



# 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

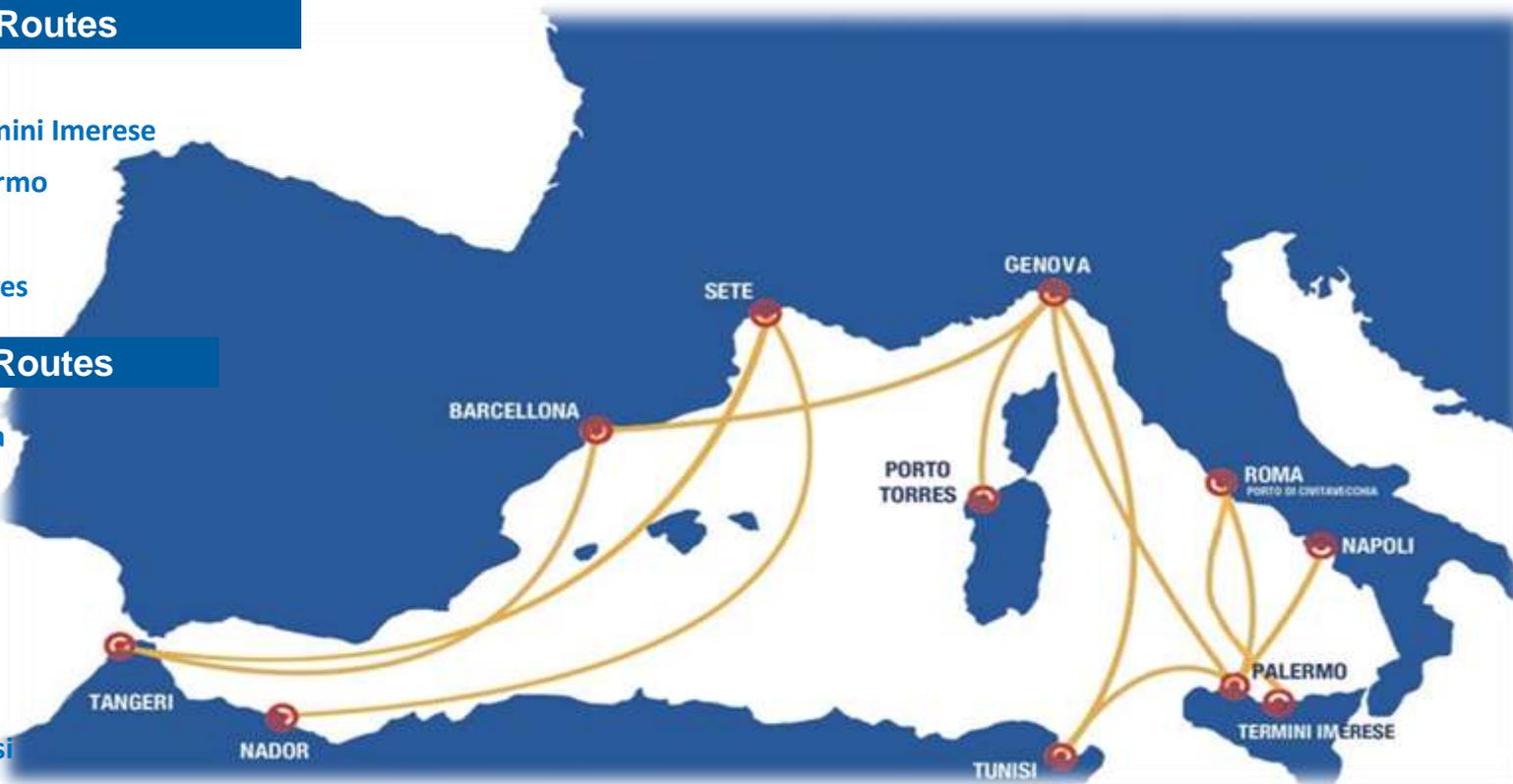
Nel **2013** Grandi Navi Veloci festeggia **20 anni di attività**: ha dieci navi di proprietà e opera collegamenti per Sicilia, Sardegna, Spagna, Francia, Marocco e Tunisia.

## 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...



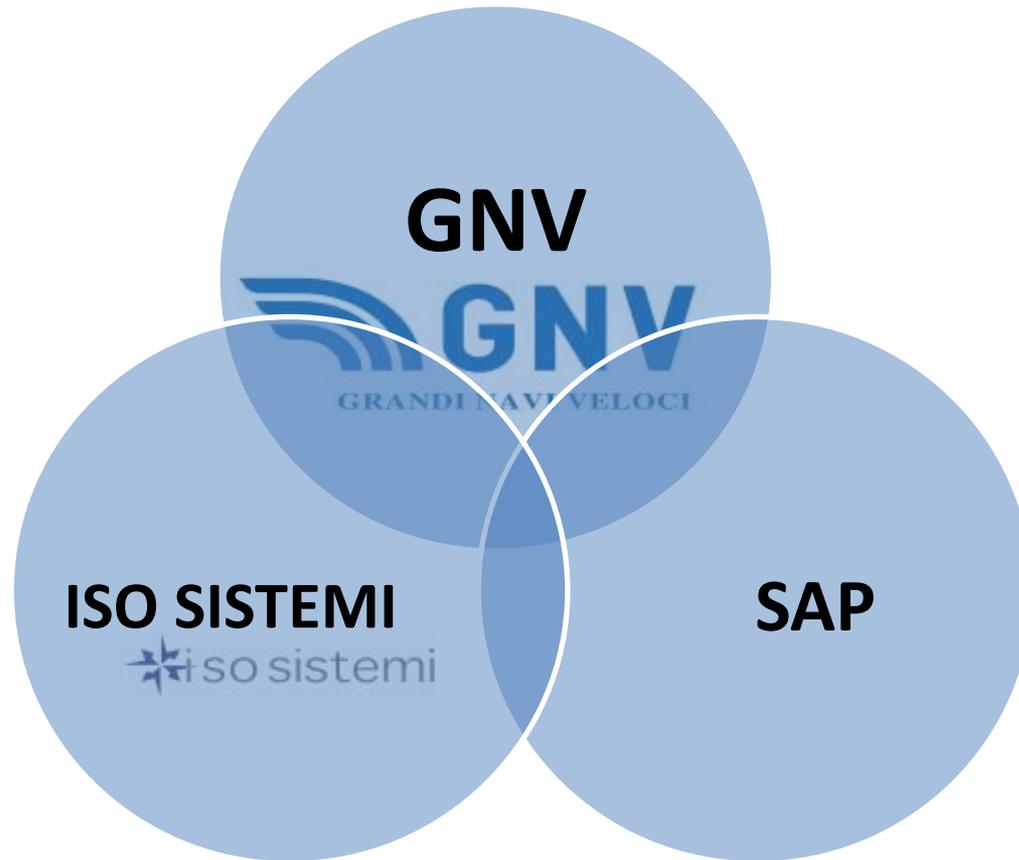
## ☛ Strumenti di Business Analytics

- ✓ 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

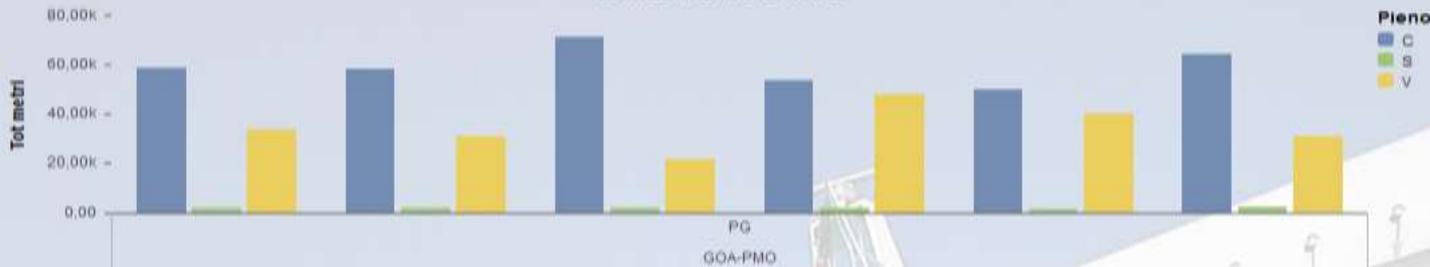


**SAP Business Planning and Consolidation**

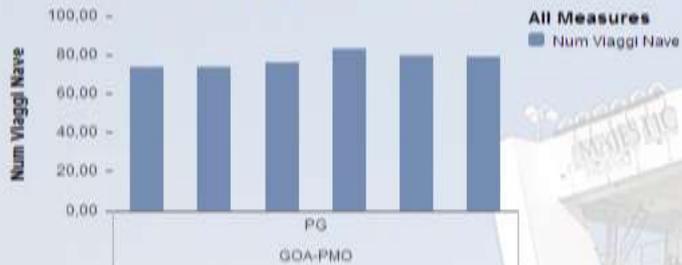


## Indagine

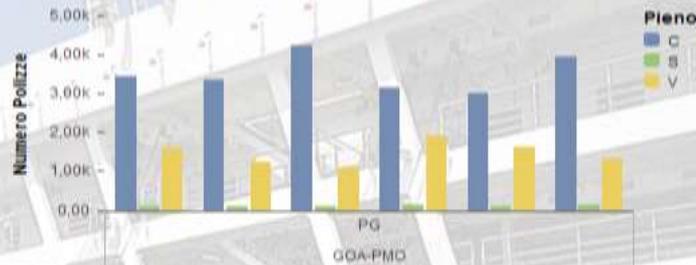
Tot metri per Pieno/Vuoto



Numero Viaggi per Quarter



Numero polizze per Quarter



Cod Linea  
 Search

GOA-PMO

Cod Tratta  
 Search

GP  
 PG

Quarter Viaggio  
 Search

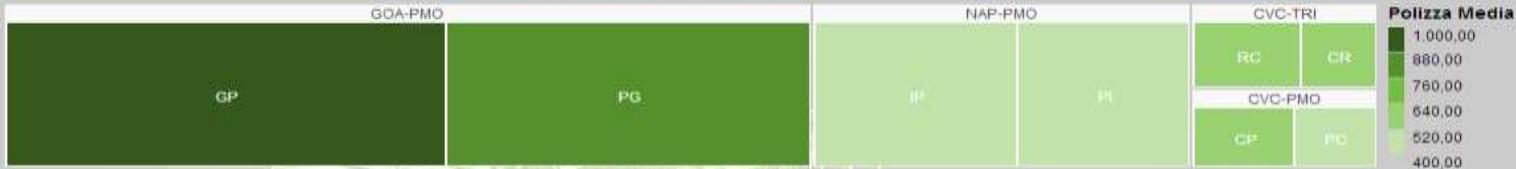
Q1\_2012  
 Q1\_2013  
 Q1\_2014

Pieno  
 Search

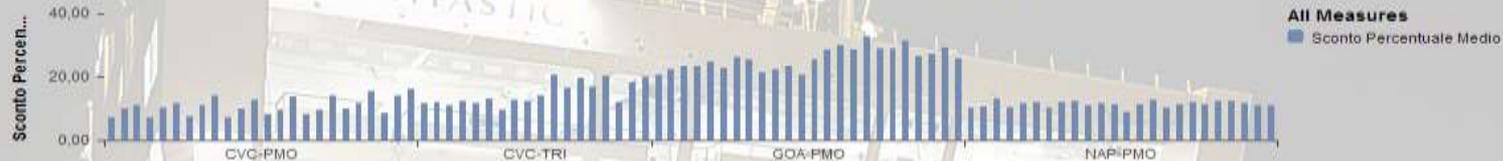
C  
 S  
 V

## Indagine

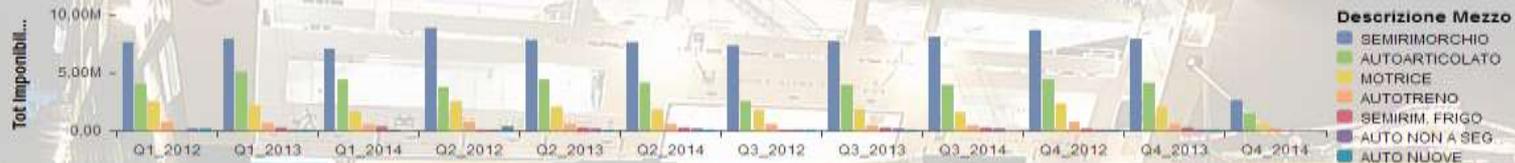
Andamento polizze e totale imponibile per linee e tratte



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 imponibile per anno di viaggio e regione

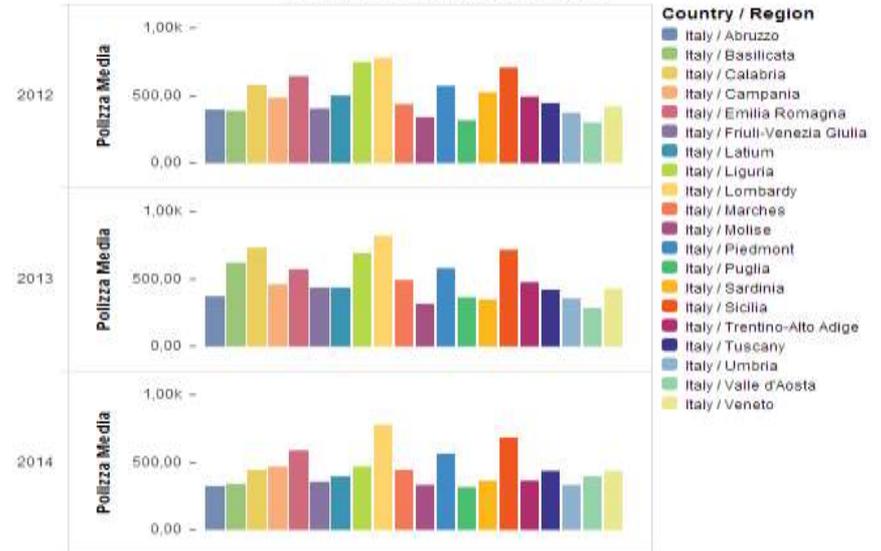
Percentage: Tot Im...



Polizza media per provincia

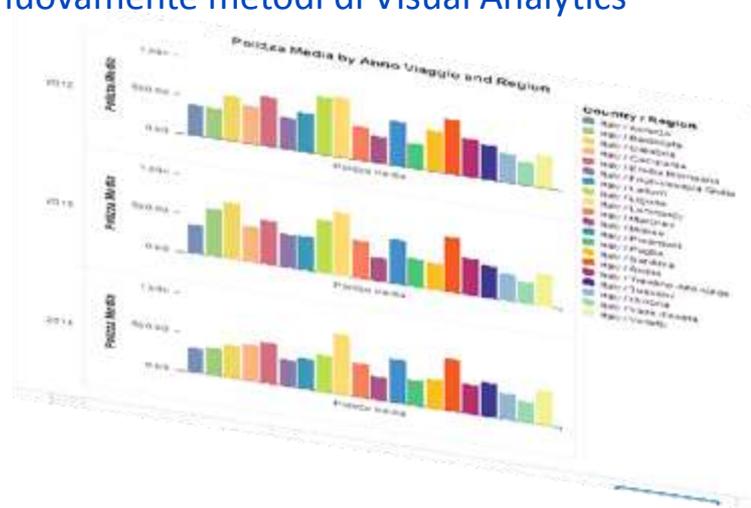
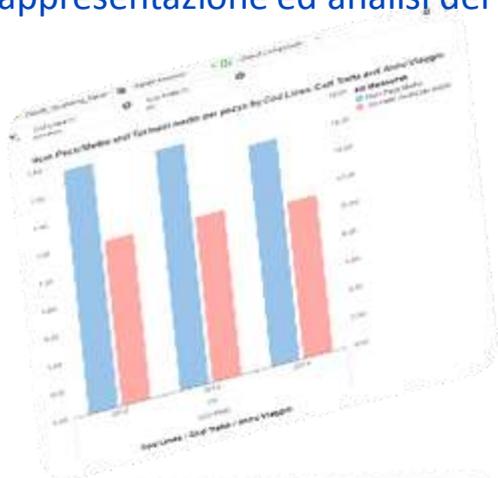


Trend polizze per anno e regione



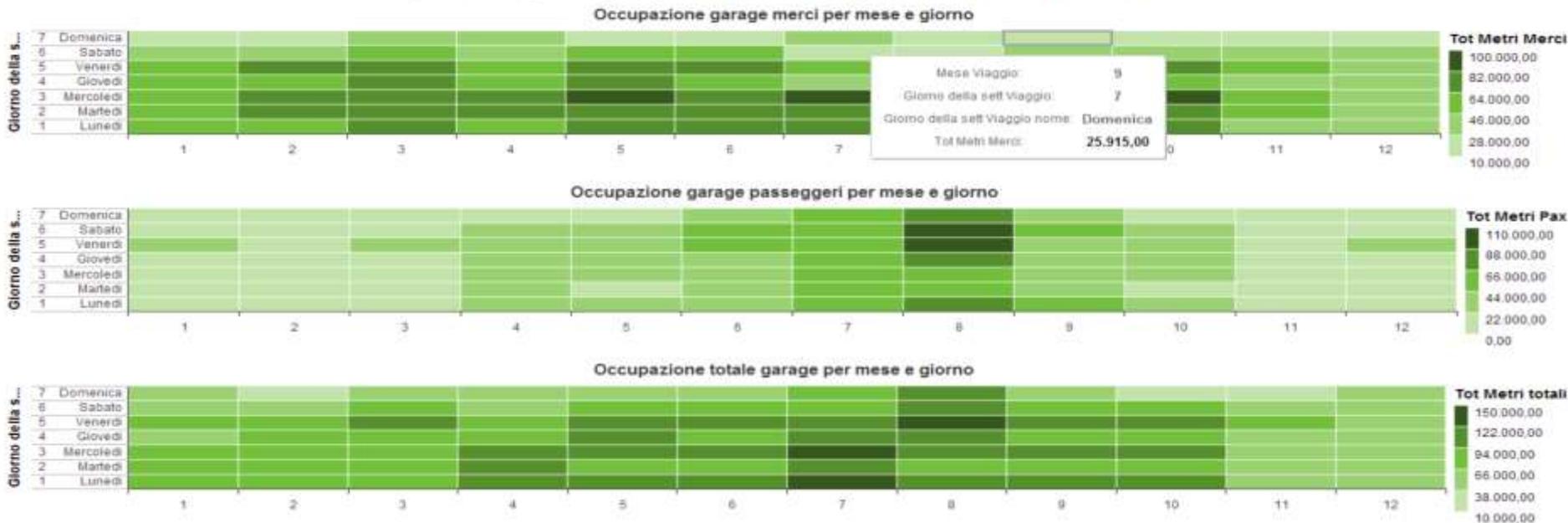
# Dalla Analisi Visuale alla Descriptive Analytics...

- ✓ 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...

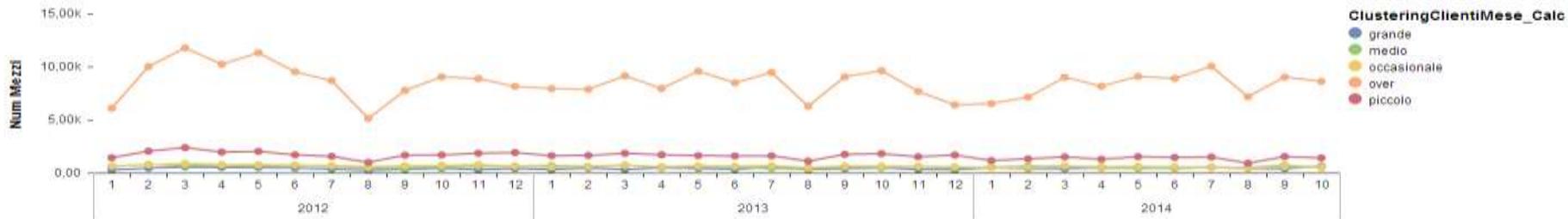
## Capacità garage per mese e giorno della settimana



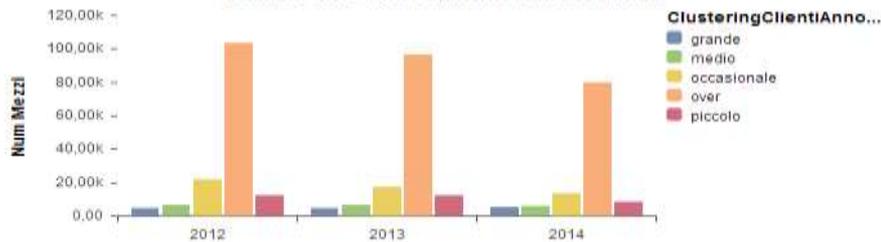
# Dalla Analisi Visuale alla Descriptive Analytics...

## Segmentazione clientela

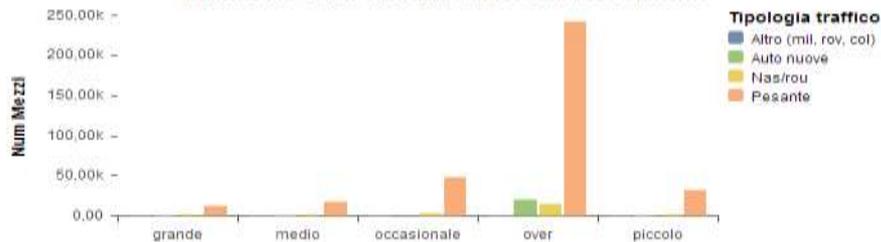
Trend del numero di mezzi per segmento



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**

