



The Level Group, nata nel 2011, è un partner eCommerce per brand appartenenti al mondo del Fashion&Luxury.

All'interno del portafoglio dell'azienda vi sono attualmente 17 brand tra cui: Dolce & Gabbana, Clarks, WallpaperSTORE, La DoubleJ, Aspesi.*

L'azienda gestisce a 360° l'eCommerce di brand, con esperienza principalmente nel mondo retail: dalla gestione del sito web e di tutti i servizi a contorno che permettono il completamento dell'ordine all'intero processo di sviluppo del contenuto digitale, Customer Service post-vendita e servizi di pagamento.

L'azienda ha sempre creduto molto nell'innovazione tecnologica, ne è prova il fatto che sin da principio ha abbracciato il mondo e i vantaggi derivanti dal Cloud Computing.

L'ESIGENZA

Uno dei brand cliente dell'azienda, nel suo percorso verso l'implementazione di una strategia omnicanale, ha riscontrato la difficoltà di far dialogare i sistemi aziendali del mondo offline con il proprio eCommerce. Da qui, è nata l'esigenza per The Level Group di integrare le proprie piattaforme tecnologiche per abilitare e supportare i propri clienti nell'offerta di un'esperienza che risulti realmente omnicanale.

LA SOLUZIONE IMPLEMENTATA

The Level Group, grazie al supporto di Microsys, ha introdotto un Enterprise Service Bus (ESB) in grado di fungere da middleware intermedio tra i sistemi informativi aziendali e i principali touchpoint di interazione con il consumatore. Tale piattaforma riceve molteplici informazioni in input dai sistemi di front-office, li elabora e li invia come output ai sistemi di back-end. Questo middleware tecnologico abilita dunque la comunicazione e lo scambio di informazioni tra i sistemi informativi aziendali e i diversi sistemi fondamentali per garantire un'esperienza omnicanale al consumatore (POS; evasione dell'ordine; reso dell'ordine).

La piattaforma è implementata totalmente in Cloud e utilizza componenti in modalità Software as a Service (SaaS), Platform as a Service (PaaS) e Infrastructure as a Service (IaaS).

Questa caratteristica ha permesso all'azienda di sviluppare il nuovo progetto senza dover procedere ad una completa rivoluzione dell'architettura esistente. Inoltre, grazie alle competenze e le conoscenze di Microsys ed ai workload di sviluppo consolidati è stato possibile registrare un time to market estremamente ristretto dall'avvio al go live (6 mesi).

Lo sviluppo è avvenuto con approccio Agile; sono stati quindi eseguiti diversi cicli con rilasci progressivi di feature aggiuntive che hanno l'obiettivo di rendere sempre più completa e performante l'ESB garantendo la piena integrazione tra fisico e online. Tra i principali: ship to home, reso direttamente presso il negozio e Click & Collect.

In una fase successiva del progetto l'azienda ha inoltre posto la sua attenzione sul tema analisi dati. Lo sviluppo dell'ESB in Cloud ha permesso di raccogliere i dati su un DataBase as a Service e integrare flussi informativi che prima non era possibile collegare, abilitando in questo modo nuove analisi di Business Intelligence in tempo reale. Attraverso le analisi effettuate è possibile costruire sia report standardizzati, utilizzati dai responsabili della piattaforma per prendere decisioni sulla strategia eCommerce del brand, sia dashboard dinamiche aggiornate in real time.

I report, le dashboard e gli insight ottenuti dall'azienda vengono resi accessibili per i brand clienti in real time da browser e sempre di più potranno essere utilizzati per effettuare previsioni e ottimizzare la gestione del processo complessivo.

Per il progetto è stato creato un team ad hoc di circa 23 persone costituito da tre diverse anime: una parte business responsabile dello scope del progetto, una parte di project management per seguire le evoluzioni delle diverse fasi ed una parte di sviluppo, coordinata e seguita da Microsys.



I BENEFICI

L'introduzione di un middleware intermedio in grado di raccogliere, elaborare e smistare le richieste provenienti dai touchpoint di interfaccia con il consumatore, consente di sviluppare un'architettura tecnologica efficiente, flessibile e scalabile in grado di abilitare l'implementazione di servizi omnichannel. La struttura di tale architettura fornisce inoltre un supporto nella creazione di una Single Customer View sui consumatori e un conseguente miglioramento nelle potenzialità degli Analytics aziendali che possono ora arricchirsi di flussi informativi integrati.

La costruzione di report e dashboard dinamiche accessibili in real-time fornisce inoltre ai brand clienti una maggiore visibilità sulle performance dei propri touchpoint e favorisce dunque lo sviluppo di una strategia sempre più data-driven.

La facile scalabilità dell'architettura fornisce infine la possibilità di sostenere l'integrazione di nuove richieste di altri brand clienti che potranno essere evase più velocemente ed efficacemente (es. nuovi prodotti da lanciare).

GLI SVILUPPI FUTURI

Le analisi in real time sui dati permettono ad oggi di creare dashboard dinamiche in grado di mostrare KPIs e variabili rilevanti per le performance del sito eCommerce e l'esperienza del consumatore. Nei piani dell'azienda vi è la volontà di ragionare in ottica prescrittiva, dando la possibilità al business manager di intraprendere direttamente delle decisioni e misure correttive.

The Level Group ha inoltre in previsione di lanciare ulteriori servizi in ottica omnichannel: cambio prodotto, riserva il prodotto, prenotazione appuntamento e customizzazione del prodotto in negozio.

MICROSYS Srl

Microsys è una società che offre servizi di consulenza informatica per la System Integration e lo sviluppo di applicazioni per rispondere puntualmente alle esigenze dei clienti. Vanta una lunga esperienza di 25 anni nelle soluzioni e nei servizi di Microsoft per la produttività aziendale, il business, la gestione delle piattaforme IT in ambito Cloud ed on premise. Non solo, la divisione Education propone corsi di formazione nell'ambito delle tecnologie Microsoft; il gruppo Licensing supporta le aziende nell'ottimizzazione per l'acquisto delle licenze software. Il team è composto da collaboratori qualificati, scelti per la loro specializzazione e le competenze. Grazie ai numerosi progetti realizzati per aziende di medie e grandi dimensioni, cross-industry, è riconosciuta dal mercato per la capacità di far sì che l'innovazione digitale diventi una leva per la crescita di ogni impresa. Un partner affidabile, concreto e flessibile, che non ha paura dell'innovazione: un valore non in sé stesso ma un fattore cruciale per la crescita.

Microsys opera sul territorio nazionale attraverso le due sedi di Milano e Torino

Per ulteriori informazioni visitare il sito: www.msys.it

Il case study è stato realizzato nell'ambito della Ricerca 2020 dell'Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, gruppo di ricerca all'interno degli Osservatori Digital Innovation, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano.