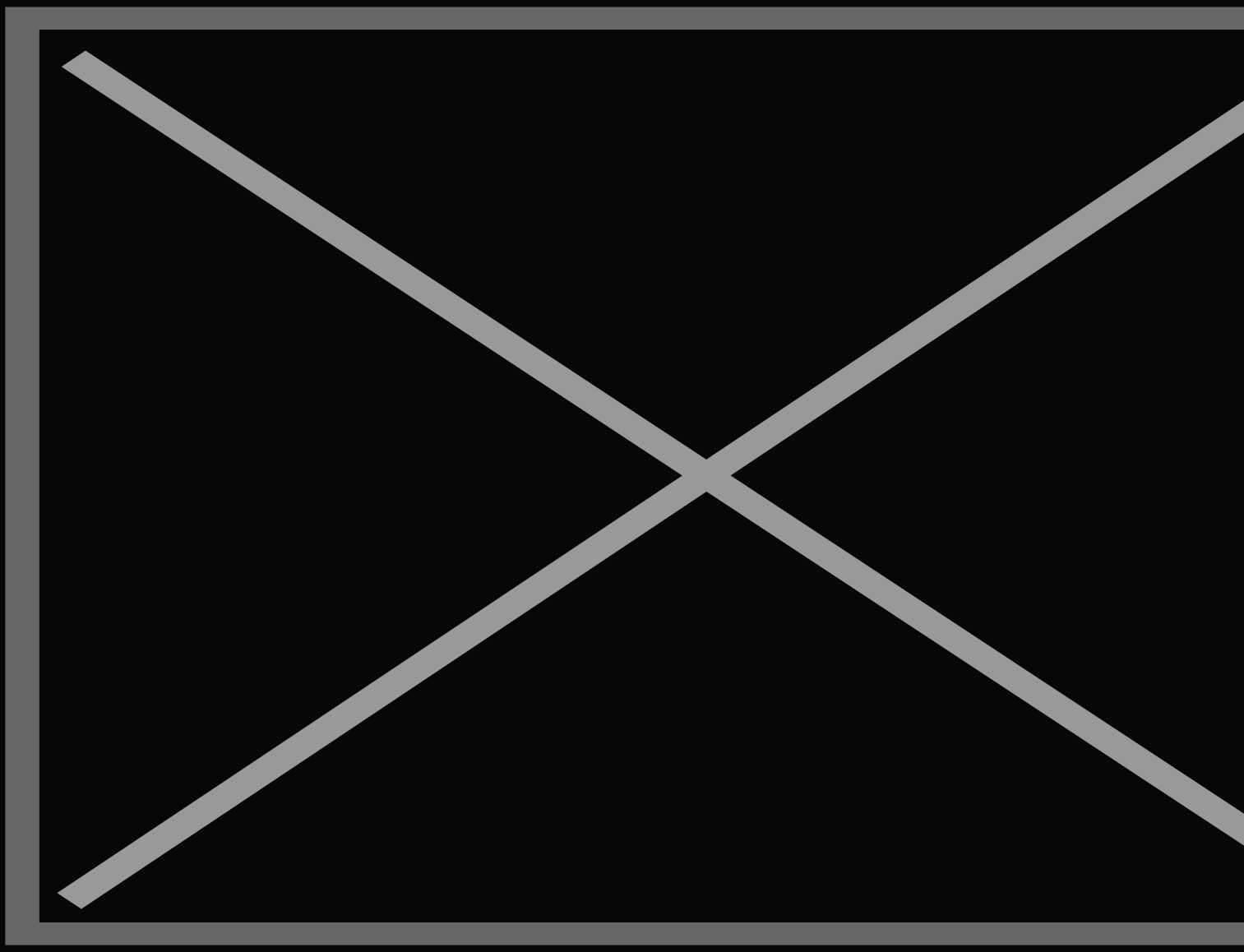
Il cambiamento strategico di Star Alliance

Jeffrey Goh, CEO di Star Alliance, ha colto l'occasione del 74° Annual General Meeting IATA (International Air Transport Association) tenutosi a Sydney per informare i media che si occupano di aviazione di tutto il mondo circa gli ultimi sviluppi dell'Alleanza.
Ha iniziato ricordando che **Star Alliance** già da tempo ha intrapreso un cambiamento del proprio focus strategico passando dall’ampliamento della membership, dato dall’entrata di nuovi vettori membri, al miglioramento dell'esperienza di viaggio all’insegna della comodità, specialmente per quei passeggeri che effettuano viaggi multi-vettore.



Avere il controllo sul proprio viaggio a portata di mano è di grande importanza per molti viaggiatori. Quindi, sfruttare le tecnologie digitali per offrire un'esperienza di viaggio migliore e digitale è il fulcro di questo riposizionamento strategico.

"Al Chief Executive Board Meeting di ieri, i CEO dei vettori membri hanno ribadito il cambiamento di strategia e approvato il piano dell'Alleanza per consentire una maggiore interconnessione tra i servizi digitali delle compagnie aeree membre per migliorare ulteriormente l'esperienza di viaggio dei passeggeri", ha commentato Goh.

Star Alliance Director Digital & E-Services Jeremy Drury at the press conference Photo: Natalia Mroz/IATA

Per raggiungere questo obiettivo, l'Alleanza ha avviato lo sviluppo a livello centrale di capacità digitali, che possono essere utilizzate dai vettori membri per migliorare i propri prodotti, così da poter offrire un'assistenza estesa ai propri clienti abituali anche quando viaggiano altrove sul network.

Le basi per questa trasformazione digitale sono state introdotte in Star Alliance diversi anni fa, con la creazione di un'infrastruttura IT hub. Ciò ha già permesso una migliore integrazione dei servizi di back-end tra le compagnie aeree membre. Ad esempio, sono stati apportati miglioramenti nell'affidabilità del check-in per itinerari che coinvolgono più vettori o per garantire un accredito più rapido delle miglia accumulate da parte dei frequent flyer sull'account cliente corretto.

Il traguardo successivo è stato il lancio di Star Alliance Digital Services Platform (DSP), che è stata lanciata lo scorso febbraio. Lufthansa utilizza DSP per fornire informazioni sul tracking dei bagagli ai clienti che si collegano da o verso altre compagnie aeree appartenenti a Star Alliance. I dati necessari provengono dai circa sei milioni e mezzo di messaggi di bagagli al giorno, che sono attualmente elaborati dal baggage hub di Star Alliance.

Contemporaneamente, United ha abilitato le prenotazioni avanzate dei posti per i voli operati da Singapore Airlines, per i clienti che li prenotano attraverso il sito web, l'app o il sito mobile di United. Ulteriori vettori membri di Star Alliance hanno segnalato che vorrebbero offrire questo tipo di servizio ai propri clienti e il lavoro necessario per soddisfare questa richiesta è già iniziato.

Molti altri miglioramenti di questo tipo saranno introdotti nei prossimi anni. Presi singolarmente, offriranno un miglioramento incrementale, mentre insieme forniranno ai clienti un livello completamente nuovo di informazioni e controllo del loro viaggio.