



gossip

catch up



Kostendruk versnelt invoering Unified Communications

WINNEN MET UC

In het tweede kwartaal van dit jaar heeft Orange Business Services een onderzoek uitgevoerd onder CxO's van 800 multinationals in twaalf Europese landen om de bekendheid, toepassing en valkuilen rond het thema Unified Communications helder te krijgen. De volledige resultaten van dit onderzoek zullen tijdens de UC Day 2009 gepresenteerd worden, maar nu vast licht Jilles Limburg, head of services binnen Orange Business Services, een tipje van de sluier op. >>



Tekst: Hans Doorn Fotografie: Paul Teixeira

“Onze missie is om de servicesafdeling binnen Orange Business Services Benelux te laten groeien en dat gaat zeer goed”, aldus Limburg. Vanuit de ‘Equant-historie’ (tot 2006 was het bedrijf actief onder de merknaam Equant) ligt de kernactiviteit bij het netwerk en het beheer daarvan. Het is het grootste netwerk ter wereld en het omspant 220 landen. Echter, in de komende zes tot tien jaar zal naar verwachting de omzet uit Services de omzet van het netwerk overstijgen; een grote verandering. ‘Services’ omvat vooral integratie en consultancyservices, maar ook SAP deployment en netwerkvisibiliteit. Met name Unified Communications (UC) met video- en audioconferencing neemt nu een vlucht en is een van de groeisegmenten. “We hebben in Nederland recent een aantal grote video-implementaties gedaan.”

Onderzoek onder CIO's

“Als Orange zijn we vanuit het converged (data en voice) netwerk heel logisch en goed gepositioneerd in UC. Het is niet echt een product of iets dergelijks dat gepusht wordt, maar het is veel meer een naam voor iets wat al een tijdje bezig is, en dat op dit moment heel erg veel aandacht krijgt vanwege de kostenbesparingen die het met zich meebrengt”, aldus Limburg. “Er zijn vrij veel klanten die ons vragen iets te realiseren dat ook door de medewerkers thuis wordt gebruikt. ‘Customerization’ noemen we dat. UC is voor ons daarom echt een ontwikkeling die wordt gedreven vanuit de consumentenmarkt en niet zo zeer vanuit de zakelijke markt. Dat is een omslag, want vijftien tot twintig jaar geleden was het precies andersom. Nu is het zo dat mensen hier op hun werk komen met bijvoorbeeld een Mac in plaats van een pc-laptop die standaard is, en willen daar toch mee werken. Dan

regelen ze dat het toch met alle systemen samenwerkt. Er is dus een enorme drive van onze medewerkers op die ontwikkeling. ‘Wij waren erg benieuwd hoe onze topklanten hiermee aan de gang zouden gaan”, zegt Limburg. “En we denken dat we heel erg goed gepositioneerd zijn om hierin te helpen”, vervolgt hij. “Zowel in het bepalen van de marsroute als ook in het bepalen van de implementatie en de snelheid daarvan.” De technische mogelijkheden zijn enorm, maar niet altijd even makkelijk toe te passen. “Als Microsoft iets laat zien waar je je vingers bij aflikt, gebeurt dat vaak in opstellingen van tien tot vijftien gebruikers die allemaal behoorlijk minded zijn, maar wij hebben te maken met klanten met 10, 15 of wel 20 duizend gebruikers en zij moeten op basis van businesscases bepalen of dit wel of geen goede investering is. Dat is een totaal ander speelveld. Vandaar dat we dit onderzoek hebben gedaan waarin de CIO's, waar we veel mee praten, vertellen hoe zij UC ervaren en wat zij het verstandigst vinden om aan communicatiemiddelen in te zetten.”

Drie drijfveren

Een advies dat altijd aan de klanten gegeven wordt, is om eerst met de medewerkers te kijken wat er nu eigenlijk gewenst wordt. Zo is bijvoorbeeld videoconferencing nu heel hot. Het blijkt echter ook dat er bedrijven zijn die het hebben geïmplementeerd, maar het nauwelijks gebruiken. “Het hangt dus heel erg af van je medewerkers en het type business waar je in zit. Zit je vlak bij elkaar of niet. Mensen rijden tenslotte nog steeds graag naar elkaar toe”, aldus Limburg. Maar er zijn ook bedrijven waar het een ongelofelijk succes is. Bij Orange zelf bijvoorbeeld blijkt de toepassing geslaagd. Limburg: “Wij gebruiken het heel erg veel. >>



“UC is geen product waar je voor of tegen bent; het is een logische trend die gaande is”

“Dit onderzoek is voor ons, en ik denk ook voor de hele industrie, een mooie leidraad om te weten waar een CIO bij UC aan denkt en wat de drijfveren zijn.” Limburg ziet op dit moment drie redenen waarom UC zo in de belangstelling staat: “Nummer één is de consumentendrang om de spullen van thuis ook op het werk te gebruiken, tweede reden is het kostenperspectief dat nu door de crisis bovenaan is komen te staan. Bijna alle cases die wij hebben geïmplementeerd komen voort uit een positieve businesscase. Het vervangen van hardware pbx-en door een soft-phoneomgeving levert gewoon kostenvoordelen op.” Limburg: “De snelste businesscase die we hadden, was het mobiele verkeer over het datanetwerk routeren en die businesscase had een terugverdientijd van vier dagen. Dat was dus snel besloten en ook snel te implementeren.” Als derde reden geeft hij aan dat de manier van werken fundamenteel aan het veranderen is. “Vroeger gingen de mensen aan het werk wanneer de zon opkwam en stopten ze als het donker werd. Maar in de laatste tien tot vijftien jaar is er sprake van een zeer dynamische werkverdeling over misschien wel twintig uur per dag. De vraag om in die tijd toch accountable te zijn en mee te kunnen beslissen over bepaalde besluitvorming, komt heel erg vanuit de business. Je ziet dus dat er veel vraag komt vanuit de businessunits richting de CIO om video- of audioconferencing te implementeren. En dat is voor ons heel erg interessant want wij willen heel graag met die businessunits spreken.”

Kosten besparen

Een van de opmerkelijke resultaten uit het onderzoek is dat het gebruik van de mobiele telefoon dat van de vaste telefoon op kantoor heeft overschreden. Eigenlijk zou dat een kostenverhoging met zich mee moeten brengen doordat het mobiel bellen nog steeds duurder is dan bellen via een vaste lijn, maar door de implementatie van een Orangetechniek die Mobile Access heet, wordt juist een kostenbesparing gerealiseerd. “Als ik met mijn mobiele telefoon naar het buitenland bel, gaat dat gesprek door deze techniek rechtstreeks het netwerk op. Dat bespaart zoveel telefoonkosten dat je daar feitelijk geen vaste telefonie meer voor nodig hebt. Mobiel bellen kan door juist routeren enorme kostenbesparingen realiseren”, aldus Limburg. “Iedereen heeft altijd zijn mobiele telefoon bij zich en met de mobiele telefoon gaan we straks nog veel meer doen”, vervolgt hij. “Video is nu een hit aan het worden op de laptop en in de boardrooms. Zelf hebben we hier straks drie kamers waar we videoconferencing kunnen doen, maar het zal niet heel lang meer duren voordat we dat als mainstreamapplicatie op de mobiele telefoon gaan zien, en dan in een betere kwaliteit dan nu al mogelijk is.”

Ingewikkelde techniek

Unified Communications is eigenlijk de integratie van communicatiediensten. “Het is geen product waar je wel

of niet in geloof, of voor of tegen bent. Het is een logische trend die gaande is en die veel steunpilaren heeft. Het levert veelal kostenvoordelen op dus de CFO is altijd blij als wij een implementatie achter de rug hebben”, zegt Limburg. “De businessunits zijn blij want die hebben een extra communicatiemechanisme. De medewerkers zijn blij omdat ze een extra stuk gereedschap hebben waar ze vanuit de privéomgeving vaak ook al over beschikken, en waar de waarde van ingezien wordt. Vandaar dat het nu een soort van hit aan het worden is.” Maar de techniek die er onder zit en de implementatie die bereikt moet worden blijkt toch wat ingewikkelder. “Er zijn een aantal aanbieders vanuit de klassieke telefoniehoek zoals Avaya en Cisco vanuit de routeringshoek, of Microsoft met Office Communication Server, maar uiteindelijk heb je toch een netwerk nodig waarop je het gaat integreren. Dan wordt het interessant voor een CIO, want die hoeft dan niet in één klap over naar iets nieuws en kan de huidige omgevingen met elkaar laten functioneren. Op die manier kun je stap voor stap bekijken of het zinvol is voor de medewerkers en hoe het totaal is te implementeren. Juist op dat vlak is onze waarde van toepassing. We zijn de enige operator in Europa die op deze schaal opereert en zowel over een mobiele als een vaste tak beschikt”, zegt Limburg. Op dit moment heeft Orange 180 miljoen consumentenklanten zowel in vaste als mobiele netwerken en daarin zitten vele technieken die een-op-een te kopiëren zijn naar de zakelijke markt. Er zijn wereldwijd zeventien labs waarin nieuwe toepassingen en technieken uitgedacht worden en dat heeft inmiddels geleid tot zo’n 8.000 patenten. Limburg: “Ten slotte kunnen we concluderen dat Orange financieel erg gezond is en dat is erg prettig in deze fase waarin je moet investeren in je netwerk om het te kunnen uitbreiden. Klanten willen tenslotte dat dit niet alleen geïmplementeerd wordt in Europa, maar ook in de rest van de wereld.”

Duw in de rug

Het onderzoek brengt een stuk awareness over de knelpunten en de wensen die de klanten van Orange hebben rond het thema Unified Communications. “Voor onze grotere klanten is dit niet zo maar geregeld. Ten eerste moet de businesscase gemaakt worden en dan volgt de problematiek van implementatie in de huidige omgeving. Zo hebben we bij een groot concern Microsoft OCS 2 geïmplementeerd en in een brancheoffice van datzelfde bedrijf werden de bestaande PBX-en aan het netwerk gekoppeld, waar wij vervolgens videoconferencing overheen hebben gelegd”, aldus Limburg. Hij vervolgt: “Dat is geen losstaand geval en daarom geloven we ook dat de echte ‘convergence’ die nodig is voor UC, in het netwerk zal moeten gaan plaatsvinden.”

De kostendruk vanuit de huidige crisis is voor dit soort ontwikkelingen een extra duwtje in de rug. Want waar

Orange op bepaalde onderdelen de omzet ziet teruglopen, gaat juist in andere segmenten het resultaat omhoog. Limburg geeft dan ook aan dat beoogde resultaten voor de komende tijd gewoon gehaald gaan worden.

“In tijden van crisis gaat men over naar global SLA’s om meer grip op de zaak te krijgen. Je ziet ook dat men naar centralisatie van datacenters gaat, want ook daar wordt door de CIO’s gekeken naar de kosten. Wordt er bijvoorbeeld gesneden in de hoeveelheid datacenters dan moet er gekeken worden naar het netwerk en het type dataverkeer, en de herkomst. Iets wat op dit moment heel veel gebeurt, is het offloaden van internet op de locatie zelf. Dat zijn allemaal zaken waarin Orange uitstekend is gepositioneerd, aldus Limburg en hij vervolgt: “Dus eigenlijk komt de crisis ons uitstekend van pas want we kunnen ontzettend veel businesscases presenteren waarin we snel terug te verdienen implementaties kunnen voorstellen. Implementaties die we vaak zelf ook al hebben toegepast”

