

Stroomlijnen en streven naar eenvoud

Vereenvoudigen. Gemakkelijker gezegd dan gedaan? Niet voor Orange Belgium, dat het hele jaar door zowel intern als extern aan deze essentiële doelstelling heeft gewerkt. Om zijn efficiëntie te vergroten, maar ook om beter aan de behoeften van klanten te voldoen, heeft Orange Belgium het aangedurfd om nieuwe, gewaagde formules aan te bieden, en tegelijkertijd zijn werkwijze te versoepelen en optimaliseren.



Het doel is alleszins duidelijk: dat iedereen, particulieren én bedrijven, kan kiezen voor een oplossing die beantwoordt aan zijn echte behoeften en verbruiksgewoonten.

De belofte van Orange Belgium aan de b2b-markt: een connected employer kunnen worden.

Jean-Claude Van Damme die op twee komkommers door het heelal vliegt, een cavia in de armen en achternagezeten door drie kwaadaardige dwergen... Een typisch Belgisch surrealistisch scenario, speciaal ontwikkeld voor de innovatieve reclamespot van Orange Belgium. Wat er behalve het script zo bijzonder aan is? Het zijn de klanten van de onderneming die hem hebben verzonnen! Het resultaat is leuk en gedurfd, net als de formules die Orange Belgium aan zijn klanten aanbiedt. Het doel is alleszins duidelijk: dat iedereen, particulieren én bedrijven, kan kiezen voor een oplossing die beantwoordt aan zijn echte behoeften en verbruiksgewoonten.

Weg met het juk van de traditionele packs

Het meest in het oog springende telecomnieuws van 2019 was ongetwijfeld Love Duo, het allereerste pack samengesteld uit een mobiel abonnement naar keuze en ultrasnel en onbeperkt vast internet. In dit segment richt Orange Belgium zich voornamelijk op cord-cutters, de steeds talrijkere groep consumenten die de klassieke tv inruilt voor audiovisuele content die online beschikbaar is, met name via streamingplatformen. De breuk met de formules die traditioneel op de telecommarkt worden aangeboden, is duidelijk en Orange Belgium gaat verder op de ingeslagen weg om zich los te maken van dat klassieke keurslijf. Om klanten het leven gemakkelijker te maken, is het assortiment van

commerciële aanbiedingen zowel voor residentiële klanten als voor het b2b-segment aanzienlijk vereenvoudigd. De onderneming heeft overigens twee andere gevestigde waarden onderuit gehaald door onbeperkt bellen en surfen in Europa aan te bieden. Ook mms'en is gratis in België en voor postpaid-klanten zelfs in de hele Europese Unie. Twee trendbreuken, automatisch doorgevoerd voor zijn klanten en in alle eenvoud, zonder dat de klant iets hoefde te vragen. Idem voor het nieuwe Cheetah-abonnement: van de ene op de andere dag, en zonder dat klanten iets hoefden te doen, werd het maandelijkse datavolume verhoogd van 8 naar 15 GB, nog steeds gecombineerd met oproepen, sms'en en mms'en voor 30 euro per maand. Meer datavolume, zonder explosieve tariefverhoging, dat zit in het DNA van Orange Belgium.

Diensten voor professionals

Het assortiment aanbiedingen wordt niet alleen uitgebreider en eenvoudiger voor particulieren, maar ook voor professionals. Orange Belgium heeft zo zijn eerste volledig beveiligde en onbeperkte Shape-tariefplannen voorgesteld: onbeperkt mobiel surfen, bellen en sms'en kan voortaan niet alleen in België, maar ook in 39 andere Europese landen en gebieden. De belofte van Orange Belgium: dat b2b-klanten connected employers kunnen worden, door hun traditionele communicatiediensten te bieden, maar ook eenvoudige en doeltreffende tools voor het dagelijkse beheer van hun communicatie en de gebruikte terminals. En om zijn b2b-klanten nog meer gemoedsrust te bieden, heeft Orange Belgium zijn Shape-abonnementen bovendien gratis uitgebreid met een extra beveiligingsdienst die elke 'smartphone client' beschermt tegen potentiële cyberdreigingen. Deze extra diensten verhogen het gebruiksgemak en beantwoorden steeds beter aan de uiteenlopende behoeften van b2b-klanten. Weg met meerdere en complexe abonnementen: Orange Belgium biedt eenvoudige en volledige diensten.



Doel: de teams zoveel mogelijk end-to-end-verantwoordelijkheid geven.

Vereenvoudigen om beter te werken

Er is een flinke dosis wendbaarheid nodig om de werking van teams eenvoudiger te maken. Dat heeft Orange Belgium echter niet tegengehouden om toch flinke veranderingen door te voeren. Concreet was het de bedoeling om de teams een end-to-endverantwoordelijkheid te geven en op die manier hun verantwoordelijkheidszin te bevorderen. Bepaalde teams, zoals degene die verantwoordelijk zijn voor de klantendienst, zijn bijvoorbeeld ondergebracht in de verschillende afdelingen om efficiënter te werk te kunnen gaan en vooral om zo weinig mogelijk informatie te verliezen. Op die manier zijn deze teams namelijk beter in staat om problemen van klanten al bij het eerste telefoongesprek op te lossen. Dankzij een forse vereenvoudiging van

de procedures en structuren worden projecten inmiddels veel beter opgevolgd. Parallel aan deze ontwikkelingen in de operationele procedures zijn ook tal van interne administratieve processen gedigitaliseerd, om de medewerkers van de onderneming het leven gemakkelijker te maken. Gedaan met papieren onkostennota's of doktersbriefjes die via de post moeten worden verstuurd. Voortaan kan alles digitaal, wat de verwerking van heel wat personeelszaken eenvoudiger maakt. Dankzij de invoering van een Flex Income Plan kan elke medewerker een deel van zijn loon besteden aan allerhande extra voordelen die hij zelf kan kiezen.

Omdat Orange Belgium er continu naar streeft om zijn distributienetwerk te verbeteren, worden de activiteiten van een twintigtal franchisewinkels inmiddels intern uitgevoerd.



Hallo, Orange?

Hoewel Orange Belgium alles in het werk stelt om zijn 3 miljoen particuliere klanten tevreden te stellen, kan het altijd gebeuren dat iemand een slechte ervaring heeft. En zelfs dan zorgt Orange Belgium ervoor dat klachten kwalitatief, uniform en doeltreffend worden opgevolgd. In 2018 ging het initiatief van start om teams gericht op te leiden, wat in 2019 is uitgemond in een verbetering en vereenvoudiging van de procedures voor antwoorden aan klanten en een herziening van de interne processen voor beveiliging en bescherming van persoonsgegevens. In het kader van dat proces was het onder meer noodzakelijk om alle interne databases en de personen die daar toegang tot hebben te identificeren, om standaardantwoorden op te stellen voor vragen van klanten op het gebied van bescherming van persoonsgegevens, en om alle veiligheidsaspecten die met de activiteiten van Orange Belgium gepaard gaan, globaal in kaart te brengen.

Installaties eenvoudiger maken: go!

Wanneer een klant van abonnement verandert en kiest voor de diensten van Orange Belgium, hoeft de kabelexploitant niet langer tussenbeide te komen. De installateur kan voortaan alle werkzaamheden in één keer uitvoeren. Dat betekent tijd- en energiewinst voor zowel de klant als de onderneming. In 2019 kon dankzij een verandering in de Belgische reglementering, die grotendeels door Orange Belgium werd gesteund, dit zogenaamde single-installersysteem operationeel worden ingevoerd. Het resultaat: een snellere en efficiëntere installatieprocedure voor de klant, en meer controle en duidelijkheid voor Orange Belgium.

De doelstellingen voor 2020

- Verdere vereenvoudiging van de IT-tools
- Verdere vereenvoudiging van de commerciële aanbiedingen
- Herziening van de contracten met externe partners
- Verdere vereenvoudiging van de interne processen

Een ongeëvenaard partnerschap met Proximus voor het mobiele toegangsnetwerk



De uitrol van een mobiel netwerk neemt uiteraard een centrale plaats in in de activiteiten van een telecomoperator. Orange Belgium mag alvast trots zijn op de in België toegezegde investeringen en uitgerolde technologieën sinds het prille begin. Het uitrolproces kan wel nog worden verbeterd en geoptimaliseerd, om met name te vermijden dat investeringen die voor verschillende operatoren vrijwel hetzelfde zijn, twee keer worden uitgevoerd. Dat zorgt voor een toename van het totale energieverbruik, maar levert geen echte meerwaarde op voor de klant. Dat was één van de redenen waarom Orange Belgium in het begin van de zomer van 2019 heeft aangekondigd dat het van plan was een overeenkomst voor een gedeeld mobiel netwerk te sluiten met Proximus. De doelstelling bestaat erin een joint venture op te richten waar beide ondernemingen een gelijk belang in hebben, en die belast is met het onderhoud en de uitrol van het mobiele toegangsnetwerk voor 2G-, 3G-, 4G- en in de toekomst ook 5G-technologie. Dit deel van het netwerk bestaat voornamelijk uit de locaties van antennes en biedt slechts weinig mogelijkheden tot differentiatie van de diensten die aan de klant wordt aangeboden, aangezien de werkelijke strategische en technologische keuzes die garant staan voor differentiatie en concurrentie, op het niveau van de kern van het netwerk worden genomen.

Rationalisering, verkleining van de ecologische voetafdruk en voorbereiding van 5G

Dankzij een gemeenschappelijk mobiel toegangsnetwerk kunnen Orange Belgium en Proximus de algemene mobiele ervaring van de Belgische consument verbeteren, het energieverbruik van hun netwerken met bijna 20% terugdringen, en er vooral voor zorgen dat 5G – zodra de reglementering dat toestaat – in de toekomst sneller en uitgebreider kan worden uitgerold. Dit partnerschap verhindert echter geenszins een gezonde concurrentie tussen beide operatoren, die bovendien nog steeds over het recht beschikken om netwerken of technologieën eenzijdig uit te rollen. In de laatste maanden van 2019 is er mooie vooruitgang geboekt in de voorbereidende werkzaamheden voor de installatie van de joint venture. De Belgische Mededingingsautoriteit heeft de effectieve implementatie van de joint venture op verzoek van Telenet uitgesteld tot 16 maart 2020, om de nationale toezichhouder voor de telecommunicatiesector, het BIPT, de mogelijkheid te bieden om de garanties van beide groepen over de instandhouding van een gezonde concurrentie, grondiger te analyseren. Orange Belgium heeft alle vertrouwen in de concrete uitwerking van het partnerschap, die voordelen zal hebben voor klanten en voor de maatschappij in het algemeen.