

Life Time: raggiungere gli obiettivi di salute e di fitness prefissati grazie a Informatica



"Uno dei principali obiettivi strategici del prossimo futuro è la customer intimacy. Con Informatica e Microsoft, possiamo attingere a dati provenienti da qualsiasi fonte e averli a disposizione ogni qualvolta sia necessario. Questo ci consente di comprendere meglio i comportamenti dei nostri iscritti e proporre i giusti programmi e servizi per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi di fitness e le loro ambizioni atletiche."

- Brian Fisher, Director of Business Intelligence and Data Warehouse, Life Time

Quando un 45enne riesce a raggiungere il traguardo della sua prima corsa di 5 km, è un evento che va celebrato. Allo stesso modo è da celebrare il fatto di averlo aiutato a raggiungere tale traguardo. Life Time - The Healthy Way of Life Company - si impegna ad aiutare gli iscritti a raggiungere i loro obiettivi e per questa ragione i team sono in stretto contatto con i clienti, aiutandoli a lavorare in modo intelligente, non più faticoso. L'azienda ha un approccio innovativo e olistico al mantenersi sani e in forma con l'avanzare dell'età che va al di là della tradizionale esperienza che si fa in palestra: centri dedicati al total lifestyle, con sport, personal training, dimagrimento, salute e nutrizione. Con 121 sedi tra Stati Uniti e Canada, gli iscritti ai centri Life Time possono adottare uno stile di vita più sano, svolgere attività atletiche e beneficiare di questo approccio olistico.

Obiettivo strategico e fondamentale di Life Time è garantire un vantaggio competitivo attraverso una maggiore customer intimacy. La vision: Fornire un'esperienza personalizzata ed esclusiva ai singoli iscritti, con offerte di programmi e servizi

specifici e su misura per gli obiettivi personali. Per conseguire questa mission, Life Time deve comprendere una vasta gamma di informazioni sui propri iscritti, ad esempio quanto spesso si recano al centro, quali attività aggiuntive praticano (come ad esempio yoga e cyclette), quale centrifugato acquistano di solito, quali sono i familiari che frequentano il centro con loro e così via.

Se ben gestite, queste informazioni così dettagliate alimentano un gran numero di attività aziendali, come la possibilità di scalare in modo efficiente le attività durante le ore di punta o fornire supporto alle ricerche di marketing che aiuteranno l'azienda a prendere decisioni di business strategiche. Ecco dove questa iniziativa rivoluzionaria diventa davvero interessante. Perché tutto funzioni, gli analisti di marketing e vendite di Life Time devono avere accesso senza limitazioni a dati affidabili, "always-on", contestualizzati e con riferimenti incrociati da tutte le fonti rilevanti. Il team IT di Life Time è stato incaricato di soddisfare questi e altri requisiti: un compito non da poco.

LIFE TIME
HEALTHY WAY OF LIFE

Le necessità di business:

Ottenere una migliore comprensione degli obiettivi di salute e delle ambizioni atletiche degli iscritti per fornire lezioni, prodotti, servizi e programmi che li aiutino in questo percorso.

Le sfide legate ai dati:

- Integrare e bonificare i dati relativi al cliente provenienti da una varietà di applicazioni Cloud e on-premise, data warehouse e data mart
- Assicurarsi che i dati siano accessibili per l'analisi self-service
- Implementare un'architettura di gestione dati che garantisca scalabilità per affrontare le necessità operative e flessibilità per rispondere ai mutevoli requisiti di business

Dentro la soluzione:

- Informatica Cloud® e Informatica PowerCenter® riuniscono le informazioni provenienti da ambienti di data warehouse Microsoft, tra cui Azure e Workday, oltre a una gamma di applicazioni e sistemi point-of-sale (POS).

La soluzione e i risultati:

- Risparmio di denaro, riduzione delle inefficienze, semplicità di accesso a dati rilevanti e, in generale, promozione dell'iniziativa di customer intimacy di Life Time, con un aumento previsto dei profitti pari al 2%
- Questo porta ad attività di CRM più mirate e a un aumento della fedeltà e del sostegno da parte degli iscritti

La Soluzione

Cliente di Informatica PowerCenter da molto tempo, Life Time si affida a Informatica per mantenere i propri dati puliti e accessibili. Negli ultimi anni, in particolare, questo ha significato l'adozione di un approccio alla tecnologia Cloud-first. Life Time ha chiesto consulenza a Informatica su come affrontare al meglio le proprie sfide di gestione dei dati in continua evoluzione, che riguardavano anche il metodo migliore per integrare tutti i dati dei clienti, nel Cloud oppure on-premise, il modo per spostare i dati in Microsoft Azure, scalare in modo intelligente per rispondere alle richieste operative, garantire l'accesso self-service ai dati e supportare la data governance.

Informatica ha suggerito di evolvere l'architettura dati esistente di Life Time con Informatica Cloud e i connettori Microsoft Azure SQL Data Warehouse. Grazie a questa scelta, Life Time sarà in grado di creare una "vista a 360°" molto dettagliata di ogni iscritto ai suoi centri, per combinare programmi, attività e prodotti utilizzati oltre a informazioni sugli abbonamenti, informazioni point-of-sale secondarie, dati di iscrizione e altri dettagli. Queste informazioni risiedono tanto nel Cloud quanto in applicazioni on-premise (come ad esempio applicazioni per iscrizioni e point-of-sale), in una serie di ambienti di data warehouse (inclusi un data warehouse finanziario, il data warehouse aziendale di Life Time e un data warehouse universale basato su Microsoft Azure), nonché in molti data

mart self-service. Questi ambienti hanno un grado variabile di sovrapposizione di dati. Questo significa che le informazioni dei clienti devono essere dinamiche e ben organizzate, in modo da essere utilizzate là dove servono e alimentare conoscenze affidabili. Informatica ha affrontato questa sfida fino a raggiungere il traguardo.

Vantaggi principali

- Life Time abbina i programmi e i servizi giusti ai propri iscritti in base a una maggiore comprensione dei loro comportamenti, obiettivi di salute e di fitness individuali.
- Grazie ad analisi più rapide dei dati point-of-sale e dei profitti derivanti dagli iscritti, è possibile fare previsioni di marketing più tempestive e affidabili.
- Un approccio Cloud-first aumenta l'efficienza operativa.
- Le risorse di gestione dei dati scalabili di Informatica e Microsoft Azure aiutano a rispondere ai bisogni del business.
- I tool per la gestione dei dati di facile utilizzo offerti da Informatica permettono agli analisti di marketing e vendite di avere accesso, bonificare e organizzare le informazioni a prescindere dal tipo di dati e dalla loro origine.

"Uno dei principali obiettivi strategici del prossimo futuro è la customer intimacy", afferma Brian Fisher, Director of Business Intelligence and Data Warehouse, Life Time. "Con Informatica e Microsoft, possiamo attingere a dati provenienti da qualsiasi fonte e averli a disposizione ogni qualvolta sia necessario. Questo ci consente di comprendere meglio

i comportamenti dei nostri iscritti e proporre i giusti programmi e servizi per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi di fitness e le loro ambizioni atletiche."

Informazioni su Life Time

Life Time promuove una vita sana e felice per i suoi iscritti in oltre 140 sedi nei 39 principali mercati di Stati Uniti e Canada. Life Time, l'unico brand "Healthy Way of Life" degli Stati Uniti, offre un'esperienza atletica unica e fornisce uno stile di vita salutare completo, esperienze per divertirsi e modi per affrontare in salute l'avanzare dell'età che non si limitano solo al fitness ma vogliono aiutare singoli individui, coppie e famiglie di tutte le età in tutti gli aspetti della vita quotidiana.



La Digital Transformation sta cambiando il mondo. Quali leader nell'Enterprise Cloud Data Management, siamo pronti a fornirti le informazioni necessarie per realizzare nuove opportunità di crescita. Ti invitiamo a scoprire tutto quello che Informatica ha da offrirti e a liberare "the power of data" per promuovere la tua prossima intelligent disruption.

Sede centrale mondiale Piazza della Repubblica 14/16, 20124 Milano Tel: +39 02 37 05 80 00 | Via Luca Gaurico 9/11 - 00143 Roma
Tel: +39 06 54 83 21 31 Numero verde negli Stati Uniti: 1.800.653.3871

IN05_1118_03227

© Copyright Informatica LLC 2018. Informatica, il logo Informatica, Informatica Cloud e PowerCenter sono marchi o marchi registrati di Informatica LLC negli Stati Uniti e in altri paesi. Un elenco aggiornato dei marchi commerciali di Informatica è disponibile sul Web all'indirizzo <https://www.informatica.com/it/trademarks.html>. Gli altri nomi di aziende e di prodotti potrebbero essere nomi commerciali o marchi commerciali dei rispettivi proprietari. Le informazioni di questa documentazione sono soggette a modifica senza preavviso e vengono fornite "nello stato in cui si trovano", senza alcuna garanzia, esplicita o implicita.