



La Inteligencia Operacional permite maximizar y resolver los principales retos de las Operadoras de Comunicaciones en el área de "Experiencia Cliente" o "Customer Experience"

Table of Contents

- 1 Resumen Ejecutivo
- 2 Limitaciones del Servicio de Aseguramiento tradicional
- 3 Una gestión centrada en la “Experiencia Cliente” requiere de amplitud y profundidad
- 4 La Inteligencia Operacional permite centrarse en la percepción del Cliente
- 6 La Inteligencia Operacional ofrece una visión Extremo-a-Extremo del Cliente
- 7 Conclusión

Resumen Ejecutivo

Más allá de Aseguramiento del Servicio tradicional: *Mejore la percepción o “Experiencia Cliente” mediante el uso de Inteligencia Operacional*

En un mercado cada vez más competitivo, los proveedores de servicios de comunicaciones, en adelante Operadoras, hacen frente a la necesidad de entregar productos y servicios cada vez más complejos, y continúan haciéndolo con los mismos entornos operativos, lo que ha contribuido substancialmente en la bajada de los márgenes de beneficio.

La complejidad de los productos se ve impactada por el auge en teléfonos y dispositivos más inteligentes que ha creado nuevas oportunidades y también nuevas amenazas.

- En un mercado cada vez más competitivo, los proveedores de servicios de comunicaciones, en adelante Operadoras, hacen frente a la necesidad de entregar productos y servicios cada vez más complejos, y continúan haciéndolo con los mismos entornos operativos, lo que ha contribuido substancialmente en la bajada de los márgenes de beneficio.
- La complejidad de los productos se ve impactada por el auge en teléfonos y dispositivos más inteligentes que ha creado nuevas oportunidades y también nuevas amenazas

Las Operadoras se están dando cuenta cada vez más de que la única manera de distinguirse de sus competidores frente a dichas presiones, es proporcionando una mejor “Experiencia Cliente” para así poder mantener su lealtad, y poder generar mayores beneficios y obtener el reconocimiento esperado como empresa.

El aseguramiento del servicio se ha convertido en algo esencial para mantener altos los porcentajes de nivel de servicio. Sin embargo, no es tarea sencilla, aislar y resolver problemas técnicos a lo largo de una infraestructura de telecomunicaciones compleja, y evaluarlos en el contexto de la “Experiencia Cliente”. Las herramientas tradicionales de aseguramiento del servicio que supervisan los dispositivos de red y su funcionamiento han llegado a ser imprescindibles para asegurar una alta calidad del servicio y las Operadoras ahora reconocen que dicha aproximación centrada en la red “network-centric” no es suficiente para una “Experiencia Cliente” plena.

Para entregar una experiencia cliente plena será necesario que las Operadoras echen un vistazo desde “fuera-hacia-dentro” de sus productos, canales, servicios y de su funcionamiento, viendo el mundo a través de los ojos de sus clientes, para dinámicamente modificar las diferentes interacciones a lo largo del ciclo de vida del cliente de manera simultánea, rápida, personalizada y eficaz.

La Inteligencia Operacional (IO) propone un nuevo enfoque en la resolución de estos retos que ofrecen a las Operadoras la capacidad de proporcionar una

El servicio de aseguramiento tradicional permite a las Operadoras identificar fallos en la red y solucionar dichos problemas en un tiempo razonable a fin de minimizar el tiempo de inactividad de servicio

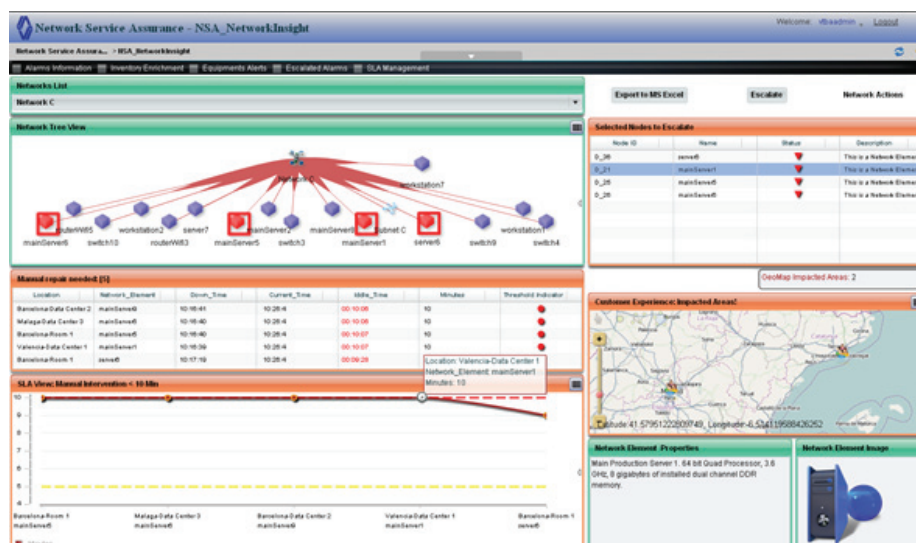
experiencia cliente mejorada entregando tres funcionalidades clave:

- **Visibilidad** en tiempo real de la experiencia del cliente, combinando información de rendimiento de la red con información del cliente.
- **Profundización y análisis** en tiempo real de métricas cruciales, del rendimiento actual y del previsto.
- **Toma de acción** inmediata, en forma de respuestas automatizadas, a condiciones de error, para la resolución de problemas antes de que lleguen a ser visibles para el cliente.

Mediante una plataforma de Inteligencia Operacional las Operadoras pueden entregar servicios mejorados suministrando visibilidad, capacidad de penetración y análisis sobre las operaciones de negocio que afectan a la experiencia del cliente de una manera u otra, y la capacidad de toma de acción correctiva y proactiva antes de que dichos problemas afecten al cliente final.

Limitaciones del Servicio de Aseguramiento tradicional

El servicio de aseguramiento tradicional permite a las Operadoras identificar fallos en la red y solucionar dichos problemas en un tiempo razonable a fin de minimizar el tiempo de inactividad de servicio. Los fallos de la red se detectan mediante la vigilancia, el filtrado y el análisis de alarmas generadas por múltiples dispositivos de red y midiendo el rendimiento del dispositivo. Los fallos en dispositivos de red serios pueden tener claramente un impacto sobre la experiencia del cliente con la operadora, y la capacidad de identificar y resolver tales errores rápidamente es esencial para el mantenimiento de altos niveles de servicio. Sin embargo, el aseguramiento del servicio es en gran medida reactivo: eventualmente se detectan fallos y luego se actúa. También, el aseguramiento del servicio se centra en la red y en los dispositivos: los fallos están relacionadas con equipos de red, por lo que se puede deducir fácilmente un impacto en los servicios y en última instancia en los clientes, y esto toma tiempo y no siempre es sencillo.



Los datos del evento correspondiente a una alarma son el alma de toda solución de “Service Assurance”, y dicha información la proporciona un equipo de red. Los datos proporcionan información sobre el estado del dispositivo, errores y rendimiento, pero no nos dicen nada inteligente y en tiempo real sobre la información que los clientes están generando a través de la red mientras consumen y experimentan con los servicios que reciben.

Las Operadoras están enfocando sus esfuerzos cada vez más en el Cliente, y lo están haciendo desde el punto de vista de la percepción que tiene el Cliente de la Operadora, para lograr una gestión adecuada de la “Experiencia Cliente”

Este cambio a un enfoque mucho más centrado en el cliente tiene implicaciones significativas para la garantía o aseguramiento del servicio. Simplemente no es suficiente con comprender que los dispositivos y servicios implementados en los dispositivos están disponibles y cómo están operando. Impulsar los negocios a través de la experiencia del cliente requiere de una supervisión centrada en el cliente, y de múltiples aspectos y puntos de contacto con el cliente.

Una gestión centrada en la “Experiencia Cliente” requiere de amplitud y profundidad

La clave para ofrecer una gestión centrada en la “Experiencia Cliente” se logra mediante un conocimiento rápido, preciso y accionable. Conocer al cliente implica reunir datos en tiempo real de varias fuentes, incluyendo datos de rendimiento de la red, del servicio y del dispositivo, datos de la experiencia del usuario en tiempo real, datos sobre pagos, facturación y uso del servicio. Una vez que se ha recopilado esta información para crear el contexto adecuado, es posible utilizarla en un número amplio de aplicaciones que se centran en la gestión por eventos, tales como: supervisión inteligente y en tiempo real del cliente y de las redes sociales, en aplicaciones más centradas en el procesos, tales como seguimiento de SLAs y KPIs, visibilidad sobre proceso de negocio cruciales que atraviesan el OSS y el BSS, como se ilustra en la Figura 1.

La Inteligencia Operacional utiliza un conjunto de tecnologías modernas para proporcionar una plataforma sobre la cual las Operadoras pueden implementar múltiples iniciativas para una “Experiencia Cliente” mejorada

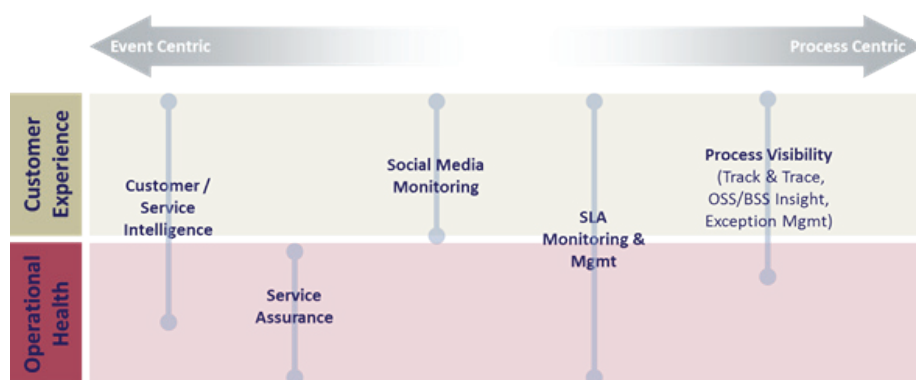


Figura 1: Experiencia Cliente” y el espectro Evento-Proceso

La Inteligencia Operacional utiliza un conjunto de tecnologías modernas para proporcionar una plataforma sobre la cual las Operadoras pueden implementar múltiples iniciativas para una “Experiencia Cliente” mejorada.

La potencia de Inteligencia Operacional para una experiencia cliente mejorada proviene de la capacidad de combinar dicha amplitud de información del cliente con datos transaccionales a través del BSS, junto con un profundo entendimiento, que se hace posible procesando eventos de red en tiempo real.

Para poder ofrecer aplicaciones en todo el espectro de Evento-Proceso es necesario tener amplitud y profundidad, es decir, la capacidad de aprovechar la información del proceso y del evento, y de una variedad de sistemas en toda la empresa, así como la capacidad de poner extraer valor de eventos de red que se van generando a medida que los clientes hacen uso de sus dispositivos y consumen los servicios de red.

El problema de amplitud: La información del cliente está fragmentada

La información del cliente está fragmentada en múltiples sistemas en silos de negocio diferentes, tales como CRM, aprovisionamiento, atención al cliente, y facturación. Esto dificulta la agregación en tiempo real del contexto completo entre la relación de un suscriptor individual y la Operadora. Es esencial poder ampliar la información del cliente correlacionándola con eventos de la red para construir el contexto completo. Sin ese contexto no es posible deducir el impacto, priorizar los errores y trabajar las acciones a tomar más apropiadas en tiempo real.

Esta situación se ve agravada por la tendencia de afrontar estos objetivos con grupos de diferentes unidades de negocio que persiguen iniciativas independientes, y que conllevan al final a la adquisición e implementación de múltiples soluciones par resolver problemas puntuales. Se añade, por tanto, un problema de fragmentación, se aumentan los costes de mantenimiento y los costes generales de gestión.

El problema de fondo: Imposibilidad de acceso a eventos de red en tiempo real

Los eventos basados en alarmas no pueden decirnos mucho sobre el comportamiento de los suscriptores individuales. Hasta ahora, no ha existido tecnología para cubrir esta necesidad, lo que significa que para la mayoría de las Operadoras los datos más valiosos y pertinentes que nos ofrecen la visión o el conocimiento personalizado del cliente, han sido un gran recurso sin explotar. La capacidad para explotar los datos de la red nos proporciona una enorme ventaja para entender la experiencia individualizada del cliente.

La Inteligencia Operacional permite centrarse en la percepción del Cliente

La potencia de Inteligencia Operacional para una experiencia cliente mejorada proviene de la capacidad de combinar dicha amplitud de información del cliente con datos transaccionales a través del BSS, junto con un profundo entendimiento, que se hace posible procesando eventos de red en tiempo real.

Por tanto, es posible, construir un panorama integrado sobre la experiencia o percepción en curso de un suscriptor o abonado individual, proporcionando visibilidad sobre dicha experiencia, una visión acertada sobre el comportamiento del cliente y la capacidad para responder automáticamente a problemas u oportunidades en tiempo real.

La Inteligencia Operacional unifica un conjunto de tecnologías vanguardistas para entregar una plataforma que da cobertura a las necesidades anteriores, aportando:

- **Agregación y filtrado de eventos de red en tiempo real** generados por los clientes en base al uso y consumición de servicios de red.
- **Enriquecimiento** de los eventos de red con datos de referencia.
- **Correlación** de alarmas de red con las interacciones de los clientes **a través de múltiples sistemas y silos** (e.j., redes sociales, aplicaciones, sistemas transaccionales, tiendas on-line, sistema de gestión de procesos de negocio, motores de Workflow, bases de datos) para proporcionar el contexto completo del cliente.
- **Análisis de** tendencias y de patrones de comportamiento para discriminar **interacciones claves o críticas**.
- Reglas para el **reconocimiento de incidencias o excepciones**.
- **Respuesta a las incidencias** para resolver problemas antes de que los clientes los conozcan para minimizar el impacto en el cliente.
- **Respuesta a la organización** con información relevante para las diferentes personas o grupos de la organización.

Una plataforma de Inteligencia Operacional no debe ser intrusiva y debe proporcionar interfaces a una amplia gama de fuentes de datos, incluyendo aplicaciones, servicios web, servicios de mensajería, bases de datos relacionales y fuentes web externas.

Además debe permitir el procesamiento de eventos complejos pudiendo tomar eventos de la red (tales como: señalizaciones, fallos y alarmas de red) y

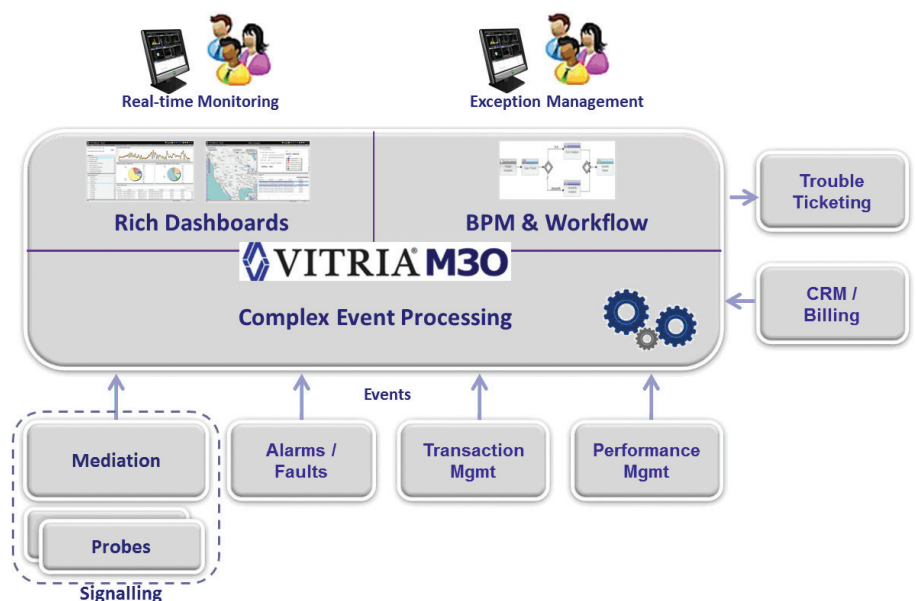


Figura 2: Explotar los Eventos de red mediante Inteligencia Operacional

eventos de las capas de administración transaccional y de rendimiento, y debe permitir enriquecer los eventos con datos de referencia de otras aplicaciones, tipo CRM o facturación. Debe permitir también filtrar, correlacionar, agregar y analizar patrones de comportamiento, y debe permitir automatizar respuestas en tiempo real, y proporcionar visibilidad extremo-a-extremo con cuadros de mando personalizados para los diferentes grupos de la organización, tal y como se ilustra en la figura 2.

La Inteligencia Operacional ofrece una visión Extremo-a-Extremo del Cliente

La Inteligencia Operacional puede combinar el comportamiento del cliente y sus diferentes interacciones en el ciclo de vida del mismo, con el rendimiento de la red, para permitir que toda la Organización ofrezca altos niveles de servicio y de manera constante.

Ventas y Marketing

Los departamentos de ventas y marketing pueden comprender el comportamiento de los clientes de forma individualizada, pudiendo crear oportunidades de venta cruzada y venta orientada o dirigida. Mediante la visión en tiempo real es posible crear ofertas de servicio originales, en base a lugares y a tiempos. Los gerentes de producto pueden combinar diferentes paquetes de productos en base a patrones de utilización, y el éxito sobre el lanzamiento de nuevos productos se puede monitorizar en tiempo real contra el plan de negocio establecido.

Se pueden ofrecer promociones en base a zonas geográficas donde se ha demostrado que el servicio es fiable, y no hacerlo en zonas de poca cobertura.

Se pueden monitorizar los procesos de migración de servicios y lanzamientos de productos de última generación y ofrecer incentivos a los clientes dinámicamente para mantener el plan de migración según lo planeado.

Aprovisionamiento

Es posible supervisar el servicio de activación y aprovisionamiento en tiempo real y contrastarlo con los acuerdos de nivel de servicio o SLAs. Es posible visualizar, identificar y mitigar los problemas en tiempo real. Igualmente, es posible priorizar las solicitudes de activación en base a criterios definidos y los errores de activación pueden detectarse automáticamente y resolverse mediante la gestión automatizada de la excepción.

Operaciones de Red

Los centros de operaciones pueden lograr visibilidad y en tiempo real de las operaciones de servicio centradas en el cliente, con capacidad de detectar problemas que no son visibles desde una administración de red basada en dispositivos. Es posible calcular y visualizar el impacto para el cliente, y los problemas se pueden priorizar para una resolución basada en su severidad, en el impacto para el cliente, en los SLAs y así sucesivamente.

Atención al Cliente y Gestión del “Call Center”

Los agentes o responsables de la Atención al Cliente pueden disponer de acceso inmediato a la información sobre el estado de una conexión de red de un cliente en particular y cualquier problema que el cliente pueda estar experimentando. Los responsables pueden proactivamente contactar a los clientes para resolver los problemas versus esperar sus llamadas, reduciendo en consecuencia el número de llamadas y los costes. La Inteligencia Operacional mejora la eficiencia del “Call Center” realizando un seguimiento continuado, por tanto, en tiempo real sobre el volumen de llamadas, los ciclos de tiempos medios, las métricas de procesamiento, y las cargas de trabajo sobre el proceso de gestión de llamadas. Los gerentes del “Call Center” pueden identificar cuellos de botella, llamadas pendientes de atención y tomar acciones inmediatas antes de que los clientes se vean afectados.

Aseguramiento de los Ingresos

Al monitorizar el comportamiento por cliente de forma individual mediante eventos de señalización que vienen de la red, es posible supervisar cualquier actividad sospechosa. Los agentes pueden recibir notificaciones automáticamente y bloquear acciones identificadas como actividades fraudulentas.

Retención de Clientes

Mediante la detección de eventos que inducen a un abandono del cliente y mediante una mitigación automática de sus efectos, es posible reducir las tasas de abandono. Los eventos se pueden también discriminar y los que afectan por ejemplo a clientes VIP se pueden escalar a equipos específicos de gestión para asegurar una rápida resolución. Se puede iniciar automáticamente el proceso de reconciliación o reconfirmación del cliente y de los diversos sistemas involucrados que orquestan y supervisan cuellos de botella, para garantizar que el cliente tenga una experiencia positiva en esta etapa crítica de retención de clientes.

Conclusión

Las Operadoras reconocen la importancia de diferenciarse a través de la experiencia o percepción del cliente, y avanzan rápidamente para alinear sus modelos de negocio, sus procesos y la tecnología para satisfacer las necesidades del cliente.

La Inteligencia Operacional permite a las Operadoras visualizar los niveles de experiencia de los clientes en tiempo real con el fin de obtener una visión individualizada del cliente y permitir interacciones proactivas.

La Inteligencia operacional también permite a las Operadoras reducir costes, evitando la duplicidad de soluciones puntuales y su mantenimiento en una gestión de la “Experiencia Cliente” separada en divisiones de negocio.

Los costes se reducen aún más al mejorar la eficiencia operativa en toda la empresa gracias a la capacidad de actuar en tiempo real.

En resumen, la Inteligencia Operacional permite a las Operadoras incrementar sus beneficios mientras que al mismo tiempo se entregan altos niveles de servicio en el ámbito de la “Experiencia Cliente”.

Acerca de Vitria

Vitria Technology, Inc. ofrece una suite de Inteligencia Operacional líder en la industria, que permite a los socios y los clientes diseñar soluciones de Inteligencia Operacional para analizar las actividades de negocio en marcha y bajo el contexto adecuado, y tomar acciones en tiempo real. Como resultado se toman mejores decisiones y más rápidas. Vitria ofrece soluciones de integración de procesos de negocio, y es la espina dorsal de muchas compañías Global 2000 en procesos de negocio de misión crítica. Vitria tiene clientes en Norte América, América del Sur, Europa, Asia y Australia.



AFFIRMA Business Center
Avenida de Europa 14
La Moraleja
ALCOBENDAS
Madrid, Spain 28108
Tel: +34.91.189.05.06
Email: info@vitria.com
www.vitria.es

© 2012 Vitria Technology, Inc. All rights reserved. Vitria, M₃O and Exception Manager are registered trademarks of Vitria Technology, Inc. All other names may be trademarks of the companies with which they are associated.