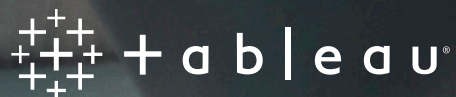


Révolutionner l'approche client dans le secteur des télécommunications

Comment les leaders du secteur utilisent
la data pour surmonter quatre des grands
défis actuels



Introduction

Le secteur des télécommunications est l'un des plus évolutifs, et ces changements gagnent en intensité au fil des innovations et progrès technologiques. Le déploiement de la 5G et l'utilisation croissante des technologies d'IA et de l'IoT s'ajoutent au renforcement de la concurrence et à la mise en place de nouvelles exigences réglementaires pour créer une pression toujours plus forte sur l'ensemble du secteur.

Les leaders doivent gérer ces nouvelles contraintes, tout en parvenant à réduire le taux d'attrition, développer des solutions innovantes, mettre à jour leurs systèmes et cibler de nouveaux clients. Le défi est de taille.

Le secteur est-il en mesure de se conformer aux nouvelles réglementations tout en repoussant ses propres limites ?

La réponse est oui. La solution ? Tirer parti des données adéquates pour prendre systématiquement des décisions éclairées et plus pertinentes. Dans cet ebook, nous présentons notre expérience en la matière et vous expliquons comment transformer vos activités en traitant vos données de manière inédite grâce à Tableau.

PRINCIPALES DIFFICULTÉS :

- 1. Faire de l'expérience client un avantage concurrentiel**
- 2. Développer des produits et des offres qui stimulent l'innovation**
- 3. Identifier les réductions de coûts possibles lors de la modernisation des opérations**
- 4. Exploiter des outils analytiques basés sur les données pour améliorer le ciblage des clients**

78 %

des entreprises du secteur interrogées revisitent leurs plans de transformation digitale dans le contexte de pandémie actuel.

Source : [EY](#)

L'Europe présente le taux de pénétration mobile le plus élevé, et ce chiffre devrait continuer à augmenter, de 85 % de la population en 2017 à 88 % d'ici 2025.

Source : [EY](#)

Faire de l'expérience client un avantage concurrentiel

La volatilité des abonnés est très importante dans le secteur, et chaque jour vos clients sont inondés de communications les incitant à changer de prestataire. La fluidité de l'expérience client est par conséquent devenue une priorité, tant pour vous permettre de conserver vos clients que d'en attirer de nouveaux.

Grâce à l'optimisation des réseaux et la diffusion des technologies numériques à grande échelle, les services proposés par les différents prestataires sont très similaires. Par conséquent, pour se démarquer de la concurrence, les entreprises doivent créer des expériences client exceptionnelles à même de renforcer leur fidélité, et d'améliorer les opportunités de vente.

En utilisant vos données client pour générer des insights en temps réel, vous serez en mesure de prendre des décisions éclairées qui génèrent une forte valeur pour vos expériences client. Vos données peuvent vous aider à développer des solutions innovantes pour votre autonomie, comme les chatbots et l'IA, qui améliorent à la fois votre productivité et la rétention de vos clients.



46 %

des opérateurs proposent une authentification par empreinte digitale pour leurs applications, et ceux qui proposent une authentification biométrique enregistrent **2,7 fois** plus de connexions mensuelles sur leurs applications.

Source : [McKinsey](#)

Alors que plus de 75 % des opérateurs proposent un renouvellement de contrat par le biais de leur site Web, seuls **56 %** le proposent par le biais de leurs applications.

Source : [McKinsey](#)



FAIRE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

Témoignage de client : verizon^v



PROBLÉMATIQUE :

Avec plus de 6,9 millions d'abonnés haut débit, 4,5 millions d'abonnés à la télévision et plus de 12 millions d'utilisateurs de téléphonie fixe, Verizon Fios génère plus de 4 To de données chaque jour. Son centre d'excellence en analytique cherchait à utiliser ces données plus efficacement pour répondre aux besoins des différents services.



SOLUTION :

Verizon a choisi de fusionner les données en ligne et les données hors connexion et de créer des ensembles de données plus petits, pour optimiser les opérations et renforcer l'expérience client. Ces ensembles de taille réduite ont été mis à disposition de plus de 200 parties prenantes, des cadres dirigeants au personnel des centres d'appel, pour leur permettre de prendre de meilleures décisions.



RÉSULTAT :

Verizon a créé plus de 1 500 tableaux de bord en libre-service pour les équipes de l'ensemble de l'organisation. Ces tableaux de bord ont généré plus de 125 000 vues. Les données qu'ils contiennent ont permis de diviser par deux le temps d'analyse du service client, avec à la clé une plus grande satisfaction client et une réduction du volume d'appels et des interventions de techniciens, et donc une baisse des coûts opérationnels.

APERÇU DES RÉSULTATS :

43 %

de réduction du volume d'appels, et baisse de 62 % des interventions de techniciens pour certaines cohortes de clients.

« Les insights produits par nos tableaux de bord nous aident à optimiser les opérations des centres d'appels, et ainsi à réduire le nombre d'appels renouvelés. Ce suivi nous permet de constater que lorsque le taux de résolution et l'indice de satisfaction des clients augmentent, le volume des appels et des interventions, qui ont un véritable impact sur les coûts, baisse. »



SID DAYAMA

Responsable senior de l'analytique des données chez Verizon

Développer des produits et des offres qui stimulent l'innovation

Le réseau joue un rôle essentiel. Vous devez l'optimiser pour développer vos produits et services, et faciliter l'innovation dans votre métier. À mesure que la digitalisation touche tous les secteurs, les opérateurs de télécommunications ont l'opportunité de proposer des solutions spécifiques à chacun d'eux.

Le réseau génère déjà des informations précieuses concernant le type d'appareil, les utilisations, les données des abonnés, les téléchargements, la géolocalisation et les transactions. Combinées, ces données vous donnent l'opportunité de proposer des services et expériences d'assistance personnalisés, pour les utilisateurs grand public et les clients professionnels. Ces offres innovantes et ces expériences client optimisées permettent d'accroître l'utilisation et de générer davantage de revenus.

La monétisation de données de géolocalisation, de l'analytique pour l'IoT et l'intelligence artificielle, des services de jeux et de divertissement s'appuie sur une infrastructure qui existe déjà. Utilisez votre technologie et vos innovations de manière pertinente pour créer de la valeur et vous démarquer, et ainsi renforcer la satisfaction et la fidélité de vos clients.



36 %

des clients interrogés dépensent davantage en divertissement et produits multimédia depuis le début de la pandémie de COVID-19.

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

« En mettant l'accent sur la fiabilité des services plutôt que sur la rapidité, et en intégrant des solutions de télétravail et de cloud gaming à vos forfaits grand public, les opérateurs ont l'opportunité de créer de nouvelles propositions de valeur. Leur priorité doit être d'harmoniser les nouveaux modèles de segmentation avec des plans tarifaires qui privilégient la qualité de service et la flexibilité, au lieu de mettre l'accent sur un volume un volume de données plafonné.

Source : [EY](#)

DÉVELOPPER DES PRODUITS ET DES OFFRES QUI STIMULENT L'INNOVATION

Témoignage de client :



PROBLÉMATIQUE :

Telia, le principal opérateur dans les pays nordiques, ne se contente pas de proposer des services de télécommunications à des millions de clients. Le déploiement de la 5G sur l'ensemble de la zone géographique permet d'envisager des applications très diverses, des solutions pour les utilisateurs grand public aux bus électriques autonomes alimentés par ce nouveau standard. Telia a cherché à maximiser ses sources de revenus en analysant les tendances dans les déplacements.



SOLUTION :

Telia a intégré Tableau au cœur de son initiative Crowd Insights. Ce système innovant génère une solution intuitive, facile à prendre en main et adaptative, qui permet à Telia de découvrir de nouvelles manières de monétiser les données collectées, et de générer de nouvelles sources de revenus.



RÉSULTAT :

Telia Crowd Insights a généré des données optimisées et plus faciles à exploiter, pour que les utilisateurs puissent comprendre, explorer et partager plus rapidement les insights qui ont des effets bénéfiques en matière d'urbanisme. À titre d'exemple, Crowd Insights a permis de constater que la nouvelle extension du métro à Helsinki a réduit les émissions de CO₂ de l'ordre de 13 tonnes par jour.

APERÇU DES RÉSULTATS :

Les données de Telia Crowd Insights ont permis de réduire les émissions de CO₂ de l'ordre de 13 tonnes par jour dans la nouvelle extension du métro à Helsinki

« La plateforme d'analytique embarquée de Tableau nous permet de nous focaliser sur le développement de nouveaux services Telia. Nous pouvons intégrer et personnaliser Tableau dans nos applications externes, et proposer des tableaux de bord qui permettent à nos clients de poser des questions et de générer eux-mêmes des insights pertinents. »



KRISTOFER ÅGREN
Responsable des insights data
Telia

Identifier les réductions de coûts possibles lors de la modernisation des opérations

L'optimisation des coûts est essentielle dans tous les secteurs, mais le renforcement de la concurrence et de la pression réglementaire ainsi que l'augmentation des dépenses soulignent davantage cet impératif dans le secteur des télécommunications.

Le déploiement de la 5G et la mise à niveau nécessaire des réseaux câblés vieillissants contribuent à l'augmentation des dépenses dans le secteur, mais présentent également une opportunité. En utilisant des technologies émergentes, telles que l'IA, l'automatisation, la 5G et l'IoT comme moteur de la transformation digitale, les opérateurs peuvent gagner en agilité et en efficacité, et mieux répondre aux attentes toujours plus fortes des clients.

Tirez au mieux parti de cette opportunité de transformation et de modernisation en vous appuyant sur l'automatisation et la transformation digitale pour optimiser le développement de vos sources de revenus.



46 %

des cadres du secteur considèrent qu'un manque de planification à long terme est un frein pour les initiatives en matière d'automatisation.

Source : [EY](#)

4 cadres sur 5

dans le secteur sont en train de réévaluer la rapidité de leurs initiatives d'automatisation ou prennent des mesures pour ajuster les stratégies existantes.

Source : [EY](#)

IDENTIFIER LES RÉDUCTIONS DE COÛTS POSSIBLES LORS DE LA MODERNISATION DES OPÉRATIONS

Témoignage de client :



PROBLÉMATIQUE :

M-net est un opérateur qui propose des services de téléphonie, de connexion Internet et de télévision à près de 380 000 entreprises et foyers du sud de l'Allemagne. L'opérateur s'appuyant sur un réseau de lignes louées à d'autres structures, il peinait à évaluer la rentabilité des clients individuels en raison du nombre de variables en jeu.



SOLUTION :

M-net a développé une série de tableaux de bord servant à la fois aux analyses et aux présentations. Ils ont été conçus pour inclure des données métier et des données techniques, sur les clients individuels de l'opérateur et sur les réseaux qu'il loue. Après les premiers tableaux de bord, l'entreprise a réalisé une analyse visuelle de toutes les lignes, de tous les ports et de toutes les zones de service afin de mieux appréhender la rentabilité des régions individuelles.



RÉSULTAT :

La société utilise aujourd'hui ses données pour faciliter la prise de décision dans tous les secteurs de son réseau client. Tableau a permis à M-net de prendre des décisions précises sur le long terme concernant son réseau, afin de réaliser des investissements plus ciblés et générant davantage de revenus.

APERÇU DES RÉSULTATS :

Les utilisateurs peuvent désormais suivre les indicateurs clés de performance clés :
chiffre d'affaires, coûts, nombre de contrats, produits et parts de marché

« Pour distribuer correctement les différents coûts proportionnellement à chaque client individuel, il était nécessaire de bien comprendre chaque facteur de coût. »



MARKUS KOLP
Analyste BI
M-net

Exploiter des outils analytiques basés sur les données pour améliorer le ciblage des clients

Les besoins des clients sont en évolution constante, et vous devez vous adapter à ce rythme pour établir des relations durables. Pour ce faire, il est essentiel de bien comprendre ces besoins et de développer une réponse ciblée pour chaque client.

En optimisant les données marketing et sur les ventes que vous possédez déjà, vous pouvez atteindre le niveau de compréhension nécessaire, et établir des relations plus étroites avec vos clients. Ces données, une fois analysées correctement, serviront à générer une segmentation, des offres et des interactions plus pertinentes, et à mieux comprendre l'efficacité de vos canaux.

Cette analyse et cette micro-segmentation en temps réel vous permettent de mieux être au contact de vos clients à l'endroit et au moment où ils en ont besoin, et ainsi proposer des interactions et des expériences plus ciblées.

Les opérateurs de télécommunications consacrent près de **50 %** de leur budget digital au search marketing et au marketing d'affiliation, qui représentent la quasi-totalité des commandes.

Source : [McKinsey](#)

Les opérateurs de télécommunications les plus performants ont mis en place des parcours clients spécialement conçus et profitent de taux de conversion **3,4 fois** supérieurs aux autres

Source : [McKinsey](#)



EXPLOITER DES OUTILS ANALYTIQUES BASÉS SUR LES DONNÉES POUR AMÉLIORER LE CIBLAGE DES CLIENTS

Témoignage de client : swisscom



PROBLÉMATIQUE :

Swisscom, l'une des marques les plus reconnues en Suisse, fournit des solutions de télécommunications à des millions d'entreprises et clients grand public dans l'ensemble du pays. La société a choisi de changer la manière dont elle utilise ses données, pour accéder à toutes les données sur l'ensemble de ses activités, des performances des antennes du réseau à l'efficacité des campagnes marketing.



SOLUTION :

Swisscom a utilisé Tableau pour s'affranchir des approches compartimentées dans ses différentes unités opérationnelles. Auparavant, il fallait parfois des semaines pour trouver, extraire et assembler les données. Aujourd'hui, la société a mis en place une communauté interne agile autour des données.



RÉSULTAT :

Les changements les plus importants concernent le canal B2B, avec des données qui permettent de suivre l'engagement client et de comprendre le parcours client au fil du processus de vente. Les 2 800 employés utilisent désormais les données comme une ressource stratégique, qu'ils peuvent exploiter pour optimiser la prise de décision au moment opportun. Cette approche a permis d'améliorer l'expérience des clients et de renforcer les activités.

APERÇU DES RÉSULTATS :

Avec les insights en temps réel, augmentation de

+15 %

des commandes B2B par le biais des canaux digitaux

« La flexibilité de Tableau nous permet de réagir rapidement et de générer des insights qui facilitent notre migration. »



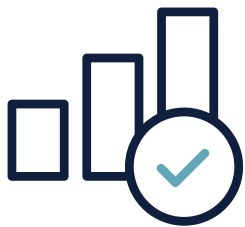
ÉRIC BUGNON

Chef de produit, outils analytiques
Swisscom

Comment Tableau aide le secteur des télécommunications en Europe à comprendre les données pour mieux réussir

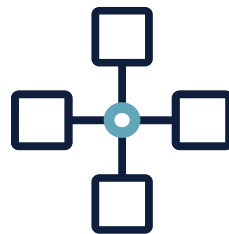
Ce secteur parmi les plus dynamiques connaît d'importantes transformations, mais ces évolutions vont de pair avec de nombreux défis à relever.

Les entreprises les plus innovantes tirent parti des informations fournies par leurs données pour améliorer leurs interactions avec les clients ainsi que les transformations en interne. Tableau améliore votre compréhension de la situation en vous permettant de :



Créer une vue en temps réel sur l'ensemble de vos activités

Chaque seconde compte : Tableau vous permet de prendre des décisions basées sur des données en temps réel.



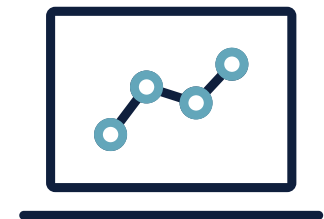
Supprimer les silos pour bénéficier d'un engagement à l'échelle de l'entreprise

En vous offrant l'accès aux données issues de toutes vos activités, Tableau vous aide à développer des produits et offres innovants.



Générer une vue complète sur vos clients

Tableau vous offre une vue de vos clients à chaque point de contact. Vous pouvez ainsi optimiser leur expérience et vous démarquer de la concurrence.



Accélérer la prise de décisions critiques

Tableau place les données et l'analytique au cœur de la prise de décisions, pour permettre à l'ensemble de vos équipes d'optimiser les coûts.

Et ensuite ?

Chaque entreprise aura des priorités différentes pour les problématiques abordées dans cet ebook. Nous avons vu comment Tableau aide ces entreprises à résoudre leurs problématiques, et Tableau peut vous aider vous aussi.



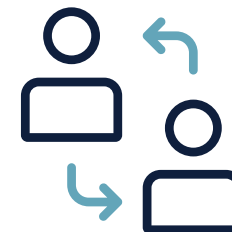
Découvrir

Suivez l'une de nos présentations ou l'un de nos webinaires sur tableau.com. Vous y découvrirez toutes les informations et contenus sur l'importance de posséder une vision claire de votre clientèle.



Échanger

Pour discuter plus directement de la manière dont Tableau peut vous aider, n'hésitez pas à [nous contacter](#) pour programmer un rendez-vous.



Partager

Si vous souhaitez convaincre votre équipe et vos dirigeants, partagez cet ebook, engagez le dialogue et préparez-vous à bénéficier d'une vision plus claire de vos clients.



www.tableau.com