

## INEA S.A. – budowa i wdrożenie eksperckiej platformy Business Intelligence w obszarach sprzedaży, marketingu oraz rozliczeń finansowych.

### POTRZEBA BIZNESOWA

W firmie Inea zaistniała potrzeba dostępu do rozwiązań skutecznie usprawniających proces pozyskiwania i zastosowania informacji zarządczej w zakresie kluczowych obszarów działalności operacyjnej spółki. Zasadniczym czynnikiem sukcesu w tym zakresie stała się poprawa jakości danych, w tym przede wszystkim danych o abonentach. Inea postawiła sobie za cel strategiczny dążenie do spójności informacji zarządczej wewnątrz firmy. Spółka na różnych szczeblach odczuwała brak zintegrowanych danych, które zapewniłyby elastyczny dobór parametrów do raportów oraz ich prezentacji w formie zrozumiałej dla użytkownika biznesowego. W miarę rosnącej liczby abonentów Inea chciała mieć możliwość segmentacji klientów i produktów według dowolnych, często bardzo złożonych kryteriów. Wdrażane narzędzie miało umożliwić lepsze wykorzystanie informacji do podejmowania decyzji oraz szybszą reakcję na zachodzące zmiany.

### ROZWIĄZANIE

W odpowiedzi na tak zdefiniowane potrzeby biznesowe firma Solet zaprojektowała i z sukcesem wdrożyła w spółce Inea platformę Business Intelligence, wspierającą obszary sprzedaży, marketingu oraz rozliczeń finansowych z abonentami. Pierwszy etap współpracy objął przeprowadzenie szczegółowego audytu organizacji celem przygotowania projektu funkcjonalnego rozwiązania. Z technologicznego punktu widzenia podjęto decyzję, że system zostanie zaimplementowany z wykorzystaniem narzędzi z rodziny SAP Business Objects oraz bazę danych MS SQL Server.

W obszarze sprzedaży rozwiązanie Solet Business Intelligence dało możliwość uzyskania precyzyjnej informacji o aktualnym stanie oraz liczbie zmian w strukturze usług klientów na przestrzeni wybranego okresu czasu, z uwzględnieniem informacji o profilu abonenta, jego wieku i płci.

### Grupa INEA S.A.

Inea S.A. jest największym alternatywnym operatorem telekomunikacyjnym w Wielkopolsce, który świadczy zaawansowane usługi w oparciu o sieci światłowodowe, w tym sieci NGN (New Generation Network) oraz szerokopasmową sieć bezprzewodową w technologii WiMAX w najnowszym standardzie IEEE 802.16e. Ofertę Inea stanowi telewizja cyfrowa, analogowa, stacjonarny i mobilny dostęp do internetu, telefonia stacjonarna oraz komórkowa, usługa VoD. Inea jako pierwsza spółka w Wielkopolsce wdrażała sieci budowane w oparciu o światłowody (FTTH) przy wykorzystaniu technologii GPON. Spółka oferuje łącznie 176 kanałów cyfrowych, z czego 31 stanowią stacje nadawane w wysokiej rozdzielczości. Inea jest obecnie czwartym w kraju operatorem pod względem liczby abonentów usług telewizyjnych wg rankingu PIKE. Obecnie z jej usług korzysta ponad 138 tys. gospodarstw domowych. W czerwcu 2013r. Inea została sponsorem tytularnym Stadionu Miejskiego w Poznaniu przy ulicy Bułgarskiej, na którym swoje mecze rozgrywa Lech Poznań.

Dzięki zastosowanym modelom analitycznym system umożliwia obecnie badanie szczegółowej dynamiki wskaźnika migracji abonentów (churn analysis) i efektywne zarządzanie stanem usług na gniazdach. Projekt objął również budowę nowego modelu analitycznego dotyczącego danych adresowych i geograficznych. Adresy posłużyły jako baza do wykonywania raportów o ilości sprzedanych usług i liczbie aktywnych promocyjnych pakietów w wybranym dniu, ilości dodawanych gniazd do adresów oraz świadczonych na nich usługach. Dzięki szczegółowej analizie gniazd pozyskano informacje obrazujące podział geograficzny abonentów do poziomu kodów pocztowych, nazw miejscowości i ulic. Na tej podstawie operator skutecznie określa miejsca z największym potencjałem popytowym, co wpływa pozytywnie na efektywność prowadzonych działań sprzedażowo-marketingowych.

Wdrożona platforma Business Intelligence dla marketingu umożliwiła raportowanie oraz rozliczanie akcji promocyjnych, a także analizę stanu płatności i danych bilingowych. Podejmując się realizacji zagadnień wspierających zarządzanie promocjami, eksperci Solet zmierzali się z zadaniem budowy nowego modelu struktur i meta danych dotyczących promocji. Promocja mogła być wprost powiązana z jedną, konkretną usługą, czy terminalem lub obejmować wszystkie usługi występujące na umowie.

W zakresie modelu rozliczeń finansowych system udostępnia dane o saldzie klientów, pozycjach naliczeń oraz płatności wraz z możliwością określenia stanu oraz struktury wiekowej należności nierozliczonych w kolejnych dniach lub cyklach rozliczeniowych. Nowa konstrukcja analiz płatności abonenckich doprowadziła do automatyzacji alokacji wpłat ze wszystkich kanałów płatności, uszczelnienia i znaczącej poprawy masowych przepływów pieniężnych.

## KORZYŚCI

- Precyzyjne i wiarygodne źródło informacji zarządczej
- Zautomatyzowanie procesów analizy i interpretacji danych, w szczególności w zakresie portfolio raportów standardowych
- Uzyskanie dostępu do informacji o efektywności akcji marketingowo-promocyjnych
- Nieograniczony dostęp do szerokiego spektrum analiz zrozumiałych dla użytkownika biznesowego
- Pozyskanie informacji dla fundamentalnej oceny abonenta z perspektywy analizy 360°
- Możliwość samodzielnego przygotowywania analiz ad-hoc w oparciu o uporządkowany i ujednolicony model

*"Wdrożony przez Solet system klasy Business Intelligence okazał się dla naszej spółki nieodzownym narzędziem wspierającym decyzje zarządcze. Dostęp do wysokiej jakości spójnej i zrozumiałej informacji stał się w miarę rosnącej liczby abonentów rozwiązaniem umożliwiającym optymalizację działań promocyjnych oraz trafne decyzje strategiczne w obszarach sprzedaży i marketingu. Szczególnie rekomendujemy posiadane przez ekspertów Solet wieloletnie doświadczenie rynkowe, wiedzę oraz praktyczne umiejętności z zakresu budowy rozwiązań BI."*

*Wiola Kawalec,  
Software Development Team Manager w Inea S.A.*