



## BEA e Intel, piezas clave en la estrategia de orientación al cliente de Orange

*Servidores Intel bajo Linux y Apache; BEA WebLogic Server® 8.1 y BEA WebLogic Portal™ 8.1 soportan el Gestor de Conocimiento para Call Center, así como el Sistema de Gestión Comercial de Distribuidores de Orange.*

### SUMARIO

<b>Reto:</b>	Las áreas usuarias de los call center de Orange (antes Amena) estaban obligadas a utilizar distintas herramientas, con una integración mejorable, que complicaba la gestión del cliente. Debido al rápido crecimiento de la compañía y al gran volumen de clientes, se estimó necesario aumentar significativamente la inversión en CRM, incluyendo la posibilidad de trasladar al distribuidor dichas capacidades, comenzando por aquellas relacionadas con la fidelización y retención sobre los clientes corporativos.
<b>Solución:</b>	El proyecto Avanza nace en el seno de Amena (previamente a su integración en el grupo France Telecom) para implantar un CRM capaz de cubrir los 360° de la gestión del cliente, no sólo por el canal tradicional de call center, sino también incluyendo otros canales como la distribución o el Web Self Service.
<b>Productos:</b>	<p><b>Hardware</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IBM suministra máquinas basadas en tecnología Intel (Blade 2 y x445)</li> </ul> <p><b>Software</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Linux</li> <li>• BEA WebLogic Server® 8.1</li> <li>• BEA WebLogic Portal™ 8.1</li> <li>• Oracle 9i</li> </ul>

## El reto en los procesos de negocio

Desde su lanzamiento en 1999 como el tercer operador de telefonía móvil español, Orange (antes Amena) ha ido desarrollando paulatinamente la infraestructura necesaria para la creación de su innovadora oferta en el mercado de las comunicaciones móviles, lo que ha favorecido su rápido crecimiento.

Sin embargo, este rápido crecimiento en volumen de clientes había generado necesidades avanzadas de gestión del cliente, difíciles de conseguir con la situación alcanzada en tan poco tiempo. Debido al rápido crecimiento experimentado por la compañía, el negocio del call center estaba soportado por multitud de pequeñas herramientas, no siempre lo suficientemente integradas entre sí, que hacía que los tiempos de atención y resolución de llamadas fueran más altos de lo exigido.

En esta situación, el proyecto Avanza nace en el seno de Amena a finales de 2002 fruto de esa necesidad de implantar un CRM capaz de cubrir los 360° de la gestión del cliente, así como de optimizar los tiempos y resultados de la atención. No se trata de un proyecto exclusivamente tecnológico sino que abarcaba también la redefinición de los procesos, políticas y procedimientos de la compañía más estrechamente relacionados con la gestión del cliente.

Inicialmente Avanza se estructuró en tres fases: soporte a la gestión de clientes, a la gestión de servicios y, finalmente, implantación de capacidades de gestión delegada, fase en la que participa BEA WebLogic Portal 8.1 como elemento clave.

## Gestor del conocimiento

El primer aplicativo en entrar en producción del proyecto Avanza, en octubre de 2003, fue el Gestor de Conocimiento para Contact Center, que implantó en la compañía una metodología de gestión de contenidos basada en una mayor participación y autonomía de las áreas de negocio, dentro de unos flujos de publicación sencillos y ordenados.

Este sistema se basa en un desarrollo realizado sobre BEA Portal para facilitar la información (comunicados, oferta comercial, terminales, puntos de venta, procedimientos internos de gestión, etc.) a los agentes de contact center, junto con la implantación de un gestor de contenidos comercial para simplificar la definición y carga de la información.

La elección de BEA WebLogic Portal como plataforma base para este aplicativo se produjo teniendo en cuenta dos aspectos:

- La necesidad de contar con un Gestor de Portales. Aunque la inversión inicial exigida para contar con un producto de estas características es considerablemente alta, las facilidades ofrecidas como la reducción de los tiempos de desarrollo y muy especialmente las capacidades de personalización, hicieron que esta inversión retornara rápidamente.
- La elección del producto concreto para la gestión de portales. Aunque en el momento de la elección existían algunos productos adicionales en el mercado suficientemente bien posicionados (IBM WebSphere, SunOne), BEA ofrecía la funcionalidad, las referencias, la solidez financiera y, sobre todo, independencia del hardware, que hicieron que la decisión se decantara en este sentido.

Respecto a la plataforma tecnológica elegida para soportar esta funcionalidad, actualmente Orange dispone de servidores basados en

tecnología Intel bajo Linux, tanto para el front end como para el back end. “Esta infraestructura es el resultado de una evolución tecnológica llevada a cabo en el último año, por la que se han sustituido los antiguos servidores por otros más modernos, que están produciendo un rendimiento muy bueno, y soportan sin problemas el trabajo de los cerca de 4.000 agentes”, explica Jorge Pereda (Responsable Técnico tanto del Gestor de Conocimiento como del Sistema de Gestión Comercial de Distribuidores).

Gracias a la implantación del Gestor de Conocimiento se ha conseguido no sólo acortar el tiempo de las llamadas al call center, sino también mejorar significativamente la calidad de la información recibida por el cliente. “Desde el principio y a lo largo de su evolución constante en los dos últimos años, este aplicativo está teniendo una muy buena acogida. Está siendo utilizado por todas las plataformas que tenemos, consiguiendo que el cliente final perciba agilidad en la respuesta recibida desde Orange. El rendimiento que hemos obtenido de esta inversión está siendo muy bueno”, explica Jorge Pereda.

## Sistema de Gestión Comercial de Distribuidores

A finales de 2004 el proyecto Avanza tuvo un punto de inflexión a partir del cual, en lugar de seguir invirtiendo en la implantación de Siebel como front-end del call center para la parte de gestión de servicios, la compañía decidió derivar la inversión para evolucionar otros canales de contacto con el cliente. Una de las nuevas líneas de trabajo que se definieron fue la mejora del contacto con el cliente a través de la distribución.

Adicionalmente, a principios de 2005 el departamento de Sistemas de Información recibió de la Unidad de Negocio Empresa un requerimiento muy urgente para trasladar al distribuidor capacidades de fidelización y retención sobre sus clientes corporativos. La finalidad de esta iniciativa es facilitar al distribuidor la oportunidad de responsabilizarse de la estabilidad de una cartera de clientes de valor, y no sólo de volúmenes de captación.

La compañía quería ofrecerle al cliente, a través del distribuidor, campañas en tiempo real, obtenidas directamente del motor de campañas corporativo (Sistema de Gestión de Marketing Relacional) del cual se nutren todas las acciones de fidelización y retención de la compañía. El alcance del programa no sólo abarca la solicitud de ofertas sino también la ejecución on line de todas las acciones definidas (renovaciones, bonos, descuentos y cambios de tarifa). “Todo tenía que hacerse en tiempo real: localización de los datos del cliente, petición de campañas, configuración de la oferta y ejecución de la misma, de manera que el cliente entrara en la tienda con una consulta o una queja y saliera fidelizado”, explica Carmina Gómez (Responsable Funcional del Sistema de Gestión Comercial de Distribuidores).

En noviembre de 2005 se lanzó el servicio con un despliegue prudente: distribuidores de mucho valor con una cartera de clientes muy definida y objetivos de ejecución de campañas muy ambiciosos. “Desde entonces, hemos continuado subiendo a producción nuevas fases basadas en la gestión de contenidos (algo muy parecido a lo que ya tenemos para los contact center, pero más orientado a las necesidades específicas de los distribuidores), así como más capacidades transaccionales como un módulo de autogestión para el distribuidor. Durante 2007 seguiremos trabajando intensivamente en la línea de ampliar la capacidad funcional de la aplicación para conseguir el objetivo de ventana única.”, apunta Jorge Pereda.

Desde el punto de vista de negocio, Carmina Gómez explica que el objetivo que persigue Orange de cara a los distribuidores es que tengan un punto único de contacto con la empresa: “En Orange los distribuidores están considerados en una situación intermedia entre partners y clientes, y su resistencia al cambio es muy fuerte. Por ello, tenemos que ser muy cuidadosos con aspectos como la seguridad, el look and feel y la estabilidad desde el momento cero”.

Para sacar adelante el Sistema de Gestión Comercial de Distribuidores, Orange ha recurrido a la tecnología de framework de portales que ya tenía implantada para el Gestor de Conocimiento, basada en BEA WebLogic Portal. Adicionalmente, se aprovechó este proyecto para lanzar la evolución tecnológica de la plataforma, no sólo cambiando la infraestructura tecnológica de base (hacia Intel, Linux y Apache) sino también migrando BEA WebLogic Portal de la antigua versión 4 a la nueva versión 8.1, actualmente implantada. Los buenos resultados obtenidos por Orange en su trabajo anterior con este producto hicieron que en la decisión de evolucionarlo no fuera necesario considerar otras opciones que, si bien fueron tenidas en cuenta en el momento de la adquisición inicial de un Servidor de Portales, no se justificarían en la actualidad.

Esta evolución tecnológica se realizó conjuntamente con la del Gestor de Conocimiento para aprovechar las sinergias en desarrollo y explotación que esta decisión aportaría a la compañía. La situación actual es la disponibilidad de un framework de portales coherente, actualizado y ágil, basado en tecnologías líderes en el mercado.

### Resultados

Orange reconoce haber conseguido todos los objetivos buscados con los productos de BEA Systems e Intel: hardware moderno y potente soportando un software de base sólido, flexible y robusto, con la capacidad de desarrollo rápido de aplicaciones imprescindible para seguir el ritmo de crecimiento de la compañía.

Entre los objetivos de negocio más importantes que se han obtenido destacan: acceso directo a información bien actualizada, orientación a la gestión del cliente 360º, despliegue de información ágil y coherente a los distintos canales de contacto con el cliente, mejora en las capacidades de integración y desarrollo rápido de aplicaciones y, en definitiva, mayor efectividad en la gestión del cliente y usuarios finales más satisfechos.

### Conclusiones

- Con el Gestor de Conocimiento para Contact Center, se acorta el tiempo de la llamada y se ofrece al cliente información actualizada y coherente por cualquier canal. Actualmente está siendo usado por todas las plataformas, con un acceso de unos 4.000 agentes, y una muy buena percepción por el usuario de negocio.
- A través del Sistema de Gestión Comercial de Distribuidores, Orange ofrece al cliente campañas en tiempo real, coherentes con el resto de líneas de fidelización y retención de la compañía, junto con la ejecución on line de las mismas. Estas capacidades se verán notablemente incrementadas en los próximos meses.

Orange reconoce haber conseguido todos los objetivos buscados con los productos de BEA Systems e Intel: hardware moderno y potente y software de base sólido, flexible y robusto, con la capacidad de desarrollo rápido de aplicaciones.

**Jorge Pereda, Responsable Técnico, Orange**



Technology Powers Business

BEA Systems Iberia  
C/. Serrano Galvache 56  
Centro Empresarial  
Parque Norte  
Ed. Olmo, Pl. 7ª  
28033 Madrid  
España

T.- +34 91 384 65 00

Gran Via de les Corts  
Catalanes, 630 – 4ª pl.  
08007 Barcelona  
España

T.- +34 93 270 29 42

Quinta da Fonte  
Edifício D. Pedro I  
2770-071 Paço D'Arcos  
Portugal

T.- +351 21 000 16 70

BEA Systems, Inc.  
2315 North First Street  
San Jose, CA 95131  
+1.408.570.8000  
bea.com

Intel Corporation 2200 Mission  
College Blvd. P.O. Box 58119  
Santa Clara, CA 95052-8119  
U.S.A. General Information: 408-  
765-8080 Customer  
Support: 800-628-8686

Copyright © 2007 Intel Corporation. All rights reserved. Intel, Intel logo, Intel Inside, Intel Inside logo and Itanium are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries.

Copyright © 2005 BEA Systems, Inc. All rights reserved. BEA, Built on BEA, Jolt, Joltbeans, Steelthread, Top End, Tuxedo, BEA WebLogic Server, BEA WebLogic Portal, and WebLogic are registered trademarks of BEA Systems, Inc. BEA AquaLogic, BEA AquaLogic Data Services Platform, BEA AquaLogic Enterprise Security, BEA AquaLogic Service Bus, BEA dev2dev Subscriptions, BEA eLink, BEA MessageQ, BEA WebLogic Communications Platform, BEA WebLogic Enterprise, BEA WebLogic Enterprise Platform, BEA WebLogic Enterprise Security, BEA WebLogic Express, BEA WebLogic Integration, BEA WebLogic Java Adapter for Mainframe, BEA WebLogic JDriver, BEA WebLogic Log Central, BEA WebLogic Network Gatekeeper, BEA WebLogic Platform, BEA JRockit, BEA WebLogic SIP Server, BEA WebLogic WorkGroup Edition, and BEA WebLogic Workshop are trademarks of BEA Systems, Inc. BEA Mission Critical Support is a service mark of BEA Systems, Inc. All other company and product names may be the subject of intellectual property rights reserved by third parties.