



KPN acelera su carrera hacia el crecimiento con Informatica

RESUMEN

Proporcionar una vista unificada del cliente a los representantes de ventas y agentes del servicio de atención al cliente no resulta fácil cuando se accede a los datos a través de hasta 50 interfaces distintas. No obstante, KPN lo ha conseguido gracias a la tecnología de Informatica®. En un intento de mejorar su servicio de atención al cliente y aumentar la eficiencia operativa, este proveedor de telecomunicaciones europeo, líder del mercado, ha migrado datos de sus sistemas a Siebel CRM y UCM, sincronizando datos con servicios en tiempo real y optimizando la calidad de datos de los clientes.

Aparte de ayudar a proporcionar un mejor servicio e incrementar la satisfacción de los clientes, se espera que la solución de integración de datos también aumente los ingresos medios por usuario (ARPU) un 5%, reduzca la tasa de bajas de clientes un 10% anual y recorte el tiempo que el personal del centro de atención telefónica dedica a cada llamada un 10%. Además, esta solución, por un lado, está acelerando el tiempo de implementación de acciones de marketing y ventas gracias a la interacción en tiempo real entre los sistemas de destino y, por otro, está aumentando la productividad organizativa al mejorar y automatizar la calidad de datos.

“Al introducir una visión de 360° de nuestros clientes y proporcionar datos limpios y fiables en casi tiempo real, Informatica ayuda a KPN a subir el listón en lo que respecta a la satisfacción de los clientes, dirigir atractivas oportunidades de cross-sell y up-sell a los clientes adecuados y reducir el tiempo de implementación de acciones de marketing y ventas.”

– Thomas Reichel, Senior IT Architect, KPN

“Queremos proporcionar un excelente servicio de atención al cliente”, afirma Marcel Smits, CFO de KPN, un proveedor de comunicaciones europeo, líder del mercado. “Y parte de ello consiste en asegurarnos de que, cuando los clientes entran en alguna de nuestras tiendas, sólo tenemos que pedirles que se identifiquen una vez”. Sin embargo, hace apenas un año, este objetivo aparentemente sencillo era inalcanzable. KPN no disponía de la visión de 360° de sus clientes necesaria para proporcionar un servicio de este tipo. Casi todos los datos relacionados con clientes (desde la introducción de productos, información sobre pedidos y servicio posventa hasta la activación de servicios, mediación y facturación) se encontraban aislados en silos organizados por productos y de difícil acceso. KPN decidió cambiar esta situación.

KPN ofrece servicios y productos de telefonía, Internet y televisión, entre otros servicios de tecnologías de la información y las comunicaciones (ICT). La compañía abastece a los consumidores de los Países Bajos con telefonía fija y móvil, Internet y televisión. En Alemania, Bélgica y el resto de países de Europa Occidental, el principal servicio del grupo KPN son las comunicaciones móviles. En 2007, KPN contaba con más de 35,3 millones de clientes y sus ventas alcanzaron los 19.500 millones de dólares.

La compañía se embarcó en una ambiciosa estrategia de “vuelta al crecimiento”, impulsada para llegar a ser el primer proveedor de servicios de los Países Bajos y mejorar su flujo de caja operativo. En lo referente a su mercado de consumidores, esta estrategia implicaba la expansión de los volúmenes de suscripción de clientes y de los ingresos medios por usuario, minimizando las huidas de clientes a la competencia mediante la promoción de servicios “triple play”¹ y racionalizando los procesos para reducir costes. En cuanto al mercado de negocios, el objetivo de KPN era aumentar su cuota de mercado mediante servicios de up-selling y cross-selling, la migración de más clientes a servicios basados en IP y el avance en la cadena de valor hacia servicios como contratos gestionados de ICT.

¹En el ámbito de las telecomunicaciones, el servicio “triple play” es un término de marketing que indica la provisión de los dos servicios de banda ancha, acceso a Internet de alta velocidad y televisión, así como un servicio de banda estrecha, el teléfono, mediante una única conexión de banda ancha. Triple Play se centra en un modelo de negocio combinado en lugar de resolver problemas técnicos o un estándar común.

Un servicio de atención al cliente rápido y gratificante

Nada de lo mencionado anteriormente era viable mientras la compañía siguiese basándose en una vista fragmentada del cliente. Thomas Reichel, Senior IT Architect de KPN, explica que “la vista desconectada de los datos de los clientes mermaba [su] capacidad para proporcionar un servicio de atención al cliente rápido y gratificante. Así, a menudo se desperdiciaban valiosas oportunidades de cross-selling por no disponer de una imagen de conjunto de las relaciones con el cliente. Esto también menoscababa el éxito de las campañas de marketing y redundaba en un mayor coste de la operación”.

La intención de KPN era asegurarse de que hubiera un solo registro de todos los datos y de que una aplicación diera soporte a todas las funciones de negocio similares. Cuando los clientes se pusieran en contacto con KPN mediante su método de comunicación preferido (centro de atención telefónica, Web o tienda), KPN debería tener la información necesaria al alcance de su mano para poder responder con rapidez a sus consultas.

Para lograrlo, los representantes de ventas y agentes de servicio necesitaban disponer de una vista integrada de la instalación del cliente y de una vista completa de toda la información de contacto, segmento y valor, así como de los correspondientes procesos operativos (pedidos, entregas y facturación) e historial de contacto.

Este paso de un enfoque puntual, complejo y

superpuesto a una vista unificada del cliente –un proceso que Thomas Reichel compara con pasar de los “espaguetis a la lasaña”– requirió cambios profundos en la tecnología instalada (consultar la figura 1).

El modelo de datos inflexible utilizado en ese momento estaba basado en la tecnología Tandem Non-Stop SQL. Asimismo, había interfaces online y batch entre más de 60 sistemas, y las complejas reglas de negocio demandaban un grado considerable de intervención manual.

Llegado este punto, KPN recurrió a su socio de integración de datos de confianza, Informatica. “Informatica nos ofreció una tecnología punta de integración de datos”, señala Peter van Delft, Program Manager de KPN. “Al proporcionarnos un acceso universal a datos holísticos, precisos y coherentes, Informatica permite a KPN mantener un registro de clientes impecable: un registro oportuno, preciso y, sobre todo, fiable. KPN lleva ocho años tratando con Informatica y la prueba de concepto que realizamos antes de iniciar el proyecto no hizo más que confirmar la naturaleza sólida y flexible de la tecnología de Informatica”.

Unificación de los datos de clientes en diversas unidades de negocio

KPN implementó la solución Siebel Universal Customer Master (UCM), en estrecha colaboración con los Servicios profesionales de Informatica, a fin de crear esa vista única

del cliente, tan difícil de alcanzar, tanto en el proceso de gestión de relaciones con el cliente (CRM) operativo como en el analítico. Esta solución Siebel UCM, parte de una base de datos Oracle 10g, es un completo hub de datos de clientes que los unifica en sistemas de diversas unidades de negocio y con funciones distintas. En ese momento, el proyecto se presentaba como una de las mayores implementaciones de Siebel que se habían llevado a cabo hasta la fecha en los Países Bajos. Durante la primera carga, por ejemplo, se trasladaron más de ocho millones de registros de clientes de sistemas heredados a Siebel UCM y se aplicaron y utilizaron 55 reglas de calidad de datos para calificar cada registro.

Informatica ha desempeñado un papel decisivo en todo este cambio. La tecnología de Informatica ha ayudado a migrar datos de hasta 50 sistemas heredados al “nuevo mundo” de Siebel CRM y UCM. También se han podido sincronizar los datos utilizando servicios de datos en tiempo real y optimizar la calidad de datos de clientes. Se introdujo una plataforma de limpieza de datos de clientes (Customer Data Cleansing, CDC), realizada a medida y apoyada en la tecnología en tiempo real de Informatica -Informatica PowerCenter® 8.5 e Informatica Data Quality™ 8.5-, para proporcionar servicios de datos en tiempo real, limpieza de datos en dos direcciones y servicios de correspondencia para el entorno de gestión de datos maestros (MDM) de KPN, basado en Siebel UCM. Esta plataforma sincroniza los sistemas heredados de KPN con Siebel UCM en tiempo real, a partir de los servicios de datos de PowerCenter 8.5, unidos a Informatica Data Quality 8.5. Además, al usar el nuevo conector de Informatica Data Quality para Oracle (Siebel) UCM, se pueden incorporar principios y reglas de calidad de datos a la aplicación UCM a fin de garantizar que los datos maestros no presentan errores, que son conformes a las normas de calidad de datos de KPN y que no están duplicados.

Una vez finalizado el proyecto de implementación de Siebel UCM y la plataforma de CDC dentro del plazo y el presupuesto fijados, los resultados no han

“Los productos y servicios de Informatica han resultado esenciales para impulsar el valor de las acciones mediante un mejor servicio de atención al cliente. Para cumplir nuestros objetivos estratégicos de innovación, creamos nuestra plataforma de limpieza de datos de clientes empleando el software de Informatica, que nos permite limpiar y estandarizar los datos de clientes en tiempo real”.

De los espaguetis a la lasaña

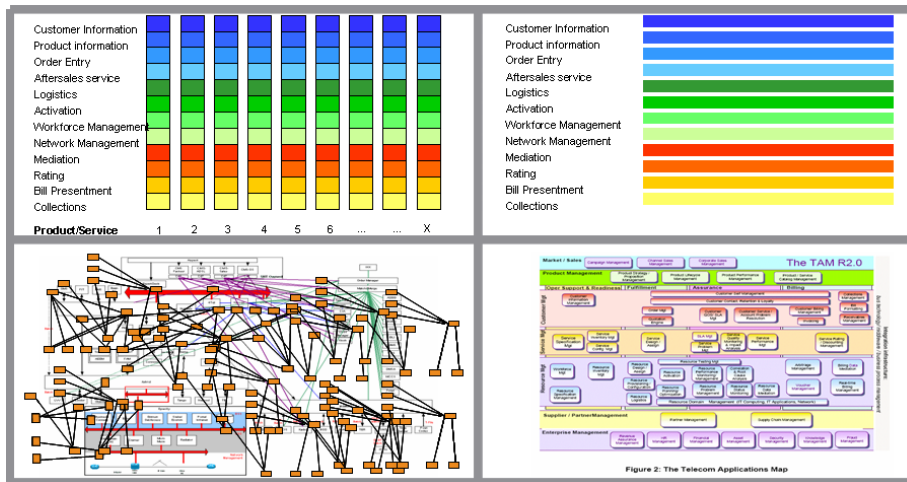


Figura 1: Al unificar la información relacionada con sus clientes, KPN puede proporcionar a sus representantes de ventas y agentes de servicio un acceso oportuno a datos de clientes completos y detallados, una calidad de datos fiable y el cumplimiento del multiservicio.

podido ser más satisfactorios para KPN. Gracias a Informatica, la empresa ha podido desarrollar su integración de datos pasando de su anterior configuración enmarañada, comparable a un plato de espaguetis, a la ordenada “lasaña” que deseaba. Tras unificar la información relacionada con sus millones de clientes, KPN puede proporcionar a sus representantes de ventas y agentes de servicio un acceso oportuno a datos de clientes completos y detallados, una calidad de datos fiable y el cumplimiento del multiservicio (incluidos los servicios “triple play”: televisión, banda ancha y telefonía).

Además, los procesos de correspondencia y fusión de clientes en el entorno del data warehouse serán cada vez más sencillos, lo que también reducirá los costes.

Las cifras corroboran estas ventajas. Informatica ha desempeñado un papel crucial ayudando a KPN a lograr un aumento anticipado del 5% de los ARPU y a reducir la tasa de bajas de clientes un 10% anual. Igualmente, el acceso a datos de confianza en tiempo real contribuye a la reducción del 10% del tiempo que el personal del centro de atención telefónica dedica a cada llamada y al aumento de un 5% de la productividad del centro de atención telefónica.

“Los productos y servicios de Informatica han

resultado esenciales para impulsar el valor de las acciones mediante un mejor servicio de atención al cliente. Para cumplir nuestros objetivos estratégicos de innovación, creamos nuestra plataforma de limpieza de datos de clientes empleando el software de Informatica, que nos permite limpiar y estandarizar los datos de clientes en tiempo real”, apunta Jan Muchez, CIO de KPN.

Garantizar datos fiables y de alta calidad

La calidad de datos, en concreto, es un proceso que, actualmente, se mantiene y se aplica. Gracias a la perfecta integración de Informatica Data Quality e Informatica PowerCenter, el equipo de KPN ha podido introducir potentes capacidades de limpieza, correspondencia, creación de informes y supervisión de datos. “Informatica PowerCenter y Data Quality proporcionan el nexo de unión esencial entre el entorno heredado y Siebel UCM. Ambas soluciones ofrecen a KPN servicios de datos de alta calidad en tiempo real para Siebel CRM, así como funciones continuas de supervisión y creación de informes de calidad de datos para una sección de calidad de datos”, afirma Shri Hemradj, administrador de programas de KPN. “Ahora podemos empezar

a confiar en los datos del sistema”.

Los Servicios Profesionales de Informatica, involucrados en el proyecto, también han desempeñado un papel crucial. El equipo de Servicios Profesionales, cuyo lema es “hazlo bien desde el principio”, ofrecieron asesoramiento sobre la arquitectura del entorno de PowerCenter en tiempo real y de Informatica Data Quality. Por otro lado, este equipo se ocupó de la instalación y las pruebas del conector de Informatica Data Quality para Siebel Universal Customer Master. “No dudaría en recomendar los Servicios profesionales de Informatica a mis clientes”, asegura Shri Hemradj. “Su visión de la tecnología, su conocimiento profundo de los productos y su experiencia de integración de datos resultaron cruciales para garantizar la entrega de Siebel UCM y de la plataforma de CDC dentro del plazo y el presupuesto acordados. Tampoco tuvieron ningún inconveniente en trabajar con nuestros socios, entre los que se encuentra IBM, para asegurar el buen resultado de la plataforma de CDC, basada en la tecnología de Informatica”.

KPN prosigue sus procesos de CDC con Siebel UCM para ofrecer una sincronización en dos direcciones entre Siebel UCM y las dos instancias de Siebel CRM. Siebel UCM abastecerá de datos a los gerentes de pagos/deudas y se implementará Siebel Universal Activity Master para el historial de contacto de los clientes. “Al introducir una perspectiva completa de nuestros clientes y proporcionar datos limpios y fiables en casi tiempo real, Informatica ayuda a KPN a subir el listón en lo que respecta a la satisfacción de los clientes, dirigir atractivas oportunidades de cross-sell y up-sell a los clientes adecuados y reducir el tiempo de comercialización del marketing y las ventas”, concluye Thomas Reichel.

HECHOS RELEVANTES

Iniciativas de negocio

- Mejorar el servicio proporcionado a los clientes, así como su satisfacción, a fin de aumentar su fidelidad a la empresa.
- Incrementar la eficiencia operativa en el dinámico y voluble mercado europeo de las telecomunicaciones.

Estrategia tecnológica

- Migrar datos de hasta 50 sistemas heredados a Siebel CRM y UCM.
- Sincronizar datos utilizando servicios de datos en tiempo real y optimizar la calidad de datos de clientes.

Ventajas

- Contribución a la entrega de un servicio más gratificante y al aumento de la satisfacción de los clientes.
- Anticipo del incremento de un 5% de los ARPU.
- Reducción de la tasa de bajas de clientes un 10% anual.
- Disminución de un 10% del tiempo que el personal del centro de atención telefónica emplea en cada llamada.
- Aumento de un 5% de la productividad del centro de atención telefónica.
- Recorte del tiempo de comercialización del marketing y las ventas gracias a la interacción en tiempo real entre los sistemas de destino.
- Incremento de la productividad organizativa mejorando y automatizando la calidad de datos.
- Provisión de datos limpios y de confianza en casi tiempo real.
- Entrega dentro del plazo y el presupuesto fijados, con el apoyo de los Servicios profesionales de Informatica.

Aspectos fundamentales

- Integración de datos: Informatica PowerCenter 8.5, Informatica Data Quality 8.5, Informatica Data Explorer™ 8.5 e Informatica Data Quality for Oracle (Siebel) UCM™.
- Fuentes: hasta 50 sistemas heredados.
- Destinos: Siebel Universal Customer Master (UCM) y las cuentas del sistema Siebel CRM.
- Destino: Data warehouse Oracle.
- Plataforma: Hardware IBM RS6000 y varias plataformas.

INFORMATICA[®]
The Data Integration Company™

Informatica en España: Albasanz 15, 28037 Madrid · Constitución 1, 08960 Sant Just Desvern, Barcelona
Teléfono: 902 882 062. Fax: 933 714 895. www.informatica.com/es

Sede central mundial: 100 Cardinal Way, Redwood City, CA 94063 (Estados Unidos)
Teléfono: + (1) 650.385.5000. Fax: 650.385.5500. Número gratuito en Estados Unidos: 1.800.653.9871 www.informatica.com

Sucursales de Informatica en el mundo: Alemania · Australia · Bélgica · Canadá · China · Corea · España · Estados Unidos · Francia · Irlanda · Japón · Países Bajos · Portugal · Reino Unido · Singapur · Suiza

© 2009 Informatica Corporation. Todos los derechos reservados. Impreso en España. Informatica, el logotipo de Informatica y Data Explorer son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Informatica Corporation en los Estados Unidos y en jurisdicciones de todo el mundo. Todos los demás nombres de compañías y productos son nombres comerciales o marcas comerciales registradas de sus respectivos dueños.

6877ES (31/03/2010)