

OPERATIONAL INTELLIGENCE EN O₂

DECISIONES Y ACTUACIONES
EN TIEMPO REAL PARA MEJORAR
LA EXPERIENCIA DE CLIENTE



Contexto

Visión individual de las experiencias del cliente

O₂ es la marca comercial de Telefónica UK y es la empresa líder en la comunicación digital con el más alto grado de satisfacción en el sector, según el informe de Ofcom. Con más de 23 millones de clientes, O₂ ofrece cobertura 2G, 3G y 4G a lo largo del Reino Unido y también ofrece O₂ WiFi y es propietario de la mitad de Tesco Mobile.

Telefónica UK, deseaba contar con una plataforma que le permitiese aprovechar la información de la red y el estado de los

servicios para tomar decisiones y acciones en tiempo real orientadas a mejorar la experiencia de sus clientes.

La cantidad de información sobre el estado de la red y los servicios de los clientes que se genera en los sistemas de monitorización, mediación, tarificación y facturación es utilizada en los procesos internos de la compañía, o bien procesada a posteriori por los sistemas de Business Intelligence.

Sin embargo, esta información no se aprovechaba para tener una visión en tiempo real del estado del servicio para cada cliente, ni de las interacciones de los clientes con la red.

Cruzando y analizando en tiempo real la información de red, cliente y servicio, se podía tener una visión individual de la experiencia del cliente y tomar acciones proactivas para mejorarla.

Vitria OI, análisis de eventos complejos y toma de decisiones en tiempo real

En 2011, Indra y Vitria Technology iniciaron de forma conjunta el despliegue de la plataforma de inteligencia operacional Vitria OI a través de la implementación de diferentes casos de uso para grandes empresas y clientes VIP.

Vitria OI es una plataforma de inteligencia operacional de última generación con un rico framework de trabajo que proporciona:

- Agregación, correlación y filtrado en tiempo real de los eventos de red. Combinados con información del servicio y el cliente, muestran una visión unificada de la calidad de la experiencia del usuario relativa al servicio.
- Posibilidad de incorporar una gran variedad de fuentes de información tanto internas como externas (incluyendo redes sociales) lo que permite dotar a la solución de una gran riqueza de análisis.
- Plataforma única para la gestión de los eventos de los diferentes grupos de interés.
- Posibilidad de desplegar desarrollos basados en casos de uso con un reducido time to market.

Beneficios

Gestión proactiva de la experiencia de cliente

Tras el despliegue de la plataforma Vitria OI, Telefónica UK dispone de la capacidad de visualizar y monitorizar en tiempo real la experiencia de cliente, y de realizar una gestión proactiva de los servicios a la vez que permite hacer un seguimiento de su calidad y estado.

La plataforma proporciona a su vez una gran capacidad de adaptación a las nuevas necesidades de los usuarios y a la nueva demanda de servicios por medio de la implementación de nuevos casos de uso con un reducido time to market.

Esta nueva plataforma, permite cambiar la actitud tradicional de las operadoras de gestión reactiva de incidencias, por un nuevo modelo de gestión proactiva que aumente la experiencia de los clientes.

Indra en el sector

Sistemas para más de 280 millones de clientes

Indra tiene una amplia experiencia en la prestación de servicios y desarrollo de soluciones en el mercado de operadores de telecomunicaciones y media, donde ha desarrollado sistemas para más de 280 millones de clientes de operadores móviles.

Su oferta incluye sistemas de soporte de negocio y operaciones, servicios de gestión a productoras audiovisuales, estaciones de comunicaciones vía satélite e infraestructuras de TI.

Entre sus clientes más importantes en el ámbito se encuentran Telefónica, Vodafone, Orange, British Telecom, Vivo, O2 y la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá (ETB) entre otras.

