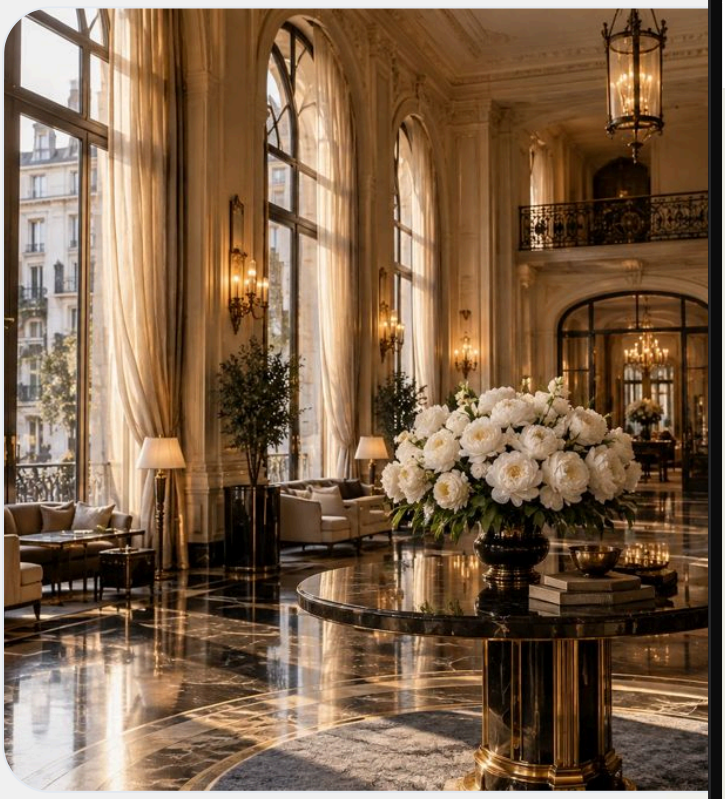
chatlyn

GUIDA CHATLYN 2026

IA in hotel: 20 casi d'uso che funzionano

Dove software di IA e robotica si guadagnano già il loro posto in hotel, come la ricerca con l'IA sta cambiando il modo in cui gli ospiti prenotano e come la messaggistica con gli ospiti trasforma risposte più rapide in ricavi.

20 casi d'uso · 3 reparti · 5 errori





INDICE

Cosa troverà

	L'IA è arrivata in hotel. Ora deve dimostrare il suo valore	03
01	A che punto sono gli hotel con l'IA nel 2026	04
02	Il percorso dell'ospite: dove entra in gioco l'IA	06
03	Esperienza dell'ospite e front office	09
04	Revenue, vendite e marketing	18
05	Operatività e back of house	25
06	La messaggistica con gli ospiti come motore di ricavi	31
07	Cinque errori da evitare	35
08	Una roadmap IA di 90 giorni	38
	Fonti	40

INTRODUZIONE

L'IA è arrivata in hotel. Ora deve dimostrare il suo valore

In hotel l'IA è passata dalla fase pilota all'uso quotidiano. Quasi ogni struttura la impiega da qualche parte, ma poche la fanno lavorare in tutta l'azienda e ancora meno sanno dire quanto rende. Nel frattempo gli ospiti iniziano a cercare negli assistenti IA e, da agosto 2026, chi viaggia negli Stati Uniti può prenotare un hotel senza uscire dall'AI Mode di Google.

Questa guida è pensata per proprietari, direttori e responsabili di reparto che vogliono capire dove l'IA e la robotica aiutano davvero, dove no e da dove cominciare. Presenta 20 casi d'uso in tre reparti: **Esperienza dell'ospite e front office**, **Revenue, vendite e marketing** e **Operatività e back of house**. Per ognuno spiega che cosa fa, che cosa richiede e a che cosa prestare attenzione.

Si chiude con la messaggistica con gli ospiti, perché è lì che risposte più rapide diventano prenotazioni e upselling, poi con i cinque errori che vediamo più spesso e con un piano di 90 giorni da avviare già lunedì prossimo.

PUNTI CHIAVE

- Quasi ogni hotel usa l'IA da qualche parte. I vantaggi vanno a chi la collega ai dati dei propri ospiti.
- Gli ospiti iniziano a cercare e prenotare tramite assistenti IA. Informazioni chiare e aggiornate decidono chi viene consigliato.
- La prima risposta utile, sul canale scelto dall'ospite, conquista la prenotazione e l'upselling.
- Si parte con un responsabile, una base di riferimento e due casi d'uso, poi si amplia dopo 90 giorni.

01

CAPITOLO 1

A che punto sono gli hotel con l'IA nel 2026

L'IA è arrivata in quasi tutti gli hotel, ma nella maggior parte resta un insieme di esperimenti. Intanto il modo in cui gli ospiti trovano e prenotano gli hotel si sta spostando negli assistenti IA.



Quasi ogni hotel oggi usa l'IA da qualche parte. Pochi la usano ovunque. Nella **Mews Hotelier Survey 2026**, il 98% delle oltre 500 strutture intervistate aveva usato l'IA nei sei mesi precedenti, in media per 11 delle 19 attività alberghiere più comuni. Il sondaggio di Wyndham tra i proprietari, di gennaio 2026, mostra l'altra faccia: l'IA è partita quasi ovunque, ma solo circa un terzo dei proprietari dice che è integrata nella maggior parte delle attività, e il 73% vorrebbe fare di più ma si sente sopraffatto.

98%

degli albergatori ha usato l'IA negli ultimi sei mesi

Source: Mews Hotelier Survey 2026

32%

dei proprietari d'hotel dice che l'IA è integrata nella maggior parte delle attività

Source: Wyndham Owner Trends Report 2026

41%

degli hotel non ha una policy formale sull'IA

Source: Mews Hotelier Survey 2026

Il problema non sono gli investimenti. Nello studio Travel Dreams 2026 di Amadeus, 499 albergatori su 500 hanno dichiarato di voler investire nell'IA quest'anno. A spingerli è il personale. HOTREC, l'associazione europea dell'ospitalità, stima che nell'UE circa un posto su dieci nel settore resti scoperto. In Germania, il barometro KfW-ifo sulla manodopera qualificata contava ancora a ottobre 2025 oltre un quarto delle strutture ricettive a corto di personale qualificato e, sull'intera economia, servivano in media 161 giorni per coprire una posizione aperta.

~10%

dei posti nell'ospitalità nell'UE è scoperto

Source: HOTREC, gennaio 2026

27.9%

delle strutture ricettive tedesche segnala carenza di personale qualificato (ottobre 2025)

Source: KfW-ifo Fachkräftebarometer

26%

degli albergatori USA: il front desk è il ruolo più difficile da coprire, dopo i piani

Source: AHLA e Hireology, 2025

Il percorso di prenotazione si sposta negli assistenti IA

Adobe ha misurato a maggio 2026 un aumento del 194% su base annua del traffico dagli assistenti IA verso i siti di viaggio statunitensi. Questi visitatori restano il 70% più a lungo e abbandonano il sito il 41% meno spesso degli altri. Convertono ancora il 28% in meno rispetto al resto del traffico, ma il divario è di circa il 70% più piccolo rispetto a ottobre 2024. Nel sondaggio di SiteMinder su 12.000 viaggiatori, la quota di chi inizia la ricerca dell'hotel in uno strumento di IA è passata in un anno dall'1% al 4%: ancora poco, ma quattro volte tanto. Nel Regno Unito, MMGY ha rilevato che il 52% dei viaggiatori usa ormai l'IA per pianificare i viaggi, contro il 40% di un anno prima.

+194%

traffico da assistenti IA verso siti di viaggio USA, maggio 2026 rispetto a maggio 2025

Source: Adobe Analytics

4%

dei viaggiatori inizia la ricerca dell'hotel in uno strumento di IA, contro l'1%

Source: SiteMinder Changing Traveller Report 2026

6%

dei viaggiatori si fida pienamente dell'IA

Source: Booking.com Global AI Sentiment Report 2025

Il passo successivo è l'agente IA che prenota. A ottobre 2025 Booking.com ed Expedia hanno lanciato app dentro ChatGPT. Ad aprile 2026 SiteMinder ha aperto la distribuzione alberghiera a piattaforme di IA come ChatGPT e Claude, usando il Model Context Protocol per trasmettere dati alberghieri in tempo reale. Il 27 agosto 2026 Google ha lanciato negli Stati Uniti la prenotazione di hotel dentro l'AI Mode, con partner come Booking.com, Expedia, Marriott, Hilton e IHG: l'ospite confronta le camere, legge le condizioni di cancellazione e paga con Google Pay in un unico posto. L'Europa per ora è esclusa. La fiducia è in ritardo: solo il 12% dei viaggiatori accetterebbe di lasciar decidere l'IA senza di sé, ed Expedia ha rilevato che appena l'8% si sente a proprio agio nel far gestire una prenotazione all'IA.

Per un hotel questo cambia due cose. Un assistente può consigliare solo ciò che riesce a leggere e verificare, quindi informazioni sparse tra PDF, un sito web datato e la memoria del team giocano a suo sfavore. E quando l'ospite lascia l'assistente con un'ultima domanda, la struttura che risponde per prima, sul canale dell'ospite, si tiene la prenotazione.

CONSIGLIO

Chieda agli assistenti del suo hotel

Ponga a ChatGPT, Gemini, Claude e Perplexity le domande dei suoi ospiti: “Quale hotel della nostra località è adatto a una famiglia con cane a febbraio?” e “Quanto costa il parcheggio nel nostro hotel?” Annoti ciò che è sbagliato, mancante o non aggiornato e lo corregga alla fonte: sito web, profilo dell'attività su Google e schede sulle OTA. Ripeta ogni trimestre.

02

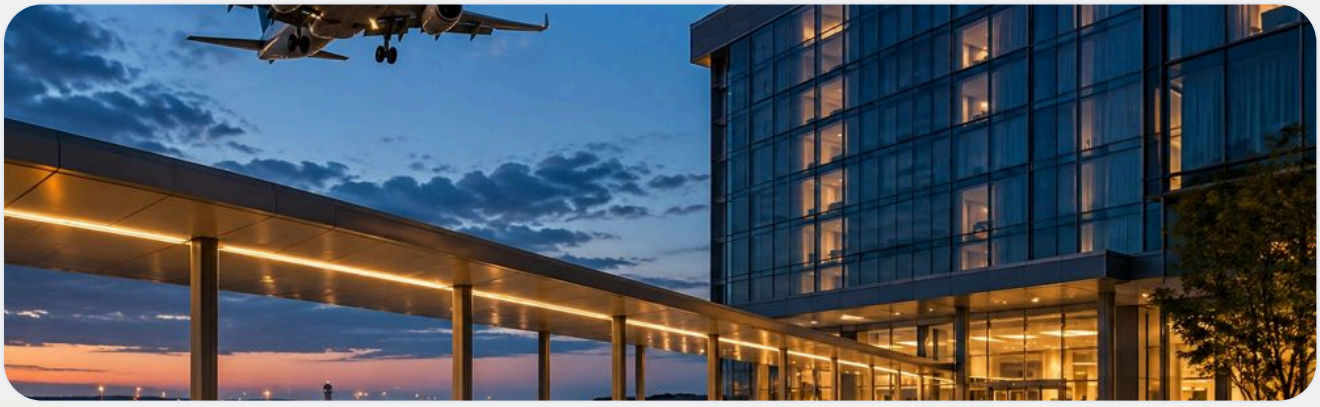
CAPITOLO 2

Il percorso dell'ospite: dove entra in gioco l'IA

La domanda utile non è dove si potrebbe usare l'IA, ma dove i suoi ospiti aspettano, si ripetono o rinunciano. Questi momenti vanno dalla prima idea di viaggio fino alla recensione finale.

IN QUESTO CAPITOLO

- Che cosa si aspettano gli ospiti in ogni fase
- Software e robotica



Associando l'IA ai momenti del soggiorno anziché ai reparti, le priorità diventano più chiare. Alcuni momenti riguardano l'essere trovati, altri il rispondere in fretta, altri ancora il proporre la cosa giusta al momento giusto, e alcuni il lavoro che gli ospiti non vedono mai. Le sei fasi qui sotto offrono il quadro d'insieme; i capitoli da 3 a 5 descrivono nel dettaglio i 20 casi d'uso, reparto per reparto.

Dove compare l'IA durante il soggiorno

Ispirazione

Trovati dalla ricerca IA

Gli assistenti consigliano gli hotel le cui informazioni riescono a leggere e di cui si fidano. Dati puliti e aggiornati sul sito e sulle schede decidono se lei compare.

Prenotazione

Risposte prima della prenotazione

Le domande su cani, parcheggio o camere comunicanti arrivano di notte e la domenica. Una risposta immediata e precisa, con il link al booking engine, evita che l'ospite torni sulla OTA.

Prima dell'arrivo

Tutto pronto prima dell'arrivo

Un messaggio qualche giorno prima dell'arrivo conferma i dettagli e propone l'upgrade, lo slot in spa o il tavolo per cena mentre l'ospite sta ancora organizzando.

Arrivo

Meno attesa al banco

Orari di arrivo, parcheggio e dettagli pratici raccolti in anticipo permettono un'accoglienza dedicata all'ospite, non alle pratiche.

Soggiorno

Richieste in chat, non al telefono

Asciugamani, consigli sui ristoranti e domande sulla spa passano dalla chat. Le richieste di routine ricevono subito risposta; ciò che richiede un intervento va al team giusto.

Dopo il soggiorno

La recensione e il ritorno

Un messaggio di ringraziamento, una richiesta di recensione al momento giusto e una risposta a ogni recensione, scritta in bozza dall'IA e approvata da una persona.

Che cosa si aspettano gli ospiti in ogni fase

58%

dei viaggiatori preferisce SMS, WhatsApp o email con la struttura; il 4% vuole la sua app

Source: eviivo, sondaggio viaggiatori 2025

74%

dei consumatori si aspetta un servizio a qualsiasi ora

Source: Zendesk CX Trends 2026

74%

degli ospiti d'hotel statunitensi pagherebbe un extra per un upgrade di camera

Source: Forge Consumer Hotel Habits Report 2026

Messi insieme, questi numeri descrivono un ospite che vuole una risposta subito, su un canale che usa già, e che è disposto a spendere di più quando l'offerta è adatta. Pochissimi vogliono un'altra app. Per questo la messaggistica sta al centro del percorso: è lì che arrivano le domande, che un'offerta si accetta con un tocco e che il team vede che cosa ogni ospite ha chiesto in passato.

L'IA lungo il percorso, per reparto

Fase	Esigenza dell'ospite	Dove aiuta l'IA	Reparto
Ispirazione	Trovare l'hotel giusto	Informazioni corrette per la ricerca IA, contenuti e SEO	Revenue, vendite e marketing
Prenotazione	Una risposta rapida e affidabile	Risposte 24/7, link al booking engine, preventivi più rapidi	Esperienza dell'ospite e front office
Prima dell'arrivo	Organizzare il soggiorno	Messaggi programmati con offerte di upgrade e ristorazione	Revenue, vendite e marketing
Arrivo	Niente code, niente sorprese	Dati di arrivo raccolti in anticipo	Esperienza dell'ospite e front office
Soggiorno	Richieste gestite in fretta	Risposte in chat, inoltro a housekeeping e manutenzione	Operatività e back of house
Dopo il soggiorno	Essere ascoltati e ricordati	Risposte alle recensioni, offerte per il ritorno, conoscenza dell'ospite	Revenue, vendite e marketing

Software e robotica

La maggior parte dell'IA in hotel è software: modelli linguistici che rispondono e scrivono, modelli previsionali che fissano i prezzi delle camere e pianificano il personale, sistemi di visione o sensori che monitorano energia e manutenzione. La robotica è lo strato fisico. I robot di consegna portano asciugamani e ordini del room service da un piano all'altro, le macchine di pulizia autonome lavorano di notte in corridoi e hall, e alcune strutture sperimentano robot concierge. I robot si ripagano dove il lavoro è ripetitivo, fisico e misurato in tragitti o metri quadrati. Nelle conversazioni con gli ospiti il software fa meglio, perché risponde nella lingua dell'ospite, a qualsiasi ora, sul telefono dell'ospite stesso.

CONSIGLIO

Parta da dove gli ospiti aspettano

Prima di scegliere uno strumento, analizzi una settimana normale: quanti messaggi arrivano per canale, quanto tempo richiede la prima risposta e quali sono le dieci domande più frequenti. Questi tre numeri le dicono dove l'IA farà risparmiare più tempo e dove una risposta più rapida vale più denaro.

03

CAPITOLO 3

Esperienza dell'ospite e front office

Sette modi in cui l'IA toglie lavoro di routine al ricevimento, dalla prima domanda su WhatsApp alla recensione dopo il check-out. Inizi dai risultati rapidi e lasci le persone dove gli ospiti le vogliono ancora.

IN QUESTO CAPITOLO

- Caso d'uso 01 · Messaggistica con gli ospiti e concierge IA su WhatsApp e webchat
- Caso d'uso 02 · Traduzione multilingue in tempo reale
- Caso d'uso 03 · Analisi delle recensioni e del sentiment con bozze di risposta
- Caso d'uso 04 · Check-in online e scansione dei documenti
- Caso d'uso 05 · Personalizzazione dai profili ospite
- Caso d'uso 06 · Risposta telefonica IA per le prenotazioni



Il front office gestisce gran parte di ciò che gli ospiti notano: la risposta alle 23:00, la coda al check-in, la risposta nella loro lingua. È anche il reparto dove la carenza di personale si sente per prima. Nell'UE, secondo HOTREC, circa un posto su dieci in hotel resta scoperto. I sette casi d'uso che seguono vanno dai risultati rapidi ai grandi progetti. Per ciascuno vedrà che cos'è, che cosa ne hanno fatto hotel reali, che cosa richiede e come cominciare.

58%

dei viaggiatori preferisce WhatsApp, SMS o link via email; solo il 4% un'app o un QR code

Source: eviivo, sondaggio viaggiatori, 2025

70%

degli hotel: gli ospiti vogliono ancora una persona al check-in e quando serve aiuto

Source: Hotels.com Hotel Room Innsights, 2025

10%

dei posti in hotel è scoperto in media nell'UE

Source: HOTREC, gennaio 2026

Sette casi d'uso per il front office in sintesi

Risultato rapido

Caso d'uso 01 · Messaggistica con gli ospiti e concierge IA

Un assistente IA risponde alle domande di routine su WhatsApp e webchat a ogni ora e passa il resto al suo team.

Risultato rapido

Caso d'uso 02 · Traduzione multilingue in tempo reale

Traduzione scritta e parlata, così chiunque sia in turno può aiutare un ospite nella sua lingua.

Risultato rapido

Caso d'uso 03 · Analisi delle recensioni e bozze di risposta

L'IA ordina le recensioni per tema e sentiment e prepara risposte nel tono della casa, che un responsabile pubblica.

Impegno medio

Caso d'uso 04 · Check-in online e scansione dei documenti

Gli ospiti si registrano e scansionano il documento prima dell'arrivo; il ricevimento smette di ricopiare passaporti.

Impegno medio

Caso d'uso 05 · Personalizzazione dai profili ospite

Soggiorni passati, preferenze e conversazioni trasformati nella camera, nel messaggio e nell'offerta giusti.

Impegno medio

Caso d'uso 06 · Risposta telefonica IA per le prenotazioni

Un agente vocale risponde a ogni chiamata, gestisce la routine e passa prenotazioni ed eccezioni alle persone.

Grande progetto

Caso d'uso 07 · Robot per la hall e di servizio

Robot che di notte fanno le consegne nelle grandi strutture, dove le distanze li giustificano.

Caso d'uso 01 · Messaggistica con gli ospiti e concierge IA su WhatsApp e webchat

Un assistente IA risponde agli ospiti sui canali che usano già, soprattutto WhatsApp e la chat del sito web, a qualsiasi ora. Attinge solo alle sue informazioni (regolamento della casa, orari, menu, indicazioni stradali) e passa a un collaboratore tutto ciò che è personale, delicato o poco chiaro. Fatto bene, elimina le domande ripetitive che riempiono ogni turno: parcheggio, orari della colazione, arrivo in tarda serata, orari della spa. Al suo team restano le conversazioni che richiedono giudizio.

- Gli ospiti vogliono messaggi, non un'altra app: nel sondaggio eviivo 2025 su 430 viaggiatori, il 58% preferiva WhatsApp, SMS o link via email, mentre appena il 4% voleva un'app della struttura o un QR code (eviivo, novembre 2025).
- Le stesse domande tornano a ogni turno. È il lavoro da delegare per primo, perché le risposte cambiano di rado e gli ospiti le vogliono subito, anche di notte.



Secondo giorno, ore 22:40

CONVERSAZIONE DI ESEMPIO

Alpenglüh

Chalet hotel, Tirolo

Una domanda di routine in tarda serata, con risposta tratta dalle informazioni dell'hotel e il passo successivo proposto con dei pulsanti.

Impegno: basso, a patto che le informazioni sulla struttura siano aggiornate. **Impatto:** alto, sui tempi di risposta e sul carico di lavoro del ricevimento. **Costo:** un abbonamento software mensile, più le tariffe per messaggio di Meta per i modelli WhatsApp che invia per primo.

Come iniziare

1. **Raccolga le 30 domande principali**
   Chieda a ricevimento e prenotazioni di elencare le domande a cui rispondono ogni giorno e scriva una risposta chiara per ciascuna.
2. **Metta in ordine il materiale di partenza**
   Aggiorni regolamento della casa, orari, menu e indicazioni stradali. L'IA può essere aggiornata solo quanto ciò che le fornisce.
3. **Parta da un canale con regole chiare di passaggio**
   Attivi prima la webchat o WhatsApp, decida quali temi vanno sempre a una persona (reclami, pagamenti, salute) e riveda ogni settimana le risposte deboli.

chatlyn

Dove si inserisce chatlyn

L'IA di chatlyn risponde alle domande di routine degli ospiti su WhatsApp e webchat a ogni ora, nella lingua dell'ospite e con la voce della sua struttura, usando solo le sue conoscenze. Passa la conversazione al suo team quando l'ospite lo chiede o quando non è sicura, e per le email prepara bozze che una persona invia. Con il PMS collegato, ogni conversazione si trova nel profilo dell'ospite accanto alle sue prenotazioni. All'Hotel Enzian Obertauern l'IA gestisce circa l'85% delle richieste di routine, con un tempo medio di risposta di circa tre secondi. IMLAUER Group è passato dal 6% di richieste risolte con i chatbot precedenti al 93% con chatlyn.

Caso d'uso 02 · Traduzione multilingue in tempo reale

Oggi l'IA di traduzione funziona sia per iscritto sia a voce. Per iscritto, uno strumento di messaggistica traduce il messaggio dell'ospite nella lingua del collaboratore e la risposta nella lingua dell'ospite, così può rispondere chiunque sia in turno, non solo chi parla ceco o giapponese. Al ricevimento, le app di traduzione vocale su telefono o tablet permettono a receptionist e ospite di parlare ciascuno nella propria lingua, con i sottotitoli sullo schermo.

- DeepL ha lanciato DeepL Voice a novembre 2024, con una modalità mobile per le conversazioni di persona. A luglio 2025 accettava 16 lingue parlate e mostrava sottotitoli in 35 (DeepL, 2024 e 2025).
- Apple ha portato la Traduzione in tempo reale sugli AirPods a settembre 2025 e l'ha annunciata per gli utenti UE con iOS 26.2 a dicembre 2025, dopo un ritardo legato al Digital Markets Act (PhoneArena, novembre 2025). Molti dei suoi ospiti arriveranno presto con la traduzione nelle orecchie.

Impegno: basso. **Impatto:** medio, alto per le strutture con molti ospiti internazionali. **Costo:** basso; spesso già incluso negli strumenti di messaggistica, altrimenti una licenza business per utente.

Come iniziare

1. **Verifichi che cosa ha già**
   Molti strumenti di messaggistica e app per gli ospiti traducono già i messaggi. Attivi la funzione prima di acquistare qualcosa di nuovo.
2. **Attrezzi il ricevimento**
   Installi un'app di traduzione vocale su un tablet del front desk per le conversazioni di persona e la provi con le tre lingue più frequenti tra i suoi ospiti.
3. **Confermi per iscritto ciò che è vincolante**
   Prezzi, condizioni di cancellazione e informazioni su sicurezza o salute vanno confermati per iscritto, meglio se in entrambe le lingue.

CONSIGLIO

Attenzione ai dati

Usi un piano business e legga le condizioni sul trattamento dei dati del fornitore prima che il personale incolli nomi degli ospiti, numeri di camera o dati sanitari in uno strumento di traduzione.

Caso d'uso 03 · Analisi delle recensioni e del sentiment con bozze di risposta

L'IA legge ogni recensione su Google, Booking.com, Tripadvisor e nei suoi sondaggi, le ordina per tema e sentiment e prepara una risposta nel tono della casa, che un responsabile controlla e pubblica. Il valore è doppio: risponde a più recensioni e più in fretta, e vede i temi ricorrenti (l'ascensore rumoroso, il servizio lento a colazione) prima che si diffondano sulle piattaforme.

- HM Hotels, con 23 strutture a Maiorca, in Messico e nella Repubblica Dominicana, ha esteso a tutto il gruppo nel 2025 le risposte IA alle recensioni di ReviewPro, dopo un pilota di due mesi in due hotel. A febbraio 2025 ha risposto all'82% di 661 recensioni, ha gestito le recensioni negative e neutre in media entro 2,7 giorni e ha raggiunto un tasso di risposta del 100% su Google, Booking.com e Tripadvisor (Shiji, 2025).
- ReviewPro indica in 3,2 giorni il tempo medio globale di risposta a una recensione nel 2025, contro i 10 giorni del 2021 (Hospitality Net, giugno 2025). Ospiti e altri lettori notano chi risponde, e con quale rapidità.

Impegno: basso. **Impatto:** da medio ad alto, sulla reputazione e sulla capacità di individuare presto i problemi operativi. **Costo:** basso; incluso nella maggior parte degli strumenti di reputazione, oppure possibile con un assistente IA generico e un prompt chiaro.

Come iniziare

1. **Scriva le regole della casa per le risposte**
   Definisca tono e chiusura, e ciò che non si dice mai in pubblico: nessuna colpa, nessun dato dell'ospite, nessuna offerta di risarcimento.
2. **L'IA scrive la bozza, una persona pubblica**
   Ogni risposta viene letta e adattata da chi conosce il soggiorno. Le recensioni negative ricevono sempre una revisione personale.
3. **Riporti i temi ogni mese**
   Chieda ogni mese i cinque temi più lodati e i cinque più criticati e li inoltri ai responsabili di reparto.

Caso d'uso 04 · Check-in online e scansione dei documenti

Gli ospiti completano la registrazione sul telefono prima dell'arrivo: confermano i dati, scansionano passaporto o carta d'identità, firmano la scheda di registrazione e a volte pagano o scelgono l'orario di arrivo. Il giorno stesso ritirano una chiave o vanno direttamente in camera. Al ricevimento, gli scanner di documenti leggono il documento e lo trasferiscono nel PMS, senza che qualcuno debba ricopiarlo. L'IA si occupa della lettura del documento e dei controlli di plausibilità.

- In un sondaggio su 2.000 viaggiatori statunitensi condotto da Talker Research per Mews nella primavera 2025, il 70% ha detto che userebbe un'app o un chiosco al posto del front desk. Mews ha inoltre riferito che gli ospiti che fanno il check-in ai suoi chioschi hanno una probabilità tre volte maggiore di acquistare un upselling (Mews, giugno 2025).
- L'adesione non arriva da sola: negli hotel che nel 2024 usavano il check-in online di P3, in media il 26% degli ospiti invitati lo ha completato, con valori tra l'8% e l'85% (P3, maggio 2024).
- Dal 1° gennaio 2025 i cittadini tedeschi che soggiornano in hotel in Germania non devono più compilare la scheda di registrazione. Gli ospiti stranieri sì, e le norme ammettono alternative digitali come la verifica elettronica dell'identità (IHK Osnabrück).

Impegno: medio; dipende dal PMS e dalle norme locali sulla registrazione. **Impatto:** alto, sulle code nelle ore di punta e sugli upselling all'arrivo. **Costo:** medio; di solito un abbonamento per camera o per check-in, più l'hardware se aggiunge un chiosco.

Come iniziare

1. **Chiarisca gli obblighi di registrazione**
   Le norme variano da Paese a Paese e, in Germania, tra ospiti nazionali e stranieri. Verifichi che cosa deve raccogliere, come può farlo e per quanto tempo conservarlo.

2. **Parta dal suo PMS**
   Molti fornitori di PMS offrono o integrano il check-in online. Usi ciò che si collega in modo nativo prima di aggiungere un altro strumento.

3. **Metta il link dove gli ospiti guardano**
   Invii il link per il check-in in un breve messaggio pre-arrivo anziché in fondo a una lunga email di conferma, e monitori il tasso di completamento settimana per settimana.

Caso d'uso 05 · Personalizzazione dai profili ospite

L'IA riunisce ciò che sa già di un ospite (soggiorni passati, preferenze di camera, che cosa ha ordinato, che cosa ha chiesto nei messaggi, perché viaggia) e lo trasforma in piccole azioni al momento giusto: l'assegnazione della camera adatta, un messaggio pre-arrivo che cita il suo solito orario in spa, un'offerta pensata per una famiglia anziché per chi viaggia per lavoro. Il presupposto sono dati puliti in un unico posto.

- Nel sondaggio TakeUp 2025 su 350 viaggiatori che soggiornano regolarmente in hotel indipendenti, il 95% ha detto che offerte o consigli personalizzati in base ai propri interessi renderebbero più probabile la prenotazione (Hotel Business, luglio 2025).
- Nel sondaggio di Mews e Talker Research, quasi l'80% dei viaggiatori ha indicato i servizi personalizzati come motivo per tornare, e il 93% si è detto disposto a condividere dati personali per migliorare il soggiorno (Mews, giugno 2025).
- Gli albergatori vedono il potenziale di ricavo: l'85% degli intervistati da Amadeus riteneva che la personalizzazione potesse portare oltre il 5% di ricavi aggiuntivi (Amadeus, 2024).

Impegno: medio; la maggior parte del lavoro riguarda qualità dei dati e consenso. **Impatto:** alto, sulla soddisfazione degli ospiti e sulla spesa oltre la tariffa della camera. **Costo:** medio; una piattaforma di profili ospite o un CRM collegato al PMS e alla messaggistica.

Come iniziare

1. **Scelga cinque dati che contano**
   Per esempio motivo del soggiorno, preferenza di camera, esigenze alimentari, date da festeggiare e spesa passata in spa o F&B.

2. **Li raccolga dove compaiono**
   Moduli di prenotazione, domande pre-arrivo e conversazioni con gli ospiti. Li salvi nel profilo dell'ospite, con una base giuridica chiara ai sensi del GDPR.

3. **Li usi prima in un solo percorso**
   Personalizzi il messaggio pre-arrivo per segmento (famiglie, coppie, business) prima di tentare ovunque una personalizzazione individuale.

Caso d'uso 06 · Risposta telefonica IA per le prenotazioni

Un agente vocale risponde alle chiamate, comprende il linguaggio naturale, risponde alle domande di routine e registra la prenotazione nel sistema di prenotazione oppure passa la chiamata a una persona con un riepilogo. Copre le chiamate che il ricevimento perde nei momenti di punta e di notte, che spesso sono proprio quelle con una prenotazione dietro.

- McDreams, gruppo alberghiero economico tedesco, ha introdotto nel 2024 un assistente telefonico IA sviluppato da Onsei. Gestisce da solo circa la metà delle chiamate di routine degli ospiti e il gruppo ha stimato risparmi annui di 600.000 € (Travolution, maggio 2024).
- A marzo 2026 l'hotel Pecr di Praga ha attivato l'agente vocale BE-A di Flae Robotics, che può creare, modificare e cancellare prenotazioni durante la chiamata e cambia lingua in automatico. Il fornitore afferma che può automatizzare fino al 90% delle richieste ripetitive del front office (TravelDailyNews, marzo 2026).
- HotelPlanner ha riferito che i suoi agenti vocali IA gestivano 10.000 chiamate al giorno in 15 lingue (Travolution, novembre 2024).

Impegno: medio; configurazione telefonica, integrazioni e test accurati. **Impatto:** alto per le strutture con molte chiamate o senza un ufficio prenotazioni notturno. **Costo:** medio; di solito fatturato al minuto o a chiamata, più il lavoro di integrazione.

Come iniziare

1. **Misuri prima le chiamate**
   Registri due settimane di chiamate: quante, a che ora, quante perse e di che cosa si trattava.
2. **Prima le informazioni, poi le prenotazioni**
   Lasci che l'agente risponda alle domande e smisti le chiamate prima di fargli gestire prenotazioni o pagamenti.
3. **Progetti il passaggio di consegne**
   Chi chiama deve poter parlare con una persona ogni volta che lo chiede, e il riepilogo della chiamata deve arrivare insieme a lui.

ATTENZIONE

Dica agli ospiti che parlano con un'IA

L'AI Act dell'UE prevede che le persone siano informate quando interagiscono con un sistema di IA, a meno che non sia evidente dal contesto. Questo obbligo di trasparenza si applica dal 2 agosto 2026. Una voce dal suono naturale lo rende più importante, non meno: lo dica nel saluto, al telefono e in chat.

Caso d'uso 07 · Robot per la hall e di servizio

Oggi i robot di servizio in hotel si occupano soprattutto di consegne: asciugamani, cortesie e vassoi del room service. Alcuni accolgono gli ospiti nella hall o trasportano i bagagli. Rendono al meglio come fattorini affidabili lungo i corridoi di notte, non come sostituti del receptionist.

- Il Renaissance Paris La Défense, hotel da 330 camere, usa il robot W3 di SoftBank Robotics per il room service, il che gli ha permesso di offrirlo 24 ore su 24 (TOPHOTEL, aprile 2024).
- I risultati sono contrastanti: nel sondaggio Hotels.com 2025 su oltre 450 hotel, alcune strutture hanno riferito di aver ritirato i robot dal servizio colazione e dalle aree della hall (Hotels.com, settembre 2025).

Impegno: alto; contano ascensori, Wi-Fi, struttura dell'edificio e sicurezza. **Impatto:** da basso a medio; massimo nei grandi hotel con lunghe distanze e turni notturni intensi. **Costo:** alto; leasing o abbonamento per robot, più l'integrazione con ascensori e porte.

Come iniziare

1. **Gli trovi un lavoro vero**
   Conti le consegne notturne a settimana. Se sono solo una manciata, il robot servirà soprattutto per le foto.
2. **Verifichi l'edificio**
   Ascensori, larghezza delle porte, soglie, copertura Wi-Fi e norme antincendio decidono che cosa è possibile.
3. **Faccia un pilota prima di impegnarsi**
   Prenda un robot in leasing per tre mesi e misuri consegne, tempo risparmiato dal personale e commenti degli ospiti prima di estenderlo.

Non in questa lista: gli assistenti vocali in camera. Alexa Smart Properties di Amazon ha portato il controllo vocale e le richieste di servizio nelle camere d'hotel, per esempio in quattro hotel NH Collection a Barcellona e Madrid nel 2024. Eppure nel sondaggio Hotels.com 2025 gli hotel hanno indicato i comandi smart della camera tra le cose con cui gli ospiti hanno più difficoltà. Per la maggior parte delle strutture, il telefono dell'ospite e un canale di messaggistica fanno lo stesso lavoro con meno hardware.

Casi d'uso del front office a confronto

Caso d'uso	Impegno	Impatto	Tempi per i risultati
01 Messaggistica IA con gli ospiti	Basso	Alto	2-4 settimane
02 Traduzione in tempo reale	Basso	Medio	Pochi giorni
03 Risposte alle recensioni	Basso	Medio-alto	1-2 settimane
04 Check-in online e scansione documenti	Medio	Alto	1-3 mesi
05 Personalizzazione dai profili	Medio	Alto	3-6 mesi
06 Risposta telefonica IA	Medio	Alto	1-3 mesi
07 Robot per la hall e di servizio	Alto	Medio-basso	3-6 mesi

04

CAPITOLO 4

Revenue, vendite e marketing

Il revenue è l'ambito in cui gli hotel usano da più tempo il machine learning e dove i risultati si misurano più facilmente. Questi sette casi d'uso vanno dal prezzo della camera di stasera alla domanda se ChatGPT nomini o meno il suo hotel.

IN QUESTO CAPITOLO

- Caso d'uso 08 · Revenue management con IA e prezzi dinamici
- Caso d'uso 09 · Previsione della domanda
- Caso d'uso 10 · Upselling automatico e offerte di upgrade
- Caso d'uso 11 · Campagne email e CRM personalizzate
- Caso d'uso 12 · Contenuti e visibilità nella ricerca IA
- Caso d'uso 13 · Assistente vendite IA per richieste di gruppi e MICE

Sette casi d'uso per revenue, vendite e marketing

Impegno medio

08 · Revenue management con IA e prezzi dinamici

Un sistema che fissa il prezzo di ogni tipologia di camera e data più volte al giorno, in base al ritmo delle prenotazioni e al mercato.

Grande progetto

09 · Previsione della domanda

Una previsione di camere, coperti e trattamenti su cui housekeeping, F&B e spa possono pianificare, non solo il revenue.

Risultato rapido

10 · Upselling automatico e offerte di upgrade

I tre extra giusti per ogni ospite prima dell'arrivo: una camera migliore, la colazione, il parcheggio, un trattamento.

Impegno medio

11 · Campagne email e CRM personalizzate

Piccole campagne al momento giusto, attivate da ciò che l'ospite ha fatto, invece di una newsletter uguale per tutti.

Risultato rapido

12 · Contenuti e visibilità nella ricerca IA

Fare in modo che ChatGPT, Gemini e Perplexity descrivano correttamente il suo hotel, e che lo consiglino.

Impegno medio

13 · Assistente vendite IA per richieste di gruppi e MICE

Da una lunga email di RFP a una bozza di proposta strutturata e con il suo marchio in pochi minuti, rivista dal suo sales manager.

Risultato rapido

14 · Monitoraggio della distribuzione e della parità tariffaria

Controlli quotidiani che nessuna OTA o rivenditore venda le sue camere a meno del suo sito web.

Le etichette danno una prima idea dell'impegno. Un **risultato rapido** si avvia in poche settimane con il team che ha già. **Impegno medio** significa un'integrazione con il PMS o il CRM e una persona responsabile del risultato. Un **grande progetto** coinvolge più reparti e dipende dalla qualità dei dati. Per ogni caso d'uso troverà che cos'è, un esempio reale con la fonte, impegno, impatto, costo e un primo passo.

Caso d'uso 08 · Revenue management con IA e prezzi dinamici

Un sistema di revenue management (RMS) legge le prenotazioni in portafoglio, il ritmo delle prenotazioni, le tariffe dei concorrenti e la domanda di mercato, poi consiglia o fissa un prezzo per ogni tipologia di camera e data. La parte IA consiste nel ricalcolare molte volte al giorno e nell'imparare come gli ospiti reagiscono a ogni prezzo, cosa che nessun foglio di calcolo e nessuna

riunione prezzi del lunedì può eguagliare. La maggior parte dei sistemi permette di scegliere tra raccomandazioni da approvare e un pilota automatico che invia da solo le tariffe al channel manager.

- **Esempio:** l'Hotel de la Couronne, hotel a gestione familiare di Ginevra, ha aumentato il RevPAR dell'11% entro tre mesi dall'attivazione di Atomize, società del gruppo Mews, con l'occupazione in crescita del 12% e l'ADR del 5% su base annua. Il suo direttore ha visto un miglioramento netto entro sei settimane (Mews, storia cliente, marzo 2025).
- **Impegno:** medio. L'RMS ha bisogno di un collegamento bidirezionale con il PMS o il channel manager, tipologie di camera e piani tariffari ordinati, e di qualche settimana in cui qualcuno controlla ogni raccomandazione prima che il team si fidi del pilota automatico.
- **Impatto:** alto. Il prezzo è la leva singola più importante sui ricavi camere, e il risultato si vede nel RevPAR, il numero che i proprietari già seguono.
- **Costo:** un abbonamento mensile, di solito in base al numero di camere e ai moduli. Gli strumenti per hotel indipendenti partono da circa 119 $ al mese per funzionalità (scheda Capterra di RoomPriceGenie); i sistemi enterprise per i gruppi sono quotati su richiesta.
- **Come iniziare:** esporti 12 mesi di tariffe e occupazione, fissi una tariffa minima e una massima per tipologia di camera, poi usi il sistema in modalità raccomandazione per quattro-sei settimane e confronti i suggerimenti con quanto ha effettivamente applicato.

+19%

aumento medio annuo dei ricavi in 567 strutture con il pilota automatico di RoomPriceGenie

Source: RoomPriceGenie, aprile 2025

+11%

RevPAR all'Hotel de la Couronne, Ginevra, tre mesi dopo l'introduzione di Atomize

Source: Mews, marzo 2025

+10%

RevPAR al Sofitel Bangkok Sukhumvit, 2025 sul 2024, con IDeaS G3 RMS; indice ricavi +18%

Source: IDeaS via iTWire, agosto 2026

Caso d'uso 09 · Previsione della domanda

La previsione è la parte del revenue management che guarda avanti: quante camere, coperti e trattamenti venderà in ogni data. I modelli di IA combinano il ritmo delle prenotazioni con segnali esterni come eventi, vacanze scolastiche e capacità dei voli, e aggiornano la previsione ogni giorno. La previsione non serve solo per i prezzi. Turni dell'housekeeping, acquisti per la colazione e personale della spa migliorano quando il numero su cui pianificano è più vicino a ciò che succede davvero.

- **Esempio:** una catena alberghiera globale con centinaia di strutture in Nord America ha migliorato del 10% le previsioni di arrivi e partenze e del 25% quelle di food and beverage dopo aver aggiunto i dati sugli eventi di PredictHQ, e stima un'efficienza sul costo del lavoro fino a 90 milioni di $ l'anno (PredictHQ, storia cliente). A settembre 2026 Aimbridge ha introdotto LIFT, il suo strumento di previsione del fabbisogno di personale assistito dall'IA, in tutto il suo portafoglio di circa 1.000 hotel (CoStar).

- **Impegno:** alto. Una previsione vale quanto i dati su cui si basa. RoomPriceGenie stima che tra il 6% e l'8% delle prenotazioni in portafoglio contenga errori come duplicati o prenotazioni fantasma, quindi la pulizia del PMS viene prima di tutto (RoomPriceGenie, agosto 2026).
- **Impatto:** alto, e va oltre le camere fino al costo del lavoro e del F&B, di solito le due voci di costo più alte di un hotel.
- **Costo:** la previsione delle camere è spesso parte di un RMS; i dati sugli eventi e le previsioni per altri reparti sono moduli aggiuntivi o abbonamenti separati. I progetti a livello di gruppo aggiungono lavoro su dati e integrazioni.
- **Come iniziare:** per un trimestre, confronti la sua previsione attuale con i risultati effettivi in punti fissi (90, 30 e 7 giorni prima dell'arrivo). Questa base di riferimento le dirà poi se un nuovo strumento è davvero più preciso.

Caso d'uso 10 · Upselling automatico e offerte di upgrade

Il software di upselling invia a ogni ospite, prima dell'arrivo, una breve selezione di extra (una camera migliore, check-in anticipato, colazione, parcheggio, un trattamento in spa) e impara quali offerte funzionano con quali ospiti. Fatto bene, sembra un servizio: l'ospite vede tre cose adatte a questo soggiorno, non un catalogo. Le offerte che dipendono dalla disponibilità possono essere confermate in automatico dove il PMS lo consente; le altre passano al team per la conferma.

- **Esempio:** il Mercure Hotel MOA Berlin invia email di upselling pre-arrivo collegate al PMS. Hanno raggiunto un tasso di apertura del 63% e un tasso di conversione del 10%, con un ricavo medio da upselling di 50,47 € per richiesta (case study di Hotel Tech Report, 2025).
- **Dato:** tra i clienti di Revinate, il ricavo medio da upselling nel 2024 è stato di 941 $ per hotel al mese a livello globale e di 836 $ nell'area EMEA (Revinate Hospitality Benchmark Report, marzo 2025). Per la maggior parte degli hotel è una cifra modesta, con margini di crescita.
- **Impegno:** basso. La maggior parte degli strumenti si collega al PMS e include modelli di offerta. Il vero lavoro è scegliere, fotografare e prezzare dieci buone offerte.
- **Impatto:** da medio ad alto, con costi aggiuntivi per vendita quasi nulli una volta impostate le offerte.
- **Costo:** basso. Un abbonamento mensile per struttura; lo confronti con il suo attuale ricavo mensile da upselling prima di firmare.
- **Come iniziare:** scelga cinque offerte con un buon margine e un momento chiaro (check-in anticipato, colazione, parcheggio, late check-out, un trattamento), le invii da tre a cinque giorni prima dell'arrivo e monitori per un mese la conversione di ciascuna.

chatlyn

Upselling dentro la conversazione

Con chatlyn, il PMS attiva il messaggio pre-arrivo su WhatsApp, con pulsanti per colazione, trattamenti o dettagli di arrivo. Quando l'ospite risponde, la conversazione arriva nella stessa inbox in cui il suo team lavora già, e l'IA risponde alle domande successive con la voce della struttura. L'ospite dice sì; il suo team conferma. Lo Spa Resort Geinberg ha raggiunto un tasso di apertura del 95% con le sue campagne WhatsApp, e l'Hotel Enzian Obertauern ha visto le prenotazioni al ristorante crescere del 38% grazie alle campagne WhatsApp.

Caso d'uso 11 · Campagne email e CRM personalizzate

In un CRM alberghiero l'IA svolge tre compiti. Crea segmenti in base allo storico dei soggiorni e al comportamento, sceglie il momento dell'invio (una prenotazione abbandonata, una cancellazione, un anno dall'ultimo soggiorno) e scrive oggetti e testi con la sua voce. Il risultato sono meno newsletter di massa e più piccole campagne al momento giusto, ciascuna rivolta agli ospiti a cui è destinata.

- **Esempio:** il Revinate Hospitality Benchmark Report 2026, basato su 2,8 miliardi di email inviate nel 2025, ha rilevato che le newsletter hanno in media un tasso di apertura del 33,6% e generano 1.249 $ di valore di prenotazione per campagna. Le email di recupero per carrello abbandonato e per cancellazione convertono tra il 5% e il 6%, e quelle ai contatti freddi oltre il 6,5% (Revinate, marzo 2026).
- **Impegno:** medio. Il CRM deve essere alimentato da PMS e booking engine, il consenso deve essere in regola con il GDPR e qualcuno deve essere responsabile del calendario delle campagne.
- **Impatto:** da medio ad alto, concentrato nelle campagne automatiche che reagiscono a qualcosa che l'ospite ha fatto.
- **Costo:** medio. I CRM alberghieri sono abbonamenti in base alle dimensioni della struttura o al numero di contatti, e l'integrazione è un progetto una tantum.
- **Come iniziare:** prima di toccare la newsletter, attivi due flussi automatici: recupero delle prenotazioni abbandonate e recupero delle cancellazioni. Poi usi ChatGPT o Claude per scrivere tre oggetti per campagna e li metta a confronto.

Caso d'uso 12 · Contenuti e visibilità nella ricerca IA

Sempre più ospiti chiedono a ChatGPT, Gemini o Perplexity dove alloggiare invece di scorrere una pagina di risultati. Questi assistenti costruiscono le risposte da ciò che il web dice di lei: il suo sito, le schede sulle OTA, le recensioni, YouTube, Reddit e i blog di viaggio. Essere visibili lì, ciò che a volte si chiama generative engine optimisation (GEO), è soprattutto buona pratica svolta con cura: informazioni corrette, contenuti specifici che rispondono a domande reali e una solida reputazione nelle fonti che gli assistenti leggono.

+3,500%

traffico dall'IA generativa verso i siti di viaggio USA, da luglio 2024 a luglio 2025

Source: Adobe Analytics, settembre 2025

8% vs 15%

ricerche Google con clic su un risultato: con un riepilogo IA rispetto a senza

Source: Pew Research Center, luglio 2025

55%

delle fonti citate dagli assistenti IA sugli hotel erano OTA, guidate da Tripadvisor

Source: Studio Cloudbeds via Hotel Management, giugno 2025

- **Esempio:** Cloudbeds ha studiato 145 hotel che ChatGPT, Perplexity e Gemini consigliavano con costanza in sei destinazioni: il 95% compariva anche su Reddit e il 98% su YouTube (giugno 2025). Un audit di 180 risposte IA a luglio 2026 ha rilevato che appena 23 strutture si aggiudicavano metà di tutte le 824 raccomandazioni di hotel in sei mercati del lusso statunitensi, e che un assistente consigliava ancora un hotel di Miami demolito 108 giorni prima (Hospitality Net, agosto 2026).
- **Impegno:** basso all'inizio, poi una manutenzione costante. La maggior parte del lavoro consiste nel correggere informazioni e scrivere pagine specifiche, non in nuova tecnologia.
- **Impatto:** medio oggi e in crescita. Adobe ha rilevato che a luglio 2025 i visitatori arrivati dall'IA sui siti di viaggio statunitensi avevano il 47% di probabilità in meno di convertire rispetto al resto del traffico, contro l'86% di ottobre 2024, mentre restavano più a lungo e abbandonavano meno.
- **Costo:** basso. Soprattutto tempo del team o ore di un'agenzia; gli strumenti che misurano quanto spesso gli assistenti IA citano il suo hotel sono un abbonamento facoltativo.
- **Come iniziare:** verifichi che il file robots.txt consenta l'accesso a OAI-SearchBot, il crawler che OpenAI usa per mostrare i siti web nella ricerca di ChatGPT. Google afferma che le AI Overviews non richiedono markup speciali oltre alla normale indicizzazione e a dati strutturati corretti. Poi ponga a tre assistenti le dieci domande dei suoi ospiti (“miglior hotel con spa in Tirolo per coppie”) e corregga ogni informazione sbagliata alla fonte: sito web, profilo dell'attività su Google e schede sulle OTA.

Caso d'uso 13 · Assistente vendite IA per richieste di gruppi e MICE

Le richieste per gruppi e meeting arrivano come lunghe email e RFP: date, blocchi di camere, sale riunioni, catering, budget. Un assistente vendite IA legge la richiesta, ne estrae i dati chiave in modo strutturato, li confronta con disponibilità e pacchetti e prepara una proposta con il suo marchio che il sales manager rivede. Il punto è la velocità, perché la prima risposta credibile spesso si aggiudica il contratto.

- **Esempio:** l'80% degli organizzatori si aspetta che un hotel o una location risponda a una RFP entro quattro giorni (Cvent, febbraio 2025), eppure il tempo medio di risposta degli hotel su Cvent è salito da 4,84 giorni a marzo 2025 a 5,08 giorni a marzo 2026 (dati Cvent riportati da AltexSoft, maggio 2026). A luglio 2025 ProposalPath ha lanciato un assistente IA per le proposte che trasforma un'email, una RFP, un PDF o un memo vocale in una proposta modificabile con il marchio dell'hotel in meno di un minuto (Hospitality Net).

- **Dato:** nel sondaggio di Amadeus su oltre 315 responsabili vendite di hotel e location, l'86% ha dichiarato di usare già l'IA nelle proprie attività, e il 70% ha indicato i meeting aziendali come la principale opportunità per il 2026 (Amadeus, maggio 2026).
- **Impegno:** medio. L'assistente ha bisogno delle capienze delle sale, dei pacchetti, dei menu e delle regole di spesa minima. Al sales manager restano il prezzo e l'invio finale.
- **Impatto:** alto per gli hotel con sale riunioni, dove il tempo di risposta decide molte richieste ancora prima che si confrontino i prezzi.
- **Costo:** medio. Gli strumenti specializzati per proposte e per sales and catering sono abbonamenti. ChatGPT o Claude con un buon modello di prompt sono un primo passo a basso costo.
- **Come iniziare:** prenda le sue ultime 20 richieste di gruppo, scriva un prompt che estragga in una tabella date, camere, spazi, catering e budget, e misuri quanto tempo richiede ora una prima bozza di proposta rispetto a prima.

Caso d'uso 14 · Monitoraggio della distribuzione e della parità tariffaria

Gli strumenti di parità controllano più volte al giorno le sue tariffe su Booking.com, Expedia, metamotori e molti rivenditori minori, e le confrontano con il suo sito web. L'IA aiuta in due punti: riconoscere la stessa camera e tariffa su siti che le descrivono in modo diverso, e risalire all'origine di una fuga di tariffe, spesso un contratto wholesale le cui tariffe ricompaiono su una OTA secondaria. Chiudere queste falle fa sì che la sua tariffa diretta resti la migliore che un ospite possa trovare.

- **Esempio:** il World Parity Monitor di 123Compare.me per il primo semestre 2025 ha rilevato che nel 75% delle ricerche almeno una OTA era più economica del sito dell'hotel, e che le OTA battevano l'hotel nel 38% delle ricerche da mobile contro il 31% da desktop (agosto 2025).
- **Esempio:** Lighthouse e Bowerbird Technologies hanno unito il rilevamento della parità basato sull'IA alla rimozione dei rivenditori non autorizzati. In un pilota di Radisson Hotel Group, la perdita di parità è calata del 25% e il tasso di parità rispettata è migliorato del 20% (Hospitality Net, giugno 2026).
- **Impegno:** basso. La configurazione richiede di elencare i canali e mappare le tipologie di camera; il lavoro continuo consiste nell'agire sugli avvisi.
- **Impatto:** medio. Protegge le prenotazioni dirette e il loro margine, e riduce la spesa in search a pagamento per difendere il nome del suo hotel.
- **Costo:** da basso a medio. Il monitoraggio della parità è spesso un modulo di uno strumento di rate shopping; l'intervento contro i rivenditori non autorizzati è un servizio aggiuntivo.
- **Come iniziare:** per due settimane controlli da telefono le tre date in arrivo più importanti, metamotori inclusi, e annoti chi offre prezzi più bassi. Se tornano sempre gli stessi nomi, risalga al contratto che c'è dietro prima di acquistare uno strumento.

Revenue, vendite e marketing in sintesi

Caso d'uso	Impegno	Impatto	Tempi per i risultati
08 · Revenue management e prezzi dinamici	Medio	Alto	6-12 settimane
09 · Previsione della domanda	Alto	Alto	3-6 mesi
10 · Upselling e upgrade automatici	Basso	Medio-alto	2-4 settimane
11 · Email e CRM personalizzati	Medio	Medio-alto	1-3 mesi
12 · Visibilità nella ricerca IA	Basso	Medio, in crescita	2-6 mesi
13 · Assistente vendite IA per gruppi e MICE	Medio	Alto con sale meeting	4-8 settimane
14 · Monitoraggio parità tariffaria	Basso	Medio	1-2 settimane

05

CAPITOLO 5

Operatività e back of house

Sei casi d'uso dell'IA che gli ospiti non vedono mai ma che decidono i suoi costi: dalla lista dell'housekeeping al bidone della cucina, dalla centrale tecnica alla coda delle fatture fino ai robot nei corridoi.

IN QUESTO CAPITOLO

- Caso d'uso 15 · Ottimizzazione dell'housekeeping e dello stato camere
- Caso d'uso 16 · Monitoraggio degli sprechi alimentari in cucina
- Caso d'uso 17 · Previsione del fabbisogno e turni del personale
- Caso d'uso 18 · Automazione delle fatture e della contabilità fornitori
- Caso d'uso 19 · Energia, HVAC e manutenzione predittiva
- Caso d'uso 20 · Robot di servizio per consegne e pulizie

Gli ospiti vedono di rado la lavanderia, la centrale tecnica o il registro acquisti, eppure è lì che si concentra gran parte dei costi di un hotel. Qui l'IA è poco appariscente: decide quale camera pulire per prima, pesa ciò che finisce nel bidone della cucina, legge le fatture dei fornitori e dice al tecnico quale pompa sta per guastarsi. Diversi di questi strumenti si ripagano in una stagione e liberano il team per il lavoro a contatto con gli ospiti, che gli ospiti dicono di volere ancora dalle persone.

Sei casi d'uso per operatività e back of house

Risultato rapido

Caso d'uso 15 · Ottimizzazione dell'housekeeping e dello stato camere

L'IA ordina la lista delle pulizie in base ad arrivi, partenze e posizione delle cameriere ai piani, così le camere prioritarie sono pronte per prime.

Risultato rapido

Caso d'uso 16 · Monitoraggio degli sprechi alimentari in cucina

Una telecamera e una bilancia sopra il bidone registrano ciò che viene buttato, così gli chef possono ridurre la sovrapproduzione.

Impegno medio

Caso d'uso 17 · Previsione del fabbisogno e turni del personale

Turni costruiti su occupazione, coperti ed eventi previsti invece che sul foglio di calcolo dell'anno scorso.

Impegno medio

Caso d'uso 18 · Automazione delle fatture e della contabilità fornitori

L'IA legge le fatture dei fornitori, le codifica e le inoltra per l'approvazione, lasciando alle persone solo le eccezioni.

Grande progetto

Caso d'uso 19 · Energia, HVAC e manutenzione predittiva

Sistemi dell'edificio che adattano riscaldamento e raffrescamento alla domanda e segnalano i guasti prima che gli ospiti se ne accorgano.

Grande progetto

Caso d'uso 20 · Robot di servizio per consegne e pulizie

Robot che di notte portano le cortesie in camera o aspirano corridoi e sale eventi.

36%

di sprechi alimentari in meno in 4 hotel pilota Mandarin Oriental in sei mesi con Winnow

Source: Mandarin Oriental via Hospitality Net, giugno 2024

50%

del tempo del team contabilità di PPHE Hotel Group liberato dall'IA sulle fatture

Source: Rossum, storia cliente, ottobre 2025

89%

dei viaggiatori vuole l'IA accanto al personale o dietro le quinte, non al posto suo

Source: Mews, sondaggio viaggiatori, ottobre 2026

Caso d'uso 15 · Ottimizzazione dell'housekeeping e dello stato camere

Il software di housekeeping con IA legge dal PMS arrivi, partenze, fermate e segnalazioni VIP, poi crea e riordina di continuo durante il turno la lista di ogni cameriera ai piani. Chi arriva presto trova la camera pronta per primo, il personale percorre tragitti più brevi e il ricevimento vede lo stato delle

camere cambiare in tempo reale invece di telefonare ai piani. Di solito è la voce di costo del personale più alta dell'hotel, quindi anche piccoli miglioramenti si sommano.

- **Esempio:** Staycity Aparthotels, con oltre 45 strutture, riporta una produttività dell'housekeeping superiore del 20%, un turnover del personale di housekeeping inferiore del 10% e camere pronte quasi due ore prima dopo l'introduzione di Optii (HotelTechReport, storia di successo).
- **Esempio:** al Ritz-Carlton Cleveland le cameriere ai piani sono passate da circa 12-14 camere al giorno a 16-18 dopo il passaggio dalle lavagne cartacee a Optii, secondo il rooms operations manager dell'hotel (HotelTechReport).
- **Impegno / impatto / costo:** impegno basso se il PMS ha un'integrazione pronta; impatto da medio ad alto su costo del personale e check-in anticipato; il costo è un abbonamento software, di solito quotato per camera.
- **Come iniziare:** misuri per due settimane i minuti attuali per camera in partenza e per fermata, poi faccia un pilota su due piani e confronti le camere per cameriera e l'orario in cui vengono liberate le camere dei primi arrivi.

Caso d'uso 16 · Monitoraggio degli sprechi alimentari in cucina

Una bilancia intelligente e una telecamera sono posizionate sopra i bidoni della cucina. Ogni volta che si butta del cibo, la visione artificiale riconosce di che cosa si tratta e il sistema registra peso e costo. Gli chef ricevono un report giornaliero che mostra quali piatti del buffet, preparazioni o avanzi nei piatti costano di più, e adeguano produzione e porzioni. È uno dei pochi strumenti di IA che fa risparmiare denaro e CO_2 allo stesso tempo.

- **Esempio:** Hilton ha usato Winnow in 45 hotel tra EMEA e APAC durante il Ramadan 2025 e ha ridotto gli avanzi nei piatti del 26%, da 102 g a 64 g per coperto (Hilton, giugno 2025).
- **Esempio:** il Novotel Warszawa Centrum ha ridotto gli sprechi alimentari per ospite del 69% in due anni con Orbisk, risparmiando circa 60.600 € (Orbisk, novembre 2025).
- **Impegno / impatto / costo:** impegno basso, un dispositivo per ogni punto principale di scarto; impatto medio, Winnow indica un costo del cibo inferiore dal 2 all'8%; Orbisk indica un abbonamento annuale da 5.000 a 8.000 € per cucina.
- **Come iniziare:** cominci dal buffet della colazione, dove gli sprechi sono più alti e più prevedibili, e concordi con lo chef quali due piatti cambiare nel primo mese.

Caso d'uso 17 · Previsione del fabbisogno e turni del personale

Gli strumenti di workforce management prevedono la domanda in base a occupazione, arrivi, coperti al ristorante ed eventi, poi propongono per ogni reparto turni adeguati. I responsabili correggono invece di partire da zero, e il sistema avvisa prima che si verifichino straordinari o eccesso di personale, non dopo le buste paga. Gli strumenti più recenti aggiungono un assistente in chat che risponde a domande come “perché il team banchetti di giovedì è così numeroso?”

- **Esempio:** Harbour Hotels, 14 strutture nel Regno Unito, riporta da 400 a 600 ore pianificate in meno a settimana e un risparmio del 2% sul costo del personale previsto con la pianificazione di Fourth, oltre a 2-3 ore a settimana di lavoro amministrativo risparmiate dai responsabili (Fourth, case study, 2025).
- **Dato:** solo l'11% dei responsabili nordamericani di personale a ore usava strumenti di pianificazione con IA, mentre il 59% dedicava tre o più ore a settimana ai turni (sondaggio Legion, giugno 2025).
- **Impegno / impatto / costo:** impegno medio, perché vanno prima concordati gli standard di lavoro per reparto; impatto medio sulla voce di costo più alta; abbonamento per dipendente o per sede.
- **Come iniziare:** parta da un reparto con domanda variabile, come F&B o housekeeping, e metta per iscritto il suo standard di lavoro (per esempio i minuti per camera in partenza) prima di attivare qualsiasi previsione.

Caso d'uso 18 · Automazione delle fatture e della contabilità fornitori

Un hotel molto attivo riceve ogni mese centinaia di fatture dei fornitori in ogni formato. L'elaborazione documentale con IA le legge, abbina le righe agli ordini d'acquisto e ai centri di costo e le invia al giusto approvatore sul telefono. Il personale gestisce solo le eccezioni. Per i gruppi alberghieri presenti in più Paesi, gestisce anche lingue e regole IVA diverse.

- **Esempio:** PPHE Hotel Group elabora con Rossum oltre 12.500 fatture al mese nel suo portafoglio europeo; il 75% dei documenti passa ora senza intervento manuale, e metà del tempo del team contabilità fornitori è stata liberata per l'analisi di fornitori e costi (Rossum, ottobre 2025).
- **Esempio:** Strawberry (ex Nordic Choice Hotels) ha ridotto il tempo medio di elaborazione da 10 minuti a 1,2 minuti per fattura su circa 600.000 fatture l'anno e ha risparmiato oltre 60.000 ore nel primo anno con Vic.ai (Vic.ai, case study).
- **Impegno / impatto / costo:** impegno medio, perché servono un'anagrafica fornitori pulita e regole di approvazione; impatto alto per gruppi e cluster, minore per una singola struttura; di solito il prezzo dipende dal volume di fatture.
- **Come iniziare:** esporti il numero di fatture dell'anno scorso per fornitore; se pochi fornitori fanno gran parte del volume, automatizzi prima quelli e verifichi la precisione ogni settimana per i primi due mesi.

Caso d'uso 19 · Energia, HVAC e manutenzione predittiva

I sistemi di controllo dell'edificio basati sull'IA si collegano al building management system esistente, imparano come si riscalda e si raffresca ogni zona e regolano i setpoint ogni pochi minuti in base a occupazione, previsioni meteo e prezzi dell'energia. Gli stessi dati dei sensori supportano la manutenzione predittiva: il sistema nota un refrigeratore, una pompa o un ascensore che si comporta in modo anomalo e apre un ordine di lavoro prima che si guasti davanti agli ospiti.

- **Esempio:** un hotel Hilton a Mumbai ha ridotto i consumi energetici del 10% rispetto alla base di riferimento in 18 mesi, dopo un retrofit di quattro mesi con i controlli IoT dell'edificio di 75F, risparmiando circa 273.700 kWh su gruppo frigo e trattamento aria (75F, case study).

- **Dato:** il produttore di ascensori KONE riporta il 40% di interventi di riparazione in meno e la metà dei casi di persone bloccate dopo il passaggio all'analisi predittiva sui suoi ascensori connessi (Solita, 2023). Il dato riguarda gli ascensori in generale, non solo gli hotel.
- **Impegno / impatto / costo:** impegno alto, servono l'ufficio tecnico, il fornitore del BMS e spesso l'IT; impatto alto sull'energia, uno dei maggiori costi controllabili; affermazioni dei fornitori come il costo energetico HVAC "fino al 25%" più basso di BrainBox AI sono valori massimi, non medie.
- **Come iniziare:** chieda ai fornitori del BMS e degli ascensori quali dati raccolgono già e se un livello di IA può appoggiarsi sopra; faccia un pilota prima nelle aree comuni, dove il rischio per il comfort degli ospiti è minimo, e concordi la base di riferimento prima dell'avvio.

Caso d'uso 20 · Robot di servizio per consegne e pulizie

È il lato fisico dell'IA. I robot di consegna si muovono nei corridoi e chiamano l'ascensore per portare alla porta asciugamani, prodotti da bagno o un vassoio del room service. I robot lavapavimenti aspirano corridoi, sale banchetti e sale riunioni, spesso di notte. Entrambi usano telecamere e lidar per mappare l'edificio ed evitare le persone. Non sostituiscono una cameriera ai piani o un cameriere; si fanno carico degli spostamenti a piedi.

- **Esempio:** il Pullman Paris Montparnasse (957 camere) usa il robot aspirapolvere Whiz di SoftBank Robotics nei corridoi e negli spazi per eventi; ha registrato 855 ore di lavoro e 268.000 m² aspirati (SoftBank Robotics via TOP HOTEL, aggiornato a gennaio 2025).
- **Esempio:** nel 2025 RobotLAB ha iniziato a installare robot di consegna e pulizia LG negli hotel Marriott negli Stati Uniti, a partire dal Renaissance Dallas Hotel, con integrazione degli ascensori per le consegne tra i piani (IoT M2M Council, aprile 2025).
- **Esempio nell'area DACH:** il Parkhotel Eisenstadt, in Austria, usa robot Pudu per le consegne in camera, il servizio al ristorante, il ritiro delle stoviglie e la pulizia delle sale riunioni (Pudu Robotics, dicembre 2023).
- **Impegno / impatto / costo:** i robot per le pulizie richiedono un impegno medio; i robot di consegna sono un grande progetto per via dell'integrazione con gli ascensori, della copertura Wi-Fi e delle verifiche di sicurezza. Relay Robotics ha indicato un canone mensile che corrisponde a circa 75.000 USD in tre anni, manutenzione inclusa (Hotel Dive, 2023).
- **Come iniziare:** conti le consegne giornaliere di cortesie e le ore notturne di pulizia dei corridoi; se sono poche, un robot non si ripaga. Se sono molte, prenda in leasing un robot per la pulizia degli spazi eventi prima di toccare le consegne in camera.

Robot: che cosa funziona e che cosa è solo hype

I robot conquistano i titoli nella tecnologia alberghiera, ma la realtà è più modesta. Quelli che si guadagnano il posto svolgono compiti ripetitivi e a basso rischio nei corridoi di servizio e nelle sale eventi vuote. Quelli che falliscono cercano di sostituire il giudizio, la conversazione o la manualità fine.

A che punto sono i robot nel 2026

ANCORA HYPE

- Umanoidi che rifanno i letti: i ricercatori della Hotelschool The Hague si aspettano che l'housekeeping sia tra gli ultimi lavori alberghieri a essere automatizzati, perché lenzuola e cuscini sono difficili da maneggiare e i salari sono bassi (gennaio 2026)
- Robot concierge che rispondono a domande aperte: nel 2019 l'Henn na Hotel in Giappone ha ritirato circa la metà dei suoi 243 robot perché fraintendevano gli ospiti e non sapevano rispondere alla maggior parte delle domande
- Hotel gestiti interamente da robot: l'hotel robotizzato da 44 camere di Pudu a Shenzhen inizierà i test solo a fine 2026 e aprirà nel 2027

FUNZIONA OGGI

- Aspirare di notte corridoi, sale banchetti e sale riunioni
- Portare le cortesie in camera nei turni di notte, quando una sola persona gestisce il ricevimento
- Riportare le stoviglie sporche in cucina nei ristoranti affollati
- Dare agli ospiti indicazioni o informazioni semplici, dove uno studio della Hotelschool The Hague non ha rilevato differenze di soddisfazione rispetto al personale

> Quando si usano davvero i robot, ci si rende conto che ci sono posti in cui non servono, o in cui infastidiscono e basta.
>
> Hideo Sawada, presidente della società che gestisce l'Henn na Hotel, citato da HR Reporter, 2019 [tradotto]

- **Costo:** una guida di Hospitality Net (luglio 2026) stima l'acquisto di robot di consegna base in circa 15.000-45.000 USD, prima di integrazione con gli ascensori, software e assistenza. Il leasing distribuisce la spesa, ma il totale su tre anni resta rilevante per un hotel di medie dimensioni.
- **Accettazione da parte degli ospiti:** l'89% dei viaggiatori vuole un'IA che lavori accanto al personale o dietro le quinte, e il 75% dice che la buona ospitalità dipende ancora dalle persone (Mews, ottobre 2026). Un robot che porta il dentifricio a mezzanotte è benvenuto; un robot al banco dell'accoglienza no.
- **Impatto sul personale:** il 67% degli stessi viaggiatori teme la perdita di posti di lavoro a causa dell'IA, e il 51% non accetterebbe tagli al personale in cambio. Presenti i robot al suo team come chi si fa carico degli spostamenti, non del lavoro, e lasci decidere al personale quali giri delegare.
- **Verifica pratica:** prima di firmare, controlli compatibilità con gli ascensori, Wi-Fi in ogni corridoio, pavimenti e soglie, e chi riavvia il robot alle 3 di notte quando si ferma.

CONSIGLIO

Parta da dove gli ospiti non vedono

I ritorni più rapidi di questo capitolo sono invisibili agli ospiti: la lista dell'housekeeping, il bidone della cucina e la coda delle fatture. Dimostri lì il valore, poi decida se un robot visibile aggiunge qualcosa al suo servizio.

Operatività e back of house in sintesi

Caso d'uso	Impegno	Impatto	Tempi per i risultati
15 · Ottimizzazione dell'housekeeping	Basso	Medio-alto	1-3 mesi
16 · Monitoraggio sprechi alimentari	Basso	Medio	1-3 mesi
17 · Previsione del fabbisogno di personale	Medio	Medio-alto	3-6 mesi
18 · Automazione delle fatture	Medio	Alto per i gruppi	3-6 mesi
19 · Energia e manutenzione	Alto	Alto	6-18 mesi
20 · Robot di servizio	Medio-alto	Medio-basso	6-12 mesi

06

CAPITOLO 6

La messaggistica con gli ospiti come motore di ricavi

Tutti i casi d'uso di questa guida si incontrano in un punto: la conversazione con l'ospite. È lì che una risposta rapida diventa una prenotazione e un'offerta ben calibrata diventa ricavo.

Gli ospiti non spendono di più perché un hotel spinge di più. Spendono di più perché l'hotel c'era quando volevano qualcosa. Con oltre tre miliardi di persone che usano WhatsApp ogni mese, quel momento avviene sempre più spesso in una chat. Il momento conta quanto l'offerta: la ricerca di Plusgrade ha rilevato che gli ospiti accettano un upgrade con una probabilità del 48% più alta al check-in che prima dell'arrivo. Distribuisca le offerte lungo il soggiorno invece di concentrarle tutte in un'unica email pre-arrivo.

92%

tasso di apertura dei messaggi pre-arrivo su WhatsApp all'Hotel Enzian Obertauern

Source: case study chatlyn, Hotel Enzian Obertauern

+38%

prenotazioni al ristorante grazie alle campagne WhatsApp all'Hotel Enzian Obertauern

Source: case study chatlyn, Hotel Enzian Obertauern

15x

tasso di risoluzione delle richieste da parte dell'IA in IMLAUER Group, dal 6% al 93%

Source: case study chatlyn, IMLAUER Group

L'altra metà è la velocità. Nella ricerca Zendesk 2026, l'86% dei consumatori ha dichiarato che reattività e risposta precisa influenzano i propri acquisti. All'Hotel Enzian Obertauern, hotel adults-only con tre ristoranti, l'IA risponde in circa tre secondi, giorno e notte, e gestisce circa l'85% delle richieste di routine. Il ricevimento dedica il suo tempo agli ospiti che ha davanti, e i messaggi pre-arrivo presentano i ristoranti e il programma settimanale per i giorni esatti del soggiorno di ciascun ospite.

> L'unica cosa è che vogliono le risposte subito... ed è davvero qualcosa che funziona al 100%, benissimo, con il nostro nuovo sistema di IA.

Elisabeth Veit, titolare, Hotel Enzian Obertauern [tradotto]

Upselling lungo il soggiorno

Momento	Che cosa offrire	Come arriva all'ospite
Prenotazione confermata	Ancora niente: confermare e aprire il canale	Conferma di prenotazione su WhatsApp
3-7 giorni prima dell'arrivo	Upgrade di camera, spa, tavolo per cena	Messaggio pre-arrivo con pulsanti
Giorno di arrivo	Check-in anticipato, colazione all'arrivo, parcheggio	Messaggio al mattino con i dettagli pratici
Durante il soggiorno	Slot in spa, attività, cena con degustazione di vini	L'ospite chiede in chat o scansiona un QR code
Sera prima della partenza	Late check-out	Un messaggio, due pulsanti
Dopo il soggiorno	Recensione, offerta per il ritorno	Messaggio post-soggiorno; le risposte arrivano al suo team

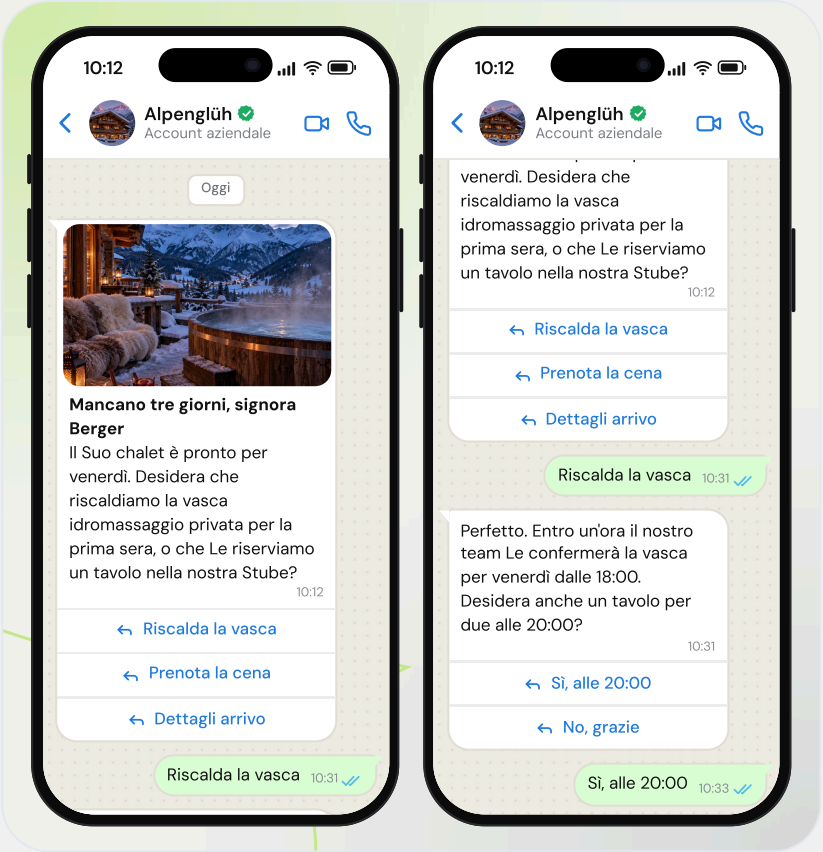
3 giorni prima dell'arrivo

CONVERSAZIONE DI ESEMPIO

Alpenglüh

Chalet hotel, Tirolo

Un messaggio pre-arrivo attivato dalla prenotazione nel PMS. L'ospite sceglie con un tocco; il team conferma.





2° giorno di soggiorno

CONVERSAZIONE DI ESEMPIO

Isla Calma Resort & Spa

Resort sul mare, Maiorca

Una domanda in chat diventa una richiesta per la spa. L'IA risponde con le conoscenze del resort e passa la richiesta al team della spa.

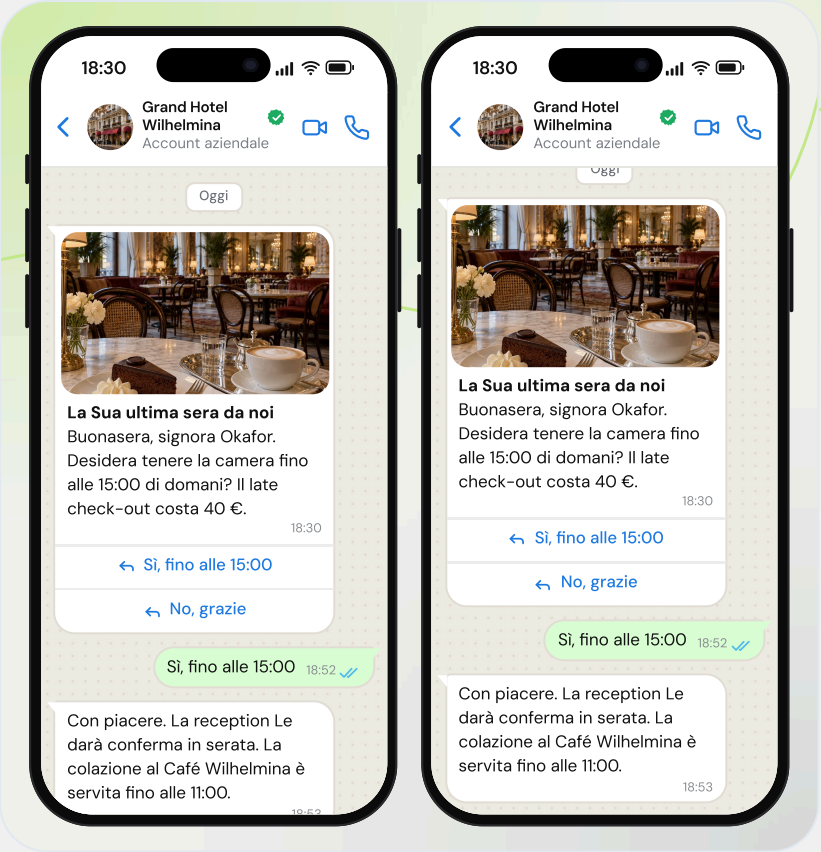
Sera prima della partenza

CONVERSAZIONE DI ESEMPIO

Grand Hotel Wilhelmina

Grand hotel storico, Vienna

Il late check-out proposto la sera prima della partenza. Due pulsanti, una decisione.



Dai messaggi a senso unico alle conversazioni

MESSAGGI A SENSO UNICO

- ✕ Inviati da un indirizzo no-reply, quindi l'ospite non può rispondere
- ✕ La stessa newsletter a tutti, qualunque sia il soggiorno
- ✕ Le domande notturne aspettano il turno del mattino
- ✕ Le offerte arrivano in un'unica email pre-arrivo, poi più nulla
- ✕ Ogni strumento conserva solo una parte dell'ospite

CONVERSAZIONI CON CHATLYN

- ✓ Messaggi su WhatsApp, attivati dagli eventi di prenotazione nel suo PMS
- ✓ I pulsanti permettono all'ospite di dire sì con un tocco; la risposta arriva al suo team
- ✓ L'IA risponde a ogni ora alle domande di routine partendo dalle sue conoscenze e passa il resto a una persona
- ✓ Le domande sulla disponibilità terminano con un link al suo booking engine, con le date già inserite dove il motore lo supporta
- ✓ Un unico profilo ospite con soggiorni, spesa e ogni conversazione

chatlyn

Dove si inserisce chatlyn

chatlyn è il primo AI-Native GRM. Raccoglie in un unico profilo le prenotazioni, la spesa e le conversazioni di ogni ospite e le mette a frutto: gli eventi di prenotazione del PMS inviano messaggi WhatsApp nel momento giusto del soggiorno, i percorsi accompagnano l'ospite da una domanda a un sì con dei pulsanti, e segmenti dinamici come "in arrivo oggi" o "in partenza domani" mostrano con chi parlare. L'IA risponde alle domande di routine su WhatsApp e webchat nella lingua dell'ospite e con la voce della sua struttura, e passa il resto al suo team. Per le email prepara bozze che una persona invia. L'IA non effettua mai una prenotazione da sola: guida l'ospite al suo booking engine e, quando un ospite accetta un upselling, è il suo team a renderlo possibile.

07

CAPITOLO 7

Cinque errori da evitare

Raramente il problema è la tecnologia. Di solito lo è il modo in cui viene introdotta.

IN QUESTO CAPITOLO

- Errore 1 · Attivare l'IA prima di aver messo in ordine le informazioni
- Errore 2 · Nascondere l'IA, o intrappolarci gli ospiti
- Errore 3 · Trattare WhatsApp come una lista per la newsletter
- Errore 4 · Aggiungere uno strumento che non conosce i suoi ospiti
- Errore 5 · Usare l'IA senza responsabile, policy o base di riferimento

La maggior parte dei progetti di IA in hotel non fallisce perché la tecnologia è debole. Fallisce per il modo in cui viene introdotta. Questi cinque errori si ripetono di continuo, e ognuno ha una soluzione semplice.

Errore 1 · Attivare l'IA prima di aver messo in ordine le informazioni

ATTENZIONE

Perché fa danni

Un'IA risponde solo bene quanto le informazioni su cui si basa. Se le si dà un vecchio PDF e l'intero sito web di marketing, citerà con sicurezza gli orari della spa dell'anno scorso, oppure dirà di non avere informazioni quando la risposta è nella testa di un collega.

- **Che cosa fare invece:** scriva un'unica scheda informativa della struttura: camere, regole, orari, prezzi, parcheggio, animali, bambini. Le assegni un responsabile con nome e cognome.

- Indichi all'IA le pagine che contengono risposte vere, come regolamenti e FAQ, non tutte le pagine di marketing.
- Faccia un test con le 30 domande più frequenti degli ospiti prima che un ospite veda una risposta.
- Riveda ogni settimana le risposte deboli e corregga la fonte, non il sintomo.

Errore 2 · Nascondere l'IA, o intrappolarci gli ospiti

ATTENZIONE

Perché fa danni

Dal 2 agosto 2026 l'AI Act dell'UE prevede che le persone siano informate quando parlano con un sistema di IA. Gli ospiti si aspettano anche una persona quando conta: il 59% degli albergatori nel sondaggio Mews dice che accoglienza e check-in devono restare affidati alle persone. Un bot che finge di essere umano, o che non lascia mai andare l'ospite, costa una fiducia che nessuno sconto le restituirà.

- **Che cosa fare invece:** dica chiaramente che risponde un assistente IA e offra una persona con un tocco.
- Scriva regole di passaggio: reclami, richieste speciali, tutto ciò che riguarda denaro o salute va subito a una persona.
- Mantenga alcuni momenti del tutto personali. Al The St. Regis Le Morne di Mauritius, 30 maggiordomi rispondono personalmente agli ospiti su un unico numero WhatsApp, con un tempo medio di risposta umano inferiore a cinque minuti e nessuna IA nelle risposte agli ospiti.
- Verifichi ogni settimana come funzionano i passaggi di consegne: quali sono arrivati troppo tardi e quali non servivano.

Errore 3 · Trattare WhatsApp come una lista per la newsletter

ATTENZIONE

Perché fa danni

WhatsApp non è l'email. Meta limita il numero di messaggi di marketing che ogni persona riceve al giorno da tutte le aziende, scarta gli altri senza avvisarla e riduce i suoi limiti di invio quando gli ospiti la segnalano come spam. La stessa offerta a tutti, ogni settimana, brucia il canale che i suoi ospiti migliori aprono.

- **Che cosa fare invece:** scriva solo agli ospiti che hanno dato il consenso a ricevere suoi messaggi su WhatsApp.
- Tenga le informazioni sulla prenotazione nei messaggi di utilità e le offerte nei messaggi di marketing. Mescolarle porta al rifiuto o alla riclassificazione dei modelli.

- Invii circa un messaggio di marketing per ospite ogni una o due settimane, tra la tarda mattinata e il primo pomeriggio nel fuso orario dell'ospite.
- Segmenti per soggiorno: chi alloggia in una spa suite e chi viaggia per lavoro per una notte non devono ricevere la stessa offerta.

Errore 4 · Aggiungere uno strumento che non conosce i suoi ospiti

ATTENZIONE

Perché fa danni

Un chatbot qui, uno strumento di upselling là, un CRM che nessuno aggiorna: ognuno conserva una parte dell'ospite e nessuno vede l'intero soggiorno. Nel sondaggio di Wyndham tra i proprietari, il 40% indica l'integrazione con i sistemi esistenti come un ostacolo, e nella ricerca Zendesk il 74% dei consumatori è frustrato quando deve ripetersi.

- **Che cosa fare invece:** colleghi prima il PMS. Date di arrivo, tipologie di camera e storico dei soggiorni sono ciò che rende pertinente un messaggio.
- Mantenga un unico profilo ospite con soggiorni, spesa e ogni conversazione, qualunque sia il canale.
- Chieda a ogni fornitore esattamente quali dati passano e in quale direzione, e che cosa succede quando una prenotazione cambia.
- Conti i suoi strumenti prima di aggiungerne un altro. Pochi sistemi collegati battono molti sistemi brillanti.

Errore 5 · Usare l'IA senza responsabile, policy o base di riferimento

ATTENZIONE

Perché fa danni

Il 41% degli hotel nel sondaggio Mews non ha una policy formale sull'IA. Dove una policy esiste, il 92% dichiara una forte fiducia nell'IA; senza, solo il 49%. E senza una base di riferimento, dopo tre mesi nessuno può dire se l'IA ha fatto risparmiare tempo o guadagnare denaro.

- **Che cosa fare invece:** dia a ogni caso d'uso un responsabile, con l'autorità di modificarlo.
- Scriva una policy di una pagina: che cosa l'IA può fare da sola, che cosa richiede una persona e quali dati degli ospiti può usare.
- Misuri prima di iniziare: tempo di prima risposta per canale, quota di domande di routine, adesione agli upselling.
- Riveda i numeri ogni mese e disattivi ciò che non funziona.

08

CAPITOLO 8

Una roadmap IA di 90 giorni

Tre mesi bastano per gettare le basi, dimostrare il valore di due casi d'uso e decidere che cosa viene dopo. Ecco l'ordine che funziona.



Inizi in piccolo e vicino all'ospite. I primi 30 giorni riguardano informazioni e numeri, i 30 successivi l'apertura del canale e il passaggio della routine all'IA, gli ultimi 30 le prime offerte e una verifica onesta. Scelga i prossimi casi d'uso dai capitoli da 3 a 5 solo quando questi saranno operativi.

I suoi primi 90 giorni

1. **Giorni 1–10 · Responsabile, policy, base di riferimento**
   Nomini un responsabile. Scriva una policy IA di una pagina. Misuri una settimana normale: messaggi per canale, tempo di prima risposta, le dieci domande più frequenti e l'attuale adesione agli upselling.

2. **Giorni 11–30 · Metta in ordine le informazioni**
   Crei un'unica scheda informativa e aggiorni le pagine del sito che contengono le risposte. Chieda agli assistenti IA del suo hotel e corregga alla fonte ciò che sbagliano.

3. **Giorni 31–45 · Apra il canale che gli ospiti usano**
   Colleghi un numero WhatsApp Business e il PMS. Invii su WhatsApp una conferma di prenotazione e un messaggio pre-arrivo, e metta un QR code in ogni camera. Preveda qualche giorno per l'approvazione dei modelli da parte di Meta.

4. **Giorni 46–60 · Lasci la routine all'IA**
   Attivi l'IA per la chat del sito e WhatsApp, prima fuori dall'orario di lavoro. Definisca le regole di passaggio e riveda ogni settimana le risposte deboli.

5. **Giorni 61–75 · Aggiunga due offerte nei momenti giusti**
   Un'offerta di upgrade o spa prima dell'arrivo e un late check-out la sera prima della partenza. Mantenga ogni messaggio breve, con pulsanti.

6 **Giorni 76-90 · Valuti e scelga i passi successivi**
Confronti i risultati con la base di riferimento. Tenga ciò che ha funzionato, corregga o abbandoni ciò che non ha funzionato e scelga un caso d'uso di back of house per il trimestre successivo.

Risultati rapidi per il primo mese

Risultato rapido	Reparto	Impegno	Primo risultato
Scheda informativa per le 30 domande principali degli ospiti	Front office	Mezza giornata	In settimana
Verificare che cosa dicono di lei gli assistenti IA	Marketing	Due ore	In giornata
Messaggio pre-arrivo su WhatsApp con tre pulsanti	Front office	Uno o due giorni	Primi arrivi
Offerta di late check-out la sera prima della partenza	Revenue	Un giorno	Prime partenze
IA sulla chat del sito fuori dall'orario di lavoro	Front office	Uno o due giorni	Prima notte
Risposte alle recensioni scritte dall'IA, approvate da una persona	Marketing	Un'ora a settimana	Prima settimana

- **Da misurare il giorno 1 e il giorno 90:** tempo di prima risposta per canale
- Quota di domande degli ospiti con risposta senza intervento del personale
- Messaggi passati a una persona, e in quanto tempo sono stati presi in carico
- Adesione agli upselling per offerta e momento
- Prenotazioni dirette iniziate con una domanda in chat

chatlyn

I passi da 3 a 5 in un'unica piattaforma

Con chatlyn, il collegamento al PMS viene configurato con il nostro team Customer Success, WhatsApp funziona tramite la Business API attraverso un provider approvato da Meta, e i messaggi attivati dal PMS si possono provare sul suo numero prima che li riceva un ospite. L'IA impara dai suoi file e dal suo sito web, parla con la voce della sua struttura e può rispondere solo fuori dall'orario di lavoro, così può iniziare come il suo turno di notte. I percorsi con pulsanti veicolano le sue prime due offerte, e ogni risposta confluisce in un unico profilo ospite visibile al suo team.

FONTI

Fonti

1 RoomPriceGenie: The real impact of revenue management, insights from 567 hotels (April 2025)
https://roompricegenie.com/the-real-impact-of-revenue-management-insights-from-567-hotels-using-roompricegenie/

2 Mews customer story: Family-owned Swiss hotel sees RevPAR rise 11% in just 3 months (Hotel de la Couronne, Atomize)
https://community.mews.com/customer-stories-95/family-owned-swiss-hotel-sees-revpar-rise-11-in-just-3-months-1948

3 iTWire: Sofitel Bangkok Sukhumvit reaches new revenue performance heights with IDeaS G3 RMS (August 2026)
https://itwire.com/guest-articles/company-news/sofitel-bangkok-sukhumvit-reaches-new-revenue-performance-heights-with-ideas-g3-rms

4 Capterra: RoomPriceGenie pricing and reviews
https://www.capterra.com/p/176568/RommPriceGenie/

5 PredictHQ customer story: How a global hotel chain improved forecast accuracy and saved $90M
https://www.predicthq.com/customers/global-hotel-chain

6 CoStar: Aimbridge's new labor forecasting tool applies AI and data science to staffing (September 2026)
https://www.costar.com/article/1840797616/aimbridges-new-labor-forecasting-tool-applies-ai-and-data-science-to-staffing

7 RoomPriceGenie: How to improve hotel forecast accuracy (August 2026)
https://roompricegenie.com/improve-hotel-forecast-accuracy/

8 Hotel Tech Report: Mercure Hotel MOA Berlin and Oaky case study
https://hoteltechreport.com/news/accor

9 Revinate: 2025 Hospitality Benchmark Report release (March 2025)
https://www.revinate.com/press-releases/2025-hospitality-benchmark-report-release/

10 Hospitality Net: The 2026 Revinate Hospitality Benchmark report is live, with channel-level insights (March 2026)
https://www.hospitalitynet.org/podcast/4131366/the-2026-revinate-hospitality-benchmark-report-is-live-with-channel-level-insights

11 Adobe: Consumers embrace generative AI for trip planning (September 2025)
https://business.adobe.com/blog/consumers-embrace-generative-ai-for-trip-planning

12 Pew Research Center: Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results (July 2025)
https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/

13 Hotel Management: New Cloudbeds study examines impact of AI platforms on hotel recommendations (June 2025)
https://www.hotelmanagement.net/data-trends/new-cloudbeds-study-examines-impact-ai-platforms-hotel-recommendations

14 Hospitality Net: Five hotels take half the answers, one recommendation went to a demolished building (August 2026)
https://www.hospitalitynet.org/opinion/4133762/five-hotels-take-half-the-answers-one-recommendation-went-to-a-demolished-building.html

15 OpenAI: Overview of OpenAI crawlers (OAI-SearchBot, GPTBot, ChatGPT-User)
https://developers.openai.com/api/docs/bots

16 Google Search Central: AI features and your website
https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features

17 Cvent: Group sourcing volume sets new record in 2024 (February 2025)
https://cvent.com/en/press-release/cvent-group-sourcing-volume-sets-new-record-2024

18 AltexSoft: Amadeus warns hotels slow replies could cost them group bookings (May 2026)
https://www.altexsoft.com/travel-industry-news/hotels-risk-group-bookings-with-slow-replies/

19 Amadeus: Global hotel sales leaders say lead quality is the top barrier to growth in 2026 (May 2026)
https://www.amadeus-hospitality.com/insight/global-hotel-sales-leaders-say-lead-quality-is-the-top-barrier-to-growth-in-2026/

20 Hospitality Net: ProposalPath launches hospitality's first AI proposal assistant (July 2025)
https://www.hospitalitynet.org/news/4128258.html

21 123Compare.me: Three out of four searches show OTAs undercutting hotel direct rates (World Parity Monitor H1 2025)
https://123compare.me/en/three-out-of-four-searches-show-otas-undercutting-hotel-direct-rates/

22 Hospitality Net: Lighthouse and Bowerbird Technologies give hotels the first end-to-end solution to rate parity (June 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4133147/lighthouse-and-bowerbird-technologies-give-hotels-the-first-end-to-end-solution-to-rate-parity

23 chatlyn case study: Hotel Enzian Obertauern (Spa Resort Geinberg figures from the chatlyn case-study library, Bäderforum Salzburg presentation, March 2026)
https://chatlyn.com/it/casi-studio/enzian-obertauern/

24 Mews: Most hoteliers use AI daily, but guest experience still needs a human touch (Mews Hotelier Survey 2026, May 2026)
https://www.mews.com/en/press/mews-research-ai-standard-in-hotel-operations

25 Hotel Technology News: 98% of hotels have begun using AI, but only 32% say it's embedded (Wyndham Owner Trends Report, January 2026)
https://hoteltechnologynews.com/2026/01/research-98-of-hotels-have-begun-using-ai-but-only-32-say-its-embedded-across-most-of-their-operations/

26 PhocusWire: Amadeus Travel Dreams 2026, AI investment and hotel challenges (April 2026)
https://www.phocuswire.com/news/technology/amadeus-ai-investment-challenges-hotels-travel-dreams-2026

27 HOTREC: Skills and labour shortages in hospitality, a roadmap for action (January 2026)
https://www.hotel-online.com/news/skills-and-labor-shortages-in-hospitality-a-roadmap-for-action

28 Tageskarte: Fachkräftemangel geht zurück, bleibt aber in Hotellerie und Gastronomie hoch (KfW-ifo Fachkräftebarometer, November 2025)
https://www.tageskarte.io/zahlen/detail/fachkraeftemangel-geht-zurueck-bleibt-aber-in-hotellerie-und-gastronomie-hoch.html

29 Hotel Online: 65% of surveyed hotels report staffing shortages (AHLA and Hireology, January 2025)
https://www.hotel-online.com/news/65-of-surveyed-hotels-report-staffing-shortages

30 Adobe: AI traffic to travel sites surges (June 2026)
https://business.adobe.com/blog/adobe-report-ai-traffic-travel-sites-surges-200-percent

31 SiteMinder: Changing Traveller Report 2026 (November 2025)
https://www.siteminder.com/news/changing-traveller-report-2026/

32 Hospitality Net: UK travellers lead Europe in using AI to plan holidays (MMGY 2026 Portrait of European Travellers, June 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4132965/uk-travelers-lead-europe-in-using-ai-and-social-media-to-plan-holidays-new-study-reveals

33 Hospitality Net: Booking.com releases the Global AI Sentiment Report (July 2025)
https://www.hospitalitynet.org/news/4128268.html

34 Skift: Expedia, only 8% trust AI to book travel (April 2026)
https://skift.com/2026/04/14/expedia-ai-survey-travel-discovery-booking-8-percent/

35 Skift: ChatGPT travel apps, starting with Booking.com and Expedia (October 2025)
https://skift.com/2025/10/06/expedia-booking-chatgpt-apps-openai/

36 Hospitality Net: SiteMinder opens hotel distribution to the AI era (April 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4131904/siteminder-opens-hotel-distribution-to-the-ai-era

37 Skift: Google's agentic hotel booking tool comes to AI Mode (August 2026)
https://skift.com/es/2026/08/27/googles-agentic-hotel-booking-tool-comes-to-ai-mode/

38 Hospitality Net: Google ships agentic booking (August 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4134140/google-ships-agentic-booking-and-puts-a-points-price-beside-your-rate-hvs-holds-45-for-2026-98-of-ready-buyers-abandon-anyway

39 eviivo: Survey on travellers' communication preferences (November 2025)
https://eviivo.com/blog/eviivo-survey-communication-preferences/

40 Zendesk: CX Trends 2026, contextual intelligence becomes the new standard
https://www.zendesk.com/newsroom/press-releases/contextual-intelligence-becomes-the-new-standard-for-exceptional-customer-experience-in-2026/

41 Hotel Management: Forge 2026 Consumer Hotel Habits Report (September 2026)
https://www.hotelmanagement.net/hospitality-show/hm-exclusive-hotels-are-missing-loyalty-opportunities

42 Hospitality Net: The hotel upsell strategy guests actually want (Plusgrade research, March 2025)
https://www.hospitalitynet.org/opinion/4126428.html

43 TechCrunch: WhatsApp now has more than 3 billion users a month (May 2025)
https://techcrunch.com/?p=3001817

44 Jones Walker: Yes, August 2 still matters, EU AI Act transparency obligations (July 2026)
https://www.joneswalker.com/en/insights/blogs/ai-law-blog/yes-august-2-still-matters-the-eu-approved-a-high-risk-ai-delay-but-most-trans.html

45 chatlyn case study: IMLAUER Group
https://chatlyn.com/it/casi-studio/imlauer-group/

46 chatlyn case study: The St. Regis Le Morne Resort, Mauritius
https://chatlyn.com/it/casi-studio/st-regis-le-morne/

47 Hotels.com 2025 Hotel Room Innsights survey (Expedia Group newsroom, September 2025)
https://www.expedia.com/newsroom/hotels-com-survey-smart-hotel-rooms-may-have-guests-struggling-to-turn-on-the-lights/

48 Hotel Management Network: Europe's hotel industry struggles with ongoing staff shortages (HOTREC data, February 2026)
https://www.hotelmanagement-network.com/news/europes-hotel-industry-struggles-with-ongoing-staff-shortages/

49 DeepL: DeepL Voice launch (November 2024)
https://www.deepl.com/en/press-release/deepl-unveils-next-frontier-for-language-ai-with-voice-translation-solution-deepl-voice

50 DeepL: real-time voice translation expansion (July 2025)
https://www.deepl.com/en/press-release/deepl-expands-real-time-voice-translation-capabilities-with-new-features-and-upcoming-zoom-integration

51 PhoneArena: AirPods Live Translation coming to EU users (November 2025)
https://www.phonearena.com/news/apple-is-launching-one-of-its-best-new-features-to-users-in-the-eu-next-month_id175466

52 Shiji: HM Hotels case study, AI review responses (2025)
https://www.shijigroup.com/customers/smarter-reviews-happier-guests-unlocking-the-power-of-ai

53 Hospitality Net: ReviewPro upgrades AI Responses (June 2025)
https://www.hospitalitynet.org/news/4127738.html

54 Mews: 70% of travellers would skip the front desk (June 2025)
https://mews.com/en/press/the-rise-of-self-check-in-hotels

55 P3: online check-in conversion rates (May 2024)
https://www.p3hotels.com/p3-insights-on-online-check-in-conversion-rates

56 IHK Osnabrück: Meldeschein für deutsche Gäste fällt weg
https://www.ihk.de/osnabrueck/standortpolitik/branchen/tourismusstandort/newsaktuelles-tourismuswirtschaft/abschaffung-meldeschein-6274322

57 Hotel Business: independent hotel guests want personalisation over price (TakeUp report, July 2025)
https://hotelbusiness.com/report-independent-hotel-guests-want-personalization-over-price/

58 Hotel Management: hoteliers prioritise personalisation (Amadeus Travel Technology Investment Trends, May 2024)
https://www.hotelmanagement.net/tech/hoteliers-prioritize-personalization-they-increase-investment

59 Travolution: McDreams rolls out AI-powered phone system (May 2024)
https://www.travolution.com/news/travel-sectors/accommodation/mcdreams-becomes-europes-first-hotel-group-to-roll-out-100-ai-powered-phone-system

60 TravelDailyNews: BE-A launches AI phone guest service in Czech hotel (March 2026)
https://www.traveldailynews.com/technology/be-a-launches-ai-phone-guest-service-in-czech-hotel/

61 Travolution: HotelPlanner AI voice agents take 10,000 calls a day (November 2024)
https://www.travolution.com/news/travel-sectors/accommodation/hotelplanner-reveals-its-ai-voice-hotel-agents-takes-10-000-calls-a-day/

62 EU AI Act, Article 50: transparency obligations
https://artificialintelligenceact.eu/article/50/

63 TOPHOTEL: room service robot at Renaissance Paris La Défense (April 2024)
https://tophotel.news/room-service-delivery-made-easy-with-the-help-of-a-trusted-robot-softbank-robotics/

64 Amazon: Alexa Smart Properties for hospitality launches in Spain (February 2024)
https://press.aboutamazon.com/es/noticias/noticias-de-la-compania/2024/2/amazon-anuncia-la-llegada-a-espana-del-servicio-de-alexa-disenado-para-las-necesidades-de-la-industria-hotelera

65 HotelTechReport: Staycity Aparthotels success story with Optii
https://hoteltechreport.com/success-stories/marketing/optii/staycity-aparthotels

66 HotelTechReport: The Ritz-Carlton Cleveland success story with Optii
https://hoteltechreport.com/success-stories/marketing/optii/the-ritzcarlton-cleveland

67 Optii Housekeeping product page
https://www.optiisolutions.com/housekeeping

68 Hospitality Net: Mandarin Oriental to install Winnow in its 40 hotels (June 2024)
https://www.hospitalitynet.org/news/4122341.html

69 Hospitality Net: Hilton Green Ramadan 2025 achieves 26% reduction in plate waste
https://www.hospitalitynet.org/news/4127460.html

70 Hotel Dive: Hospitality operators using Winnow's AI saving USD 100 million in food waste (April 2026)
https://www.hoteldive.com/press-release/20260429-hospitality-operators-using-winnows-ai-now-saving-100-million-in-food-was-1/

71 Orbisk: Food waste ROI and payback (September 2025)
https://orbisk.com/?p=25545706

72 Orbisk: How Novotel Warszawa Centrum cut food waste by 69% (November 2025)
https://orbisk.com/?p=25546471

73 Fourth: Harbour Hotels case study (2025)
https://uk.fourth.com/wp-content/uploads/sites/2/2025/06/Fourth-Case-Study-UK-Harbour-Hotels.pdf

74 Business Wire: Legion hourly workforce survey (June 2025)
https://www.businesswire.com/news/home/20250604395950/en

75 Rossum: How PPHE unlocked 50% of its AP team's capacity (October 2025)
https://rossum.ai/customer-stories/pphe/

76 Vic.ai: Strawberry hotel group case study
https://www.vic.ai/resources/case-studies/revolutionizing-finance-operations-how-nordic-choice-hotels-increased-efficiency-and-accuracy-with-vic-ais-ai-driven-solution

77 75F: Hilton hotel Mumbai case study
https://www.75f.io/case-studies/hilton-hotel/

78 BrainBox AI: AI Control
https://brainboxai.com/en/solutions/ai-control

79 Solita: Predictive maintenance gets more intelligent with advanced analytics (KONE, 2023)
https://www.solita.fi/work/predictive-maintenance-gets-more-intelligent-with-advanced-analytics/

80 TOP HOTEL: SoftBank Robotics Whiz at Pullman Paris Montparnasse
https://tophotel.news/softbank-robotics-supporting-hotel-staff-at-the-new-flagship-4-luxury-hotel-pullman-paris-montparnasse-to-improve-guest-experience-in-the-hotel-industry/

81 IoT M2M Council: RobotLab installs LG robots at Marriott hotels (April 2025)
https://iotm2mcouncil.org/iot-library/news/smart-building-construction-news/robotlab-installs-lg-robots-at-marriott-hotels/

82 PR Newswire: Pudu robots at Parkhotel Eisenstadt (December 2023, German)
https://www.prnewswire.com/de/pressemitteilungen/perfekte-kombination-aus-technologie-und-gastfreundschaft-pudu-revolutioniert-das-hotelerlebnis-mit-intelligenten-robotiklosungen-302021732.html

83 Hotel Dive: The robot butlers taking over hotel deliveries (Relay Robotics, 2023)
https://www.hoteldive.com/news/hotel-tech-in-robot-deliveries/689438/

84 Hospitality Net: Hotel robots, integrating automation in hospitality (July 2026)
https://www.hospitalitynet.org/explainer/4133412/hotel-robots-integrating-automation-in-hospitality

85 Hospitality Net: When will humanoid robots start cleaning my hotel room? (Klaas Koerten, January 2026)
https://www.hospitalitynet.org/opinion/4130361/when-will-humanoid-robots-start-cleaning-my-hotel-room

86 HR Reporter: Humans 1, Robots 0 (Henn na Hotel, 2019)
https://www.hrreporter.com/news/hr-news/humans-1-robots-0/299027

87 eWeek: World's first robot-run hotel set to open in China by 2027 (June 2026)
https://www.eweek.com/news/shenzhen-robot-run-hotel-pudu-robotics/

88 Hotelschool The Hague: Human vs robot, customer perceptions and staffing
https://www.hotelschool.nl/blog/research/human-vs-robot-crucial-insights-into-technology-integration-customer-perceptions-and-staffing-strategies-for-hospitality-industry

89 Hospitality Net: 89% of guests want AI working behind the scenes, Mews finds (October 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4134791/89-of-guests-want-ai-working-behind-the-scenes-not-running-the-front-desk-mews-finds

chatlyn

IL PROSSIMO PASSO

Scopra il percorso dei suoi ospiti su WhatsApp

In una breve demo le mostriamo che cosa riceverebbero i suoi ospiti prima, durante e dopo il soggiorno, costruito attorno al suo PMS e alle conoscenze della sua struttura.

- Un messaggio pre-arrivo con proposte di upgrade e ristorazione, attivato dai dati di prenotazione
- L'IA che risponde alle domande degli ospiti partendo dalla sua scheda informativa e dal suo sito web, e passa il resto al suo team
- Un unico profilo ospite con soggiorni, spesa e ogni conversazione

Prenoti una demo

chatlyn.com