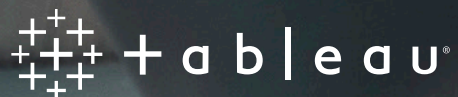


Telekomföretagen ändrar inställning till kundkontakt

Så använder ledande företag inom
telekommunikation data för att tackla
fyra av dagens största utmaningar



Inledning

Den globala telekomindustrin är en av de branscher i världen som förändras snabbast. De snabba förändringarna intensifieras när ny teknik och ny utveckling växer fram. Trycket på sektorn ökar när 5G rullas ut och användningen av AI- och IOT-teknik går framåt, vilket kolliderar med ökad konkurrens och nya regleringskrav.

Ledande telekomföretag försöker möta dessa påfrestningar och samtidigt hitta utrymme för att hantera kundbortfall, vara innovativa, uppdatera äldre system och hitta potentiella kunder. Det är en enorm utmaning.

Kan de verkligen möta regleringskraven och samtidigt ligga i branschens framkant?

Absolut. Lösningen ligger i att utnyttja rätt data för att fatta mer välgrundade och genomgående lönsamma beslut. I vår e-bok guidar vi dig genom det vi har lärt oss och visar hur ett nytt förhållningssätt till data med Tableau kan omvandla verksamheten.

VIKTIGA NYCKELFRÅGOR:

1. Använda kundupplevelsen som konkurrensfördel
2. Utveckla handlingsplaner och produkter som leder till innovation
3. Förbättra kostnadseffektiviteten och omvandla föråldrade system
4. Leverera datadrivna kundanalyser för bättre målstyrning

78%

av de tillfrågade inom telekom omprövar sina planer för digital transformation under pandemin.

Källa: EY

Europa har världens högsta marknadspenetration för mobiltelefoner och den kommer att öka ytterligare, från 85 % av befolkningen år 2017 till 88 % år 2025.

Källa: EY

Använda kundupplevelsen som konkurrensfördel

Det här är en bransch med högt kundbortfall. Kunderna översköljs varje dag av erbjudanden som uppmanar dem att byta leverantör. Därför har sömlösa kundupplevelser blivit högsta prioritet, så att du både kan behålla kunderna och locka till dig nya.

Tack vare nätverksoptimering och den ökade spridningen av digital teknik blir tjänsterna i sig allt svårare att urskilja från en leverantör till en annan. Det enda sättet att förbli konkurrenskraftig är att skapa fantastiska kundupplevelser, vilket motverkar problem med kundbortfall och förbättrar försäljningsmöjligheterna.

Att använda kunddata för att generera insikter i realtid kan hjälpa dig att fatta bättre och mer informerade beslut som ger kundupplevelsen mervärde. Genom chattbottar och AI kan data öka produktiviteten, minska personalomsättningen och bidra till att utveckla förbättrade innovationer med självbetjäning.



46%

av telekomoperatörerna erbjuder appar med biometrisk autentisering. De som gör det har **2,7 gånger** fler appinloggningar per månad.

Källa: [McKinsey](#)

Medan mer än tre fjärdedelar av teleoperatörerna erbjuder förnyelse av kontrakt via sina webbplatser gör endast **56 %** detta via sina appar.

Källa: [McKinsey](#)



Kundernas framgångsberättelser: verizon[✓]



PROBLEMET:

Med 6,9 miljoner bredbandsanslutningar, 4,5 miljoner tv-abonnenter och över 12 miljoner fasta telefonlinjer genererar Verizon Fios mer än 4 terabyte data varje dag. Frågan för deras Analytics Centre of Excellence (ACE) var hur de bättre kunde använda all den datan till de funktioner som behövde den.



LÖSNINGEN:

För att optimera verksamheten och förbättra kundupplevelsen fattade Verizon beslutet att slå samman online- och offline-datan till mindre datauppsättningar. Dessa mindre datauppsättningar levererades till drygt 200 intressenter – från chefer till callcenterpersonal – och gjorde det möjligt för dem att fatta bättre beslut.



RESULTATEN:

Verizon skapade mer än 1 500 dashboards med självbetjäning för team i hela organisationen. Idag har dessa dashboards över 125 000 visningar. Datan har hjälpt oss att minska analystiderna för kundtjänst med 50 %. Detta har resulterat i förbättrad kundnöjdhet, lägre samtalsvolym och färre serviceutskick, vilket har sänkt driftskostnaderna.

RESULTATEN I KORTHET:

43%

minskning i samtalsvolym samtidigt som de tekniska serviceutskicken sjönk med 62 % för vissa kundgrupper.

”Insikter från våra dashboards hjälper oss att optimera verksamheten i våra callcenter och gör att kunderna inte behöver ringa oss flera gånger. Genom regelbunden övervakning av dessa dashboards kan vi se när lösningsfrekvensen och kundnöjdheten går upp. Då minskar samtalsvolymerna och serviceutskicken, som ju är de kostnadsdrivande faktorerna.”



SID DAYAMA
senior dataanalytisk, Verizon

Utveckla handlingsplaner och produkter som leder till innovation

Allting handlar om nätverket. Genom att optimera nätverket kan du utforska både produkt- och erbjudandeutveckling och driva innovation i hela verksamheten. I takt med att digitaliseringen ökar inom alla sektorer ökar även telekombranschens möjligheter att leverera sektorsspecifika lösningar.

Nätverket tillhandahåller redan värdefull data i form av enhetstyper och -användning, abonnentdata, nedladdningar, geolokalisering och transaktioner. Sammantaget ger detta möjlighet att leverera kundanpassade tjänster och stöd till konsumenter och företag. Dessa innovativa tekniska erbjudanden och förbättrade kundupplevelser leder till ökad användning och vinst.

Intäktsgenerering från platsdata, analyser för IOT, AI, gaming och underhållning bygger alla på redan befintlig infrastruktur. Både smart användning av din teknik och digital innovation kan ge en differentiering med mervärde och därmed ökad kundnöjdhet och -lojalitet.



36%

av de tillfrågade lägger ut mer på underhållning och medier sedan covid-19-pandemin bröt ut.

Källa: [PWC Consumer Insights Survey 2020](#)

”Nya värdeförslag kan utformas genom att skifta kundlöftet från snabbhet till tillförlitlighet och genom att alternativ för distansarbete och molnspel integreras i hushållspaketen. Man måste prioritera anpassningen av nya segmenteringsmodeller till tariffplaner som fokuserar mindre på skiktad eller begränsad data och mer på att leverera servicekvalitet och flexibilitet .”

Källa: [EY](#)

Kundernas framgångsberättelser:



PROBLEMET:

Telia, Nordens största telekomföretag, gör mycket mer än att bara hålla miljoner människor anslutna. För utrullningen av 5G över hela regionen behövde man ta hänsyn till allt från smartphones för konsumenterna till 5G-drivna självkörande bussar. Telia försökte maximera sina inkomstflöden baserat på befolkningens rörelsemönster.



LÖSNINGEN:

Telia byggde in Tableau i hjärtat av sitt Crowd Insights-initiativ. Det förbättrade systemet utgjorde en intuitiv, användarvänlig och anpassningsbar lösning för Telia när de försökte upptäcka nya sätt att tjäna pengar på datan de samlade in, och det skapade nya inkomstflöden för företaget.



RESULTATEN:

Telia Crowd Insights har levererat förbättrad och lättsmält data och gjort det lättare för användarna att förstå, utforska och dela insikter som haft en positiv inverkan på stadsplaneringen. Exempelvis har Helsingfors nya tunnelbaneutbyggnad minskat koldioxidutsläppen med 13 ton per dag tack vare Crowd Insights.

RESULTATEN I KORTHET:

Med hjälp av Crowd Insights-data minskade koldioxidutsläppen med 13 ton per dag i Helsingfors nya tunnelbaneutbyggnad

”Tableaus integrerade analysplattform ger oss möjlighet att skapa nya Telia-tjänster. Vi kan integrera och anpassa Tableau i våra externa applikationer och leverera dashboards så att kunderna själva kan ställa frågor och hitta meningsfulla insikter.”



KRISTOFER ÅGREN
chef för Data Insights
Telia

Förbättra kostnadseffektiviteten och omvandla föråldrade system

Kostnadseffektivitet är avgörande i alla branscher, men ett ökat konkurrens- och regleringstryck och ökade kapitalutgifter har inneburit större fokus på detta för telekomföretagen.

Utrullningen av 5G tillsammans med den nödvändiga uppgraderingen av de gamla fasta telefonnäten har ökat kapitalutgifterna för industrin, men den innebär också nya möjligheter. Integrering av framväxande tekniker – AI, automatisering, 5G och IOT – som drivkraft för digital transformation bidrar till ökad flexibilitet och effektivitet och möter kundernas ökade förväntningar.

Genom att till fullo utnyttja möjligheten att omvandla och modernisera med automatisering och digital transformation kan du åstadkomma en alltmer effektiv inkomstutveckling.



46%

av telekomcheferna ansåg att bristen på långsiktig planering stod i vägen för automatiseringsinitiativen.

Källa: EY

4 av 5

telekomchefer omprövar antingen hastigheten i sina automatiseringsinitiativ eller vidtar åtgärder för att avsevärt anpassa befintliga planer.

Källa: EY

Kundernas framgångsberättelser:



PROBLEMET:

M-net tillhandahåller telefon-, internet- och tv-tjänster till cirka 380 000 företag och hushåll i södra Tyskland. Eftersom de förlitar sig på ett nätverk av ägda och hyrda anslutningar, och med tanke på antalet berörda variabler, har M-net brottats med att bedöma enskilda kunders lönsamhet.



LÖSNINGEN:

M-net föresatte sig att utveckla en uppsättning dashboards som kunde användas för både analys och presentationer. Dessa dashboards utformades för att innefatta affärsrelaterad och teknisk data både för enskilda kunder och för de nätverk som M-net använde. Efter att ha tagit fram sina första dashboards skapade företaget en visuell analys för alla anslutningar, portar och serviceområden, vilket möjliggjorde en djupare förståelse för lönsamheten i enskilda regioner.



RESULTATEN:

Nu använder företaget data för att hjälpa dem i beslutsprocessen i alla led av deras kundnätverk. Tableau har gjort det möjligt för M-net att fatta korrekta långsiktiga beslut om nätverket, vilket har lett till mer målinriktade investeringar och större avkastning.

RESULTATEN I KORTHET:

Nu kan användarna effektivt följa viktiga pågående KPI:er (Key Performance Indicators) – avkastning, kostnader, antal kontrakt, produkter och marknadsandelar

”Att tillskriva de olika kostnaderna till varje enskild kund på ett korrekt och proportionerligt sätt krävde en djup förståelse för varje kostnadsfaktor.”



MARKUS KOLP

Business Intelligence-analytiker
M-net

Leverera datadrivna kundanalyser för bättre målstyrning

Kundernas behov skiftar och förändras ständigt, men nyckeln till att bygga varaktiga relationer är att hålla jämna steg med dessa behov. För att uppnå detta är det avgörande att kunna få ett tillämpligt svar – att förstå det och sedan rikta in dig på kunden.

Genom att optimera din försäljnings- och marknadsföringsdata – data som du redan har – kan du börja bygga denna förståelse och skapa en djupare relation till kunden. När den analyseras rätt ger datan en mer välgrundad segmentering, mer relevanta erbjudanden och interaktioner och en bättre förståelse för kanalens relevans.

Den här Realtidsanalysen och mikrosegmenteringen ger dig möjlighet att få kontakt med kunderna både när de vill och där de vill interagera. Samtidigt kan du effektivt inrikta dig på kundupplevelsen.

Telekomoperatörer lägger nästan **50 %** av sin digitala budget på sökningar och affilierad marknadsföring, vilket utgör nästan hälften av alla beställningar.

Källa: [McKinsey](#)

Toppresterande telekomoperatörer har använt tydligt utformade kundresor för att uppnå konverteringssiffror som är **3,4 gånger** högre än kollegornas

Källa: [McKinsey](#)



LEVERERA DATADRIVNA KUNDANALYSER FÖR BÄTTRE MÅLSTYRNING

Kundernas framgångsberättelser: swisscom



PROBLEMET:

Swisscom är ett av de mest populära och pålitliga märkena i Schweiz och tillhandahåller telekommunikationslösningar till miljontals företag och hushåll i hela landet. Företaget bestämde sig för att ändra hur de använder data med avsikten att koppla data kring allt från nätantennprestanda till effektiviteten i marknadsföringskampanjer.



LÖSNINGEN:

Swisscom använde Tableau för att hjälpa till att bryta ner datasilor som hade vuxit upp i företagets olika affärsenheter. Tidigare kunde det ta veckor för företaget att hitta, extrahera och samla in data. Idag har de en integrerad och agil datacommunity.



RESULTATEN:

B2B-kanalen har upplevt den största förändringen i hur data används för att spåra kundengagemang och förstå hur kunderna navigerar i försäljningsprocessen. Företagets 2 800 anställda använder nu data som en strategisk tillgång och utnyttjar den för snabbt beslutsfattande. Detta har resulterat i en förbättrad kundupplevelse och verksamheten har gått från klarhet till klarhet.

RESULTATEN I KORTHET:

Stöd för insikter i realtid

+15 %

i elektroniska B2B-beställningar

”Flexibiliteten i Tableau ger oss möjlighet att reagera snabbt och generera insikter som kan stödja en migrering.”



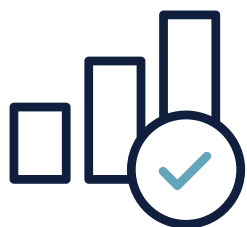
ERIC BUGNON

produktägare, Tools for Analytics
Swisscom

Så hjälper Tableau telekomföretag i hela Europa att förstå och nå framgång.

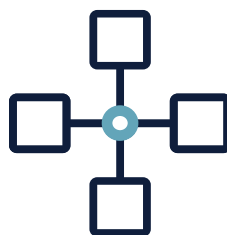
Det är en dynamisk tid i en av världens mest dynamiska industrier, men de snabba förändringarna medför utmaningar.

Det är dock tydligt att framåtblickande ledare utnyttjar förståelsen som data ger och knyter an till kunden och till interna förändringar på ett effektivare sätt. Tableau bidrar till den förståelsen genom att:



Skapa en realtidsvy över hela verksamheten

Eftersom reaktionshastigheten är avgörande kan du med Tableau fatta faktabaserade beslut i realtid.



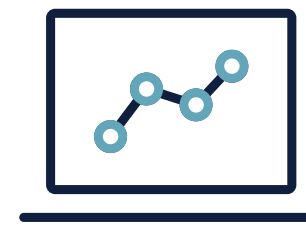
Eliminera datasilor och skapa företagsomfattande engagemang

Genom att samla data från hela organisationen möjliggör Tableau innovativ produkt- och erbjudandeutveckling.



Erbjuda en heltäckande kundöversikt

Tableau ger dig en kundöverblick vid varje beröringspunkt, så att du kan förbättra kundupplevelsen och skaffa dig konkurrensfördelar.



Hjälpa dig att fatta viktiga beslut snabbare

Tableau sätter data och analys i centrum för ditt beslutsfattande och ger hela organisationen möjlighet att förbättra kostnadseffektiviteten.

Vad blir nästa steg?

Varje företag har olika prioriteringar avseende de fyra problem som presenteras i denna e-bok. Vi har visat hur några av dem har använt Tableau för att övervinna problemen – och kanske är det precis vad du behöver, men det slutar inte där.



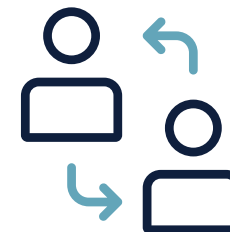
Lära

Besök något av våra informationsmöten eller webinarier för ledare på tableau.com. Här hittar du en massa information och utbildningar som visar hur viktigt det är med en tydlig kundöverblick.



Samtala

Om du vill prata mer direkt om hur Tableau kan hjälpa till att lösa dina problem, går vi gärna igenom det med dig. Du är välkommen att [kontakta oss](#) så ordnar vi det.



Dela

Ta med ditt team och övriga ledare på resan. Dela den här e-boken, starta ett samtal och gör dig redo att få en tydligare kundöverblick.



www.tableau.com