

CONNECTIVITEIT VANDAAG EN MORGEN



HOOFDSTUK 1

- Digitalisering, de harde realiteit voor elk bedrijf 04
-

HOOFDSTUK 2

- Connectiviteit, de drijvende kracht van de digitale economie 12
-

HOOFDSTUK 3

- Telenet Business, uw partner in digitalisering 18

Het netwerk | de sterke fundering 20

De diensten | de bouwstenen tot succes 27

Onze mensen | de persoonlijke touch 31

HOOFDSTUK 4

- Standpunt van de markt 34



Uw gids in de digitale wereld

De digitalisering is een feit. Digitaal is het nieuwe normaal. En de impact op onze leef- en bedrijfswereld is enorm. Wie niet meegaat, blijft achter. Wie het omarmt, leert al snel de voordelen ervan kennen.

Als digitalisering één drijvende kracht heeft, is het connectiviteit. Een superieure connectiviteit zorgt ervoor dat u als bedrijf de opportuniteiten die de digitalisering biedt, optimaal kunt benutten. In deze whitepaper werpen onze specialisten een blik op de factoren waarmee u rekening moet houden.

Een sterk netwerk. Een compleet producten- en dienstenportfolio. Persoonlijke service. Maar bovenal: een gids, een partner die u begrijpt en begeleidt. Zo helpen we u groeien in uw business. En hoe succesvoller uw bedrijf, hoe breder onze glimlach.

Veel leesplezier.

Martine Tempels

Senior Vice President

Telenet Business



HOOFDSTUK 1

“

Digitalisering treft niet alleen grote bedrijven of digitale spelers, maar ook de middelgrote en kleine bedrijven. In alle sectoren, ook de traditionele.

STIJN VANDER PLAETSE,
VP PRODUCT & MARKETING VAN TELENET BUSINESS

”

HOOFDSTUK 1

- > Digitaal is een feit
- > Een nieuwe generatie staat op
- > Globaal en lokaal komen samen
- > Alles is geconnecteerd
- > De macht ligt bij de klant

Digitalisering, de harde realiteit voor elk bedrijf

Digitaal is het nieuwe normaal. En dat heeft zo zijn gevolgen voor de bedrijfswereld. VP Product & Marketing Stijn Vander Plaetse en Product Manager Andrew Turner lichten aan de hand van vijf factoren toe waarom bedrijven niet meer om de digitalisering heen kunnen.

1. Digitaal is een feit

‘Wat is digitalisering?’ ‘Hoe belangrijk zal het worden?’ ‘Zal het een impact hebben op de bedrijfsvoering?’ Wie vandaag nog met die vragen worstelt, komt eigenlijk te laat”, zegt Stijn Vander Plaetse, VP Product & Marketing van Telenet Business. “Digitaal is een feit. Bedrijven moeten dat erkennen, zodat ze de opportuniteiten zien die het met zich meebrengt. Wie die premisse niet erkent, gaat onderuit.”

Stijn vermoedt dat nog altijd heel wat bedrijven denken dat het zo’n vaart niet zal lopen. “Vergis u niet: de digitalisering geldt niet alleen voor grote bedrijven of voor digitale spelers. Ook de middelgrote en kleine bedrijven moeten veranderen. Digitalisering treft ook de traditionele sectoren. Tot een paar jaar geleden dachten schoenwinkels vaak nog dat de digitalisering weinig impact zou hebben op hun business. Schoenen zijn een fysiek goed, mensen willen



“

Van betalingen over logistieke processen tot tools voor klanten, alles wordt gedigitaliseerd. En dat gaat alleen maar verder groeien.

ANDREW TURNER
PRODUCT MANAGER BIJ TELENET BUSINESS

”

schoenen passen, hoe kan de digitalisering dat nu beïnvloeden? Wel, die vraag kan je met één woord beantwoorden: Zalando.”

Andrew Turner, Product Manager bij Telenet Business treedt Stijn bij: “Elk bedrijf dat vandaag nog niet op een of andere manier gedigitaliseerd is, zit met een serieus probleem. Neem de banksector: meer dan twee derde van de bankverrichtingen gebeurt vandaag online. We gaan enkel nog naar een bankkantoor voor écht belangrijke zaken: voor advies, of om onze handtekening onder een hypotheek te plaatsen bijvoorbeeld. Maar als we kijken naar hoe sterk België inzet op identity management, dan zal het niet lang duren voor we ook zo’n belangrijke documenten digitaal zullen ondertekenen.”

De digitalisering voltrekt zich trouwens niet alleen in elke sector, maar ook in elk aspect van de bedrijfsvoering. Andrew: “Van betalingen over logistieke processen tot tools voor klanten, alles wordt gedigitaliseerd. Bedrijven gebruiken online facturatiertools, ERP-systemen draaien in de cloud, voertuigen zijn uitgerust met realtime-trackingsystemen, klanten leggen online hun afspraak vast, enz. En dat verdwijnt nooit meer, integendeel, het gaat alleen maar verder groeien.”

ALLEEN NOG RFID-TAGS ALSTUBLIEFT!



Om z’n stockbeheer te automatiseren, aanvaardt de Amerikaanse supermarktketen Walmart alleen nog leveranciers die hun producten met een RFID-tag aanleveren. Van de duurste grasmaaier tot het simpelste paar sokken, zonder digitale tag komt het product er niet in.

2. Een nieuwe generatie staat op

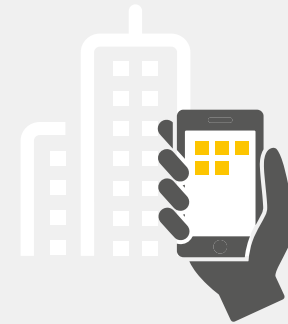
De demografische evolutie stelt bedrijven voor een voldongen feit. Andrew: "De analoge generatie verdwijnt. Nieuwe werknemers en klanten zijn digital natives: ze hebben niets anders gekend dan een gedigitaliseerde, geconnecteerde wereld. Met een verscheidenheid aan toestellen en een ruime keuze aan tools. Dat verwachtingspatroon nemen ze overal mee: ze willen werken en consumeren zoals ze leven."

"De nieuwe generatie werknemers verwacht op het werk dezelfde digitale mogelijkheden als thuis. Dat vormt voor veel bedrijven een spanningsveld", gaat Andrew verder. "Want als ze daar niet in meegaan, lopen ze het risico jonge werknemers niet te kunnen aantrekken of te zien vertrekken. Bedrijven moeten dus investeren om ervoor te zorgen dat de werkomgeving op hetzelfde digitale niveau staat."

Digitaal wordt ook steeds meer de drijvende kracht van customer experience. Andrew herkent in retail een mooi voorbeeld: "Wat je nu vaak ziet, is dat shoppers in de winkel extra informatie opzoeken op hun smartphone: bestaat dit in een andere kleur, hebben ze online mijn maat wél nog, enz. Winkels kunnen daar dankzij technologie perfect op inspelen, bijvoorbeeld met een gratis wifiverbinding of met interactieve displays in de winkel waarop de bezoeker info kan opzoeken en het product in een andere maat of kleur kan bestellen. Bij Schoenen Torfs doen ze dat bijvoorbeeld goed."

Digitale werknemers en klanten, dat betekent ook een nieuwe generatie bedrijven. "Sommige bedrijven bestaan inderdaad net omwille van de digitalisering", zegt Andrew. "Ze hebben van connectiviteit hun businessmodel gemaakt. Neem nu Google of Facebook. Ze zijn machtiger dan om het even welk bedrijf, dan regeringen zelfs. En ze doen er alles aan om dat te blijven: Facebook heeft z'n eigen satellieten en Google stuurt luchtballonnen de lucht in om het internet te verspreiden."

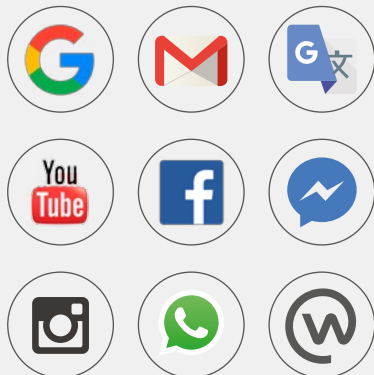
KANTOREN MAKEN PLAATS VOOR APPS



Als mens hebben we altijd de neiging om problemen op te lossen met technologie. Tijdens een algemenestaking van het Braziliaanse bankpersoneel, stapte de bevolking massaal over op mobiel bankieren. Eerst uit noodzaak, daarna ontdekten de Brazilianen dat bankieren via een app veel gemakkelijker en handiger is dan langs te gaan in een bankkantoor.

ALOMTEGEN- WOORDIGHEID HEEFT EEN NAAM

Google en Facebook zijn alomtegenwoordig. Wie uit hun invloedssfeer wil blijven, moet al flink zijn best doen. Hoeveel mensen kunnen nog zonder de Google-zoekmachine, zonder Gmail of Google Translate, zonder Google Maps of YouTube? Of zonder Facebook, Messenger, Instagram en WhatsApp? Meer en meer dringen ze ook de zakenwereld binnen, denk maar aan Workplace van Facebook.



3. Global meets local

Vandaag worden diensten, producten, zelfs businessmodellen aan een fenomenale snelheid gelanceerd. Stijn: "Als je een app ontwikkelt, is die meteen wereldwijd beschikbaar. Vroeger had je jaren nodig om succesvol te worden, nu kan dat in weken of dagen. Kijk maar naar Pokémon Go. Dat was geen blijver, maar het toont wel aan hoe iets in korte tijd wereldwijd succesvol kan worden."

Voor bedrijven is het zaak om dat globale aspect te combineren met het lokale aspect, ofwel: global meets local. "De digitalisering zorgt ervoor dat iedereen dezelfde diensten aan dezelfde snelheid kan aanbieden. Het komt er dus op aan om uniek te blijven."

Dat kan door het lokale aspect uit te vergroten en het menselijke aspect erin te steken. Zó zal de 'handelaar van de toekomst' zich differentiëren van zijn concurrenten: digitaliseren, maar ook het lokale, menselijke niet uit het oog verliezen. Een goed voorbeeld is de personal shopping service van Suitcase. Mannen hoeven geen drukke winkelstraten meer te trotseren, ze geven op suitcase.be gewoon hun maten in, welke kledingstijl ze zoeken en wat hun favoriete merken zijn. Een Suitcase-stijladviseur stelt, na een kort telefoongesprek, enkele gepersonaliseerde outfits samen en stuurt ze op. Thuis kunnen de mannen de outfits op hun gemak passen. Wat hen bevalt, houden ze; de rest sturen ze gratis terug."

SCHOENMAKER, DURF UW LEEST VERLATEN



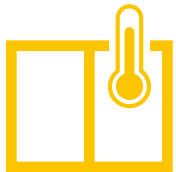
Comfortabel lopen en sportblessures vermijden, digitalisering maakt het gemakkelijk. Bij Runners' Lab hebben ze dat goed begrepen. Klanten lopen er in de winkel op een kort stukje piste met druksensoren. De drukmeting geeft verkopers de nodige informatie over het juiste schoenmodel, over steunzolen, enz. Klanten stappen er keer op keer met de perfecte loopschoenen buiten.

4. Alles is geconnecteerd

Het Internet of Things laat toe om alledaagse voorwerpen draadloos met elkaar te verbinden, waardoor gegevensuitwisseling mogelijk wordt. Voertuigen lokaliseren en slimme meters zijn niet nieuw, maar volgens Stijn is dat nog maar de eerste stap: "Voor bedrijven liggen hier enorme kansen om te innoveren. Ze moeten zich de vraag stellen: hoe kan ik mijn product(en) connecteren, welke data kan ik ermee genereren en welke acties laat het toe om efficiënter te werken."

"Helemaal interessant wordt het pas als bedrijven ecosystemen gaan opzetten", gaat Stijn verder. Hij is ervan overtuigd dat vooral partnerships over de sectoren heen een enorme meerwaarde zullen hebben. "Nanotechnologie en landbouw lijken op het eerste gezicht mijlenver van elkaar te liggen, maar niets is minder waar. Door nanochips in maïs in te planten, wordt de landbouwer automatisch verwittigd als de maïs oogstklaar is. Hij hoeft niet langer rond te rijden om te controleren welke maïs, op welke akker klaar is om te oogsten. Nee, die data zal gewoon voorhanden zijn. Zo'n ecosysteem verhoogt de efficiëntie dus enorm. En de mogelijkheden zijn haast eindeloos."

UW RAMEN REGELEN DE TEMPERATUUR



Een constante binnen digitalisering is meer efficiëntie. Het Internet of Things maakt dat mogelijk. Glas zal bijvoorbeeld geconnecteerd worden met uw woning. Valt er veel zonlicht op de sensoren in het raam, dan wordt de zonwering automatisch geactiveerd, wordt de binnentemperatuur automatisch aangepast enz.



Als bedrijven uniek willen blijven, moeten ze het globale aspect combineren met de lokale en menselijke touch.

STIJN VANDER PLAETSE
VP PRODUCT & MARKETING VAN TELENET BUSINESS

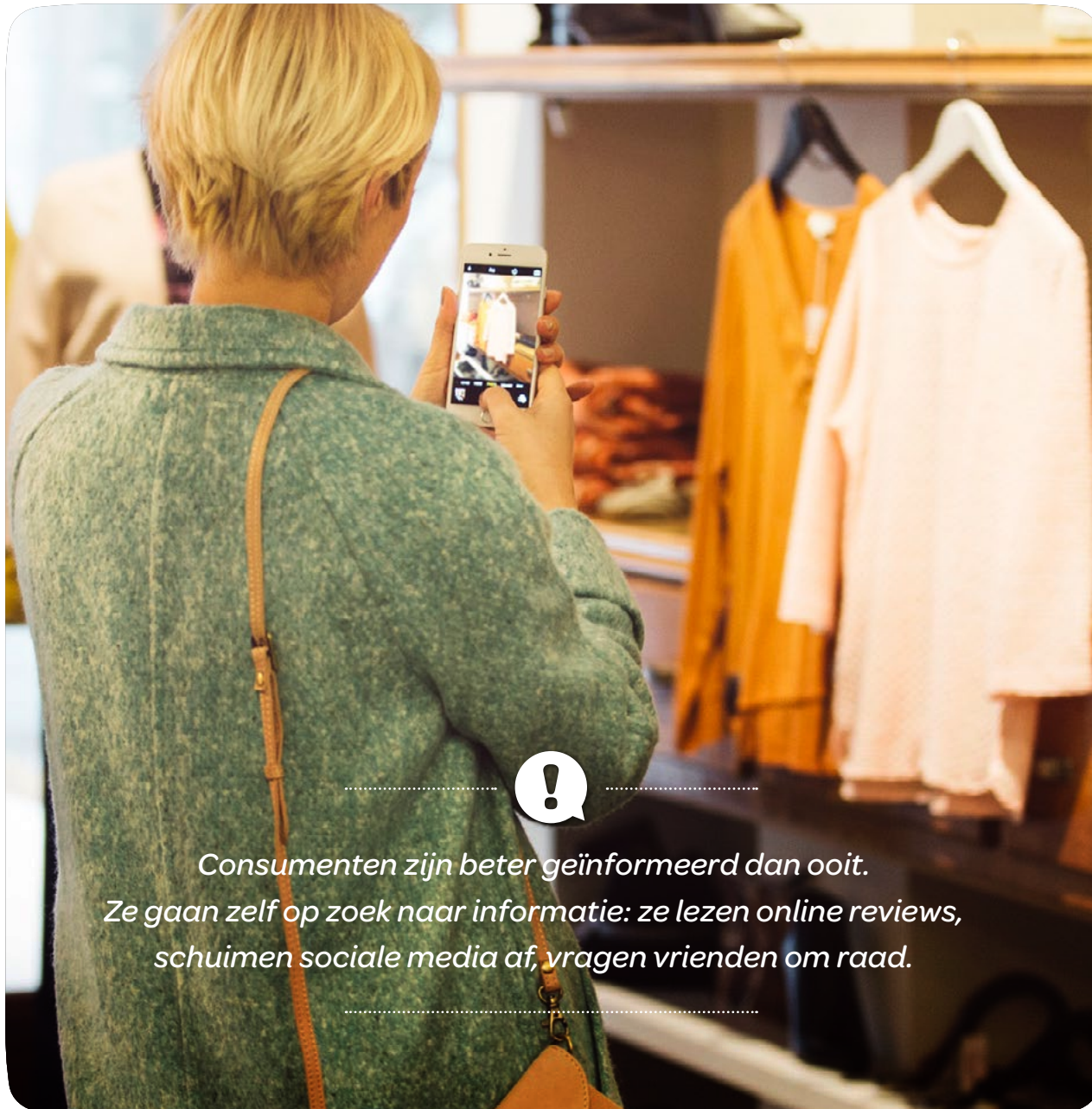
5. De macht ligt bij de klant

70% van de beslissingen om een product te kopen of een dienst te nemen gebeurt vóór een consument in aanraking komt met uw bedrijf.* “Dat betekent dat bedrijven de waarheid niet langer in pacht hebben”, zegt Stijn. “Consumenten vandaag zijn beter geïnformeerd dan ooit. Ze gaan zelf op zoek naar informatie: ze lezen online reviews, schuimen sociale media af, vragen vrienden om raad. Vervolgens bepalen ze zelf wat relevant is en wat niet. En peer recommendation staat vaak helemaal bovenaan het lijstje.”

70%

van de beslissingen om een product te kopen of een dienst te nemen gebeurt vóór een consument in aanraking komt met uw bedrijf.*

* B2B Buyer's Survey Report 2016



*Consumenten zijn beter geïnformeerd dan ooit.
Ze gaan zelf op zoek naar informatie: ze lezen online reviews,
schuimen sociale media af, vragen vrienden om raad.*

Betekent dit dat bedrijven hun macht volledig afstaan? Volgens Stijn niet. “Bedrijven die het goed begrepen hebben, betrekken hun klanten bij alles wat ze doen. Dat kan nu makkelijker dan ooit. Dankzij sociale media staat een bedrijf rechtstreeks in contact met z’n klant. Wil je de mening van je klanten weten? Vraag het hen gewoon. Vroeger had je gespecialiseerde bedrijven nodig om klanten te bevragen, tegenwoordig kan dat heel eenvoudig via sociale media of online bevestigingstools.”

Sommige bedrijven gaan zelfs nog een stap verder en betrekken klanten bij de ontwikkeling van hun producten en diensten. “De tijd dat bedrijven met enkele mensen binnen de bedrijfsmuren aan productontwikkeling deden, maakt plaats voor crowdsourcing en co-creatie. In plaats van nieuwe producten te ontwikkelen en te testen met uw R&D-specialist, geef klanten inspraak. Zij weten het best wat ze nodig hebben”, besluit Stijn.

CONTENT MARKETING TO THE RESCUE



Bedrijven die online klanten aan zich kunnen binden, hebben een enorme stap voor. Klantenbinding ontstaat door relevante content te bieden: content die de klant vooruit helpt. In het juiste formaat, via het juiste kanaal, op het juiste moment. Zo worden klanten ambassadeurs van uw merk en overtuigen ze anderen van uw producten en diensten. Sterke content in een online platform is met andere woorden de perfecte katalysator voor meer business, nieuwe leads en merkentrouw.

ROUND UP

1. DIGITAAL IS EEN FEIT
2. EEN NIEUWE GENERATIE STAAT OP
3. GLOBAL MEETS LOCAL
4. ALLES IS GECONNECTEERD
5. DE MACHT LIGT BIJ DE KLANT

**DEZE UITDAGINGEN IN
OPPORTUNITEITEN OMZETTEN?
NIET ZONDER SUPERIEURE
CONNECTIVITEIT!**

Als deze nieuwe realiteit één constante heeft, is het connectiviteit. Voor bedrijven die niet geconnecteerd zijn, wordt het bijzonder moeilijk om nog mee te spelen. In het volgende hoofdstuk gaan we dieper in op connectiviteit als de drijvende kracht van de digitale economie.



HOOFDSTUK 2

“

De kost van telecom verdwijnt in het niets in vergelijking met de efficiëntie en de productiviteit dat het bedrijf eruit kan halen.

ANDREW TURNER
PRODUCT MANAGER BIJ TELENET BUSINESS

”

HOOFDSTUK 2

- > Connectiviteit is een opportuniteit, geen kost
- > Goede connectiviteit doet uw business draaien

Connectiviteit, de drijvende kracht van de digitale economie

Voor bedrijven die de digitalisering omarmen, bestaat de uitdaging erin een stabiele, altijd beschikbare en flexibele connectiviteit te hebben. Andrew Turner en Stijn Vander Plaetse leggen uit waarom connectiviteit geen kost, maar een opportuniteit is.

Connectiviteit is een opportuniteit, geen kost

Gemiddeld bedragen de telecomkosten van een bedrijf vandaag ongeveer 2% van de totale kosten.*
“Dat wordt als heel hoog gepercipieerd – vaak zál het ook om een aanzienlijk bedrag gaan – maar hun invloed op de bedrijfsresultaten is veel groter dan die 2% doet vermoeden”, steekt Stijn van wal. “Bedrijven gaan vaak op zoek naar de goedkoopste telecomoplossing. Maar de kosten die ze uitsparen, zijn niet in verhouding tot de

impact die ze hebben. Stel dat een bedrijf 10% kan besparen, dan komen de telecomkosten op 1,8% uit. Maar als de connectiviteit dan niet naar behoren werkt, heeft dat een impact die ontelbare keren groter is.”

Andrew treedt Stijn bij: “De kost van telecom verdwijnt in het niets in vergelijking met de efficiëntie en de productiviteit dat het bedrijf eruit kan halen. Als er in

* Ingenio studie 2015



“
De telecomkosten van een
bedrijf bedragen zo'n 2%.
Maar hun invloed op de
bedrijfsresultaten is veel groter
dan die 2% doet vermoeden.

STIJN VANDER PLAETSE
VP PRODUCT & MARKETING VAN TELENET BUSINESS

”

uw bedrijf zorgeloos gewerkt kan worden en zo meer omzet gehaald wordt, dan is dat véél meer waard dan wat er bespaard kan worden. Een werknemer die elke dag 4 uur online werkt en pakweg 5% tijd verliest door te traag internet, verliest op jaarbasis 50 werkuren.* Dan is de investering in sneller internet toch een complete no-brainer?!”

Goede connectiviteit doet uw business draaien

Connectiviteit verhoogt de efficiëntie en de productiviteit van een bedrijf. “Maar om een echte enabler voor digitalisering te zijn, moet een bedrijf met enkele zaken rekening houden”, zegt Stijn. Hij schetst voor u **vier aandachtspunten**.



HET HEFBOOMEFFECT VAN WIFI IN RETAIL

Winkels die wifi aanbieden, maken niet alleen hun bezoekers blij. Ze kunnen er ook interessante gegevens mee verzamelen: waar komen bezoekers in de winkel, hoe lang blijven ze, komen ze terug. Op basis van die ‘big data’ kunnen ze hun winkelinrichting aanpassen, gerichte marketingacties opzetten, piekmomenten voorspellen, enz. De investering in wifi kan snel teruggewonnen worden door het efficiënter inzetten van marketingbudgetten en personeel en door de meerverkoop die het mogelijk maakt.

* PEW Research Center

1

Geen connectiviteit, geen business

Vroeger had elk bedrijf een lokale server, daarna verhuisden bedrijfsdata naar een datacenter en tegenwoordig staan diezelfde data steeds vaker op een server in een private of publieke cloud geparkeerd. Wat meer is, we zien ook bedrijfstoepassingen en -software meer en meer diezelfde beweging maken. “Dat leert ons één ding”, zegt Stijn. “Beschikbaarheid is cruciaal. Geen connectiviteit, geen business! Een toepassing als Office 365 verhoogt de efficiëntie enorm, maar is maar zo sterk als de beschikbaarheid van uw connectiviteit.”

De meeste Belgische bedrijven beschouwen hun internet- en dataverbinding dan ook als bedrijfskritisch. “Toch hebben 6 op de 10 Belgische bedrijven geen back-uplijn.* Een enorm risico,” zegt Stijn, “want een onderbreking leidt meestal tot aanzienlijke kosten en inkomstenverlies. Bij een derde van de bedrijven kunnen medewerkers hun activiteiten niet voortzetten, één op de tien spreekt zelfs van rampzalige gevolgen voor de verkoop en service naar klanten.”

* Onderzoek van Heliview uitgevoerd in opdracht van Telenet

2

Connectiviteit stopt niet aan de bedrijfsmuren

Bedrijfsprocessen digitaliseren en optimaliseren stopt niet aan de bedrijfsmuren, uw connectiviteit mag dat dus ook niet doen. Stijn: “Het Nieuwe Werken is al jaren een buzzword, maar ondertussen ontkent niemand nog dat de manier van werken veranderd is. De tijd dat iemand 40 jaar op dezelfde stoel in hetzelfde kantoor kon zitten, ligt definitief achter ons.”

Bedrijven die hun processen digitaliseren, moeten – naast betrouwbaarheid – ook aan dat mobiele aspect denken. “Vandaag speelt mobiliteit in zowat elke sector een belangrijke rol. Jaar na jaar zien we de files toenemen, elk bedrijf voelt die impact. Medewerkers gaan steeds meer contextafhankelijk werken, waar en wanneer het hen uitkomt. Om dat efficiënt te kunnen doen, moeten ze overal toegang hebben tot de bedrijfsdata, met om het even welk toestel: onderweg met de smartphone, bij een klant met de tablet, thuis met de laptop.”

3

Connectiviteit moet toekomstbestendig zijn

Volgens Stijn beseffen we nog niet goed welke toepassingen allemaal op ons afkomen: “20 jaar geleden gingen we online via dial-up en volstond 128 kbps. 15 jaar geleden gingen we ervan uit dat een downloadnelheid van 8 Mbps en een uploadnelheid van 2 Mbps zou volstaan. Wel, vandaag vertrekken de standaarddiensten van Telenet van 200 Mbps en investeren we in ons netwerk zodat we de komende jaren naar 1 Gbps kunnen gaan.”

“Zo’n bandbreedte lijkt overdreven, maar laat ons gewoon eens kijken naar de e-mails die we dagelijks binnenhalen”, geeft Stijn als voorbeeld. “Tien jaar geleden was dat plain text, vandaag zitten er animaties, beelden en video’s in.” Die beweging naar meer data zal volgens Stijn nooit meer stoppen: “Videoconferencing, het Internet of Things, virtual reality, artificial intelligence... het aantal gegevens dat getransporteerd moet worden, zal nog enorm toenemen. Daar komt bij dat we met z’n allen met steeds meer toestellen online gaan. Uw connectiviteit moet dat aankunnen.”

4

Met uploadnelheid maakt u het verschil

Bedrijven staan er vaak niet bij stil, maar om efficiënt zaken te kunnen doen, is upstream van cruciaal belang. “Hoe meer gegevens u kan versturen, hoe beter voor uw business”, zegt Stijn. “Denk aan een architect. Naar een klant moet hij mooie 3D-tekeningen kunnen versturen, naar aannemers gedetailleerde plannen. Het is catastrofaal voor zijn business als hij daarbij uren verliest.”

De voortschrijdende digitalisering zet het belang van upstream bovendien verder in de verf. Stijn: “Bedrijven met onvoldoende upstream, zullen de bottleneck in hun ecosysteem worden. Skype for Business is populairder dan ooit, maar wat als uw gesprek constant hapert of wegvalt? Ook toepassingen die in de cloud draaien – zoals Salesforce of Office 365 – kan u pas optimaal gebruiken als uw connectiviteit voldoende uploadnelheid biedt.”

CONNECTIVITEIT: ENKELE OPVALLENDE CIJFERS

60%



Hoewel Belgische bedrijven hun internet- en dataverbinding als bedrijfskritisch zien, heeft **6 op de 10 geen back-uplijn.**

60%



Bij Telenet zien we het **dataverbruik** jaar na jaar met **60% toenemen.**

37%



37% van de werknemers werkt vanop **verschillende locaties.**

ROUND UP

DE KEUZE VOOR EEN STERK NETWERK IS CRUCIAAL

Snelle en betrouwbare connectiviteit wordt enkel maar belangrijker in de toekomst. Bij Telenet zit u niet alleen goed voor zo'n sterke connectiviteit, wij koppelen er meteen ook alle telecomoplossingen aan die u nodig hebt om efficiënt zaken te doen. U ontdekt het in het volgende hoofdstuk.



HOOFDSTUK 3

“

“Onze combinatie van vier technologieën zorgt voor betrouwbaarheid, flexibiliteit en kostenefficiëntie.”

HANS DEMARNEFFE
PRODUCT MANAGER BIJ TELENET BUSINESS

”

HOOFDSTUK 3

- > Het netwerk:
De sterke fundering
- > De diensten:
de bouwstenen tot succes
- > Onze mensen:
De persoonlijke touch

Telenet Business, uw partner in digitalisering

Een krachtig netwerk, een compleet telecomportfolio en een persoonlijke service: bij Telenet Business vindt u alles om zorgeloos te digitaliseren. Hans Demarneffe, Bart Lecomte, Kwint Broucke en Filip Mortier leggen u piekfijn uit waarom wij de geknipte partner in uw digitalisering zijn.



Het netwerk
De sterke
fundering



De diensten
De bouwstenen
tot succes



Onze mensen
De persoonlijke
touch



Het netwerk: de sterke fundering

Om bedrijfsprocessen te digitaliseren en te optimaliseren, hebt u een modern netwerk nodig. Met veel mogelijkheden. Product Manager Hans Demarneffe legt uit waarom Telenet de beste keuze is.

Keuze uit verschillende toegangstechnologieën

Telenet Business combineert in België vier aanvullende technologieën: hoogwaardige glasvezel, supersnelle coaxkabel, VDSL en 3G/4G. Hans Demarneffe: "Coax blijft onze hoofdconnectiviteit voor kmo's en grotere bedrijven. Daar zijn verschillende redenen voor. Eerst en vooral heeft Telenet een uitgebreid coaxnetwerk, wat maakt dat bedrijven zonder grote kosten of moeite kunnen overstappen. Daarnaast is het toekomstgericht: via coax kunnen we bedrijven de komende jaren meer dan voldoende bandbreedte blijven bieden. Ten laatste is er de uitstekende prijs-kwaliteitverhouding. Voor de prijs die u betaalt, krijgt u ongelooflijke prestaties."

Hans legt ook uit wanneer er voor de andere toegangstechnologieën gekozen wordt: "Grote bedrijven die hun hoofdkwartier in een VPN opnemen, die een enorme bandbreedte nodig hebben of die een verbinding naar de publieke cloud willen, raden we glasvezel als hoofdverbinding aan. De VDSL-kaart trekken we alleen als er geen andere toegangstechnologie mogelijk is, want VDSL loopt momenteel tegen z'n limieten aan. Als back-uplijn voor coax is het wel ideaal. En 3G/4G is een meerwaarde voor het mobiliteitsaspect van een bedrijf, perfect om medewerkers onderweg te laten werken."

WAT MAAKT COAX ZO INTERESSANT?

- Uitstekende prijs-kwaliteitverhouding
- Toekomstgericht: meer dan voldoende bandbreedte
- Makkelijke overstap, want overal aanwezig
- Down- en uploadsnelheid zijn niet afstandsgevoelig

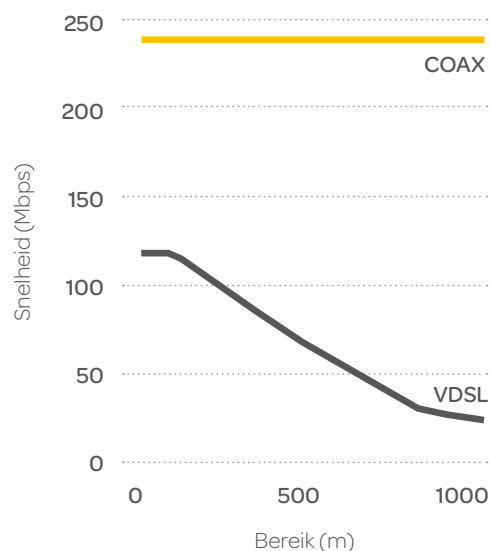
Effectieve download- én uploadsnelheden

Voor veel bedrijven zal glasvezel te hoog gegrepen zijn, beseft Hans: "Als we glasvezel even buiten beschouwing laten, hebben bedrijven dus de keuze tussen coax of VDSL. Coax biedt momenteel snelheden die dubbel zo snel zijn als die van VDSL", benadrukt Hans. "De VDSL-snelheden zijn dan ook nog eens afstandsgevoelig. Bij VDSL is de afstand tot uw aansluitpunt op het netwerk een belangrijke factor: als uw bedrijf ver van zo'n aansluitpunt ligt, zullen uw down- en uploadsnelheid drastisch dalen."

Het verschil tussen theoretische en realistische snelheden speelt bij coax veel minder mee. "Het klopt dat coax vanaf de node gedeeld wordt, maar we zien dat de impact daarvan verwaarloosbaar is. Dat wordt ook bewezen in een rapport van de Europese Unie over de internetsnelheden in België. Coax biedt in piektijden 86% van z'n beloofde snelheden."¹

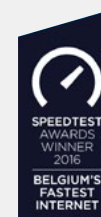
In tegenstelling tot bij VDSL is bij coax het plafond nog lang niet bereikt. Hans: "We vervangen momenteel alle filters en versterkers in ons coaxnetwerk. Een hele investering, maar zo zullen we in de toekomst snelheden van 1 Gbps en meer kunnen aanbieden. Heel kostenefficiënt zelfs, want voor de klanten komen er geen graafwerken aan te pas."

VDSL: HOE VERDER VAN DE 'NODE', HOE MEER DE SNELHEID AFNEEMT²



¹ Studie van de Europese Commissie uitgevoerd door SamKnows Limited, Quality of Broadband Services in the EU, Oct 2014

² Tabel gebaseerd op Nokia tabel 2011 aangevuld met Coax: <https://insight.nokia.com/boosting-vdsl2-bit-rates-vectoring>



TELENET, AFGETEKEND DE SNELSTE

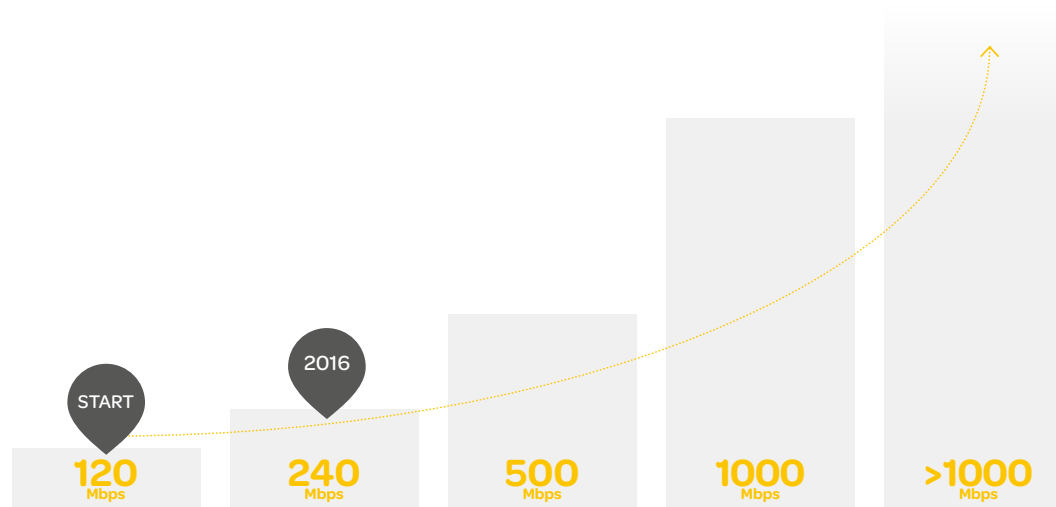
Via de snelheidsmeter van Ookla (speedtest.net) kunnen consumenten op eender welk moment hun reële internetsnelheid meten. Tussen april en september 2016 hebben internetgebruikers in België dat maar liefst 1,5 miljoen keer gedaan. Van al die tests vergeleek Ookla de 10% snelste resultaten. Telenet kwam als snelste uit de bus, met ruime voorsprong.



	Download (Mbps)	Upload (Mbps)
Telenet	190,75 Mbps	19,48 Mbps
Proximus	72,45 Mbps	7,57 Mbps
Scarlet	47,71 Mbps	7,37 Mbps

Schaalbare bandbreedte

Het netwerk van Telenet is van meet af aan gebouwd op groei. Er wordt continu geïnvesteerd in nieuwe technologieën. Zo blijven bedrijven van superieure connectiviteit en een hoge beschikbaarheid genieten. Hans: "We vinden het belangrijk dat bedrijven zelf hun bandbreedte kunnen kiezen én eenvoudig kunnen aanpassen. Zo hebben ze altijd voldoende bandbreedte om hun business of organisatie te laten groeien. De routers die we bij hen plaatsen, zijn daar uiteraard ook op voorzien."



Verschillende redundantiemogelijkheden

De beschikbaarheid van uw connectiviteit stijgt als u naast uw hoofdverbinding een tweede, redundante verbinding voorziet. "Twee verbindingen combineren heeft als pluspunt dat ze losstaan van elkaar. Problemen met de ene verbinding zullen geen problemen met de andere veroorzaken", zegt Hans.

Welke technologieën er gecombineerd kunnen worden, zal afhangen van het budget en de situatie. Hans geeft enkele voorbeelden en legt uit waarom vaste connectiviteit de beste redundantie biedt.

In tegenstelling tot een vast netwerk is een mobiel netwerk veel minder geschikt om met z'n allen tegelijk heel veel gegevens te transporteren. "Een 3G/4G-back-up is uiteraard beter dan niets," zegt Hans, "maar om uw volledige business op te vangen, raden we vaste connectiviteit aan."

Er zijn drie redenen waarom een vaste back-up beter is dan een mobiele:

- Indoor dekking speelt geen rol
- De snelheden dalen niet
- Er is geen kans op verzadiging

Redundantie: ook achter de schermen

Telenet biedt niet alleen redundantie door verschillende accesstechnologieën te combineren. Om geen single point of failure te hebben, is ons netwerk opgebouwd met redundante netwerkelementen, gescheiden paden, ont dubbelde datacenters, enz.

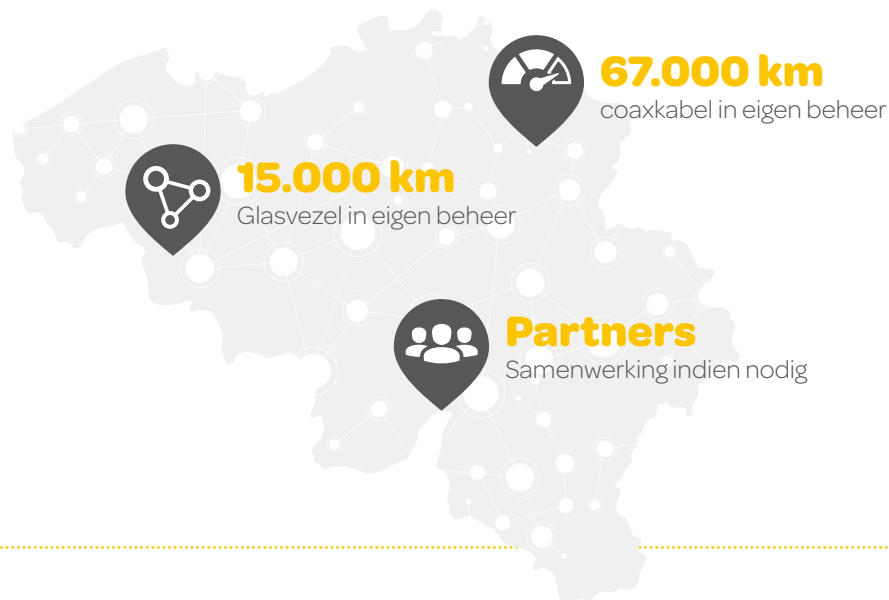


Nationale dekking met verschillende technologieën

In tegenstelling tot wat veel bedrijven denken, is Telenet niet alleen in Vlaanderen actief. Hans: “We kunnen bedrijven in heel België een performant netwerk met verschillende accesstechnologieën aanbieden. De combinatie van glasvezel, coax en VDSL maakt dat we 99% van België gedekt hebben.”

Ook de opmerking dat het coaxnetwerk zich enkel tot Vlaanderen zou beperken, gaat niet op: “Voor coax gaan we, indien nodig, samenwerkingen met lokale spelers aan. Uw vestigingen in Wallonië kunnen we via coax evengoed in een VPN opnemen, met perfect vergelijkbare capaciteit.”

HYBRID FIBER CABLE: EEN SNELWEG VAN DE KUST TOT LUXEMBURG



Quality of Service & Service Level Agreements

Bedrijven die aan bepaalde applicaties prioriteiten willen toekennen, kunnen voor Quality of Service (QoS) kiezen. “Met QoS legt u vast welke applicaties ongebruikte bandbreedte van het netwerk mogen innemen, als dat nodig is. Het helpt u om uw bandbreedte zo kostenefficiënt mogelijk te benutten. Zowel op glasvezel, coax als VDSL bieden wij QoS aan.

We hebben 3 QoS-niveaus: Real Time (voor spraak, videoconferencing, ...), Business Critical (voor bedrijfskritische toepassingen in de cloud, ...) en Best Effort (voor e-mail, internet, ...). Klassiek geven bedrijven telefonie bijvoorbeeld voorrang op e-mail. Een telefoongesprek moet immers ononderbroken in realtime kunnen verlopen terwijl een e-mail die met enkele seconden vertraging arriveert geen enkele impact heeft.”

Operatoren leveren connectiviteit vaak, maar niet altijd, met een Service Level Agreement (SLA). Dat bevat bepalingen over de minimumbeschikbaarheid, de hersteltijden en de gegarandeerde bandbreedte van uw verbinding. Hans: “Bij Telenet kan u kiezen uit verschillende SLA's, met daaraan gekoppelde niveaus van kwaliteitsgarantie. Wil u bijvoorbeeld dat we dag en nacht paraat staan om een eventuele interventie uit te voeren? Dat kunnen we vastleggen in de SLA.”

Een mix van vast en mobiel

Wie bedrijven in heel België de beste connectiviteit wil bieden, kan zich niet beperken tot het vaste netwerk. Door de overname van BASE beschikt Telenet nu over een eigen kwalitatief mobiel netwerk, een waarvan we alle infrastructuur zelf beheren en naar behoefte kunnen in investeren. Hans: "Vandaag biedt het BASE-netwerk al uitstekende kwaliteit zowel voor mobiele spraak als mobiele data. 95% van de meer dan 3 miljoen BASE-klienten zegt tevreden tot zeer tevreden te zijn over de kwaliteit van het BASE-netwerk. En ook Test-Aankoop was zeer lovend, zo scoort ons 4G-netwerk volgens hen het best in de grote steden."*

Maar Telenet wil verder gaan en uitgroeien tot dé referentie voor mobiele telefoniediensten. Hans: "De komende jaren investeren we inderdaad 250 miljoen euro. De bedoeling is de huidige capaciteit te versterken, de dekking (3G, 4G en 4G+) te optimaliseren en het netwerk voor te bereiden op de toekomst. Daarvoor zullen we niet alleen de bestaande sites moderniseren en op glasvezel aansluiten, er zullen ook zo'n 800 tot 1000 nieuwe mobiele sites bijkomen. Zo zijn we gewapend tegen het steeds toenemend verbruik van mobiele data en zal ook de migratie van onze 1 miljoen mobiele klienten naar het BASE-netwerk vlot verlopen."

* Studie gepubliceerd door Test-Aankoop in oktober 2016

NAAR HET BESTE MOBIELE NETWERK

Het BASE-netwerk vandaag



Dekking in België

99,9% 3G (outdoor)

91,01% 4G (outdoor)

99,9% Gesprekken en sms'en



Aantal gebruikers

3.150.000



Succesratio gesprekken

98,7%

Investering van € 250 miljoen



3000

bestaande sites upgraden

1.000.000

klienten migreren van het Orange- naar het BASE-netwerk



800-1000

nieuwe masten bouwen

2000

extra sites aansluiten op glasvezel

95% van de BASE-klienten zegt **tevreden tot zeer tevreden** te zijn over de kwaliteit van het BASE-netwerk.



Telenet ontwikkelde als eerste telecomprovider in België rechtstreekse dataverbindingen naar public cloud providers als Microsoft, Amazon en IBM.

HANS DEMARNEFFE,
PRODUCT MANAGER BIJ TELENET BUSINESS

Innovatie op en top

Telenet draagt innovatie hoog in het vaandel en wil bedrijven de kans geven om alle facetten van de digitalisering optimaal te gebruiken. We blijven onze grenzen dan ook verleggen om innovatieve oplossingen te lanceren.

Een recente trend is dat bedrijven met hun data en toepassingen naar de publieke cloud trekken. “Steeds meer bedrijven zijn inderdaad overtuigd van de voordelen van de publieke cloud, maar om dat écht zorgeloos te doen, hebben ze end-to-end-connectiviteit naar hun cloudprovider(s) nodig”, weet Hans.

Daarom ontwikkelde Telenet in 2016 als eerste telecomprovider in België rechtstreekse dataverbindingen naar cloudproviders als Microsoft, Amazon en IBM. “Bedrijven versterken zo de voordelen van de publieke cloud met de voordelen van een private connectie. Ze kunnen gegevens in alle veiligheid in de cloud opslaan of zonder zorgen bedrijfskritische applicaties in de cloud hosten.”

Rechtstreekse verbinding

Uw verbinding kan vanuit één locatie vertrekken, maar evengoed vanuit uw VPN. Uw data gaan via onze glas-vezelbackbone rechtstreeks naar de datacenters van uw cloudprovider(s) in Europa, volledig gescheiden van het publieke internet en van andere klanten.

Hogere betrouwbaarheid

Uw verbinding is veel stabiel en performanter dan een standaard internetverbinding. Redundante verbindingen en hardware garanderen dat uw connectie nooit uitvalt.

Gegarandeerde privacy en controle

Uw netwerk- en applicatieverkeer verloopt niet via publieke internetverbindingen. De privacy van uw gegevens is steeds gegarandeerd. U hebt de volledige controle over de verbinding.



De diensten: de bouwstenen tot succes

Bedrijven moeten vlot digitaal samenwerken en moeten dat in alle veiligheid kunnen doen. Bart Lecomte, Director Product & Solution Management, legt uit hoe Telenet Business aan die behoeften tegemoet komt.

Voor elk bedrijf de gepaste oplossing

“Telenet kan elk bedrijf een end-to-endoplossing op maat bieden. Afhankelijk van het soort bedrijf – sector, grootte, aantal medewerkers, noden, wensen, ... – kijken we welke oplossing het meest geschikt is”, zegt Bart. “Dat kan gaan van een kant-en-klare bundel tot een volledig geïntegreerde oplossing op maat.

Managed of niet, aan u de keuze

Bedrijven willen zich concentreren op hun core business. Telecom is een facilitator om aan business te doen, niet de business zelf. Bart: “Vooral voor bedrijven uit het middensegment is het interessant om telecom volledig uit te besteden. Om een telecomoplossing goed te beheren, is er kennis nodig. Vaak hebben ze wel een IT’er in dienst, maar het is zo goed als onmogelijk om van alles op de hoogte te blijven.”

Een managed model biedt dan de uitkomst. “Dan staat de operator in voor het dagelijks beheer van de infrastructuur, voor het monitoren op beschikbaarheid, voor configuratieveranderingen en software-

updates, enz. Het is ook de operator die de hardware zal plaatsen en vervangen indien nodig. In een unmanaged model staat het bedrijf er alleen voor en kan het bij problemen vaak niet terugvallen op de provider”, zegt Bart. “Telenet zet hard in op managed oplossingen. Dat past volledig in onze belofte aan de klant: wij doen er alles aan om het u zo makkelijk mogelijk te maken. Wij zorgen ervoor dat u flexibeler kan werken en dat uw infrastructuur altijd up-to-date is.”

VAN KANT-EN-KLAAR TOT VOLLEDIG GEÏNTEGREERD

KLEINE BEDRIJVEN EN ZELFSTANDIGEN

Kant-en-klare bundels, zoals FLUO en WIGO

Voor kleine bedrijven en zelfstandigen hebben we bundels uitgewerkt waarvan we weten dat ze aan de noden van de meeste klanten voldoen. 70 à 80% van de bedrijven binnen dit segment kiest dan ook voor een bundel als FLUO of WIGO. Klanten die toch specifieke behoeften hebben, bieden we nog altijd individuele producten aan.

+70%

Meer dan 70% van de zelfstandigen en kleine bedrijven kiezen voor een bundel als FLUO of WIGO.

MIDDELGROTE BEDRIJVEN

Modulaire oplossing, al dan niet in een combo

Vanaf het middensegment werken we op maat. Aan de hand van een aantal bouwblokken stellen we de juiste oplossing samen. In samenspraak met de klant, kijken we welke blokken nodig zijn om aan zijn noden te beantwoorden.

Ook hier zien we bepaalde combinaties terugkomen. Bedrijven met een internetverbinding via coax combineren dat vaak met een ISDN- of SIP-telefonie-oplossing. Daarom bieden we ze ook in een combo aan, uiteraard tegen extra voordelige prijzen. Toch zien we dat het merendeel van de klanten hier al echt voor een oplossing op maat kiest.

GROTE BEDRIJVEN

Volledig maatwerk, al dan niet met integratoren

Voor grote bedrijven is maatwerk uiteraard het uitgangspunt. Te meer, omdat deze bedrijven vaak al complexe IT-oplossingen hebben waarmee we rekening moeten houden, zoals een op maat gemaakt CRM-systeem. In dit segment zullen we dan ook vaak samenwerken met integratoren om tot een perfect geïntegreerde totaaloplossing te komen.

Een mooi voorbeeld is de zorgsector. Wij leveren bijvoorbeeld de data- en internetverbinding, telefonie en digitale tv aan ziekenhuizen. Een integrator brengt alles vervolgens samen in bedsideterminals die zowel de dokters, verplegers als de patiënten gebruiken.

Grote bedrijven hebben vaak buitenlandse vestigingen. Ook die kunnen we aansluiten op onze connectiviteit. Daarvoor gaan we dan partnerships met internationale operatoren aan.

Een compleet portfolio om uw business vooruit te helpen



Internettoegang

Supersnel en betrouwbaar internet via glasvezel, coax of VDSL. Met verschillende redundantiemogelijkheden.



Mobiele telefonie

Supervoordelige tariefplannen die perfect inspelen op het bel-, sms- en surfgedrag van elke medewerker.



Draadloos internet

Flexibele en veilige wifiverbinding voor medewerkers, klanten en bezoekers. Met een brede waaier aan loginopties.



Digitale tv

Onberispelijke tv-oplossingen, van één tot duizenden schermen. Integratie van eigen toepassingen en content mogelijk.



VPN-verbindingen

Beveiligde netwerkoplossingen voor snel en betrouwbaar dataverkeer tussen bedrijfsvestigingen of met de public cloud.



Hosting & Cloud

Hulp bij het opzetten van domeinnamen, webhosting, antivirus, e-mail, SSL-certificaten en online back-ups.



Vaste telefonie

Digitale telefonie tot honderden simultane gesprekken. Van een virtuele telefooncentrale tot toekomstgerichte IP-telefonie.



Security

Volledig geïntegreerde IT-beveiliging op maat: van analyse over implementatie tot monitoring en beheer. Inclusief trainingen op maat.



We kunnen elk bedrijf een end-to-endoplossing bieden, van een kant-en-klare bundel tot een volledig geïntegreerde oplossing.

BART LECOMTE, DIRECTOR PRODUCT & SOLUTION MANAGEMENT BIJ TELENET BUSINESS

INVESTEREN IN IT-SECURITY IS INVESTEREN IN CONTINUÏTEIT

Geen connectiviteit zonder gepaste beveiliging. Want bedreigingen en aanvallen komen van overal. Veel bedrijven denken nog altijd dat ze geen interessant doelwit zijn, maar niets is minder waar.

Vandaag is elke onderneming een potentieel doelwit. Enerzijds zijn aanvallen niet altijd op een bepaald bedrijf gericht, maar komen ze per toeval tot stand. Hackers kunnen met lukrake scans zwaktes detecteren en bij uw bedrijf binnenkomen, omdat u niet goed beveiligd bent. Anderzijds is het aangevallen bedrijf vaak slechts een tussenstap naar het uiteindelijke doelwit. Hackers zijn niet altijd geïnteresseerd in uw data, maar wel in die van uw klanten of andere ondernemingen waarmee u zaken doet. Toch bent u het slachtoffer van de aanval.

In het kader van business continuity weet u dus maar beter van waar de bedreigingen kunnen komen en op welke niveaus uw bedrijf beveiliging nodig heeft. Met de beveiligingsoplossingen van Telenet laat u niets aan het toeval over. Uw ICT-omgeving en informatie zijn optimaal beschermd tegen aanvallen van buitenaf.

Download onze whitepaper
'IT-security anno 2016'
op telenet.be/security





Onze mensen: de persoonlijke touch

Naast ons superieure netwerk en onze producten, bieden we onze klanten nog een extra troef. En dat zijn onze mensen. Middelgrote en grote klanten komen bij de teams van Filip Mortier en Kwint Broucke terecht. Zij geven u een exclusieve blik achter de schermen.

Ondersteuning voor elk klantentype

Van de grootste bedrijven over kmo's tot kleine zelfstandigen: bij Telenet Business krijgt iedereen een persoonlijke service. Kwint Broucke, Manager Service Management: "Ons serviceteam is gevormd rond onze klantentypes. Hoe groter de klant en hoe complexer zijn oplossingen, hoe hoger het servicelevel."

"Onze grootste klanten krijgen een heel accountteam toegewezen. Naast een Account Manager en een Customer Project Manager die de implementatie in goede banen leidt, krijgen ze ook een Service Manager. Service Management waakt over de kwaliteit van de dienstverlening en garandeert een goede informatie-

doorstroming van en naar klanten. Deze senior experts hebben elk meer dan 15 jaar telecomervaring en zijn ITIL-gecertificeerd, een referentiekader voor Service Management in IT."

GROOT, GROTER, GROOTST

Hoe groter de klant, hoe meer medewerkers voor hem klaarstaan. Van helpdeskmedewerkers voor kleine bedrijven, over toegewijde contactpersonen tot een volledig toegewijd team, inclusief Service Manager voor de allergrootste klanten.

Transparantie, van in het prille begin

"Bij de meeste operatoren zit service op het einde van de rit, maar wij doorlopen vaak héél de customer lifecycle", zegt Kwint. "Als een Account Manager dat aangewezen vindt, betreft hij ons al van bij de presalesfase. Zo weten wij meteen wat de klant belangrijk vindt: wat zijn z'n servicebehoeften, zijn ze realistisch en hoe kunnen we die optimaal invullen? De klant weet ook van meet af aan wat hij van ons mag verwachten: we leggen uit wat er operationeel haalbaar is, we spreken de escalatiemogelijkheden af, beslissen hoe we communiceren – telefoon, e-mail, online tool – enz. Zo ontstaat er op geen enkel moment verwarring."



Proactiviteit als extra troef

Onze transparantie trekken we later ook door. Kwint: "Wij monitoren niet alleen, we communiceren ook proactief naar klanten – bijvoorbeeld als er mogelijk een probleem is. Idealiter los je het probleem al op nog voor de klant het merkt."

Ook als er aanpassingen aan het netwerk op til zijn, brengt Telenet z'n klanten vooraf op de hoogte. "Investeren in het netwerk, gaat inderdaad soms gepaard met hinder voor de klant", zegt Kwint. "Maar die proberen we uiteraard tot een minimum te beperken. Duidelijk communiceren vinden we belangrijk: we lichten de context van de werken toe, we laten weten welke diensten niet beschikbaar zullen zijn, wanneer ze niet beschikbaar zullen zijn, enz. Dat is niet altijd een eenvoudige boodschap, maar die transparantie vinden we wel belangrijk. En dat appreciëren klanten ook heel erg."

Kort op de bal spelen

Een andere bewuste keuze is werken met interne medewerkers, niet met externe callcenters. "Enerzijds omwille van de stijgende technische complexiteit en ons uitbreidende producten- en dienstenaanbod. Dat vraagt veel expertise en we vinden het belangrijk dat al onze medewerkers de situatie direct goed kunnen inschatten als een klant belt", zegt Filip Mortier, Manager Customer Care B2B.

Anderzijds kunnen interne medewerkers veel korter op de bal spelen. Filip: "Het is aan onze medewerkers om de impact van een incident bij de klant in te schatten, om af te stemmen welke tickets prioritair zijn, om na te gaan welke SLA gehaald moet worden. Als een incident extra aandacht vraagt, kan dat heel snel: de Service Managers zitten letterlijk enkele meters verder. Vaak zal de Service Manager al op de hoogte zijn nog voor de klant hem contacteert."

Voor Filip is dat de basis van goede service: "De klant laten voelen dat we met hem bezig zijn, hem garanderen dat we zijn incident goed opvolgen. Daarom loggen we ook alle cruciale informatie, om te vermijden dat hij zijn verhaal meerdere keren moet doen. Zowel Sales, als Customer Service als Service Management werken met dezelfde tool. Dit geeft het hele team een goed beeld van de klant."

Service als attitude

Wie in customer service zit, weet dat klanten niet bellen om te zeggen dat het goed gaat, ze bellen met een concrete vraag of voor een probleem. Filip: "Bij ons is service geen departement, het is een attitude. Onze medewerkers moeten hun werk graag doen, anders houden ze dat niet vol. Iedereen hier weet ook dat ze bij collega's terecht kunnen als dat nodig is."

Samen met de doorgroeimogelijkheden, zorgt dat voor een heel klein verloop binnen het team. Filip: "Helpdeskmedewerkers zullen eerder de 'interne serviceladder' opklimmen dan vertrekken. Dat medewerkers lang aan boord blijven, is goed voor de continuïteit. Er ontstaat vaak een persoonlijke band tussen onze medewerkers en een klant. We krijgen ook regelmatig dankmailtjes van klanten. Dat is leuk, dat wil zeggen dat we van een vaak negatieve aanleiding een positieve ervaring wisten te maken."

Kwaliteit verbeteren

De mensen in customer service worden ook gemonitord. Filip: "Ieder ticket, iedere melding moet aan een aantal criteria voldoen. Aan de hand van steekproeven gaan we na of alle incidenten voldoende gedocumenteerd werden, of de juiste aanpak gehanteerd werd, enz. Zo kunnen we onze service nog sterker op maat van de klant afstemmen."

Service Management onderzoekt bovendien hoe Telenet Business zijn klantenopvolging structureel kan verbeteren. Kwint: "Als we zien dat incidenten bij verschillende klanten terugkomen, analyseren we het probleem en zoeken we er een structurele oplossing voor. De voorbije jaren hebben we meer dan 10.000 tickets geanalyseerd. Dat stelt ons in staat om verbetertrajecten op te zetten: wat kan nog beter, welke tools kunnen we daarvoor inzetten, enz."

ROUND UP

WAT ZEGGEN ONZE KLANTEN ER ZELF VAN?

Een sterk netwerk, een compleet telecomportfolio en opvolging op maat. Het zijn de pijlers van onze aanpak, maar wat vinden onze klanten er zelf van? Wat zeggen tevredenheidsonderzoeken? In het volgende hoofdstuk komt u het te weten.





HOOFDSTUK 4

“

Jaarlijks bevragen we onze grote klanten. En we zien dat de tevredenheidsscore jaar na jaar stijgt.

KWINT BROUCKE,
MANAGER SERVICE MANAGEMENT BIJ TELENET BUSINESS

”

HOOFDSTUK 4

- > Tevredenheid bij onze klanten
- > Erkenning door medeprofessionals
- > Een greep uit onze tevreden klanten

Standpunt van de markt

Bij Telenet vinden we klantgerichtheid belangrijk. Door steeds te focussen op onze klanten en onze dienstverlening op regelmatige basis te analyseren, zorgen we steeds voor een optimale klantenervaring. Een aanpak die z'n vruchten afwerpt, zo blijkt.

Tevredenheid bij onze klanten

Tijdens het jaarlijkse ICT Outsourcing-onderzoek van Whitelane Research en Vlerick Business School worden de uitbestedingscontracten van verschillende IT service providers onder de loep genomen en door hun klanten geëvalueerd. Alle ondervraagde klanten van Telenet geven aan erg tevreden te zijn. Telenet scoort met 82% ruim boven het gemiddelde van 73% en prijkt zelfs helemaal bovenaan het lijstje van 26 IT service providers.

Kwint ziet dat eigen onderzoek die tevredenheid bevestigt: "Jaarlijks bevragen we ook zelf onze grote klanten, zowel op vlak van dienstenaanbod als van de customer care life cycle. En we zien dat de tevredenheidsscore jaar na jaar stijgt. Afgelopen jaar haalden we bij onze grote klanten een score van 8 op 10 voor algemene tevredenheid."

Erkenning door de markt



Op de 'Smart Business Awards 2016' viel Telenet maar liefst drie keer in de prijzen.



Winnaar 'Cloud en mobile provider'

Telenet werd hier vooral door de publieksjury als winnaar naar voor geschoven.



Winnaar 'Vaste operatoren'

De publieksjury en een deel van de vakjury waren het meest overtuigd van Telenet.



Runner-up 'Mobiele operatoren'

Telenet gooide met de overname van BASE Company en de bijhorende ambities hoge ogen bij de vakjury.



In 2016 wist Telenet de 'Telecom Services & Networking Award for Excellence' in de wacht te slepen. Daarmee mogen we onszelf van Data News één jaar de beste telecomprovider van België noemen.



Telecom Services & Networking Award for Excellence

Van Data News mogen we onszelf één jaar de beste telecomprovider van België noemen.



Tussen april en september 2016 hebben internetgebruikers in België maar liefst 1,5 miljoen keer hun snelheid gemeten via de snelheidsmeter van Ookla. Telenet kwam als snelste uit de bus, met ruime voorsprong.



Internet van Telenet officieel uitgeroepen tot snelste van België

Ookla (speedtest.net) riep Telenet officieel uit tot snelste Belgische internetprovider van 2016.

DEZE ORGANISATIES VERTROUWEN AL OP TELENET BUSINESS...



... SAMEN MET MEER DAN 200.000 ANDERE BEDRIJVEN IN BELGIË



MEER INFO?

telenet.be/business

0800 66 066