



Nea Xenia Lab.

Tecniche e strumenti di gestione alberghiera - Programma Generale

Incontro Nea Xenia Lab. - FAS Italia. Roma, 12 Giugno 2013

Hotel Artis, Via Roberto Fancelli, 3

Sessione 1. R. Necci. Hotel Asset & Eco-Fin Management (h 9,30 –13,30)

Asset management ed analisi della struttura alberghiera a 360°

- ❑ Il proprietario e manager alberghiero oggi: da Manager a «Commissario». Rapporti con dipendenti e fornitori
- ❑ L'analisi della Brand Reputation. Costi o investimenti?
- ❑ Interventi sul prodotto e sulla strategia commerciale: nuovi segmenti e nuovi mercati. Strategie e tattiche per superare la crisi

Pausa h 11,30

- ❑ L'analisi di bilancio, gli strumenti: EBITDA, EBITA, ROI e ROE. Come stimolare il ritorno sul capitale investito ed il benchmark di riferimento
- ❑ Blue Ocean Strategy e So.Lo.Mo Strategy
- ❑ La strutturazione finanziaria di un'azienda alberghiera, interventi sulla liquidità ed i rapporti con le banche

Sessione 1. G. del Fattore. Marketing Strategico Alberghiero (h 14,30 - 18,30)

- ❑ Dall'analisi del posizionamento aziendale, del mercato e del territorio, alla progettazione del Piano di Marketing Olistico
- ❑ Conosciamo i nuovi turisti e lo scenario di riferimento
- ❑ Property Management: implementazione inhouse e creazione del vantaggio competitivo

Pausa h 16,30

- ❑ Il F&B, un mezzo di comunicazione e di creazione del valore, Cross selling alberghiero
- ❑ Copywriting persuasivo e Brand Reputation Management..
- ❑ Tecniche di comunicazione, vendita e fidelizzazione
- ❑ Canali di vendita , focus sull'Online e Idee di Revenue Management



Tecniche e strumenti di gestione alberghiera

Dettaglio sessione 1. Roberto Necci

- ❑ Asset management e l'analisi della struttura alberghiera: posizionamento, liquidità, occupazione, vantaggio di prodotto.
- ❑ La filiera del turismo pre/post internet ed i C.M. Dalla stagione statica a quella dinamica: Le stagioni del Web 1,2,3,4
- ❑ Le analisi di Brand Reputation, i software ed il Benchmark di riferimento
- ❑ La reazione alla Brand Reputation dei canali e La commercializzazione alberghiera B2B-B2C
- ❑ Costi di Brand e Costi non di Brand: Riconsideriamo la politica di investimenti
- ❑ So.Lo.Mo Strategy (Social Local Mobile) Blu Ocean strategy (il caso Apple)
- ❑ I casi delle compagnie internazionali, analisi degli aspetti legali e problematiche occulte
- ❑ Proprietari, Imprenditori e Manager oltre i ruoli, rapporti con dipendenti e fornitori: da manager a commissario
- ❑ Fornitori: l'importanza di scegliere fornitori affidabili e saper leggere i preventivi
- ❑ Interventi sul prodotto, sulla strategia commerciale: Nuovi segmenti e nuovi mercati. Strategie e tattiche per superare la crisi
- ❑ Analisi di bilancio e strategia aziendale Gli interventi mirati in regime di credit crunch
- ❑ Accesso alle forme di finanziamento e la rinegoziazione bancaria dei debiti
- ❑ Il ritorno sul capitale investito interventi sulla liquidità, trattative bancarie, accordi di ristrutturazione debitorie, accordi in bonis, concordato
- ❑ Criteri di valutazione di un albergo e strutture di finanziamento innovative
- ❑ I fondi di private equity e scenari macroeconomici



Tecniche e strumenti di gestione alberghiera

Dettaglio sessione 2. Guglielmo del Fattore

- ❑ Il Piano strategico Turismo Italia 2020: Scenario e ipotesi commerciali
- ❑ Il piano di marketing olistico, progettazione: posizionamento aziendale, del mercato e del territorio
- ❑ L'analisi quali-quantitativa di marketing: touch point e value elements
- ❑ La Customer Value Proposition
- ❑ S.W.O.T.. Analysis, Benchmark, e mappa di posizionamento
- ❑ Property Management, implementazione inhouse. Tendenze strutturali e creazione del vantaggio competitivo. Il Minibar
- ❑ L'F&B, un mezzo di comunicazione e di creazione del valore. Cross selling alberghiero – Offerta prodotti peculiari (es. Biologici)
- ❑ Segmentazione. Scegliere la clientela migliore e affrontare i nuovi mercati, le peculiarità : Usi e costumi dei popoli, sociologia del turismo
- ❑ Come comunicare, leadership ed empatia
- ❑ Il Copywriting persuasivo, coinvolgere ed emozionare raccontandovi
- ❑ Tecniche di comunicazione, vendita e fidelizzazione: Gestione del cliente pre/durante/post soggiorno
- ❑ Promozione tradizionale: Brochure infografica e guide cartacee. Casi Steeves, Routard, Lonely Planet
- ❑ Web Marketing, ieri e oggi: OTA, SEO & affini
- ❑ Le nuove frontiere: social web, geolocalizzazione, flash sites
- ❑ Il sito Web ufficiale. Comunicare se stessi e il «prodotto hotel»
- ❑ Lineamenti ed Idee di Revenue Management
- ❑ Brand reputation Management
- ❑ Imparare a sfruttare le recensioni positive e difendersi dalle negative
- ❑ Un piccolo modello di business
- ❑ Strumenti di analisi e controllo dei risultati gestionali



Organizzatori e relatori dei corsi



Roberto Necci

Laurea in Economia e Gestione delle Aziende turistiche, Università di Perugia, tesi in "Forme di finanziamento dell'impresa alberghiera dal credito ordinario al merchant banking". Fondatore e Ceo Tour Operator VARM Viaggi, Titolare e General Manager dell' Hotel XX Settembre di Roma, membro del Consiglio Direttivo di Federalberghi Roma e di Federalberghi Lazio. Membro Associazione Direttori d'Albergo. A.D. società di consulenza alberghiera Oasi Merchant srl, Council Member di Gerson Lehrman Group per cui ha seguito oltre 40 progetti turistici per conto di compagnie alberghiere internazionali, fondi d'investimento e banche d'affari. Membro di advisor board di varie società di consulenza: Coleman research, Guidepoint Global, Infollion research, Orc International oltre che della società di informazioni economico finanziarie Thomson Reuters. Collabora con il fondo di private equity statunitense King Fish Group ed ha valutato progetti in Italia per la più importante compagnia alberghiera indiana Royal Orchid Hotels. Dal 11/2012 è Vice President Italy development di SILLKS INTERNATIONAL HOTEL GROUP compagnia alberghiera con sede ad Hong Kong che svilupperà 3 marchi, Silks Hotels 5*, Park Silks, 4* e Silks Residence che ha lanciato ufficialmente le operazioni nel corso di 12/2012, con base operativa europea a Londra. Docente in vari corsi e master di formazione tra cui "Corso di Management Alberghiero" tenutosi a Roma e curatore del blog "Consulenza Turistica" <http://roberto-necci.blogspot.it>



Guglielmo A. del Fattore

Specializzato in Marketing del Territorio e del Turismo, ha ottenuto il Master in Marketing Management IPSOA e segue attualmente i corsi di Comunicazione d'Impresa, Marketing e Pubblicità presso la L.u.m.s.a. di Roma. Collabora nella gestione della proprietà di famiglia, l'Albergo Cesari, storico hotel 3 stelle superior di Roma. Ha effettuato stage presso il Marriott Grand Hotel Flora di Roma. Responsabile Comunicazione dei Giovani Albergatori di Roma e Consigliere del Direttivo di Federalberghi Lazio. Si occupa dell'inserimento iGar all'interno della rivista Ospitalità Romana, cura inoltre diverse pagine Facebook. Ha collaborato con varie società di consulenza, tra cui Valdani Vicari & Associati di Milano e EasyConsulting di Roma. Ha lavorato per Pierreci Codess come Welcome Staff Manager presso l'Anfiteatro Flavio. Ha lavorato inoltre per il Consorzio Blu Star nell'ambito delle Human Resources. Sommelier professionista AIS, ha curato progetti anche nell'ambito dell'F&B. Ha partecipato a diversi corsi di formazione, sia come organizzatore che come relatore. Principalmente per il corso Aggiornamenti dei GAR, per il corso IFTS Assistenti di Direzione e, da Gennaio, per Nea Xenia Lab.