

MSC Crociere: l'IT abilita il business insieme a Dynatrace ed Engineering

Introduzione

MSC Crociere S.p.A. è la più grande compagnia di crociere a capitale privato al mondo, basata in Svizzera e leader di mercato in Europa, Sud America e Sud Africa.

Con 15.500 dipendenti in tutto il mondo, la Compagnia è il primo operatore di crociere in Europa e quarto maggior operatore nel mondo.

A seguito di numerosi anni di crescita senza precedenti e di due programmi di investimenti di oltre 15 miliardi di euro, MSC Crociere S.p.A. vanta oggi una flotta di 12 navi, che si arricchiranno di ulteriori 11 navi, per offrire una scelta ancora più ampia e adeguata a qualsiasi necessità, giungendo così nei prossimi anni a raddoppiare il fatturato della Compagnia.

La domanda crescente per il prodotto MSC Crociere, unico e contraddistinto da navi ultramoderne, inoltre, porterà il numero di passeggeri a crescere dagli attuali 1,8 milioni per arrivare nel 2026 a quasi cinque milioni.

Tale impegnativo piano di espansione procede in parallelo alla trasformazione profonda dello scenario di business in cui opera la Compagnia e vede oggi crescere per MSC Crociere la necessità di raggiungere i clienti in modo più capillare attraverso i nuovi canali digitali, per sostenerne e supportare nuovi volumi di vendita.

L'Esigenza

Principale obiettivo di MSC Crociere era rafforzare la propria presenza digitale, in particolare nei canali di booking online, che vendono i prodotti MSC Crociere nei 45 paesi in cui la Compagnia è presente.

Attualmente, MSC utilizza 28 siti e-commerce, disponibili per 100 diverse nazionalità, e vanta anche una presenza consistente sui social network, dove raggiunge oltre 4 milioni di contatti.

Se la digitalizzazione oggi rappresenta una forte opportunità di business, allo stesso tempo pone nuove sfide significative. In un contesto di digital disruption, infatti, nel quale i colossi tecnologici del mondo digital hanno cambiato le regole del gioco, i clienti sono divenuti sempre più esigenti e le loro aspettative in termini di user experience si sono elevate, comportando per le aziende l'esigenza profonda di trasformazione per tutti i canali commerciali.

I canali digitali, inoltre, non sono statici e pongono nuovi interrogativi all'IT che si trova a dover controllare un canale volubile dal punto di vista dell'utente con condizioni che variano notevolmente a seconda del dispositivo, della geolocalizzazione e della tipologia di connessione.

Nel corso dei prossimi 2 anni il 60% del traffico ai canali digitali di MSC Crociere sarà generato da dispositivi mobile. Comprendere profondamente quale sia l'esperienza percepita dal cliente in questo contesto, da quale luogo esso accede, quale dispositivo utilizza, come si sposta mentre effettua una prenotazione, diviene quindi fondamentale per valutare la qualità di quanto sperimenta.

La Compagnia ha quindi ritenuto indispensabile poter misurare l'esperienza del cliente in modo unificato avendo allo stesso tempo la possibilità di scomporla, monitorando la rete, i device e le applicazioni.

A questo scopo MSC Crociere ha avviato uno scouting degli strumenti di Business Service Monitoring che fossero in grado di offrire dei punti di osservazione validi e affidabili sul business.

Il progetto implicava la necessità di misurare i business service in un modo nuovo: non si trattava, infatti, semplicemente di comprendere e agire rapidamente sulle componenti tecnologiche, come la rete, ma di unire la visibilità di business sulla user ability con i dettagli della user experience, definendo così nuove metriche che permettessero di capire a fondo come i siti e le app per le prenotazioni fossero usate e agire direttamente sulla percezione finale del cliente.

Come spiega Daniele Buonaiuto, Chief Information Officer di MSC Crociere, per la Compagnia era estremamente importante poter valutare la qualità complessiva della user experience, tenendo presente il tempo di risposta, le informazioni richieste, i livelli di completamento rispetto alla prenotazione e la soddisfazione o frustrazione finale di ogni utente. Per farlo, MSC Crociere ricercava una soluzione che avviasse un dialogo continuo e proficuo dal punto di vista del business.

La Soluzione

MSC Crociere ha scelto di rivolgersi a Engineering quale consulente e partner tecnologico preparato e focalizzato sull'innovazione dell'IT a supporto del business.

Engineering ha affiancato MSC Crociere nella selezione della soluzione e nello svolgimento del progetto, dimostrando di possedere, come conferma Buonaiuto, una conoscenza notevole delle soluzioni e avere una visione complessiva efficace di come i prodotti Dynatrace avrebbero potuto integrarsi con l'IT della Compagnia. La scelta di Engineering ha, quindi, significato non solo affidarsi a un implementatore esperto ma lavorare con un consulente capace, un intermediario altamente preparato sulle problematiche di Performance Management & Operations.

La conoscenza profonda della piattaforma di Digital Performance Management di Dynatrace ha permesso a Engineering di sfruttarne al meglio la tecnologia arrivando a prospettare nuovi utilizzi e applicazioni all'interno dell'infrastruttura di MSC Crociere, comprendendo a fondo anche le dinamiche e direzioni che il mercato di riferimento sta intraprendendo.

Allo stesso tempo, fin dalla fase iniziale di POC, come dichiara il CIO di MSC Crociere, Dynatrace ha dimostrato il suo primato indiscusso nella capacità di legare il comportamento tecnico alla customer experience e le capacità del proprio software di individuare e risolvere in real time problematiche complesse, consentendo di promuovere azioni immediate.

Offrendo un accesso semplice e continuo all'esperienza degli utenti, l'elaborazione di report settimanali e l'identificazione e il suggerimento proattivo di possibili azioni correttive, Dynatrace ha consentito al business e all'IT di MSC Crociere di parlare lo stesso linguaggio attraverso una piattaforma comune evoluta.

Ulteriori sviluppi del progetto

L'introduzione della piattaforma Dynatrace per il Digital Performance Management rappresenta ora un caposaldo indispensabile per MSC Crociere, che, grazie alla disponibilità di dashboard orientate al business, ora pienamente ingrate nell'infrastruttura IT della Compagnia, vede oggi un'evoluzione sempre più profonda del proprio IT da puro centro tecnologico a fattore abilitante essenziale per il business.

Il tool Dynatrace è stato implementato con successo e il marketing, le funzioni di business e le Country in generale hanno mostrato fin da subito un forte apprezzamento perché gli strumenti si sono rivelati convincenti sia dal punto di vista della consapevolezza immediata di quanto accade sia dal punto di vista della visibilità strategica.

La stretta collaborazione con Engineering ha visto il Partner coinvolto anche nelle attività di auditing per sviluppare una logica di continuous improvement con il supporto delle soluzioni Dynatrace.

MSC Crociere sta, infatti, valutando l'utilizzo delle analitiche Dynatrace anche a livello di control room, come strumento di esercizio per la user experience.

Come dichiara Daniele Buonaiuto, oggi MSC Crociere può contare su un IT evoluto e guardare direttamente all'esperienza utente. La collaborazione con Dynatrace continua con l'obiettivo di estendere la soluzione Dynatrace a tutti i touch point monitorabili dell'esperienza utente e introdurre stabilmente la piattaforma nel Service Operation Management di MSC Crociere.

Engineering D-HUB

Engineering D-HUB è un punto di riferimento del gruppo Engineering per i servizi di outsourcing applicativo e infrastrutturale, grazie al connubio tra standard tecnologici all'avanguardia e l'approfondita conoscenza dei processi di business nei diversi settori di mercato. La società conta circa 1.350 specialisti ed opera attraverso un network integrato di 4 data center dislocati a Pont-Saint-Martin, Torino, Milano, Vicenza, con un sistema di servizi e un'infrastruttura che garantiscono i migliori standard tecnologici, qualitativi e di sicurezza agli oltre 350 clienti.

Concetta Lattanzio concetta.lattanzio@eng.it

Sito Internet www.eng.it

Twitter: [@Engineering](https://twitter.com/Engineering)

Dynatrace

[Dynatrace](https://www.dynatrace.com) ha ridefinito il monitoraggio degli ecosistemi digitali di oggi. Abilitata dall'Intelligenza Artificiale, full stack e totalmente automatizzata, Dynatrace è l'unica soluzione in grado di offrire risposte, non solo dati, basate su insight approfondite di ogni utente, transazione e rispetto a qualsiasi applicazione. I maggiori brand al mondo, incluse 72 aziende della top 100 della rivista Fortune, utilizzano Dynatrace per ottimizzare la propria customer experience, innovare con maggiore rapidità e modernizzare con la massima affidabilità le proprie operazioni IT.

Per maggiori informazioni su Dynatrace visita il sito [dynatrace.com](https://www.dynatrace.com), consulta il [blog aziendale](#) e segui [@dynatraceitalia](https://twitter.com/dynatraceitalia) su Twitter.

Dynatrace

Silvia de Poli Silvia.De.Poli@dynatrace.com

Sito Internet www.dynatrace.com

Informazioni per la stampa:

Imageware

Stefano Bogani sbogani@imageware.it

Marco Groppelli mgroppelli@imageware.it

Tel. 02.700251 Sito Internet www.imageware.it