

## Klient

Orange Polska S.A.  
Z Synerise od: 29.05.2018

## Typ współpracy

Klient  
Partner biznesowy

## Zatrudnienie

13 500 pracowników

## Klienci

>20 mln aktywnych usług

# Synerise wspiera Orange w budowaniu pozytywnych doświadczeń Klientów i rozwijaniu e-commerce

**Synerise współpracuje z Orange Polska** - liderem rynku telefonii stacjonarnej, Internetu i transmisji danych, aby przyspieszyć cyfrową transformację operatora i zapewnić jego klientom jak najlepsze doświadczenie z wykorzystania nowoczesnych technologii. Rozwiązania Synerise wspierają Orange w pozyskaniu i utrzymaniu zadowolonych klientów, wpływając na wzrost udziału kanałów digital w ogólnej sprzedaży.



“Dążymy do tego, aby marka Orange została najchętniej wybieraną marką telekomunikacyjną. Chcemy pokazać, w jaki sposób pomagamy zmieniać na lepsze codzienne życie każdego naszego Klienta. Rozwiązania Synerise, dzięki którym z sukcesem zachęcamy Polaków do korzystania z usług Orange i lepiej zarządzamy ich doświadczeniem, idealnie korespondują z naszą strategią.”

**Adam Skręt**

Dyrektor Digital i Performance Marketing

# Wybrane rozwiązania

Orange wykorzystuje ekosystem Synerise oparty na sztucznej inteligencji. Wdrożone rekomendacje produktowe, w tym silnik rekomendacji AI dla aplikacji mobilnej Mój Orange, wspomagana AI wyszukiwarka oraz kampanie dynamic content, dostarczają oczekiwanych efektów. Dodatkowo uruchomiono szereg kampanii e-mail i push oraz kampanię omnichannel i porzucony koszyk offline.

## Główne wyzwania

- Budowanie spersonalizowanych modeli biznesowych, które wpływają na pozytywne relacje z klientami,
- Zachęcanie do zakupów z wykorzystaniem mechanizmów e-commerce, personalizacja oferty, automatyzacja procesów sprzedaży i marketingu,
- Zwiększenie sprzedaży w kanałach cyfrowych,
- Edukacja klientów w zakresie zaawansowanych technologicznie rozwiązań: światłowód, usługi konwergentne (pakiety łączone: internet, telewizja, telefon).

## Efekty

**22%**

Udziału mailingu w sprzedaży (dla wybranej kampanii)

**75%**

Więcej konwersji niż grupa kontrola z **dynamicznych treści (banery)**

**11m**

Zdarzeń miesięcznie w **systemach Synerise**

**36%**

Klientów objętych kampaniami



Podniesienie sprzedaży wybranych usług dodatkowych z **3% do 14%**

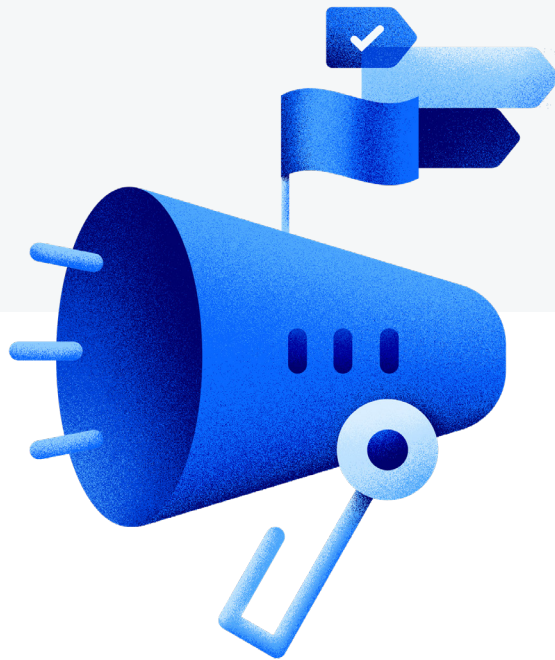


Świetne wyniki kampanii omnichannel: OR **72%**, CTR **41%**, konwersja **17%**

**100%**

Podniesiona konwersja dzięki kampaniom **InApp / Simple Push**

# Podjęcie decyzji o współpracy



Rozwój modeli biznesowych w kierunku usług cyfrowych wymaga od Orange szerokiego zakresu działań oraz współpracy z partnerami technologicznymi specjalizującymi się w zakresie personalizacji oraz marketing automation.

## O wyborze Synerise zdecydowało:

- szerokie portfolio usług,
- gotowość dostosowania rozwiązań do będącej w transformacji architektury digital w Orange Polska,
- efektywna partnerska współpraca w ramach proof-of-concept,
- szybkość i łatwość integracji,
- gotowość do realizowania często nieszablonowych kampanii związanych ze złożonym produktem, jakim jest sprzedaż światłowodu (produkt ograniczony geograficznie ze stale powiększającym się zasięgiem, wymagający lojalizacji oraz występujący również w opcji z telewizją).



“Mocno sondowaliśmy rynek oraz próbowaliśmy również we własnym zakresie zbudować mechanizmy kolekcji eventów i monitorowania aktywności Klientów na portalu Orange. Szukaliśmy Partnera, który będzie w stanie personalizować treści w całym ekosystemie digital, co dotyczy WWW, aplikacji Mój Orange oraz mailingów. Zdecydowaliśmy się na Proof of Concept z Synerise i osiągnięte wyniki były bardzo zadowalające, co doprowadziło do podpisania długoterminowej umowy.”

### **Piotr Zimak**

Kierownik Wydziału Personalizacji Komunikacji Online i AI

# Przebieg wdrożenia



Pełna integracja z aplikacją mobilną Orange oraz innymi systemami wykorzystywanymi w firmie zajęła około 3 miesięcy. Bliska współpraca w zakresie integracji narzędzi oraz ich obustronnego dostosowywania (customizacja) przyspieszyła uruchomienie pierwszych kampanii.

Praca w tygodniowych sprintach i podczas dodatkowych telekonferencji zaowocowała rzetelnym poznaniem architektury i potrzeb Orange oraz identyfikacją nowych szans biznesowych.

Oprócz sukcesów w realizacji komercyjnych kampanii na rzecz Orange, Synerise został także strategicznym partnerem firmy w zakresie nowych technologii cyfrowych. Pomiędzy członkami zespołów organizowane są spotkania polegające na wymianie wiedzy oraz warsztaty mające inspirować tworzenie nowych rozwiązań.

**Pełna  
integracja  
zajęła  
3 miesiące**



Współpraca z Orange jest bardzo dynamiczna, a pomysły na kolejne realizacje są na bieżąco dyskutowane i wdrażane. Partnerskie podejście skutkuje testowaniem zupełnie nowych technologii Synerise. Zespół po stronie klienta proaktywnie podchodzi do współpracy i nie boi się eksperymentować z nowościami, aby jeszcze mocniej zaznaczyć swoją chęć wykorzystania najnowocześniejszych metod personalizacji i poprawy doświadczeń klientów.

**Kamil Gaczol**

Integration Architect, Synerise

# Wybrane rezultaty



## Imponujący wzrost udziału kanałów cyfrowych

Współpraca z Synerise pozwoliła Orange zrealizować szereg nowych scenariuszy biznesowych, które istotnie wpływają na zwiększenie sprzedaży w kanałach cyfrowych.

**Zwiększenie sprzedaży w kanałach cyfrowych wzrosło o 2,1% w ujęciu rocznym.**

Wdrożone przez Synerise rozwiązania umożliwiły automatyzację i personalizację treści dla klientów Orange.



## AI dla retencji i lojalizacji klientów

W Orange wdrożono pakiet rozwiązań bazujących na algorytmach sztucznej inteligencji Synerise, w tym wyszukiwarkę na stronie WWW (AI search) oraz rekomendacje produktowe AI. Kampanie były nacelowane na utrzymanie klientów i dosprzedaż usług w oparciu o wcześniej zebrane dane o aktywności i posiadanych pakietach. Tutaj także odnotowano wzrost konwersji o kilka punktów procentowych w porównaniu z kampaniami bez wykorzystania AI.

W ramach dotychczasowej współpracy zrealizowano także kampanie kuponowe do dedykowanych segmentów, bazujące na AI, scoringu zakupowym i porzuconych koszykach.

Użytkowników identyfikowano m.in. po dostawcy usług (Internet Service Provider, ISP). Dzięki Synerise **konwersje wzrosły o 75%** w porównaniu z grupą kontrolną przy bardzo dużym wolumenie wyświetleń.

Pozytywne efekty wdrożenia uzupełnia także łatwość realizacji testów, weryfikacji kampanii i wyboru docelowych procesów, które mogą być tworzone po stronie Orange. Znacznie pomogło to w transformacji procesów cyfrowych operatora.



## Elastyczność rozbudowy i optymalizacja kosztów

Kolejnym efektem wdrożenia rozwiązań Synerise w Orange jest **dużo większa elastyczność i szybkość** wprowadzania nowych funkcji, a co za tym idzie, znaczne **obniżenie kosztów programistycznych** po stronie operatora. Dzięki zaledwie jednemu scenariuszowi omnichannel, w którym porzucony koszyk z salonu stacjonarnego wysyłano do klienta mailem celem dokończenia sprzedaży, Orange nie musiał ponosić kosztów rozbudowy systemów IT.



Kampania ta, realizowana obecnie kilkudziesięciu salonach w Warszawie, notuje bardzo wysokie wyniki otwarć, kliknięć i konwersji, odpowiednio 72%, 41% i 17%.

Synerise zarządza jej egzekucją, ale także jest zintegrowany z platformami finansowymi dla sprzedawców, możliwe jest więc rozliczanie prowizji. Sukces kampanii sprawił, że jej zasięg wkrótce ma objąć wszystkie salony sprzedaży w Polsce.

### Piotr Zimak

Kierownik Wydziału Personalizacji Komunikacji Online i AI



## Nowe funkcje, nowe szanse sprzedaży

Z pomocą Synerise zbudowano w Orange m.in. nowy proces sprzedaży usług dodatkowych przez stronę WWW, począwszy od badania ścieżek zakupowych, przez identyfikację użytkowników, po kampanie kierowane do konkretnych segmentów. Proces jest obsługiwany przez Synerise w modelu end-to-end.

**W efekcie osiągnięto imponujący, pięciokrotny wzrost sprzedaży w kanale online.** Warty odnotowania jest także 22% udział kampanii e-mail w ogólnej liczbie konwersji online.

# Podsumowanie



Cyfrowe kanały dotarcia do klienta są obecnie najbardziej eksploatowane pod kątem szans sprzedażowych, jakie może przynieść wdrażanie nowych technologii. Dotychczasowy model oparty na sprzedaży stacjonarnej zmienia się, a kanały cyfrowe zwiększają swój udział, wypierając np. call center.

Zrozumienie potrzeb klienta i dopasowanie się do jego potrzeb jest dużo łatwiejsze, gdy dysponuje się narzędziem analitycznym, takim jak Synerise,

które nie tylko zbiera i przetwarza, ale także rekomenduje działania i prognozuje wyniki.

**Dzięki wdrożeniu platformy Synerise, Orange oferuje swoim klientom nie tylko pozytywne doświadczenie zakupowe, ale także w elastyczny sposób odpowiada na wyzwania rynku i realizuje cele zawarte w swojej strategii.**