Materiale di lavoro del Volume 4 · tabella dei titoli

L'Architettura dell'Ospitalità · Seconda edizione · Volume 4

Una riga per file, nell'ordine di caricamento. I 96 strumenti del libro sono raccolti in un fascicolo per capitolo, in Word da compilare e in PDF da stampare. Le carte concettuali sono in un pacchetto separato.

N.	Categoria	Riferimento	Titolo	Sottotitolo	File
1	Strumenti	Capitolo 1	Gli strumenti del capitolo 1: Il direttore e il mercato	1.1 La mappa delle decisioni commerciali; 1.2 La strategia commerciale in tre pagine; 1.3 Il mix reale e il mix desiderato; 1.4 Le dieci domande commerciali del primo mese.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap01.docx / .pdf
2	Strumenti	Capitolo 2	Gli strumenti del capitolo 2: Segmentare la domanda	2.1 L'albero dei codici di mercato; 2.2 Le regole di codifica per il ricevimento; 2.3 Il profilo dei segmenti; 2.4 Il controllo mensile della qualità dei dati.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap02.docx / .pdf
3	Strumenti	Capitolo 3	Gli strumenti del capitolo 3: Il prezzo e chi lo paga	3.1 La scala delle tariffe individuali; 3.2 La valutazione di una tariffa scontata; 3.3 Le frasi per spiegare un prezzo; 3.4 Il controllo delle promozioni.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap03.docx / .pdf
4	Strumenti	Capitolo 4	Gli strumenti del capitolo 4: La concorrenza e il mercato	4.1 La scelta del gruppo dei concorrenti; 4.2 La lettura mensile degli indici; 4.3 Il calendario della domanda; 4.4 Le regole sullo scambio di informazioni con i concorrenti.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap04.docx / .pdf
5	Strumenti	Capitolo 5	Gli strumenti del capitolo 5: Prevedere la domanda	5.1 La scheda di pick-up; 5.2 Il registro delle richieste rifiutate; 5.3 Il controllo dell'errore di previsione; 5.4 Il calendario delle previsioni.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap05.docx / .pdf
6	Strumenti	Capitolo 6	Gli strumenti del capitolo 6: I principi del revenue management	6.1 L'agenda della riunione settimanale dei ricavi; 6.2 Il registro delle decisioni di prezzo e di disponibilità; 6.3 Il cruscotto settimanale delle vendite future; 6.4 La regola della protezione.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap06.docx / .pdf
7	Strumenti	Capitolo 7	Gli strumenti del capitolo 7: Strutture tariffarie e prezzo dinamico	7.1 La mappa delle tariffe; 7.2 Le regole di coerenza; 7.3 Il controllo mensile dei prezzi nei canali; 7.4 La lista di controllo sui prezzi personalizzati.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap07.docx / .pdf
8	Strumenti	Capitolo 8	Gli strumenti del capitolo 8: Il controllo dell'inventario e l'overbooking	8.1 Il calcolo del livello di overbooking; 8.2 La procedura di riprotezione; 8.3 Il controllo dei contingenti; 8.4 Le regole sulle restrizioni di soggiorno.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap08.docx / .pdf
9	Strumenti	Capitolo 9	Gli strumenti del capitolo 9: Gruppi, eventi e analisi dello spiazzamento	9.1 La scheda della richiesta di gruppo; 9.2 L'analisi dello spiazzamento; 9.3 Il prezzo minimo per i gruppi; 9.4 Le regole di approvazione e di risposta.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap09.docx / .pdf
10	Strumenti	Capitolo 10	Gli strumenti del capitolo 10: Oltre la camera	10.1 Il ricavo per posto e per ora della ristorazione; 10.2 Il valore di un evento; 10.3 Le regole per le sale; 10.4 Le proposte all'ospite prima e durante il soggiorno.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap10.docx / .pdf
11	Strumenti	Capitolo 11	Gli strumenti del capitolo 11: Sistemi e persone	11.1 La mappa dei sistemi e dei dati; 11.2 Le domande al fornitore di un sistema di revenue management; 11.3 Il registro delle correzioni manuali; 11.4 Le clausole da controllare nel contratto con il fornitore.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap11.docx / .pdf
12	Strumenti	Capitolo 12	Gli strumenti del capitolo 12: La mappa della distribuzione	12.1 La mappa dei canali; 12.2 Il controllo della dispersione delle tariffe; 12.3 Le clausole di rivendita nei contratti con grossisti e tour operator; 12.4 Il calendario dei controlli della distribuzione.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap12.docx / .pdf
13	Strumenti	Capitolo 13	Gli strumenti del capitolo 13: Le agenzie di viaggio online	13.1 La valutazione di un programma di visibilità; 13.2 La lettura delle condizioni della piattaforma; 13.3 Il controllo mensile delle commissioni; 13.4 Gli indicatori di dipendenza.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap13.docx / .pdf
14	Strumenti	Capitolo 14	Gli strumenti del capitolo 14: Il canale diretto	14.1 La prova del percorso di prenotazione; 14.2 Il cruscotto mensile del sito; 14.3 Le regole per telefono e posta elettronica; 14.4 Il controllo dell'accessibilità.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap14.docx / .pdf
15	Strumenti	Capitolo 15	Gli strumenti del capitolo 15: Il costo dei canali e il mix distributivo	15.1 Il costo di acquisizione per canale; 15.2 Il costo implicito delle tariffe nette; 15.3 La simulazione di un cambiamento del mix; 15.4 Il cruscotto mensile dei canali.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap15.docx / .pdf

N.	Categoria	Riferimento	Titolo	Sottotitolo	File
16	Strumenti	Capitolo 16	Gli strumenti del capitolo 16: Il marketing digitale	16.1 Il piano di marketing digitale in una pagina; 16.2 Il cruscotto del marketing digitale; 16.3 La lista di controllo per una collaborazione con un creatore di contenuti; 16.4 Le clausole del contratto con l'agenzia digitale.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap16.docx / .pdf
17	Strumenti	Capitolo 17	Gli strumenti del capitolo 17: L'organizzazione commerciale	17.1 La classificazione dei clienti; 17.2 Il registro delle opportunità; 17.3 La preparazione di una visita; 17.4 Il cruscotto trimestrale dell'ufficio commerciale.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap17.docx / .pdf
18	Strumenti	Capitolo 18	Gli strumenti del capitolo 18: Il segmento aziendale	18.1 La scheda di un cliente aziendale; 18.2 La scelta del tipo di accordo; 18.3 Il controllo delle tariffe negoziate nei sistemi; 18.4 Le risposte alle domande sulla sostenibilità.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap18.docx / .pdf
19	Strumenti	Capitolo 19	Gli strumenti del capitolo 19: Congressi, incentive ed eventi	19.1 Le domande per completare una richiesta di evento; 19.2 Il calcolo del prezzo per partecipante al giorno; 19.3 Il risultato economico dell'evento, prima e dopo; 19.4 Le regole di conferma degli eventi.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap19.docx / .pdf
20	Strumenti	Capitolo 20	Gli strumenti del capitolo 20: Contratti con aziende, gruppi, agenzie e tour operator	20.1 Gli elementi di un contratto di gruppo; 20.2 Il calendario delle penali per classe di domanda; 20.3 Il controllo di un contratto proposto da un tour operator; 20.4 La lista delle clausole da approvare specificamente.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap20.docx / .pdf
21	Strumenti	Capitolo 21	Gli strumenti del capitolo 21: La reputazione	21.1 L'indice mensile di reputazione; 21.2 La classificazione delle recensioni per argomento; 21.3 Le regole per rispondere; 21.4 Le pratiche vietate sulle recensioni.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap21.docx / .pdf
22	Strumenti	Capitolo 22	Gli strumenti del capitolo 22: Conoscere l'ospite	22.1 La mappa dei dati degli ospiti; 22.2 Le regole per le note nei profili; 22.3 I gruppi di clienti per la relazione; 22.4 La verifica di una campagna di comunicazione.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap22.docx / .pdf
23	Strumenti	Capitolo 23	Gli strumenti del capitolo 23: Fidelizzare	23.1 Il valore nel tempo di un tipo di cliente; 23.2 Il programma di riconoscimento; 23.3 Il calendario delle comunicazioni; 23.4 Il recupero per gli ospiti abituali.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap23.docx / .pdf
24	Strumenti	Capitolo 24	Gli strumenti del capitolo 24: Il piano di marketing e vendite	24.1 L'indice del piano di marketing e vendite; 24.2 La matrice dei segmenti e dei periodi; 24.3 Il cruscotto commerciale mensile; 24.4 La revisione di fine stagione.	Architettura_Vol4_Strumenti_cap24.docx / .pdf
25	Foglio di calcolo	1.3 · 2.3 · 3.2 · 4.2 · 5.1 · 5.3 · 6.4 · 8.1 · 9.2 · 10.1 · 10.2 · 13.1 · 15.1 · 15.2 · 15.3 · 15.4 · 19.2 · 19.3 · 21.1 · 23.1	Gli strumenti di calcolo del Volume 4	Venti fogli: mix, contributo per notte, tariffe scontate, indici di mercato, pick-up ed errore di previsione, protezione, overbooking, spiazzamento, RevPASH, valore di un evento, programmi di visibilità, costo dei canali, prezzo per partecipante, risultato dell'evento, reputazione, valore nel tempo. Celle gialle da compilare, esempi con i numeri dell'Albergo Le Mura.	Architettura_Vol4_Strumenti_di_calcolo.xlsx