

Discover Dynamics 365 Contact Center

The world is how we shape it

sopra  steria

01

Oppdragsforståelse

Oppdragsforståelse



Utfordringer

- Fornyelse i nøkkelroller og ledelse for marked, salg, kundeservice og IT gir et behov for å få oversikt over helheten
- Strategi, utfordringer og prosesser for kundeservice og kontaktsenter er ikke dokumentert og samlet
- Mål for ønsket effekt ut av migrering til nyt kontaktsenter i skyen er ikke definert
- Migreringsløp/utviklingsplan mangler og rammer er ikke satt
- Dokumentasjon og produktkø er ikke samlet på ett sted som gir god oversikt og styring for ledelsen



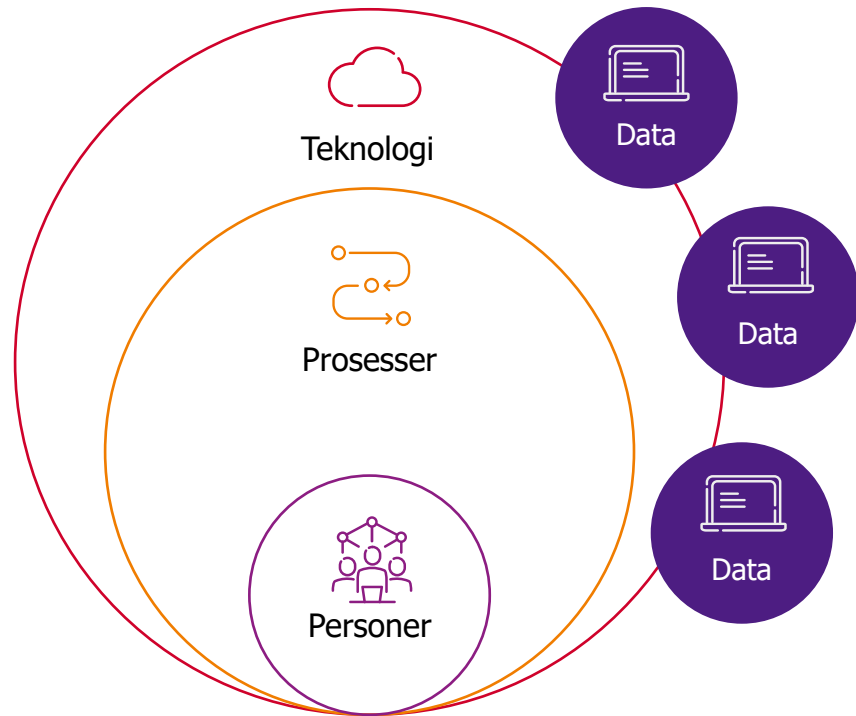
Mål og ønsker

- Kartlegge mål og ønsket effekt ved migrering av eksisterende kontaktsenter til en ny skyplattform
- Sørge for å få en effektforbedring for virksomheten og ikke kun en teknisk migrering
- Bygge en produktkø med use cases for kunden som de kan prioritere/beslutte
- Kartlegge og dokumentere prosesser og data
- Kartlegge datakvalitet og hvilke data som best egner seg å hente fra dataplattformen
- Få synergier og helhetlig rapportering på tvers av både kontaktsenter og dataplattform (data lake)
- Kunne bruke standardfunksjonalitet i nytt kontaktsenter
- Få en plattform som er levedyktig og bærekraftig i 10-15 år og som åpner opp for å utnytte Customer Data Platform for fremtiden og fremtidig behov

02

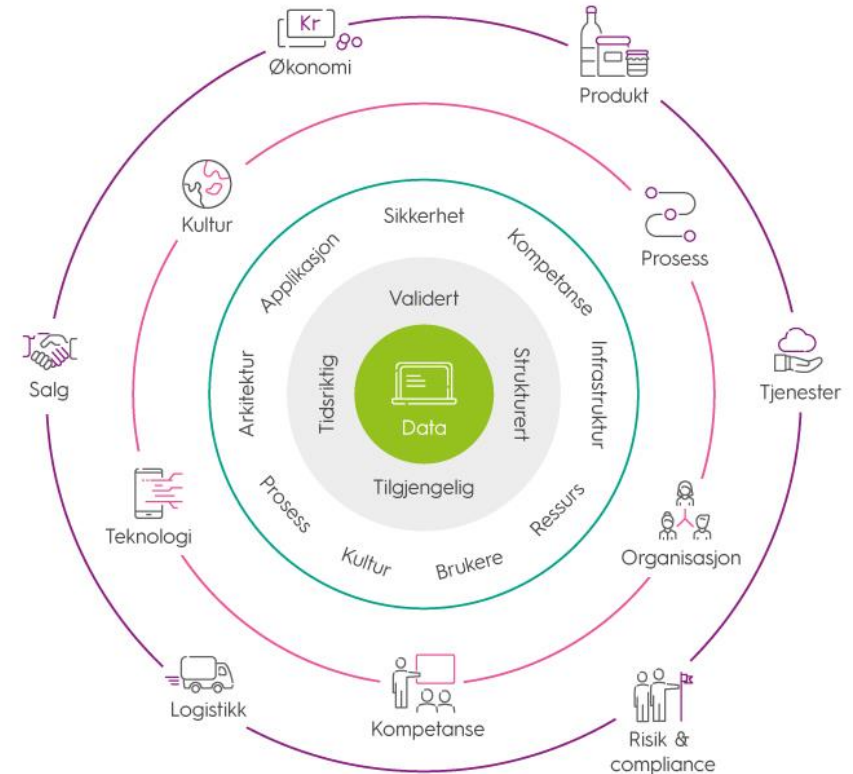
Løsningsforslag

Transformasjon til datadreven og kundeorientert virksomhet



Tradisjonell CRM

Transformasjon



Customer Data Platform

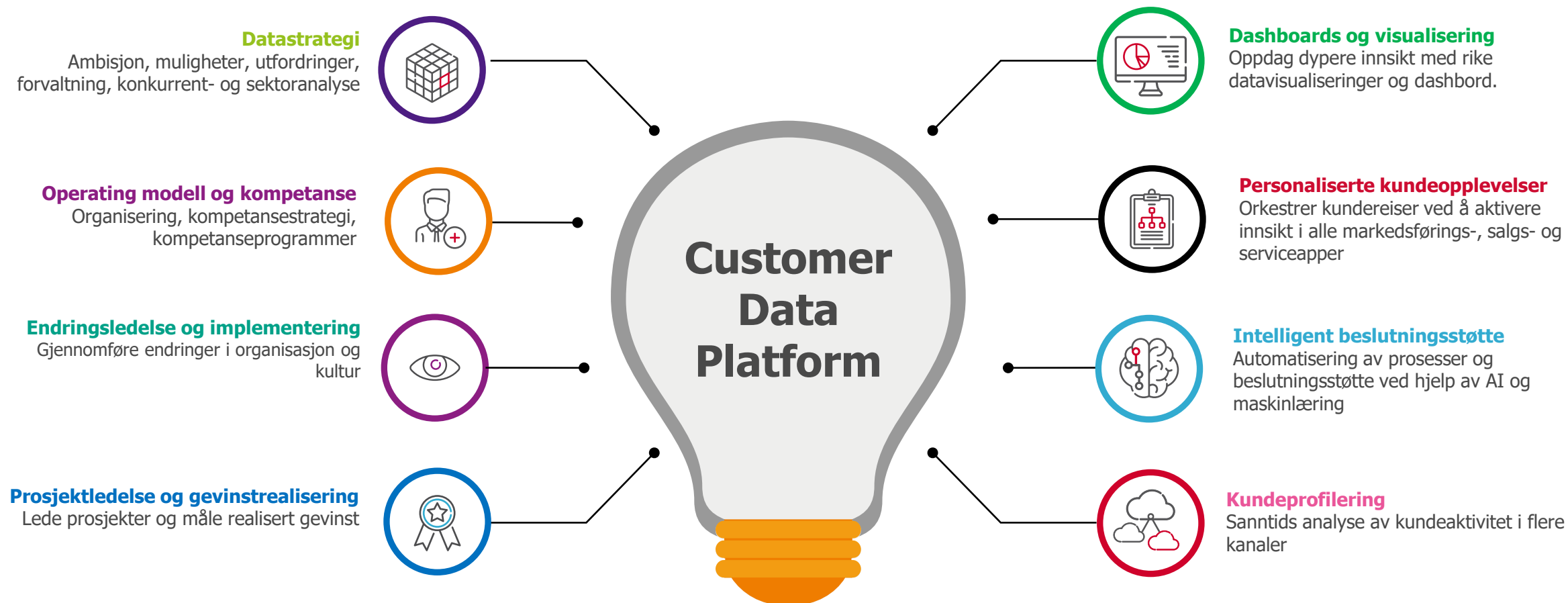
Formål: Se helheten ved kontaktsenter i skyen

Et sykbasert kontaktsenter er en moderne plattform for kundeinteraksjon som samler all kundedialog på tvers av kanaler – som telefon, e-post, chat og sosiale medier – i én løsning. Den gir virksomheter mulighet til å forstå og betjene kundene sine bedre ved å gjøre all relevant informasjon tilgjengelig i sanntid.

Løsningen er utviklet for å analysere og sammenstille data fra hele kundereisen, og gir kundebehandlere og ledere innsikt som gjør det mulig å handle raskt og presist. Dette gir en helhetlig forståelse av hver enkelt kunde – basert på faktiske interaksjoner og historikk – og legger grunnlaget for mer relevante, effektive og personlige opplevelser.



Målbilde: Datadrevet kontaktsenter



Skybasert kontaktsenter gir konkurransefortrinn

- **Kunden i fokus**

- Sluttkundereiser av topp kvalitet på tvers av kanaler
- Enhetlig kommunikasjon med kunder
- Økt kundetilfredshet (herunder kundens opplevelse av å bli ivaretatt)
- Økt kundelojalitet gjennom blant annet personaliserte, intuitive og relevante kundeopplevelser
- Økt antall saker som lukkes i 1.linje på kundesenteret
- Økt antall saker som kan behandles maskinelt
- Økt antall oppsalg og mersalg ved kundeenvendelser
- Redusert kundefrafall (churn)

- **Bedre oversikt og rapportering**

- 360 grader oversikt over alle hendelser og aktiviteter på
 - kunder, kontakter, saker, salgsmuligheter, kampanjer mm, ...
- Økt innsikt til ledelsen gjennom rapporter og dashboards
- Å monitorere viktige forretnings-KPIer i nær sanntid

- **Automatisering og effektivisering**

- Økt automatiseringsgrad og færre manuelle operasjoner innen salg, service og marked
- En omforent saksprosess på tvers av organisasjon og geografiske grenser

- **Andre mulige gevinster**

- Økt salg/win rate
- Økt treffrate i forbindelse med kampanjer
- Økt leads konverteringsrate generert fra kampanjer
- Økt synlighet i markedet
- Styrket merkevare
- At alle medarbeidere benytter 1 og bare 1 system for salg, service og markedsføring
- At det nye systemet oppfattes som intuitivt, er en effektiv arbeidsflate, og som gir medarbeiderne umiddelbar verdi, energi og lyst til å benytte systemet

- Bistand til å etablere en fleksibel plattform etter beste praksis

- som understøtter kundenes forretningsbehov
- med minimalt teknisk fotavtrykk og tilnærmet null driftskostnader
- ikke krever noen form for installasjon, alt i skyen

Løsningsforslaget er en tretrinnsrakkett for implementering av kontaktsenter

- Først gjennomføres en analyse *Discover Dynamics 365 Contact Center* (denne kontrakten)
- Deretter etableres grunnmuren og infrastrukturen for kundeplattformen (D365) (neste kontrakt)
- Analysen *Discover Dynamics 365 Contact Center* skal sette plan og rammer for selve implementeringen.
- Behov utover pakkene «Dynamics 365 in a Box» meldes inn i en produktkø for prioritering av kunden. Anbefalingene vil legges frem til kunden for å kunne beslutte hva som skal tas inn i implementeringsløpet til D365.
- Sopra Steria foreslår en tretrinnsrakkett:
 1. Discover Dynamics 365 Contact Center (denne kontrakten)
 2. Dynamics 365 in a Box (neste)
 3. Implementering/Migrering til D365
- Hvis da analysen *Discover Dynamics 365 Contact Center* avdekker show-stoppere eller flagger risiko, så har du en mulighet til å utsette eller avslutte denne kontrakten før implementeringsløpet har begynt
- Hvis du mener dere ikke får ut den effekten av en pakke, så kan de utsette eller avbryte oppstart av neste pakke i tretrinnsraketten

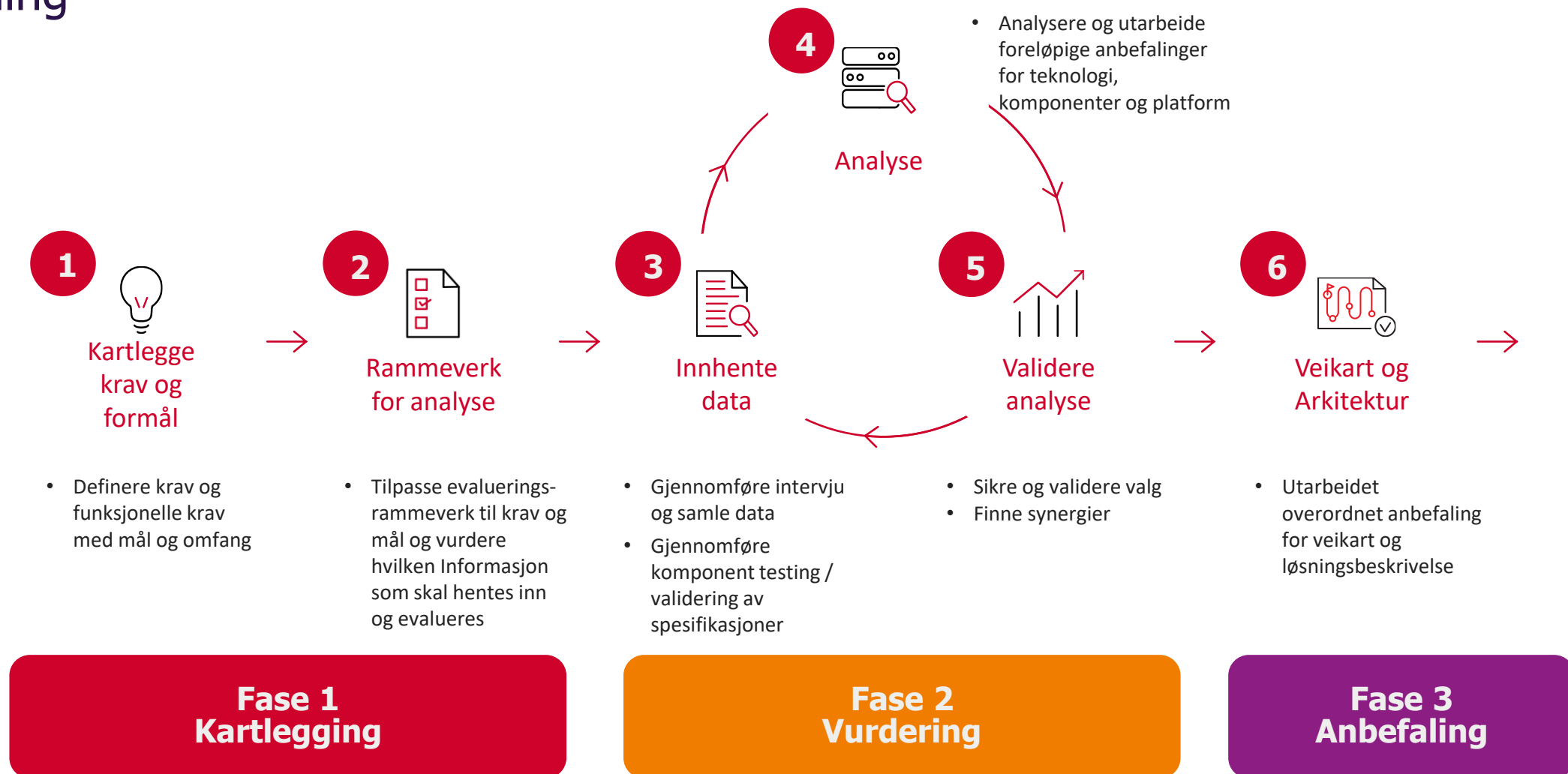
Mål for kontaktsenteranalysen

- Som et steg for å få et skybasert kontaktsenter, så må fundamentet på plass
- Fundamentet for datadrevne virksomheter er en dataplattform
- Kontaktsenteret bør ha en slik arkitektur og egenskaper at den støtter blant annet:
 - Støtte for kanaler
 - Dataintegrasjon
 - Distribusjon av rapporter
 - Tilgangsstyring og selvbetjening for rapporter
 - Data Governance
 - Skalerbarhet
 - Dataanalyse
 - Verktøystøtte for å jobbe med rådata, datakatalog og prosesser for å heve datakvalitet
 - Gi mulighet for å ta i mot datastrømmer og benytte AI/ML
 - Dele data gjennom APIer
- Alt skal ikke på plass med en gang, men analysen vil gi en implementeringsplan for å ta ut de viktigste behovene først og innen faste rammer.
- Etablering av arkitektur og backlog for behov er formålet med analysen

03

Tilnærming og aktiviteter

Metoden for gjennomføring av analysen vil være basert på en iterativ tilnærming



Hovedaktiviteter for gjennomføring av Discover Customer Insight and Sales

Sopra Steria tilbyr en kontaktsenter-analyse som ser på eksisterende IT-investeringer, anbefaler en arkitektur basert på behovene til virksomheten, og planlegger et implementeringsløp for ny kundedataplattform.

Sopra Steria vil tilby et kjerneteam på 2-4 personer som alle har sin egen spisskompetanse innen Dynamics 365, kontaktsenter, CDP, arkitektur, teknologi, datavarehus, løsningsdesign eller DevOps.

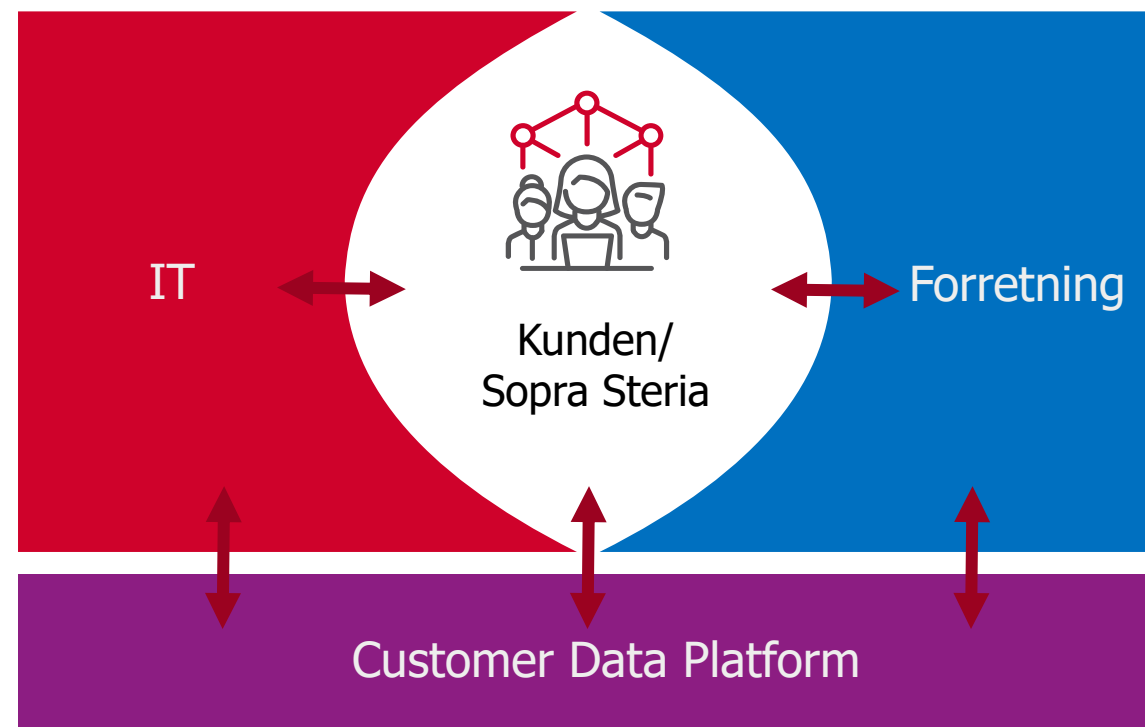
Følgende oppgaver er planlagt gjennomført i analysen:

1. Avklare forventninger, arbeidsmetode og sluttproduktet av analysen som del av oppstart/kick-off.
2. Opparbeide innsikt i kunden sine IT-investeringer, løsninger og arkitektur gjennom gjennomgang av dokumentasjon og intervju av nøkkelpersoner. Typiske intervjuobjekter er CFO, CIO, markedsføringsleder, produkteier og prosjektleder, relevante mellomledere, utviklere og sluttbrukere
3. Kartlegge use cases og prioritere hvilke som legges til grunn for analysen (Kunden velger ut 1-3 use cases)
4. Kartlegging av relevante datakilder (forutsetter lesetilgang til dokumentasjon, data og/eller datakilder før analysen starter)
5. Gjennomføring av workshops for å få innsikt i:
 1. Mål og strategi for salg og markedsføring på ny plattform
 2. Arkitektur, Teknologi, sikkerhet
 3. Prosesser, Systemer, datamodeller
 4. Sluttbrukerbehov, Rapport og Databehov
6. Anbefaling på arkitektur og implementeringsplan for nytt kontaktsenter
7. Lage veikart og produktkø for etablering av nytt kontaktsenter

Arbeidsmetodikk

- Det legges opp til tett samarbeid mellom Sopra Steria, ansatte hos kunden og deres innleide konsulenter
- Produkteier hos kunden må være sterkt involvert og en del av teamet
- Det settes opp ukentlige statusmøter for prosjektteamet
- Arbeidet vil foregå over digitale kanaler med mindre situasjonen tillater noe annet

Organisering Prosjektteam



Veikart og anbefaling



Sluttprodukt analysen Discover Customer Insight and Sales

- 1 Potensiale for bruk av skybasert kontaktsenter i virksomheten
- 2 Anbefalt løsningsdesign for Dynamics 365 med kontaktsenter i skyen
- 3 Veikart og rammer for migreringsløp av eksisterende Dynamics-løsning
- 4 Produktkø og implementeringsplan (f.eks. Azure DevOps)
- 5 Etablering av risikomatrise for styring
- 6 Beslutningsgrunnlag for implementasjon
 - Hvilke moduler ønskes tatt i bruk på ny D365 plattform
 - Hvilke data skal tas inn i ny plattform
 - Anbefaling til utnyttelse av data i dataplattformen (data lake)
 - Hvilke kundereiser og kundeprosesser skal dekkes i ny CRM plattform
- 7 Sluttrapport i Powerpoint-format



Krav til kunden– Ressurser og oppstart

Forutsetninger*

- Definerte nøkkelressurser må være tilgjengelig ved behov for prosjektteamet.
- Hovedressurs produkteier CRM må være tilgjengelig minst 50% av tiden, helst heltid
- Nøkkelressurser bør være tilgjengelige minst 7,5 timer per uke
- Suksesskriterie for en effektiv leveranse er tilgjengelighet og reduksjon av «ikke produktiv tid»
- Eksempel på nøkkelpersoner:
 - IT-sjef
 - Prosjekteier
 - Systemeiere
 - Driftsansvarlig
 - Markedsføring og redaktører
 - Nøkkelressurser i bokklubbene
 - Sluttbrukere
- Oppdraget forutsetter at arbeidet utføres i Leverandørens lokaler og at intervjuer, workshops og møter gjennomføres over Microsoft Teams

Planlegging og tilrettelegging*

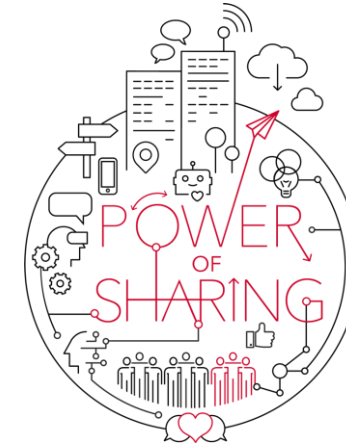
- Minimum en uke før oppstart får Leverandøren en liste over nøkkelressurser, nøkkelressurser forventningsstyres til deltagelse
- De første introduksjonsmøtene og planlegges før oppstart
- Etableres en plan for hvordan leverandørens team får tilgang til samtlige nødvendige systemer, applikasjoner, brukere og dokumentasjon før oppstart

* Avvik fra forutsetningene fører til endrings-håndtering for å realisere analysen innenfor rammen.

Suksesskriterier for å lykkes

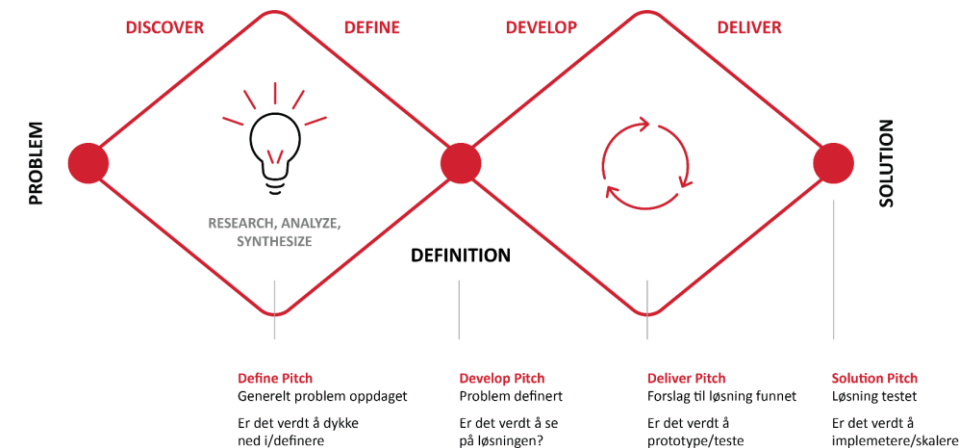
Riktige mennesker!

- Kompetanse
- Kjemi
- Engasjement
- Fleksibilitet



Tillit

- Stille forberedt
- Svare på spørsmål
- Invitere til diskusjon (få en felles forståelse for problem og løsning)



04

Omfang/pris

Pris

- **Rammer**

- 4 effektive uker som forlenges i tid pga. helligdager i mai
- Start: <SETT INN DATO>
- Slutt: <SETT INN DATO>

- **Investeringer (CAPEX)**

- Sopra Steria leverer analysen til fastpris 450.000 kr eks. moms.
- Søknad er sendt og godkjent Microsoft for å få investeringsmidler på 122.247 eks. moms i analysen
- Kunden faktureres kun 327.753 kr eks. moms for analysen av Sopra Steria
- Betingelser er at analysen er ferdig gjennomført innen <SETT INN DATO>, at Microsoft får et kopi av rapporten og kan delta på fremleggelsen av rapporten.

- **Fakturering:**

- Hele beløpet faktureres ved inngåelse av kontrakten



05

Hvem leverer

Eksempel på team for kontaktsenteranalyse

Vi deler opp det innledende forprosjektet i tre hovedspor, med et team som sammen dekker de ulike sporene – Arkitektur/Kundedataplattform, Datadrevet Virksomhet og AI.

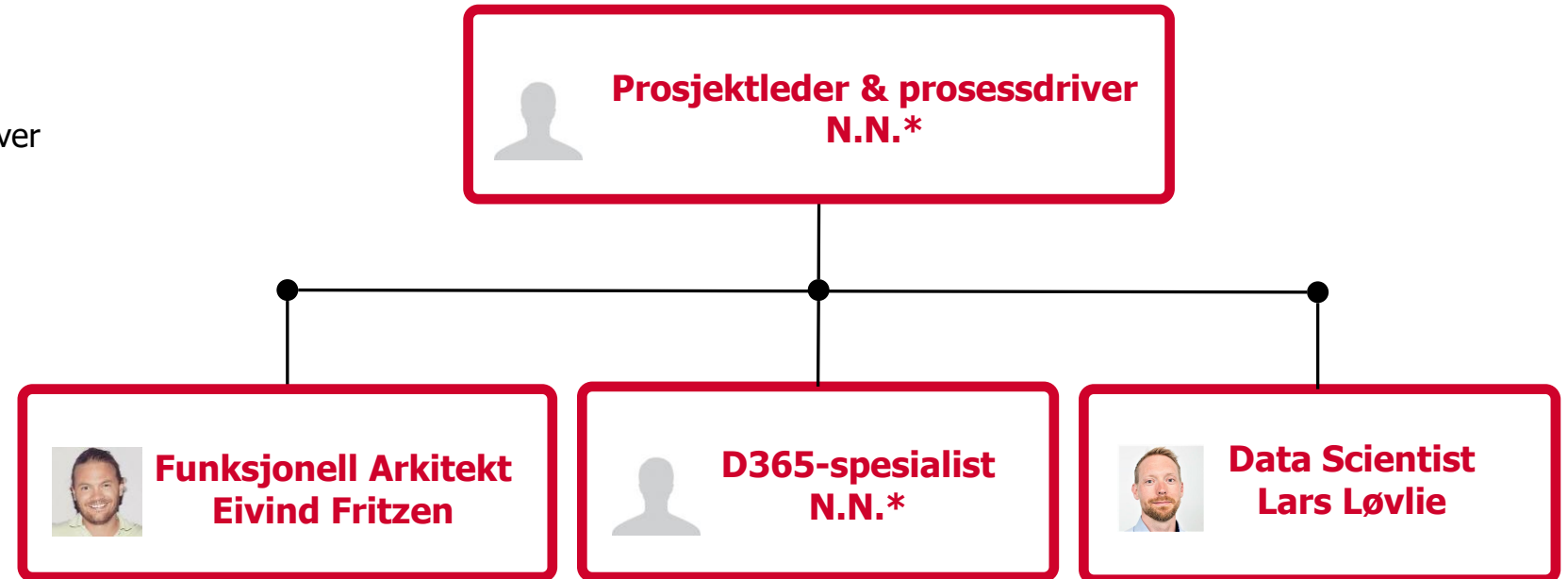
Alle har overlappende kompetanse og deler innhentet informasjon, men er ansvarlig for sitt respektive spor.

Eivind Fritzen** – Funksjonell CRM rådgiver

Lars Løvlie – Data Scientist

N.N.* - Dynamics 365 spesialist

N.N.* - Prosjektleder og prosessdriver



* Avhenger av oppstartsdato

** Må avklare pådrag mellom VAR Healthcare og Cappelen Damm



CV Eivind Fritzen

Brukes til kartlegging
relatert til det andre
dataplattform-analysen

Manager / Funksjonell løsningsarkitekt

eivind.fritzen@soprasteria.com

+47 41 63 68 54

Nøkkelkvalifikasjoner

- Microsoft Dynamics 365
- Funksjonell arkitekt, datamodellering
- Kursholder Microsoft University

Relevante kurs og sertifiseringer

- MB-900: Microsoft Dynamics 365 Fundamentals
- Certified Click Dimensions
- MB2-713: Dynamics 2016 Sales
- MB2-710: Dynamics 2016 Online Deployment
- MCT 2012 Enrollment
- MB2-867: Microsoft Dynamics CRM 2011 Installation and Deployment
- MB2-868: Microsoft Dynamics CRM 2011 Applications
- MB2-866: Microsoft Dynamics CRM 2011 Customization and Configuration
- CV-workshop



Sammendrag

Eivind har lang erfaring som funksjonell løsningsarkitekt, konsulent og rådgiver innen CRM domenet, og jobber ofte tett med forretning i prosjektene han deltar i. Samtidig som han også innehar en sterk teknisk forståelse og har bred kompetanse innen konfigurering, utvikling og infrastruktur. Eivind har også flere års erfaring som kursholder på Microsoft University med Azure plattformen og Microsoft Dynamics 365 som pensum.

Han har særlig styrke som løsningsarkitekt på Dynamics 365 Customer Engagement plattformen. Han har hatt en sentral rolle i flere CRM implementeringer fra ulike sektorer, som har variert i størrelse, kompleksitet og lengde. Han har lang erfaring som team leder, funksjonell løsningsarkitekt, og konsulent. Han blir ofte benyttet som en rådgiver for prosess- og datamodellering, der han har bistått bedrifter med å definere deres CRM strategi og kundebehov og kundereise. Prosjektene han har vært med å levere har inkludert løsninger for marked, salg, prosjekthåndtering og kundesupport.

Eivind oppleves som service-minded, kreativ og lett å samarbeide med. Han er effektiv i arbeidet og setter seg raskt inn i nye problemstillinger og løsninger. Han ser på team samarbeid som en av de sterkeste midlene for et vellykket prosjekt, og er veldig opptatt av kompetansedeling.



Utvalgte oppdrag

Vy – (2019–)

Vygruppen er et av Nordens største transportkonsern og tilbyr tog, buss og godstransport. Vys saksbehandlingssystem og markedsverktøy basert på Dynamics 365 var en gammel CRM-løsning. Eldre ubrukte komponenter og integrasjoner basert på gammel teknologi dominerte løsningen. Sluttbrukerne hos Vy hadde store utfordringer med en ustabil og treg løsning med mange tekniske problemer. Sopra Steria har utviklet en lettere og mer modulbasert utrulling av D365-løsningen som gjør at leveranseteamet kan gjennomføre hyppigere leveranser. Sluttbrukerne i Vy Servicesenter melder tilbake om økt ytelse og en langt mer stabil løsning. Prosjektet er også sentralt i Vy sin strategi opp mot "den beste reisen". Der Dynamics 365 løsningen spiller en viktig rolle i å muliggjøre den datadrevne dialogen og opplevelsen ut mot sine kunder.

Sector Alarm – Forvaltning og videreutvikling av Dynamics 365 (2017–2019)

Forvaltning og videreutvikling av Dynamics 365 plattformen. Utrulling av plattformen til nye land.

Sector Alarm / Phonewatch – Migrering av IT plattform og kundereise (2017–2018)

Sector Alarm AS kjøpte opp det Irske vaktelskapet Phonewatch tilbake i 2013. Bakgrunnen var Sector Alarm som hadde en ekspansjonsstrategi, der «inngangen» i nye land etableres ved oppkjøp av eksisterende selskap m/ portefølje. Phonewatch fortsatte å benytte egne systemer, arkitektur og prosesser frem til 2017. Her



CV Lars Løvlie

Senior Manager, Data Science

lars.lovlie@soprasteria.com

+47 40 45 57 85

Brukes til kartlegging
relatert til det andre
dataplattform-analysen

Nøkkelkvalifikasjoner

- Skyplattformer (Azure, AWS)
- Kunstig intelligens & data science
- Datadrevet virksomhet
- Datafrigjøring og data-demokratisering
- Automatisering og beslutningsstøtte vha KI

Relevante kurs og sertifiseringer

- Business Development
- Stepping Into Management
- Machine Learning
- CS231n: Convolutional Neural Networks for Visual Recognition (video forelesningsserie)
- Single Page Applications
- Windows Presentation Foundation



Sammendrag

Lars er Lead Data Scientist og forretningsutvikler innen kunstig intelligens (KI), og har ofte ansvar for prosjektledelse og arkitektur i KI-relaterte prosjekter. Han holder jevnlig presentasjoner om maskinlæring og KI og var drivkraften bak Sopra Sterias innspill til regjeringens foreslåtte strategi for AI. Han har vært involvert som rådgiver og utvikler i prosjekter for bl.a. Utenriksdepartementet, Utdanningsdirektoratet, Lånekassen og NAV, samt mange aktører i privat sektor.

Lars har en PhD i halvlederfysikk fra UiO, men har jobbet med utvikling av dataplattformer (mest skybasert i MS Azure) og avansert dataanalyse siden 2007. Han har erfaring fra flere forskjellige roller, alt fra arkitekt/tech lead, prosjektleder, til hands-on utvikler og data scientist. Han håndterer prosjekter innen kunstig intelligens fra forretningside/planlegging og helt gjennom utviklingsløpet fra datainnhøsting til implementasjon av relevante løsninger. Han bruker beste praksis-metoder og er opptatt av at løsningen leverer maksimal forretningsverdi og adresserer relevante forretningsbehov.

Han har utviklet Sopra Sterias prosjektmetodikk for AI-prosjekter, Lean AI, som baserer seg på at man går gjennom en datakartlegging og én eller flere proof-of-concepts før man skalerer opp og implementerer en fullskala løsning.



Utvalgte oppdrag

Åkerblå – AI mulighetsanalyse (2020–)

Åkerblå er Norges første fiskehelsetjeneste som utfører akkreditert helsekontroll. Selskapet betjener i hovedsak kunder innen fiskeoppdrett langs norskekysten og tilbyr i tillegg tjenester til brønnbåt- og servicebåtnæringen, legemiddelindustrien, forsknings- og undervisningsinstitusjoner samt offentlig sektor. Cappelen Damm har hatt en ganske tradisjonell IT virksomhet og har i det siste lansert flere initiativer for å undersøke mulighetene for modernisering og for å utnytte sine data og ny teknologi for å effektivisere, automatisere og skape nye muligheter.

Sopra Steria leverer en "AI mulighetsanalyse" for å kartlegge hvilke data Cappelen Damm eier og har tilgang på i dag og hvordan man kan utnytte disse datakildene maksimalt.

Lånekassen – Arbeidsbenk og Logisk Datavarehus (2020–)

Lånekassen gir stipend og lån til utdanning, og administrerer tilbakebetaling av lån. De har 318 fast ansatte og over en million aktive kunder. Våren og høsten 2020 hyret Lånekassen Sopra Steria til å designe og implementere deres nye datavarehus og dataanalyseplattform. Prosjektet har som mål å modernisere Lånekassen sine verktøy for analyser ved å ta i bruk de plattform-verktøyene som er tilgjengelig i Azure.

Utdanningsdirektoratet – Digital løsning til bruk ved
risikobasert tilsyn av barnehager (2020–)

sopra steria

Utdannelse

- Doktorgrad (ph.d.), Universitetet i Oslo (2012)

Bruk av personell under analysen

- Kunden har kjøpt en tjeneste og følgende profiler er foreslått til å utføre tjenesten.
- Tilsvarende eller bedre ressurser kan levere tjenesten ved eventuelle endringer for oppstart.
- Leverandøren tilbyr å signerer en taushetserklæring på virksomhetsnivå
- Leverandørens maler for NDA kan benyttes, eventuelt bruker Leverandøren Kundens egen mal for taushetserklæring/NDA. Dette krever en revisjon fra Leverandørens Legal avdeling.
- Tanken er at de som er med på analysen har en rolle videre i implementeringsløpet for å sikre kontinuitet og fremdrift

sopra  steria