

# **SYSDAT** **Business Intelligence**



Un UNICO strumento per conoscere il tuo hotel



## **La soluzione SYSDAT TURISMO PER LE STRUTTURE ALBERGHIERE**



**SYSDAT TURISMO s.r.l.**

[www.sysdat-turismo.it](http://www.sysdat-turismo.it)



Sysdat Turismo Srl, sfruttando le competenze raccolte in trent'anni di attività nell'ambito dell'Information Technology al servizio delle aziende turistiche, ha sviluppato **SYSDATBI**, una suite integrata e completa di Business intelligence specifica per il mercato alberghiero.

**SYSDATBI** fa uso dei dati generati dai software gestionali di Sysdat Turismo e dalle altre fonti esterne presenti in hotel per produrre **analisi statistiche** specifiche per le imprese alberghiere, **dashboard e grafici** ricchi di funzionalità e sofisticati sistemi di monitoraggio dei principali KPI aziendali, il tutto utilizzando una piattaforma tecnologicamente avanzata, altamente personalizzabile e adatta a supportare l'attività specifica di ogni utente, dall'alta direzione fino al singolo responsabile di reparto.



## CONTENUTI

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| SYSDAT Business Intelligence       | 2  |
| I Vantaggi                         | 3  |
| Infrastruttura tecnologica         | 4  |
| Piattaforma tecnologica            | 6  |
| Contenuti per area di applicazione | 10 |
| Integrazione con altre fonti dati  | 20 |
| L'azienda                          | 22 |

# SYSDAT Business Intelligence

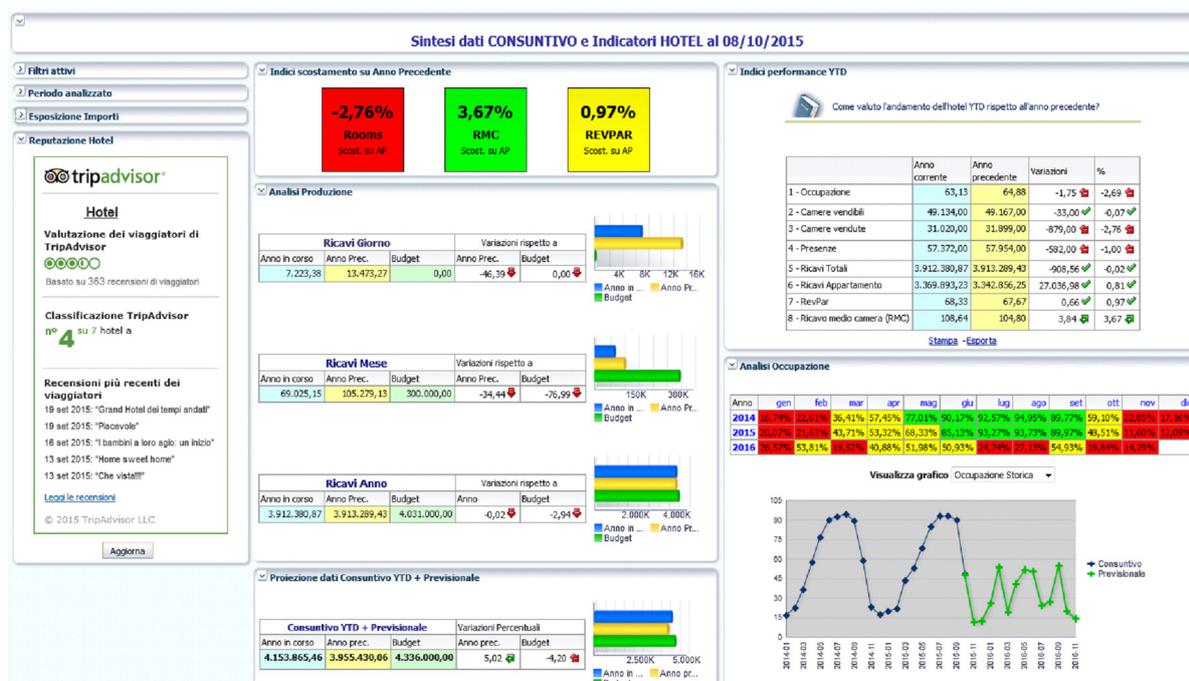
**SYSDATBI** è una suite di strumenti destinati al management dell'hotel facili da usare e che permettono di analizzare, in **un'unica console di lavoro**, tutti i dati di interesse gestionale, sia quelli provenienti da fonti aziendali interne che quelli provenienti da fonti esterne.

**SYSDATBI** è la torre di controllo dalla quale è possibile monitorare l'andamento delle singole grandezze aziendali, che si tratti di prenotazioni, di tariffe applicate, di ricavi di F&B o di costi del personale, mantenendo al contempo **una vista d'insieme** di come esse evolvano e si influenzino reciprocamente, portando al raggiungimento o meno degli obiettivi di budget o di performance prefissati.

La semplicità con cui **SYSDATBI** permette di generare analisi statistiche, tabelle, grafici e cruscotti di controllo lo rende lo strumento ideale

per proprietari, direttori d'albergo o revenue manager che necessitano di **un supporto efficace alle decisioni tattico-strategiche e operative**. Dalla console di **SYSDATBI** è facile, infatti, riuscire a focalizzare con immediatezza uno o più scenari decisionali, isolare e mettere in evidenza tutte le variabili chiave che influenzano l'esito di determinate azioni e quindi **misurare gli effetti delle iniziative intraprese**.

L'alta scalabilità della sua piattaforma tecnologica rende **SYSDATBI** **adatto a strutture di tutte le dimensioni, dai piccoli hotel ai gruppi di imprese**. Con **SYSDATBI** è infatti possibile effettuare il consolidamento delle informazioni sia in verticale, dalle funzioni operative a quelle direzionali, che in orizzontale, sommando insieme i dati provenienti da unità operative o società diverse.



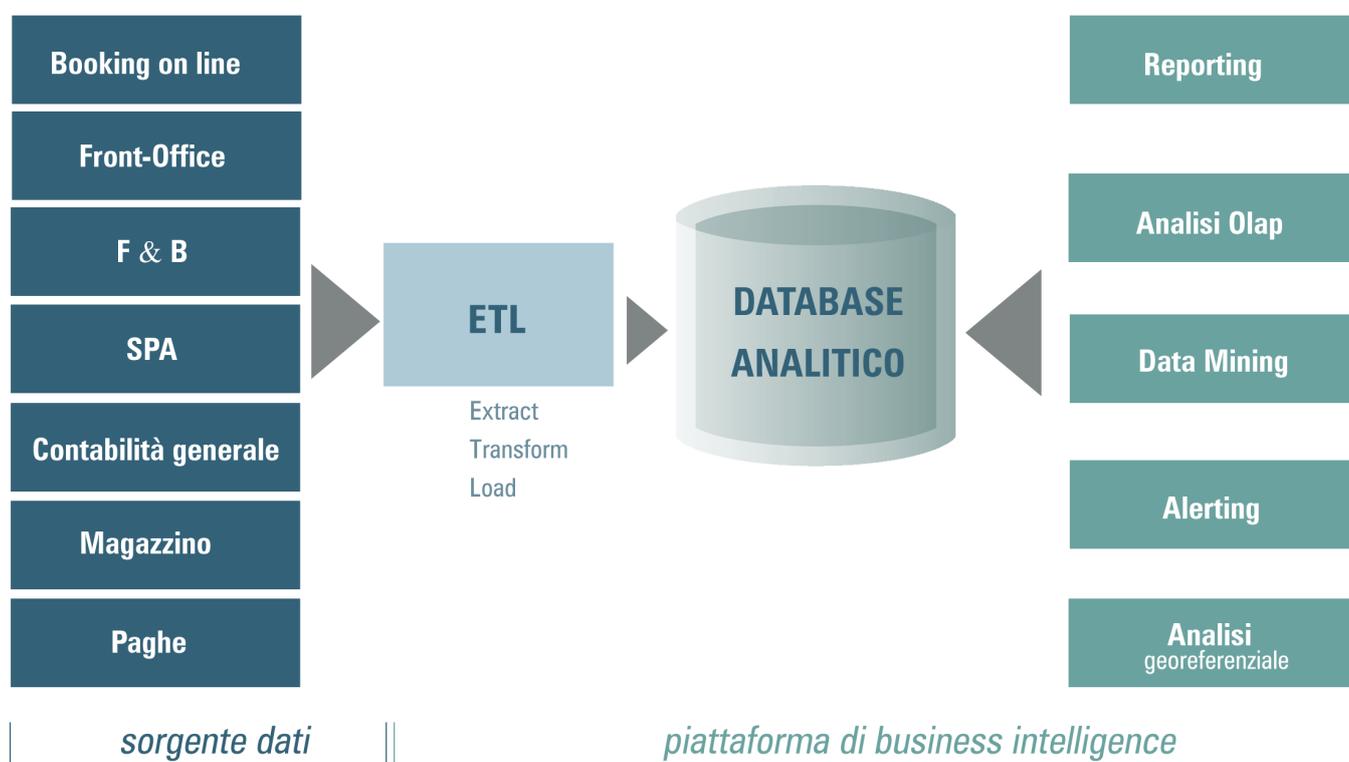
# I vantaggi

## I vantaggi che l'adozione di SYSDATBI permette di realizzare sono molteplici:

- » Migliora la circolazione delle informazioni aziendali
- » Riduce il costo di reperimento e gestione delle informazioni
- » Riduce il numero delle fonti informative aziendali, fino al limite potenziale di arrivare ad averne una soltanto
- » Aumenta la qualità dei dati circolanti in azienda riducendone le ridondanze, gli errori o l'inconsistenza
- » Permette di costruire cruscotti specifici e personalizzati per centro di responsabilità
- » Consente di tenere sotto controllo tutti gli indicatori di performance più significativi delle singole funzioni aziendali
- » Mette a disposizione le informazioni utili a massimizzare i risultati aziendali
- » Permette di avere un'idea di come possano evolvere i risultati aziendali al mutare di una o più variabili di ambiente
- » Permette di pianificare in modo chiaro e condiviso le strategie aziendali
- » Permette di correlare fra di loro le attività e i risultati delle varie aree aziendali
- » Consente di sviluppare efficaci sistemi di monitoraggio, in grado di segnalare ai responsabili di area il verificarsi di importanti scostamenti fra risultati conseguiti ed obiettivi prefissati
- » Mette a disposizione molteplici strumenti per condividere le analisi sviluppate
- » Permette il coinvolgimento attivo di tutto il personale aziendale al perseguimento dei risultati, la circolazione delle idee, l'identificazione dei problemi e la loro risoluzione



# Infrastruttura tecnologica



SYSDATBI si basa su un'infrastruttura tecnologica a tre livelli.

Al primo livello abbiamo il **modulo ETL (Extract-Transform-Load)**, che si occupa del caricamento automatico dei dati. Questa procedura è incaricata di prelevare periodicamente i movimenti generati dalle varie fonti aziendali, elaborarne il contenuto e memorizzarli nel datawarehouse della soluzione.

Proprio il **datawarehouse** costituisce il secondo livello dell'infrastruttura: esso è in sostanza il database incaricato di con-

servare tutti i dati aziendali. Lo scopo del datawarehouse è garantire che le informazioni in esso archiviate mantengano costantemente un alto livello di coerenza ed attendibilità, tale da rendere sempre significative le analisi che ne fanno uso.

Al livello più alto abbiamo infine il **server di BI**, ovvero il servizio incaricato di ricevere le richieste degli utenti, effettuare le query sul database per recuperare le risposte e restituire ai richiedenti i risultati raccolti sottoforma di grafici o tabelle.





**ORACLE®**  
Gold Partner

**SYSDATBI** si basa sulla potente piattaforma Oracle, di cui Sysdat Turismo è **Gold Partner**.

L'uso di tale piattaforma, leader mondiale storico nell'ambito dei database di livello enterprise, consente di gestire in modo efficace ed estremamente veloce i grossi volumi di dati che un sistema di Business Intelligence deve trattare.

Inoltre i molti tool che Oracle mette a disposizione rendono assai produttivo il lavoro di integrazione, controllo, pulizia e validazione dei dati raccolti dalle varie fonti aziendali.



**SYSDAT TURISMO s.r.l.**

[www.sysdat-turismo.it](http://www.sysdat-turismo.it)

# Piattaforma tecnologica

Le funzionalità che l'infrastruttura tecnologica di SYSDATBI mette a disposizione dei suoi utenti sono molteplici

## **Analisi multidimensionali dinamiche**

I dati possono essere visualizzati secondo **molteplici classificazioni o dimensioni d'analisi** (ad esempio per periodo, per segmento di mercato, per canale di vendita, per cliente o per nazionalità). Ciascuna di queste dimensioni può essere analizzata singolarmente oppure in combinazione con una o più delle altre. Ogni utente è libero di includere o escludere una certa dimensione nelle analisi in modo dinamico e senza necessità di alcun particolare intervento tecnico.

## **Alta navigabilità dei dati**

Ogni dimensione di analisi può essere visualizzata in una **prospettiva di insieme oppure nel dettaglio**, così come è possibile saltare da una dimensione all'altra a seconda di quel che necessita all'utente approfondire. Il passaggio da un livello aggregato ad uno di dettaglio (es. da vendite per anno a vendite per mese) oppure fra dimensioni (es. da analisi delle vendite per canale al dettaglio per tipologia di cliente di un certo canale) avviene semplicemente con un click del mouse. E lo stesso nel caso in cui si volesse poi tornare al punto di partenza. Tecnicamente non c'è limite ai percorsi di navigazione che gli utenti possono avere a disposizione: in SYSDATBI qualsiasi dato può, se lo si desidera, divenire una porta di accesso verso altre analisi utili a spiegarne il valore.

## **Immediatezza nella comunicazione dei risultati**

SYSDATBI, in linea con quanto disponibile nei migliori sistemi di Business intelligence, fa **ampio uso di rappresentazioni grafiche dei dati**, puntando su elementi quali indicatori, frecce, semafori, termometri, tachimetri ecc. per dare all'utente messaggi semplici, immediati e facilmente comprensibili. Lo scopo è quello di permettere a chi analizza i dati di cogliere al volo, con un solo sguardo, la sostanza del problema.

## **Report e dashboard personalizzabili in modo autonomo**

Gli utenti hanno la possibilità di modificare liberamente le analisi presenti sulle pagine di un dashboard, salvare tali modifiche e poi poterle richiamare a posteriori in caso di bisogno. Le personalizzazioni possono essere condivise con gli altri utenti, incorporate in propri dashboard autonomi e addirittura andare a sostituire le analisi originariamente previste sul dashboard di partenza. Ciò **senza bisogno del supporto di alcun specialista IT** o programmatore, ma solo basandosi sui comandi che SYSDATBI mette a disposizione.

**Molteplici funzionalità  
a disposizione**

# Piattaforma tecnologica

## Indicatori di performance

SYSDATBI offre svariate modalità per **definire i KPI di interesse aziendale**, rappresentarne il valore e tenerne sotto controllo l'andamento. Ogni area di lavoro può definire i propri set di fattori chiave e assegnare a ciascuno di essi una misura obiettivo, dei livelli di tolleranza, dei referenti incaricati del perseguimento degli obiettivi, dei responsabili del controllo e, infine, una o più azioni da intraprendere (anche in modo totalmente automatico) al raggiungimento di certe soglie di attenzione o al verificarsi di determinate condizioni. Gli indicatori possono essere messi in correlazione logica fra di loro e **riuniti in rappresentazioni unitarie** come tableau de bord, kpi watchlist o scorecard, **dalle quali diventa immediato avere un quadro complessivo dell'andamento della gestione aziendale.**

## Molteplici sistemi di export

SYSDATBI mette a disposizione molteplici sistemi di export (excel, pdf, html, word, csv, testo) per una più semplice e **veloce condivisione della reportistica e dei risultati** con i propri collaboratori, i capi reparto, la direzione, la proprietà e altri soggetti interni ed esterni alla struttura. Gli utenti possono scegliere se inviare un'intera statistica oppure dei semplici link: a chi riceverà il link basterà cliccare su di esso per aprire l'analisi collegata. Ciascuno può **comporre i propri briefing book**, cioè insiemi di più statistiche di suo interesse riguardanti una o più aree di lavoro. Il vantaggio è che questi set di analisi possono essere gestiti unitariamente, come fossero un fascicolo di documenti virtuale, ed essere letti, archiviati e spediti tutti insieme.

## Molteplici sistemi di import

SYSDATBI è una **piattaforma aperta**, in grado di importare dati da qualunque fonte d'informazione. Tutti i sistemi gestionali proposti da Sysdat Turismo (PMS, booking, amministrazione, magazzino, ristorazione, gestione del personale, CRM) sono già in grado di riversare dati nel datawarehouse della soluzione. Tuttavia **qualsiasi altra sorgente dati** può essere potenzialmente una fonte adatta ad **alimentare il sistema di SYSDATBI**, a prescindere dal fatto che si tratti di fonti strutturate (altri ERP o sistemi gestionali) oppure totalmente destrutturate (fogli Excel o file Csv), che si trovino all'interno dell'azienda (PMS o Contabilità) oppure al suo esterno (consulente paghe, Google analytics, altre fonti internet).

## E-mail automatiche per un'informazione quotidiana sempre aggiornata

SYSDATBI possiede un potente motore di schedulazione in grado di automatizzare l'esecuzione di uno o più task, dal semplice invio di statistiche via mail fino al lancio di script o programmi java veri e propri creati dagli utenti. Grazie ad esso SYSDATBI può essere impiegato come **distributore centralizzato di tutte le informative aziendali** (rendendo superfluo perfino l'accesso degli utenti), come controllore dell'avvenuta esecuzione di determinati compiti o perfino come sistema di emergenza incaricato di intervenire per correggere dannosi squilibri.



# Piattaforma tecnologica

## Multilingua

L'interfaccia di SYSDATBI è accessibile in un gran numero di lingue europee ed extra europee, comprese arabo, cinese e russo. Il passaggio da una lingua ad un'altra è totalmente automatico e può essere effettuato dall'utente stesso al momento di accedere al sistema. Sia i menù che gli eventuali contenuti dinamici delle analisi appariranno quindi nel set di caratteri e secondo le regole di rappresentazione numerica o di calendario prescelti. Questo rende possibile utilizzare SYSDATBI sia nell'ambito di gruppi sovranazionali, con strutture dislocate in paesi geograficamente lontani, sia per interagire con la clientela internazionale dell'albergo.

## Scalabilità e modularità

SYSDATBI è una **piattaforma completamente modulare**, sia dal punto di vista verticale (le aree di analisi disponibili fra Ricavi, Contabilità e controllo di gestione, F&B, Magazzino ecc.), sia da quello orizzontale (il numero utenti che possono accedere al sistema). Rispetto ai contenuti, **non esiste alcun obbligo di acquistare subito l'intera suite di analisi**. A ciascun cliente è lasciata la scelta di quali aree di lavoro è suo interesse attivare, sapendo che potrà in ogni momento ampliare i moduli d'analisi a sua disposizione. Parimenti, **non vi sono limiti al numero di aziende gestibili e al numero di utenti** che possono accedere alla soluzione. SYSDATBI è infatti progettato per poter operare anche in **multi-istanza**, riuscendo così a suddividere e bilanciare in modo ottimale i carichi di attività. SYSDATBI costituisce quindi **uno strumento ideale per accompagnare i**

**singoli alberghi o i gruppi d'impresa nei loro percorsi di crescita**, minimizzando il rischio di obsolescenza o perdita di valore degli investimenti svolti in precedenza.

## Minimizzazione degli investimenti infrastrutturali

SYSDATBI può essere installata in loco presso l'azienda cliente **oppure** essere **utilizzata in modalità cloud computing**. Questa seconda ipotesi è assai utile nel caso in cui si voglia implementare il sistema molto velocemente e con grandi risparmi in termini di investimento iniziale per i server, la manutenzione e l'assistenza tecnica. L'infrastruttura hardware su cui si appoggia il servizio in cloud computing è ospitata presso il data center di Saronno di Sysdat Turismo. La piena **operatività 24x7** che il nostro data center è in grado di offrire rendono il nostro gruppo uno fra i pochi soggetti in Italia, nell'ambito del mercato alberghiero, in grado di garantire un servizio simile ai propri clienti.

## Privacy e sicurezza dei dati

SYSDATBI e l'infrastruttura tecnologica su cui essa poggia sono gestite nel **pieno rispetto di tutte le norme** di tutela previste dal disciplinare tecnico della legge **sulla privacy**. Inoltre sono state previste ulteriori misure di sicurezza per garantire un accesso controllato anche da parte degli utenti autorizzati all'utilizzo del servizio. In forza di queste misure sia i dati che costoro possono visualizzare, sia le analisi che possono consultare sono vincolate alla conoscenza di una o più password personali.





|                  | 30/06/2008 | 31/01/2009 | 30/06/2009 |
|------------------|------------|------------|------------|
| REVENUE          | 100        | 100        | 100        |
| EXPENSES         | 15         | 18,5       | 14         |
| NET INCOME       | 85         | 81,5       | 86         |
| OPERATING INCOME | 85         | 81,5       | 86         |
| FINANCIAL INCOME | 10         | 10         | 10         |
| TOTAL INCOME     | 95         | 91,5       | 96         |



**Contenuti per area  
di applicazione**

# Contenuti per area di applicazione

## RICAVI HOTEL

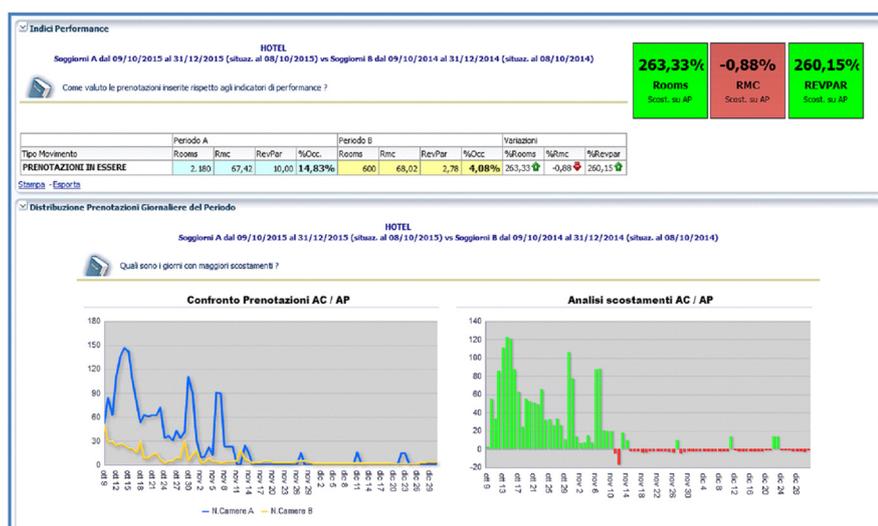
Nell'area **RICAVI HOTEL** di SYSDATBI si trovano tutte le analisi relative alle vendite realizzate dall'albergo (**dati storici**) ed alle prenotazioni in essere (**dati previsionali**).

In quest'area di analisi l'utente può scomporre i dati storici secondo le principali **dimensioni** che il sistema mette a disposizione: periodo temporale, segmento di mercato, tipologia e numero di camere vendute, canale di vendita, tipologia di clientela, nazionalità dei soggiornanti, agenzia prenotante e molte altre ancora.

I dati possono essere analizzati singolarmente oppure **incrociati** fra loro, **evidenziando gli scostamenti** in positivo o in negativo fra i periodi selezionati. Tutte le analisi sono arricchite di **rappresentazioni grafiche** che rendono immediatamente evidente l'andamento delle misure analizzate.

L'aggregazione dei dati consuntivi con quelli previsionali consente all'utente di avere una **visione complessiva sull'andamento delle vendite**, visione che può poi essere facilmente raffrontata con i periodi passati, in modo da **valutarne il trend** positivo o negativo. I confronti possono essere fatti sia su base cronologica semplice sia usando eventi di riferimento ricorrenti come fiere, festività o giorni analoghi della settimana.

Nell'area Ricavi Hotel sono resi disponibili tutti i **principali indici di prestazione** legati alle vendite hotel: tasso di occupazione, ricavo medio per camera venduta (ADR), ricavo medio per camera vendibile (REVPAR), soggiorno medio degli ospiti, presenza media per camera e molti altri.



Si possono inoltre effettuare dei costanti **raffronti tra i risultati ottenuti ed il budget aziendale**, con la possibilità, in caso di significative deviazioni dagli obiettivi previsti, di inviare degli **alert** all'utente (messaggi a video, mail, sms ecc.).



# Contenuti per area di applicazione REVENUE MANAGEMENT

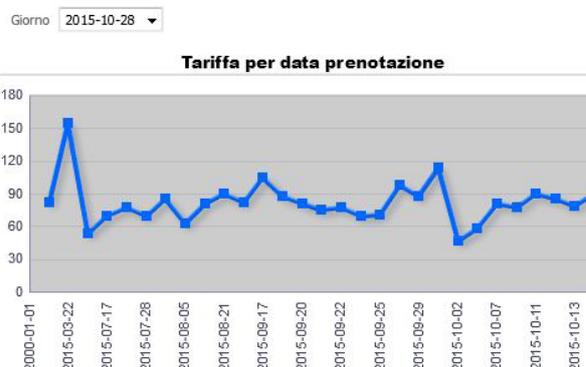
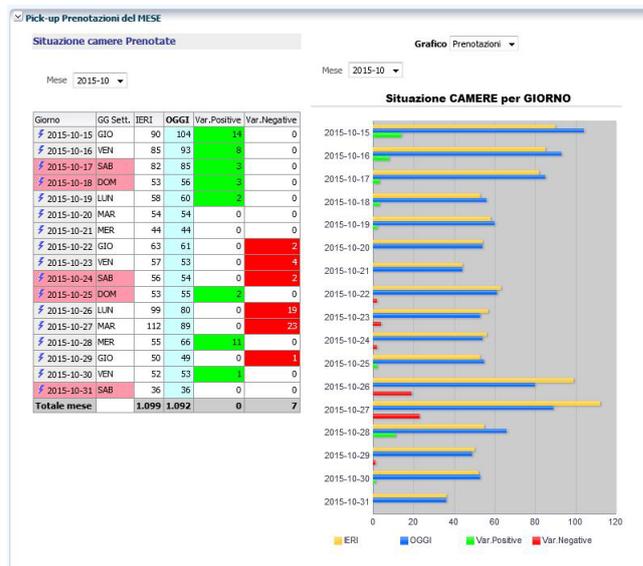
Nell'area **REVENUE MANAGEMENT** di SYSDATBI si trovano le analisi che consentono al Revenue Manager dell'hotel di **definire le proprie strategie di vendita**.

Le statistiche di quest'area analizzano **il flusso delle prenotazioni** alla ricerca di variazioni che possano dare il segno di come intervenire sulle tariffe in essere. SYSDATBI è in grado di mettere a raffronto il livello delle prenotazioni **di due momenti distinti** (es. ad oggi contro ieri, alle ore 12 contro le ore 11) **evidenziando immediatamente i cambiamenti intervenuti**. Ogni variazione può quindi essere analizzata nel dettaglio, per capire **in quali date** ho ricevuto prenotazioni o annullamenti, **da quali sorgenti di business o segmento di mercato** o da quali **tipologie di clienti**.

L'evidenza di quali siano le date su cui ho maggiore o minore pressione può essere messa in relazione con gli attuali livelli di occupazione raggiunti, con quelli di eventuali periodi di raffronto e con l'obiettivo di budget, permettendo così di avere indicazioni se il livello delle tariffe per la scadenza debba essere mantenuto, alzato o abbassato.

È possibile approfondire come si sia raggiunto un certo livello di occupazione per un dato periodo, passato o futuro, e quindi avere evidenza del **tasso di elasticità della domanda** rispetto ai prezzi proposti, oltre che del gap tra prezzo minimo e massimo accettabile dal mercato in determinati contesti.

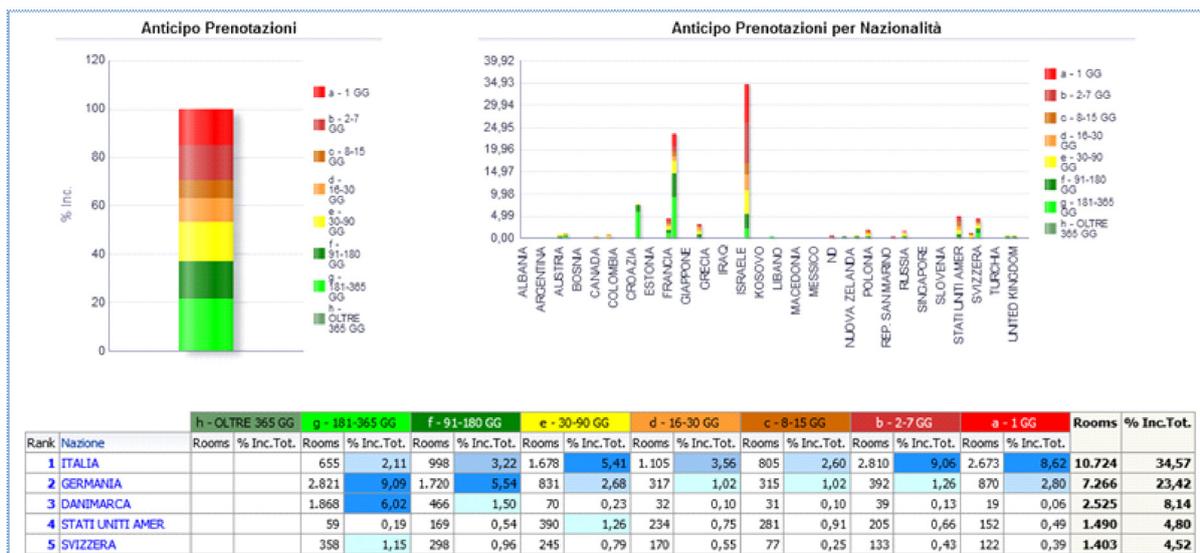
Ciò al fine di aiutare a prevenire eventuali errori di vendita eccessivamente anticipata a tariffe scontate oppure di bassa occupazione.



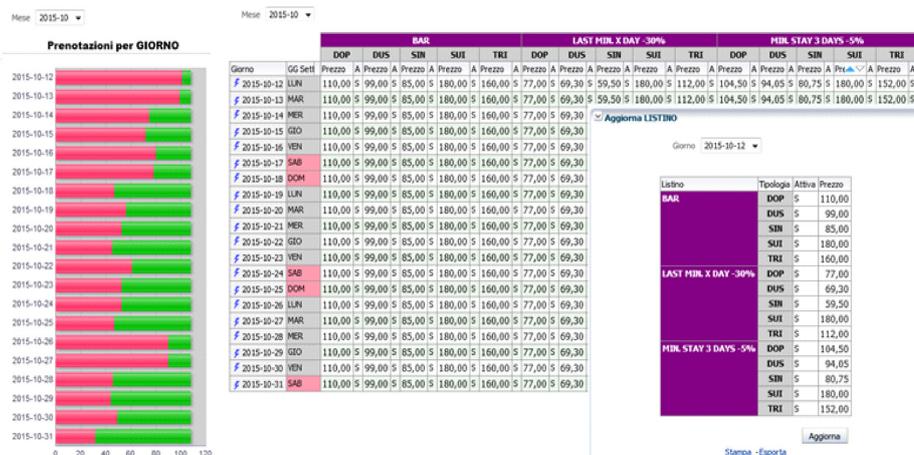
# Contenuti per area di applicazione

## REVENUE MANAGEMENT

Si possono analizzare i comportamenti di acquisto dei clienti, in particolare rispetto ai giorni di anticipo con cui essi prenotano in riferimento ad una certa scadenza. Tali informazioni possono essere utilizzate sia **per impostare un'adeguata politica di marketing** sui vari segmenti di mercato (dal più lungo nell'acquisto al più breve), sia **per identificare a quale clientela rivolgere iniziative** in caso di bassi livelli di occupazione su una certa data.



Attivando opportune funzioni di interazione con i PMS e i vari Channel manager, SYSDATBI è in grado di **proporre** in consultazione il **quadro tariffario in essere** per un certo periodo, di consentire all'utente di variarne il contenuto e di trasmettere automaticamente queste variazioni agli altri sistemi collegati. In questo modo il revenue manager è in grado di avere il **controllo delle politiche tariffarie** agendo semplicemente dalla console di SYSDATBI.



Qualora il cliente lo desidera, SYSDATBI è in grado perfino di far scattare la **variazione automatica delle tariffe** al raggiungimento di determinate soglie di attenzione.

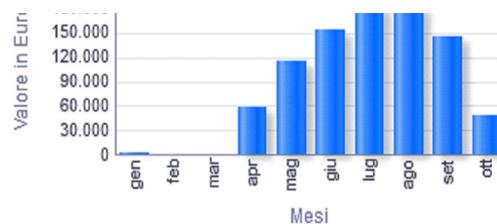
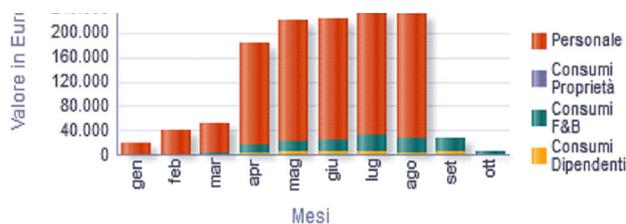
Un'ulteriore integrazione possibile è quella con i vari canali di informazione sui prezzi dei concorrenti in modo da poter consultare sui dashboard le **tariffe applicate dal competitive set dell'hotel** per una certa data.



# Contenuti per area di applicazione FOOD & BEVERAGE

L'area **FOOD&BEVERAGE** permette di raccogliere e mettere a confronto le informazioni provenienti dai diversi strumenti applicativi (PMS, gestionale del ristorante, del magazzino, del personale, sistema di contabilità analitica ed altre fonti esterne) focalizzando l'attenzione solo sui reparti F&B dell'albergo.

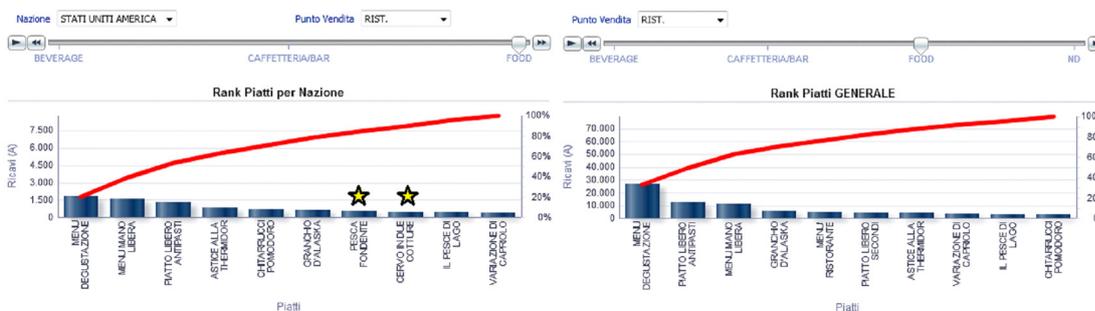
Lo scopo di quest'area di analisi è quello di cercare di evidenziare se l'organizzazione e le prestazioni della cucina, della sala ristorante, del bar o del room service siano profittevoli ed in linea con gli obiettivi di budget fissati o con i benchmark di riferimento per strutture analoghe. E' possibile raffrontare i ricavi prodotti con i costi di produzione, in particolare delle materie prime, e stabilire se l'andamento nel corso del tempo dei consumi sia costante o meno.



Avendo il **mix dei piatti venduti** si può stabilire se esista una corrispondenza con prodotti effettivamente consumati a magazzino.

E' possibile individuare correlazioni fra i piatti ordinati e la tipologia di clientela presente in albergo, identificando delle **costanti di consumo legate alla nazionalità e al periodo dell'anno** che aiutino a ottimizzare i menù da proporre e gli acquisti da effettuare.

| Nazione             | Periodo A |               |               |         | Periodo B |               |               |         |
|---------------------|-----------|---------------|---------------|---------|-----------|---------------|---------------|---------|
|                     | Rank (A)  | N.Coperti (A) | Fatturato (A) | RMC (A) | Rank (B)  | N.Coperti (B) | Fatturato (B) | RMC (B) |
| ITALIA              | 1         | 3.170         | 171.193,90    | 54      | 1         | 3.078         | 151.962,50    | 49      |
| UNITED KINGDOM      | 2         | 2.185         | 68.895,05     | 32      | 2         | 1.473         | 67.872,15     | 46      |
| STATI UNITI AMERICA | 3         | 1.711         | 58.334,50     | 34      | 3         | 1.130         | 45.394,50     | 40      |
| FRANCIA             | 4         | 465           | 16.510,00     | 36      | 6         | 393           | 17.409,00     | 44      |
| RUSSIA              | 5         | 182           | 12.739,00     | 70      | 4         | 367           | 21.008,00     | 57      |
| GERMANIA            | 6         | 245           | 11.351,00     | 46      | 5         | 366           | 19.976,00     | 55      |
| BELGIO              | 7         | 211           | 9.444,00      | 45      | 9         | 131           | 6.789,00      | 52      |
| AUSTRALIA           | 8         | 229           | 9.350,00      | 41      | 8         | 175           | 7.793,50      | 45      |
| PAESI BASSI         | 9         | 226           | 7.649,00      | 34      | 7         | 201           | 9.180,00      | 46      |



# Contenuti per area di applicazione FOOD & BEVERAGE

La valutazione sui piatti ordinati, incrociata con il margine di profitto, può dare un'idea precisa di quali siano le proposte che non è utile mantenere a menù dato lo scarso successo o il basso contributo agli utili.

Quali sono i piatti più apprezzati ?

Punto Vendita: RIST. Raggr.: FOOD Gruppo Merc.: --DESSERT

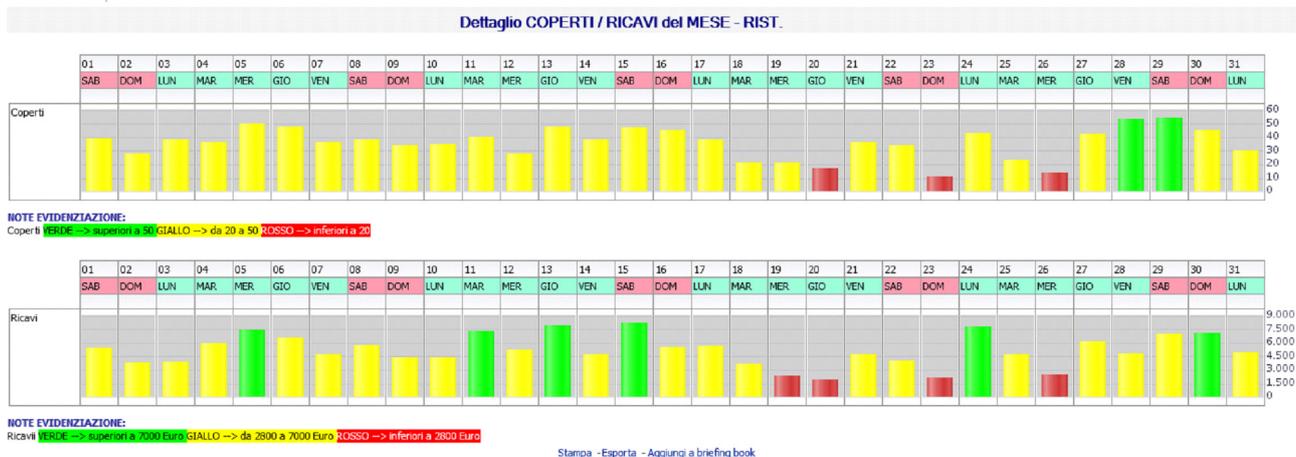
| Articoli/Bacco            | Anno in corso |              |              | Anno precedente |               |              | Variazioni Percentuali |               |              |
|---------------------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|---------------|--------------|------------------------|---------------|--------------|
|                           | Qta           | Ricavi AC    | Ricavo Medio | Qta             | Ricavi AP     | Ricavo Medio | Qta                    | Ricavi        | RM           |
| PESCA FONDENTE            | 105           | 2.742        | 26           | 108             | 2.385         | 22           | -3                     | 14,98         | 18,27        |
| TUTTO CIOCCOLATO          | 50            | 960          | 19           | 58              | 1.008         | 17           | -14                    | -4,76         | 10,48        |
| TARTE TATIN               | 40            | 777          | 19           | 35              | 624           | 18           | 14                     | 24,49         | 8,93         |
| SFOGLIATINA DI FICHI      | 32            | 636          | 20           | 51              | 882           | 17           | -37                    | -27,89        | 14,92        |
| MIASCIA CON GELATO        | 28            | 560          | 20           | 42              | 720           | 17           | -33                    | -22,22        | 16,67        |
| DESSERT FLAMBE'           | 19            | 476          | 25           | 55              | 3.200         | 58           | -65                    | -85,13        | -56,94       |
| TIRAMISU'                 | 22            | 420          | 19           |                 |               |              |                        |               |              |
| GELATI E SORBETTI         | 45            | 402          | 9            | 72              | 654           | 9            | -38                    | -38,53        | -1,65        |
| FRUTTA FRESCA             | 13            | 144          | 11           | 26              | 289           | 11           | -50                    | -50,17        | -0,35        |
| DOLCI                     | 1             | 0            | 0            |                 |               |              |                        |               |              |
| PESCA SCIROPATA           |               | 0            |              | 28              | 652           | 23           |                        |               |              |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>355</b>    | <b>7.117</b> | <b>20</b>    | <b>475</b>      | <b>10.414</b> | <b>22</b>    | <b>-25</b>             | <b>-31,66</b> | <b>-8,55</b> |

Stampa - Esporta



E' possibile analizzare il numero di coperti serviti e mettere questo dato in relazione con i ricavi prodotti, le presenze in albergo, il personale in servizio ecc. Le variazioni nel corso del tempo di queste relazioni possono mettere in evidenza l'adeguatezza della struttura

organica dei vari reparti ed aiutare a programmare in modo efficiente la rotazione del personale fisso e l'eventuale chiamata di personale temporaneo.

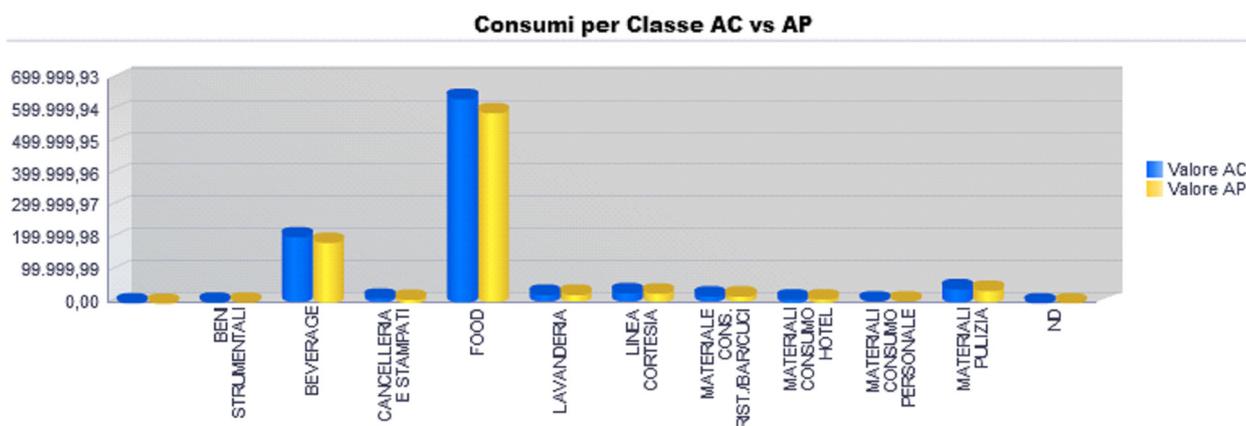


# Contenuti per area di applicazione

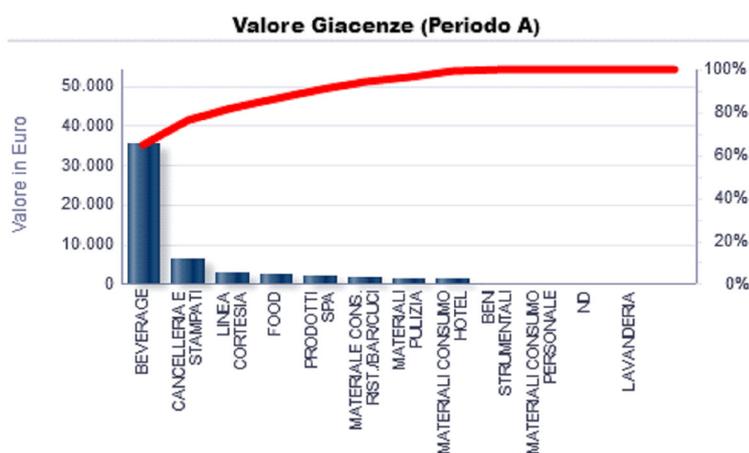
## MAGAZZINO

L'area di analisi del **MAGAZZINO** permette di misurare le prestazioni e la qualità della gestione del reparto economato dell'albergo.

Lo scopo è arrivare a **valutare** se il **flusso di consumi** sia coerente con il numero di clienti alloggiati e di coperti serviti, **se i prezzi e le modalità di acquisto** dai fornitori siano quelle **ottimali** in base alle giacenze medie esistenti e ai flussi di consumo previsti, se il livello di scorte medio per ciascun articolo o gruppo di articoli corrisponda a quello ideale.



E' possibile **analizzare il livello di giacenze nel corso del tempo** e calcolarne i picchi massimi e minimi, l'indice di rotazione e la giacenza media, al fine di valutarne l'adeguatezza in rapporto al numero di clienti alloggiati e agli impegni del reparto F&B o di altri servizi alberghieri.



Descrizclas BEVERAGE

| Descrizgrp                | Valore               |
|---------------------------|----------------------|
| ACQUA                     | 37,93 EUR            |
| ALCOLICI PER CUCINA       | 1.24,20 EUR          |
| BEVERAGE                  | 115,68 EUR           |
| BIRRA                     | 554,53 EUR           |
| CAFFETTERIA               | 314,17 EUR           |
| MIGNONS MINIBAR           | 186,23 EUR           |
| SUCCHI/BIBITE/SCIROPPI    | 134,42 EUR           |
| SUPERALCOLICI             | 5.224,81 EUR         |
| VINI                      | 28.953,03 EUR        |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>35.645,00 EUR</b> |

Sulla base di queste analisi è possibile identificare il lotto di riordino ideale, basandosi sia su dati consuntivi che sulle prenotazioni in essere.



# Contenuti per area di applicazione

## MAGAZZINO

E' possibile identificare e classificare i fornitori per ogni tipologia di articolo e qualificarne il contributo alla gestione delle scorte dal punto di vista dell'economicità, del livello di servizio e della qualità di prodotto.

**Dettaglio acquisti Classe per Fornitore**

Descrizdas: MATERIALI PULIZIA

**N. Fornitori per Classe**

Descrizdas: MATERIALI PULIZIA

| Fornitore              | Periodo A      | Periodo B      | Scostamento |           |
|------------------------|----------------|----------------|-------------|-----------|
| RagioneSociale         | Val. Periodo A | Val. Periodo B | Valore      | % Scost.  |
| TUTTO PULITO SRL       | 36.853         | 35.287         | 1.566 ↑     | 4,44% ↑   |
| PULIZIE ROSSETTI SNC   | 3.738          | 2.883          | 855 ↑       | 29,67% ↑  |
| GRAMM SPA              | 2.499          | 2.412          | 86 ↑        | 3,58% ↑   |
| ROSSI MARIO & C S.A.S. | 1.503          | 745            | 758 ↑       | 101,78% ↑ |

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>N.Fornitori Periodo A</b> | <b>11</b> |
| <b>N.Fornitori Periodo B</b> | <b>9</b>  |

[Stampa](#) - [Esporta](#)

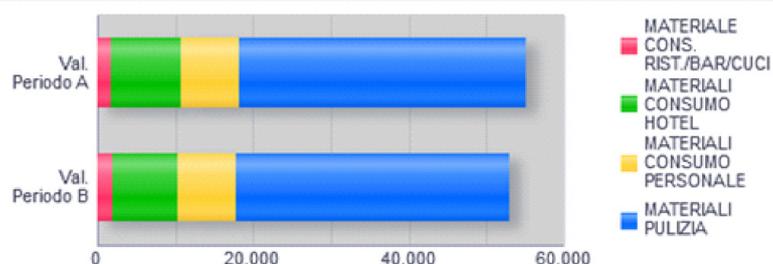
### N. Fornitori per Classe

Descrizdas: MATERIALI PULIZIA

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>N.Fornitori Periodo A</b> | <b>11</b> |
| <b>N.Fornitori Periodo B</b> | <b>9</b>  |

RagioneSociale: TUTTO PULITO SRL

### Acquisti Fornitore per Classe



Si può quindi favorire il ricorso programmato a quei fornitori maggiormente profittevoli e forzare la minimizzazione o l'annullamento delle scorte per quei gruppi di articoli che lo consentono.

### Dettaglio acquisti Classe per Articolo

Descrizdas: FOOD

| Articoli                      | Fornitore | Periodo A   |            |              | Periodo B      |                |              | Scostamento    |                |             |                  |
|-------------------------------|-----------|-------------|------------|--------------|----------------|----------------|--------------|----------------|----------------|-------------|------------------|
|                               |           | Descrizione | UmP        | N.Fornitori  | Quantità       | Val. Periodo A | Costo Medio  | Quantità       | Val. Periodo B | Costo medio | Qta              |
| ALBICOCCHE                    | KG        | 4           | 246        | 1.092        | 4,44089        | 194            | 738          | 3,81378        | 52 ↑           | 354 ↑       | 16,44329%        |
| CONFETTURA DI ALBICOCCHE      | NR        | 1           | 4          | 39           | 9,76500        | 4              | 41           | 10,24250       | 0              | -2 ↓        | -4,66195%        |
| FRUTTA CANDITA ALBICOCCHE     | KG        | 2           | 16         | 164          | 10,25062       | 15             | 150          | 10,00600       | 1 ↑            | 14 ↑        | 2,44477%         |
| MARMELLATA DI ALBICOCCHE LAT  | NR        | 1           | 10         | 117          | 11,70000       | 34             | 398          | 11,70000       | -24 ↓          | -281 ↓      | -0,00000%        |
| MARMELLATA DIET ALBICOCCHE GR | NR        | 1           | 288        | 155          | 0,53900        | 552            | 139          | 0,25204        | -264 ↓         | 16 ↑        | 113,85199%       |
| <b>Totale complessivo</b>     |           | <b>5</b>    | <b>564</b> | <b>1.568</b> | <b>2,77972</b> | <b>799</b>     | <b>1.466</b> | <b>1,83613</b> | <b>-235</b>    | <b>101</b>  | <b>51,38979%</b> |

### Confronto prezzi articolo per Fornitore

Descrizione: ALBICOCCHE

| Fornitore                     | RagioneSociale | Citta | UmPrincipale | Periodo A    |                |                 | Periodo B  |                |              | Variazioni Percentuali |               |                    |
|-------------------------------|----------------|-------|--------------|--------------|----------------|-----------------|------------|----------------|--------------|------------------------|---------------|--------------------|
|                               |                |       |              | Qtaump       | Totsiva        | Prezzo Unitario | Qta        | Valore         | Prezzo Unit. | Qta                    | Valore        | % Var. Costo Medio |
| AGRICOLA MILANESE S.N.C.      | ND             | KG    | 238          | 1.064        | 4,46968        | 140             | 546        | 3,90571        | 98           | 518                    | 14,44%        |                    |
| L'ANGOLO DELLA FRUTTA S.R.L.  | ND             | KG    | 8            | 29           | 3,58438        |                 |            |                |              |                        |               |                    |
| VERDIN PAOLO FRUTTA E VERDURA | ND             | KG    | 0            | 0            | 0,00000        | 45              | 159        | 3,57528        |              |                        | 0,00%         |                    |
| MARIA TOSCA ORTOFRUTTA SNC    | ND             | KG    | 0            | 0            | 0,00000        | 9               | 34         | 3,57660        |              |                        | 0,00%         |                    |
| <b>Totale</b>                 |                |       | <b>246</b>   | <b>1.092</b> | <b>4,44089</b> | <b>194</b>      | <b>738</b> | <b>3,81378</b> | <b>52</b>    | <b>354</b>             | <b>16,44%</b> |                    |



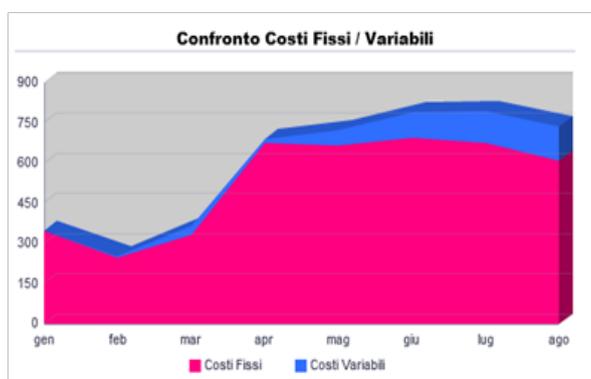
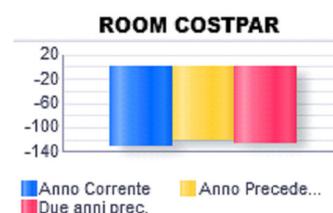
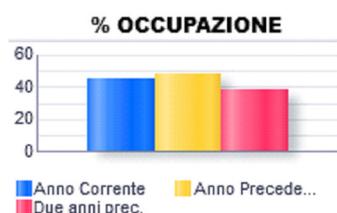
# Contenuti per area di applicazione

## AMMINISTRAZIONE

L'area di analisi dell'**AMMINISTRAZIONE** permette di controllare i dati provenienti dai gestionali di contabilità analitica e di contabilità generale.

L'obiettivo di quest'area di lavoro è quello di determinare se esista un equilibrio nella struttura e nel livello dei costi dell'albergo in rapporto ai ricavi prodotti.

Partendo dagli indici di sintesi del **Revpar** e **Costpar** è possibile approfondire come questi due indici evolvano nel corso del tempo ed andare ad identificare quali componenti di costi e ricavi ne influenzino maggiormente il livello.



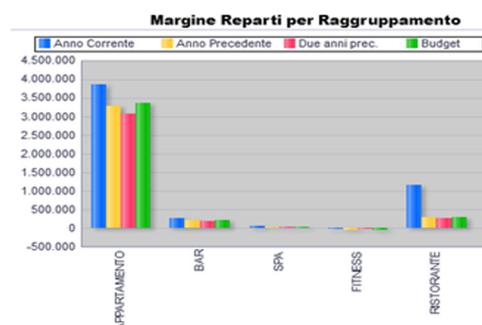
È possibile analizzare se l'entità dei **costi fissi** in rapporto a quelli **variabili** sia adeguata rispetto ad aziende analoghe e se abbia un'evoluzione coerente con il variare del numero delle camere vendute, delle persone ospitate e dei servizi forniti. Allo stesso modo è possibile valutare il livello e la congruità dei

costi del personale.

Le **analisi** possono essere **suddivise per ogni centro di ricavo** e per ognuno di essi può essere evidenziato il contributo al margine operativo globale.

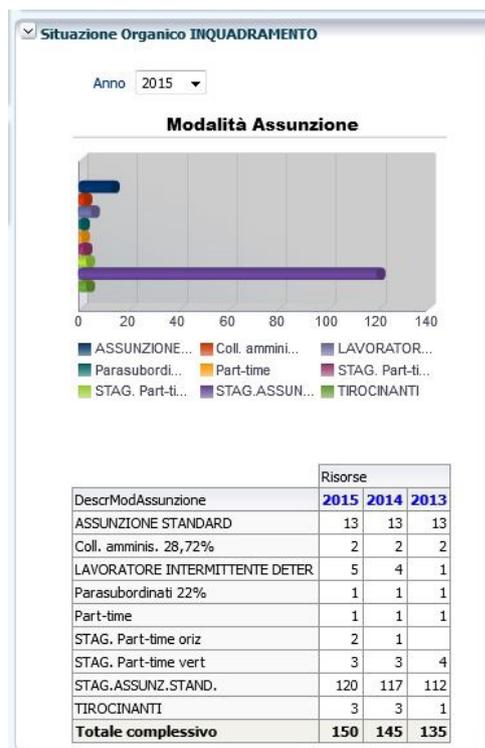
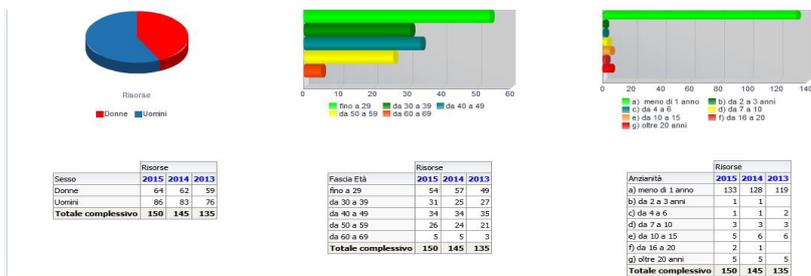
La determinazione del **punto di pareggio** consente di valutare i gap prestazionali dell'area vendite e la sostenibilità di breve, medio e lungo periodo della struttura dei costi.

Variando i parametri chiave di camere vendute e prezzi medi si può dar corso ad analisi di tipo what-if e permettere agli utenti di confrontare i risultati attesi nei diversi scenari. Questa attività può poi dar corso alla vera e propria predisposizione dei **budget** aziendali.



# Contenuti per area di applicazione PAGHE & STIPENDI

L'area di analisi **PAGHE E STIPENDI** permette di tenere sotto controllo tutti i dati del personale, sia di tipo economico sia di natura operativa (presenze, malattie, ottimizzazione dei turni).

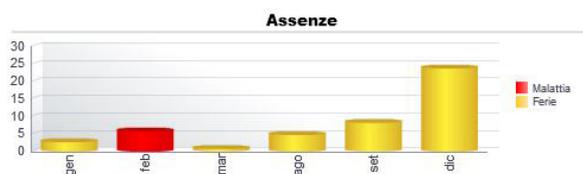


Lo scopo di quest'area di lavoro è **verificare se il livello e la struttura dei costi del personale sia adeguato** al totale delle prestazioni fornite in termini di camere vendute, pasti serviti e servizi prodotti.

E' possibile analizzare le **voci di costo** per tipologia di contratto, livelli di inquadramento, mansione, anzianità, reparto di appartenenza, centro di

costo e molti altri parametri.

E' possibile tenere sotto controllo la **politica retributiva** applicata dall'azienda analizzando il livello delle retribuzioni base, i benefit concessi, i rimborsi spese e i premi variabili in funzione dei risultati.



Si possono evidenziare eventuali **picchi di assenteismo** analizzando le giornate e ore lavorate, le assenze, gli infortuni e le malattie.

L'impiego delle personale può essere messo in correlazione alle camere vendute e alle presenze dei clienti, per valutarne l'**efficienza**. Queste informazioni possono essere usate assieme ai dati sull'occupazione prevista per la scelta del numero di persone da impiegare, in particolare per l'utilizzo dei **contratti giornalieri**.





Controlla gli andamenti delle variabili strategiche (KPI)

Individua la strategia e gli obiettivi con il budget, il forecast, le analisi What if, le balanced scorecard



Supporta le decisioni per le operazioni quotidiane

# Integrazione con altre fonti dati

I dati possono essere visualizzati secondo molteplici classificazioni o Le aree di applicazione esposte nelle pagine precedenti non sono le uniche aree di analisi che SYSDATBI può mettere a disposizione.

Grazie alla sua piattaforma aperta, esistono molti altri ambiti su cui SYSDATBI può operare e molte altre fonti da cui poter immagazzinare dati, una volta attivate le opportune **INTEGRAZIONI** per correlarli in modo logico alle altre informazioni dell'hotel.

Alcuni esempi di queste ulteriori aree di analisi sono:

## **Analisi della reputazione on Line**

Possibilità di collegarsi a uno o più servizi di analisi della reputazione (Reviewpro, Customer Alliance...) e correlare i loro dati con i risultati di produzione o la politica tariffaria.

## **Benchmarking**

Possibilità di utilizzare i dati di alcuni servizi, ricerche di mercato o studi di settore relativi all'ambito turistico come termine di paragone su cui misurare le prestazioni operative dell'albergo oppure la congruità della sua struttura economico-patrimoniale.

## **Analisi della concorrenza**

Possibilità di collegarsi ad uno o più servizi di rate comparison per poter avere il dettaglio delle tariffe praticate dai principali competitor dall'albergo, allo scopo di comporre la matrice dei posizionamenti subottimali.

## **Fonti dati Internet**

Possibilità di collegarsi ad uno o più servizi online per ricevere dati di interesse per l'attività di vendita o marketing. Ad esempio:

- Dati meteo previsionali
- Dati TripAdvisor
- Dati Google Analytics (statistiche di accesso al sito internet)

## **CRM**

Possibilità di collegarsi con il sistema di CRM aziendale per analizzare le prestazioni dell'attività di marketing, la gestione della qualità e il livello di assistenza alla clientela. Il CRM può essere inoltre utilizzato come fonte dati qualificata per quanto riguarda l'area delle anagrafiche e, in generale, per molta parte dei master data gestiti sul sistema di BI, aumentando così la significatività delle analisi statistiche prodotte.





# SYSDAT TURISMO

Sysdat Turismo è una software house all'avanguardia nel fornire alle aziende sistemi integrati che uniscono funzionalità ERP e di Business Intelligence al fine di supportare l'ampia gamma di processi di gestione strategica, commerciale ed operativa.

Sysdat Turismo con le sue soluzioni ALL IN ONE, vuole proporsi come alternativa reale alla frammentazione dei fornitori e rimuovere quegli ostacoli alla crescita come conseguono alla difficoltà di gestire diversi software proprietari scarsamente integrabili fra loro.

Sysdat Turismo può contare su un gruppo di specialisti nelle varie aree funzionali e tecniche, con anni di esperienza in ambito alberghiero. Un forte valore aggiunto consiste proprio nella sinergia fra il team di consulenti in ambito di business intelligence ed i professionisti altamente specializzati sui software di gestione delle singole aree operative.

In virtù di un'esperienza trentennale in ambito turistico, Sysdat Turismo è in grado di offrire:

- » **un'ampia scelta di moduli** software per le specifiche esigenze operative
- » un elevato livello di personalizzazione e **soluzioni su misura**
- » **un servizio di assistenza** costante e competente
- » **la progettazione, fornitura e assistenza degli strumenti HW** a supporto delle soluzioni informatiche
- » **un servizio di consulenza a 360**, sia a livello operativo, finalizzata alla definizione dei corretti strumenti gestionali, sia a livello direzionale, finalizzata alla definizione ed alla costruzione di dashboard personalizzati di business intelligence
- » **un servizio di formazione** all'utente finalizzata alla conoscenza delle caratteristiche della procedura ed all'utilizzo degli oggetti disponibili





**SYSDAT TURISMO s.r.l.**

Via G. Ferrari 21 - 21047 Saronno (VA)  
Tel. 02.96718.1 - Fax 02.96718.426  
info@sysdat-turismo.it - www.sysdat-turismo.it

**Sedi Commerciali:** Saronno / Roma / Mestre

**[www.sysdat-turismo.it](http://www.sysdat-turismo.it)**