

Business Process Architecture

Van fabrik(r)ant naar multimediale dienstverlener



Business
Process
Redesign



Agenda

- Doelstelling van deze presentatie
- Wat willen de uitgevers
- Waar zijn uitgevers goed in
- Wat verandert er in de omgeving
- Vernieuwen via procesbenadering
- Strategisch advies
- Hoe verder
- Extra: Voorbeeld detailuitwerking

Doelstelling

“Om een leidinggevende positie als uitgeverij te hebben in de multimediale wereld is business process redesign een onomkeerbare noodzaak”

“Verandering in werkwijze is noodzakelijk om klantbinding te garanderen”

Concurrentiepositie

De concurrentiepositie komt in gevaar door:

- Toetreding nieuwe spelers
- Nieuwe en vervangende producten
- Toename kracht van de afnemer
- Toename kracht van de leverancier

Agenda II

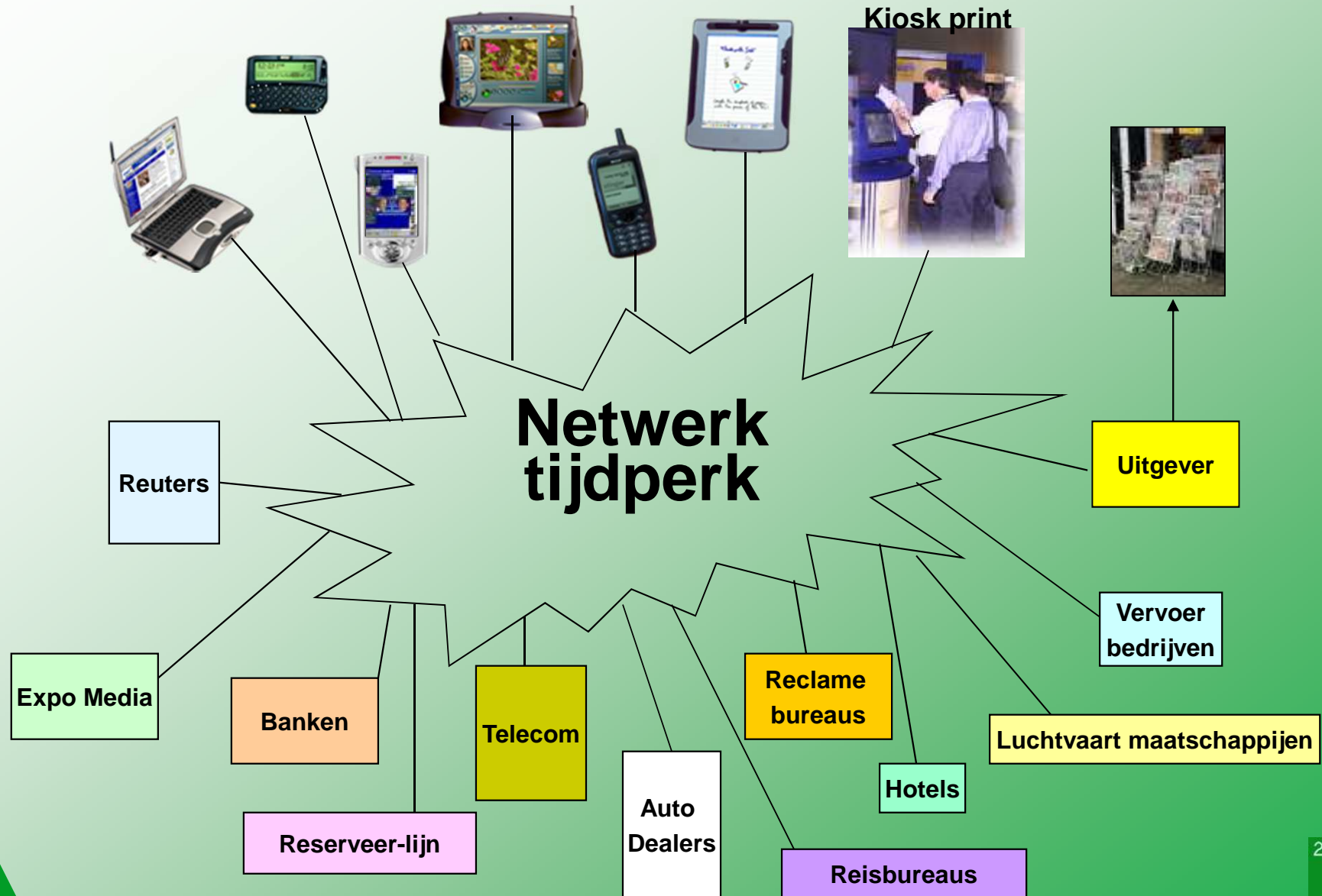
- Doelstelling
- Wat willen de uitgevers
- Waar zijn uitgevers goed in
- Wat verandert er in de omgeving
- Vernieuwen via procesbenadering
- Strategisch advies
- Hoe verder
- Extra: Voorbeeld detailuitwerking

Strategie

“Wij willen een multimediale uitgeverij worden waar klanten onze informatie kunnen afnemen in de vorm, op de plaats en de tijd die zij willen”

“Wij zullen in staat moeten zijn om klantgroepen naar interessegebieden te segmenteren en te bereiken met een breed scala aan aanbodvormen”

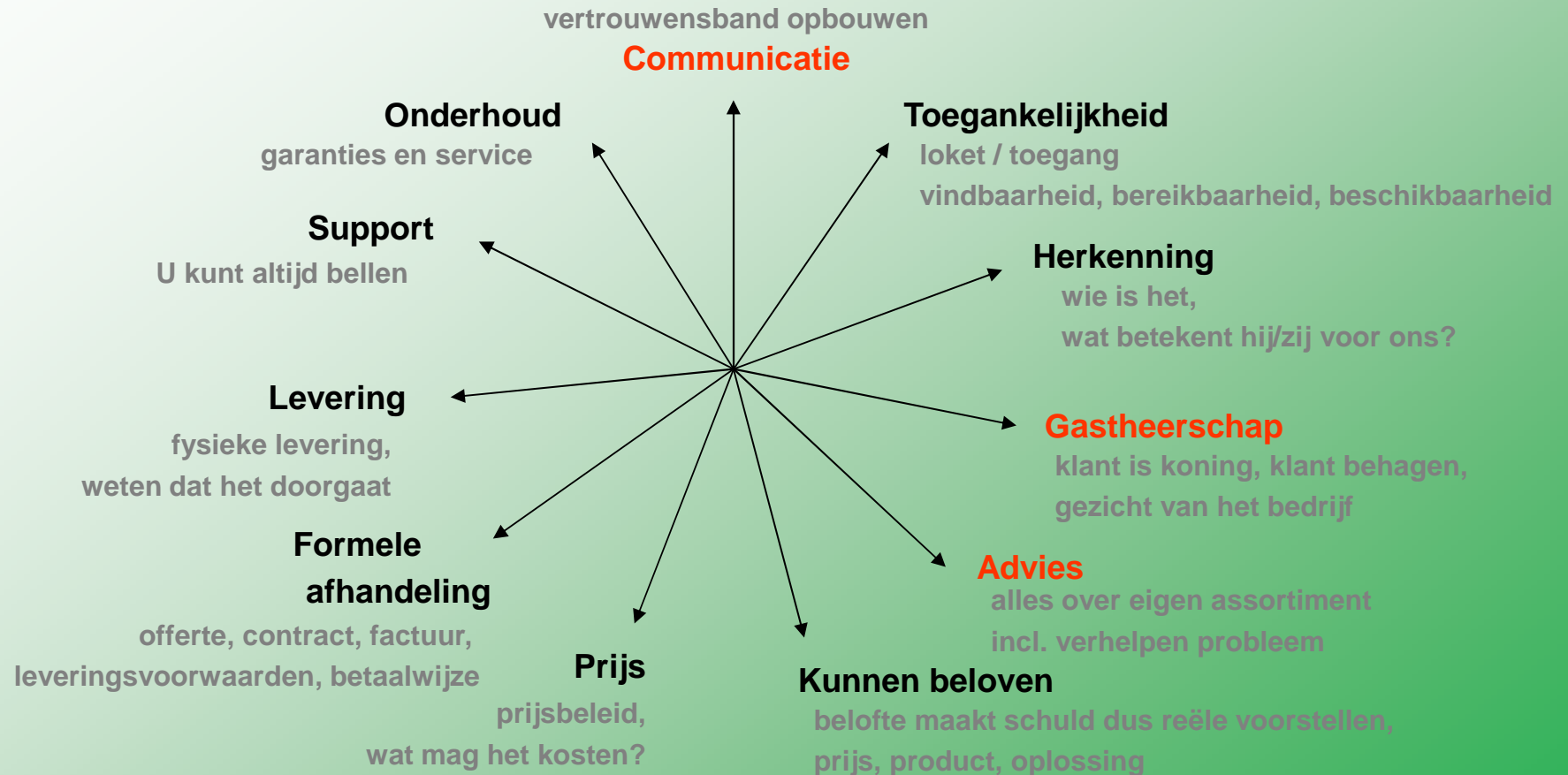
Concernvisie in beeld



Mee met de omgeving

Traditioneel	Aandachtsgebied	Trend
Een persoonlijkheid	→ Consument →	Meerdere persoonlijkheden & stijlen
Breedverspreiden, één richting	→ Marketing →	Gericht verspreiden, interactief
Gelimiteerd	→ Differentiatie →	Gekoppeld aan 1 op 1 marketing
Zoektocht naar afnemer	→ Marktonderzoek →	Zoektocht naar leverancier
Controle bij fabrikant	→ Prijsmechanisme →	Transparant, volgzaam procedures
Via verkoopkanaal, restrictie	→ Informatie →	Informatienet, bijna compleet
Door fabrikant	→ Productontwerp →	Interactief met consument
Budget van consument	→ Concurrentie →	Tijd van consument
Gemaakt door fabrikant / TM	→ Merknaam →	Gemaakt door klant / gemeenschap
Controle bij detailhandel, verkoop	→ Verkoopproces →	Controle bij consument, koop
Via mens	→ Distributie →	Via computer
Goederen, informatie, waarde geïntegreerd	→ Fysieke stroom →	Ontbinden van atomen en bits
Liniair	→ Kanaalsysteem →	Netwerk
Push, volgens planning	→ Leveringsproces →	Pull, klantgedreven
Product of service	→ Waardeoordeel →	Product + service + ervaring

Meer klantgericht



Een greep uit business scenario's

De heer C. Winke heeft een prepaid account bij de uitgever waarmee hij betaalt voor specifieke news items. Als het tegoed op is kan hij het on-line weer aanvullen.

Erik met mobiel 06-52148323 krijgt de sneeuwhoogtes door van Kaprun. (*sneeuwlijn*) Ook krijgt Erik wintersportaanbiedingen van Perry Sport door op zijn mobiel (*en krijgt korting op de sneeuwlijn door advertentieaanne*)

C1000 heeft een afnamecontract voor levering van de krant aan alle winkels (*en krijgt hierdoor korting op de GA-advertenties*).

Godelieve Harlaken stelt haar profiel in op 'Nieuws en Gezondheid'. In de email editie van haar krant staan advertenties van Glaxo-Wellcome, VSM en Body shop

Er wordt maandelijks een bedrag van de lopende rekening van A. Broekhoven afgeboekt bestaande uit zijn abonnement (o.b.v. een informatieprofiel) vermeerderd met afgenomen extra diensten zoals geplaatste advertenties, opgevraagde vergelijkende tests, etc. (incasso variant)

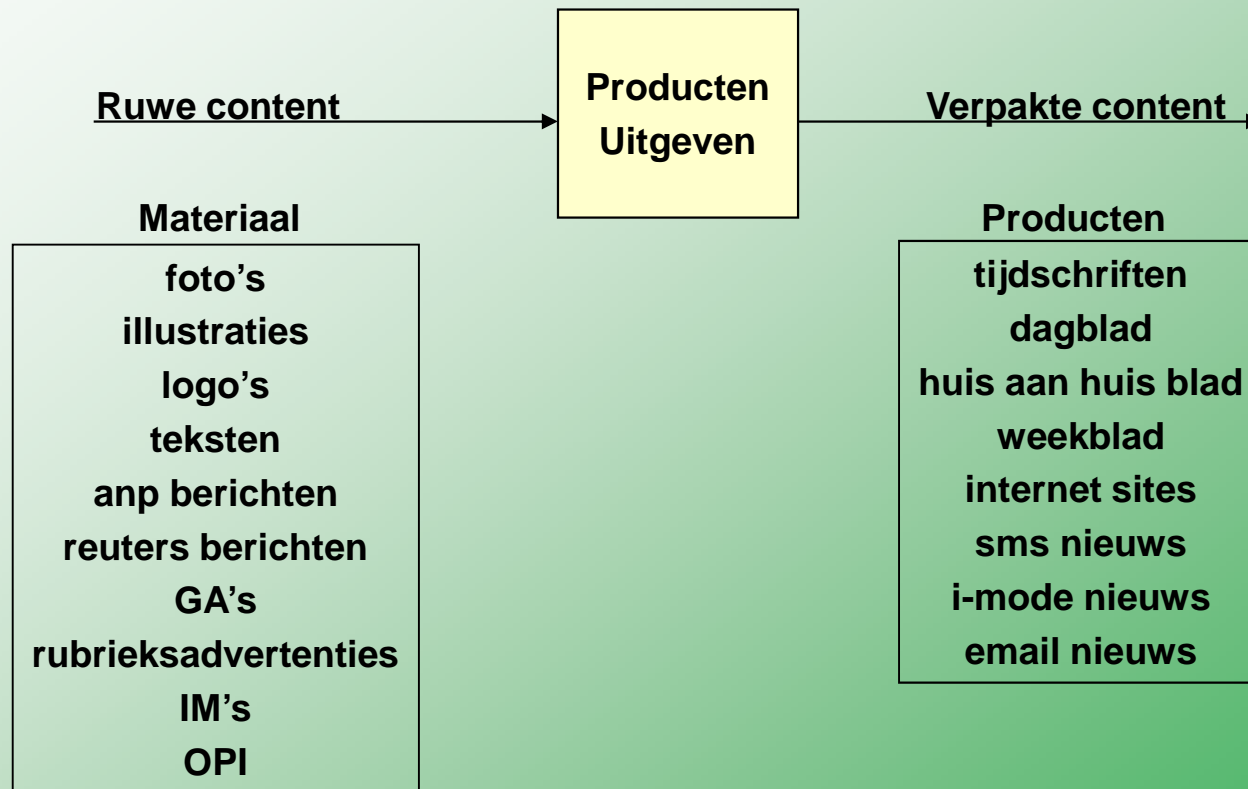
Idem, maar voor advertentieleveranciers o.b.v. click-through aantallen.

Er staat een aantrekkelijke advertentie van een Dell computer in de Email-krant. Bert klikt erop en besluit een bepaalde configuratie te bestellen. Een dag later wordt de computer thuis bezorgd.

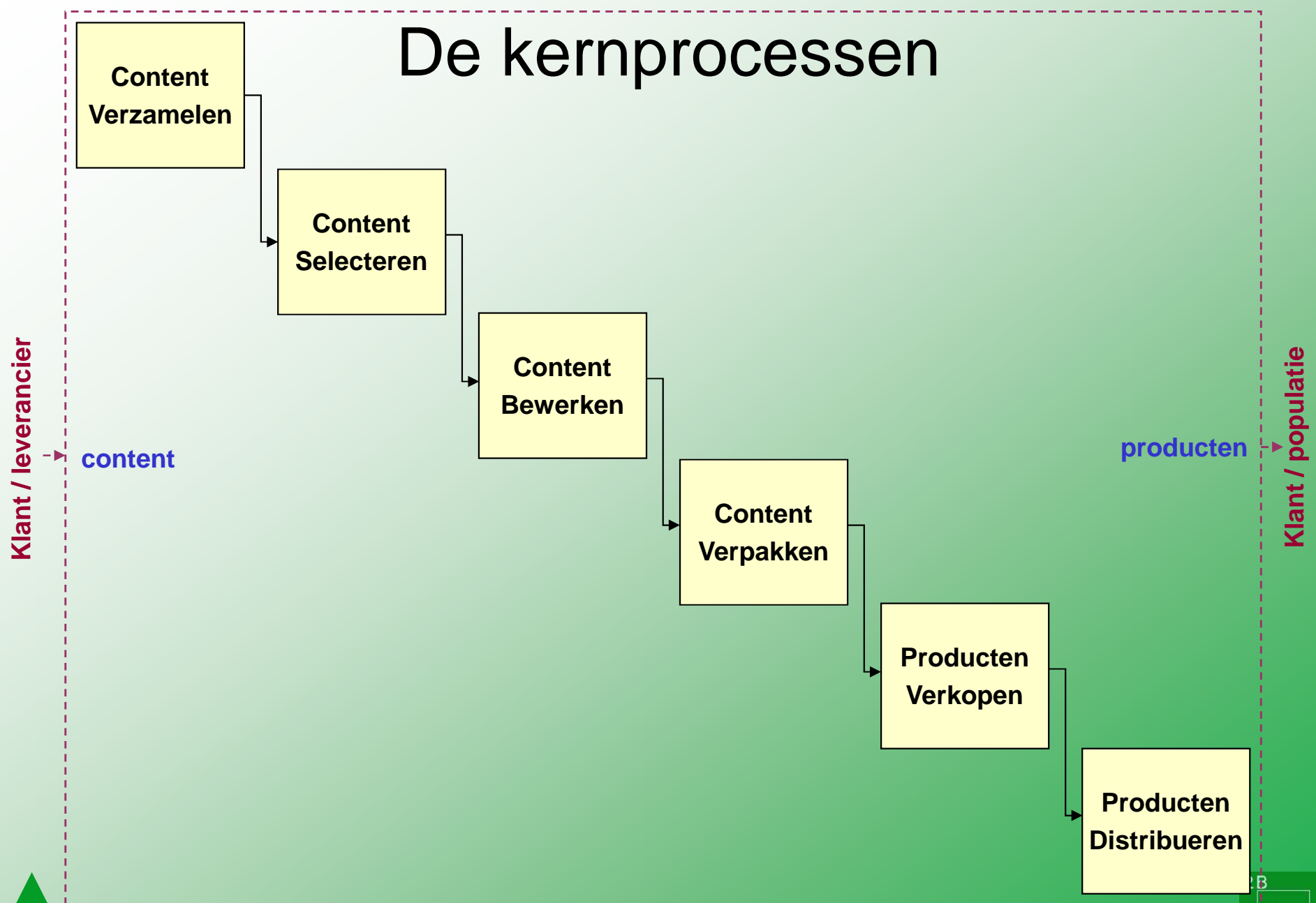
Agenda III

- Stelling
- Wat willen de uitgevers
- Waar zijn de uitgevers goed in
- Wat verandert er in de omgeving
- Vernieuwen via procesbenadering
- Strategisch advies
- Hoe verder
- Extra: Voorbeeld detailuitwerking

De kern van de uitgever



De kernprocessen

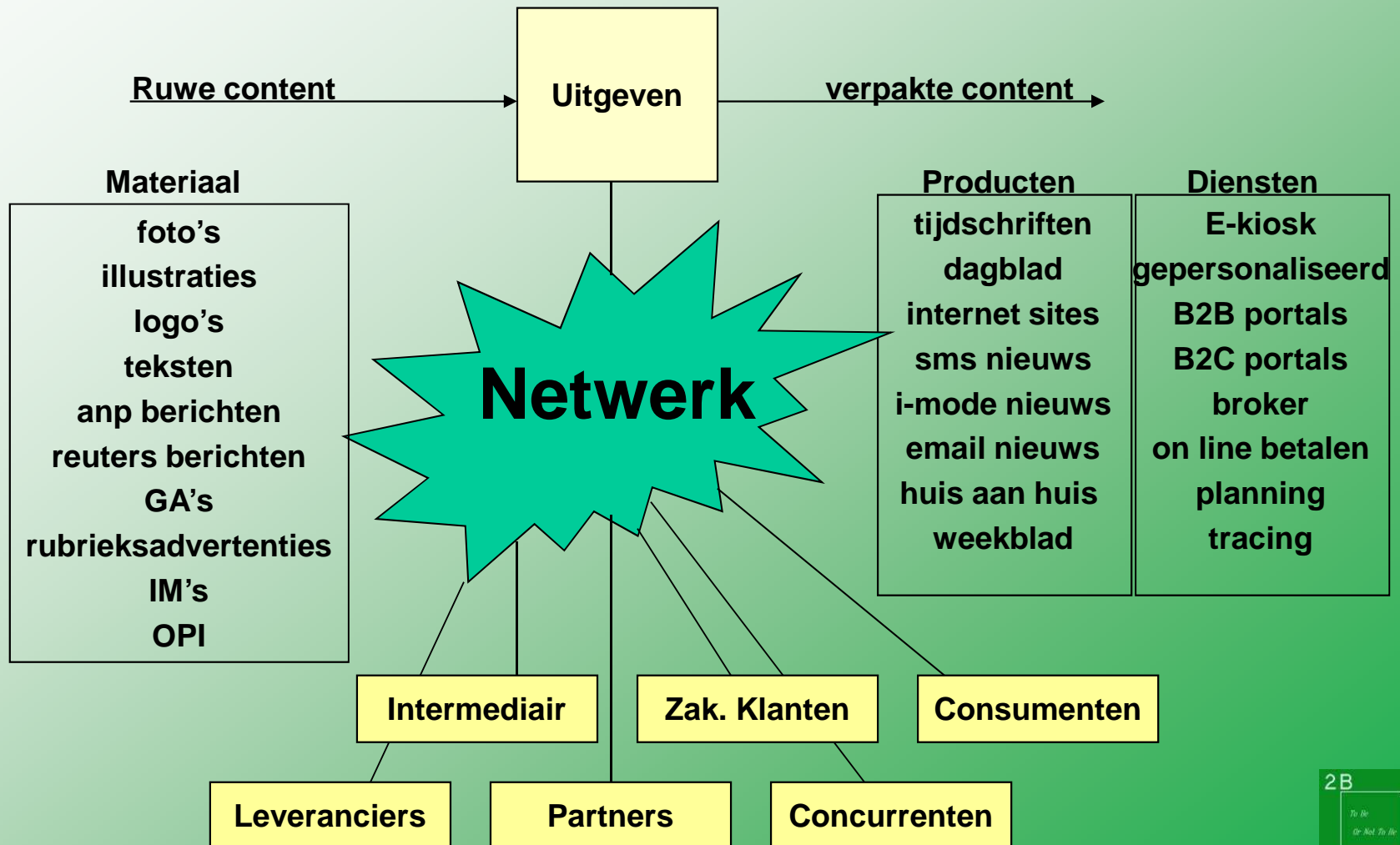


Agenda IV

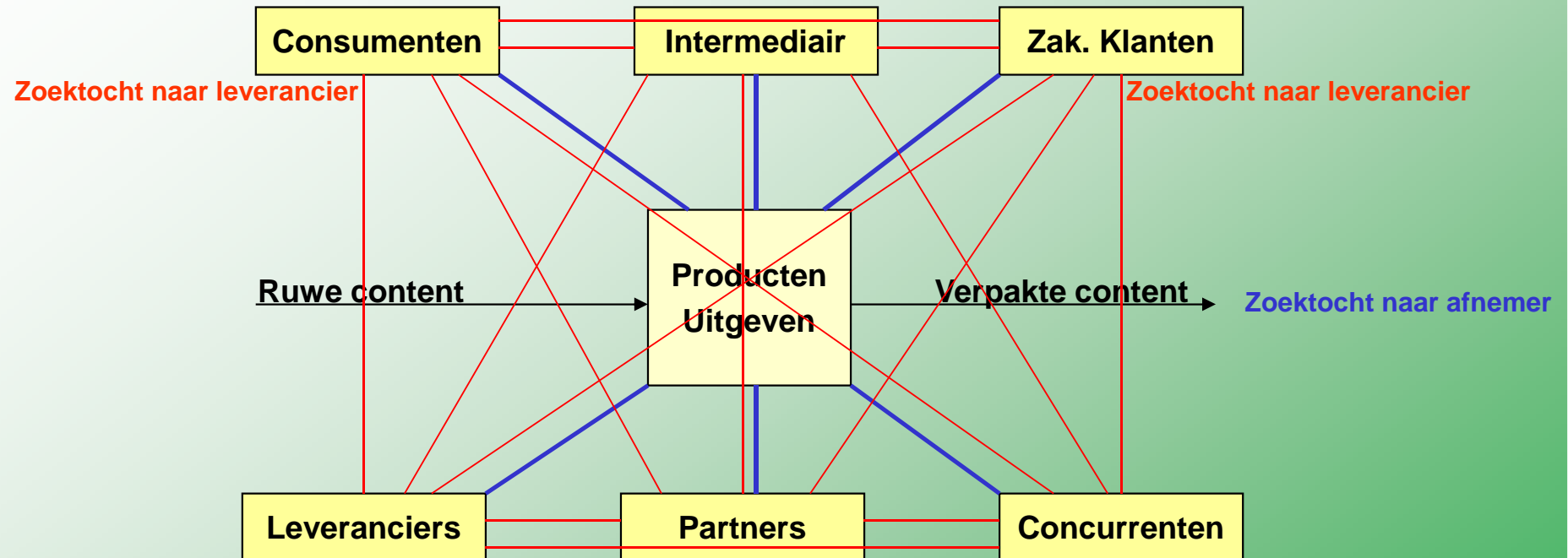
- Stelling
- Wat willen de uitgevers?
- Waar zijn de uitgevers goed in?
- Wat verandert er in de omgeving?
- Vernieuwen via procesbenadering
- Strategisch advies
- Hoe verder?
- Extra: Voorbeeld detailuitwerking

Wat verandert er aan de kern

Statisch wordt dynamisch



De omgeving verandert drastisch



Informatie gaat via verkoopkanaal, restrictie

Informatie = **Informatienet**, bijna compleet

Productontwerp = **Interactief met consument**

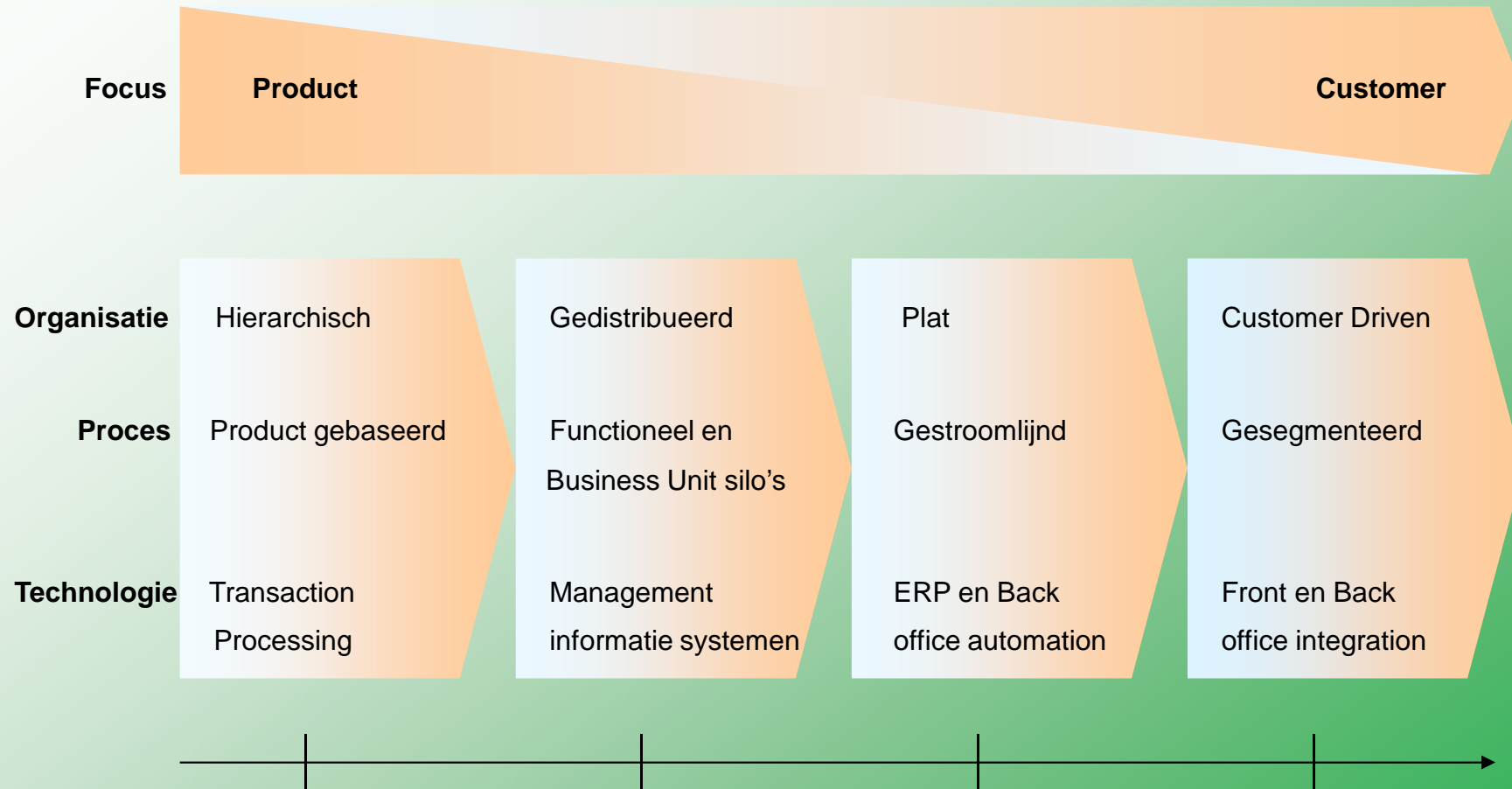
Distributie = **Via computer**

Kanaalsysteem = **Netwerk**

Concurrentie = **Tijd van consument**

Verkoopproces = **Controle bij consument, koop**

De organisatie verandert

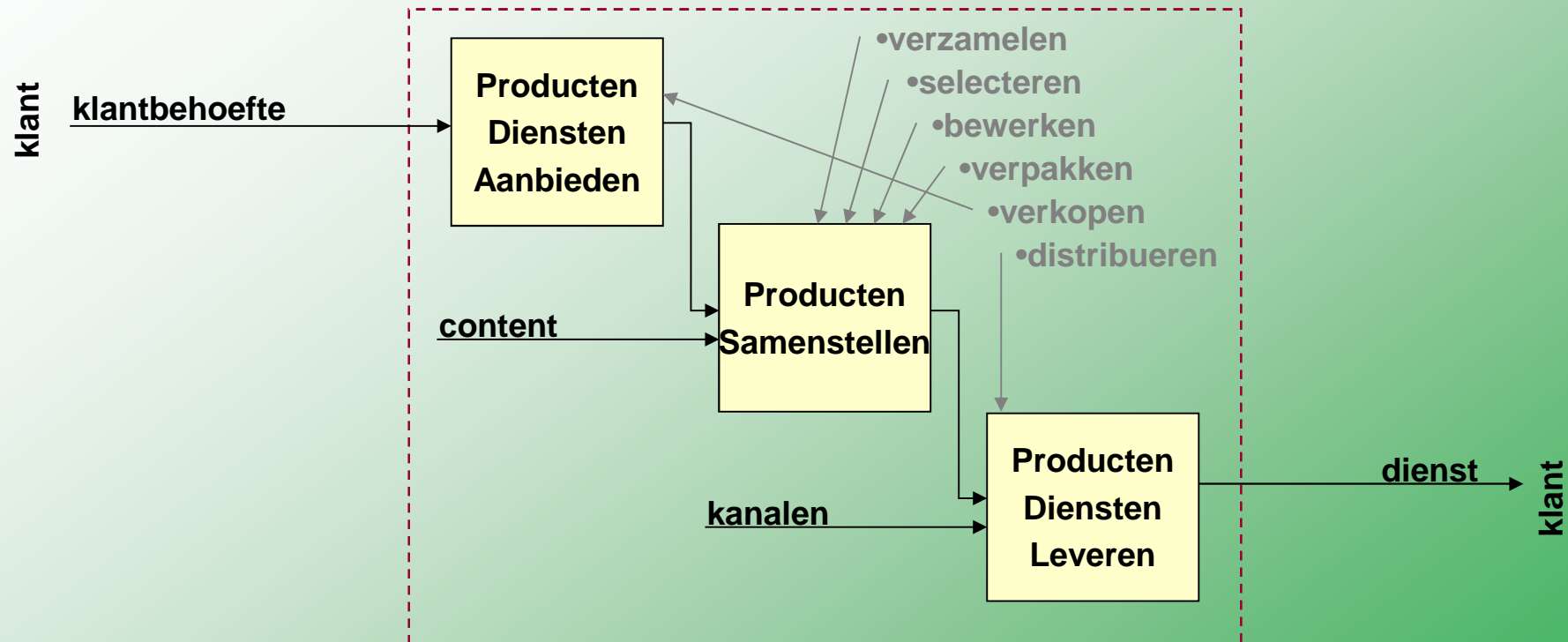


Agenda V

- Doelstelling
- Wat willen de uitgevers
- Waar zijn de uitgevers goed in
- Wat verandert er in de omgeving
- Vernieuwen via procesbenadering
- Strategisch advies
- Hoe verder
- Extra: Voorbeeld detailuitwerking

Basis voor vernieuwing

Kernactiviteiten blijven intact

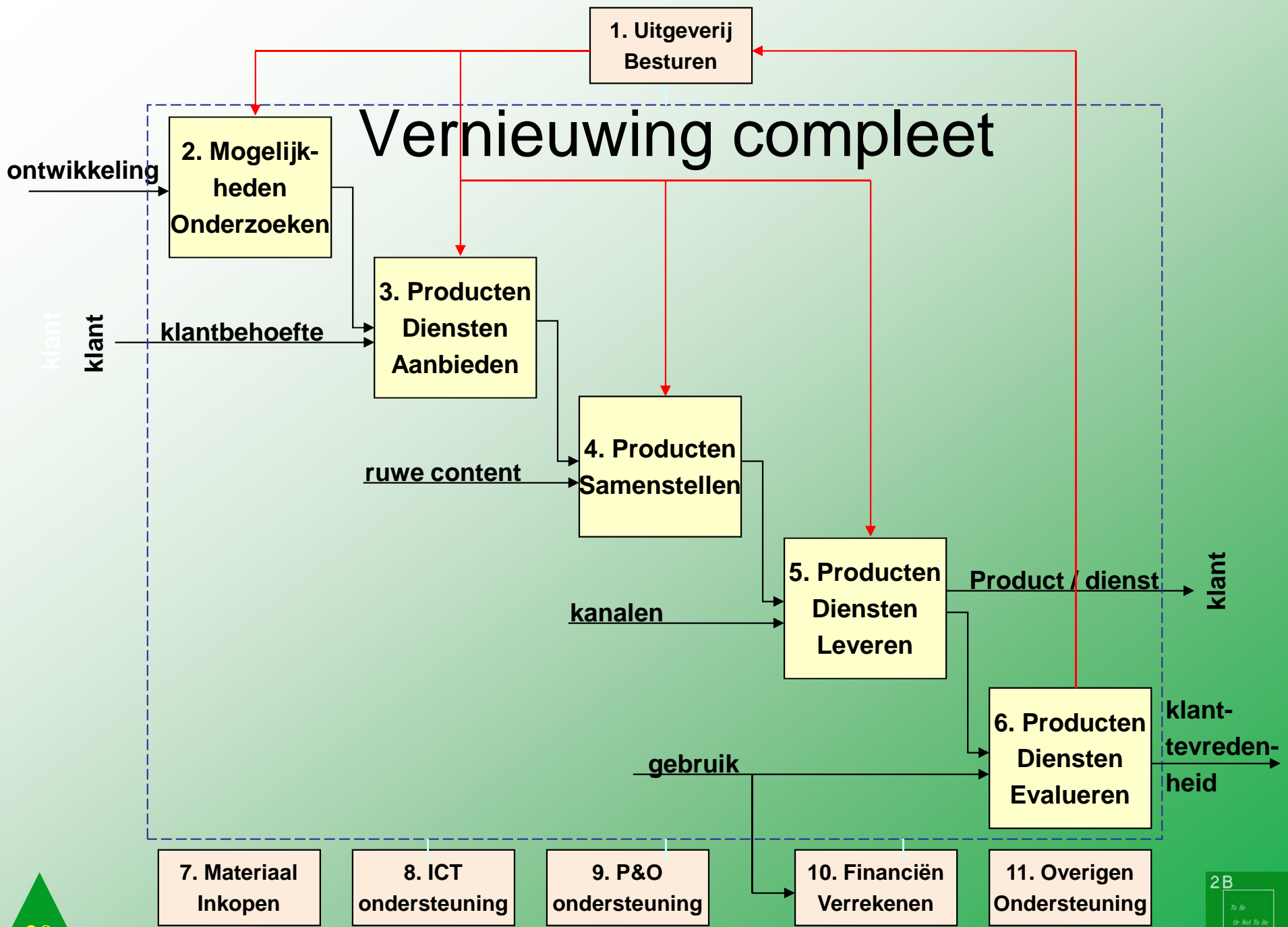


Verkoopproces = **Controle bij consument, koop**

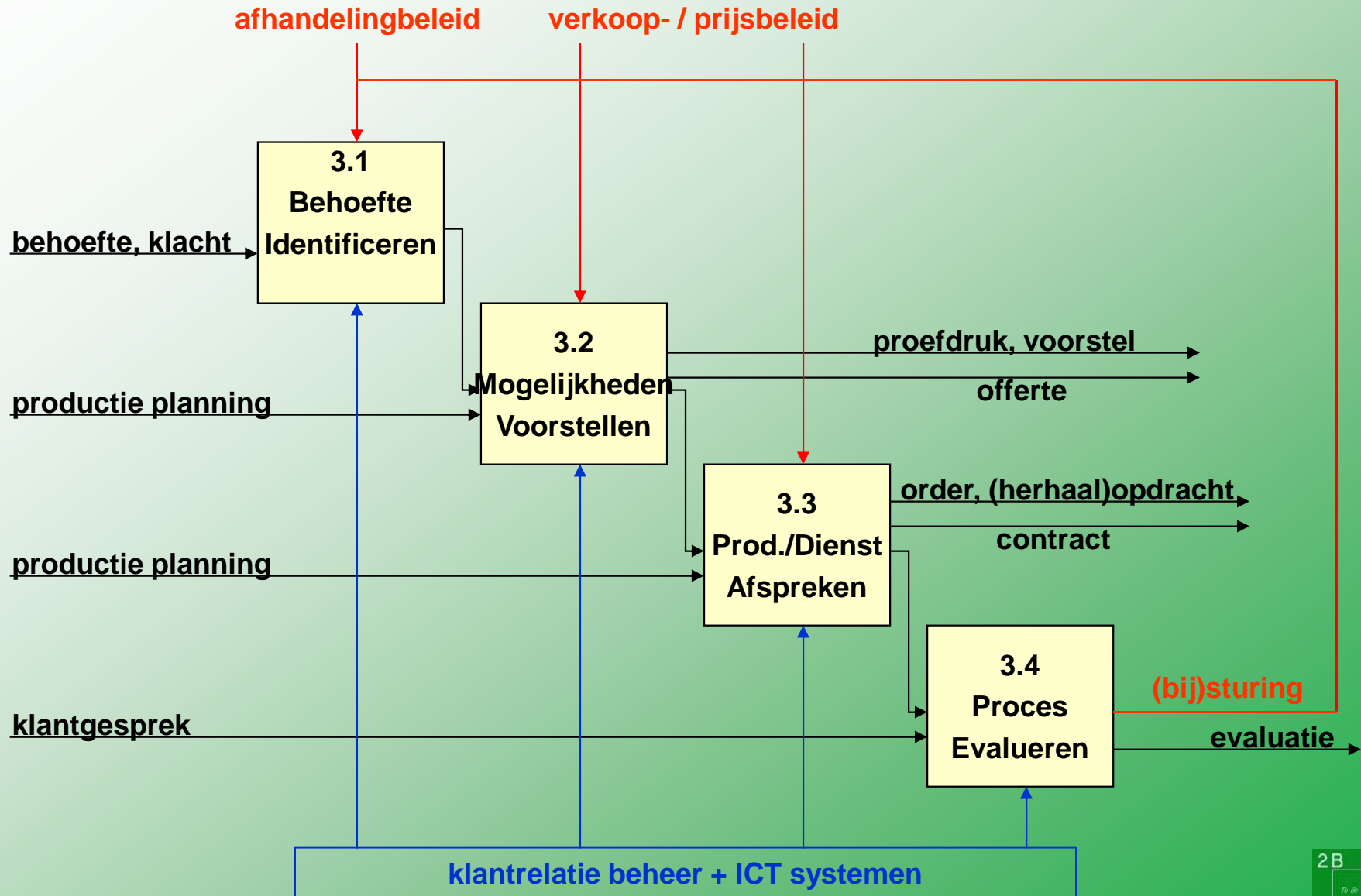
Productontwerp = **Interactief met consument**

Distributie = **Via computer**

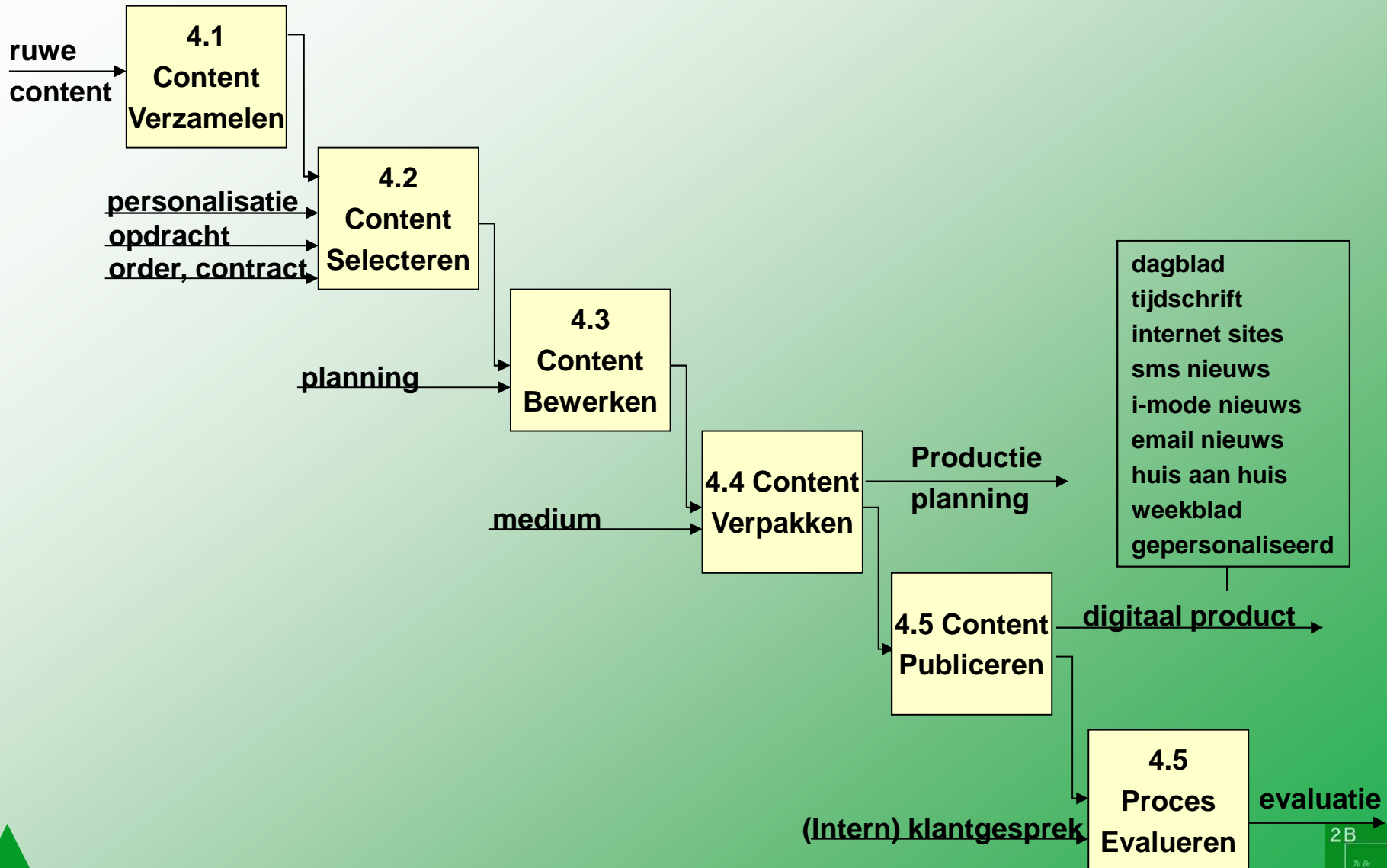
Kanaalsysteem = **Netwerk**



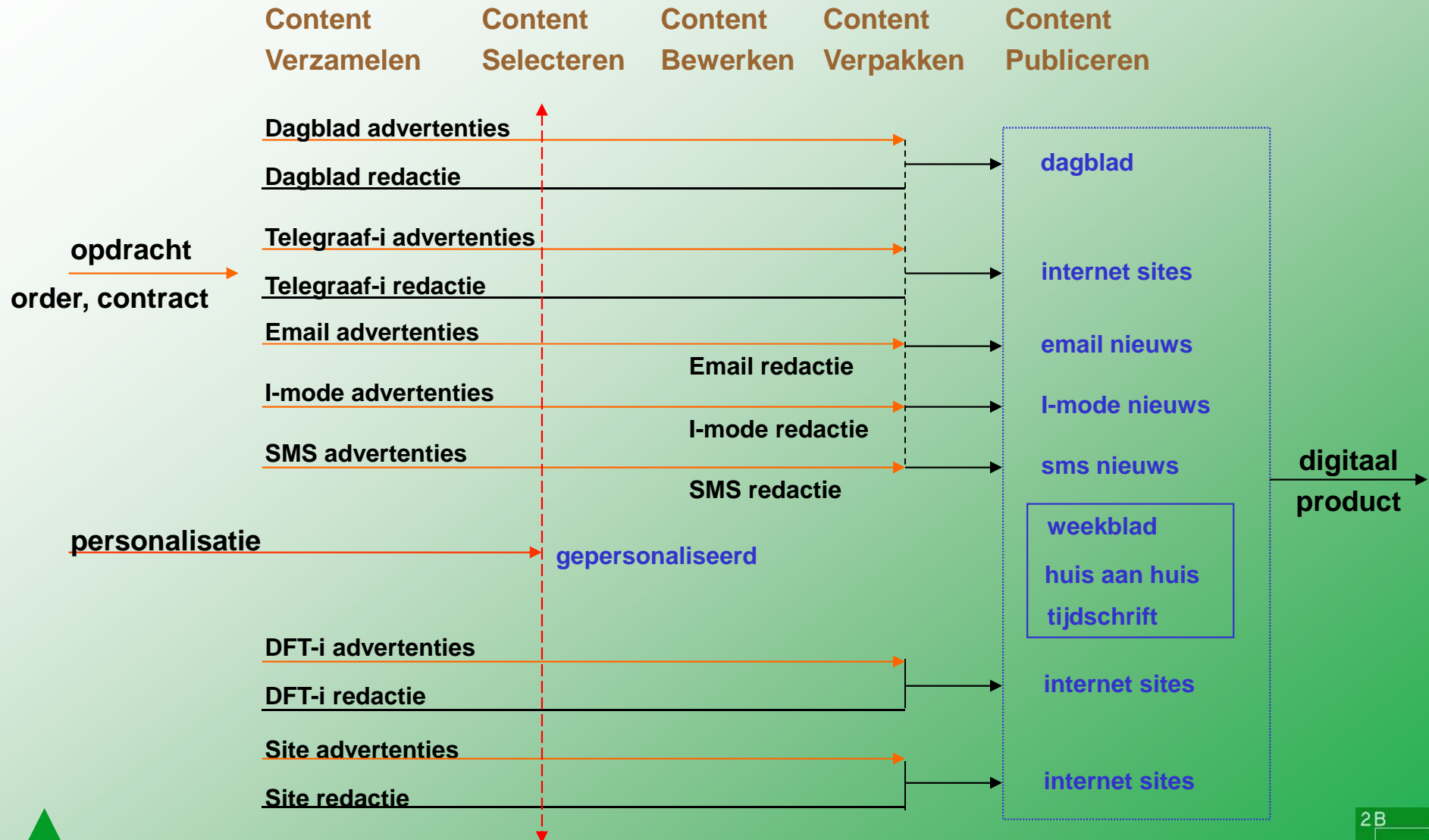
3. Product / dienst aanbieden



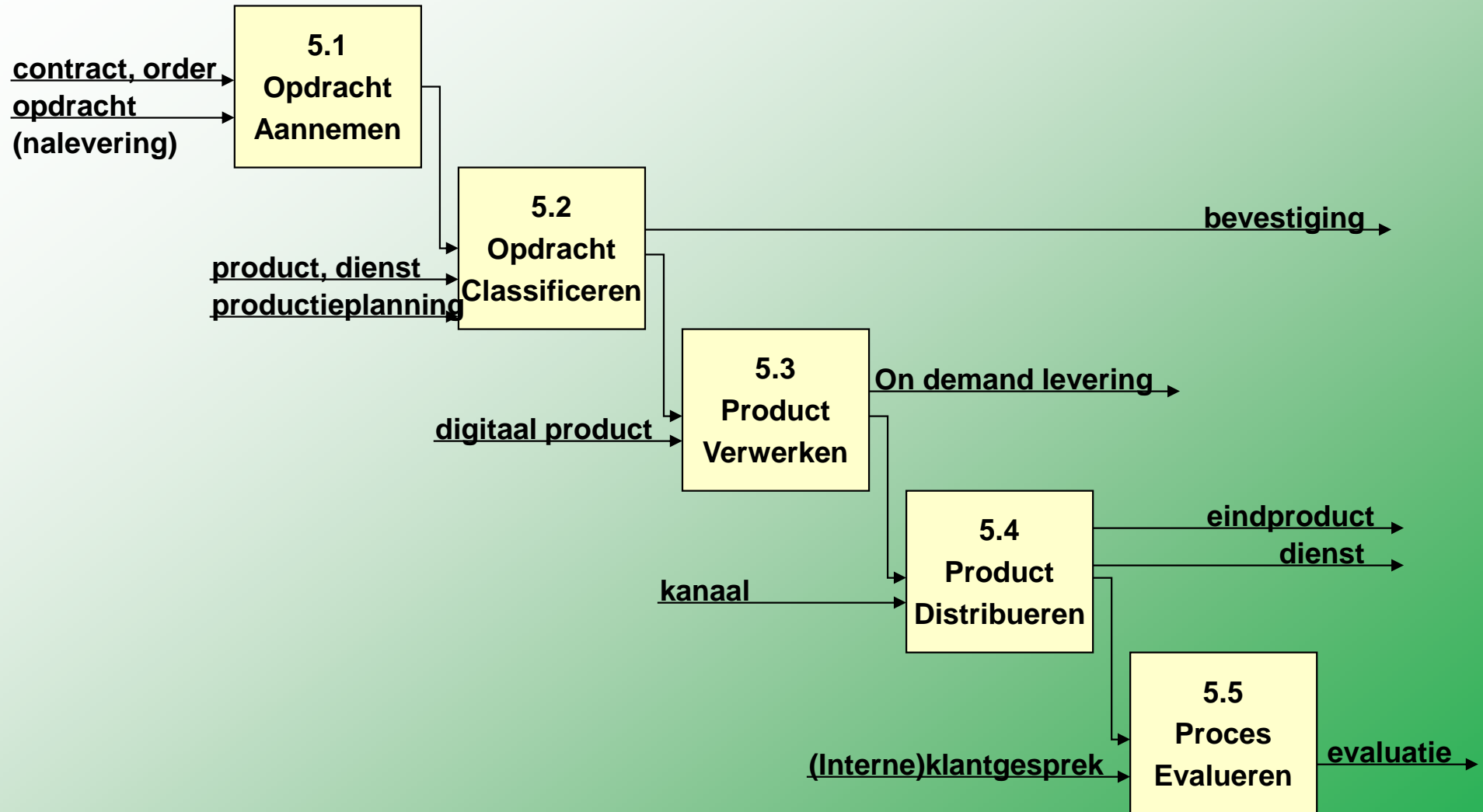
4. Product samenstellen



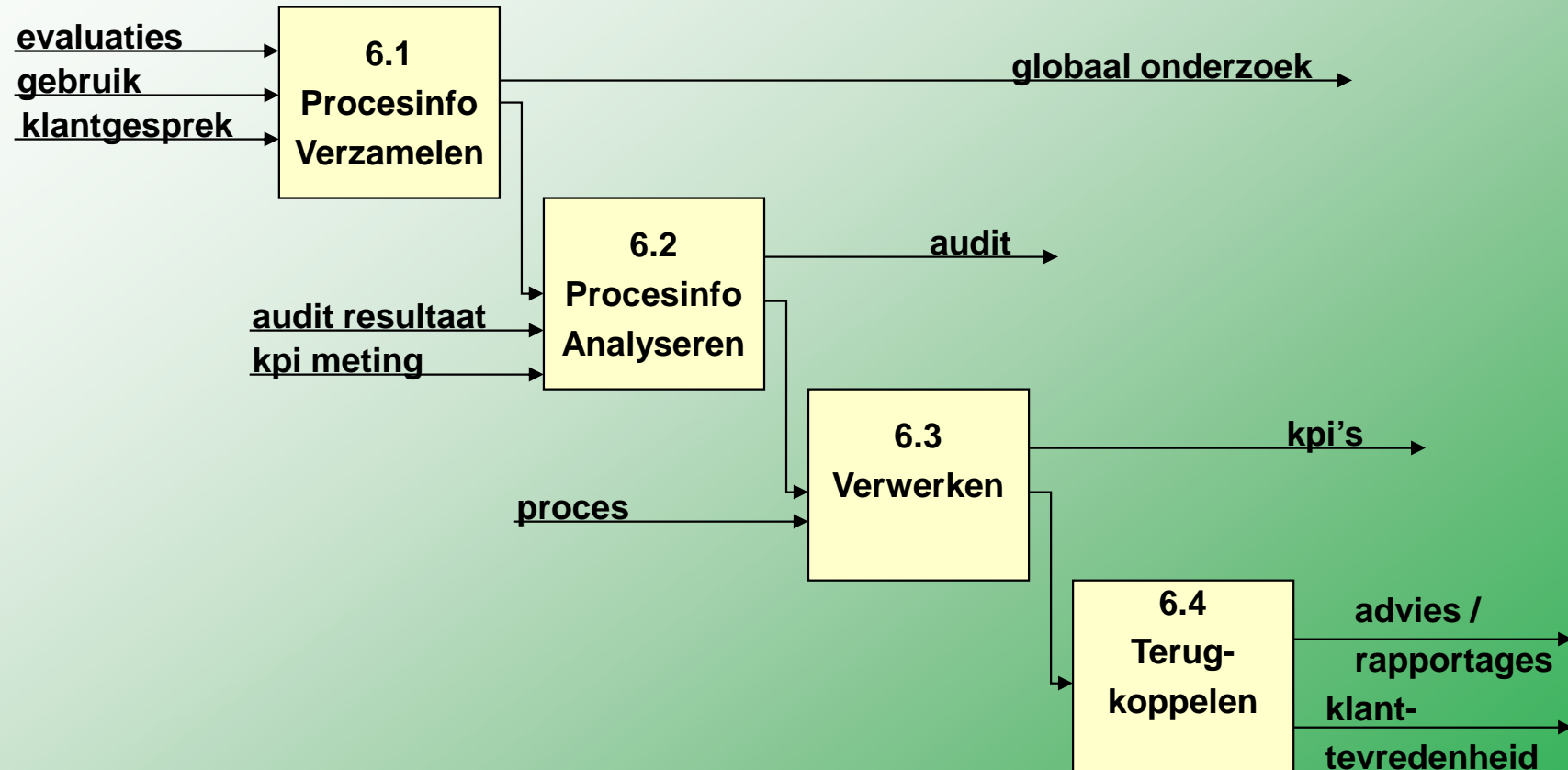
Samenstellen per productlijn



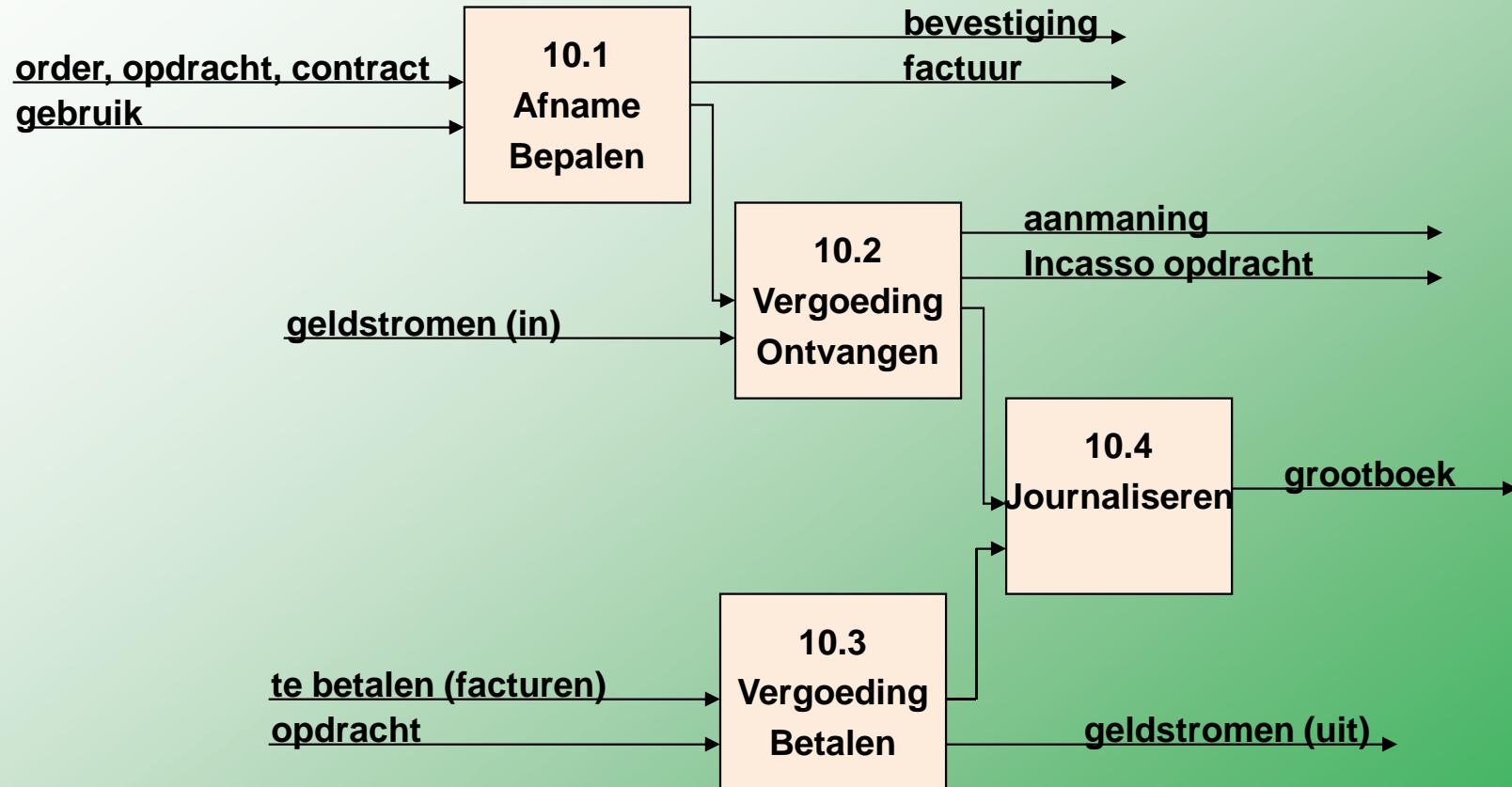
5. Product / dienst leveren



6. Evalueren



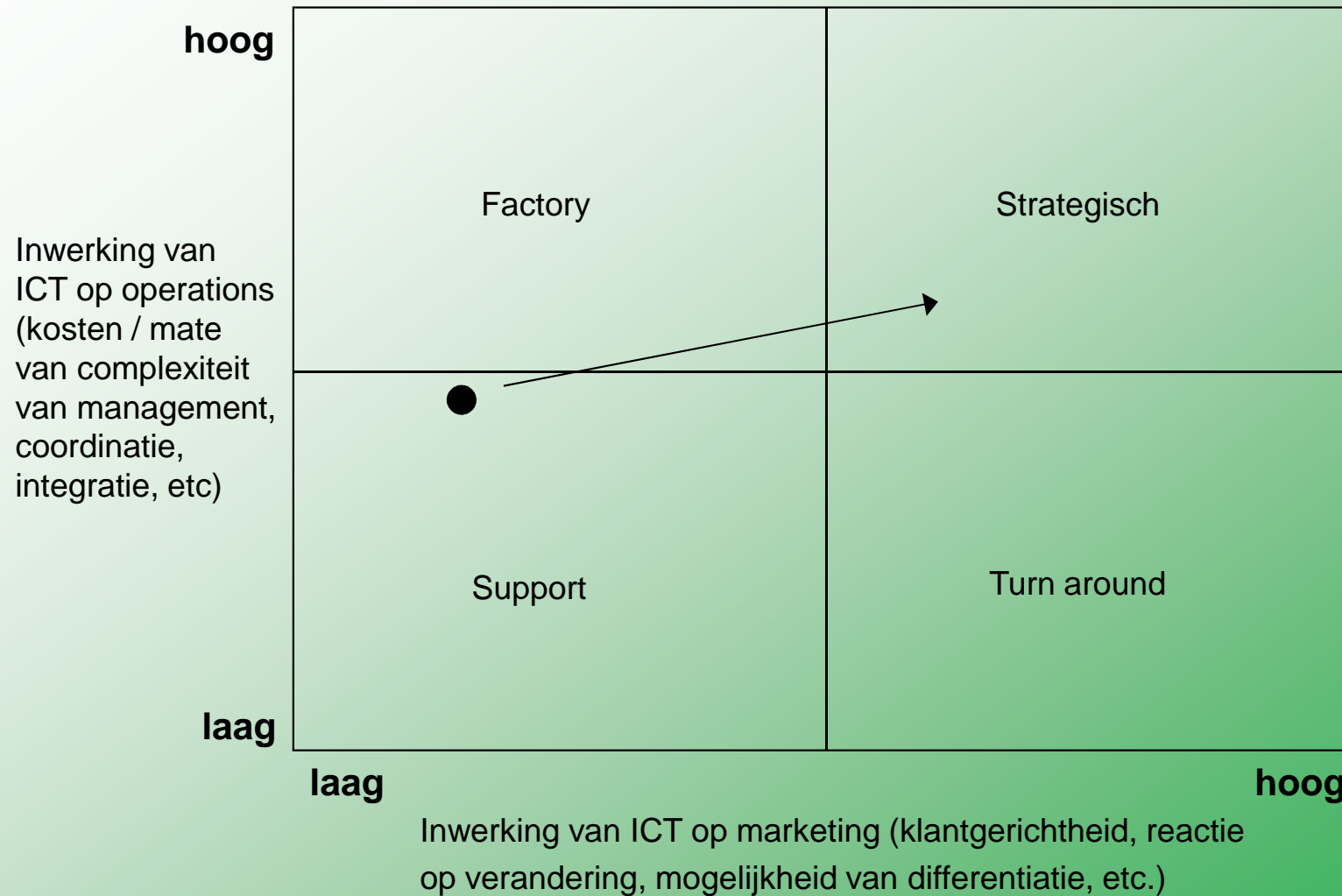
10. Financiën verrekenen



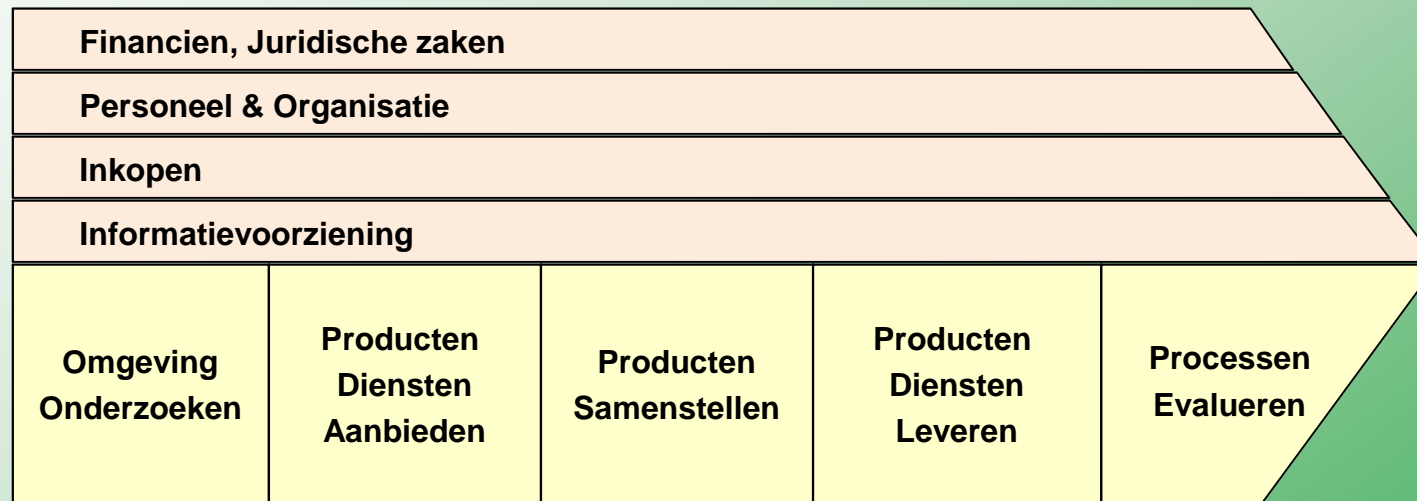
Agenda VI

- Doelstelling
- Wat willen de uitgevers
- Waar zijn de uitgevers goed in
- Wat verandert er in de omgeving
- Vernieuwen via procesbenadering
- Strategisch advies
- Hoe verder
- Extra: Voorbeeld detailuitwerking

ICT functie wordt belangrijker



Verander via integrale proces inrichting



Business Process Redesign

- Starten BPR programma
- Doelstelling: *Een complete herinrichting op basis van een integrale procesbenadering t.g.v. een Multimediale en klantgerichte uitgeverij*
- Resultaat: Blauwdruk “news-on-demand”
- KSF: Bepaal product/dienst portfolio
- KSF: Directies uitgeverijen doen mee

Voordelen / Nadelen

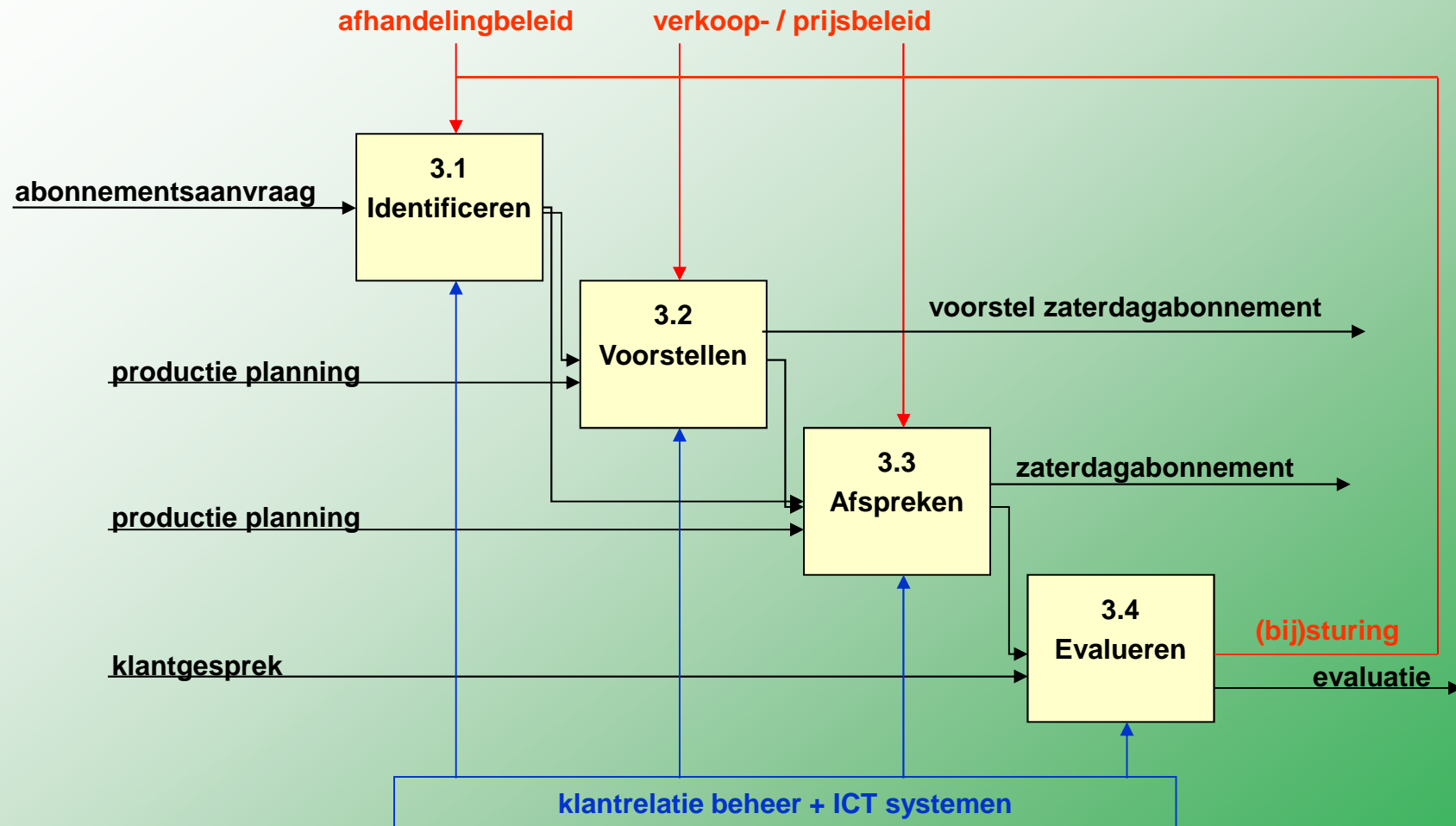
- Concrete kosten / baten van de visie
- Goede aansluiting in navolging trends
- Goede aansluiting optimaliseren

- Coaching nodig in de organisatie
- Investering benodigd (mens, kapitaal)

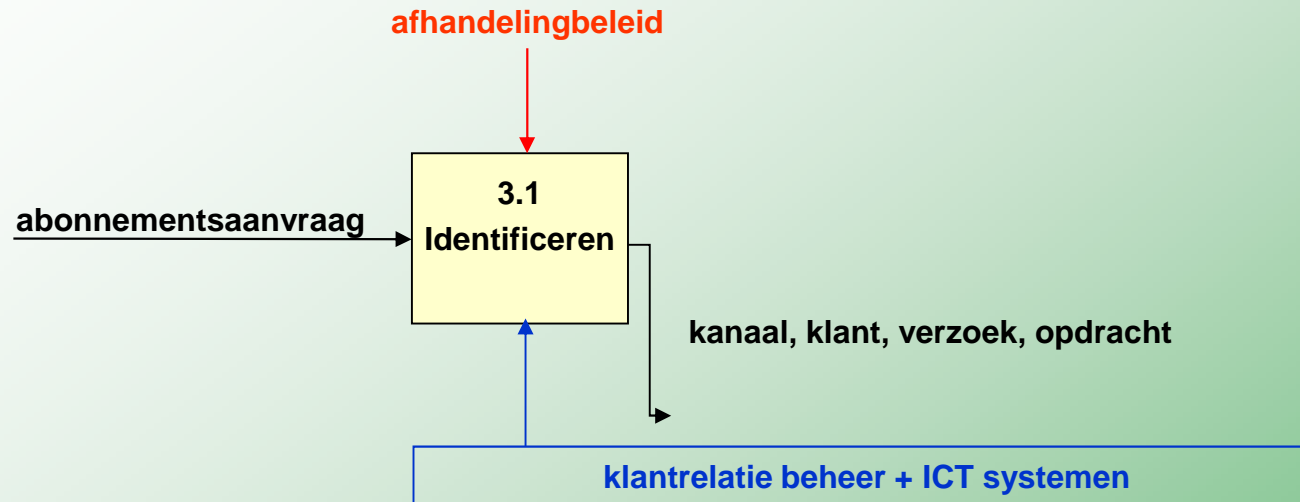
Agenda VII

- Doelstelling
- Wat willen de uitgevers?
- Waar zijn de uitgevers goed in?
- Wat verandert er in de omgeving?
- Vernieuwing via procesbenadering
- Advies
- **Appendix: Proces meer in detail**

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3. aanbieden

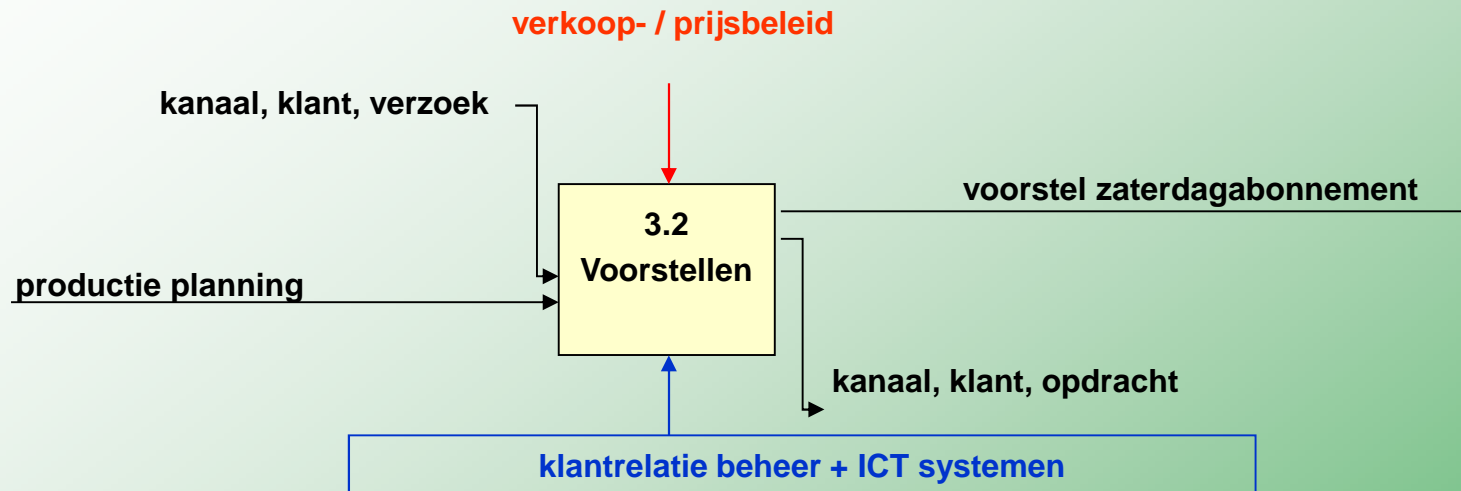


Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.1 identificeren



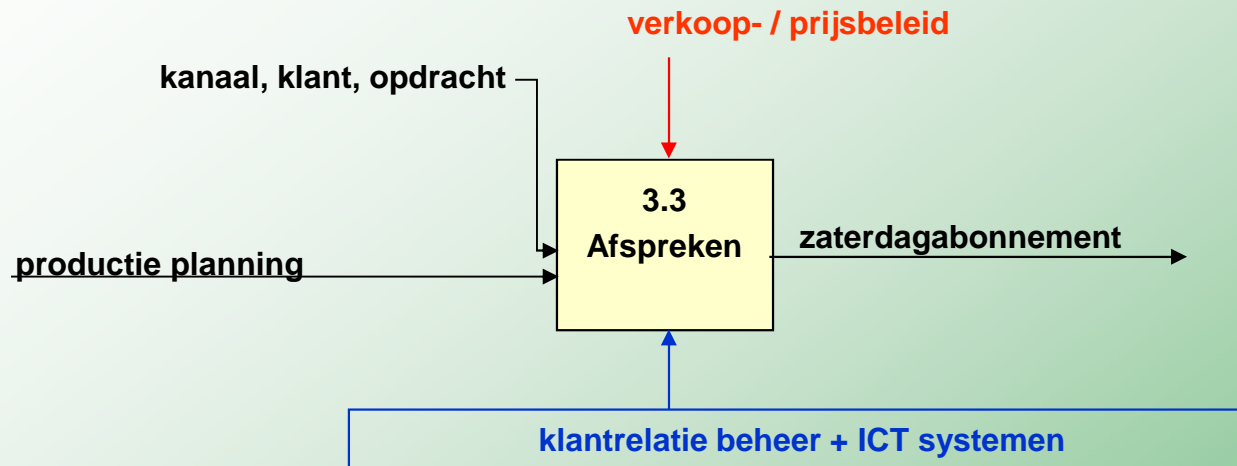
- identificeer kanaal
- identificeer klant
- identificeer verzoek (of opdracht)
- routeer

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.2 voorstellen



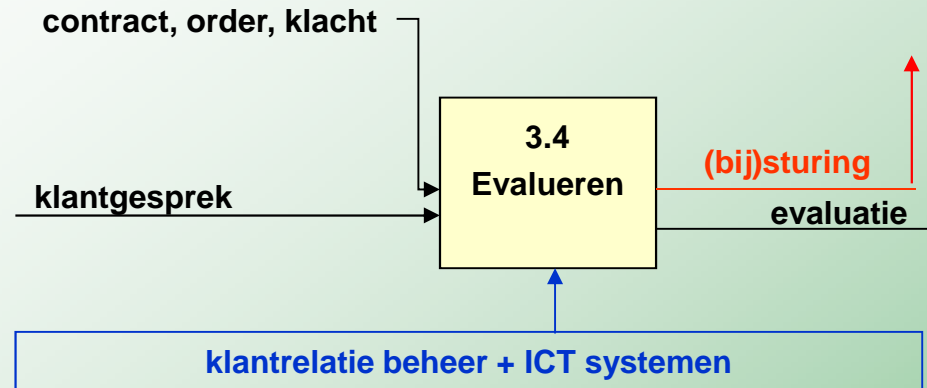
- registreer “inbound” kanaal
- classificeer klant
- registreer klant
- registreer verzoek
- zoek productmogelijkheid
- registreer productmogelijkheid
- doe voorstel(len)
- koppel terug naar klant

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.3 afspreken



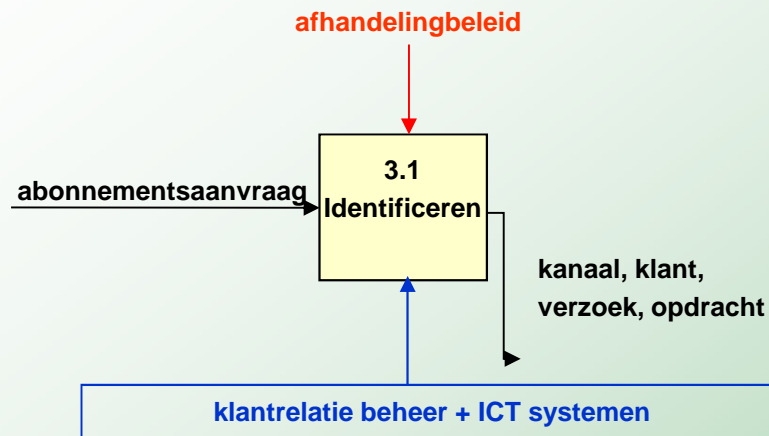
- registreer “inbound” kanaal
- classificeer klant
- registreer klant
- registreer opdracht
- zoek mogelijkheid
- registreer mogelijkheid
- registreer contract
- registreer verrekenwijze
- koppel terug naar klant

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.4 evalueren



- analyseer gegevens + kpi's
- hou klantgesprek
- registreer bevindingen
- definieer bijsturing
- maak evaluatie

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.1 detail uitwerking



- **identificeer kanaal**
- **identificeer klant**
- **identificeer verzoek (of opdracht)**
- **routeer**

Case = Channel

Case "email"

zoek emailadres "paul.mann@2bpm.nl"
als emailadres dan "bekende klant"
analyseer subject o.b.v. business rules
bepaal afhandelingskanaal

Case "papier"

zoek naam "Mann, P."
als naam dan "bekende klant"
analyseer papier o.b.v. business rules
bepaal afhandelingskanaal

Case "telefoon"

zoek telefoonnummer "0618958098"
als naam dan "bekende klant"
analyseer aanvraagnummer "1"
bepaal afhandelingskanaal
als "bekende klant" dan bepaal prio
routeer

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.1 detail uitwerking

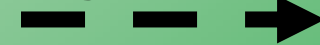
identificeer kanaal
identificeer klant

- 0618958098 = “bekende klant”
- “goedendag meneer Mann”

identificeer verzoek
(of opdracht)

- niveau 1 = primaire behoefte
- niveau 2 = soort dienst
- niveau 3 = soort product
- niveau 4 = specifieke product/dienst

volgende sheet



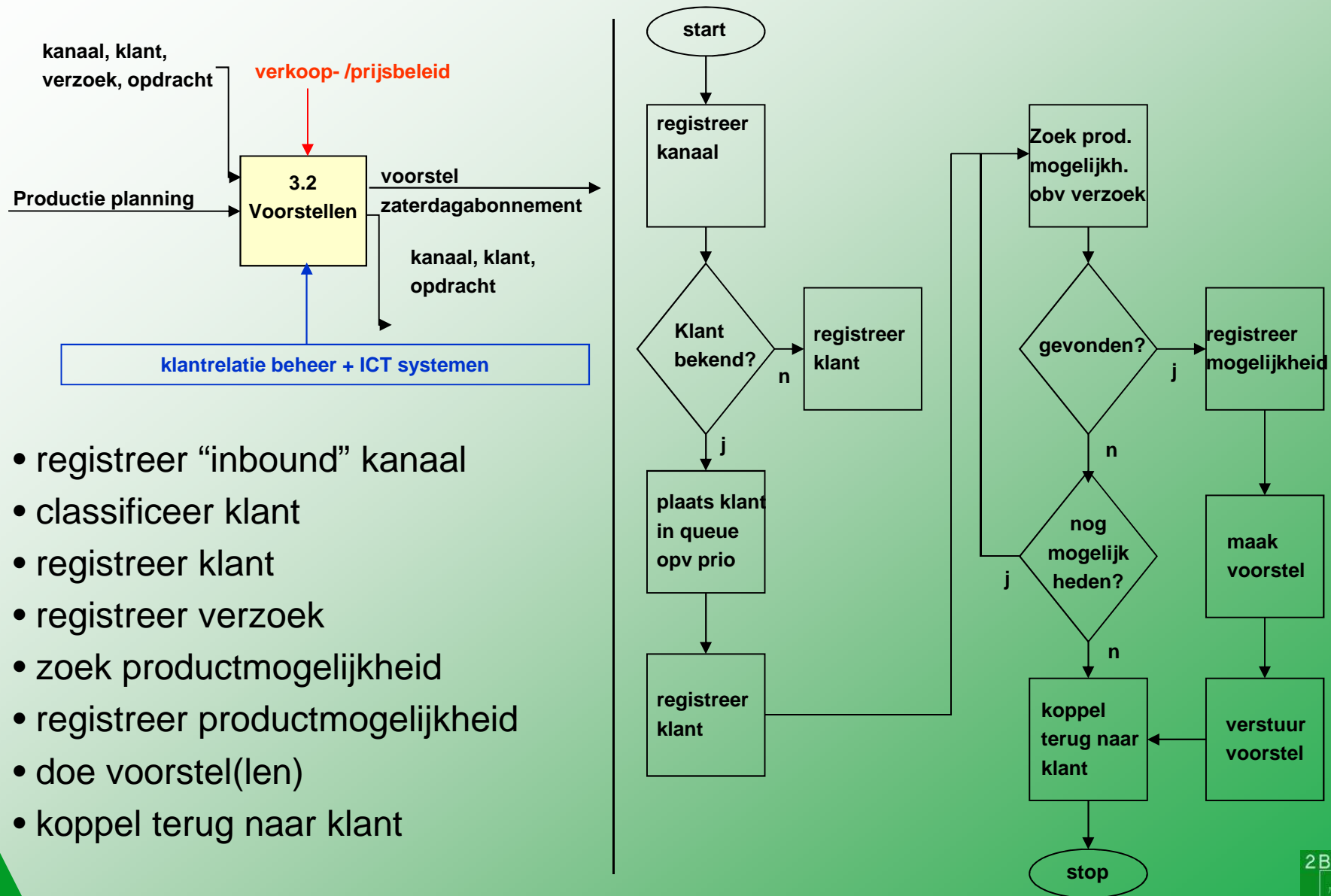
routeer

- als “bekende klant”
- prioteer
- routeer

Voorbeeld product/dienstboom

primaire behoefte	1 = aanvraag 2 = klacht, correctie 3 = algemene informatie
soort dienst	1.1 = abonnementen 1.2 = speurders 1.3 = advertentie (+ ingezonden mededeling) 1.4 = sms (gprs) dienst 1.5 = email dienst 1.6 = internet dienst
soort product	1.1.1 = Telegraaf 1.1.2 = Limburgs Dagblad 1.1.3 = etc.
specifiek	1.1.1.1 = Telegraaf jaarabonnement 1.1.1.2.= Telegraaf 1/2 jaarabonnement 1.1.1.2.= Telegraaf zaterdagabonnement

Voorbeeld abonnementsaanvraag : 3.2 detail uitwerking



- registreer “inbound” kanaal
- classificeer klant
- registreer klant
- registreer verzoek
- zoek productmogelijkheid
- registreer productmogelijkheid
- doe voorstel(len)
- koppel terug naar klant