DOMANDA 1)

quali sono le principali difficoltà che gli imprenditori incontrano qua quando si interfacciano con i costi di manutenzione?

RISPOSTA 2)

Allora, innanzitutto, dopo la questione della pianificazione della manutenzione, perché poi si trovano sempre dietro l'angolo degli imprevisti e il monitoraggio della manutenzione, soprattutto nelle grandi strutture come questa dei laghi Nabi o come quella di un comune, no, perché è un'area così estesa dove le cose da fare sono tante. Diventa complicato monitorare le aziende che fanno manutenzione, ma soprattutto il personale che si occupa di manutenzione, se poi c'è. Capire quante ore impiega veramente per ogni intervento, se fai gli interventi tempestivamente. Questa è la difficoltà che secondo me ci troviamo ad affrontare, grazie.

DOMANDA 2) Ha mai sentito parlare di blockchain?

RISPOSTA 2)

Prima del vostro progetto no, diciamo adesso che abbiamo avuto l'opportunità di ascoltarla nell'ultimo convegno. Finalmente conosciamo anche questa.

DOMANDA 3)

 Secondo lei, una piattaforma come ReAsset potrebbe aiutare a rendere più efficiente la sua impresa?

RISPOSTA 3)

 Sicuramente, cioè, perché da quello che ho ascoltato adesso è ancora un prototipo, però potrebbe essere. Aiutare sicuramente a risolvere entrambi i problemi, soprattutto quello del monitoraggio, perché così sappiamo le ore che impiegano le persone, i manutentori a fare gli interventi se l'intervento viene fatto e quindi è una tecnologia che sarebbe utile soprattutto nelle grandi aziende.

DOMANDA 4) Credi che l'utilizzo dell'intelligenza artificiale in questi contesti possa compromettere le interazioni sociali?

RISPOSTA 4)

Penso di no, noi la utilizziamo, cioè tu. Riguardo alle fasi progettuali o alla gestione dei social, all'inizio ero un po' perplesso, ma mi rendo conto che molte attività possono essere semplificate anche nell'interazione con il pubblico. Tutte quelle domande, quelle richieste, che possono essere standardizzate, dove l'intelligenza artificiale può aiutare a interagire con il pubblico sicuramente ci aiuta a crescere. Ma non potrà sostituire secondo me l'interazione umana, perché alla fine, quando bisogna dare il valore aggiunto, il contributo, solo l'essere umano può farlo. Non penso che possa essere sostituita, quindi molte volte si ha la preoccupazione della tecnologia quando non si conosce fino a che punto può arrivare. Sicuramente aiuta, non bisogna preoccuparsi, bisogna conoscerla e capire come utilizzarla sempre nell'interesse umano e non il contrario.

DOMANDA 5) Come gestisce il facility management della sua azienda?

RISPOSTA 5) Noi abbiamo un responsabile della manutenzione e poi abbiamo suddiviso le mansioni, perché teniamo separati chi si occupa della manutenzione delle piscine e chi si occupa della manutenzione delle camere. Abbiamo anche un idraulico e un elettricista che si occupano di tutte le altre necessità. Utilizziamo un software gestionale chiamato Ericsson Congestionale Alberghiero, che comprende anche la gestione della manutenzione, dove cerchiamo di pianificare e assegnare i compiti relativi alle attività di manutenzione. Tuttavia, questo software ha le sue limitazioni e si ferma a questo punto. Una delle difficoltà è capire quante ore sono effettivamente necessarie per completare un compito e quante di queste vengono lasciate alla discrezione umana o al controllo fisico delle operazioni, causando una perdita di tempo eccessiva. Purtroppo, molte volte sono gli ospiti che ci segnalano interventi di manutenzione non eseguiti, e in quel momento è già troppo tardi. Poiché la nostra struttura deve essere proattiva, non reattiva, non dovrebbe essere l'ospite a dover segnalarci interventi di manutenzione mancati. Per questo motivo, siamo costantemente alla ricerca di soluzioni e tecnologie che ci consentano di migliorare questo aspetto.

DOMANDA 6) Una tecnologia come ReAsset potrebbe anche aiutarla ad abbattere i costi?

RISPOSTA 6) Potrebbe aiutarci ad abbattere i costi, ma potrebbe anche contribuire a migliorare il servizio agli ospiti e la reputazione. Oggi le strutture turistiche si basano principalmente sulla reputazione: più è positiva, più la struttura è vendibile e di conseguenza le performance, anche in termini di ricavi, sono più elevate.