

Een ongeëvenaarde klantervaring



2018 was een gedurfd jaar voor Orange Belgium – te beginnen met de gewaagde vereenvoudiging van producten en diensten, de verbetering van het marktaandeel in alle businesses en het leveren van onbeperkte bel- en databundels.

Convergentie boosten om de waarde van mobiel te ondersteunen

Orange Belgium realiseerde met het boosten van zijn convergent aanbod een topprioriteit voor 2018. De lancering van de Love Unlimited-formule in februari, met inbegrip van extra functies, deed het klantenbestand toenemen tot 180.000 (oftewel +75 % jaar op jaar).

Een cruciale factor voor die ontwikkelingen was de gunstige regelgevende beslissing die de

concurrentie op de convergente markt in België in de kaart speelde. De weg ligt nu open voor Orange om zijn doelstelling van 10 % marktaandeel in breedband te halen.

En om op hetzelfde positieve elan voort te gaan, biedt Orange in 2019 een formule aan met uitsluitend breedband (zonder televisie) om mee te surfen op de snel groeiende trend van content online bekijken.

De onbetwiste koning van mobiel

Voortbouwend op de fundamentele sterkte van de onderneming profileerde Orange zich in 2018 als koning van het mobiele aanbod. Het innovatieve Koala-abonnement biedt klanten onbeperkt bellen en sms'en met daarbovenop behoorlijk wat data tegen een heel aantrekkelijke prijs.

Daarnaast verbeterde het bedrijf zijn mobiele applicatie om de klanten nog beter van dienst te zijn. Het jaar werd dan ook gekenmerkt door een uitgebreide waaier van diensten en verbeterde content, boven op de altijd al uitmuntende kwaliteiten van het Orange-netwerk. De bedoeling? De getrouwheid verbeteren en ieder gezinslid een ongeëvenaarde klantervaring bieden.

Wat mogen we verwachten voor 2019? Nog meer voordelen... zonder prijsverhoging!

Ieder Belgisch bedrijf digitale communicatie en samenwerkingsdiensten aanbieden

Het bedrijf timmerde ook verder aan zijn dienstenaanbod voor zakelijke klanten. Naast sterke mobiele en convergente producten en diensten voegde Orange Belgium een hele reeks diensten voor bedrijven toe, zoals fleetmanagement, ICT-ondersteuning en mobiele oplossingen voor werknemers om de New Way of Working nog beter te ondersteunen.

Naar een ongeëvenaarde klantervaring

Eén van de belangrijkste voordelen van Orange is dat het de klant resoluut op de eerste plaats zet. De vier strategische prioriteiten en alle stakeholders van het bedrijf ondersteunen die visie. Het is zelfs zo dat Orange de klant ziet als zijn belangrijkste stakeholder. 2018 was een jaar van proactiviteit en vereenvoudiging van processen.

Orange betreedt het B2B-marktsegment met een zakelijke mindset. Dat leidt tot 'leanere' producten en diensten en oplossingen op maat van de specifieke behoeften en wensen van de klant. Het komende jaar zal Orange voorbereidingen treffen voor de komst van 5G. In de tussentijd bouwt de onderneming verder op de specifieke IoT-layer boven op zijn 4G-netwerk.

De visie is om diensten en oplossingen aan te bieden die uiteindelijk opperste gemoedsrust creëren.

Digitale & culturele transformatie

In 2018 boekte Orange Belgium vooruitgang op het vlak van zijn omvattende project rond interne digitale transformatie, dat het bedrijf van zijn telecomverleden naar de digitale toekomst moet leiden. De uiteindelijke doelstelling is om de besluitvorming, samenwerking en innovatie – de hele Orange-cultuur en -werkwijze – sneller en meer agile te maken, de samenwerking en efficiëntie te verbeteren, beperkingen te overstijgen en nog veel meer. De onderneming kijkt al uit naar de eerste resultaten van het transformatieproject in 2019.

Bovendien wil Orange zijn belofte om een digitale en zorgzame werkgever te zijn koste wat het kost waarmaken. Naast heel wat andere ontwikkelingen werd het afgelopen jaar veel aandacht besteed aan voeding en beweging: belangrijke factoren die de team members in goede lichamelijke en geestelijke gezondheid houden. Het is de filosofie van Orange dat wanneer zijn werknemers tevreden zijn, de klanten dat ook zijn.

