



## Immer einen Schritt voraus, darauf kommt es an

UPC ist eine führende Anbieterin von Kommunikation und Unterhaltung in der Schweiz. Rund 1,5 Millionen Kunden vertrauen ihren vielfältigen Produkten für Fernsehen, Internet, Telefonie und Mobilfunk. Kundenzufriedenheit steht für UPC an erster Stelle und das Unternehmen legt grössten Wert darauf zu wissen, wie es seinen Kunden geht. Die lückenlose End-to-End Überwachung der Services inklusive den dazugehörigen IT-Komponenten ist darum ein Muss. Damit das reibungslos funktioniert, kommen die Produkte und Services von SKOOR zum Einsatz.

### Ziele

Für die Kunden im Bereich Service das Maximum erreichen

Anhand von Messungen das Wohlbefinden der Kunden herausfinden

Zu Stosszeiten soll der Service vollumfänglich gewährleistet sein

### Umfang

Überwachung des kompletten Internet-Service, End-to-End

Automatische Anzeige von "mobile probes" auf einem Dashboard

Simulation von Kundenendgeräten mit der SKOOR Technologie

### Nutzen

Erreichbarkeit und Geschwindigkeit einer Website kann eingesehen werden

Visualisierung wichtiger Daten in einem SKOOR Dashboard

Net Promoter Score misst, die Kundenbereitschaft in Hinblick auf Weiterempfehlung

Im Herbst 2019 startete UPC mit dem Giga Internet für alle. Damit eine so hohe Bandbreite stetig zur Verfügung gestellt werden kann, wurde massiv in die Technologie investiert. Das Internet Service Monitoring und das Übertragungsprotokoll Docsis 3.0 wurden erweitert. Damit die Signalqualität bei der höheren Bandbreite weiterhin hochwertig bleibt, hat SKOOR neue Protokolle genutzt um die Messung zu erweitern.

## **Damit die Kunden nur die positive Verbesserung wahrnehmen**

Allgemein ist bekannt, dass mit der Einführung von neuen Technologien, auch neue und unbekannte Komplikationen auftreten können. Für UPC war es enorm wichtig, dass die Kunden von solchen "Schwierigkeiten" bewahrt werden. Aus diesem Grund hat Senior Manager Davide Lo Gioco ein Vorgehen gewählt, welches ihm und seinem Team ermöglicht, sich in die Situation der Kunden zu versetzen. Mit der Technologie von SKOOR, kann das Team von Davide Lo Gioco heute die Endgeräte seiner Kunden simulieren und exakt nachvollziehen, wie die Kunden sich fühlen. Neben vielen Möglichkeiten kann beispielsweise eingesehen werden, wie schnell die Kunden eine Webseite erreichen und ob diese letztendlich geladen wird.

Damit die erweiterten Messungen möglich sind, hat das Team von Davide Lo Gioco die bereits bestehenden 12 Messstandorte aufgerüstet. So erhalten sie einen repräsentativen Einblick in die Qualität des gesamten Netzes. Mit Hilfe von mobilen Messstationen, welche direkt beim Kunden oder am Netz angeschlossen sind, ist es möglich, den kompletten Internet-Service End-to-End zu überwachen und die Fehlerquellen zu ermitteln. Alle wichtigen Daten über den Zustand des Internet-Services werden aggregiert und in einem SKOOR Dashboard bildlich dargestellt.



## Was muss ein Service bieten, um gut zu sein?

Das Team von Lo Gioco misst nicht nur die "gefühlte Erreichbarkeit" von wichtigen Webseiten wie Facebook, Twitter und Co., sondern überwacht auch Seiten aus verschiedenen Interessengebieten und geografischen Regionen rund um die Uhr. Damit wird sichergestellt, dass sich jeder Kunde bei UPC wohl fühlt.

Um ein möglichst exaktes Bild von der Internet-Service-Qualität zu bekommen, bezieht das Team von Davide Lo Gioco, die UPC-Mitarbeitende sowie die Kunden in die Messungen mit ein. Die "mobile probes" sind so konzipiert, dass sie einfach und ohne technisches Wissen angeschlossen und automatisch auf dem Dashboard angezeigt werden können. Die "mobile probes" werden gezielt bei Mitarbeitenden installiert, da sie oft kritischer und rascher reagieren als die Endkunden. Der UPC-Aussendienst hat die Möglichkeit, "mobile probes" auch direkt bei Kunden einzusetzen, um ihnen aufzuzeigen, wie wichtig UPC die Kundenzufriedenheit ist. Aufgrund der Daten, die einmal pro Minute übermittelt werden, kann das Network Operations Center sofort einsehen, wo und in welcher Qualität der Service verfügbar ist. Die Dashboards sind so ausgestattet, dass auch der Aussendienst auf diese zugreifen und die Messungen selber auswerten kann. Die Messdaten werden über längere Zeit gespeichert und können mit künftigen Messungen verglichen werden.

## Der Weg ist das Ziel

Für Davide Lo Gioco und sein Team steht die Zufriedenheit Ihrer Kunden an erster Stelle. Um dieser auch gerecht zu werden, setzt UPC auf den Net Promoter Score. Eine Methode die misst, ob die Kunden bereit sind, das Unternehmen weiterzuempfehlen. Auf einer Skala von eins (unwahrscheinlich) bis zehn (sehr wahrscheinlich) beantworten die Kunden folgende Frage: "Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die UPC Internet Services einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?"

Die Intention der UPC besteht darin das Maximum für ihre Kunden zu erreichen. Für die Steigerung der Kundenzufriedenheit, sind viele Schritte auf technischer Ebene nötig. Hierfür setzt UPC auf eine Strategie der präventiven Maintenance, was bedeutet, dass bereits bei ersten Anzeichen eines möglichen Problems interveniert und der Service wieder auf den gewünschten Stand gebracht werden kann, bevor der Kunde davon Kenntnis nimmt. Für Lo Gioco ist es selbstverständlich, dass der Kunde auch zu Stosszeiten, ohne wahrnehmbare Einschränkung in Qualität oder Geschwindigkeit, den Service vollumfänglich nutzen kann. Darum setzt UPC auf den ständigen Ausbau und die

Damit künftig weiterhin alle Prozesse reibungslos funktionieren, setzt UPC beim Ausbau auf die Services von SKOOR. Nach dem erfolgreichen Einsatz der End-to-End Monitoring Lösung für verschiedene Leistungen, wird im nächsten Schritt ein systematisches und automatisiertes Reporting hinzukommen. Dieses wird dem Team von Davide Lo Gioco ermöglichen, das Ziel der gewünschten Kundenzufriedenheit zu erreichen und den Aufbau vereinfachen.

"Die Einführung der neuen Services hat super geklappt. Dank der mobilen Probes konnten auftretende Probleme umgehend gelöst werden."

**Davide Lo Gioco**  
Projektleiter, UPC Schweiz GmbH