



## KPN groeit sneller met Informatica

Verkoopmedewerkers en klantenservicepersoneel voorzien van een ‘single view of customer’ ofwel een compleet klantbeeld is niet eenvoudig als u toegang hebt tot uw gegevens via ruim 50 afzonderlijke interfaces. Maar dat is precies wat KPN heeft bereikt met Informatica® technologie. Om de klantenservice te verbeteren en de operationele efficiëntie te verhogen heeft deze vooraanstaande Europese telecommunicatie-leverancier de informatie binnen zijn systemen gemigreerd naar Siebel CRM en UCM – door middel van het synchroniseren van gegevens met gebruikmaking van real-time dataservices en het optimaliseren van de kwaliteit van klantgegevens.

Naast het verschaffen van betere service en de verbetering van de klanttevredenheid wordt verwacht dat de data-integratieoplossing een gemiddelde inkomstenverhoging per gebruiker oplevert van 5 procent (ARPU). Ook wordt een jaarlijkse verbetering in klantbehoud verwacht van 10 procent. De oplossing zorgt er tevens voor dat callcenter-medewerkers 10 procent minder tijd zullen besteden aan gesprekken. Bovendien zal de time-to-market van marketing en sales korter worden dankzij real-time interactie tussen systemen en zal het de operationele productiviteit verbeteren door de verbetering en automatisering van datakwaliteit.

“Wij willen uitstekende klantenservice bieden”, zegt Marcel Smits, CFO van KPN, een vooraanstaande Europese communicatieleverancier. “Onderdeel daarvan is waarborgen dat als klanten in één van onze winkels komen, wij slechts één keer om hun identiteit hoeven vragen.” Nog maar een jaar geleden was dit ogenschijnlijk eenvoudige doel onbereikbaar. KPN ontbeerde het noodzakelijke 360-graden klantenbeeld voor deze service. Bijna alle informatie betreffende klanten – van productinvoer, bestelinformatie, en after-sales service-to-service activering, bemiddeling en facturering – waren opgesloten in moeilijk bereikbare productgerichte systemen. KPN besloot dit te veranderen.

KPN biedt telefoon-, Internet- en televisiedienstverlening en producten naast informatie- en ICT-services. Consumenten in Nederland ontvangen vaste en mobiele telefonie, Internet en televisie van het bedrijf. In Duitsland, België, en andere landen in West-Europa biedt de KPN-groep voornamelijk mobiele communicatie. In 2007 had KPN meer dan 35,3 miljoen klanten en een omzet van 19,5 miljard dollar.

Het bedrijf volgt een ambitieuze ‘terug naar groei’-strategie die er op is gericht om het bedrijf de topositie als serviceprovider te laten innemen in Nederland en de cashflow te verbeteren. Vanuit consumentenmarktperspectief hield dit in dat de hoeveelheid abonnementen en de gemiddelde inkomsten per gebruiker moesten worden uitgebreid, dat de overstap van klanten naar de concurrentie moest worden geminimaliseerd door “triple play”<sup>1</sup> services te promoten, en dat processen moesten worden gestroomlijnd om kosten te reduceren. Voor de zakelijke markt was het KPN's doel om het marktaandeel te laten groeien door up-selling en cross-selling services, meer klanten te laten migreren naar IP-gebaseerde dienstverlening, en te stijgen in de waardeketen met dienstverlening zoals managed ICT-services.

### Zakelijke initiatieven:

- Verbetering klantenservice en klanttevredenheid met de mogelijkheid op uitbreiding van merkloyaliteit
- Verhoging operationele efficiëntie in de dynamische, snelbewegende Europese telecom-markt

### Technologiestrategie:

- Migreren van informatie van bijna 50 legacy-systemen naar Siebel CRM en UCM
- Synchroniseren van informatie via real-time dataservices en optimalisering van de kwaliteit van klantgegevens

### Voordelen:

- Een betere service-ervaring en hogere klanttevredenheid bewerkstelligen
- Verwachte verhoging ARPU met 5 procent bereikt
- Jaarlijks 10 procent beter klantbehoud
- 10 procent kortere gesprekken van call-centermedewerkers
- 5 procent hogere call-centerproductiviteit
- Kortere time-to-market van marketing en verkoop dankzij real-time interactie tussen systemen
- Verhoogde organisatorische productiviteit door datakwaliteit te verbeteren en te automatiseren
- Schone en betrouwbare informatie in near real-time
- Op tijd en binnen budget geleverd met ondersteuning van Informatica Professional Services

### Nuts and bolts:

- Data-integratie: Informatica PowerCenter, Informatica Data Quality, Informatica Data Explorer™, Informatica Data Quality for Oracle (Siebel) UCM™
- Bronnen: Tot aan 50 legacy-systemen
- Doelen: Siebel Universal Customer Master (UCM) en Siebel CRM systeemaccounts
- Doel: Oracle datawarehouse
- Platform: IBM RS6000 hardware, verscheidene platformen

“Dankzij de introductie van een 360-graden klantbeeld en het bieden van schone, betrouwbare informatie in near real-time, helpt Informatica KPN met het verbeteren van de klanttevredenheid. Bovendien kunnen wij klanten benaderen met onweerstaanbare cross-sell en up-sell aanbiedingen, en zal de time-to-market van marketing en sales korter worden.”

– Thomas Reichel, Senior IT Architect, KPN

### **Snelle waardevolle klantenservice**

Niets van dit alles zou echter kunnen worden bereikt als het bedrijf nog steeds afhankelijk zou zijn van zijn gefragmenteerde klantbeeld. Thomas Reichel, Senior IT Architect bij KPN legt uit: “Het onsamenhangende klantbeeld ondermijnde ons vermogen om snel te leveren, waardoor de klantenservice veel werk had. Het betekende dat we vaak de plank missloegen bij waardevolle cross-selling mogelijkheden, omdat wij niet een volledig beeld hadden van de klantrelatie. Het stond ook het succes van onze marketingcampagnes in de weg en zorgde voor hogere operationele kosten.”

Het was KPN's visie om te waarborgen dat alle informatie op één plek werden opgeslagen en dat één applicatie iedere gelijksoortige businessfunctie ondersteunde. Als klanten contact zochten met KPN via de communicatiemethode van hun voorkeur – callcenter, web, of winkel bijvoorbeeld – dan moest KPN de informatie direct tot zijn beschikking hebben om snel te kunnen reageren op de klantvragen. Dit hield in dat verkoop- en servicemedewerkers een geïntegreerd beeld moesten hebben op de onderhanden zaak, een uitgebreid beeld op alle contactinformatie van de klant, segment en waarde, samen met de operationele processen (bestellingen, levering, facturering), en contactgeschiedenis.

Deze verandering van een complexe, overlappende, puntsgewijze benadering van data-integratie naar een geïntegreerd klantbeeld – Thomas Reichel noemt dit de overgang van ‘spaghetti naar lasagne’ – vereiste aanzienlijke veranderingen van de geïnstalleerde technologie (zie figuur 1). Het bestaande inflexibele informatiemodel was gebaseerd op Tandem Non-Stop SQL-technologie. Er waren on-line en batch interfaces met meer dan 60 systemen, en complexe business-rules zorgden voor aanzienlijke handmatige aanpassingen.

KPN wendde zich tot zijn gewaardeerde data-integratiepartner, Informatica. “Informatica hielp ons op weg met data-integratie”, zegt Peter van Delft, Program Manager bij KPN. “Door universele toegang te bieden tot juiste en consistente informatie, bood Informatica KPN een ‘gouden’ klantrecord van onze klanten: een record dat tijdig, juist, en vooral betrouwbaar is. KPN heeft acht jaar ervaring met Informatica en de ‘proof of concept’ die we voor aanvang van dit project deden bevestigde de robuuste en flexibele aard van de Informatica-technologie.”

<sup>1</sup>‘Triple play’ service is een marketingterm in telecommunicatie voor het bieden van twee breedbandservices (high-speed Internettoegang en televisie) en een narrowband-service (telefoon) over een enkele breedband verbinding. Triple Play richt zich op een gecombineerd businessmodel in plaats van het oplossen van technische kwesties of een algemene standaard.

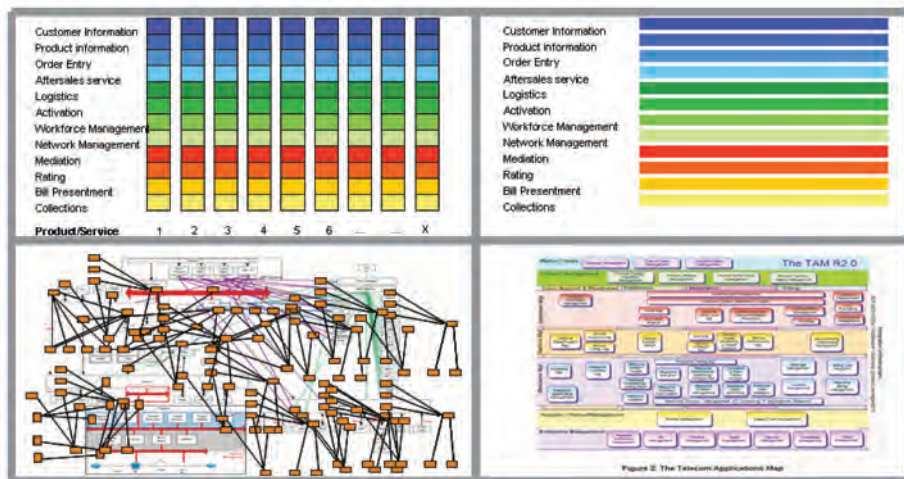
## Uniformeren klantgegevens meerdere businessunits

In nauwe samenwerking met Informatica Professional Services implementeerde KPN de Siebel Universal Customer Master (UCM) om het moeilijk te definiëren complete klantbeeld te creëren in zowel de operationele als analytische customer relationship management (CRM) processen. Siebel UCM, onderdeel van een Oracle 10g database, is een uitgebreide klantdatahub die klantgegevens verenigt van meerdere businessunits en functioneel gescheiden systemen. Het project werd gezien als één van de grootste Siebel-implementaties ooit in Nederland. Tijdens de eerste 'load', bijvoorbeeld, werden meer dan acht miljoen klantrecords van de legacy-systemen verplaatst naar de Siebel UCM en 55 regels betreffende datakwaliteit werden toegepast en gebruikt om elk record te waarderen.

Informatica is cruciaal geweest bij deze reorganisatie. De technologie van Informatica hielp bij de migratie van de informatie van bijna 50 legacy-systemen naar 'de nieuwe wereld' gebaseerd op Siebel CRM en de UCM, synchroniseerde de informatie met real-time dataservices, en optimaliseerde de kwaliteit van klantgegevens. Een maatwerk Customer Data Cleaning (CDC) platform, gebaseerd op real-time Informatica-technologie - Informatica PowerCenter® en Informatica Data Quality™ - werd geïntroduceerd om te zorgen voor real-time dataservices, tweeweg gegevens-cleaning en matching-services voor de KPN master data management (MDM) omgeving die is gebaseerd op de Siebel UCM. Dit platform synchroniseert de KPN legacy-systemen in real-time met Siebel UCM, gebaseerd op PowerCenter dataservices die zijn geïntegreerd met Informatica Data Quality. Het gebruik van de nieuwe Informatica Data Quality for Oracle (Siebel) UCM-connector zorgt bovendien voor de inbedding van datakwaliteitsprincipes en regels in de UCM-applicatie, zodat wordt gewaarborgd dat master data gevrijwaard zijn van fouten, conformeren aan KPN's standaarden voor datakwaliteit, en niet worden gedupliceerd.

Het implementatieproject van zowel de Siebel UCM als het CDC-platform werd op tijd en binnen budget opgeleverd, zodat KPN zeer tevreden was met het resultaat. Informatica zorgde dat het bedrijf zijn data-integratie kon laten ontplooiën van de eerdere warrige 'spaghetti'-configuratie naar de ordelijke 'lasagne' die het wenste. Door de informatie van de miljoenen klanten te uniformeren kan KPN zijn verkoop- en servicemedewerkers voorzien van tijdige toegang tot volledige en gedetailleerde klantgegevens, betrouwbare datakwaliteit, en fulfilment op meerdere niveaus - waaronder de 'triple play' dienstverlening: TV, breedband en telefoonservices.

## Van spaghetti naar lasagne



Figuur 1: Door de informatie van zijn klanten te uniformeren, voorziet KPN zijn verkoop- en servicemedewerkers van right-time toegang tot volledige en gedetailleerde klantgegevens, betrouwbare datakwaliteit en fulfilment op meerdere niveaus.

“Informatica-producten en services zijn cruciaal geweest voor het op peil houden van onze businesswaarde via een verbeterde klantenservice. Om onze strategische innovatiedoelen te realiseren, hebben we ons data-cleaningplatform van klantgegevens gebouwd met Informatica-software. Het geeft ons real-time cleaning en standaardisatie van onze klantgegevens.”

– Jan Muchez, CIO, KPN

Bovendien worden match- en merge-processen van klanten in de datawarehouse-omgeving minder complex, waardoor ook de kosten dalen.

De cijfers bewijzen deze voordelen. Informatica had een belangrijke rol in de ondersteuning van KPN om een geanticipeerde verhoging van 5 procent in ARPU te realiseren en het klantbehoud met 10 procent jaarlijks te verbeteren. Bovendien ondersteunt de real-time toegang tot betrouwbare informatie het bedrijf om de gesprekken van callcenter-medewerkers met 10 procent korter te maken en hun productiviteit met 5 procent te verbeteren.

“Informatica-producten en services zijn cruciaal geweest voor het op peil houden van onze businesswaarde via een verbeterde klantenservice. Om onze strategische innovatiedoelen te realiseren, hebben we ons data-cleaningplatform van klantgegevens gebouwd met Informatica-software. Het geeft ons real-time cleaning en standaardisatie van onze klantgegevens”, zegt Jan Muchez, CIO bij KPN.

### Waarborging betrouwbare informatie van hoge kwaliteit

Voor datakwaliteit wordt nu ondersteund en uitgevoerd. Met Informatica Data Quality naadloos geïntegreerd met Informatica PowerCenter heeft het team bij KPN krachtige mogelijkheden voor data-cleaning, matching, rapportering en monitoring geïntroduceerd. “Informatica PowerCenter en Data Quality zorgen voor de cruciale link tussen de legacy-omgeving en de Siebel UCM. Samen geven zij real-time dataservices van hoge kwaliteit aan het Siebel CRM, tegelijk met voortdurende monitoring en rapportage van de datakwaliteit aan een Data Quality Desk”, zegt Shri Hemradj, Program Manager bij KPN. “We kunnen nu de informatie in het systeem vertrouwen.”

Informatica Professional Services had een belangrijke rol in het project. Onder het motto “Doing it right – from the beginning,” leverde het Professional Services-team architectuurconsultancy voor zowel de real-time PowerCenter-omgeving als aan Informatica Data Quality; het team installeerde en testte de Informatica Data Quality-connector voor Siebel Universal Customer Master. “Ik zou absoluut niet aarzelen om Informatica Professional Services aan klanten aan te bevelen”, zegt Shri Hemradj. “Hun visie op technologie, productinzicht, en ervaring met data-integratie waren belangrijke factoren ter waarborging dat de Siebel UCM en het CDC-platform op tijd en binnen budget werden opgeleverd. Ze werkten ook heel prettig samen met onze andere partners, onder wie IBM, zodat een succesvol resultaat werd behaald met het Customer Data Cleaning platform dat is gebaseerd op Informatica-technologie.”

KPN's CDC-reis met Siebel UCM gaat voort, zodat tweeweg synchronisatie wordt bereikt tussen de Siebel UCM en beide Siebel CRM-instanties. De Siebel UCM zal informatie leveren aan crediteuren/debiteurenmedewerkers, en een Siebel Universal Activity Master zal worden geïmplementeerd voor de klantcontactgeschiedenis. “Dankzij de introductie van een 360-graden klantbeeld en het bieden van schone, betrouwbare informatie in near real-time, helpt Informatica KPN met het verbeteren van klanttevredenheid. Bovendien kunnen wij klanten benaderen met onweerstaanbare cross-sell en up-sell aanbiedingen, en zal de time-to-market van marketing en sales korter worden”, zegt Thomas Reichel.

## OVER INFORMATICA

Informatica Corporation is een toonaangevende aanbieder van enterprise data integratie software. Met Informatica kunnen organisaties meerwaarde halen uit de informatiebronnen in de gehele organisatie. Dankzij Informatica's producten zijn bedrijven in staat om bedrijfsdata toegankelijk te maken en deze te integreren, consolideren en migreren tussen alle verschillende systemen en processen met waarborging van data kwaliteit. Op deze manier wordt de complexiteit verminderd, consistentie verzekerd en de business voorzien van waardevolle informatie. Informatica heeft een in de praktijk bewezen en succesvol trackrecord in het ondersteunen van 's werelds meest vooraanstaande bedrijven die vertrouwen op Informatica om data integratievraagstukken, ongeacht complexiteit en schaalgrootte, tegen lage kosten en tijdig uit te voeren.