

Ooredoo

Ooredoo ha trasformato il customer onboarding, utilizzando le soluzioni Kofax per rendere la gestione dei contratti completamente digitale e altamente automatizzata. Oggi, l'azienda può consentire ai clienti di lavorare a pieno regime con un nuovo abbonamento di telefonia mobile in pochi minuti e, al tempo stesso, ridurre i costi operativi e garantire la piena conformità con le rigide leggi sulla condivisione delle informazioni.

La sfida

Solo in Algeria, Ooredoo gestisce circa 5 milioni di nuovi contratti mobili ogni anno. Poiché l'attivazione del contratto è una delle prime interazioni che i nuovi clienti avranno con un fornitore di telecomunicazioni, fare la giusta impressione è fondamentale per ottenere la loro fiducia. Tuttavia, Ooredoo ha scoperto che affidarsi a metodi manuali basati su carta per acquisire i dati dei clienti e attivare i loro contratti ha rallentato l'onboarding e ha minacciato di rovinare la soddisfazione.

Avanti, quando i clienti richiedevano un nuovo contratto, dovevano compilare moduli cartacei presso i nostri punti vendita e fornire una prova di identità, come la patente di guida. I team di vendita inserivano manualmente le informazioni in un'applicazione separata per programmare la nuova scheda SIM, quindi attivarla.

Separatamente, per importare le informazioni dei contratti dei clienti nel suo sistema Oracle Siebel Customer Relationship Management (CRM), Ooredoo doveva pianificare raccolte di documenti settimanali dai punti vendita.

Gli autisti raccoglievano le applicazioni cartacee e le trasportavano in un apposito centro servizi dove venivano scansionate e indicizzate; quindi, i team amministrativi inserivano manualmente i dati in Siebel CRM. Potevano essere necessarie fino a tre settimane affinché le informazioni dei clienti fossero inserite nei sistemi di back-end e il fare affidamento sull'immissione manuale dei dati aumentava il rischio di errori.

Imed Soussou, Chief Technology Officer di Ooredoo, ha dichiarato: "L'approccio manuale alla gestione dei contratti comportava costi e manodopera elevati e c'era il rischio che i documenti si perdessero. Inoltre, l'importazione dei contratti nel back office richiedeva molto tempo."



Ooredoo, società leader nel settore delle comunicazioni internazionali, offre servizi aziendali mobili, fissi, Internet a banda larga e gestiti a consumatori e aziende in Medio Oriente, Nord Africa e Sud-Est Asiatico. La società genera utili annui per circa 8,8 miliardi di dollari e serve circa 117 milioni di clienti a livello globale..

Prodotti in uso :

- ◆ Kofax Insight™
- ◆ Kofax Mobile Capture™
- ◆ Kofax SignDoc®

Obiettivo :

- ◆ Customer onboarding
- ◆ Trasformazione digitale

Partner : CaptureDoc

"Con il sostegno dei nostri partner Kofax e CaptureDoc stiamo dando forma a un business efficiente e agile, che è pronto ad adattarsi quando le richieste dei clienti e le condizioni del mercato cambiano."

Imed Soussou, Chief Technology Officer, Ooredoo

Oltre a rallentare la risposta ai clienti, i lunghi tempi di lavorazione espongono Ooredoo al rischio di non conformità alle rigide normative di governo in materia di condivisione delle informazioni. Sulla scia della guerra civile algerina negli anni '90, il governo ha messo in atto una serie di rigide misure di sicurezza e antiterrorismo.

Imed Soussou ha osservato: “Dobbiamo attenerci a rigide normative in merito alla gestione del ciclo di vita dei contratti con i clienti. Uno di questi regolamenti ci impone di garantire che le informazioni sui contratti dei clienti siano inserite nei nostri sistemi entro un certo numero di giorni dopo che è stata effettuata una vendita.

Il governo esegue audit periodici per verificare che i fornitori eseguano la due diligence in merito alla conservazione delle informazioni sui clienti. Poiché a volte potevano passare settimane tra l'attivazione del contratto e l'inserimento delle informazioni sui clienti nei sistemi di back-end di Ooredoo, esisteva il rischio che i dati richiesti non fossero disponibili in caso di audit. Sebbene non avesse mai riscontrato un tale problema, Ooredoo era ansioso di mitigare il rischio, in quanto la non conformità poteva comportare multe salate e persino il ritiro della licenza operativa dell'azienda.

La soluzione

Per offrire un servizio clienti più reattivo e rafforzare la conformità normativa, Ooredoo ha avviato un progetto per automatizzare e digitalizzare l'intero processo di customer onboarding. La società ha collaborato con CaptureDoc per implementare una nuova piattaforma di acquisizione e gestione dei documenti, basata su soluzioni Kofax, in tutta la sua rete di negozi e sedi di partner di merchandising.

Imed Soussou ha commentato: “Abbiamo scelto Kofax perché ci ha consentito la flessibilità di eseguire il processo di acquisizione e attivazione end-to-end da un'unica piattaforma. Al momento abbiamo più di 250 persone, sia dipendenti diretti che collaboratori, che utilizzano il sistema e prevediamo che tale numero crescerà tra i 2.000 e i 3.000 utenti nei prossimi due anni.”

Oggi, quando un cliente entra in negozio, i team di vendita lo aiutano a compilare un modulo di domanda elettronico: tramite computer desktop nei punti vendita Ooredoo e tramite un tablet nei punti vendita di partner. Il nuovo approccio di onboarding digitale è reso possibile dalla tecnologia Kofax SignDoc, che consente all'azienda di acquisire le firme elettroniche dei clienti su sign pad e schermi tablet.

Una volta che un cliente ha firmato il contratto, i team di vendita acquisiscono una copia elettronica dei relativi documenti di identificazione, con scanner o direttamente dai dispositivi tablet. Sia il modulo di domanda che i documenti di identità digitalizzati vengono, quindi, caricati su un database di back-end e su Siebel CRM, utilizzando la

“Abbiamo scelto Kofax perché ci ha consentito la flessibilità di eseguire il processo di acquisizione e attivazione end-to-end da un'unica piattaforma.”

Imed Soussou, Chief Technology Officer, Ooredoo

piattaforma Kofax Mobile Capture. Allo stesso tempo, i dati personali dei clienti vengono trasmessi automaticamente a un'applicazione separata utilizzata per la programmazione della scheda SIM e la SIM viene attivata tramite la rete GSM.

“Con le soluzioni Kofax, abbiamo eliminato il faticoso lavoro manuale solitamente richiesto dal completamento e dalla gestione dei contratti”, ha dichiarato Imed Soussou. “Oggi i clienti possono collaborare con i nostri rappresentanti commerciali e partner per completare e firmare elettronicamente il contratto che viene inviato in tempo reale ai nostri sistemi di gestione dei contenuti, senza alcun intervento manuale.”

Con Kofax SignDoc, Ooredoo può completare il processo di applicazione anche in assenza di connessione Internet, un vantaggio chiave in un paese come l'Algeria, dove la connettività Internet può essere spesso inaffidabile. Dopo l'acquisizione della firma elettronica del cliente, il documento contrattuale viene sigillato elettronicamente. Se non è disponibile una connessione Internet, il contratto rimarrà crittografato e archiviato a livello locale sul desktop o sul tablet presso il punto di vendita fino al ripristino della connettività. Quando è disponibile la connessione, il documento viene automaticamente caricato sui sistemi di back-end.

Dietro le quinte, Ooredoo utilizza Kofax Analytics for Capture per tracciare e misurare le metriche chiave relative al processo di customer onboarding. Ciò consente all'azienda di seguire da vicino lo stato di ogni applicazione del contratto e individuare opportunità per aumentare l'efficienza e l'accuratezza del processo.

Ooredoo ha anche stabilito una serie di avvisi che segnalano eventuali problemi con il processo di acquisizione e misurano le prestazioni di vendita nei negozi. Ad esempio, quando un negozio raggiunge una soglia specifica di nuovi prodotti venduti, il sistema crea un avviso che attiva i team amministrativi per inviare congratulazioni e una nota di ringraziamento al team di vendita. Riconoscere i risultati delle vendite in questo modo aiuta Ooredoo a mantenere i venditori motivati e li incoraggia a raggiungere gli obiettivi prefissati, promuovendo vendite e utili.

I Risultati

Il nuovo approccio completamente digitale ha trasformato l'esperienza del cliente in Ooredoo. Grazie alla maggiore velocità di gestione dei contratti e di attivazione dei servizi, i clienti possono iniziare a lavorare a pieno regime con il loro nuovo servizio mobile in pochi minuti.

“L'automazione dei nostri processi ci rende più efficienti, migliora l'esperienza dei clienti, riduce i costi e i tempi di gestione dei contratti e ci consente di offrire un servizio coerente indipendentemente dal canale”, ha osservato Imed Soussou.

Inoltre, Ooredoo sta aumentando la quantità e la qualità delle informazioni acquisite sui suoi clienti, e ciò aiuta l'azienda a offrire un servizio più personalizzato.

Imed Soussou ha spiegato: “Con informazioni in tempo reale, possiamo capire meglio i nostri clienti e le loro esigenze fin dal primo giorno del loro ciclo di vita in Ooredoo. Quindi, siamo in grado di personalizzare il nostro raggio d'azione nel call center, nei punti vendita e attraverso campagne di marketing, dando forma a una customer experience eccellente che rafforza la nostra posizione sul mercato.”

E non finisce qui, il miglioramento del controllo delle informazioni pone Ooredoo in una posizione molto più forte quando si tratta di rispondere alle richieste di audit delle autorità di regolamentazione. Mentre in passato potevano essere necessarie fino a tre settimane per inserire nuove informazioni sui clienti nei nostri sistemi di back-end, oggi l'intero processo non richiede più di due o tre minuti.

Inoltre, Ooredoo ha quasi completamente eliminato il rischio di immissione di dati errati o incoerenti nei sistemi aziendali. Pertanto, la società può essere certa di disporre di dati accurati e completi dei clienti durante gli audit e quando le autorità effettuano una richiesta reale di informazioni, riducendo al minimo i rischi e i costi associati alla non conformità.

Dotato di tecnologia di digitalizzazione e mobile all'avanguardia, Ooredoo si distingue dalla concorrenza come applicazione innovativa pronta a soddisfare le esigenze dei consumatori moderni. E l'investimento della società sembra essere redditizio: le entrate del gruppo sono aumentate del 2% nel primo trimestre del 2017 e l'utile netto è aumentato del 3% durante lo stesso periodo. Parimenti, la base clienti di Ooredoo in Algeria è cresciuta del 5% fino a raggiungere più di 14 milioni di clienti.

Imed Soussou ha concluso: “Abbiamo ricevuto feedback positivi da parte dei clienti, che sono rimasti molto colpiti dalle innovazioni che stiamo introducendo. Con il sostegno dei nostri partner Kofax e CaptureDoc stiamo dando forma a un business efficiente e agile, che è pronto ad adattarsi quando le richieste dei clienti e le condizioni del mercato cambiano, predisponendoci al successo.”

Leggete e guardate altre storie di successo dei nostri clienti globali su kofax.it