

Telekommunikation im Wandel

Wie schafft es ein Telco-Dienstleister, den Anforderungen seiner Kunden an moderne Kommunikationsdienstleistungen gerecht zu werden? Swisscom Enterprise Customers hat sich dieser Herausforderung in Partnerschaft mit Ergon gestellt. Das klassische Geschäft verändert sich stark und neue Trends in der Produktgestaltung zeichnen sich ab.



Ergon beschäftigt ein Team aus Maturanden und Studenten zum manuellen Testen unserer Applikationen. Diese Praktikanten sammeln so erste Erfahrungen in einem professionellen IT-Umfeld und leisten gleichzeitig einen wesentlichen Beitrag an die Qualität der ausgelieferten Software. Nachdem die Problemstellung einer Lösung erklärt ist, definieren und bearbeiten die Tester die Testfälle selbstständig. Während Entwickler ihre Software häufig nach den gleichen Mustern prüfen, gehen die Jungen unvoreingenommen und unkonventionell an die Sache heran. Sie folgen ihrer Intuition und finden dadurch ganz andere Fehler. Das ergibt eine Win-win-Situation für alle Beteiligten: für Ergon, weil die Software intensiver getestet wird, und für die Jugendlichen, weil sie Einblicke in die IT-Arbeitswelt bekommen. Schon einige haben sich dadurch für ein Informatikstudium begeistern lassen.

Allegro – strategisches Ordermanagement für Grossunternehmen

Eines der Ziele von Swisscom ist es, immer wieder neue und innovative Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen. Diese müssen auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sein und gleichzeitig effizient und schnell produziert werden. Dabei helfen Standardisierungen und wiederverwendbare Komponenten, die in einem zentralen Produktkatalog definiert werden.

Von der Idee zur Lösung

Bei der Entwicklung der intern Allegro genannten Lösung konnte Ergon auf ihre langjährige Erfahrung in der Telekommunikationsbranche zurückgreifen. Von Beginn weg wurden konsequent drei Prinzipien verfolgt:

- «Konfigurieren statt codieren» mit der Idee, dass Swisscom alle Elemente des Produktdesigns eigenständig definieren kann.
- Das «Bausteinprinzip», nach dem Swisscom aus einem Satz von standardisierten und wiederverwendbaren Servicebausteinen immer wieder neue Services bilden kann.
- Das Trennen von kommerziellen und technischen Aspekten, sodass Swisscom das kommerzielle Angebot an einen Kunden unabhängig von der technischen Implementierung des angebotenen Produkts gestalten kann.

Entstanden ist dabei eine modulare Business Enablement Suite: Allegro steht für durchgängige Prozesse von der Offerte bis zur Rechnung, die in einem einzigen System ohne Medienunterbrüche bearbeitet werden. Dank Allegro können innovative Lösungen wie z.B. Managed Communication & Collaboration (MCC) angeboten und produziert werden.

Selbstbedienung für den Kunden

Auch die Kunden werden bei Allegro in die Wertschöpfungskette integriert: Über ein Portal erfassen und ändern sie Stammdaten und Aufträge selbst und können ihren Auftragsstatus prüfen. Eingegangene Kundenbestellungen werden mithilfe von Dekompositionsregeln in Servicebausteine zerlegt. Diese Bausteine werden von verschiedenen Plattformen und Lieferanten konfiguriert, aktiviert und anschliessend geliefert. Nach Aktivierung der Services werden alle relevanten Informationen in einem Inventar abgelegt, wo sie der Kunde einsehen kann. Das Inventar ist auch Basis für die korrekte und transparente Rechnungsstellung an den Kunden.

Flexibilität der IT-Systeme

Welches sind die grossen Herausforderungen für klassische Telekommunikationsdienstleister?

In erster Linie benötigt die Branche neue Geschäftsfelder, denn das klassische Geschäft verändert sich stark. Der Anbieter muss deshalb in der Lage sein, sehr rasch und nachfragegesteuert neue Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen. Diese Angebote gehen immer mehr über die eigene Wertschöpfungskette hinaus, sodass die Dienstleister oft mit Drittpartnern kollaborieren müssen. Die zunehmend komplexen Produkte basieren auf heterogenen Service-Plattformen und erfordern externe Zusammenarbeit.

Welche Trends zeichnen sich in der Produktgestaltung ab?

Die Basisleistungen werden günstiger oder unlimitiert (Flatrate). Dafür werden Zusatzleistungen angeboten: mehr Bandbreite oder spezielle Inhalte, die die Kunden bei Bedarf zusätzlich abonnieren. Die Telekommunikationsfirmen müssen antizipieren, was ihre Kunden wollen,

und dafür Angebote sehr rasch entwickeln. Hier fließen viele Themen ein: Big-Data-Analyse, Angebotsgestaltung, Bedienbarkeit bzw. Customer Experience und Verrechnung. Gleichzeitig müssen immer mehr Geräte im Netzwerk verwaltet werden, z.B. im Bereich Machine-to-Machine oder für das Internet der Dinge. Die Herausforderung für die Branche besteht im Finden von Geschäftsmodellen, die rentabel sind und gleichzeitig die Kunden bei der Realisierung ihrer Geschäfte unterstützen. Das einfache Modell der «SIM-Karte für Privatkunden» reicht definitiv nicht mehr aus.

Inwiefern beeinflussen diese Herausforderungen und Trends die Erfordernisse an die IT?

Die hohe Innovationsrate in der Telekommunikation verlangt, dass die beteiligten IT-Systeme wie Webshop, Bestellwesen, Produktionssteuerung und Verrechnung schnell neue Produkte abbilden können. Weil zusätzlich ein starker Kostendruck herrscht, ist ein hoher Grad an Automatisierung und Systemintegration matchentscheidend. Wer ein neues Angebot rasch auf den Markt bringen will,

darf keine Zeit mit der Programmierung von produktspezifischen Abläufen und Systemschnittstellen verlieren. Wir lösen das mit einem generischen Produkt- und Prozessmodell und mit produktneutralen Schnittstellen; Schnittstellen, womit sich einfach weitere Systeme anschliessen lassen.



Martin Rechsteiner, Chef-Architekt Allegro