

Miser sur la simplicité et rationaliser

Simplifier. Facile à dire mais difficile à faire ? Pas pour Orange Belgium qui a poursuivi cet objectif essentiel tout au long de l'année tant au niveau externe qu'interne. Pour plus d'efficacité mais aussi d'adéquation, Orange Belgium a osé proposer de nouvelles offres audacieuses tout en travaillant de manière plus fluide et optimisée.



La promesse d'Orange Belgium au marché B2B : la possibilité de devenir un employeur connecté.

Jean-Claude Van Damme volant sur deux concombres, un cochon d'Inde dans les bras et poursuivi par trois nains vengeurs... Un scénario surréaliste à la belge développé pour le spot publicitaire innovant d'Orange Belgium. Sa particularité, hormis son script ? Ce sont les clients de l'entreprise qui l'ont imaginé ! Un résultat fun et audacieux, à l'image des offres qu'Orange Belgium met à disposition de ses clients. Car l'objectif est clair : permettre à chacun, particulier comme entreprise, d'opter pour une solution qui comble ses réels besoins et habitudes de consommation.



L'objectif est clair : permettre à chacun, particulier comme entreprise, d'opter pour une solution qui comble ses réels besoins et habitudes de consommation.



Briser le carcan des packs

Le lancement phare de l'année 2019 est, sans nul doute, celui de l'offre Love Duo, un pack inédit combinant un abonnement mobile au choix et l'accès à l'internet fixe ultra-rapide et illimité. Une niche qu'Orange Belgium explore en s'adressant principalement aux cord-cutters, ces consommateurs de plus en plus nombreux qui ont délaissé la télévision classique pour consulter des contenus audiovisuels disponibles en ligne, via notamment des plateformes de streaming. La rupture avec les propositions traditionnelles du marché télécom est nette et Orange Belgium poursuit sur son crédo : casser les codes du marché. Afin de faciliter la vie aux clients, la gamme des offres commerciales tant pour les clients résidentiels que B2B

ont été largement simplifiées. L'entreprise a par ailleurs brisé deux autres codes solidement implantés en offrant les appels et la data illimités en Europe ainsi que les MMS gratuits en Belgique mais aussi au sein de l'Union Européenne pour les clients postpaid. Deux premières qui se sont effectuées automatiquement, dans la plus grande simplicité, sans qu'aucun client ne doive intervenir. Idem pour la révision de l'abonnement Guépard : du jour au lendemain, et sans la moindre manipulation par le client, l'abonnement a offert un volume de data mensuel de 15 GB au lieu de 8, toujours couplés avec des appels, SMS et MMS pour 30 euros par mois. Augmenter les data sans faire exploser les tarifs est dans l'ADN d'Orange Belgium.

Services pour les professionnels

Le rayon des offres s'étoffe et se simplifie pour les particuliers mais aussi pour le marché professionnel. Orange Belgium a donc proposé les premiers plans tarifaires Shape entièrement sécurisés et illimités : data mobile, appels vocaux et SMS illimités sont désormais à utiliser en Belgique mais aussi dans trente-neuf autres pays et territoires européens. La promesse d'Orange Belgium : permettre à ses clients B2B de devenir des *connected employers*, en leur offrant des services de communication traditionnels, mais également des outils simples et efficaces pour la gestion au quotidien de leurs communications et des terminaux utilisés. Et, histoire de contribuer plus avant à la sérénité des clients B2B, Orange Belgium a également ajouté à ses abonnements Shape, gratuitement, un service de sécurité supplémentaire qui protège tout « smartphone client » contre les cybermenaces potentielles. Cette intégration de services offre une facilité d'usage et répond de plus en plus à l'étendue des besoins des clients B2B. Fini les abonnements multiples et complexes, Orange Belgium propose des services simples et complets.



Objectif : offrir au maximum une responsabilité de bout en bout aux équipes.

Simplifier pour mieux travailler

Il faut une sacrée dose d'agilité pour simplifier le fonctionnement d'équipes de travail. Un objectif qui n'a pas freiné Orange Belgium dans sa transformation. Concrètement l'objectif fut de responsabiliser au maximum les équipes en leur offrant une responsabilité de bout en bout. Certaines équipes, comme celles responsables du service client, ont par exemple été intégrées dans les différentes divisions pour plus d'efficacité et surtout pour minimiser les pertes d'informations. De quoi améliorer, notamment, la capacité de ces équipes à solutionner les problèmes des clients dès le premier appel. Grâce à une nette simplification des procédures et des structures, le suivi des projets a été nettement

amélioré. Cette évolution des processus opérationnels a été accompagnée de la digitalisation de nombreuses démarches administratives en interne, pour simplifier la vie des collaborateurs de l'entreprise. Fini les notes de frais en version papier ou les certificats médicaux envoyés par la poste. Tout peut désormais passer par des canaux digitaux qui facilitent le traitement de nombreuses réalités liées aux ressources humaines. Chaque collaborateur peut également avoir la main sur une partie de sa rémunération, via la mise en place d'un Flex Income Plan.

Dans son souci d'amélioration constante de son réseau de distribution, Orange Belgium a aussi internalisé les forces d'une vingtaine de magasins franchisés.



Allô, Orange ?

Bien qu'Orange Belgium mette tout en oeuvre pour satisfaire ses 3 millions de clients résidentiels, personne n'est à l'abri d'une mauvaise expérience. Même alors, Orange Belgium veille à assurer un suivi des plaintes qualitatif, uniformisé et efficace. Un programme de formation plus ciblée pour ses équipes a été initié en 2018 pour aboutir en 2019 sur une amélioration et une simplification des procédures de réponses aux clients, une refonte des processus internes de sécurité et de protection des données personnelles. Un process qui a notamment nécessité une identification de l'ensemble des bases de données internes et des personnes y ayant accès, la définition de réponses types aux requêtes de clients en matière de protection des données personnelles, un mapping global de toutes les questions de sécurité entourant les activités d'Orange Belgium, entre autres.

Go pour la simplicité d'installation

Exit l'intervention du câblo-opérateur lors d'un changement de contrat pour un client qui souhaite bénéficier des services d'Orange Belgium. Son installateur peut désormais assurer l'ensemble des démarches en une seule fois. Un gain de temps et d'énergie pour les clients comme pour la société. En 2019, et grâce à une évolution de la régulation belge largement soutenue par Orange Belgium, l'implémentation opérationnelle de ce système *Single Installer* a pu s'effectuer. Résultat : des procédures d'installation plus rapides et plus efficaces pour les clients, et un contrôle et une visibilité accrues pour Orange Belgium.

Les objectifs de 2020

- Poursuivre la simplification des outils IT
- Poursuivre la simplification des offres commerciales
- Revoir les contrats avec les partenaires externes
- Poursuivre la simplification des processus internes

Un partenariat inédit avec Proximus sur le réseau d'accès mobile



Le déploiement d'un réseau mobile fait bien évidemment partie du cœur de métier d'un opérateur télécom et Orange Belgium n'a certainement pas à rougir des investissements consentis et des technologies déployées en Belgique depuis ses débuts. Reste que le processus de déploiement peut encore être amélioré, optimisé, pour éviter notamment de doubler des investissements peu différenciants entre opérateurs, ce qui a pour effet d'augmenter la consommation énergétique globale, sans véritable plus-value pour les clients. C'est l'une des raisons qui ont poussé Orange Belgium à annoncer, au début de l'été 2019, son intention de conclure un accord de partage de réseau d'accès mobile avec Proximus. Objectif : mettre en place une joint-venture, détenue à parité par les deux entreprises, et chargée de la maintenance et du déploiement du réseau d'accès mobile sur les technologies 2G, 3G, 4G et, à l'avenir, 5G. Cette section du réseau, constituée principalement des sites d'antennes, n'offre que peu de possibilités de différenciation sur le service octroyé au client, les véritables choix stratégiques et technologiques, garantissant différenciation et concurrence, étant mis en place au niveau du cœur de réseau.

Rationaliser, diminuer l'empreinte écologique et préparer la 5G

En mettant en commun leurs réseaux d'accès mobile, Orange Belgium et Proximus peuvent améliorer l'expérience mobile globale des consommateurs belges, réduire de près de 20% la consommation énergétique de leurs réseaux et, surtout, faciliter à l'avenir un déploiement plus rapide et extensif de la technologie 5G lorsque la régulation le permettra. Un partenariat qui n'empêche toutefois aucunement une saine concurrence entre les deux opérateurs, qui gardent en outre le droit de faire des déploiements unilatéraux de réseaux ou de technologies. Sur les derniers mois de 2019, les travaux préparatoires à l'installation de la joint-venture ont bien progressé. L'Autorité belge de la Concurrence, saisie par le groupe Telenet, a toutefois suspendu jusqu'au 16 mars 2020 l'implémentation effective de la joint-venture, afin de permettre au régulateur national des télécommunications, l'IBPT, d'analyser plus en profondeur les garanties offertes par les deux groupes sur le maintien d'une saine concurrence entre les deux entités. Orange Belgium a toute confiance dans la concrétisation du partenariat, au profit des clients et de la société en général.