

Pilotare l'innovazione ad alta quota

Leonardo vola alto grazie a una strategia
multicanale della customer experience



La sfida del cambiamento

L'azienda, che opera in ambito commerciale e militare nella produzione di elicotteri, aerei, elettronica per la difesa e sistemi di sicurezza informatica, si è posta l'obiettivo di trasformare la propria customer experience, semplificando i processi e ottimizzandone la fase di execution.

L'adozione di una piattaforma integrata a supporto del customer service e del training è un "must". L'acquisto di parti e servizi, infatti, stava diventando un processo "labor-intensive" sia per i clienti che per le risorse interne, basato sulla gestione di documentazione cartacea e sull'inserimento manuale dei dati all'interno dei sistemi. Leonardo ha colto questa opportunità per ridisegnare non solo la propria piattaforma di e-commerce, ma anche la sua customer experience multicanale.

Leonardo aveva bisogno di una soluzione che offrisse un'innovativa esperienza utente ed una completezza di servizi (la precedente piattaforma supportava i clienti solo su alcune tipologie di servizi). Questa nuova piattaforma, infatti, doveva abilitare una gestione integrata e innovativa dei servizi post-vendita e dei rapporti con la clientela, non solo per la Divisione Elicotteri, ma in maniera scalabile e uniforme per l'intera Leonardo.

Leonardo, player mondiale nel settore dell'Aerospazio e Difesa, ha avuto una visione innovativa: sviluppare una piattaforma digitale avanzata, in linea con il livello innovativo dei propri prodotti e le attese dei Clienti.





Combinare tecnologia e ingegno umano

Accenture, grazie ad una profonda conoscenza del settore dell'Aerospazio e della Difesa, si è dimostrata il partner ideale per accompagnare Leonardo lungo tutto il percorso di trasformazione, dall'ideazione all'implementazione. Il solido rapporto che Accenture ha costruito negli anni con Leonardo, e le collaborazioni con grandi partner tecnologici come Microsoft e SAP, hanno fatto sì che il processo di trasformazione fosse il risultato della collaborazione di eccellenze capaci di dar vita a un ecosistema, che ha reso possibile l'implementazione in parallelo di più soluzioni e servizi tecnologici.

Il risultato? Quattro aziende all'avanguardia, Leonardo, Accenture, SAP e Microsoft, hanno combinato le loro capability in maniera sinergica in una implementazione digitale a supporto dei clienti Leonardo.

Gli insight derivanti da un'analisi approfondita delle esigenze dei clienti Leonardo, e - più in generale - di tutti i suoi stakeholder, hanno guidato la visione strategica e la fase di progettazione della piattaforma. Ciò ha abilitato la creazione di due nuovi sistemi progettati per lavorare in maniera sinergica:

Un portale clienti basato su Microsoft Dynamics 365

Un unico "entry-point" per i clienti dell'intero mondo post-vendita Leonardo. Un singolo punto d'accesso ai servizi di ticketing, di supporto tecnico, alle dashboard interattive, ai video tutorial, account aziendali e alla propria libreria di

pubblicazioni. I clienti possono sfruttare gli insight della piattaforma per migliorare il proprio business, tenersi aggiornati sulle ultime notizie e funzionalità e persino gestire i loro asset, aggiornandone le ore di volo e la disponibilità. Questa piattaforma intuitiva, integrata e coinvolgente sta aumentando la soddisfazione del cliente, fornendo una semplice navigazione e un'accessibilità 24 ore su 24, 7 giorni su 7 sia da desktop che da dispositivi mobili.

Una piattaforma di e-commerce basata su SAP®Commerce Cloud

Acquistando nel Leonardo Store, i clienti possono accedere facilmente al catalogo completo dei servizi post-vendita, acquistare parti di ricambio e corsi di formazione, gestire le richieste di acquisto, richiedere riparazioni e molto altro.

L'utilizzo di un approccio di sviluppo di tipo agile ha accelerato la realizzazione di una piattaforma end-to-end, dall'acquisto di parti di ricambio, all'invio di parti in garanzia e richieste di riparazione, fino alla prenotazione di corsi di formazione. La piattaforma interattiva facilita la comunicazione diretta tra Leonardo e i propri clienti, consentendo un flusso di lavoro strutturato tra i diversi dipartimenti interni e fornendo una tracciabilità a 360° lungo tutta la catena di fornitura.

Il risultato: una piattaforma orientata a salvaguardare l'esperienza-utente, studiata appositamente per soddisfare le esigenze dei clienti nell'ambito del settore Aerospace & Defence.

Una differenza che vale

Il progetto ha sfruttato la collaborazione di un vasto ecosistema e l'ingaggio di più team - sia all'interno di Leonardo, che nell'interazione con il partner Accenture e con i software vendor coinvolti - il tutto al fine di creare un processo snello e ottimizzato.

A soli tre mesi dall'implementazione, è stato effettuato il go-live della piattaforma di e-commerce, mentre nel corso dell'anno successivo, adottando un approccio agile, sono state implementate ulteriori funzionalità. Qualche mese dopo, è stato attivato il nuovo portale clienti.

Oggi le nuove tecnologie adottate lavorano in maniera integrata e simultanea allo scopo di assicurare una customer experience semplice e coinvolgente.

Il sistema permette inoltre a Leonardo di avere visibilità in tempo reale sugli ordini e le vendite, monitorando l'intera customer journey, dalle prime fasi di interazione fino alla chiusura del processo d'acquisto. Le nuove modalità di gestione dei dati forniscono approfondimenti per supportare le strategie di vendita e marketing. Il sistema SAP® supporta la collaborazione tramite flussi di lavoro integrati tra le funzioni, migliorando ulteriormente l'efficienza e riducendo i costi. Questa piattaforma

best-in-class copre l'intera gamma di processi del settore e raccoglie dati e informazioni sui clienti, fornendo a Leonardo un notevole vantaggio competitivo.

La Divisione Elicotteri ha aperto la strada in questo percorso di digitalizzazione e trasformazione, accogliendo oltre 1.600 clienti registrati e 11.000 utenti attivi. Con circa 5.000 accessi settimanali, 2.500 pubblicazioni tecniche scaricate, 700 richieste settimanali di clienti create e 1.000 ordini gestiti a settimana, questi sono i numeri che riflettono il percorso straordinario finora compiuto da Leonardo. Anche l'esperienza dei dipendenti è stata trasformata: i membri del team non dedicano più tempo all'inserimento dei dati e ad una gestione manuale dei processi. I benefici sono evidenti in termini di nuovi servizi, efficienza, sostenibilità e riduzione dei costi interni.

La piattaforma è in fase di implementazione sulle altre divisioni Leonardo, sfruttando gli elementi costitutivi esistenti e personalizzando determinate funzionalità sulla base di specifiche richieste derivanti dalle differenti linee di business. L'obiettivo finale è raggiungere a livello Leonardo un'esperienza end-to-end al servizio di tutte le divisioni e dei clienti dell'azienda.



Leonardo dispone ora di una soluzione semplice, disegnata su misura rispetto alle specificità del settore Aerospace & Defense, in grado di garantire un unico punto d'accesso a tutti i suoi servizi post-vendita e un customer journey intuitivo e coinvolgente. E il futuro cosa promette? L'unico limite è il cielo.

Disclaimer

This content is provided for general information purposes and is not intended to be used in place of consultation with our professional advisors. This document refers to marks owned by third parties. All such third-party marks are the property of their respective owners. No sponsorship, endorsement or approval of this content by the owners of such marks is intended, expressed or implied.

Copyright © 2021 Accenture.

All rights reserved. Accenture and its logo are registered trademarks of Accenture