

Ubique srl - Progetto “TermApp”

Relazione Finale del programma di investimento

Introduzione

Questo documento contiene la relazione finale del progetto TermApp, Nell'ambito del progetto n. 06CT6202000308 denominato “TermApp” relativo al P.O. FESR SICILIA 2014/2020 - Obiettivo Tematico 1 – Ricerca, Sviluppo Tecnologico e Innovazione Obiettivo specifico 1.1 - Incremento dell'attività di innovazione delle imprese, Azione 1.1.2 - Sostegno per l'acquisto di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese.

Il progetto si è svolto nel rispetto degli obiettivi posti in fase di progettazione, con piccoli scostamenti della tempistiche legati ai rallentamenti e limitazioni dovute essenzialmente alle restrizioni emanate dal Governo Nazionale per limitare la diffusione del contagio dovuto al Covid-19; tali scostamenti dei tempi non hanno in ogni caso influito sul risultato finale che vede tutti gli obiettivi raggiunti in modo soddisfacente.

L'intero intervento proposto è inquadrabile all'interno della tipologia 1A, e quindi nell'Acquisizione di competenze che permettano l'avvio e il consolidamento di un percorso di innovazione, attraverso progetti di investimento in innovazione di prodotto/servizio, di processo, organizzativa e commerciale, da attuare anche progetti di rete.

Di seguito una descrizione puntuale delle fasi seguite per l'attuazione del programma, gli obiettivi raggiunti e le innovazioni introdotte.

Articolazione in Fasi e Contenuti del programma d'investimento

Per una più facile esecuzione di quanto in programma, l'intervento è stato suddiviso in fasi omogenee, di seguito lo schema di base:

Fase 1	Analisi delle tecnologie di base e degli scenari	<ul style="list-style-type: none">- Specifiche dei requisiti tecnici- Specifiche tecniche degli scenari di riferimento- Specifiche Tecniche della base dati
Fase 2	Progettazione	<ul style="list-style-type: none">- Progettazione della base dati- Progettazione piattaforma applicativa
Fase 3	Supporto all'Implementazione	<ul style="list-style-type: none">- Implementazione moduli e-commerce e e-business del sistema TermApp- Implementazione sistema di community building virtuali- Implementazione strumenti di Business Intelligence e di Market Intelligence
Fase 4	Servizi a supporto	<ul style="list-style-type: none">- Analisi di mercato

La **Fase 1 e la Fase 2** sono state utili per definire gli aspetti dei requisiti e di progettazione che stanno alla base di qualsiasi soluzione ICT; questo intervento si è realizzato attraverso le attività consulenziali erogate dalla Vicosystem srl, e nello specifico l'erogazione di servizi di analisi dei requisiti e di progettazione tecnica del prodotto/servizio, rilasciando della documentazione tecnica di dettaglio che ha rappresentato la base di riferimento per una corretta definizione del disegno e dell'implementazione dei servizi e del software soprattutto considerando lo specifico settore di riferimento.

La documentazione tecnica di dettaglio oggetto della consulenza, riguardano i seguenti out:

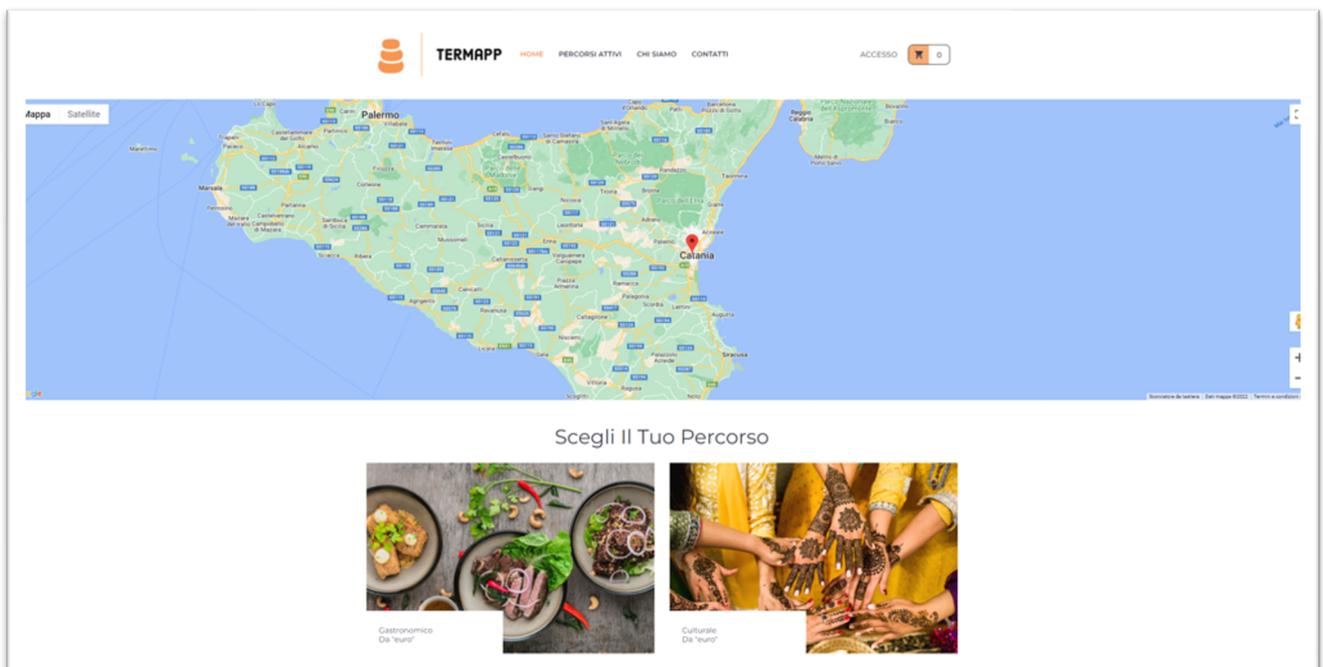
- A. Analisi e Definizione dei requisiti tecnici per le soluzioni da implementare: il lavoro si è concentrato maggiormente sul descrivere il ruolo degli strumenti di E-Commerce per la commercializzazione di prodotti immateriali come i servizi e pacchetti termali o più in generale sul trattamento del wellness; i macro argomenti trattati sono stati:
 - Significato e descrizione del processo di e-commerce
 - Tipologia di prodotti
 - Tipologie di e-commerce
 - Fattori di successo
 - Problematiche più frequenti
 - Implementazione di una soluzione attraverso sistemi e-commerce e dettaglio tecnico della soluzione
- B. Utilizzo dei Big Data nel settore del turismo: in questo documento sono stati studiati i Big Data, in particolare sono stati descritti cosa sono e le loro caratteristiche principali; si sono discussi i DBMS e ne sono stati elencati i principali in commercio con le loro caratteristiche; infine sono stati trattati i database NoSQL, soffermandosi in modo particolare su MongoDB, sistema attualmente molto utilizzato sul mercato. Di seguito gli argomenti principali trattati:
 - Big Data, DBMS, NoSQL
 - Introduzione ai BigData
 - I DBMS
 - Database NoSQL
 - MongoDB
 - Big-Data e Turismo
 - Correlazione tra valutazione e volume delle recensioni
 - Come il Management degli Hotel Utilizza i Social Media
 - Recensioni e risposte
 - Fattori che influiscono maggiormente sulle scelte dei potenziali consumatori
- C. Requisiti per le nuove tecnologie del web del turismo termale: Il lavoro svolto si pone l'obiettivo di studiare nello specifico i social network come strumento per valorizzare la Brand Awareness e la Brand Reputation in un mercato il cui servizio primario comune a tutte le attività è dipendente dal bacino termale. Nonostante si ritenga che la clientela delle terme sia un pubblico con ancora poca dimestichezza nell'utilizzo di Internet, è consolidato il fatto che da anni sia in costante crescita. È quindi l'obiettivo che si è posto con questo lavoro è quello di capire se una politica di comunicazione attraverso i social network in questo settore possa essere possibile, commentando i risultati ottenuti. I macro argomenti trattati si possono riassumere come di seguito:
 - Evoluzione del marketing 2.0
 - Il web.2.0, concetti
 - Il web marketing 2.0, la nascita
 - La crescita e l'affermazione dei dispositivi mobile
 - Il Turismo 2.0
 - Dalle agenzie di viaggio ai metodi di prenotazione online
 - Il ruolo delle recensioni

- Il Ruolo dei social media nel turismo
 - I Social Network come strumento di business
- Il contesto del turismo termale
 - Termalismo e il turismo termale
 - L'impatto del turismo termale in Italia
 - Le principali zone turistiche termali in Italia
 - L'influenza del WEB sulle strutture
 - Destination Management, Destination Marketing e Destination Branding nell'era della Rete

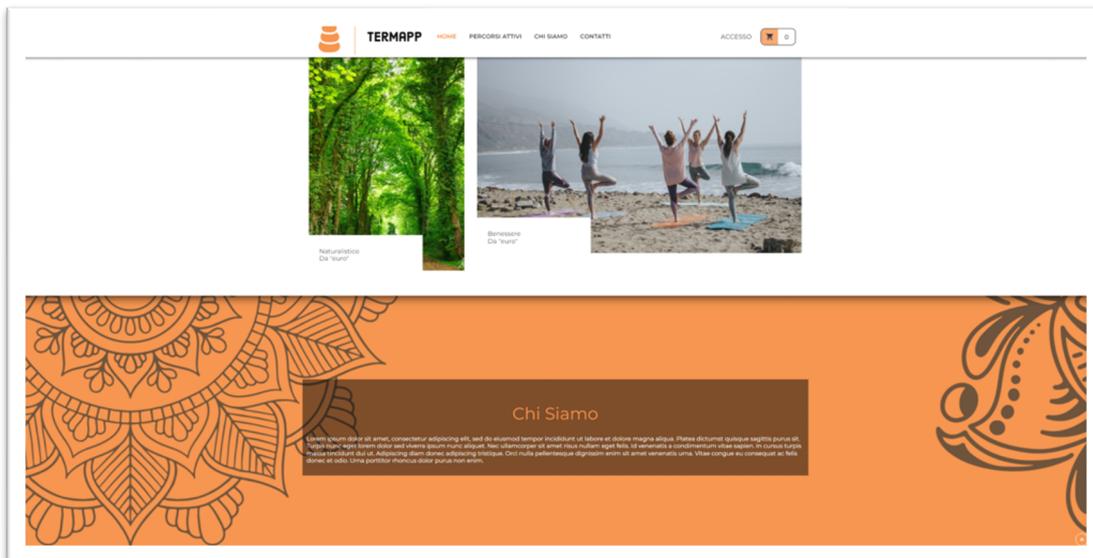
La **fase 3** si è realizzata grazie all'apporto operativo dell'azienda Netservice srl, erogando una specifica consulenza per il supporto all'implementazione della soluzione informatica finale composta da un portale web e un'app mobile.

Di seguito alcuni screenshot delle principali funzioni sia per la parte Web che per la parte mobile

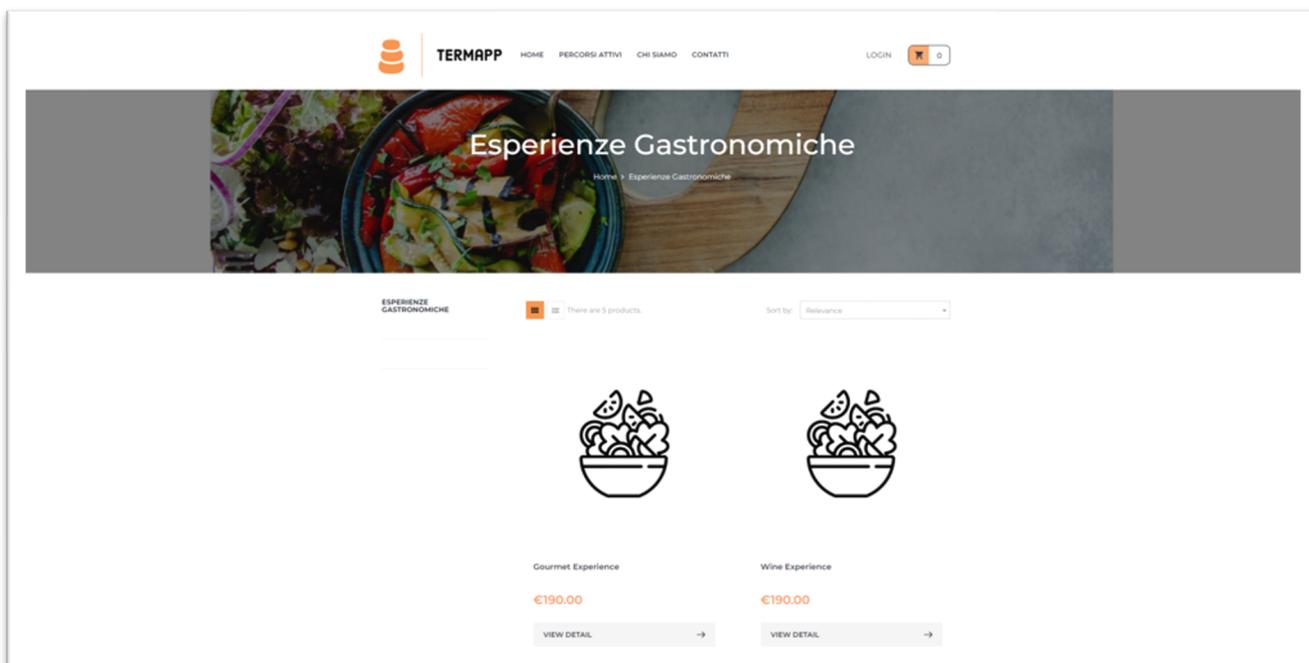
Portale Web - Home Page



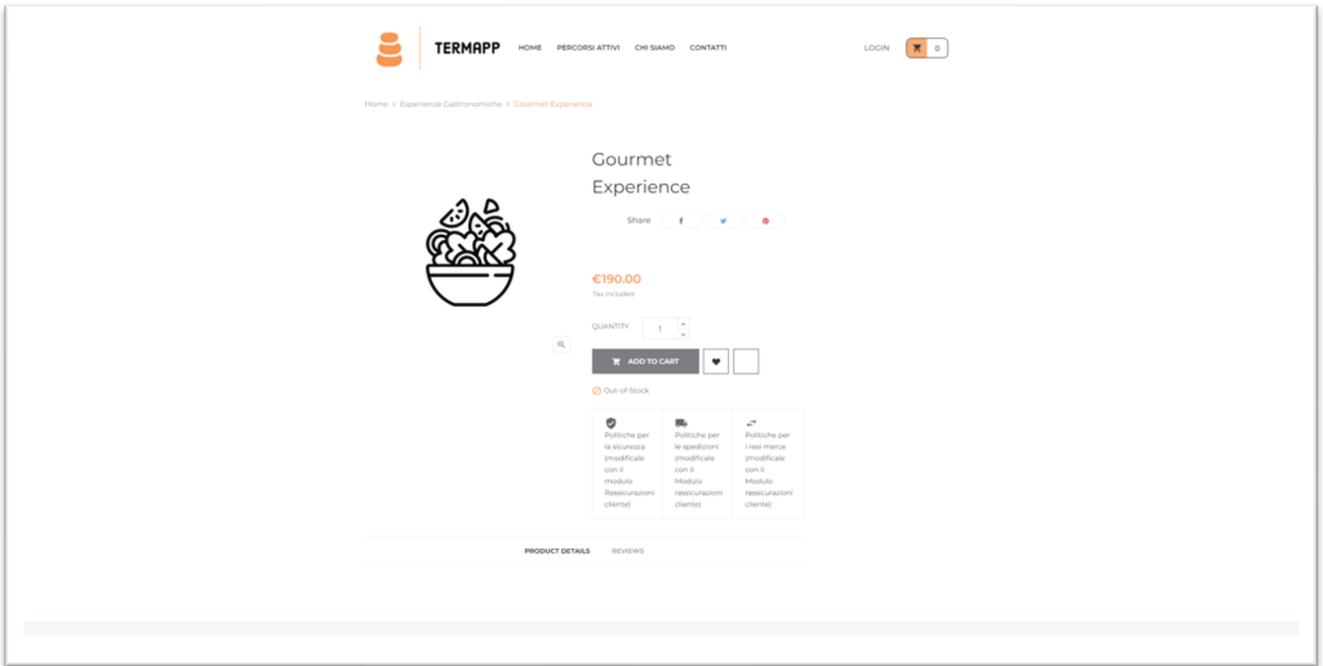
Portale Web - Home Page dettaglio



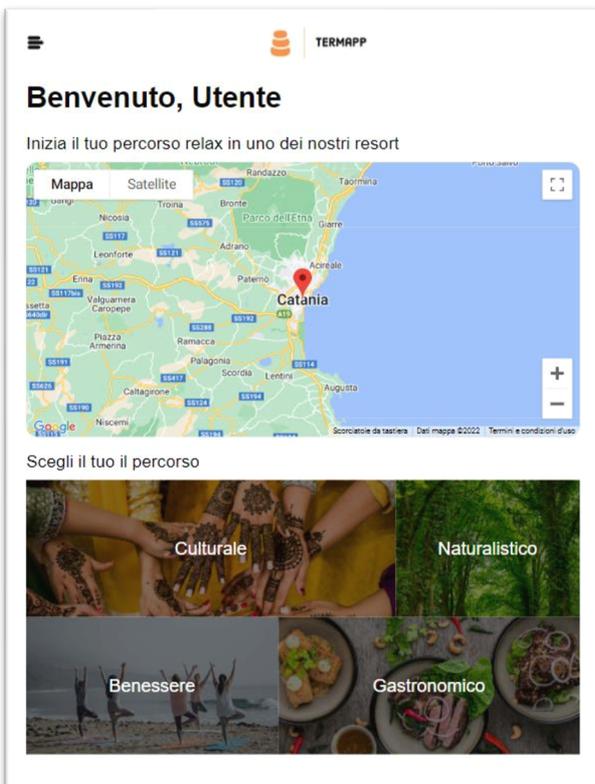
Portale Web – Sezione E-Commerce



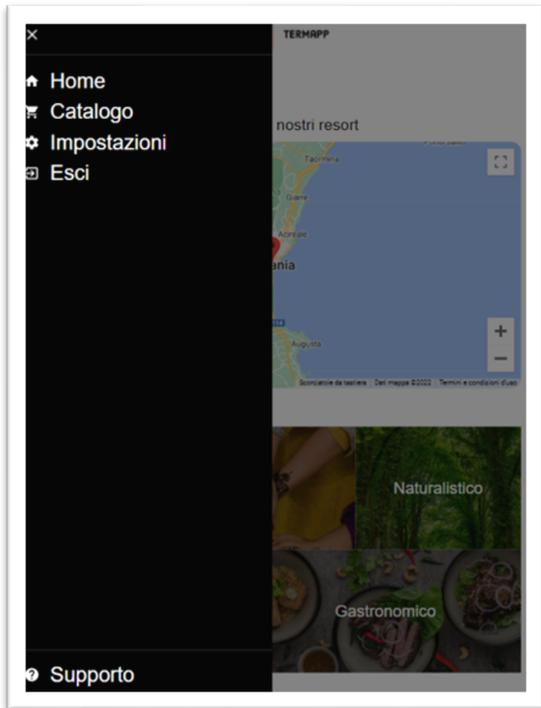
Portale Web – Sezione E-Commerce



App Mobile – Home Page



App Mobile –Dettaglio del Menu di navigazione



Modulo di E-Business (Modulo Metabase)



Modulo di E-Business (Prestashop – Metrics)

Dashboard

1911 STATUS

INCREASE SALES

26 421,02 €

9 445

615 930

1.53%

Revenue per category

Wights to grow your revenue

Offer secure payment

Upcoming features

In ultimo, in **fase 4**, è servita per definire gli aspetti peculiari del contesto di mercato in cui operare; attraverso le attività della società Osanet srl, è stato realizzato del materiale di supporto all'analisi di mercato e alle attività di analisi previsionale dei ricavi e delle offerte economiche.

Come materiale ottenuto da questa consulenza sono stati prodotti:

- A. Documento tecnico per l'utilizzo dei sistemi di E-Business, dove sono stati trattati i seguenti macro argomenti:
 - Descrizione generale dei moduli software
 - Configurazione dei sistemi
 - Le dashboard di analisi
- B. Documento di Analisi di mercato e Marketing Plan, il cui contenuto si è articolato su specifici argomenti, in dettaglio:
 - Gli indicatori di attività turistica
 - Definizioni relativi al turismo del benessere
 - Dati e trend del settore
 - Il marketing plan
 - Analisi dei benchmark
- C. Template per calcolare i piani di previsioni in EXCEL
- D. Template per Presentazione dei prodotti e servizi

Obiettivi Ottenuti e aspetti innovativi

Il progetto si è svolto per come è stato presentato in fase progettuale e tendo conto delle evoluzioni tecnologiche e di mercato, condizione essenziale per la riuscita del progetto stesso visto la caratteristica di dinamicità del settore di riferimento.

In riferimento agli obiettivi progettuale espressi nella fase iniziale, in questo paragrafo, si vuole dare evidenza puntuale di tutto ciò che è stato realizzato e degli obiettivi raggiunti; per far ciò si sono estratti i **principali elementi chiave (obiettivi)** dell'intervento nel suo complesso:

- A. Valorizzare ed accrescere il patrimonio culturale e naturale del territorio collegato alle cure termali e del benessere;
- B. Migliorare l'efficienza dei processi di produzione e di erogazione di servizi sia terapeutici che prettamente turistici e culturali collegati al territorio;
- C. Fornire uno strumento per rafforzare le competenze del management e del marketing delle strutture termali;
- D. Sviluppare un sistema di analisi e valutazione, che attraverso algoritmi innovativi, fornisca un cruscotto di monitoraggio per le strutture termali;
- E. Realizzare una banca dati completa a supporto delle attività dei centri termali;
- F. Realizzare un sistema di supporto alle decisioni collegate agli strumenti di e-business e e-marketing;

Tali obiettivi sono stati raggiunti grazie alla realizzazione di una piattaforma software composta da un modulo dedicato per il Web (portale E-Commerce) e un'App Mobile dedicata per gli utenti in movimento che oltre ad implementare le funzionalità definite permette anche di realizzare un network dedicato alla comunicazione.

Per il raggiungimento di quanto definito è stato necessario e fondamentale l'apporto ed il sostegno delle attività consulenziali definiti nel progetto.

IN ultimo gli obiettivi sono stati raggiunti anche grazie all'apporto di alcune innovazioni specifiche, sia per quanto riguarda gli aspetti puramente tecnici (come l'utilizzo di tecnologie informatiche innovative) che negli aspetti specifici di prodotto/servizio (cioè tipici di un prodotto nuovo e/o innovativo). Tra i punti di innovazione da sottolineare possiamo indicare:

- l'esistenza di un network dedicato;
- La tipologia dei servizi offerti;
- Le tecnologie utilizzate;
- Il cambiamento nel processo di accesso al benessere termale;
- Lo sviluppo di un sistema base di supporto alle decisioni;

Conclusioni

si possono elencare i seguenti vantaggi competitivi che potranno essere sviluppati:

- Estendibilità dei dati gestiti ed integrazione con altri sistemi;
- Geolocalizzazione sui dati/immagini e materiale multimediale in genere;
- Inserimento e gestione di altri tipi di oggetti (eventi, sagre, manifestazione, video);
- Gestione di diverse tipologie di mappe digitali;
- Gestione di Materiale Multimediale per una maggior visibilità del territorio e dei prodotti;
- Integrazioni ed espansione verso altre piattaforma social o di marketing;
- Contestualizzazione del territorio oggetto dell'intervento all'interno di più circuiti del prodotto tipico e altri percorsi rurali;

Questi aspetti avranno come conseguenza diretta quella di migliorare la visibilità e la proposizione stessa dei prodotti e dei servizi di uno specifico territorio e delle aziende ad essi collegate, su un mercato più ampio.