



Real Time Innovation



Almaviva Group

un modello di eccellenza italiana

 57 sedi

ITALIA, BRASILE, USA, CINA, COLOMBIA,
TUNISIA, SUD AFRICA, BELGIO

 45.000
dipendenti

€ 740 ml
ricavi 2016

Almaviva

ICT PLATFORM & SERVICES

Cloud Computing
IOT platform
System Integration
Cyber Security

Almawave

PEOPLE CENTERED APPLICATIONS

Natural Language
Understanding
Big Data Advanced
Analytics
Adaptive Interfaces
Voice Recognition

Almaviva

CONTACT

BPO & CUSTOMER EXPERIENCE SERVICES

Multichannel Engagement
Sales
Credit Collection
Logistics

I PRINCIPALI CLIENTI





BU Transportation

Soluzioni e know how sulle diverse modalità di trasporto

Le nostre soluzioni abilitano l'interoperabilità e l'intermodalità in un sistema di smart city: Infomobilità multicanale, sistema integrato di eTicketing, localizzazione e monitoraggio della flotta, logistica portuale e ultimo miglio



I PRINCIPALI CLIENTI



COMPETENCE CENTER TRANSPORTATION ALMAVIVA

- **Oltre 1000 risorse** esperte su processi e tecnologie transportation
- Rilevanti investimenti sostenuti in tecnologie abilitanti
- Piattaforme proprietarie evolute che coprono tutti i processi di business in modo integrato
- Asset e competenze maturate su tutte le modalità di trasporto

Investimenti previsti dal piano industriale 2016 - 2018 per il progetto di internazionalizzazione "Operation Mobility Platform" di circa **20 Mln di euro**



GENOVA, UN CASO DI SUCCESSO

Caso di eccellenza per l'intermodalità e l'interoperabilità basata su piattaforme innovative

4.000 autotreni/giorno entrano ed escono in 30'

2.242.902 TEU (anno 2015)

I focus



01

Partnership a 360° per creare l'eccellenza digitale sugli asset strategici di trasporto e logistica del Sistema Paese

02

Esercizio dei sistemi mission critical

03

Piattaforme distintive e HUB di servizi digitali

Sviluppo dei mercati internazionali

Il Viaggio del futuro



Intermodal Transportation

Raggiungere una destinazione può richiedere l'impiego di più servizi e mezzi di trasporto. Sempre più compagnie offrono un servizio integrato e sempre più Clienti lo richiedono.



Shared travelling

La generazione dei Millennial condivide i propri viaggi sui social network e si organizza in modo collaborativo, anche per quanto riguarda i mezzi di trasporto.



Context Awareness

I viaggiatori producono una enorme quantità di informazioni che le compagnie di trasporti possono sfruttare per proporre offerte mirate e contestuali in modo proattivo.



Mobile everything

Smartphone, tablet e wearables sono diventati il compagno preferito di viaggio con cui i passeggeri si fanno riconoscere, si intrattengono e comprano biglietti e servizi, a discapito dei canali tradizionali.



Le Soluzioni

Un portafoglio di piattaforme ICT che supportano i processi di Governance, Business e Operativi con oltre 750 applicazioni





Scenario di riferimento

Digital Transformation
Il viaggio del futuro



Intermodal transportation

Il viaggio è un'esperienza integrata senza soluzione di continuità, a prescindere dai mezzi di trasporto utilizzati



VIAGGIO DOOR2DOOR

Il cliente può definire il suo itinerario specificando l'indirizzo di partenza e quello di arrivo, comprensivo di hotel. Il sistema in automatico calcola le tempistiche e propone i mezzi di trasporto necessari a raggiungere la destinazione

BIGLIETTO UNICO

Il viaggiatore acquista un unico titolo di viaggio, valido per tutti i mezzi di trasporto previsti dal suo itinerario. I controllori delle varie linee di trasporto utilizzate sono in grado di validare tale biglietto

RIPIANIFICAZIONE INTEGRATA

Nel caso in cui una delle tratte fosse in ritardo, il sistema propone le alternative al passeggero ed effettua in automatico il cambio di prenotazione



Shared traveling

Il viaggio viene organizzato in modalità collaborativa e condiviso sui social network



ORGANIZZAZIONE CONDIVISA

I viaggiatori si organizzano in community al fine di condividere un itinerario, il mezzo di trasporto e le relative spese

SOCIAL SHARING

I viaggiatori condividono sui social network le loro mete ed esperienze di viaggio e effettuano le loro scelte sulla base dei pareri di altri utenti. Nascono community parallele di scambio o vendita dei titoli di viaggio

GAMIFICATION

Il viaggio diventa un mezzo per confrontarsi e competere con gli altri utenti al fine di guadagnare punti e premi. Iniziative di loyalty e campagne sui social aumentano la fidelizzazione dei clienti



Context awareness

Proposizione di offerte mirate al viaggiatore sulla base dei propri interessi, abitudini e della sua geolocalizzazione



ESPERIENZA PERSONALIZZATA

Il viaggiatore a bordo riceve servizi personalizzati senza doverli richiedere ogni volta. I pasti, i giornali, il posto vengono offerti in modo mirato e sulla base di preferenze conosciute

SELF CHECK-IN

Il passeggero prima di salire sul mezzo di trasporto può registrarsi digitalmente. Il controllo del biglietto viene effettuato solo sui passeggeri che non si sono autenticati in precedenza

MICROLOCALIZZAZIONE

Attraverso il passaggio o la permanenza in alcuni punti di interesse, il cliente può ricevere offerte commerciali o informazioni di intrattenimento push in funzione dei suoi interessi



Mobile everything

Smartphone, tablet e wearables sono compagni fondamentali per l'esperienza di viaggio



MOBILE TICKETING

Il biglietto non viene più stampato, ma è conservato sullo smartphone in formato digitale. Il controllo può essere effettuato tramite lettura di codici QR o contactless

MOBILE WALLET

Le app sono diventate delle vere e proprie vetrine in cui l'utente può acquistare i servizi di interesse (biglietti del treno, hotel) con il proprio portafoglio elettronico, senza dover inserire ogni volta la propria carta di credito

WI-FI EVERYWHERE

Il wi-fi è disponibile durante il viaggio, ma anche nelle stazioni e nei punti di interesse. In questo modo i service provider raccolgono informazioni preziose e il viaggiatore rimane sempre connesso



Mobile everything

Smartphone, tablet e wearables sono compagni fondamentali per l'esperienza di viaggio



MOBILE TICKETING

Il biglietto non viene più stampato, ma è conservato sullo smartphone in formato digitale. Il controllo può essere effettuato tramite lettura di codici QR o contactless

MOBILE WALLET

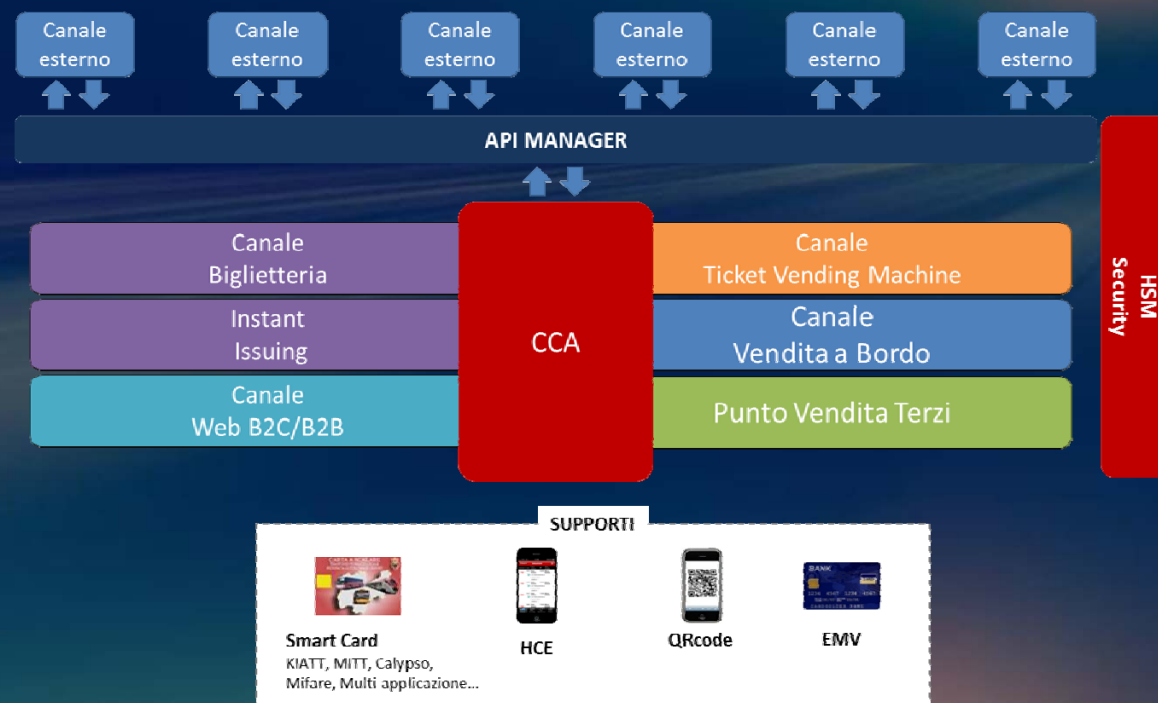
Le app sono diventate delle vere e proprie vetrine in cui l'utente può acquistare i servizi di interesse (biglietti del treno, hotel) con il proprio portafoglio elettronico, senza dover inserire ogni volta la propria carta di credito

WI-FI EVERYWHERE

Il wi-fi è disponibile durante il viaggio, ma anche nelle stazioni e nei punti di interesse. In questo modo i service provider raccolgono informazioni preziose e il viaggiatore rimane sempre connesso



La soluzione di ticketing





Soluzione di Ticketing Almaviva

Overview della Soluzione

Centro Servizi

- ▶ Rete e gestione della **Struttura tariffaria** integrata
- ▶ **Integrazione, acquisizione e invio** dei dati dal/verso i CCA mediante protocollo standardizzato, e gestione dei dati integrati
- ▶ **Clearing**

Centro di Controllo

- ▶ Centro operativo paritetico ed indipendente
- ▶ Gestione della Rete e della Struttura tariffaria di propria responsabilità
- ▶ Ciclo di vita delle smart card
- ▶ Distribuzione e raccolta informazioni periferiche
- ▶ Informazioni vendita, controllo e validazione

Soluzione Integrata

- ▶ TPL Multimodale e Multivettore
- ▶ Integrazione con Media e Lunga percorrenza
- ▶ Integrazione con servizi di mobilità complementare (parcheggi, car sharing, bike sharing)

Soluzione Interoperabile

- ▶ Interazione con i processi e gli strumenti di CRM, monitoraggio e manutenzione degli apparati periferici e di bordo

Soluzione Multicanale

- ▶ Vendita e Ricarica multicanale
- ▶ Canali biglietterie, mobile, web, self service, ATM, Contact Center, punti vendita terzi
- ▶ Tecnologie magnetiche e contactless: smart card multiapplicazione, RFID, bar code, QR code, NFC

Monitoraggio

- ▶ Monitoraggio degli apparati periferici
- ▶ Monitoraggio dei mezzi e del servizio

A low-angle photograph of a modern building with a glass facade. The glass reflects the sky and clouds, creating a dynamic, abstract pattern. The building's structure is composed of various geometric shapes and colors, including white, grey, and orange. A dark horizontal band is superimposed over the upper right portion of the image.

www.almaviva.it