Travelnostop
il giornale del travelling italiano

L’IA di Almawave in Nord America con DestinationThink

Autore: Monia Marchese

Data: 11 Settembre 2024

Il Gruppo Almawave si espande all’estero dopo aver siglato, attraverso la propria controllata The Data Appeal Company, una partnership con DestinationThink. Questa partnership tra la società canadese con sede a Vancouver e la società del Gruppo Almawave specializzata in analytics basati su Big Data e Intelligenza Artificiale per il mondo del turismo punta a favorire la nascita di soluzioni all’avanguardia in ambito di sentiment analysis, utilizzando l’analisi semantica avanzata per rivoluzionare il modo in cui le destinazioni offrono esperienze più sostenibili ai loro residenti, permanenti e temporanei.

Nata nel 2009 per aiutare le DMO (Destination Management Organization) di tutto il mondo a sfruttare il potenziale dei social media, DestinationThink è oggi un’azienda specializzata nel settore del destination marketing e tra le realtà più conosciute in Nord America. Nel 2018, ha lanciato il Tourism Sentiment Index (TSI), per fornire alle DMO un modo per misurare, su larga scala, la percezione delle persone sulla destinazione, le attività turistiche e i competitor. Oggi, in particolare, sostiene le DMO nella lotta al cambiamento climatico, per lo sviluppo di progetti sostenibili e la gestione del turismo di massa.

Per rendere la sua offerta più completa e competitiva, DestinationThink ha deciso di supportare i suoi clienti con gli strumenti per la sentiment analysis di The Data Appeal Company – Gruppo Almawave. Leader nel settore dei Big Data e della sentiment analysis, The Data Appeal Company sfrutta l'Intelligenza Artificiale per misurare e interpretare i feedback di residenti e viaggiatori su scala globale. Raccogliendo dati da oltre 130 fonti online, come social media, canali di recensioni e portali, il Sentiment Score di The Data Appeal Company fornisce una panoramica completa e dettagliata di come le persone percepiscono una destinazione, i suoi operatori locali, le aziende e i punti di interesse (POI).

Grazie a questa partnership, The Data Appeal Company ed il Gruppo Almawave potranno espandersi in Nord America e Oceania, mentre DestinationThink acquisirà visibilità in Europa e offrirà ai suoi clienti una piattaforma all'avanguardia e innovativa per analizzare il proprio Sentiment Score, i trend di mercato in tempo reale e superare i competitor. Combinando l'esperienza di marketing strategico di DestinationThink con l'abilità analitica di The Data Appeal Company, infatti, le destinazioni avranno a disposizione uno strumento per migliorare le loro performance e assicurarsi non solo che i dati raccolti siano accurati, ma anche utilizzabili sotto forma di strategie concrete ed efficaci. Dal canto loro gli enti turistici e le DMO potranno ottenere un quadro più chiaro della percezione dei visitatori, e personalizzare di conseguenza i servizi per soddisfare le loro aspettative.

"Esprimo grande soddisfazione per questa partnership con DestinationThink, che ci consente di aprirci con grande slancio al mercato nordamericano e non solo. Le sfide che stanno attraversando le destinazioni turistiche di tutto il mondo, in particolare sui temi ESG, impongono un cambio di rotta significativo ed in questo l'Intelligenza Artificiale può mettere nelle condizioni di trovare soluzioni efficaci, utili e rapide per un turismo sempre più sostenibile", ha detto Valeria Sandei, CEO del Gruppo Almawave.

"Siamo entusiasti di questa partnership e onorati di collaborare con DestinationThink, da sempre all'avanguardia nella crescita del turismo sostenibile. Questa partnership ci darà l'opportunità di espanderci in nuovi mercati e lavorare con destinazioni di prim'ordine in tutto il mondo, in California, Australia e Regno Unito", ha sottolineato Mirko Lalli, fondatore e CEO The Data Appeal Company.

"Le destinazioni turistiche di oggi ottengono un vantaggio competitivo grazie alle informazioni fornite dall'analisi del sentiment. In un momento storico come questo, in cui le collaborazioni sono fondamentali, gli elementi estratti dai dati aiutano anche i gestori dei siti di interesse a coinvolgere gli stakeholder locali e a celebrare i successi ottenuti. Siamo orgogliosi di collaborare con The Data Appeal Company per fornire ai leader del settore turistico gli strumenti più all'avanguardia necessari per prendersi cura dei luoghi amati sia da loro che dai propri visitatori", ha aggiunto Rodney Payne, CEO di DestinationThink.

Riferimento articolo: https://travelnostop.com/news/turismo/lia-di-almawave-in-nord-america-con-destinationthink_608943

Generato il 11/11/2026