



**COMARCH**

**LA INTEGRACIÓN DE MERCADOS MÚLTIPLES ACORTA  
EL TIEMPO DE LANZAMIENTO AL MERCADO Y EL COSTE  
DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN EL SEGMENTO DE  
LOS CLIENTES EMPRESARIALES  
OPERADOR EUROPEO DE NIVEL 1**

## EL RETO

Con el objetivo principal de mejorar la experiencia de sus clientes empresariales, un operador europeo de Nivel 1 decidió emprender una **integración ambiciosa destinada a múltiples mercados, en concreto a tres mercados distintos**.

El reto era prestar nuevos servicios a clientes empresariales en los tres mercados de manera más rápida y rentable, y disponer al mismo tiempo de una estrategia de mercado específica para cada uno y con ofertas individuales para ofrecer así un valor añadido real para las empresas. Además, como los servicios digitales prestados a las empresas se componen de elementos proporcionados tanto por el operador como por terceros, la solución debía poder incorporar fácilmente las capacidades de los socios al catálogo de productos propio del operador.

Para enfrentarse a estos retos, el operador debía incorporar una solución que encajara mejor con los requisitos del proyecto, una solución que ofreciese la flexibilidad necesaria para gestionarlo todo desde un solo lugar:

- **Tres mercados maduros** con tres idiomas, tres monedas y tres regímenes fiscales
- **Tres organizaciones maduras** con sus propios procesos y arquitecturas. Las operaciones IT en entornos tecnológicos sofisticados y heterogéneos dieron lugar a la fragmentación de la información
- **Tres redes diferentes** y socios locales que apoyan el negocio

## LA NECESIDAD EMPRESARIAL

- Acortar el plazo de comercialización de nuevos servicios para clientes empresariales
- Abordar los requisitos exclusivos de cada cliente empresarial, ofreciendo así más valor para este segmento
- Allanar el camino a los servicios digitales. Teniendo en cuenta que los servicios se basan en complejas cadenas de valor, el operador necesitaba incorporar fácilmente productos de los socios a su propio catálogo de productos
- Facilitar la colaboración con socios locales e internacionales
- Unificar la gama de productos y servicios en los tres países, al mismo tiempo que se mantenía la capacidad de satisfacer las necesidades específicas del mercado y ofrecer capacidades de personalización como opción
- Realizar la integración sin problemas y garantizar el funcionamiento sin alteraciones de los sistemas y procesos existentes

## PRODUCTOS Y SERVICIOS DE COMARCH

- Facturación Convergente (Convergent Billing)
- CRM
- Gestión de Productos Centralizada (Central Product Management)
- Servicios de Última Generación (Next Generation Service Fulfillment NGSF)
- Service Order Management
- Service Fulfillment
- Service Catalog
- Inventario de servicios (Service Inventory)
- Activación de servicios (Service Activation)

- Tener todos los sistemas IT orientados a los requisitos empresariales y eliminar los sistemas que obstaculizan las operaciones empresariales
- Aumentar la precisión en la recogida de pedidos y en los procesos de entrega, y reducir al mismo tiempo su coste de manera significativa
- Eliminar la brecha entre el diseño de la solución comercial y los procesos técnicos necesarios para implantarla

## EL PLANTEAMIENTO

Con el fin de mejorar los procesos de gestión de ofertas, reducir el tiempo de lanzamiento al mercado y permitir que los directores de marketing y de producto creen nuevos servicios de forma rápida y sencilla, Comarch asumió un enfoque que permitiría aumentar la reutilización de los servicios y la automatización de los procesos de gestión de producto.

Para realizar esta visión, Comarch propuso una arquitectura IT construida en torno a catálogos de productos y servicios centralizados y pre-integrados que constituyen el núcleo del ecosistema BSS/OSS. La expectativa era alinear sin problemas los aspectos empresariales y técnicos de las ofertas y conseguir que la totalidad del ecosistema de IT se orientase a las necesidades definidas por las empresas. Esto permite una reacción rápida a las cambiantes condiciones del mercado y aumenta la eficiencia al realizar modificaciones en las ofertas existentes, haciendo el proceso más fácil, rápido y barato.

## LA SOLUCIÓN

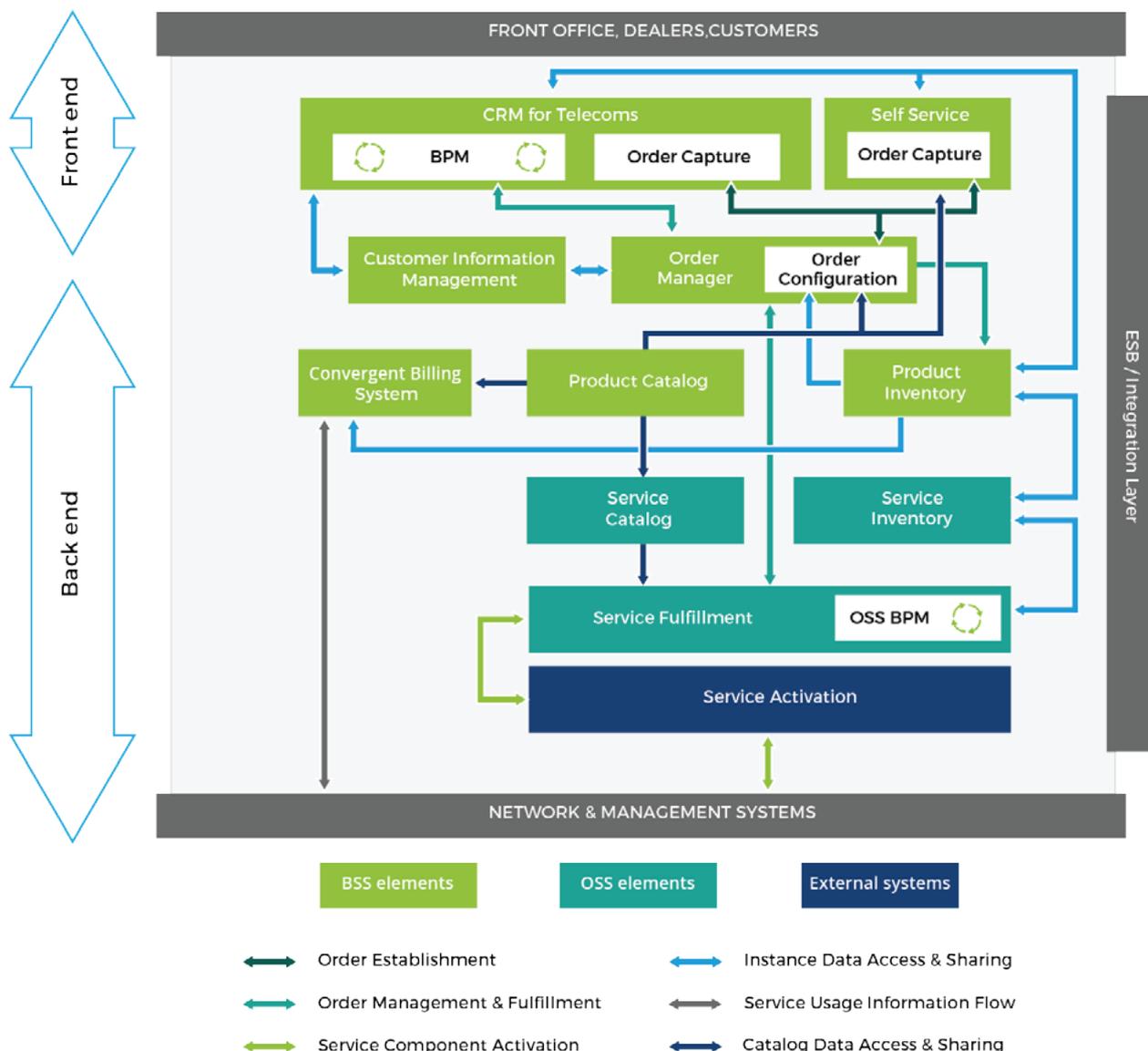
El operador estaba intentando introducir una solución BSS/OSS completa que sirviese a tres mercados diferentes en países con sus propias ofertas de productos para clientes empresariales.

**Para ayudar a cumplir los objetivos del operador, el sistema implantado ofrecía las siguientes funcionalidades:**

- **Gestión de productos centralizada** con creación flexible de productos/ofertas y orquestación/acortamiento del ciclo de vida, permitiendo un plazo de comercialización más corto y nuevos productos/paquetes de productos orientados hacia los clientes empresariales.
- **Gestión de pedidos y prestación de servicios** de forma coherente en toda la organización
- **CRM dedicado con una única visión de cliente de 360°:** un sistema para los tres países que garantiza que el total de la información de los clientes empresariales está reunida en un solo lugar

La facturación flexible para clientes empresariales incluye la fijación de los precios de ofertas, así como facturación personalizada y dividida, y es lo bastante flexible para permitir la adaptación a las necesidades específicas de los clientes. El enfoque orientado hacia el catálogo del proyecto integró una variedad de componentes de servicio reutilizables que se emplearon para automatizar los procesos de cumplimiento. Se prevé una reducción adicional del plazo de comercialización, y en consecuencia se obtendrá ventajas operativas.

La introducción de la ejecución orientada al catálogo (con un catálogo de productos y servicios integrados) resultó ser un factor de éxito fundamental para alinear los aspectos empresariales y técnicos del diseño de producto. Además, la capacidad para utilizar algunas capacidades existentes de los sistemas heredados, permitió ejecutar la transformación por fases, evitando los costes iniciales y los riesgos que implicaría un cambio radical.



**La arquitectura de la solución se centra en dos elementos que conducen todos los procesos:**

- **El Central Product Management de Comarch** (CPM - catálogo de productos) es una fuente central de información de productos y ofertas. Garantiza el despliegue rápido de nuevos productos y ofertas y su publicación a través de los canales de ventas, sin necesidad de configuración adicional para apoyar las nuevas ofertas en los sistemas IT. CPM impulsa las operaciones de todo el BSS básico, incluidas la recogida de pedidos, la gestión de pedidos, el inventario de productos y la facturación.
- **Next Generation Service Fulfillment de Comarch** aumenta la automatización de servicios gracias al desglose de los servicios dentro de su catálogo de servicios, y construye de forma dinámica los flujos de entrega desde los motores de servicios definidos a nivel de componente de servicio.

## LOS RESULTADOS

**Mejoras de eficiencia en el proceso general, de pedido a entrega (mercado B2B)**

- Reducción general de entre un 87 % y un 91 % del tiempo requerido de intervención humana en los procesos de pedido a entrega
- Las cifras se midieron en la nueva instalación en producción comparada al legacy anterior

**Mejoras en la automatización de pedidos de servicio de banda ancha B2B**

- Automatización completa (100 %) en la gestión de pedidos de servicio (realización de pedidos)
- Eliminación del trabajo manual en la gestión de pedidos de servicio
- División y organización completa de pedidos según el catálogo



**Consolidación de operaciones IT comunes gracias a una única solución multinacional**

- Solución única BSS/OSS consolidada (de CRM a expedición)
- Soporte a la entrega de los mismos productos a través de distintas redes

---

## ACERCA DE COMARCH

Comarch es un proveedor de soluciones IT integrales para empresas de telecomunicaciones. Desde 1993, la empresa ha ayudado a proveedores de servicios de telecomunicación de todo el mundo a optimizar costes, aumentar la eficacia empresarial y transformar las operaciones BSS/OSS. Las soluciones de Comarch combinan amplias funcionalidades de producto con una gran configurabilidad y se complementan con una amplia gama de servicios. El enfoque flexible de la empresa frente a los proyectos y la gran variedad de modelos de despliegue ayudan a las empresas de telecomunicaciones a crear redes más inteligentes, mejorar la experiencia cliente y a lanzar al mercado de forma rápida servicios digitales, como servicios en la nube y M2M. Esta estrategia le ha valido a Comarch la confianza y lealtad de sus clientes, entre los cuales se cuentan los proveedores de servicios de telecomunicación más importantes del mundo: Vodafone, T-Mobile, Telefónica, E-Plus, KPN y MTS.

Copyright © Comarch 2016. All Rights Reserved

[telco-enquiries@comarch.com](mailto:telco-enquiries@comarch.com) | [telecoms.comarch.com](http://telecoms.comarch.com)

**COMARCH**