

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書  
(出國類別：實習)

赴英國、法國  
實習中小企業客戶系統化服務方法與行銷技巧  
報告書

服務機關：中華電信公司  
出國人 職稱姓名：企業客戶處 許瓊文助理工程師

出國地點：英國、法國  
出國期間：91年12月3日至91年12月12日  
報告日期：92年3月

176 / 09105521

## 公務出國報告提要

頁數: 含附件:否

報告名稱:

實習中小企業客戶市系統化服務方法與行銷技巧

主辦機關:

中華電信股份有限公司

聯絡人/電話:

柯志勇/2344-4094

出國人員:

許瓊文 中華電信股份有限公司 企業客戶處 助理工程師

出國類別: 實習

出國地區: 英國 法國

出國期間: 民國 91 年 12 月 03 日 -民國 91 年 12 月 12 日

報告日期: 民國 92 年 03 月 12 日

分類號/目: H6/電信 H6/電信

關鍵詞: 中小企業, 中小企業行銷, CRM

內容摘要: 隨著電信自由化的開放, 電信市場的競爭益發的激烈, 如何在廣大的企業客戶市場中取得先機。過去, 大企業客戶一直在企業客戶市場佔有舉足輕重的角色, 然而由於經濟景氣的移轉, 若只將服務著重於大企業客戶上, 將無法在營收上取得致勝的先機。台灣的中小企業, 一直是台灣經濟中的一個大功臣, 但長久以來, 中小企業所享有的電信服務幾乎可說是非常的缺乏, 長久以來, 中小企業一直沒有正式的服務以及產品提供其參考選購。

由於中小企業對通信與資訊之費用預算較為節省, 通常資訊人員也相對的缺凡, 故造成中小企業 e 化程度較慢, 實為開發企業 e 化市場的一個很大的商機。本篇報告將先就目前英、法兩國在電信市場上對於企業客戶之服務模式, 並將著重於中小企業客戶市場之經營策略與營運情況, 並分析其如何使用系統化之 CRM 服務加強對中小企業客戶的服務, 並希望能應用現有合作廠商因應中小企業客戶需要而發展出之整合性套裝產品。

本文電子檔以上傳至出國報告資訊網

## 摘 要

隨著電信自由化的開放，電信市場的競爭益發的激烈，如何在廣大的企業客戶市場中取得先機。過去，大企業客戶一直在企業客戶市場佔有舉足輕重的角色，然而由於經濟景氣的移轉，若只將服務著重於大企業客戶上，將無法在營收上取得致勝的先機。台灣的中小企業，一直是台灣經濟中的一個大功臣，但長久以來，中小企業所享有的電信服務幾乎可說是非常的缺乏，長久以來，中小企業一直沒有正式的服務以及產品提供其參考選購。

由於中小企業對通信與資訊之費用預算較為節省，通常資訊人員也相對的缺乏，故造成中小企業 e 化程度較慢，實為開發企業 e 化市場的一個很大的商機。本篇報告將先就目前英、法兩國在電信市場上對於企業客戶之服務模式，並將著重於中小企業客戶市場之經營策略與營運情況，並分析其如何使用系統化之 CRM 服務加強對中小企業客戶的服務，並希望能應用現有合作廠商因應中小企業客戶需要而發展出之整合性套裝產品 (Easy install、Easy use、Easy maintain)。

在本文的最開頭及最後一章，分別就目前中華電信之中小企業客戶予以分析，並針對客戶特性提出行銷之建議。

# 目 錄

壹、前言.....	1
貳、行程概述.....	2
參、台灣地區中小企業電信市場需求狀況.....	3
肆、實習取得資訊簡介.....	5
一、英國電信	
二、法國電信	
三、Alcatel 於歐洲提出 SME e 化的整合性產品	
伍、中華電信之應有作法.....	20
一、OUTBOUND 機制的實行	
二、客戶分群機制的實行	
三、深耕中小企業客戶	
四、提供客戶合適的 e 化產品包裝	
五、善用資料倉儲瞭解 SME 特性	
陸、附錄:簡報資料 .....	30

## 壹、前言

隨著電信自由化的發展，一般的電信服務及大眾電信市場已逐漸的呈現飽合的狀態，故目前多家民營業者，在蠶食鯨吞本公司之客戶時，皆以整體營收效益較高之客業客戶為首要攻略目標，是以，在開放電信市場後，本公司之企業客戶營收也因民營業者之競爭而降低不少，為因應此一潮流，本公司於九十一年將原有之專戶處改組為企業客戶處，目的在更張顯本公司對企業客戶加強服務的決心，也使得本公司在對企業客戶服時，能有更佳的作戰能力及反應能力，以期對於企業客戶市場能有更多的關注及服務。

目前在本公司的企業客戶服務體系中，將企業客戶區分為二大部份：大客戶與中小企業客戶；由於大客戶長久以來一直由專戶體系在服務，服務方式已進入情況，反觀中小企業客戶長期以來一直是被忽略的一群，是以，如何讓中小企業在有限的行銷資源下，得到最好最貼心的服務，是本公司負責中小企業行銷的同儕但最大的目標。

本次實習，旨在實習歐美國家對於企業客戶，尤其是中小企業的服務戶式，以及企業客戶市場的動態，實習的對象為英國電信、法國電信及本公司合作廠商 Alcatel，他山之石，可以攻錯—在此次的實習中，學習到不少國外廠商對於中小企業客戶的用心瞭解及服務，值得本公司在未來予以加強學習。

在本篇報告中，將對此三個單位的基本現況及對企業客戶的服務方式予以著墨，並融合本次實習的心得，對於本公司服務中小企業客戶的方式及策略予以嚐試建議，希望能有助於本公司於中小企業客戶的行銷。

## 貳、行程概述

日期	訪程地點	詳細內容
91.12.03	路程	桃園-英國倫敦
91.12.04-91.12.06	訪問英國電信 BT	訪問英國電信 BT Exact 訪問摘要： 1. The SME Market of BT 2. Broadband powered of BT 3. BT Organization
91.12.07-91.12.08	假日. 路程	整理資料 路程：倫敦-巴黎
91.12.09-91.12.11	訪問法國電信 FT 訪問 Alcatel	訪問法國電信 FT 及 Alcatel： 法國電信訪問摘要： 與法國電信企業客專責單位負責人會面，討論法國電信於企業客戶市場所面臨的狀況及處理情形  Alcatel 訪問摘要： 1. Meeting with HP in Grenoble - Visit of HP lab 2. Hosted Call Centre Services to SMEs. 3. Alcatel Multi-media Contact Centre 4. Alcatel & Managed Services in Europe
91.12.12-91.12.13	路程	法國巴黎-桃園

### 參、台灣地區中小企業電信市場需求狀況

中小企業對於台灣近四十年的經濟貢獻佔有一席重要的地位，然而，由於規模的因素，通常中小企業於各項通訊及資訊預算上，皆會少於每個月四萬元，故於設計適用於中小企業之產品時，此為一需考量之重要因素。

若參考目前針對 1042 家員工數小於 200 人，且資本額小於一億之中小企業之網站來做研究及參考，大部份此條件下之中小企業皆擁有自己的企業網站及自己的 e-mail server 及 domain name。

以調查之結果，一般來說，台灣的中小企業於資訊系統的應用上，目前以會計系統為最大宗(76.33%)；第二名為防火牆及防毒系統(64.32%)；第三名為 e-mail 系統(50.05%)；而第四名則為企業網站。

多數的分析資料顯示，由於經濟景氣趨弱的關係，企業正積極的找尋能輔助企業流程的方法，欲借由企業流程的改進以及經由資訊化的處理，進而改善成本的支出，因此諸如有關於辦公室自動化解決方案(41.52%)；視訊會議(27.78%)；企業資源管理(25.58%)；企業網站整合再製(24.7%)；CRM 客戶關係管理系統(20.29%)；以及各項 e 化處理(15.6%)皆在企業 e 化的課題中的熱門話題。

然而，在中小企業中，使用資訊及電信業務量的多寡仍大大地受到中小企業規模的影響。據調查顯示，在台灣約有 69% 的中小企業僅擁有少於 5 位的資訊人員，而約有 50% 的中小企業每年花在資訊相關的費用僅在五十萬以下，而在受訪資料中顯示，約有 16.65% 並沒有資訊人員，而僅有 2.89% 的中小企業擁有具規模的 MIC (資訊) 部門。也由於人力及資金上的缺乏，經濟部中小企業處也於 92 年度起積極的輔導中小企業 e 化，扮能借有政府公權力的介入，號召各路資訊大廠共襄盛舉，幫助中小企業邁向 e 化之路且提昇企業競爭力，進而提昇國家整體競爭力。

以下為本公司企業客戶處針對中小企業之客戶，由本公司中小企業服務人員所做客戶親訪關懷後所得到之結果整理：

(一) 中小企業較迫切之需求列表：

行銷意見調查表之排名	需求內容
1.	公司網站之架設
2.	資訊系統之需求、e化平台之提供 (資訊系統:人事薪資、會計.....)
3.	網頁廣告 hiPage
4.	視訊會議
<u>北分、中分：</u>	
1.	企業網路 (含 e 化平台之提供)
2.	國際長期優惠、節費專案(mvpn-bc)
3.	帳單合併及彙寄
<u>南分：</u>	
1.	ADSL 寬頻上網
2.	帳單合併
3.	節費專案 (mvpn-bc)

- (一) 上表可知：都會型及中部地區、北部地區：可能由於都會形態之關係，北分及中分公司之客戶需求，呈現出較具體的資訊及e化需求（製造業、金融業、工商服務業居多）；而南分公司之調查結果，明顯呈現出線路設備方面之需求，並沒有明顯e化及OA之需求。
- (二) 經過多次討論及資料結構之處理，目前已將此調查表中所得到的客戶資料回傳至中華電信資料倉儲中，如此可維持企業客戶行銷補給站及中華電信資料倉儲之一致性，另資料倉儲已完成行銷意見調查表之多維度分析功能，並由本科測試中，待測試及修正完成後，可開放供全區中小企業行銷人員更多之客戶需求訊息。

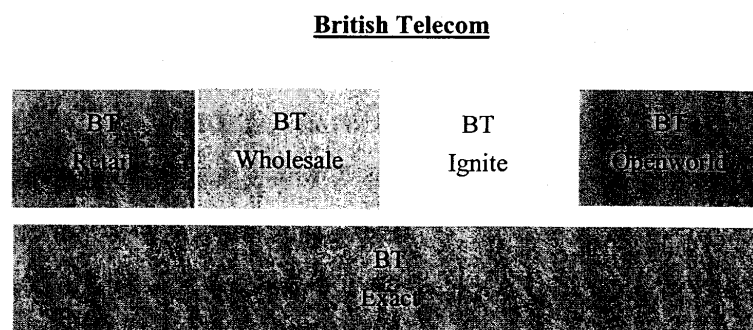


## 肆、實習取得資訊簡介 - BT / FT / Alcatel

### 一、英國電信

#### (一) BT 之組織

英國電信公司共有五個單位所組成之英國最大之電信集團，其所屬四主要的獨立營運公司包括 BT Retail、BT Wholesale、BT Ignite、BT Openworld，以及另一個類似於本公司中華電信研究所之研發單位 BT Exact，茲將 BT 之層級圖示意如下：



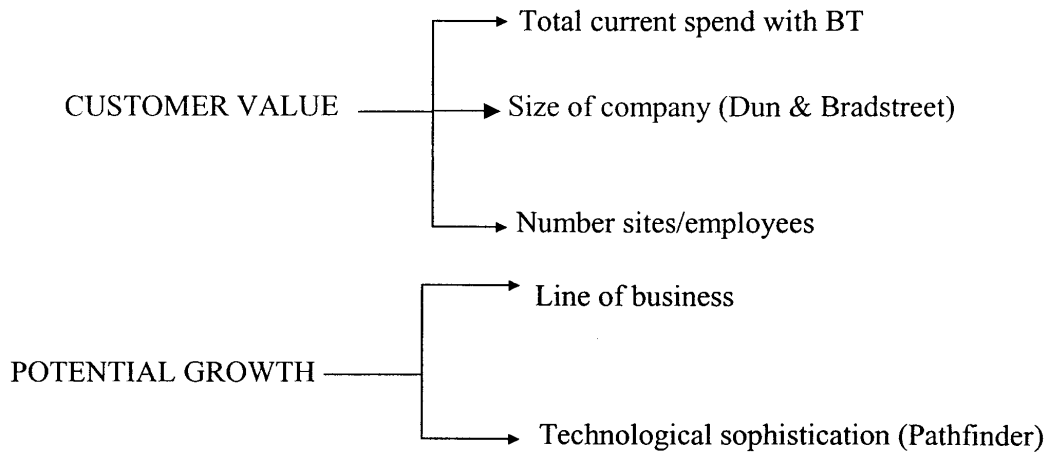
BT 組織架構圖

在 BT 的組織中，以上的五個單位分別負責不同的企業任務，茲以下列表格將其五大事業群之任務予以簡介如下：

BT 事業體系	主要功能及企業目標
BT Retail	BT Retail 為英國最大的電信服務提供者，其針對消費市場與企業客戶市場提供廣泛的電信產品與服務包括語音、數據、網際網路及多媒體服務，並對企業客戶提供企業網路服務套裝產品與整體解決方案。 同時，BT Retail 也是英國電信事業群

	主要的通路公司。
<b>BT Wholesale</b>	BT Wholesale 業務為提供網路服務給英國國內電信公司、網路與服務業者、以及 BT 事業群其他營運公司。所以，以此關係來看，BT Retail 也是 BT Wholesale 的顧客之一。
<b>BT Ignite</b>	BT Ignite 主要負責跨國企業網路服務包括提供 MPLS-based IP-VPN 及加值服務
<b>BT Openworld</b>	BT Openworld 為英國電信的 ISP 公司，其提供一般客戶與中小企業客戶上網及加值服務。 其主要推展業務為寬頻與內容服務，其於 2002 年購入英國知名的遊戲網站 Games Domain 以及深受歐洲人士歡迎的音樂網站，提供了此服務後，大幅提高了 2002 年營收。
<b>BT Exact</b>	BT Exact 為一類似研發性質及技術支援之組織，其提供 BT 所屬事業群所有電信相關之電信技術支援，其角色類似於本公司之電信訓練所。

## (二) 企業客戶市場之定位及區隔



●由上圖可知，英國電信將其以三個方式來區分客戶之價值，分別為：

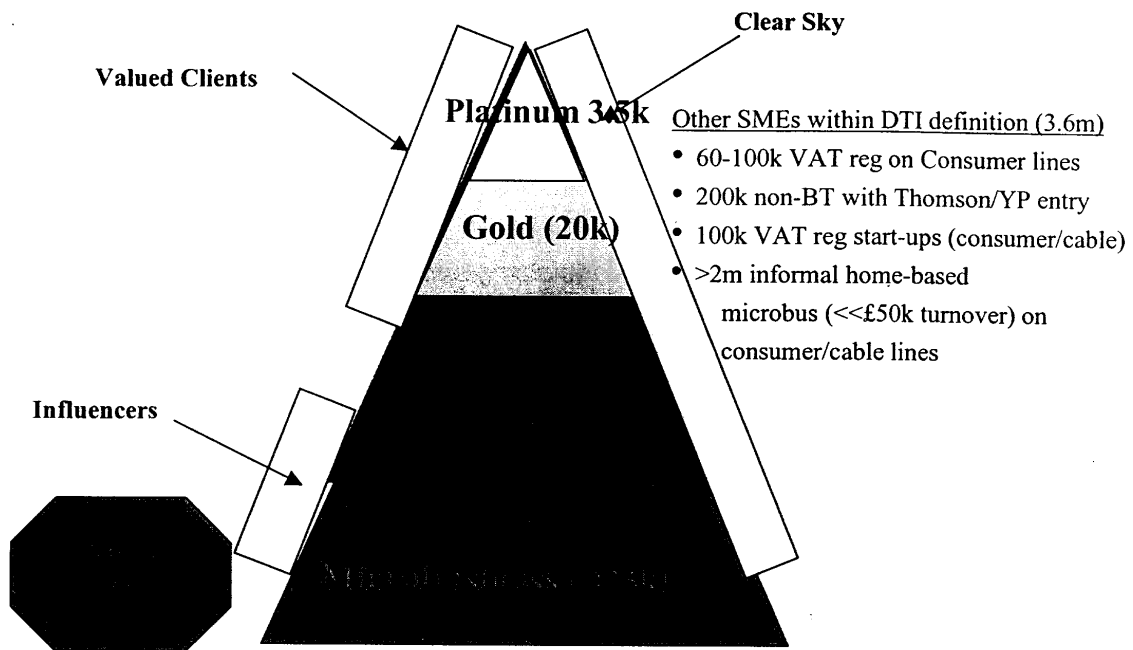
1. 客戶的總電信費用
2. 企業客戶的規模
3. 企業客戶的員工總數

●而英國電信以下列二種方式來評估客戶潛力：

1. 企業未來的成長性
2. 企業網路的複雜性

●而同樣地，依照上述的客戶價值分析，在英國電信其對其客戶之分級制度也是非常地完善地，其將企業客戶由上到下區分為四級，分別為：（圖示如下圖）

1. 白金級
2. 金級
3. 企業客戶級（中型之企業客戶）
4. 微價值級（較小型之企業客戶）



● 不同等級之企業客戶區分標準與行銷服務方式：

茲將其依上述方式所區分之不同等級之中小企業客戶 服務方式依最低之微價級至最高之白金級區分如下，及下圖：

1. 區分標準：員工數及成長量-分別為：1-10 人/ 5-100 人 / 50-500 人/ 大企業及成長極大之企業。
2. 目前所有之企業客戶數量 (千戶)：425/348/20/3.5
3. 貢獻度(英磅/年)：660/ 2,000/ 27,000/ 160,000
4. 27,000/ 160,000。
5. 市場策略：維持客戶忠誠度/ 加速成長客戶數/ 固守既有客戶/ 提供貼心服務加速成長。
6. 服務方式:Call center/ 產品促銷/ 專人服務/ 專人服務。

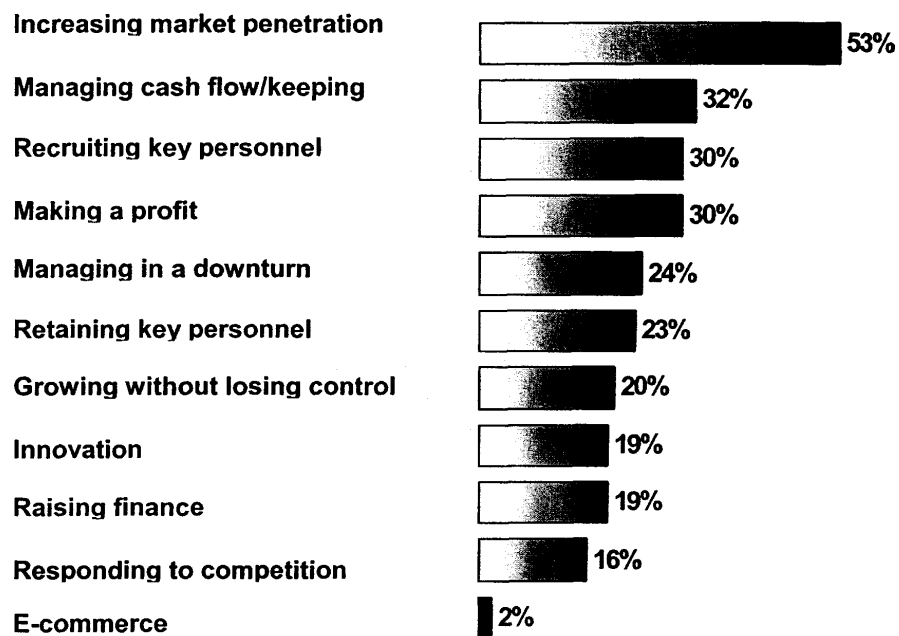
Segment	Microbusiness	Enterprises	Gold	Platinum
No. of accounts	717.2k	409.2k	20.6k	3.7k
Revenues (as % of total SME Business)	20%	33%	24%	23%
% of accounts with 100% BT comms spend	81%	71%	40%	41%
Customer sat (out of 10)	7.33	7.08	5.94	5.66
% revenues from non-PSTN	~2%	~8%	~15%	~33%
Average annual spend with BT	£0.7k	£2k	£27k	£160k

BT 客戶分級服務示意圖

### (三) 英國電信之中小企業 (Smile to Medium Enterprise) 市場

1. 英國電信的 SME 市場於未來的一年在營運方面，所面臨的挑戰：包括增加市場滲透率、持續降低成本、補充關鍵人力、如何增加利潤等；對於未來幾年面臨的困境包括僵化的制度、成本的增加、經濟環境、英國政府政策等，茲附上其示意及長條圖如下：

Challenges to Businesses over next 12 months

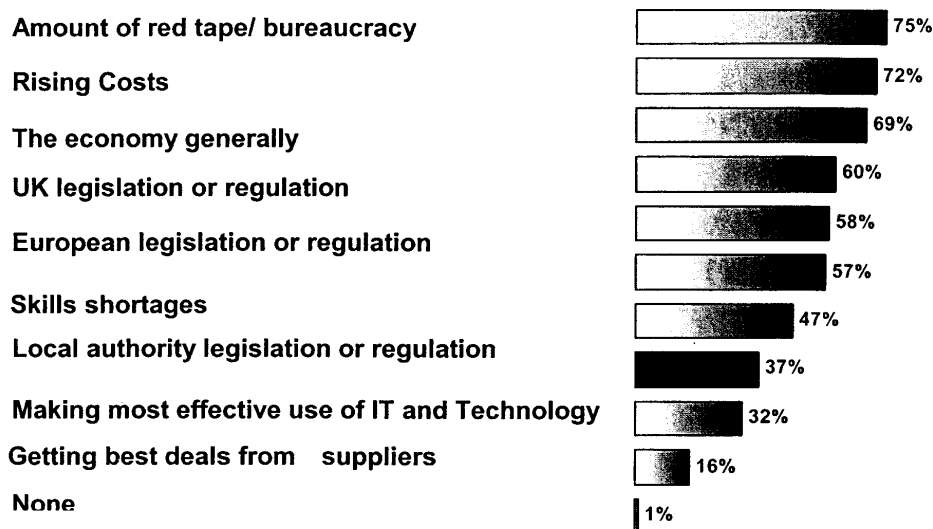


Source: Ernst & Young 2001 Enterpriser Survey (N = 479) -

2. 在未來幾年中，BT 分析其在中小企業市場上所會面臨的困難點如下：

在成本的增加，以及經濟規及歐洲整個經濟環境的影響、技術的短缺、以及與供應商良好的關係等，皆是英國電信於未來幾年中對於中小企業市場需著墨較多的所在。茲附上其示意及長條圖如下：

Difficulties facing Companies over next few years



Source: British Gas Trading 2001 Survey of SMEs (N=456) - (Prompted list)

#### (四) 行銷策略

##### 1. BT Business 的使命與任務：

- 使命：為 BT 賺取利潤，以及成為英國企業客戶市場電信業的領導者。
- 任務：透過各種通路提供整體服務 (end to end) 以滿足企業客戶之需求。

##### 2. SME 的策略：為中小企業客戶提供資訊與通信 (IT) 整合服務，以及增進 IT 給客戶帶來的價值。

##### 3. 重點策略 (Strategic Priorities)：

- 鞏固與提升核心業務
- 面對愈來愈劇烈的市場競爭與日益減少的利潤，應對鞏固與提升核心業務提出因應措施。
- 對於成長的業務區塊，及被新技術所取代業務，研

擬因應措施。

- 重視客戶關係
  - 擴充通路，及運用客戶關係管理系統，關懷與拉近目標客戶。
- 提升客戶滿意度
  - 滿足客戶的需求與期望。



## 二、法國電信

### (一) FT之現況

法國電信公司準備於93年1月15日發行55億歐元(約合58億美元)的債券,該數字比它原先聲稱的幾乎要多一倍。此次發行債券打消了投資者對該公司財務狀況的擔憂。

法國電信公司稱,它已經有足夠的現金支付今年到期的150億歐元的債務。這表明該公司已經渡過了電信熱潮時期瘋狂收購遺留下來的財政危機。該公司財務負責人丹哲德(FrankDangeard)13日稱,在2002年12月發行了30億歐元的債券後,公司2002年底還有足夠的90億歐元的現金餘額。此次發行的55億歐元債券將幫助公司完成2003年的經營任務。

世界上負債最多的企業——法國電信——的復興計畫經過激烈爭論,終於獲得公司董事會批准。新上任的首席執行官(CEO)佈雷頓信誓旦旦地表示,要動用各種手段,利用三年的時間,將目前700億歐元的債務削減近一半,使公司擺脫當前的危機。該公司的特殊背景使這一復興計畫備受關注,而從各方面的情況來看,這無疑將是一次援救加自救的艱苦歷程。

幾乎是一夜之間,法國電信的處境一落千丈:剛剛步入世界最大電信公司行列,轉眼間就成了虧損大戶。現在法國電信的日子越來越不好過,今年上半年虧損122億歐元,債務高達700億歐元。為公司民營化立下汗馬功勞的前CEO蜜雪兒·波恩四面楚歌,9月被迫辭職,但是這卻絲毫未能扭轉公司虧損加重的命運。

在股票市場,法國電信的股票一跌再跌,現在比27.75歐元的發行價還要低40%左右,160萬中小股東叫苦不迭,投資者止步不前。公司未來三年到期的債務加上運營資金需要500億歐元,其中2003年就有150億歐元債務到期,但公司現在能拿出的資金只有60億歐元。在這種情況下,法國電信要麼依靠政府的財政支持,要麼變賣公司財產,才能償還到期債務。

這樣大的財務危機為何沒能防患於未然?分析人士認為,管理水平低下、缺少監控及股市泡沫是造成法國電信尷尬現狀的三大主因。10月份上任的新CEO佈雷頓經過對公司財務狀況為期兩個月的考察後得出的結論是:法國電信目

前的集中管理方式已經不適應一個國際企業集團所面對的各種複雜局面。

經過管理層的努力和董事會上長達四個多小時的激烈爭論，法國電信的自救行動終於獲得批准。復興公司的主要措施有三條。

首先是降低成本。從現在起至 2005 年的三年中節省開支 150 億歐元，其中移動通信子公司 Orange 減少開支 30 億歐元。這可能導致 Orange 推遲部分新服務專案（例如 3G）的推出時間。

其次是在三年中裁員 2.2 萬人。這是一件極為棘手的任務，雖然法國電信擁有員工數達 14.5 萬之多，但其中公務員占三分之二，而法國的公務員工作是受到法律保護的。因此，公司必須想辦法先在海外市場比如英國下手。在法國本土為避免引發一系列社會問題，先要將一部分公務員轉至其他部門，一部分到年齡退休，並不再招聘新員工。

最後是公司重組。到 2004 年，凡不能盈利的資產都將轉讓出去。目前該公司正就出售部分資產——主要是不盈利或非核心的外國關聯企業——的可行性加以研究。

復興計畫的確提前防範了法國電信潛在的資金流動問題，並可能為該公司最終擺脫財務困境指明道路。但分析師指出，許多關係到公司未來發展的長遠問題尚有待解決，包括進一步出售資產、所有權的變更、無線通信子公司 Orange 的發展方向以及配股的時機等等。

#### 政府援救遭歐盟抗議

法國電信的自救剛剛開始，最大的股東——法國政府也伸出了援手。持有該公司 56.5% 股權的法國政府將通過一家政府控股公司向法國電信提供 90 億歐元的股東援助性貸款，以幫助這家債臺高築的電信運營商扭轉財務困境。這將是 10 年來法國政府最大規模的救援行動，如果將 90 億貸款平攤，相當於每個法國人付出 155 歐元。而且，根據援助計畫，政府對該公司的援助金額總計將達到 150 億歐元。

法國經濟部長梅爾認為，政府對法國電信公司注資就好比國家投資高速公路，納稅人出錢，但他們將得到回報。國家注資將促使法國電信的股票在股市中獲得更為合理的價值。

就當法國電信對政府的“慈悲”心存感激之時，歐盟其他國家卻表示了強烈的不滿。歐盟各國電信部長們發表了一份

措辭激烈的政治聲明，稱歐盟應採取支持競爭的方法，而不是國家援助的方法。

歐盟對政府資助陷入困境的企業的規定非常嚴格。除非提供的貸款利率同市場上的利率相當，而且政府在貸款中扮演的角色要像私人投資者，而不能是慈善家。歐盟電信委員會委員埃爾基·利卡甯證實，歐盟將調查法國政府對法國電信 90 億歐元的援助計畫中是否含有國家援助因素。

而法國政府似乎早已料到這一點，正因為如此，它巧妙地將手中所持的法國電信公司的股票轉移至一個新的公共企業實體。這種由政府控股的產業性的公共企業實體在法語中被稱作“EPIC”，法國一直都使用這種成立公共實體的方法，實現將企業由國有向私營的轉變。由該實體向企業提供的貸款不是政府援助而是股東援助。法國政府希望通過此舉能省去歐盟監管者批准的複雜程式。

法國電信加快民營化-自救和援救計畫同時出現，這是向市場發出的兩個強烈信號。受利好消息影響，法國電信公司股票價格在 12 月 5 日暴漲，升幅達到 16.52%，每股為 18.90 歐元。如果所有計劃得到完美實施，法國電信將增加 150 億歐元現金流、150 億歐元的現金注入和 150 億歐元的銀行貸款及債券發行，滿足其在未來三年內再融資 450 億歐元的需要。

但是，一個國有壟斷企業難以適應全球化和市場化的潮流，削減成本、裁減員工和政府援救終究不能從根本上解決法國電信的頑症。國家是法國電信的主要股東，法國電信負債累累、虧損加重，國家負有不可推卸的責任。法國經濟部長梅爾坦率地說：“國家持有法國電信多數股份是引發公司目前財務危機的主要原因之一。”

自 1998 年法國開放國有電信公司以來，法國電信公司經過兩次出售國家股份，國家持股由 100% 降至 56% 左右。上屆政府視多數股份為手中的“王牌”，堅持國家必須握有半數以上股份，以掌控法國電信。1996 年，法國通過一項法律，法國政府必須是法國電信的大股東。

然而，在危機中深刻反省的企業和政府都深深地明白民營化的重要性。隨著歐洲電信市場的開放和本屆政府推進法國電信民營化的進程，政府提出修改此項法律。法國政府方面的代表對法國電信董事會表示，只要具備充分的戰略理由，只要對法國電信有利，政府願意將其在該公司的持股比

例減少至 50% 以下。當然，民營化進程應該尊重各方利益，特別是要按照法律程式和兼顧企業職工利益。

法國電信的自救加上得到的援救能否使該公司走向復興之路在業界已引起不少討論。分析人士認為，法國電信擺脫困境將是一個長期的過程，並面臨巨大挑戰。首先，歐洲電信市場飽和，競爭愈演愈烈，法國電信公司也將面臨歐洲同行業的激烈競爭；其次，隨著電信和網路行業的過度投資，歐美股市泡沫破滅，電信股票價格下跌了 60%~70%，投資者對電信股望而卻步，使法國電信公司在市場上融資更加困難，也使法國政府通過市場增發股份以減少政府控股更加不易；另外，即使在未來三年中法國電信能再融資 450 億歐元，公司在 2005 年底的負債總額仍將高達數百億歐元。（以上有關於法國電信之資訊取自於各相關報張雜誌報導資料匯整）

法國電信的主要營運部門為六大事業部，分別負責不同之業務，茲將其資料整理如下：

FT 事業體系	主要功能及企業目標
Fixed-Line service & Distribution France	負責產品、服務及終端設備的行銷，以及客戶端線路、專業客戶與公用電話業務，此部門負責管理大眾市場的服務與行銷，在法國的客戶超過二千四百萬。
Corporate solution	負責對大企業客戶、跨國企業客戶與其他電信公司提供整體服務解決方案以及數據網路服務，而跨國企業則由 Equant 來服務，並聯合其他在法國的分公司對企業客戶提供服務。 其所提供的服務有：Transpac (data transmission)、Expertel Consulting、France Telecom e-business、TDF (audiovisual services) 等。
Networks and Operators	主導法國電信事業群有關國內國際網路之建置，分為骨幹網路與接取網路兩部門

Orange	<p>負責行動電話業務之經營，此公司營運擴及全球二十個國家，市佔率位居法國、英國行動電話市場的龍頭。</p> <p>2001 年底的客戶數為 3 千 9 百萬戶，年成長率約 28.8%。</p> <p>簡訊 SMS 業務之使用率在歐洲非常高，平均每月約 1 億 2 千 6 百萬通，其營收佔總營收的 10% 以上。</p>
Wanadoo	<p>相當於 ISP 業者，責網際網路服務之經營，提供大眾上網接取電路（commuted network, cable, ADSL, satellite），以及對企業客戶提供企業對企業電子商務（B2B），入口網站，網站建置與內容服務等服務。</p>
Research & Development and IT	<p>負責對法國電信事業群提供研發與資訊系統的支援，也類似於中華電信研究所之角色。</p>

## （二）法國電信的企業客戶服務

由於對企業客戶的重視，法國電信對企業客戶的服務從申請受理、規劃、裝機至維修等工作全部辦理都由獨立的體系來處理；也就是說，在企業客戶體系下，有專屬的大客戶及中小企業服務中心，由此可見法國電信對於企業客戶的重視。

### 三、Alcatel 於歐洲提出 SME e 化的整合性產品

本次實習，除參訪英國電信及法國電信外，Alcatel 公司也安排了參觀 HP 的 Total Solution Lab 及 Alcatel 對於中小企業所提出的產品服務，如何協助企業以最簡便的方式調整其結構與經營模式，正是贏得中小企業市場以及建立堅實競爭優勢的基礎。

由於中小企業在各項電信費用預算上相當拮据，這個現象不止在台灣發生，在世界各國也有相同的狀況，在沒有資訊技術人員(IT)的支援下，如何吸引中小企業各用電信公司所推出的產品進行 e 化，即成為各電信公司的首要目標；因此，Alcatel 在歐洲市場與法國電信合作推出 3e 的號召產品 (easy install、easy use、easy maintain)- OmniPCX Office，在歐洲市場有不錯的反應，茲簡單將此產品的內容及解決方案如下：

#### 1. 區域網路解決方案

強調可提高中小企業 Intranet 的效能，包括資料檔案轉換、資料擷取，以及多媒體應用接取等。此外 OmniPCX Office 解決方案可內建更多區域網路服務，簡化區域網路設定與管理，讓客戶可輕易在區域網路內新裝 IP 設備。

#### 2. 電子商務應用解決方案

OmniPCX Office 係設計將所有的需求整合單一平台，在內建的系統架構內包括網際網路接取、電子郵件伺服器、區域網路架構與服務、電腦與電話整合、個人助理與語音信箱服務的電話功能、及網內 (on-site) 移動等。

#### 3. 語音解決方案

它除了具有一般按鍵電話機功能外，並提供 VoIP 服務，

藉由電話伺服器進行管理 IP 電話或 IP 電話軟體，同時亦提供一台整合媒體閘道器 (Integrated Media Gateway) 支援 H.323 標準通信設備。此項服務可大幅節省企業長途電話費。

#### 4. 網際網路解決方案

解決上網的各項需求，提供如：安全機制如防火牆、分享式快速上網接取服務、最佳化與可控制的網際網路服務等。同時其具有企業專用的電子郵件伺服器，以及語音信箱、傳真與電子郵件整合功能。

而在台灣，Alcatel 公司也準備推出此因應中小企業的需要，有以下的產品策略動作：

阿爾卡特網路事業群因此推出整合網路數據傳輸、語音與電子郵件功能的交換機，提供中小企業選擇，同時採用模組化的設計，藉此節省企業建置成本，預計最多可節省 30%。阿爾卡特看好中小企業的網路設備市場，因此今年 (4/2) 宣佈在亞太區推出 OmniPCX Office 整合交換機設備，結合企業建置網路的多項功能，包括語音總機交換系統、網路與電子郵件的等數據服務，提供中小企業簡單快速的網路建置項目。

其亞太區行銷經理馬瑞明指出，在歐洲上市的产品經過實際測試，在建置成本部分約可減少企業 30% 的成本，同時這套系統採用 Linux 作業系統，同時採用模組化設計，其中可以存放約 8~10 各不同的伺服器，讓企業根據自身的需求進行選擇。而在台灣推出的 OmniPCX 同時也整合 DECT 無線傳輸的技術，提供工廠、倉庫與管理人員，大範圍的區域中，直接透過交換機進行網內互打，藉此節省企業的營運成本。若以一個 30 人的企業為例，建置成本大約僅需 35 萬元。

這套系統在去年時已在歐洲先行上市，亞太地區則在今年推出這項產品，目前德國有電信業者採用這套系統，同時以通訊網路委外的方式，提供企業直接將語音與網路主機等項目交給電信業者代管，減少內部的 MIS 人員的配置。

## 肆、中華電信之應有作法(實習收穫及建議)

由本次至英法二國研習英國電信及法國電信對於中小企業的服務，可知國際上的電信公司漸漸地受到重視，本公司也在去年(91)，針對中小企業的客戶成立專責服務之單位，中小企業客戶聚沙成塔的力量不容乎視，中小企業之營收成果也在企業客戶單位的努力之下，呈現大幅的成長，由此可知，只要對於 SME 予以深耕，以往這部份被遺忘的群體客戶，也能為本公司創造可觀的營收。

目前，本公司企業 e 化的產品包括 IP 網路服務企業虛擬專屬網路 (IP-VPN)、雙向 512、新世代光纖網路 (FTTB)，結合合作廠商發展客製化之 e 化後端平台，如客戶關係管理 (CRM: Customer Relationship Management)、企業資源計劃 (ERP: Enterprise Resource Planning)、公開金鑰基礎建設 (PKI: Public Key Infrastructure)、供應鏈管理 (SCM: Supply Chain Management)，並藉由以上業務推展企業 e 化服務，建立企業網路服務套裝產品，供中小企業戶選擇。

建議要行銷本公司之中小企業產品應遵行並使企業客戶賓至如歸，以下之幾點建議為本公司於近期行銷中小企業之經驗以及實習後所得之心得建議：

### 一、OUTBOUND 機制的實行

OUTBOUND 的主要目的是希望透過主動與客戶接觸的方式進行主動行銷、客戶服務及客戶關懷，因此在 OUTBOUND 的內容部分主要是以下列幾項為主

- 潛在客戶的主動行銷
- 客戶關懷(含抱怨、滿意度調查)
- 客戶保留
- 客戶異常通信行為主動通知

#### 1、OUTBOUND 的各項管道

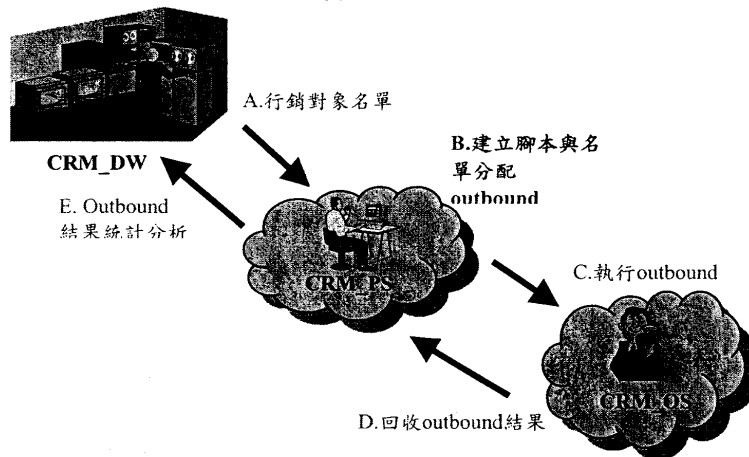
針對目前可提供的服務模式，outbound channel 可先區分為四種，分別是：

- E-mail outbound: 透過電子郵件的管道主動與客戶接觸。



- Tele-outbound: Tele-outbound 的執行可由企業客戶體系的服務人員親自打電話給客戶，也可以透過 call center 客服人員來執行。
- Fax outbound: 透過傳真的方式來執行 outbound。
- Survey outbound: 由專案經理親自拜訪客戶來執行 outbound。

## 2、本公司的 OUTBOUND 的機制



Outbound 機制流程圖

- 行銷對象名單
- 建立腳本與名單分配 outbound 執行人員
- 執行 outbound
- 回收 outbound 結果
- outbound 結果統計分析

行銷對象名單來源：來源有二，企業客戶資料倉儲及企業客戶行銷補給站，皆可為企業客戶體系提供完整的各種客戶名單如下：

- 潛在客戶名單
- 異常通話行為名單

- 客戶保留名單
- 客戶關懷名單(含拆、裝及後機客戶)
- 抱怨客戶名單
- 滿意度調查名單

### 3、outbound 的執行及成果驗收

<u>Action</u>	方式
執行 outbound	分配到執行 outbound 的企業客戶體系服務人員或是 call center 服務人員先登入系統，選擇執行 outbound 功能，系統會依據登入人員的帳號及員工代碼來指派客戶名單，服務人員只需依據畫面所顯示的名單及腳本進行 outbound。
回收 outbound 結果	<p>1. 若 outbound 的內容為類似滿意度調查這類的問卷模式，則可以在進行與客戶訪談的同時將問卷結果直接填入系統中完成問卷模式 outbound 結果的回收。</p> <p>2. 若 outbound 內容為一般的客戶關懷、異常通知等也可以將 outbound 結果填入系統中完成此客戶的 outbound 工作。</p>
Outbound 結果統計分析	當執行完整個 outbound 程序後，可以根據 outbound 的統計分析結果來檢視問卷設計是否恰當，如果認為不恰當，或是需要知道更進一步的資料，可以修改問卷設計及調整行銷對象名單後再重新開始 outbound 的程序。

## 二、客戶分群機制的實行

企業客戶是本公司最重要的獲利來源，但也潛在著較大的呆帳風險；因此建立企業客戶的信用度分析是達到客戶帳務風險管理最重要的基礎。

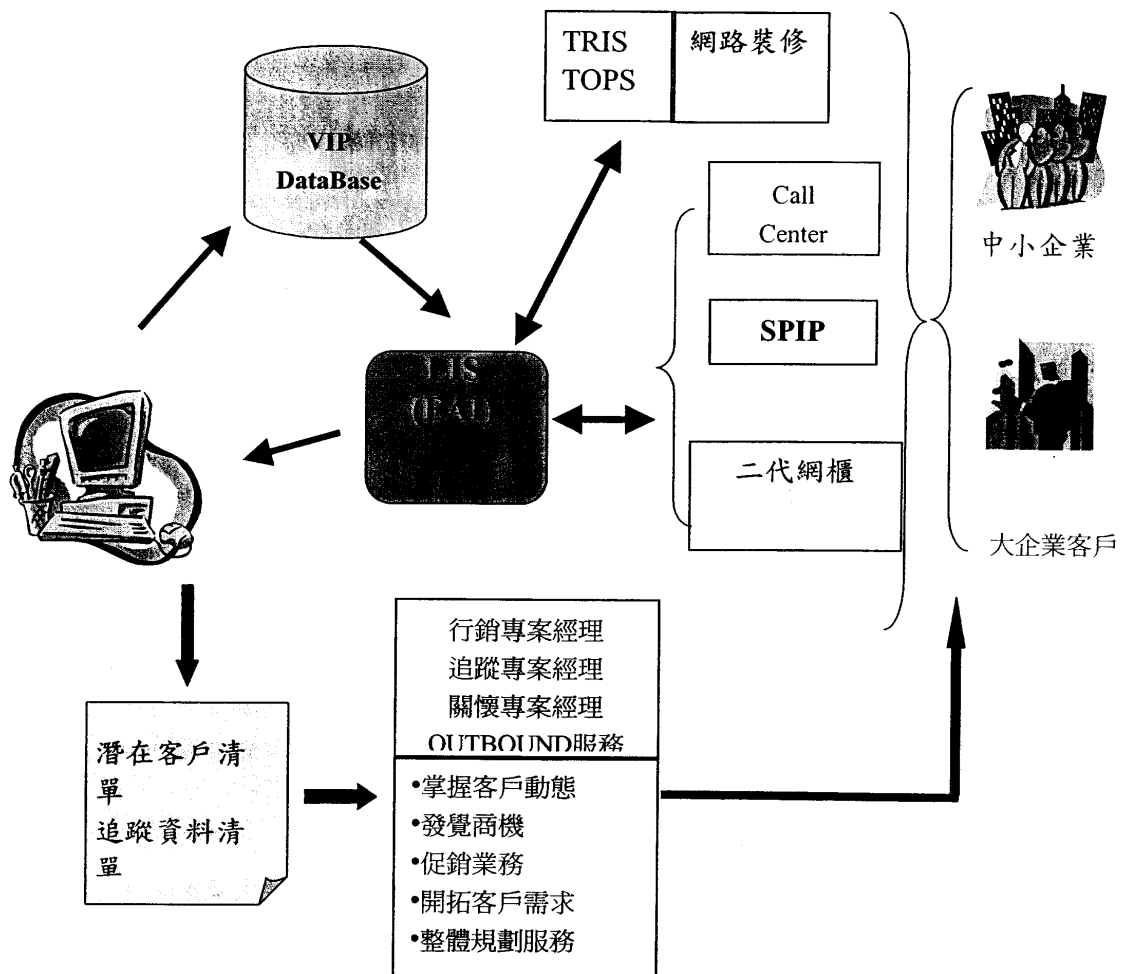
分析資料超市對於企業客戶信用度分析來做為落實客戶分群的 factor 之下，其詳細資料如下：

- (1) 呆帳分析&銷帳分析
- (2) 建立客戶信用等級制度
- (3) 防詐管理(Fraud Management)
- (4) 客戶的帳務分析及客戶關懷

如何分群基本上會因分析者個人喜好或其分析目的而異，並無一定的模式。在此，提供一些作法以供參考：

- 依據客戶的基本資料或各種屬性加以分群，例如：年齡、性別、行(職)業等。
- 依據客戶的習性或記錄。我們亦可先對每一客戶的某種消費習性加以記錄或調查，再以此結果作為分析目標，將客戶加以區隔，然後依客戶的各種屬性建立一個分群模型。譬如以客戶的消費貢獻度做標準，對高貢獻度客戶的主要特徵加以分析，以之做為分群的方式。

分群後的同一群客戶，即代表他們在整體的屬性上是較為類似者，由此可作為區隔行銷目標之依據，分群的結果便是銷售人員最好的銷售依據，這也就是所謂的分眾行銷。日後，公司、企業即可利用此分群結果，篩選所有潛在與現有客戶，成為企業決策的最佳參考數



客戶分群之VIP客戶資料概念

### 三、深耕中小企業客戶

歐洲主要電信業者 2002 年共虧掉約 625 億歐元(約當新台幣 2.3 兆元)。日本電信業者 NTT DoCoMo，僅是小幅虧損，仍遠比歐洲電信業者來得好。

台、韓電信業高獲利令人垂涎—中華電信獲利新台幣 432.9 億元，營收一舉超越半導體業龍頭台積電，躍居台灣電子業營收排名第二。韓國鮮京電信 (SKT) 獲利 2.67 兆韓元 (約當新台幣 785 億元)。

歐洲主要電信業者 2002 年度營收獲利

業者	營收		淨利	
	2002 年	2001 年	2002 年	2001 年
德國電信	391 億歐元 (前 9 月)	350 億歐元	-245 億歐元 (前 9 月)	-10 億歐元
法國電信	466 億歐元	430 億歐元	-207 億歐元	-83 億歐元
英國電信	139 億英鎊 (前 9 月)	137 億英鎊	9 億英鎊 (前 9 月)	5 億英鎊
荷蘭電信	121 億歐元	123 億歐元	-95 億歐元	-75 億歐元
西班牙電信	284 億歐元	--	-55 億歐元	21 億歐元
TeliaSonera	809 億克羅拉	809 億克羅拉	-329 億克羅拉	21 億克羅拉

註：1. 德國電信、英國電信數據僅 2002 年度前 9 月累計。

2. 1 英鎊 = 1.4645 歐元；1 克羅拉 = 0.10878 歐元。

資料來源：各公司網站、電子時報整理，2003/3

製表：歐書帆、賴博偉

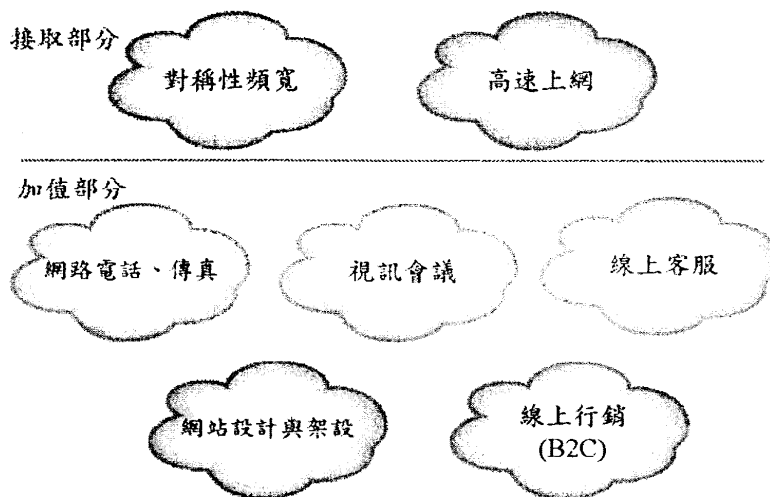
若能對於本公司中小企業客戶予以深耕，則必能對營收有更大的助益，本公司目前深耕策略及預定實行策略如下：

重點策略	行動方案	執行/配合單位
落實營收前 2 萬大中小企業客戶認養與服務	<ol style="list-style-type: none"> <li>依各營運處 SME 客戶數比例，分配認養數。</li> <li>SME 經理(認養人)提供業務諮詢、服務案件受理、障礙申告、抱怨申訴等「單一窗口」服務，並主動提供客戶業務訊息、促銷方案、節費方案或提升效益建議。</li> <li>SME 經理第一次需親自拜訪客戶，每月至少電話聯繫客戶一次，每三個月親訪一次。</li> <li>每半年辦理 SME 經理經驗分享研討會。</li> <li>訂定獎勵制度，嘉勉績優 SME 經理。</li> </ol>	企業客戶處 營運處 營運處

利用 outbound 方式，實行關懷、行銷	1. 利用電話行銷、民意調查、活動邀請等撥出 (outbound) 服務，加強關懷維繫服務。 2. 運用人脈關係，實行關係行銷	各營運處
建立企業客戶完整資料，提供完善服務資訊	收集客戶基本資料、核對設備資料、收集 e-mail、Fax、電話、URL 等資料	各營運處
分析中小企業營收，鞏固既有中小企業客戶	1. 每月分析各營運處 CDRS 市話撥打民營業者市話之話務量客戶排行榜。 2. 每月追蹤各營運處 CDRS 市話撥打民營業者市話之總話務量變化。 3. 每月利用 BDM 分析各營運處企業客戶長途及國際電話話務量流失客戶排行榜。 4. 每月追蹤各營運處 BDM 企業客戶長途及國際電話總話務量變化。 5. 每月利用 ALLIS 分析數據專線(及語音)流失客戶名單。 6. 分析各營運處中小企業每月、每季、每年營收變化。	企業客戶處 各營運處

#### 四、提供客戶合適的 e 化產品包裝

由於中小企業客戶缺乏資訊人員，故提供合適的產品包裝給中小企業客戶是非常重要的，站在本公司的產品及通路優勢上，茲將客戶需求以下圖表示：



### 產品規劃之具體建議：

#### (1) 推出高速、對稱性頻寬產品

- 企業用戶對於高速(1.5M 頻寬以上)、對稱性頻寬的需求呈現高度需求。
- 為求產品線有效區隔，建議推出高速、對稱性的產品，以避免與現有產品線重疊。

#### (2) 整合性產品包裝

- 加速研擬整合網路、語音的服務，評估推出網路電話的可能性，及相關因應策略。
- 趕搭 SARS 便車，適時推出整合視訊會議/視訊電話套餐以吸引用戶申請。

#### (3) 以網綁式套裝方案減低用戶對於價格的敏感度

- 分別針對各類型企業推出各式網綁方案，例如：製造業對於網路電話、傳真與視訊會議需求較大；金融業對於線上客服中心、線上行銷(B2C)需求較大等
- 同時提供帳單整合服務，亦可以提昇用戶的接受度。

#### (4) 加強用戶的售後服務，以進行再銷售

- 企業是否能長久經營關鍵在於是否能維繫住既有的用戶，而要維繫既有用戶最重要的則在於售後服務的提供。
- 經由調查結果顯示，面對 e 化企業最長遭受的問題除了預算的限

制外，尚有公司缺乏相關資訊人員、e化產品/服務的後續維繫問題及不知如何選用合適的產品。

### 五、善用資料倉儲瞭解SME特性

中華電信擁有完善的客戶資料，善用客戶的基本資訊可得到完整詳實的客戶特性及潛在需求，目前SME單位利用資料分析所得到的客戶資訊如下：

行業別	樣本數	百分比(%)
製造業	699	28.9
金融保險及不動產業	55	2.3
工商服務業	461	19.0
公共行政業	82	3.4
學術教育	48	2.0
商業	289	11.9
運輸、倉儲及通信業	65	2.7
水電燃煤/土木營造	87	3.6
社會/個人服務業	158	6.5
農林漁牧	7	0.3
其他	470	19.4
Total	2421	100.0

公司據點分布	樣本數	百分比(%)
跨國	282	11.3
國內多據點	589	23.5
國內單一據點	1632	65.2
Total	2503	100

使用需求	次數	單選題(%)	複選題(%)
視訊會議	313	9.4	12.5
網站架設	623	18.7	24.9
網頁廣告	241	7.2	9.6
資訊系統	674	20.2	26.9
遠端監控	122	3.7	4.9
其他	1367	40.9	54.6
Total	2911	100.0	133.4



而 2001 年 MIC 的調查中，連網的中型企業中有 55.1% 是採用 ADSL 服務，而大型企業多半是以專線連網；本調查中的資料顯示，採用 ADSL 服務的企業比重增加，顯見企業用戶對於 ADSL 服務的接受度提高（收費模式與價格合理性）。其中有 16.4% 的用戶採用兩種以上的連網服務，可推論因應不同需求而採取不同連網方式之產品組合具有一定的市場潛力。由上述資料可知，善用各項資訊及研究資料，可得到較佳的中小企業行銷方向及策略。

## 陸、附錄:簡報資料

本章所附之簡報資料為本次實習所取得之 BT、FT 及 Alcatel 之相關中小企業產品及行銷策略之資料，置於附錄中以供參考。

主要之內容有：

1. Broadbanc powered by BT
2. The SME Market
3. Managed services learn
4. Omni PCX Office 之產品介紹

# Broadband powered by BT

Andy Jugg  
Broadband Strategy & Business Management  
BT Wholesale



BT Wholesale

## Broadband Volume Targets

- Summer 2003

**1 million**

- 2004

**2 million**

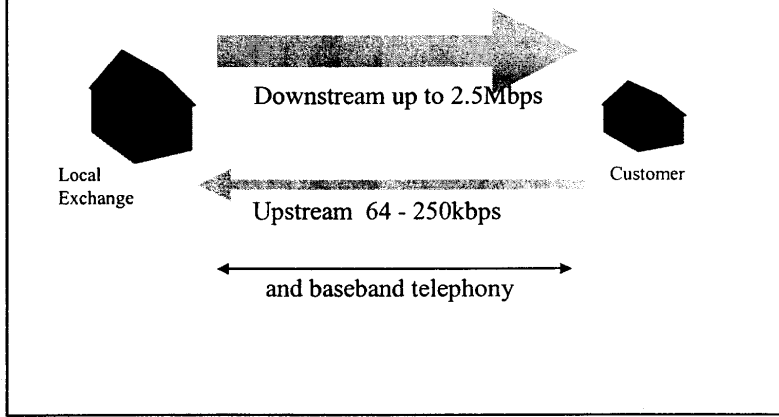
- 2006

**c5 million**

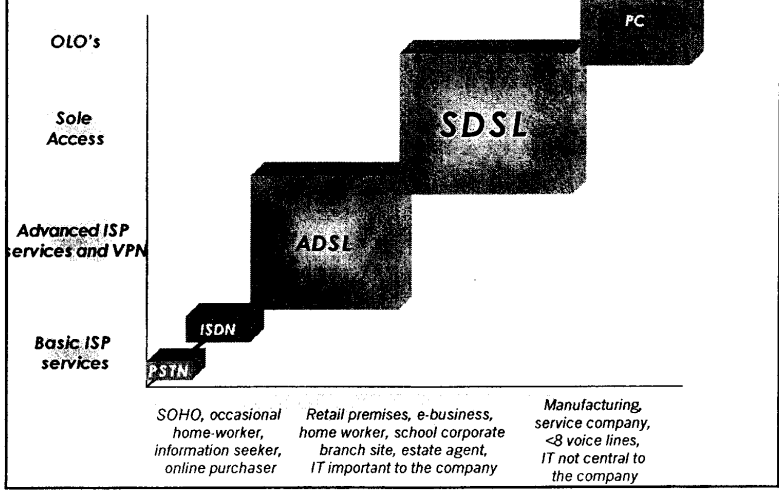


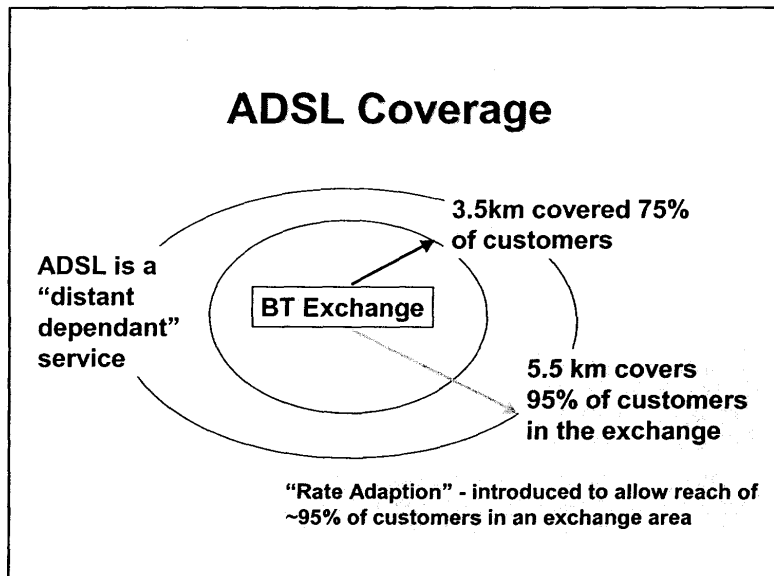
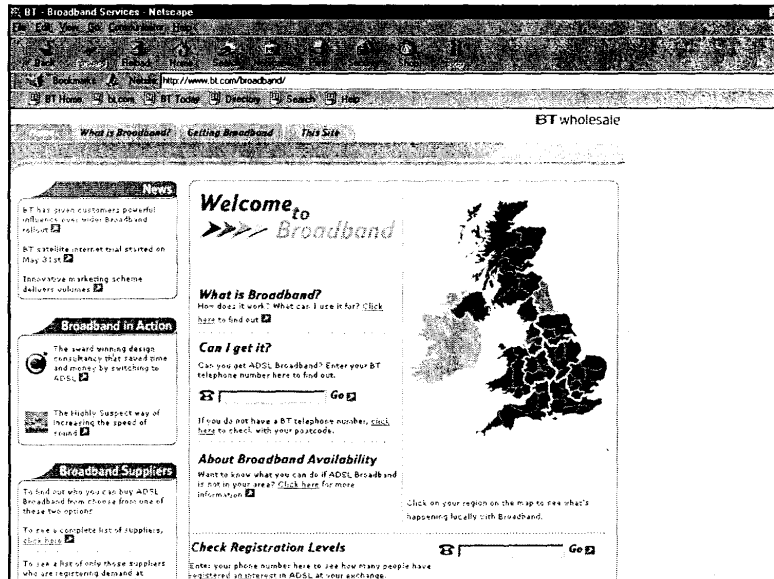
*A new partnership with service providers*

# Asymmetric - ADSL

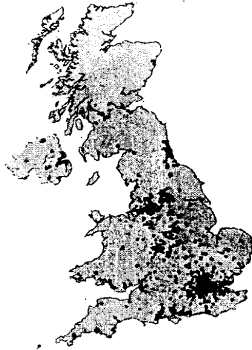


## xDSL POSITIONING





# Broadband Rollout



- 60% of households, 70% of internet users covered by 1,015 DSL enabled exchanges at end of April 2002
- 66% of households and 75% of internet users with 1119 DSL enabled exchanges at end August 2002
- Further rollout to be based on demand via pre-registration scheme
- Partnership opportunities
- 1 way satellite trial underway
- Fixed wireless trial later this year

## Broadband Registration scheme - commercially viable Broadband

### Broadband Availability Checker



Exchange Name: INVERNESS CULLODEN  
Exchange Code: NS1CL

60% of the UK are connected to an ADSL enabled exchange. For exchanges that have not been upgraded, we have launched a demand registration scheme so people can, via a service provider register their interest in broadband ADSL. If enough people register their interest, the exchange will be upgraded.

The trigger level for this exchange reflects the cost involved with upgrading this exchange unfortunately your exchange has not reached this trigger level yet.

If you have not yet registered your interest and wish to do so, click 'what to do next' at the bottom of this message for the list of service providers that are participating in our demand registration scheme.

The barometer opposite shows how many people connected to this exchange have registered their interest.

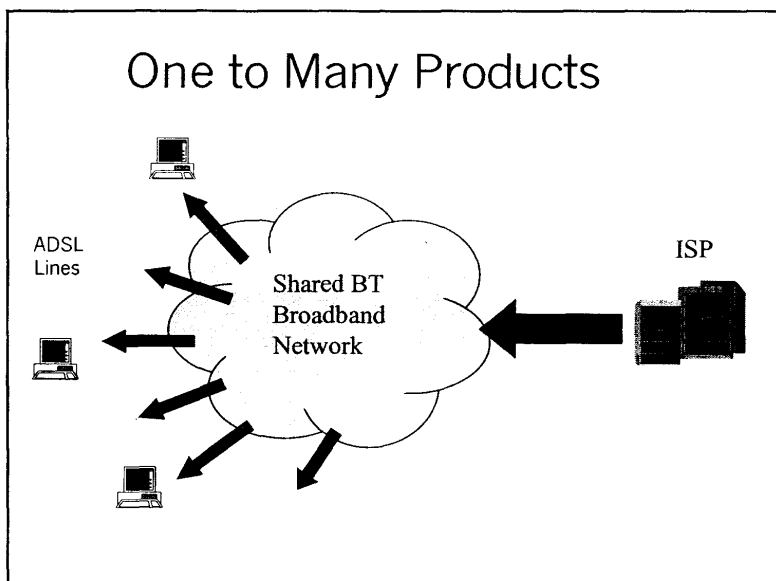
We are introducing alternative technical and commercial solutions for areas where the demand for broadband ADSL does not balance with the cost of upgrading the exchange. For example, broadband satellite and wireless services are in trial and a number of joint public and private sector funding initiatives are being introduced across the UK. Please go to the Getting Broadband section for more information.

Thank you for your interest.

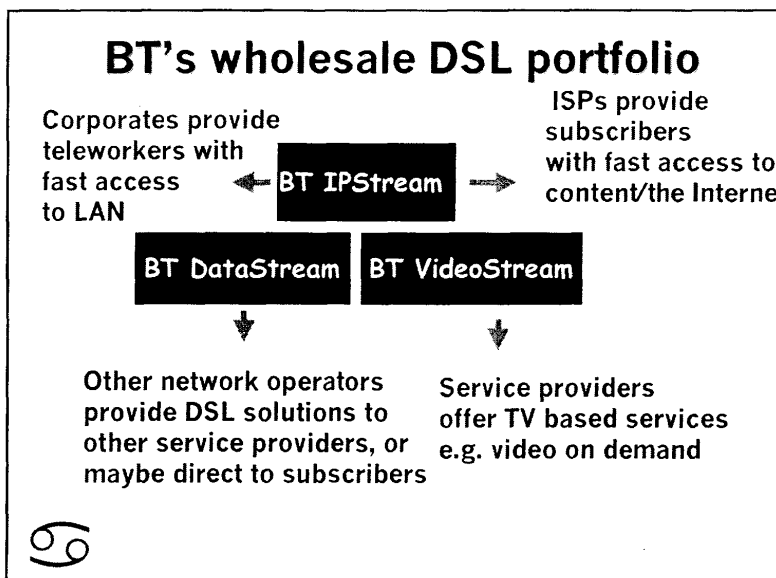
• Introduced 1st July 2002

• Trigger volumes determined for each exchange based on cost

## One to Many Products



## BT's wholesale DSL portfolio

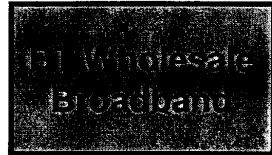


## BT Wholesale Broadband

**Infrastructure  
Provider**

**Service  
Providers**

**End  
Users**



Service Providers/Other Retailers  
Other Licensed Operators



BT is both a wholesaler  
and a retailer

## BT Wholesale Broadband Options

### Local Loop Unbundling

The "BUILD" option

buy space in a BT  
exchange to establish  
own network  
& use to deliver  
broadband services

### Wholesale DSL

The "BUY" option

buy wholesale end to end  
solutions that run over  
BT's broadband network  
& use to deliver  
broadband services



**BT Wholesale is committed to  
helping Broadband Britain**



## BT Wholesale Broadband Options

### Local Loop Unbundling The BUILD option

Available to OLOs

Available from any of  
BT's 5.5K UK exchanges

OLO defines how  
broadband is delivered  
to end users

### Wholesale DSL The BUY option

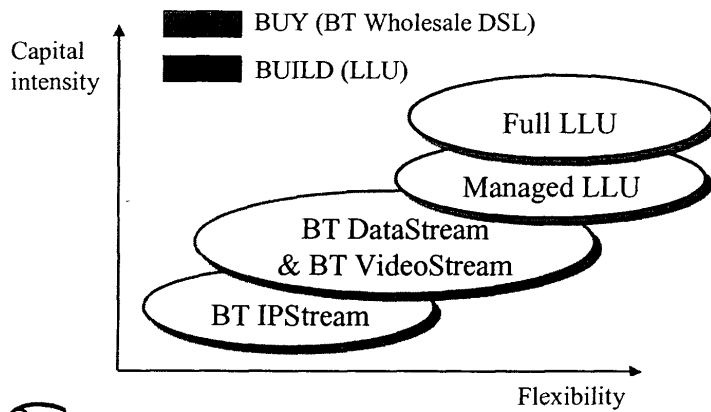
OLOs & service providers

Available from 1119  
exchanges that BT  
Wholesale has upgraded

BT Wholesale has defined  
how broadband is  
delivered to end users



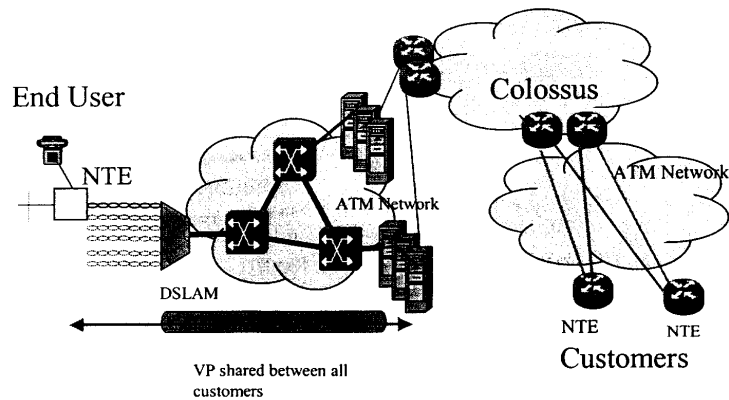
## To Build or to Buy?



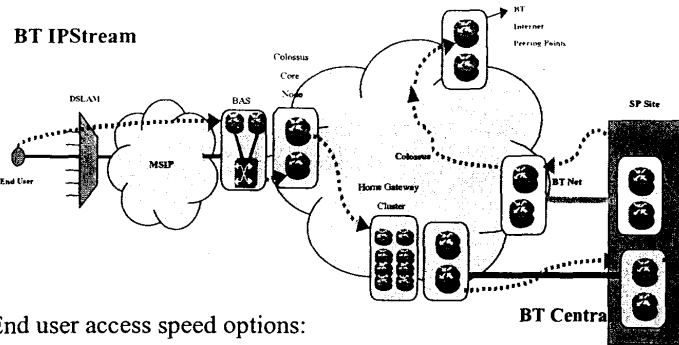
## >200 Wholesale DSL Customers



## Service Components.....

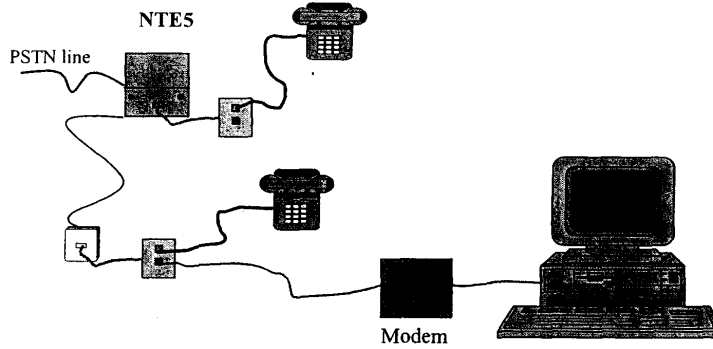


## IPStream Home & BT Central



End user access speed options:  
 512Kbps / 64-256Kbps  
 1Mb / 256Kbps  
 2Mb / 256Kbps

## IPStream Home/Office

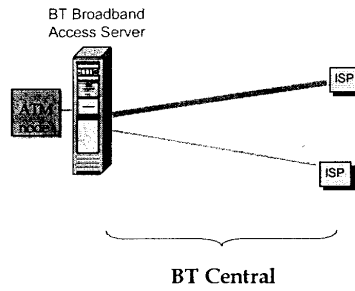


Existing PSTN wiring  
 Plug in micro filters required  
 Customer/end user provides modem

## BT IPStream - BT Central

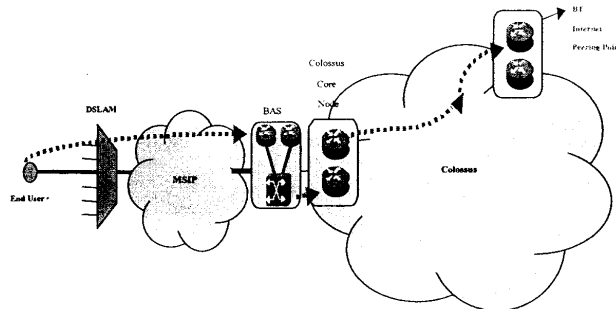
Data rate options:

- ~~512Kbps~~
- ~~1Mbps~~
- 2Mbps
- ~~4Mbps~~
- 10Mbps
- 34Mbps
- ~~100Mbps~~
- 155Mbps
- 155Mbps L2TP

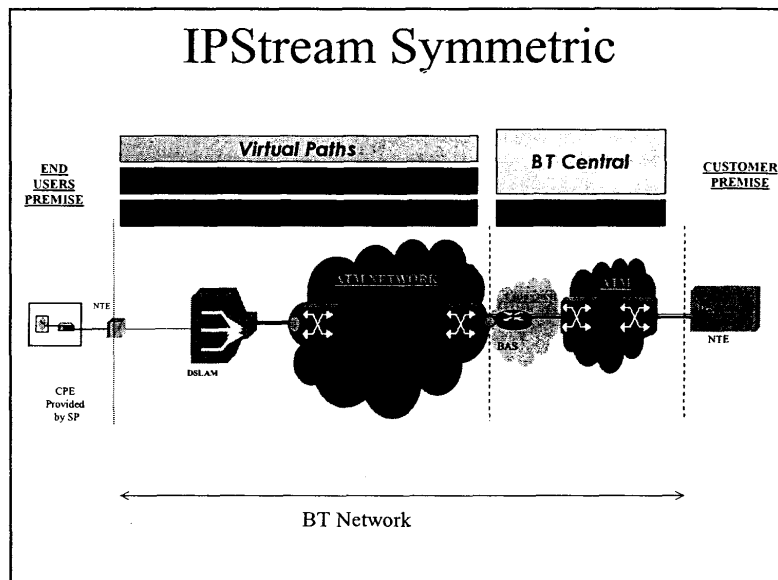


## IPStream Home and Central Plus

**BT Central Plus**  
Purchased in 5000 port blocks



## IPStream Symmetric



## Features

- Shared Virtual Path
  - Virtual circuits contend for available data space in VP
  - Virtual circuits are configured as Variable Bit Rate
- BT take the risk
  - what demand is placed on the core network
  - infrastructure rolled out to entire coverage

## IPStream pricing - ex VAT

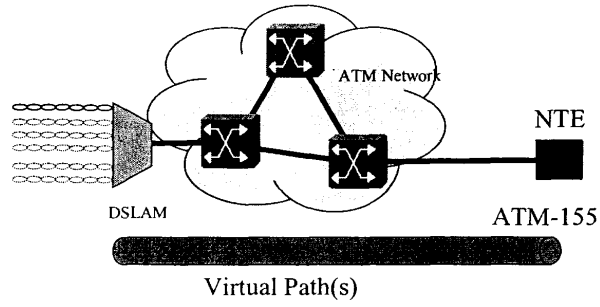
<b>Product</b>	<b>Connection</b>	<b>Rental</b>
IPStream 500	£210	£14.75 p m
IPStream Home	£50	£14.75 p m
IPStream S500	£260	£45 p m
IPStream S1000	£260	£65 p m
IPStream S2000	£260	£85 p m
IPStream Office 500	£50	£40 p m
IPStream Office 1000	£50	£60 p m
IPStream Office 2000	£50	£80 p m
BT Central 2Mb	£3000	£9000 p a
BT Central 10Mb	£14000	£17000 p a
BT Central 34Mb	£14000	£21000 p a
BT Central 155Mb	£40000	£40000 p a
BT Central 155Mb L2TP	£40000	£40000 p a

resilience options available for 10Mb & 34Mb, resilience included for 155Mb

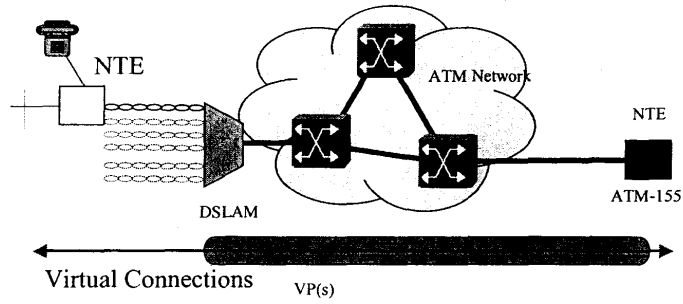
## The DataStream portfolio

BT DataStream enables a Service Provider and Corporate Businesses to access multiple End Users via an ATM-based data network, and to develop their own Layer 3 transport services over the native ATM.

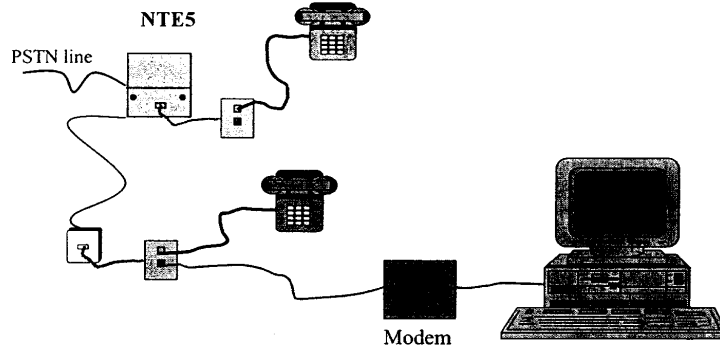
## Service Components.....



## Service Components.....



## *DataStream Home/Office*



Existing PSTN wiring  
 Plug in micro filters required  
 Customer/end user provides modem

## *DataStream Virtual Paths*

**DataStream Home**  
 Options of 0.25Mb, 0.5Mb, 1Mb to  
 10Mb Symmetric  
 Supporting end user products  
 500Kbps down  
 64-256Kbps up

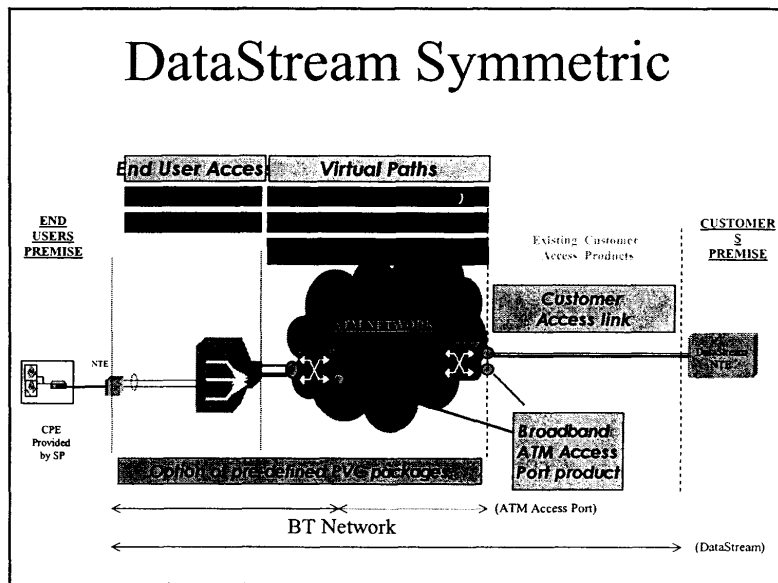
**DataStream Office**  
 Options of 0.25Mb, 0.5Mb, 1Mb to  
 10Mb Symmetric  
 Supporting end user products  
 500Kb/1Mb/2Mb down  
 256Kbps up

In span, Local, Regional and National Variants

Any number of end user ports can be reserved against each VP  
 - subject to availability and an annual reservation fee

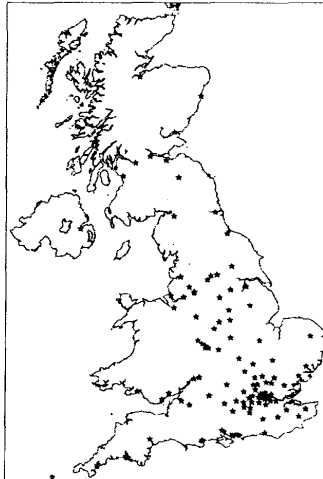


# DataStream Symmetric

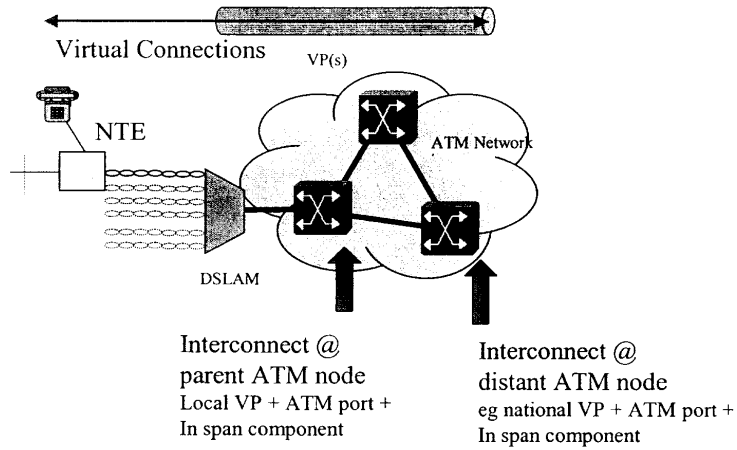


# Aggregate Points of Presence

- Based on BT ATM nodes
- 120 PoPs Nationwide
- Fixed price up to 40km
- Can be extended on a per Km charge basis
- Supports a mixture of Local, Regional and National VPs



## ATM In Span interconnect



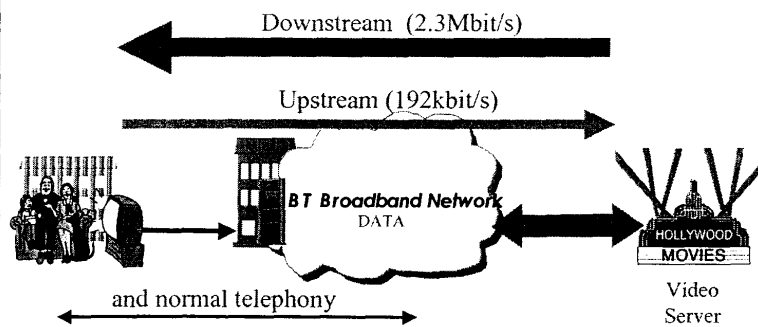
## DataStream pricing - ex VAT

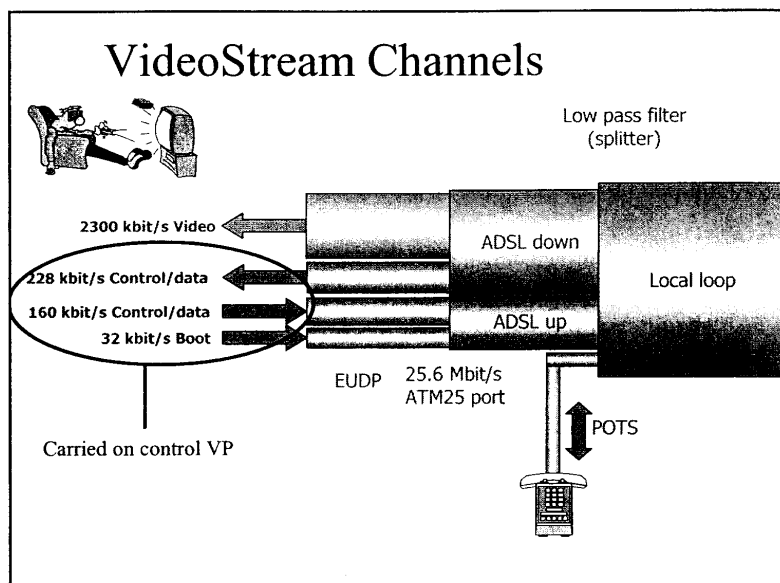
Product	Connection	Rental
DataStream end user data path	£50	£9.25pm
DataStream Home Local VP 4Mb		£2200 pa
DataStream Home Regional VP 4Mb		£3200 pa
DataStream Home National VP 4Mb		£4000 pa
DataStream Office Local VP 4Mb		£2200 pa
DataStream Office Regional VP 4Mb		£3200 pa
DataStream Office National VP 4Mb		£4000 pa
DataStream 155Mb CAL	£50000	£30000 pa
End user port reservation fee per port		£10 pa
ATM Port (In span)	£2000	£8000 pa
In span hand over component varies	~£3000	~£3000pa

## The VideoStream portfolio

The BT VideoStream service is aimed at Service Providers who want to offer video based multimedia content services to a community of End Users in a specific geography

## Overview - BT VideoStream





- ### VideoStream attributes
- 144 end users per VP package (1 per DSLAM)
  - 120Mb VP for video - CBR traffic
  - 8.2Mb Control/data VP - VBR traffic
  - Contended @ 3:1 i.e. only 50 end users can watch video at any one time - controlled by Service provider

## Feedback

"I couldn't go back to how things were"

"You click from one link to another and it's instant"

"I use it for all sorts of things now like checking the football results. I wouldn't have done that before"

"I don't have to worry about how long I am online"

"I'm hooked"

## Accelerating Broadband

- Summer 2000 - launch of ADSL
- June 2001 - BT Wholesale takes control
- August 2001 - launch of rate adaptive product
- September 2001 - 1,010 exchanges enabled
- January 2002 - launch of self-install product
- February 2002 - world competitive pricing
- May 2002 - launch of BT Central Plus product allowing unbundling of access and content.
- End May 2002 - 1,115 exchanges enabled
- July 2002 - Registration scheme for further deployment
- September 2002 - Major advertising campaign

# Making Broadband Affordable

Wholesale consumer rental

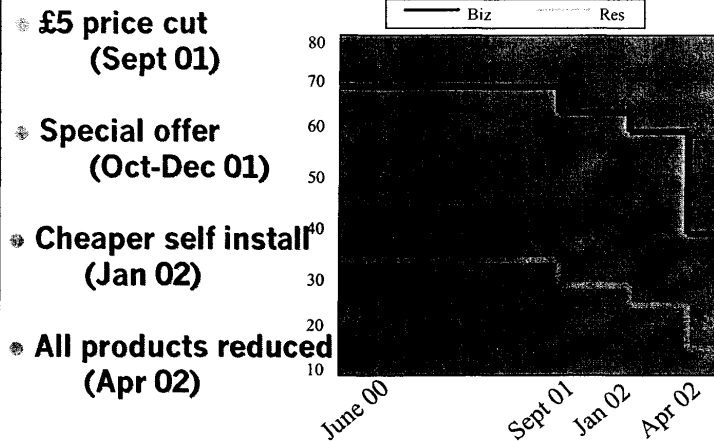
~~£25.00~~

now

**£14.75**

**Supporting Broadband Britain**

## Pricing Initiatives

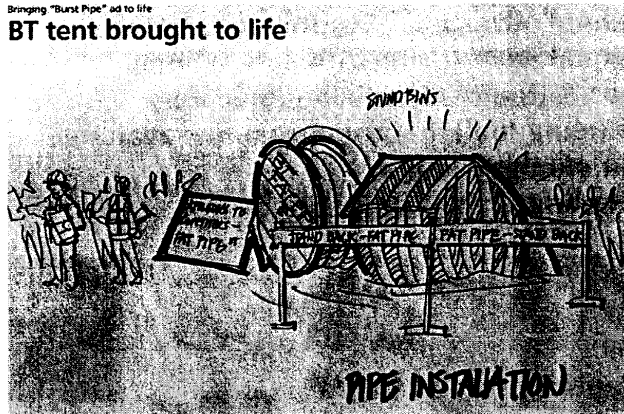




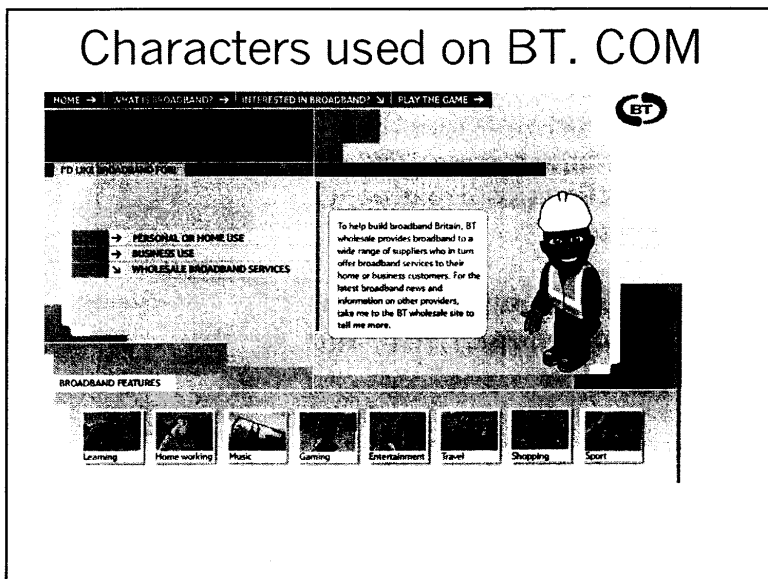
New TV marketing campaign - 22nd September 2002

Bringing "Burst Pipe" ad to life

### BT tent brought to life



## Characters used on BT. COM





## COME ON BRITAIN, WE KNOW YOU WANT IT.

**Business** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.

**Home** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.

**Work** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.

**Multi-play** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.



**WORKINGWITHYOU.CO.UK**      **BT Wholesale**

## COME ON BRITAIN, WE KNOW YOU WANT IT.

**Business** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.

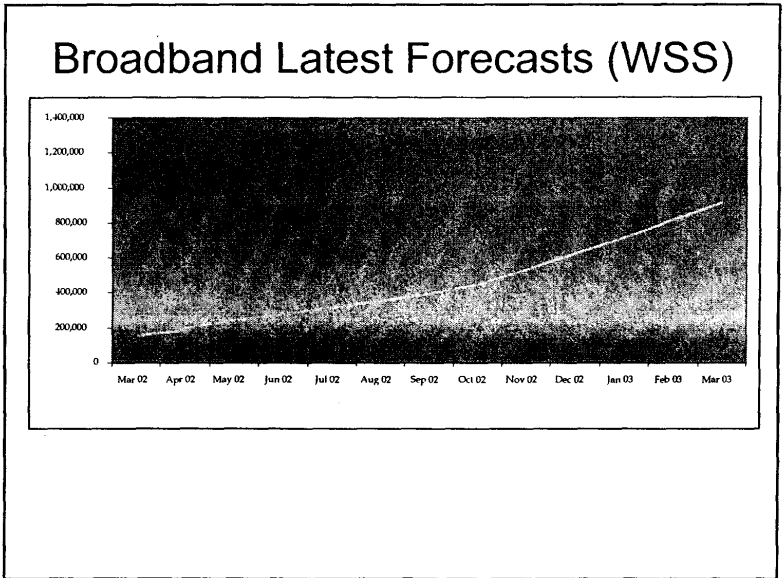
**Home** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.

**Work** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.

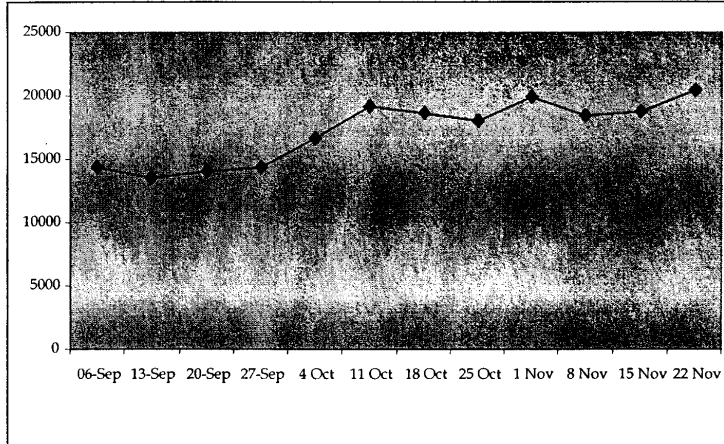
**Multi-play** - It's the time to get on the broadband bandwagon. The UK is the only country in Europe with a broadband market that is growing faster than any other. In fact, it's growing so fast that it's expected to be the largest in the world by 2005. And it's not just the big cities that are getting on the broadband bandwagon. It's the small towns and villages that are also getting on the broadband bandwagon. In fact, it's expected that by 2005, there will be over 10 million broadband connections in the UK. That's more than any other country in the world. So what are you waiting for? Get on the broadband bandwagon now. It's the time to get on the broadband bandwagon.



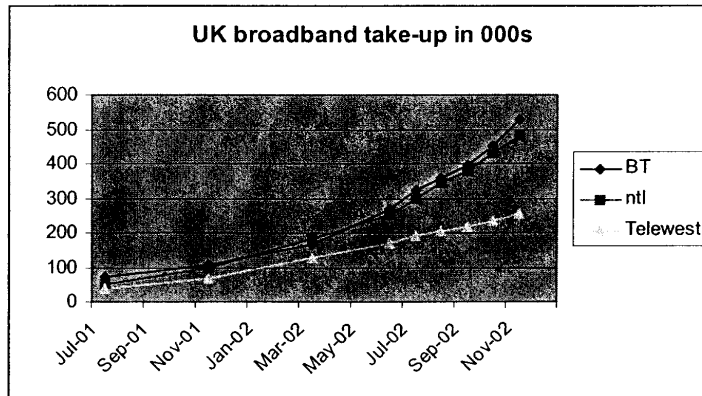
**WORKINGWITHYOU.CO.UK**      **BT Wholesale**



### Weekly Broadband orders



### Broadband market share Cable v BT DSL - BT currently 41%



## ***Focus for 2002***

### ***What we have***

- Good portfolio
- Price that meet market needs

### ***Focus for 2002***

- Continue to enhance products
- Improve service further
- Focus on the customer experience
- Wait for the orders


***1 million lines by mid 2003***



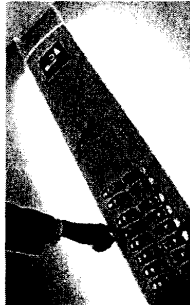
## The SME Market

4th December 2002

BT.com/business

Connections that get results. 


## BT Business: the elevator pitch



- **1.2m customers**
- **25% of BT Retail revenues**
- **80% of revenues from products which existed 80 years ago**
- **No.1 ISP**
- **No.1 Broadband**

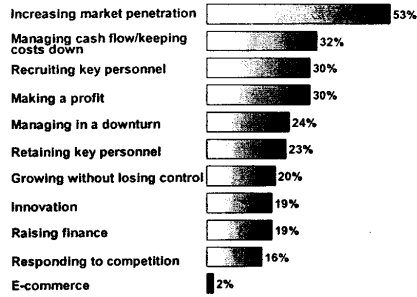
To earn, for BT, the position of market and thought leader in communications for Business customers in the UK

BT.com/business

Connections that get results. 

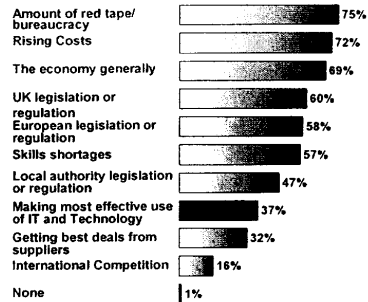
## SME Challenges

Challenges to Businesses over next 12 months



Source: Ernst & Young 2001 Enterpriser Survey (N = 479) - (Prompted list)

Difficulties facing Companies over next few years



Source: British Gas Trading 2001 Survey of SMEs (N=456) - (Prompted list)

BT.com/business

Connections that get results.



## Segmentation

BT.com/business

Connections that get results.



## *BT Segmentation Philosophy/Principles*

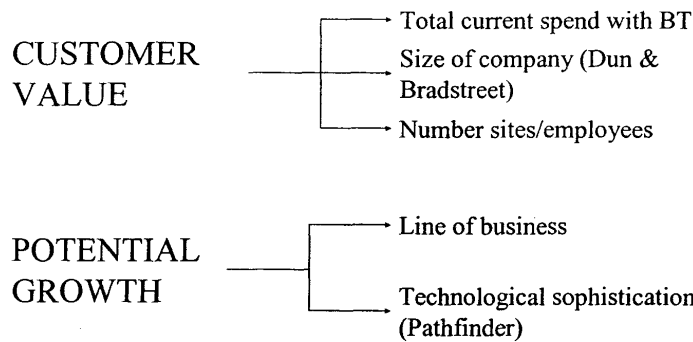
- Value-based/customer-centric approach across whole base
- Graded treatment appropriate to needs, potential & risk and cost/return of service
- Combines key internal and external criteria
- Dynamic allocation of customers ('promote/demote')
- Clear/Logical business rules
- Benefits to date:
  - £900k saved on Catalogue @ increased resp (Micro)
  - Organisational focus/redesign
  - Segment plans (resource, spend, propositions, treatment)

BT.com/business

Connections that get results.



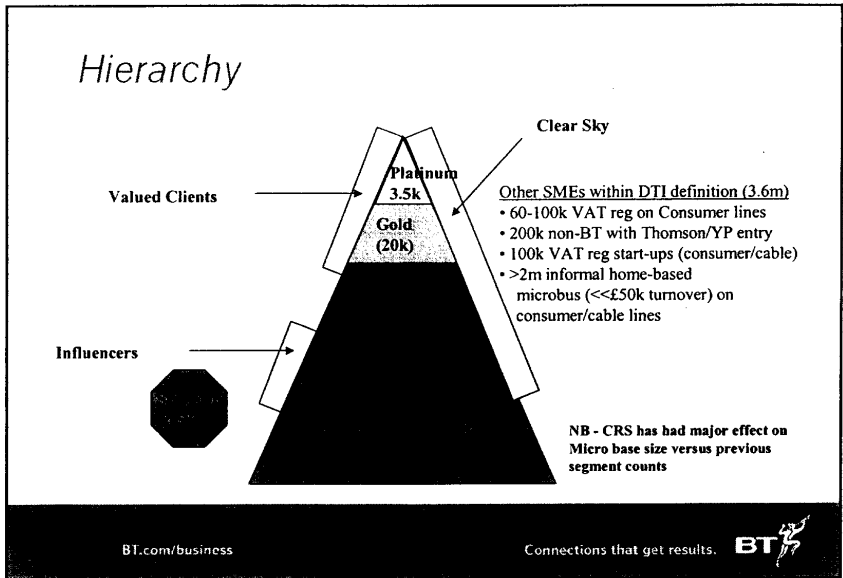
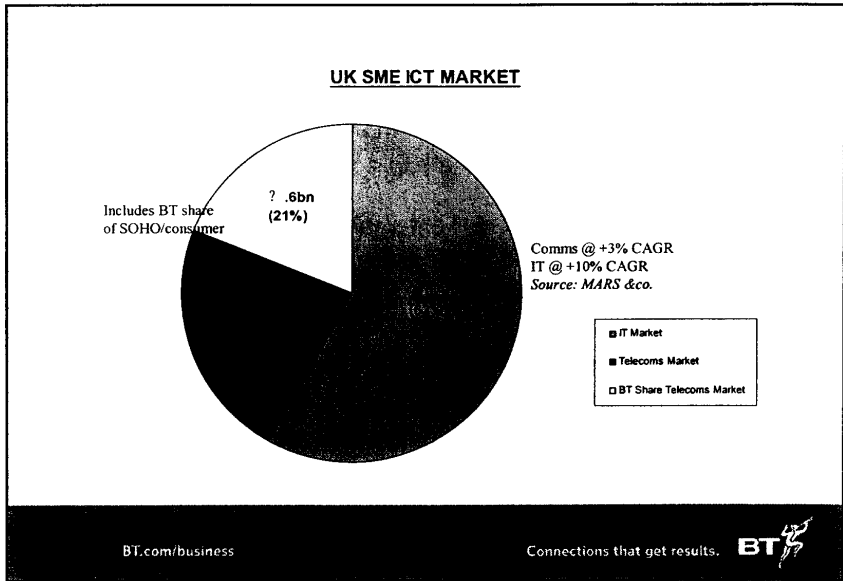
## *Information Used*



BT.com/business

Connections that get results.







...and they are very different

Segment	Microbusiness	Entreprises	Gold	Platinum
No. of accounts	717.2k	409.2k	20.6k	3.7k
Revenues (as % of total SME Business)	20%	33%	24%	23%
% of accounts with 100% BT comm spend	81%	71%	40%	41%
Customer sat (out of 10)	7.33	7.08	5.94	5.66
% revenues from non-PSTN	~2%	~8%	~15%	~33%
Average annual spend with BT	£0.7k	£2k	£27k	£160k

Segment Breakdown

**Clear Sky**

- Who?** - dot.com companies, fast rising
- internal/externally sourced data
- How many?** - 10k (847 internally matched)
- BT spend pa?** - £10-15k
- Primary Objective?** - growth in spend with BT
- Sales Treatment** - dedicated F2F Sales Team
- Marketing Treatment** - establishing credibility (inc PR/Sponsorship/Brand)
- increasing speed to market
- Competitors** - from IBM downwards

Segment Breakdown

**High Value - Platinum**

<b>Who?</b>	- high spend and high potential
<b>How many?</b>	- 3,761
<b>BT spend pa?</b>	- £160k
<b>Primary Objective?</b>	- growth
<b>Sales Treatment based</b>	- ICT Solutions/Valued Clients desk SC + Field Specialists/CUG
<b>Marketing Treatment</b>	- Relationship Marketing/Propositions Online/Extranets/Managed Solutions
<b>Competitors</b>	- Energis, Colt, Uunet/Worldcom, C&W

BT.com/business

Connections that get results.



Segment Breakdown

**High Value - Gold**

<b>Who?</b>	- mid-market;traditional focus;50-500 employees; usually heavily multi-sited
<b>How many?</b>	- 20k
<b>BT spend pa?</b>	- £27k
<b>Primary Objective?</b>	- defence
<b>Sales Treatment based</b>	- ICT Solutions/Valued Clients desk SC + Field Specialists
<b>Marketing Treatment</b>	- Events/functional/IT Mgt advertising/DREAM/Mail/Propositions
<b>Competitors</b>	- Energis/C&W/Vodafone/Demon/Sage

BT.com/business

Connections that get results.



Segment Breakdown

**Enterprises**

- Who?** help - small but with growth potential; need with e-business; 5-100 employees
- How many?** - 348k
- BT spend pa?** - £2k
- Primary Objective?** - growth
- Sales Treatment** - campaign-driven/Islands of Excellence/Defence
- Marketing Treatment** - Campaign - o/b calling; advertising/Direct Mail/Online/Field Mkting/Events
- Competitors** - nt/AOL/Orange

BT.com/business

Connections that get results.



Segment Breakdown

**Microbusinesses**

- Who?** tech; - small (1-10 employees); low spend; low local catchment; inert
- How many?** - 425k
- BT spend pa?** - £0.66k
- Primary Objective?** - keep loyal
- Sales Treatment** - Inbound
- Marketing Treatment** - Minimal - outsourced/ mobility/ISP campaign + Bill Inserts
- Competitors** - AOL/FreeServe/Resellers

BT.com/business

Connections that get results.



Segment Breakdown

### Niche - Start-Up

<b>Who?</b>	- <1 year old;
<b>How many?</b>	- 50k (target 100k next year)
<b>BT spend pa?</b> Micro)	- £0.6k (but higher growth potential than
<b>Primary Objective?</b>	- to get in early and evaluate potential growth
<b>Sales Treatment</b>	- Inbound & campaign-driven
<b>Marketing Treatment</b>	- Magazine;online;o/b calling;affinity
<b>Competitors</b>	- low with Telcos, but high with Banks etc

BT.com/business

Connections that get results.



Segment Breakdown

### Niche - Influencers

<b>Who?</b> Bodies;	- Trade Bodies;Chambers;Professional with influence over top 25 SICs
<b>How many?</b>	- <1000 (12 badged to date)
<b>BT spend pa?</b>	- £114k (skewed due to small numbers)
<b>Primary Objective?</b>	- create cost-effective route to market for both sales and opinion-forming
<b>Sales Treatment</b>	- graded
<b>Marketing Treatment</b>	- graded (eg from 3rd party deals - Press Releases)
<b>Competitors</b>	- varied

BT.com/business

Connections that get results.

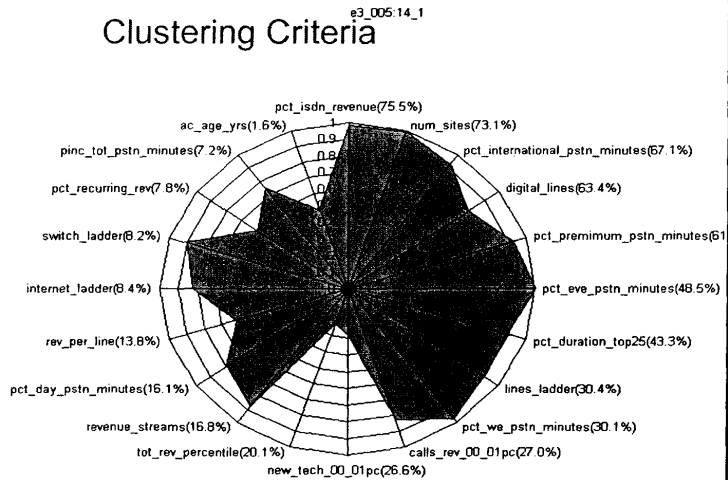


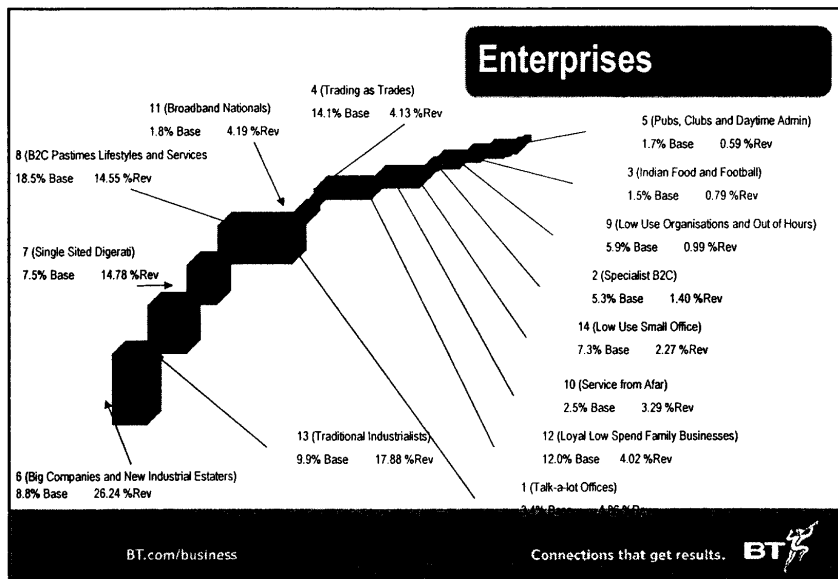
## Clusters - Objectives

- Explore mass SME segments for meaningful clusters/sub-segments
- Data-driven approach based on richer data/info set than in main segmentation
  - esp calling behaviour
  - more use of Pathfinder data
  - verified/characterised using external MR (Teledynamics)
- Uses:
  - Identify pockets/clusters of potential
  - define marketing treatments to increase ROMI (pilots in Q3 Broadband)
  - Refine segmentation rebuild Oct/Nov 02 & beyond
  - Possible promotion/demotion between segments
- Next steps
  - pilot calling/response tests
  - overlay Work X financial trend data
  - verify use by application (eg RAD)



## Clustering Criteria





## Talk-a-lot Offices

12,182 Customers    3.4% Base    4.5% Rev

**Description** – Smaller cluster whose primary focus is voice traffic. Typically single sited but with about 5.5 exchange lines.  
 Industry areas are mostly 'White Collar' professionals and they have about 18 employees

**Treatment** – Tailor their plans for high voice volume

**Who are they?**  
 Likely professions: 5.9% Legal activities (440% lift), 17.8% Medical/Dental activities Insurance Brokers, 3.6% House Sales Agency Recruitment Consultants

**Survey Highlights**  
 •LARGE (68% >=10 empl; 78% turnover £500k-£5m)  
 • Optimism - HIGH  
 • CSAT - LOW (40% @8-10)  
 • Dual sourcing MED (36%)  
 • Switch HIGH (60%)  
 • Mobile HIGH (73%)

**What BT Products & Services?**  
 Generate 6.6% of calls on the network, 195% uplift  
 95% of customers have traditional calls/lines/apparatus revenue streams of 95% total revenues.  
 Avg Bill £3,830

**How – Calling Behaviour**  
 Recurring revenues are lowest at 38.5% of revenue  
 Make lots of calls, with a lot of single call many localities. Great selection of increasing PSTN revenues

BT.com/business Connections that get results. **BT**

## Single Sited Digerati

27,295 Customers      7.5% Base      14.2% Rev

**Description** - Single sited companies exploiting digital technologies. Typically employing about 19.0 employees and being in High Tech industries. Uplift in Postcode Areas in M4 Corridor

**Treatment** - Need to support their growth whilst ensuring their retention

**Survey Highlights**

- SMALL/MED (87% 2-49 empl; 64% turnover £500k-£10m)
- Optimism - MEDIUM
- CSAT - MED (67% @8-10)
- Dual sourcing MED (40%)
- Switch HIGH (53%)
- Mobile HIGH (67%)

**Who are they?**  
Likely professions: Computers and Software, Imaging and Copy Bureau, Consultancy, Advertising, Printing/Plate-Making

**What BT Products & Services?**  
Higher numbers of exch lines (avg. 8.2)  
High Digital - avg 3.5 lines  
Avg Bill £4,870, and highest discounts at 11.2% indicating optimal plans

**How – Calling Behaviour**  
ISDN generates 47.6% of call revenue  
International calls account 45.6% revenue  
Percentage of calls made to mobile 2.2% (2009-10) (2008-09) 1.7%

BT.com/business
Connections that get results.

## MicroBusiness

Segment	Base	Rev
1 Digital Offices	14.5%	32.6% Rev
2 Talk about Beauty and the High St	13.6%	20.5% Rev
3 Multi-sited Light Industrials Ltd.	2.7%	5.3% Rev
4 TJA Local Lows	21.2%	13.8% Rev
5 International Contacts	11.1%	8.4% Rev
6 Serving the Urban Poor and Needy	17.1%	8.8% Rev
7 Bare Lines Brigade	16.3%	7.8% Rev
8 Daytime Administration	3.5%	2.8% Rev

BT.com/business
Connections that get results.

## T/A Local Lows ("corner shop")

117,756 Customers 21.2% Base 13.8% Rev

*Description – Large cluster of customers with lower revenues and a higher likelihood to be 'Trading As'. Typically seem to be local shops serving the consumers.*

*Perhaps Low Telephony needs so low touch.*

### Survey Highlights

- V SMALL (47% self-empl; 100% turnover <£500k)
- Optimism - LOW
- CSAT - MED (54% @8-10)
- Dual sourcing V LOW (<5%)
- Switch V LOW (<5%)
- Mobile MED (60%)

### Who are they?

**Likely professions:**  
Butchers  
Tyre and Brake Shops

### What BT Products & Services?

Bill £589  
Single sited analogues

### How – Calling Behaviour

No International calling  
Dial locally and few other localities

BT.com/business

Connections that get results.



## Bare Lines Brigade ("one line inert")

90,546 Customers 16.3% Base 7.6% Rev

*Description - Lowest revenues per line. They employ about six employees and use just one analogue line*

*Treatment - Possible Acquisition Targets*

### Survey Highlights

- SMALL (86% <5 empl; 61% turnover <£50k)
- Optimism - LOW
- CSAT - LOW (40% @8-10)
- Dual sourcing MED (39%)
- Switch V LOW (7%)
- Mobile LOW (33%)

### Who are they?

**Likely professions:**  
1.9% Retail sale of meat (208% uplift).  
Craft and Care Services  
Design and Services Offices

### What BT Products & Services?

Bill £412 – lower revenues per line  
Lowest on the internet use (ladders)

### How – Calling Behaviour

Local Focus (highest proportion 54.5% of minutes)

Lowest number of calls (133/month)

BT.com/business

Connections that get results.





**Digital Offices**  
**("explorers")**  
 60,028 Customers    14.5% Base    32.9% Rev

*Description – Large and technically sophisticated business. Just under a third are multi-sited. Have a large staff with about 11 employees. Good uptake of New Technology products*

*Treatment – very Enterprises profile*

**Survey Highlights**


- MED (53% 2-9 empl; 55% turnover £500k-£5m)
- Optimism - MED
- CSAT - V LOW (33% @8-10)
- Dual sourcing HIGH (42%)
- Switch LOW (27%)
- Mobile MED (60%)

**Who are they?**  
**Likely professions:**  
 Most likely to be 'Companies' (54%)  
 Solicitors, Property Management, Consumer Groups


**What BT Products & Services?**  
 Bill £2258 – highest revenue per line  
 22% have digital lines, generate 51% of ISDN rev.  
 Higher on the lines ladder – half having Bus Highway/FtrLine/ISDN/ADSL etc.

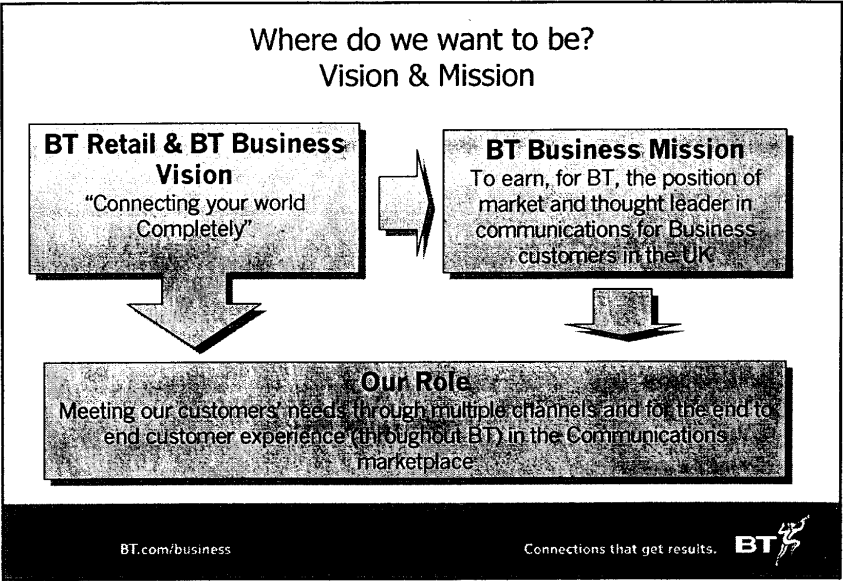
**How – Calling Behaviour**  
 Higher revenue per line (80% have more than £250/line)

Call more localities  
 Replicate and build on success

BT.com/business    Connections that get results. 

Strategy

BT.com/business    Connections that get results. 



**Strategic Issues – Pressure on Revenues & Margin**

- Core market growth - combined, the business calls & lines market will shrink by 1.9%
- CPS - we anticipate potential customer losses of 130k customers
- Cannibalisation of our own products will have a margin impact of £31m eg:
  - DSL for ISDN, Non Geographic Calls, Voice

- New Wave Market Very competitive
  - Worldwide ICT slowdown (growth below 2%)
  - UK Software & IT vendors made net loss of £2.5Bn in 2001
- SMEs taking a "Make do and Mend" approach
  - Want support for existing IT
  - Want to drive greater value from existing IT

BT.com/business Connections that get results. **BT**

## ***Strategic Issues – Customer Experience***

- Existing Relationships Product Based
- Customer Experience variable across Channels
- Flat Market & increased competition highlight need to extend market reach
  - Especially coverage at top end
- Growth market areas require closer understanding of customers business

- Must Ensure Consistent Customer Experience
- Across All Managed Channels (Internal & External)
  - Contact Centres, On Line, F2F, Vars, ISVs, BTLB.....
- For Sales, Service & Advice
- Supported by Customer Centric Systems
- Enabled By New Behaviours

BT.com/business

Connections that get results.



## ***Strategic Priorities***

### **Defend and Grow Core**

To address the effects of increased competition and margin erosion in our core business

### **Focus on Customer Relationships**

develop channels, business systems and behaviours that enable us to develop close relationships with target customers

### **Grow New Wave**

To address growth areas of the market and minimise the effects of technology substitution

### **Improve Customer Satisfaction**

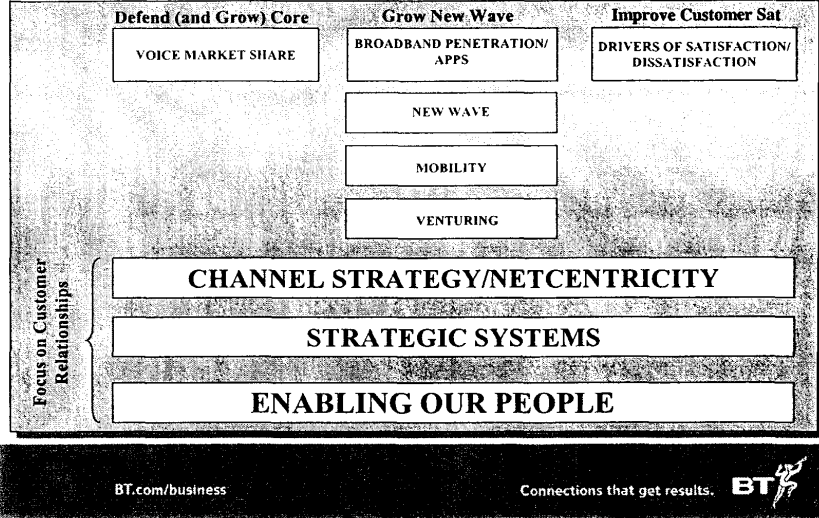
To ensure we give our customers the experience they expect

BT.com/business

Connections that get results.



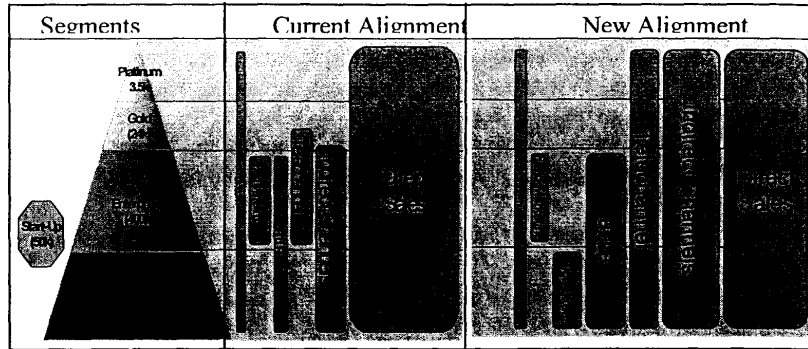
### 03/04 Key Programmes



### ICT Focus Areas

	Direct Sales Volume or High-Value	Indirect The BT Solution (e.g. VAR)	Indirect Enabler - "BT Inside" (e.g. specialist software co.)
Optimum Channels (logical alternatives in brackets)	Customer Segments		
	Enterprise		Corporate
	Broadband	Direct Sales (Indirect)	
	Desktop Management	Indirect - Solution (Indirect - Enabler)	
	IP Infrastructure		Direct Sales (Indirect)
	Mobility & WLANs	Direct Sales	
	Applications, Mgmt & Hosting	Indirect - Solution (Indirect - Enabler)	Indirect - Enabler
Network-based Services	Direct (Indirect)		

## Channel Alignment



BT.com/business

Connections that get results.



## Customer Satisfaction

BT.com/business

Connections that get results.



## Business Satisfaction Overview

- ♦ 1900 Customer Interviews each month across Platinum/Gold/Enterprises/Micro Business segments
- ♦ Cover 'overall satisfaction with BT' and 'Competitor satisfaction'
- ♦ Also; key drivers of satisfaction and verbatim feedback 'what BT needs to do to improve satisfaction', 'why very satisfied with BT', 'why more satisfied with competition'
- ♦ Satisfaction improvement programme implemented in April 01
- ♦ Objective to be significantly better than the competition in each segment by March 03.
- ♦ To reduce dissatisfaction within each of the segments to 10%, from circa 17% overall Business. Platinum from circa 30% dissatisfaction.
- ♦ Input from Business MD and Directors including Customer Satisfaction Director who are involved directly in improvement programmes.

BT.com/business

Connections that get results.



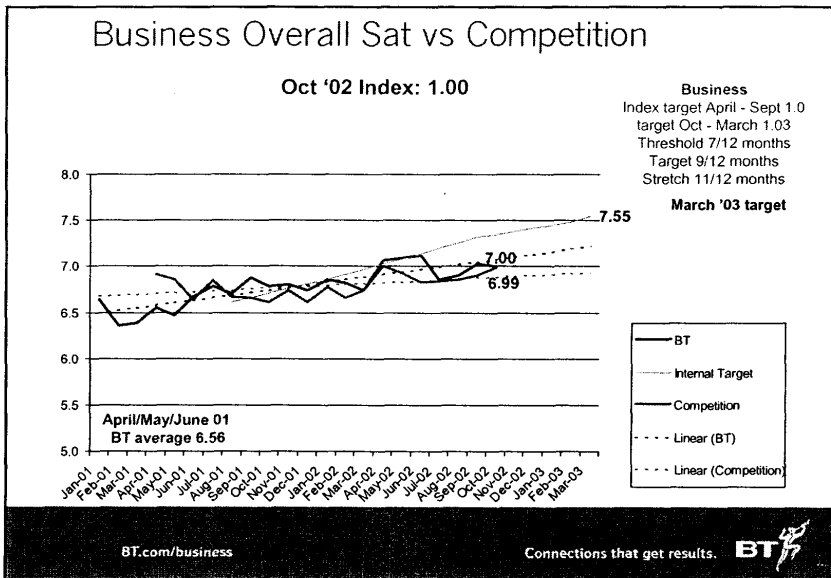
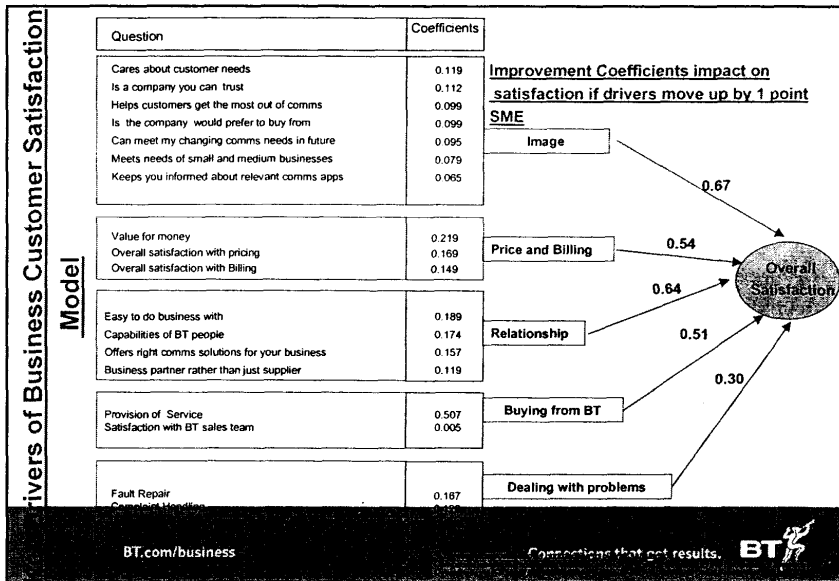
Business Satisfaction Programmes - built around 'verbatim feedback' and 'drivers of satisfaction model'

- 1. Customer Value Perception & Billing**
  - 2. BT Service - Provision/Faults/Complaints**
  - 3. Sales Relationship**
  - 4. ICT & Business Propositions**
  - 5. Brand & Communications - Contact Strategy**
- ♦ **Targets Set for Each of the Key Drivers and initiative's implemented to improve performance**
  - ♦ **Monthly reporting of initiatives and satisfaction performance**

BT.com/business

Connections that get results.

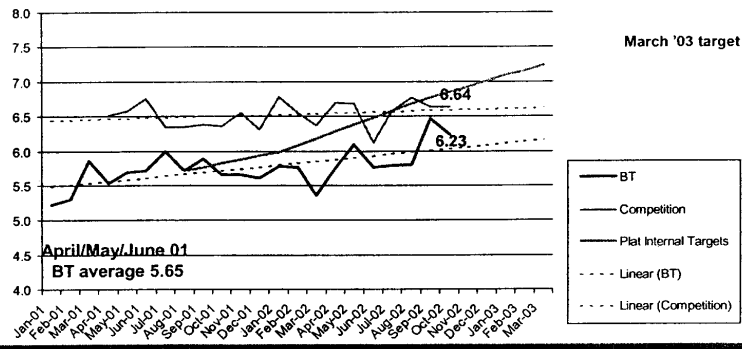




# Platinum Overall Sat vs Competition

Oct '02 Index: 0.94

Platinum Index Target (end of year)  
Target 1.00  
Stretch 1.03

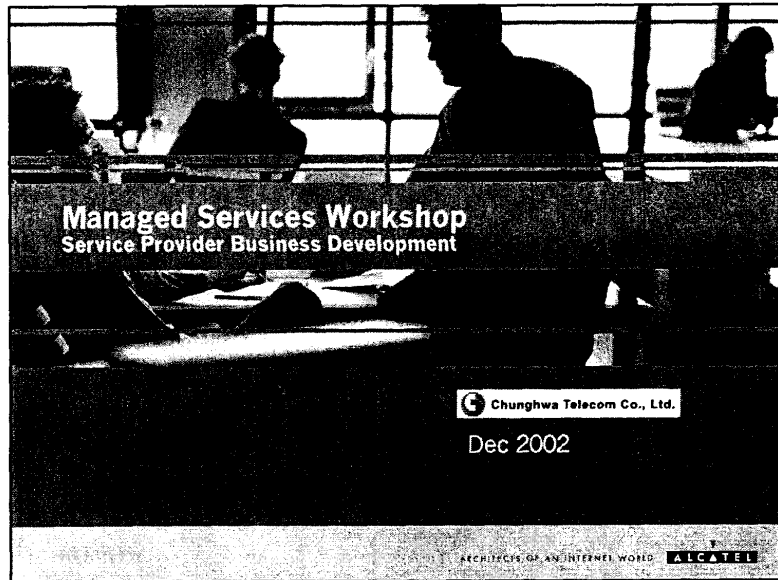


BT.com/business

Connections that get results.







## Objective of Workshop

- > Begin to work together to:
  - Share with you our experience and lessons we have learned
  - Produce together an action plan that we can follow to move forward with Managed Services

Slide No 2  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

What we know about – is only public info.

Slide No 3  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

Slide No 4  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

## SMEs – who are they

### > Manufacturing

- Aerospace, Defense and Advanced Engineering
- Autos
- Mining
- Consumer Industries
- Energy and Utilities
- Health Care
- Transport

### > Service

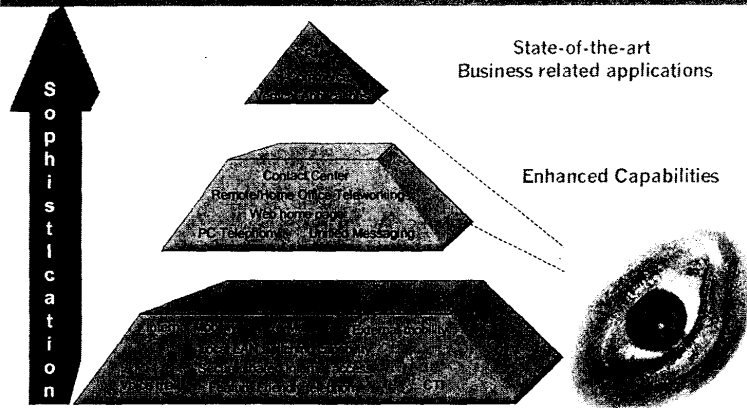
- Consulting Includes:
  - Financial Services (Accountancy, Property Insurance)
  - Information Technology
  - Media, Entertainment and Sport
  - Retail and Services

Slide No 5  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## SME Vision



Slide No 6  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## SME market

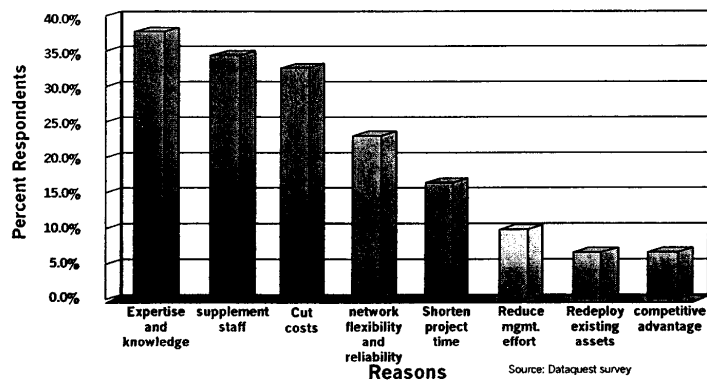
- > Rule of thumb
  - SME sophisticated communications belief
  - Correlate with Taxi transport availability
- > SMEs need to solve their fundamental needs
  - But are seeking a solution that can easily migrate to the more sophisticated applications.
- > Increasing interest in managed services

Slide No 7  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## SME Reality - Managed services



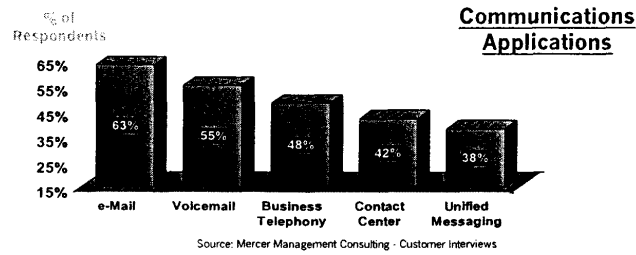
Slide No 8  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## SME Managed Services needed now

- > Hosted Communication applications the SME market seeking, in the first place



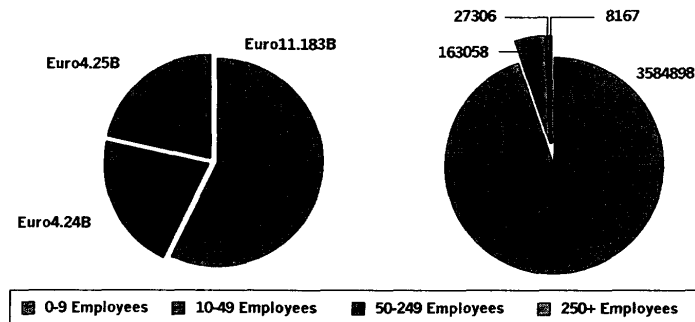
Slide No 9  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

## SMEs Make Up the Vast Majority of a National Economy

### United Kingdom Business Segmentation



Slide No 10  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

## SME Selection Criteria

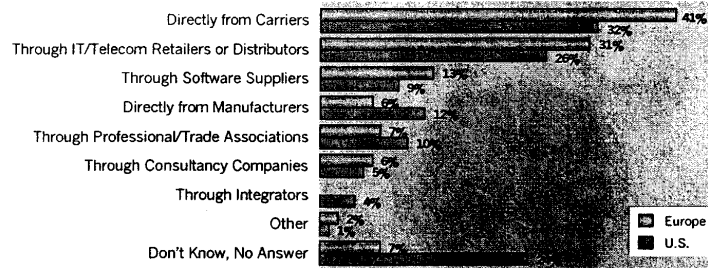
- > Cost reduction
  - 15 to 20 percent required
    - Achievable with single CPE device
- > Simplicity of solution
  - No technical jargon, just benefits
- > Added value
  - Does this solution have the ability to improve the productivity of my business?
- > Reassurance
  - Is there going to be disruption by changing supplier?
  - Is my new potential supplier reputable?

Slide No 11  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Who do SMEs buy from



- > Recommendation from local systems integrator
  - Distribution model for Managed Services offer

Slide No 12  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Objective of Workshop

- > Share a variety of our experience and lessons we have learned
- > Produce together an action plan that we can follow to move forward with Managed Services

Slide No 13  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Foreword

- > The success of managed services implementation is linked to a dedicated Project Director in each of the involved companies
- > Depending on the estimated time to market , up to five working teams will be required
  - Business-plan, technical, operation, services, legal
- > Synchronized regularly by Project director meeting.
- > The Phases of a successful project
  - Phase 1 - Opportunity analysis
  - Phase 2 - Pilot investigation
  - Phase 3 - Launching

Slide No 14  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 1 Opportunity analysis

- > Step 1 : Analysis of CHT SWOT
  - Strategic : does the Easy Office program fit in the strategic direction CHT is taking towards SME customers ?
  - Marketing wise: What does the program bring in terms of CHT image building and positioning in the market?
  - What are the side effects to be taken into account ?
    - DSL boost, customer retention....

Slide No 15  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

## Actions Phase 1 Opportunity analysis

- > Step 2: Customer needs investigation
  - The value chain ?
  - The evolution of existing solutions to an Easy Office type of solution (PBX, LAN/WAN, IT infrastructure...)
  - The evolution in customer needs ? ( BB Internet , Teleworker, Hosted applications, leasing...)
  - The expense model of customers ? What are they ready to spend ?

Slide No 16  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL



## Actions Phase 1 Opportunity analysis

- > Step 3 : Customer configuration analysis
  - What are the different types & their architectural implications :
    - Mono-site
    - Multi-site with equality larges sites ( IP VPN, WAN)
    - Multi-site with smaller remote site and/or teleworkers (V+D?)
    - CHT connections portfolio ?

Slide No 17  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 1 Opportunity analysis

- > Step 4: Analysis of business volumes and go-to-market
  - Partitioning of value chain between the actors ( HP, Alcatel, CHT, channels..)
  - High level business plan looking at the volumes to be expected
  - Go-to-market analysis:
    - Indirect and or direct channels ?
    - Channel analysis
    - Determination of roles
  - Market access cost
  
  - It is an Initial exercise , taking into account the support given by Alcatel and HP .

Slide No 18  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 1 Opportunity analysis

- > Step 5 : Go / No go on opportunity analysis

Slide No 19  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 2 Pilot investigation

- > Step 1 : In depth design of the solution and its evolution
  - Choice between components offered by Alcatel / HP and CHT
  - Take into account go-to-market model
- > Step 2: Design of provisioning and support system
- > Step 3 : Pilot implementation process study
  - Scope of the trial + objectives
  - Identification of pilot customers
  - Launch process study

Slide No 20  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 2 Pilot investigation

- > Step 4: Go / No go on technical and operational feasibility
  - Including signing on MOU for the trial

Slide No 21  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 3 Launching

- > Step 1 : market pre-emption
  - Creation of bundle ( if needed ) that can evolve to a full MS solution
  - Alcatel + CHT
  - CHT + HP
- > Step 2 : communication to channels
  - Training
  - Incentives
  - Presentation, road show, seminar....
  - Installation guide

Slide No 22  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential



## Actions Phase 3 Launching

- > Step 3: Communication to market
  - Press release
  - Announcement
  - Advertising
  - Tele-marketing campaign
  
- > Step 4:
  - Sales follow – up !!!

Slide No 23  
Duplication and distribution are not authorized  
Without Alcatel written authorization

All rights reserved © 2002, Alcatel  
Alcatel Confidential

ALCATEL

## 中小企業的 e-電子商務挑戰

### 阿爾卡特對中小企業市場的遠景

就如同一般的商業行為，中小企業所面臨的新挑戰在於如何管理那些來自於不同網路、一直增加的資訊流量，並同時最佳化電信通訊設備的成本。

每三家中小企業中，超過兩家有一台 PBX 電話交換機，大約 50%的中小企業聘用一個接線總機，而 30%的公司採用無線話機。

在數據網路設備方面，就法國、德國與英國的情況統計，超過 90%的中小企業有一台個人電腦，其中 66%的公司架設區域網路，超過一半的公司已經連上網際網路，而 30%以上的公司網路裝有路由器設備。

在網際網路方面，有個人電腦的公司中，連接網際網路的佔 72%比例，絕大多數是以個別的數據機方式撥接上網。此外，中小企業連結網際網路的方式依國家不同而異。在英國，有 41%的中小企業透過公眾網路上網，40%使用 ISDN。在法國，只有 20%透過公眾網路，而 71%的公司使用 ISDN。

儘管有愈來愈多中小企業建置電信與數據網路通訊設備，但是它們的經驗實在有限。中小企業正在尋找一個可以同時滿足語音與數據通訊需求的解決方案，但又不希望把錢花在增加內部技術人員上頭。因此，它們深深被一個完整的 All-In-One Box 解決方案所吸引，這個解決方案以經濟有效、易於建置的方式，同時提供他們完整的語音與數據兩種通訊技術。這種中小企業尋求的 IT 解決方案，可幫助他們提升內部運作效率，這些應用包括語音信箱、電子郵件、移動性、網際網路接取功能等。

因此，這些通訊市場可以劃分為：

#### 專用產品

##### 區域網路基礎架構元件

- 可堆疊式區域網路交換器（提供 8/16/24 埠三種選擇）

##### 網際網路接取與服務元件

- 路由、防火牆、代理(proxy)主機、快取(cache)伺服器、網路(web)伺服器

語音服務與應用 (PBX、IPBX、PCBX 三種選擇)

- PBXs: 採用傳統電路交換技術的專屬語音系統架構
- IP PBXs: 採用標準化封包交換技術架構的語音通訊伺服器, 支援業界開放式作業平台, 包括 Windows NT 或 Unix
- PCBXs: 依基礎架構而定的語音通訊系統, 可提供電腦電話整合(CTI)介面、整合訊息解決方案、電話客服中心等功能。

網際網路、語音與數據產品

**E-電子商務通訊應用系統**

- 語音、數據與網際網路應用三合一的通訊應用系統, 以一個事先設定好的伺服主機為基礎, 建置容易。

市場分隔

	<b>PABX</b>	<b>PC BX</b>	<b>IP PBX</b>	<b>E-電子商務設備</b>
架構	電話交換	PC 型式	伺服器導向	精簡設備 (appliance) 導向
範圍	語音	語音	語音	語音、數據 & 網際網路
優點	備受肯定的系統穩定度	整合訊息、電腦電話整合、電話客服中心	單一基礎架構 遠端接取 適用分公司	單一平台
缺點	只有語音功能	延展性 陳舊過時	依賴數據網路	模組化

阿爾卡特 — 企業 e-電子商務建築師

就全球經濟情勢而論: 我們非常清楚, 所有的商業行為必須為採納新的工作發展與新的思維方式做好準備。因此, 使用電子商務與先進科技已經變成大家日常所需的一部分。

阿爾卡特擁有最完善的經驗。我們完整的通訊產品與服務, 可以幫助企業從這些所謂新商業交易模式而衍生的龐大商機中, 爭取最大優勢。阿爾卡特特地為中小企業開發出一套易於使用、強而有力, 且更具彈性的通訊解決方案。這就是新推出的 **Alcatel OmniPCX Office**, 現已被公認是業界第一套真正的 e-電子商務通訊應用解決方案。

## Alcatel OmniPCX Office : e-電子商務通訊應用系統

OmniPCX Office 是一套為中小企業量身訂制的通訊應用系統，以一台事先設定好的伺服器為基礎，整合網際網路、語音與數據功能在單一平台上，用最簡單的方式提供一套完整的通訊服務，依不同的通訊流量與管理需求，滿足中小企業所有預期，達到加強公司運作效率與生產力的目標。OmniPCX Office 是一套模組化且具延展性的解決方案，可依客戶的業務需求、組織需求，以及 IT 需求而量身打造。

它整合所有需求於單一平台的設計理念，是一個安裝簡單、管理容易、操作簡單的通訊應用系統，所有功能都是事先設定好的。不只是電話與電腦網路的功能，還涵蓋企業在新世代通訊中的所有通訊應用。這些應用都將內建於一個整合的系統架構內，包括網際網路接取、電子郵件伺服器、區域網路架構與服務、電腦電話整合、個人助理與語音信箱服務的電話功能、網內(on-site)移動等，可提供最具成本效益的通訊系統服務。

受益於模組化的設計理念，阿爾卡特 OmniPCX Office 在系統組態與服務方面提供了超強彈性的產品優勢，這完全歸功於它的單一軟體功能、模組化的硬體架構，以及萬用埠槽位設計。為涵括所有中小企業（6~236 個電話分機）市場，阿爾卡特 OmniPCX Office 在一個 19 吋的機櫃內，分別放置三個不同數據類型的子機，再加上它在軟體與硬體選擇上的廣泛空間，讓中小企業需要現場安裝與設定的地方，減少到最低程度。同時，OmniPCX Office 可隨時依企業的業務成長而升級。模組化的基礎架構設計，提供一套軟體關鍵管理系統，讓中小企業客戶可隨時增加新功能、增加終端機的數量，或是提高 OmniPCX Office 的系統能力。

由於 OmniPCX Office 採用開放系統架構的平台特性，阿爾卡特是業界第一家真正提供 **Linux** 作業系統支援的電信設備供應商。Linux 在電腦產業的接受度很高，是一套可信賴、影響力大、穩定的作業系統，並整合了絕大多數的網際網路通訊協定。此外，OmniPCX Office 本身已經支援業界標準，包括 **CSTA**、**TAPI**、**IP**、**PPP**、**PAP/CHAP**、**PPTP**、**IPSec**、**POP3/SMTP**，表示這套系統適用於阿爾卡特或其他軟體廠商所開發的各種通訊應用軟體。

## OmniPCX Office 區域網路解決方案

### 區域網路基礎架構

阿爾卡特 OmniPCX Office 為中小企業提供一套最專業的區域網路解決方案，該系統效能最多可安裝 6 片高速乙太網路 10/100 區域網路交換器介面模組在同一平台，以提供最完整的區域網路連結功能。它所提供的高速乙太網路功能，可以提高中小企業內部區域網路的效能表現，如大檔案的資料轉換、輕鬆自在地使用資料庫資源，以及接取多媒體應用等。

由於所有交換埠具備自動搜尋 10~100Mps 的功能，該系統不用經過設定，就可以自動偵測網路內部所有連網設備的連線速度。換句話說，OmniPCX Office 可輕易整合於中小企業既有區域網路架構，或者成為基礎架構，讓中小企業用戶在它的平台上開發一個新的或更高速的區域網路。阿爾卡特 OmniPCX Office 模組化的區域網路服務，提供 8 埠與 16 埠兩種選擇，再加上延展性（至多 6 片交換器插板）的功能，其區域網路介面模組提供上鏈(uplink)埠，可外接交換器來加大網路範圍，或重複利用既有的集線器。

### 區域網路服務

此外，阿爾卡特這套 OmniPCX Office 解決方案還內建更多區域網路服務，以簡化中小企業的區域網路設定與管理。例如，內建 DHCP（動態主機設定協定）伺服器，可以自動且動態地在區域網路內預留 IP 位址，這表示用戶不用複雜設定，可以輕易在區域網路內內裝新的 IP 設備，如 PC 或 IP 電話。



## OmniPCX Office 網際網路解決方案

透過將所有連網的必要元件整合於單一解決方案的作法，讓所有相關設備以更專業的運作方式連上網際網路，阿爾卡特的 OmniPCX Office 讓網際網路接取變得更簡單。OmniPCX Office 是一套整合為一的解決方案，可提供安全的分享式網際網路接取功能，如內建電子郵件、安全性、控制與遠端接取應用等。加上易於管理的特性，OmniPCX Office 成為中小企業選購理想 e-電子商務解決方案的不二選擇。

Alcatel OmniPCX Office provides: 阿爾卡特 OmniPCX Office 可提供：

### 分享快速網際網路接取服務

OmniPCX Office 可以同時讓區域網路內的幾個使用者，透過同一個 IP、單一連結方式，高速連上網際網路。它提供中小企業廣泛的廣域網路介面選擇，從 64Kbps 的 ISDN 到 2Mbps 的 ADSL 或專線連網方式。

而網際網路的連結方式可以依需求調整，也可以採用固定的方式上網。

OmniPCX Office 依使用網際網路接取、語音、數據的實際情況，分享網路資源，讓中小企業的投資最佳化。

### 安全的網際網路接取

OmniPCX Office 結合了幾項網路安全機制，包括網際網路接取、網路與資料保護等。這套系統內建了一個經過驗證的防火牆，可以保護公司的資訊不致於遭受外在攻擊。OmniPCX Office 的防火牆已經通過獨立的西岸實驗室(West Coast Labs)的檢驗，這家公司是一家為網路安全解決方案效能作測試的專業機構。

### 可控制的網路接取服務

OmniPCX Office 內建代理(proxy)主機功能，可以控制並限制網際網路的使用。透過這台代理主機，該企業網路做到客制化的網際網路接取權限控制，包括依服務與應用的不同作控管、以過濾網路位址的作法封鎖名單上特定網站的連結，或是以日期與時間為基礎，限制某些網路接取的權限等。此外，透過代理主機也可以提供詳細的網際網路與應用使用的統計數據。

### 最佳化的網際網路接取服務

OmniPCX Office 整合的快取(cache)伺服器可以協助使用者改善網路接取的速度，藉由一個特定硬碟空間的儲存功能，將使用者近期內下載或瀏覽過的 HTTP 網頁或 FTP 檔案儲存起來。因此，當另一個使用者需要相同的資訊時，這個資訊可以直接由快取伺服器提供，不用再連上網際網路，進一步降低了企業的通訊成本。

### 依對外通訊需求提供電子郵件整合應用

由於阿爾卡特 OmniPCX Office 所提供整合電子郵件伺服器的功能，將中小企業的通訊能力提升到一個全新的境界。OmniPCX Office 電子郵件伺服器的獨特功能，就像一台企業內部專用的郵件伺服器一般，讓企業不須再選定一台特定伺服器，額外建置一個特定的硬體或軟體，專門做郵件處理的工作。而企業內部的每一個使用者都可以有個人的信箱與電子郵件位址。OmniPCX Office 的電子郵件伺服器支援主要的電子郵件協定，以及主要的 POP3/SMTP 用戶軟體，如 Microsoft® Outlook™、Microsoft Outlook Express 或 Lotus Notes。如果中小企業在區域網路內部已經有一台郵件伺服器，OmniPCX Office 也可以彈性地支援不同的電子郵件應用架構，例如當一台簡單的郵件開道器，或者是一台郵件管理伺服主機，管理企業內部與外部所有的電子郵件往來。

阿爾卡特 OmniPCX Office 電子郵件伺服器隨插即用的功能，不論安裝或更改系統的軟、硬體設定都十分容易，不需要再加裝其他硬體設備。

### 整合訊息解決方案

此外，OmniPCX Office 由於提供語音信箱與電子郵件整合的功能，十分適合中小企業開發整合訊息解決方案，還包括不用加買傳真伺服器就可整合傳真的特殊功能。每一個使用者都可享有 OmniPCX Office 所提供的個人化整合訊息服務，輕鬆管理自己的語音信箱、電子郵件與傳真。

### 虛擬企業私有網路(VPN)功能提供安全的遠端網路接取服務

OmniPCX Office 虛擬企業私有網路功能可提供一個兼具成本效益與安全的網路解決方案，讓遠端用戶或遠端辦公室可以透過公眾網路基礎架構，安全地進行企業網路接取或資料傳輸的動作。則中小企業可以更經濟有效地透過網際網路，在總部、遠端辦公室與遠端員工之間佈建一個安全的企業網路。

虛擬企業私有網路的功能讓兩台主機可以透過網際網路，在連線中間闢建一條加密的資料通道(tunnel)，並提供授權與加密管理功能，以確保遠端用戶的安全連線。同時，它在兩台主機中間透過內部網際網路連結的作法，提供了兼具成本效益的遠端接取服務。

OmniPCX Office 支援兩種主要的虛擬企業私有網路協定：提供遠端用戶接取的 PPTP 協定，以及區域網路與區域網路之間的 IPSec 協定。

### 一個獨特且操作簡單的網路管理工具

OmniPCX Office 單一使用者介面的平台設計，讓中小企業的系統管理員更容易執行網際網路設定。網路管理員不用再安裝任何特定的管理工具，只需透過任何一台區域網路內的

PC，從這台 PC 的瀏覽器即可執行管理工作。大部分的元件都以軟體作好設定，不用其他額外安裝動作。再加上安裝手冊按步就班、清楚明瞭的流程指示，大大簡化了首次安裝的參數設定工作。

## OmniPCX Office 語音解決方案

### 1. 電話服務

阿爾卡特 OmniPCX Office 提供最先進的電話服務，包括自動且容易使用的服務、內建式語音信箱功能、個人助理、系統問候語、自動管理員，以及其他配套功能。全部的電話服務都適用於阿爾卡特選擇多樣化的桌上型電話機，包含支援電路交換或 IP 交換的 Alcatel Reflexes® 桌上型電話，以及支援 PC 電話功能的 PIMphony® 產品。

#### 自動且容易使用的服務

依姓名撥號功能 讓使用者以最自然且簡單的方式打電話，直接在電話鍵盤上以受話方的姓名號即可；三方通話會議功能；簡單的電話轉接功能；語音指導功能，讓使用者直接透過話筒執行客制化設定；Reflexes 電話上的軟按鍵與圖示按鈕；經理秘書功能，提供電話直撥與監督服務；群組管理功能，提供話機監聽、來電收集整理，以及未接來電提示等服務。

#### 內建語音信箱

每一個 OmniPCX Office 系統內建一個強大且可擴充的語音信箱功能，從標準的 20 分鐘到最長 200 小時的錄音服務。由於語音信箱被認為是商業世界中的必需品，不論使用那一種電話，它是每一個使用者都用得到的應用，甚至是安裝在電腦上的 PIMphony 電話，都提供最舒適、操作容易的使用介面。其他電話功能還包括來電過濾、來電錄音等。

#### 個人助理

個人助理功能，讓 Reflexes 電話的使用者即使不在座位上，都可以提供來電者至多五種不同的轉接選擇，包括轉到語音信箱、行動電話號碼、外部電話號碼、內部電話號碼（如秘書分機），或是公司總機。這種彈性的電話轉接功能都可以馬上使用且易於管理。

#### 系統問候語

阿爾卡特 OmniPCX Office 提供不同的來電問候功能，讓打電話來的客戶享有最佳的來電問候服務。系統內的問候語可以個別設定，也可以依群組或全公司的等級作不同設計，如依時間來管理，或分機忙線時的轉接設計等。

這套系統可提供電話保留時播放的音樂或訊息，包括固定 16 秒的保留音樂（免費版權），或是最長 2 分鐘的客制化保留音樂（透過特定硬碟可提供最長 10 分鐘的音樂播放服務）。

### 自動管理員

自動管理員功能可提供一天 24 小時的來電問候服務，它同時也是一個總機忙線時，十分重要的助理，可幫助總機把電話直接轉接到來電者想聯絡的單位。你也可以趁機播放公司想傳達的訊息，例如上班時間。

### 配套功能

阿爾卡特 OmniPCX Office 解決方案提供「經理秘書」的功能，讓經理享有來電過濾的電話服務、經理與秘書之間電話直撥功能，以及其他每一個話機的監督功能。它可提供一個電話號碼做群組管理，也可以做電話監聽、來電收集整理、廣播與未接來電提示等服務。

## 2. 特有的 Voice over IP (VoIP) 服務

阿爾卡特 OmniPCX Office 是一套特有的 VoIP 通訊應用系統，藉由一台使用 Linux 作業系統的 **電話伺服器**，可以在數據網路內管理所有的 IP 電話或 IP 電話軟體。為了直接接取採用電路交換技術的電話系統，在必要的情況下，OmniPCX Office 也提供一台 **整合媒體閘道器** (Integrated Media Gateway)，以結合電路電話介面卡與電路分機介面卡。這台電話伺服器以及媒體閘道器因為考慮到那些支援 H.323 標準的通信設備，以及為了與支援這個標準的阿爾卡特或非阿爾卡特通訊系統互通的情況下，皆採用 **H323 通訊協定** 為技術基礎。

### IP 通信幹道

OmniPCX Office 可以把語音功能整合到企業數據網路的廣域網路上，以減少企業不同據點之間的長途電話成本。透過 OmniPCX Office 的廣域網路連接功能或直接透過外埠路由器的作法，企業內部的電話往來可以直接在廣域網路上進行。不論連接的原理為何，OmniPCX Office 都可提供 ISDN 處理 **溢載局線** (overflow) 與 **備援局線** (back-up) 機制的額外選擇，以確保所有電話往來的語音品質。

### IP 電話

中小企業若導入 IP 電話，透過區域網路傳輸語音與數據服務，以保有先進電話的功能，可因而簡化公司內部的配線系統。阿爾卡特 OmniPCX Office 內建 DHCP 伺服器的貼心設計，讓企業在移動或增加一台 IP 電話時，只需把話機插到任何一個乙太網路連接埠即可通話。

OmniPCX Office 支援完整的 IP 電話產品線：

- **IP Reflexes**：一系列完整的 IP 整合電話產品，提供使用者簡單易懂的 IP 語音服務。
- **Fast IP Enabler**：一套安裝軟體，讓既有數位式 Reflexes 終端話機轉換成 IP Reflexes 電話。
- **IP PIMphony**：一套電話軟體，可以讓一台多媒體個人電腦執行 IP 模式的 IP 電話功能。
- **H323 產品**：一套標準的 H.323 電話機，或是任何支援正確 H.323 軟體的個人電腦，如微軟的 NetMeeting 軟體。

中小企業的正職或兼職員工如果在家或在不同地點工作，都能享有遠端 IP 電話所帶來的好處。這些遠端 IP 電話的功能應用都由一台放置在總公司的電話伺服器所管理，則遠端員工可以使用的電話功能就像他們在公司內部一樣。當公司重視語音應用和有保證的電話品質時，一個可以管理的數據連結，如專線、IP、虛擬企業私有網路，正是該企業的最佳選擇，可完整連結所有不同據點的語音系統。而 OmniPCX 的虛擬私域網路方案所提供的網際網路連結功能，最適合公司臨時的遠端工作者與行動工作者。

### 3. 選擇多樣的桌上型電話

阿爾卡特提供多種桌上型電話的選擇，包括支援 IP 交換或電路交換的有線電話、可移動使用的無線電話，或是使用容易的 PC 電話軟體。

全系列的阿爾卡特 IP Reflexes 與阿爾卡特 Reflexes 數位話機是以讓使用者感覺真正舒服好用，並以最理想的使用方式，操作任何由 OmniPCX Office 所提供的通訊服務。

IP-Reflexes 數位話機是一套提供全系列整合 IP 電話功能的通訊系統，包括一個區域網路轉接器，以及一個額外的個人電腦轉接器，對使用者而言，是一套簡單易懂的 VoIP 設備。由於人體工學與使用者介面的設計理念一直被保持下來，讓使用者十分習慣 Reflexes 系列所提供的一致性服務。

<b>Alcatel IP 數位話機</b> <b>Advanced Alcatel</b> <b>Advanced</b>	<b>Alcatel IP 數位話機</b> <b>Premium Alcatel</b> <b>Premium</b>	<b>Alcatel Easy</b>  <b>數位話機</b>	<b>Alcatel First</b>  <b>數位話機</b>
--	--	--	---

### 4. Mobility 移動性

行動通訊是企業在現今商業世界是否成功經營的重要因素。而行動通訊對企業內部而言，更是提升員工效率與客戶滿意度的關鍵。阿爾卡特 Reflexes 數位話機提供企業所需的高階通訊系統服務功能，加上 OmniPCX Office，更是企業發展行動通訊不可或缺的必備方案。此外，多樣化的內建功能讓使用者在操作上更方便、容易，例如更舒適的人體工學設計、大的圖形展示介面、整合式麥克風功能、電話聽筒連接設計等。

由於無線基地台與 Reflex 桌上型無線電話的配套設計，阿爾卡特 OmniPCX Office 通訊方案可提供更高階的彈性選擇。企業員工無論走到那裡，都可隨身攜帶電話，也可因為需求的改變，輕易調整電話設備的增加、移動或捨棄不用等情況。

<b>Alcatel Mobile 100</b> <b>Reflexes 無線手機</b>	<b>Alcatel Mobile 200</b> <b>Reflexes 無線手機</b>	<b>Alcatel Mobile 200</b> <b>Ex Reflexes</b> <b>無線手機</b>	<b>Alcatel Advanced</b> <b>DECT Reflexes</b> <b>無線手機</b>
---	---	--	--

無論是 Alcatel Advanced DECT Reflexes 或 Premium DECT Reflexes 都是阿爾卡特無線電話系統的配備話機，讓企業使用者座位搬動時，可輕易地電話從這張桌子移到別張，而話機仍保有原先的設定，仍舊可使用 OmniPCX Office 系統所提供的所有功能。

### 5. PC telephony and CTI openness PC 電話與開放式的 CTI 介面

OmniPCX Office 內建的整合式電腦電話(CTI)伺服器具吸引力的開放介面設計，適用於更多的 CTI 解決方案。與其他採外接式 CTI 伺服器的通訊方案相比較，OmniPCX Office 不用再外加一台伺服器的作法，可減輕企業在安裝上的負擔，並使用者人數更少時也適用該系統（至多 25 人）。

OmniPCX Office 支援 CTI 介面標準：

**CSTA 協定**：由歐洲電腦製造協會（ECMA）提出的產業標準，廣獲業界支持，是電話開放系統的業界基礎。

**TAPI 協定**：由微軟所提出的電話應用介面(API)，適用於微軟的視窗系統。

### 阿爾卡特 PC 電話解決方案

OmniPCX Office 通訊方案包含一個 PC 用的網路電話：PIMphony。PIMphony 是一套個人通訊管理(Person Communication Manager)軟體，用來連接最常使用的兩種工具，即桌上型電腦與電話，可提供一個強而有力、容易使用的電話助理，以因應、管理每天的話務量。

PIMphony 提供 PC 一套完整的電話服務，無論那種應用都可以自由運用。

PIMphony 與目前被廣泛使用的個人資訊管理軟體(PIM)之一，微軟 Outlook 應用軟體緊密結合，透過接觸式卡片螢幕來管理個人的關鍵訊息，並可整合語音信箱與電子郵件兩種應用。

PIMphony 基本版、進階版、團體版三款產品目前都可以提供兩種選擇，即多媒體電腦使用的「PC 網路電話版」，以及「PC+電話兩用版」。

#### PIMphony 基本版

無論個人電腦使用那種應用，PIMphony 基本版都可以透過一個圖型化的使用者介面提供完整電話功能，包括打電話、接電話、依姓名撥號、移機、電話會議功能、來電轉接、保留、電話駐留、電話速撥……等。

#### PIMphony 進階版

此外，PIMphony 進階版與訊息管理軟體，如 Microsoft Outlook、Act! Goldmine、Microsoft Access 等緊密結合，功能螢幕可提供來電者識別的服務。針對使用者語音信箱，PIMphony 進階版也提供圖型化管理功能。

#### PIMphony 團體版

PIMphony 團體版提供其他額外功能，如來電監視、助理功能等，專門針對群組的通訊需求所設計。

## 結論

阿爾卡特 OmniPCX Office 是一套針對中小企業的革命性解決方案，單一通訊系統可整合網際網路、語音、數據三種通訊服務。

### Company benefits 企業的好處

**容易使用**—由於阿爾卡特 OmniPCX Office e-電子商務通訊應用系統全功能整合的產品特色，是一套採購容易(一次購足)、安裝及維護容易、使用容易的企業級通訊系統。

**延展性**—三種不同尺寸的機架選擇，以及混合應用的作法，讓 OmniPCX Office 可提供更高的系統效能，讓企業從只買一個機櫃開始，擴充容易。模組化設計，提供一整套不同效能的插板，可依客戶需求提供精確的系統設定。

**開放性**—支援開放系統的設計，讓 OmniPCX Office 不侷限於阿爾卡特自有品牌的產品組合。由於支援業界協助，如 CSTA、TAPI、IP 等，其他 Linux 應用軟體業者所開發的通訊軟體都適用於 OmniPCX Office 平台。此外，OmniPCX Office 也開放給應用服務供應商(ASPs)的通訊解決方案，如網際傳真服務供應商等。

**多功能的**—OmniPCX Office 可以是一套全方位整合的通訊系統，提供網際網路、語音與數據解決方案，而它也可以是一台傳統的電話語音系統(PBX 交換機設定)，或是 IP 電話伺服器解決方案(IP-PBX 設定)。

### User benefits 使用者的好處

OmniPCX Office 區域網路解決方案提供一套專業的區域網路解決方案，採用高速乙太網路為技術基礎，因而提高區域網路的效能表現，如大檔案的傳輸、無障礙的資料庫使用，以及多媒體應用接取服務等。

OmniPCX Office 網際網路解決方案讓中小企業以更專業的方式使用網際網路，包括一個分享式、安全、可控制的高速網際網路接取；一套電子郵件伺服器；一個整合訊息應用系統。

OmniPCX Office 語音解決方案提供無與倫比的電話功能，採用符合未來發展的基礎架構設計，包括它內建整合式媒體閘道器(如行動通訊 DECT)的設計，這台電話伺服器可同時管理 IP 電話與傳統的語音服務；內建語音信箱伺服器與 CTI 伺服器等。而所有的工具，都讓中小企業在可以負擔成本的範圍內，加強員工生產力。