



Advanced Analytics per la pianificazione strategica in ambito marketing e pricing

Paolo Beatini – CIO

SAP Forum, 30 Ottobre 2014



1. La Compagnia



1

Grandi Navi Veloci è una delle **principali società europee di shipping**, che gestiscono servizi di trasporto marittimo di passeggeri e merci nel Mediterraneo.

2

La Società ha dieci navi di proprietà e opera collegamenti per **Sicilia, Sardegna, Spagna, Francia, Marocco e Tunisia**.

3

La Compagnia è stata fondata nel 1992 e la prima nave, la **m/n Majestic**, è stata varata nel 1993.

4

Nel 2002 Grandi Navi Veloci apre la sua seconda linea internazionale, **Genova - Tunisi - Genova**, la prima delle sue connessioni con il Nord Africa, e nel **2003** festeggia 10 anni da quando il **Majestic** ha iniziato il servizio e segna l'occasione lanciando la **m/n La Suprema**

5

Nel **2011** Marinvest Srl entra nel capitale sociale con una partecipazione del 50%, attraverso un aumento di capitale ottenuto mediante un contributo misto di denaro e di tre navi (Snav Toscana, Snav Lazio, Snav Sardegna).

6

Nel **2013** Grandi Navi Veloci festeggia **20 anni di attività**: ha dieci navi di proprietà e opera collegamenti per Sicilia, Sardegna, Spagna, Francia, Marocco e Tunisia.

National Routes

- Genova – Palermo
- Civitavecchia – Termini Imerese
- Civitavecchia – Palermo
- Napoli – Palermo
- Genova – Porto Torres

International Routes

- Genova – Barcellona
- Genova – Tangeri
- Barcellona – Tangeri
- Sète – Tangeri
- Sète – Nador
- Genova – Tunisi
- Civitavecchia – Tunisi
- Palermo – Tunisi



L'area Merci – Traffici intermodali

- ✓ Il traffico merci contribuisce per il 30/40 % al fatturato aziendale
- ✓ Si articola in pesante e leggero, guidato e non guidato, nazionale ed internazionale



Loading/unloading ramp



Garage



Loading/unloading ramp



Truck-mounted crane

🌀 Peculiarità e vincoli del servizio di trasporto Ro/Ro

- ✓ Scarsa programmazione, Polizze acquistate in porto alla partenza
- ✓ Tariffe per metro lineare variabili, quotazioni lumpsum per mezzo
- ✓ Gestione complessa della risorsa contesa, garage
- ✓ Importanza elevata dei tempi di round trip (consegna/imbarco)
- ✓ Eterogeneità di clienti e dei tipi di mezzo
- ✓ Difficoltà ad individuare politiche di pricing “universali”
- ✓ Differenti aree geografiche gestite, con diverse esigenze e bacini di utenza
- ✓ Stagionalità dei prodotti e dei traffici

🌀 Pricing definito sulla base dell’esperienza degli analisti e del business

- ✓ Complesso monitorare la clientela
- ✓ Difficile adattarsi a fenomeni o trend, localizzati su aree specifiche, limitati nel tempo, dipendenti da fattori esterni



☞ Sfruttare i dati a disposizione per monitorare i trend di mercato

- ✓ Segmentazione marketing di clienti, polizze, tipologie di mezzo e destinazioni.
- ✓ Criteri di raggruppamento dinamici.
- ✓ Ottimizzazione e flessibilità del pricing

☞ Dai dati alle decisioni

- Advanced Analytics a supporto del marketing e del business
 - Analisti coadiuvati da strumenti innovativi.
- Advanced Analytics per una visione migliore e complessiva dell'azienda
 - Analisi dinamiche, adattabili e flessibili
 - Gestione avanzata delle dimensioni di analisi: clienti, mezzi, porti, merce, tempo...



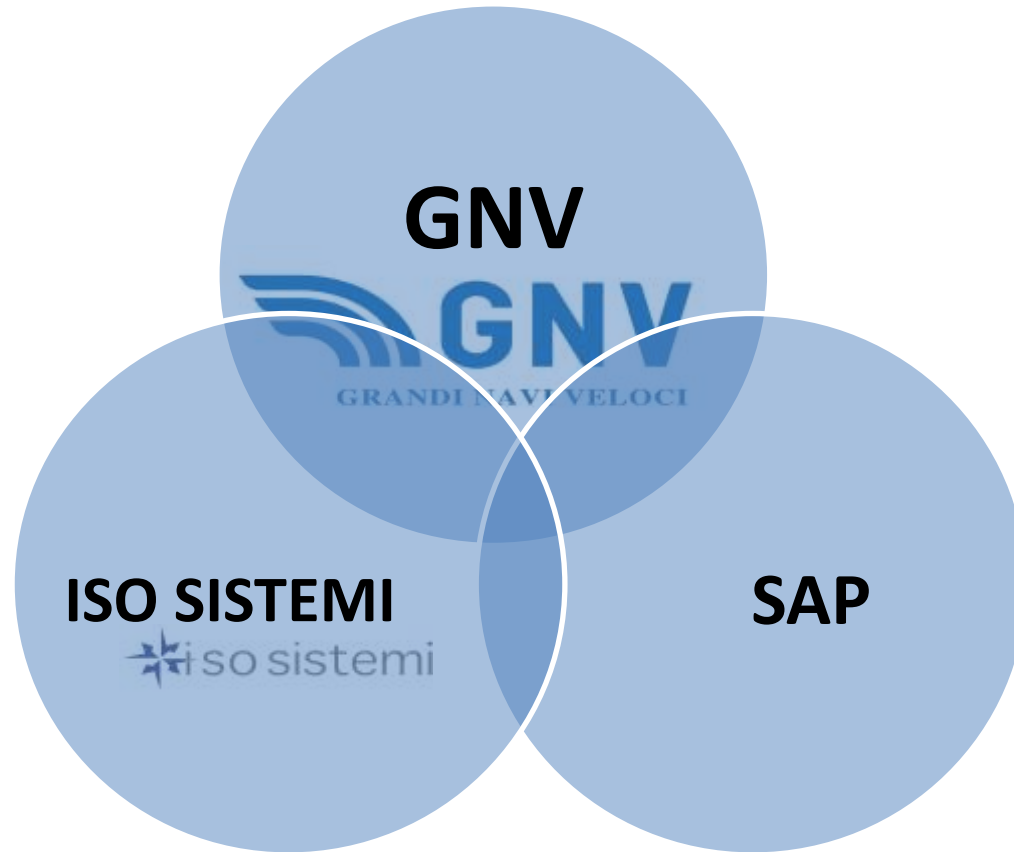
Strumenti di Business Analytics

- ✓ Consentono di creare un ambiente di data discovery e data exploration
- ✓ Permettono di utilizzare grandi moli di dati nella differenti fasi di analisi
- ✓ Consentono di utilizzare le informazioni nella pianificazione strategica aziendale

Strumenti avanzati per l'esplorazione dei dati ed estrazione dell'informazione

- ✓ **Visual Analytics Representation** → il modo in cui l'informazione viene fornita all'utente è importante quanto la sua accuratezza; questa modalità rende più semplice ed intuitiva l'interpretazione dei risultati esposti
- ✓ **Descriptive Analytics** → analizzare correlazioni e associazioni tra dati multidimensionali, soprattutto con volumi elevati di informazioni, è fondamentale per identificare trend, altrimenti difficilmente individuabili





Infrastruttura della Business Intelligence



SAP Business Planning and Consolidation

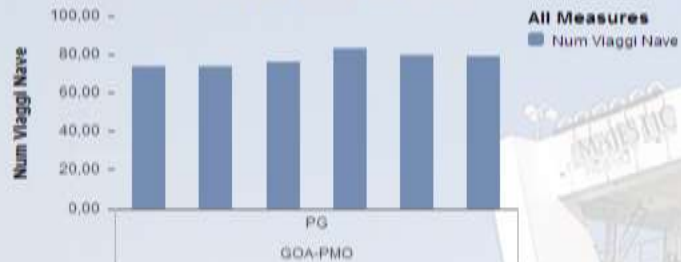


Indagine

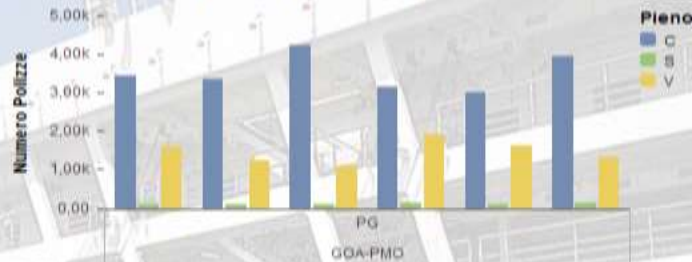
Tot metri per Pleno/Vuoto



Numero Viaggi per Quarter



Numero polizze per Quarter



Cod Linea
 Search

GOA-PMO

Cod Tratta
 Search

GP
 PG

Quarter Viaggio
 Search

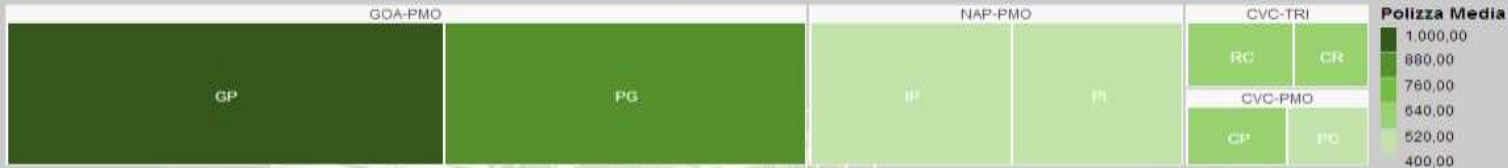
Q1_2012
 Q1_2013
 Q1_2014

Pleno
 Search

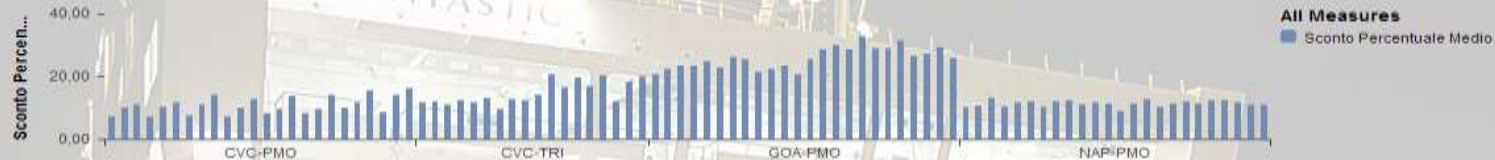
C
 S
 V

Indagine

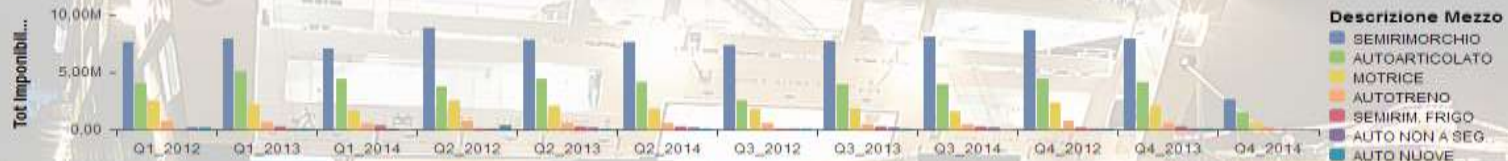
Andamento polizze e totale imponibile per linee e tratte



Sconto Percentuale Medio per quadrimestre per linee e tratte



Top 7 mezzi trasportati per quadrimestre



Quarter Viaggio

Search

- Q1_2012
- Q1_2013
- Q1_2014
- Q2_2012
- Q2_2013
- Q2_2014
- Q3_2012
- Q3_2013
- Q3_2014
- Q4_2012
- Q4_2013
- Q4_2014

Aree geografiche e traffico

Totale imponible per anno di viaggio e regione

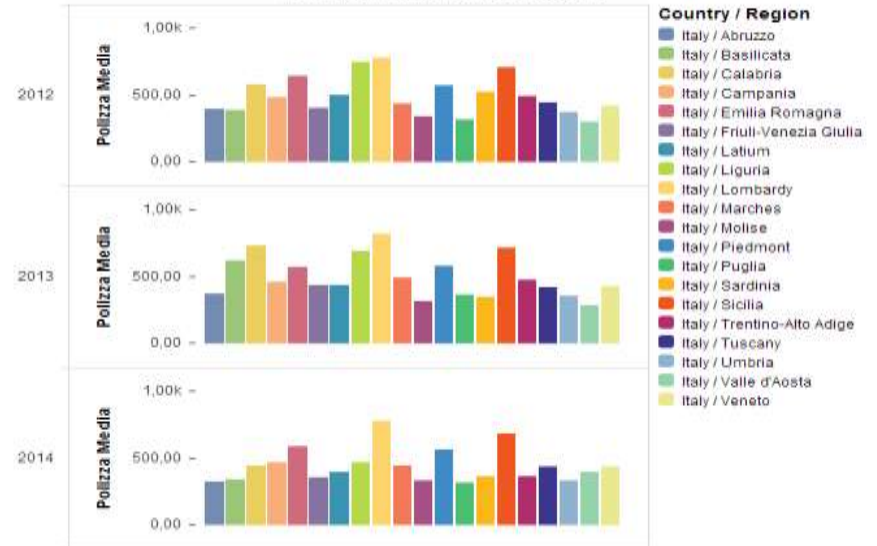
Percentage: Tot Im...



Polizza media per provincia

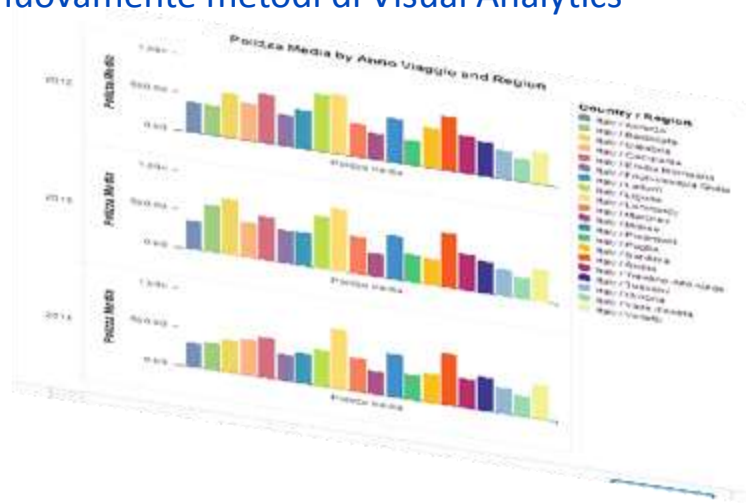
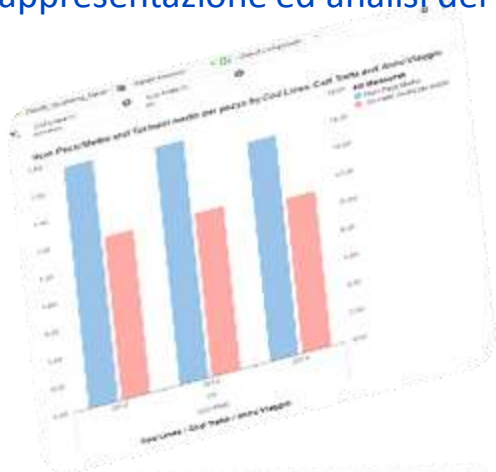


Trend polizze per anno e regione



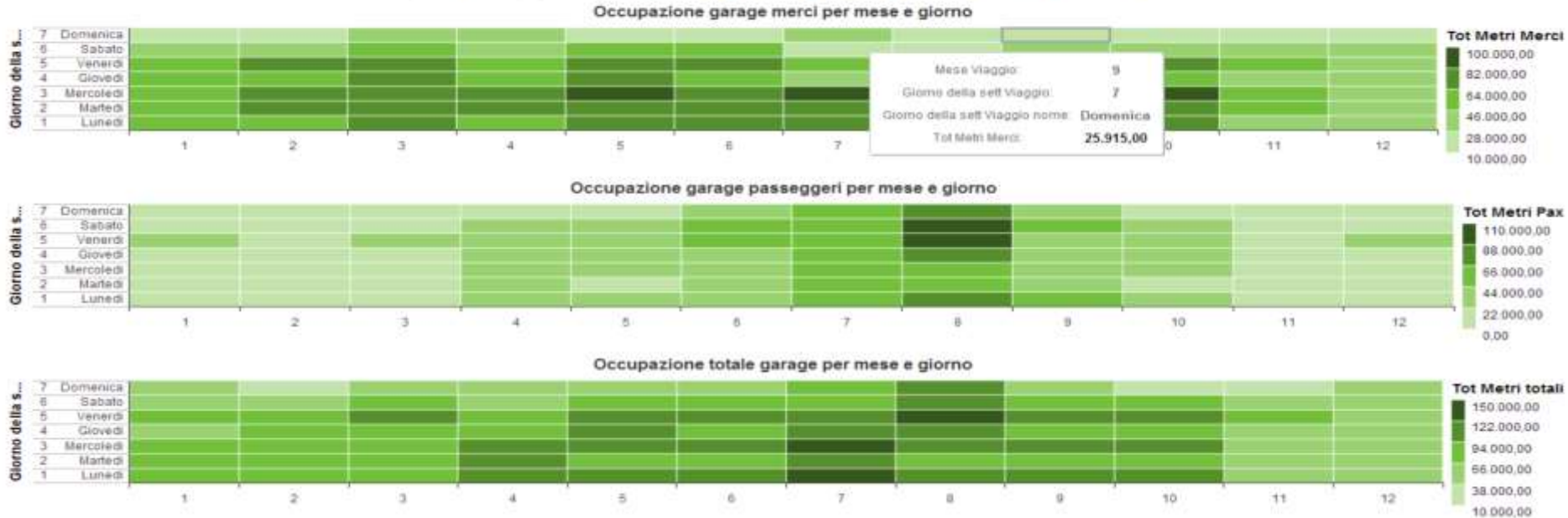
Dalla Analisi Visuale alla Descriptive Analytics...

- ✓ Metodi di Visual Analytics consentono di esplorare il trend nei dati in modo semplice, permettendo di filtrare i dati con un solo clic del mouse
- ✓ Criteri di Descriptive Analytics consentono di estrarre nuove informazioni dalla base dati:
 - Soluzioni progettate per rispondere ai vincoli e requisiti del trasporto Ro/Ro
 - Individuazione di segmenti della clientela in base alle caratteristiche delle polizze acquistate, alla ripetitività del cliente e ai volumi trasportati
- ✓ Per la rappresentazione ed analisi dei risultati si sfruttano nuovamente metodi di Visual Analytics



Dalla Analisi Visuale alla Descriptive Analytics...

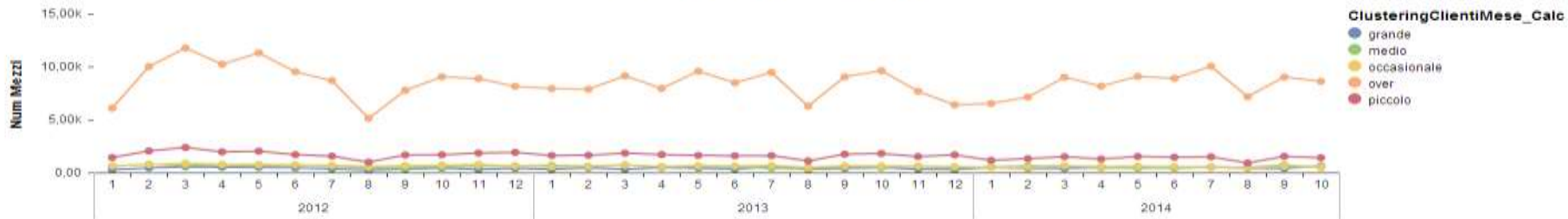
Capacità garage per mese e giorno della settimana



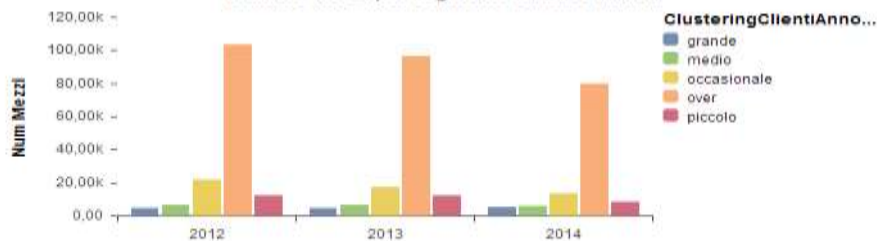
Dalla Analisi Visuale alla Descriptive Analytics...

Segmentazione clientela

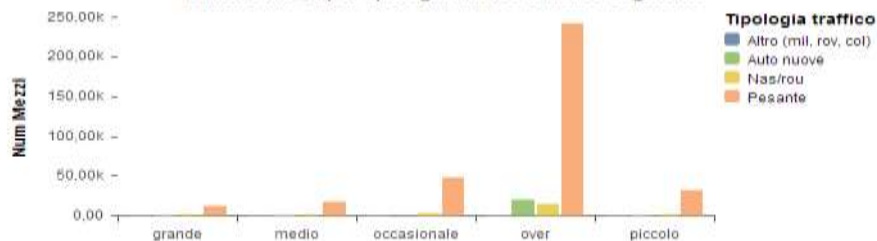
Trend del numero di mezzi per segmento



Numero mezzi per segmento su base annua



Numero mezzi per tipologia traffico su base segmento



- Sperimentazione di percorsi innovativi di analisi, in grado di portare ulteriori vantaggi al business aziendale
- Analytics come strumento di analisi efficace per la pianificazione strategica
 - Dai Big Data alle decisioni, in modo user-friendly
- Estrarre dai dati strutturati e destrutturati nuove informazioni per segmentare la clientela ed offrire servizi mirati
- Interazione tra informazioni aziendali e fenomeni esterni per cercare di prevedere ed anticipare gli eventi



Grazie per l'attenzione

