

Indice

Prefazione	<i>pag.</i> IX
------------	-------------------

Parte Prima

La gestione aziendale e il sistema informativo

Capitolo Primo

Le informazioni nella gestione aziendale

1.1. La gestione organizzata d'azienda	3
1.2. Le informazioni riguardanti l'ambiente	5
1.3. Le informazioni per le scelte strategiche	7
1.4. Le informazioni e il sistema informativo	10
1.4.1. Il processo di produzione delle informazioni	10
1.4.2. Le informazioni nell'ambito delle attività aziendali	12

Capitolo Secondo

La gestione dei processi aziendali e i sistemi informativi integrati

2.1. I processi aziendali	15
2.2. Le azioni per ottimizzare i processi aziendali	19
2.3. L'ICT e la gestione integrata dei processi	24
2.4. I processi aziendali e i sistemi informativi integrati	27

Capitolo Terzo

I sistemi informativi per la gestione delle relazioni con i clienti

3.1. Le relazioni con i clienti	35
3.2. L'ICT e la gestione delle relazioni con i clienti	38
3.3. Il marketing digitale nel settore turistico	43
3.4. Percorsi strategici e tecnologie digitali nel settore turistico	48

Capitolo Quarto

Analisi dei dati e informazioni per le scelte strategiche

4.1. I sistemi di Business Intelligence	55
4.2. Il sistema bilanciato di misurazione delle prestazioni	60
4.3. Lo Strategic Enterprise Management	65

Parte Seconda

Esperienze

Capitolo Quinto

Il turismo e la Regione Piemonte

5.1. Il turismo: un settore simbolo dello sviluppo sostenibile e duraturo	73
5.2. Il Piano strategico italiano del turismo	74
5.3. Il turismo in Piemonte	75
5.3.1 La legge regionale	75
5.3.2. Verso la costruzione partecipata della destinazione e dei prodotti turistici	75
5.3.3. Obiettivi strategici, azioni e linee di intervento	77
5.3.4. Le aree turistiche	78
5.3.5. I prodotti	79
5.3.6. I mercati	79
5.4. Conclusioni	80

Capitolo Sesto**Alpitour**

6.1. Alpitour e l'ICT	81
6.2. Il nuovo modello di Customer Relationship Management	83
6.3. App MyAlpitourWorld	85
6.4. Piattaforma B2C	86
6.5. Social network	86

Capitolo Settimo**Quality Group si racconta ...**

7.1. L'idea del Quality Group	89
7.2. Come funziona il Quality Group	92
7.3. L'impiego degli strumenti ICT nel turismo, in Mistral e Quality Group	93
7.3.1. I primi passi di Mistral e Quality nell'ICT	93
7.3.2. La prima rivoluzione	95
7.3.3. Il Quality Group raccoglie la sfida	96
7.3.4. Verso il futuro: dynamic packaging o libertà creativa?	97

Parte Terza**La gestione delle informazioni aziendali con Excel nel contesto turistico**

101

Capitolo Ottavo**Rappresentazione dei dati e semplici elaborazioni**

8.1. Prime rappresentazioni grafiche: gli istogrammi	105
8.2. I grafici a torte e anelli utili nel settore turistico	109
8.3. I grafici a linee e l'individuazione di tendenze	114

Capitolo Nono

Analisi ed elaborazione dei dati

9.1. Selezionare i dati per ottenere informazioni	117
9.2. Aggregare i dati per ottenere informazioni	120
9.3. Aggregare i dati secondo diverse ottiche di osservazione: le tabelle pivot	124

Capitolo Decimo

Analisi di redditività e modelli di simulazione

10.1. Evento Dream: analisi di redditività	133
10.2. Evento Dream: analisi di simulazione	136
10.2.1. Evento Dream: analisi what-if a una variabile	137
10.2.2. Evento Dream: analisi what-if a due variabili	140
10.2.3. Evento Dream: diversi scenari	142
10.2.4. Evento Dream: obiettivo redditività	145