantenere il controllo sulle gerarchie tariffarie che ha impostato. In base alle proprie esigenze, si possono modificare i prezzi uno per volta o in massa su più date.

Semplicità

Il software è estremamente semplice e intuitivo da utilizzare: la dashboard e le funzionalità sono state pensate per rendere fluida l'esperienza sulla piattaforma ed eliminare qualsiasi elemento di confusione.

Il team

Il team di Smartpricing è giovane e ha esperienza internazionale in ambito tech, turistico e consulenziale.

Oltre 80 professionisti lavorano nella sede di Arco (TN) e da remoto.

I 3 founder

Luca Rodella, CEO: laureato in Studi Internazionali a Trento e con percorso di studi in marketing all'Università di Los Angeles, ha esperienza internazionale in ambito turistico e tech.



Eugenio Bancaro, CTO: laureato in informatica, ha lavorato per diversi anni in ambito tech-travel in giro per il mondo, inclusa la Silicon Valley.

Tommaso Centonze, COO: laureato in economica presso la Copenhagen Business School, ha lavorato in consulenza per Roland Berger e per Google.

Il futuro

Smartpricing lavora sul mercato italiano e ha iniziato a posizionarsi nei paesi DACH (maggio 2022). Prevediamo di espanderci in tutta Europa entro il 2024.