

# KLANTEN

**Business Objects**

## KPN: Verdieping in rapportages



*“Met Business Objects beschikken we over gedegen management informatie, waardoor we beter kunnen sturen en sneller kunnen beslissen.”*

**Jan Roelof Stienstra, Manager Financiën en Ontwikkeling bij KPN.com**

### Uitdaging

Automatiseren van analyses over de website KPN.com, op basis van informatie uit verschillende systemen. Doel hiervan is efficiëntie (wegnemen handwerk), accurate gegevens en het ondersteunen van het verkoopproces.

### Oplossing

Business Objects wordt gebruikt om informatie uit verschillende websitesystemen te ontsluiten en in te zetten voor management- en marketingdoeleinden.

### Voordelen

Nauwkeurige managementgegevens over KPN.com waardoor KPN beter kan sturen en sneller kan beslissen over zaken rondom de website. Het bedrijf kan commerciële acties efficiënter uitvoeren en zijn klanten gerichter benaderen waardoor ook de klanttevredenheid wordt verhoogd.

KPN is Nederlands grootste leverancier van telecommunicatiediensten aan zowel particuliere als zakelijke klanten. Het bedrijf bedient zo'n 7,5 miljoen klanten met een vaste telefoon-aansluiting en 1,6 miljoen internetgebruikers in Nederland. Met KPN.com zorgt het bedrijf voor de benodigde informatievoorziening en service richting gebruikers. Echter, KPN kende een aantal problemen rondom de bruikbaarheid van websitegegevens. Zo was het voor het bedrijf vrijwel niet mogelijk om te beschikken over up-to-date informatie over verkoopcijfers, het resultaat van verkoopacties en het gebruik van de website.

### Gebrek aan informatie

Jan Roelof Stienstra, Manager Financiën en Ontwikkeling bij KPN.com vertelt: “In het verleden had iedere afdeling zijn eigen website. Vijf jaar geleden zijn al deze websites samengebracht op één locatie: kpn.com. Dat zorgde natuurlijk voor een aantal voordelen, maar tevens voor een aantal nadelen. Zo maakten we gebruik van een webtool met veel maatwerk, zodat integratie kon plaatsvinden tussen de verschillende websitesystemen. Deze omgeving beschikte over allerlei rapportagetools. Toch lukte het niet om antwoord te krijgen op hele wezenlijke vragen als: hoe vaak wordt dit onderdeel op de website bekeken en wat heeft deze actie opgeleverd? Wat we dan deden was de informatie uit de verschillende systemen naast elkaar leggen, om die vervolgens handmatig te vergelijken en te verwerken.”



Jan Roelof Stienstra, Manager Financiën en Ontwikkeling

### Eisenpakket

Stienstra: “Wil je echter goed op marktwensen kunnen inspelen, dan moet je beschikken over gedegen en up-to-date informatie. We besloten daarom eind 2004 een datawarehouse met rapportage-tool aan te schaffen. Daarbij was de belangrijkste eis dat het systeem accurate cijfers moest leveren voor het management en financiële doeleinden. Verder hebben we gekeken naar de prijs en moesten we rekening houden met standaardisatie binnen KPN, waardoor we de keuze hadden uit een aantal voorkeurlieferanciers. We hebben een uitgebreide voorselectie gedaan, gevolgd door een proof of concept met de twee overgebleven leveranciers. Daarbij hebben we voornamelijk gekeken naar de accuraatheid van de cijfers en de bruikbaarheid en flexibiliteit van de rapportages. Kun je bijvoorbeeld door een simpele refresh snel de

### Over KPN

KPN biedt telecommunicatiediensten aan zowel particuliere als zakelijke klanten. De kernactiviteiten van KPN zijn spraak- en datadiensten via het vaste net in Nederland, mobiele telecommunicatiediensten in Duitsland, Nederland en België, en datadiensten in West-Europa. KPN is marktleider in de belangrijkste segmenten van de Nederlandse telecommunicatiemarkt. Met E-Plus in Duitsland en BASE in België is KPN in deze landen de op twee na grootste aanbieder in de mobiele markt.

Per 31 december 2004 bediende KPN 7,4 miljoen klanten met een vaste telefoon aansluiting en 1,6 miljoen internetgebruikers in Nederland, en nog eens 17,2 miljoen mobiele klanten in Duitsland, Nederland en België. Per dezelfde datum had KPN 31.116 medewerkers.

nieuwe stand van zaken zien en kun je makkelijk een andere focus in de rapportages aangeven? De dynamiek in de markt maakt dat je continu op prioriteiten moet inspringen. Business Objects kwam duidelijk als beste partij naar voren. De cijfers waren zeer nauwkeurig en we waren erg verrast door de mogelijkheden van het systeem. Bovendien lag de nadruk bij Business Objects niet op de offerte, maar juist op het plan van aanpak. Hierdoor hadden we goed inzicht in wat ons te wachten stond."

### Implementatie

"Eind 2004 hebben we de beslissing voor Business Objects genomen. We zijn toen direct gestart met de details voor het plan van aanpak: wat gaan we bouwen, hoe gaan we dat aanpakken, hoe gaan we het implementeren en testen? Een belangrijk aspect van het project is de acceptatie van de mensen die ermee moeten werken, want het vraagt nogal wat. Mensen moeten worden opgeleid, moeten beoordelen of de gegevens uit het nieuwe systeem kloppen met die uit het oude systeem en moeten bovenal betrokken zijn. Dat vergt extra aandacht en geduld van de organisatie. Daarnaast hebben we veel tijd besteed aan het proces eromheen, dus taken en verantwoordelijkheden. Wie moet er handelen als de rapportages niet goed zijn? Ook dat soort zaken moet worden afgestemd", aldus Stienstra.

### Gedegen analyses

Stienstra: "Inmiddels maken we sinds enige tijd gebruik van het systeem en we zijn erg tevreden. We gebruiken Business Objects voor de managementrapportage, dus voor inzicht in het gebruik en de verkoopaantallen via de website KPN.com. Daarnaast gebruiken we Business Objects voor de dag- en weekrapportage, waarin alle gegevens rondom sales via en het gebruik van de website zijn opgenomen. Hier kunnen we bijvoorbeeld uit aflezen hoeveel telefoons er die week per type via de website zijn verkocht, hoeveel online aanvragen daadwerkelijk business zijn geworden, wat bezoekers op de site hebben gedaan, welke producten in 'trek' zijn en wat het resultaat is van verkoopacties. Deze informatie stelt ons in staat beter te sturen en sneller te beslissen. We kunnen daarnaast commerciële acties effectiever uitvoeren en de klanttevredenheid verhogen, doordat we meer inzicht hebben in klantvoorkeuren. Verder kunnen we nu zien hoe vaak onderdelen uit de site worden aangeklikt, zodat we niet-populaire elementen kunnen vervangen. Dat werkt natuurlijk ook allemaal positief voor de tevredenheid van de klant. Daarnaast is het voor KPN.com nu makkelijk om de juiste informatie te distribueren naar het management van de business units binnen de divisie Vast en de divisie Directie. We beschikken nu al over de informatie die we wilden hebben, maar er zitten nog veel meer mogelijkheden in het systeem. Daar gaan we ons de komende tijd dan ook op richten. Business Objects helpt ons daarbij op een prettige manier. Het bedrijf heeft zich voor ons bewezen als een betrouwbare partner."



Americas  
Tel: +1 800 527 0580

The Netherlands  
Tel: +31 30 225 9000

Asia-Pacific  
Tel: +65 887 4228

Web  
[www.businessobjects.com](http://www.businessobjects.com)

The Business Objects product and technology are protected by US patent numbers #5,555,403 and 6,247,008. The Business Objects logo, BusinessObjects, and Rapid Mart are trademarks or registered trademarks of Business Objects SA in the United States and/or other countries. All other company, product, or brand names mentioned herein may be trademarks of their respective owners. Specifications subject to change without notice. Not responsible for errors or omissions. Copyright©2004 Business Objects. All rights reserved.