



OI – Plano Estratégico

Domínios Funcionais

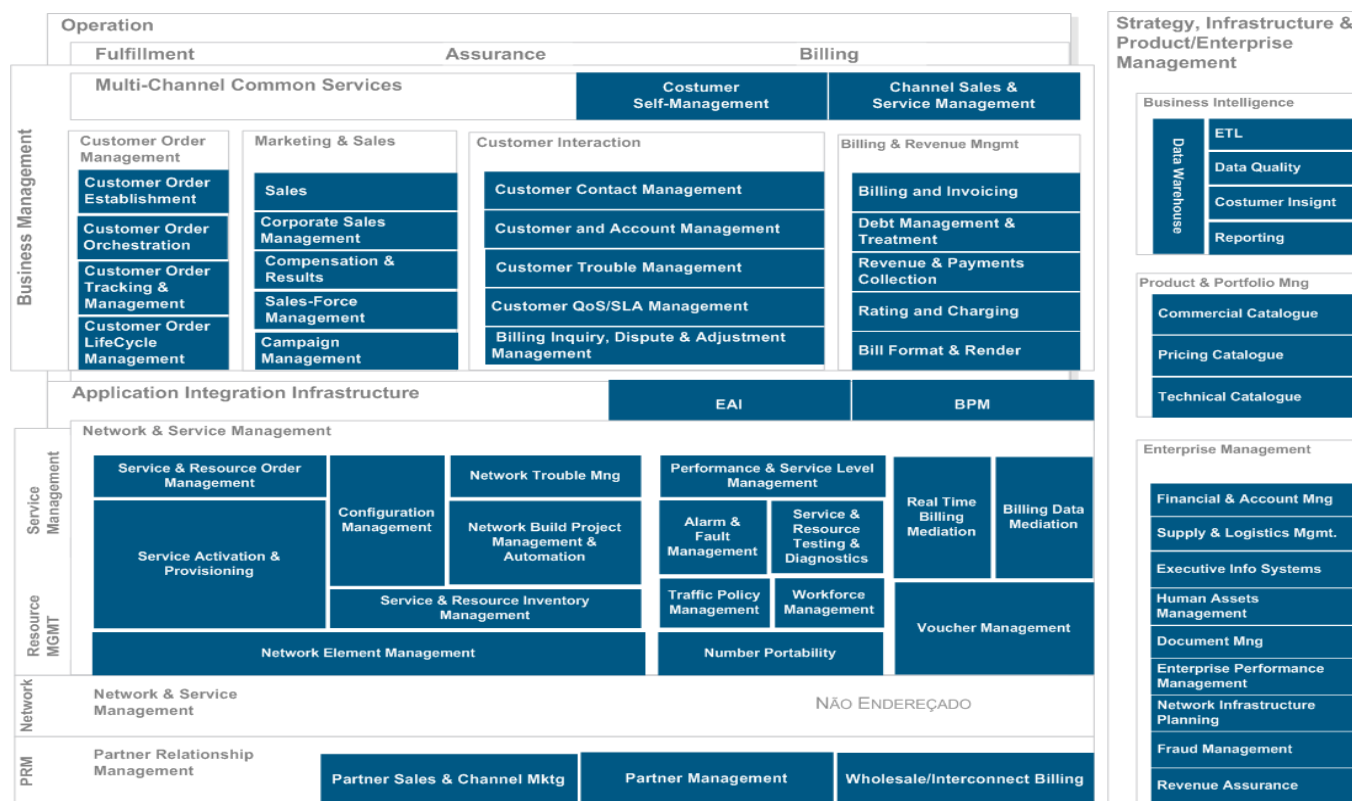
Gestão de Clientes e Autoatendimento

Agosto 2011

- **Enquadramento**
- **Drivers de Transformação**
- **Descrição Domínio**
- **Situação Atual (AS-IS)**
- **Arquitetura Alvo (TO-BE)**
- **Detalhamento de Iniciativas**
- **Mapa de Evolução**

No contexto da elaboração do Plano Estratégico de Sistemas de Informação da OI para o Quadriénio 2012-2015, este documento suporta a sistematização da Situação Atual, Arquitetura Alvo e Iniciativas, consideradas necessárias para o processo de transformação, tendo em conta os drivers Estratégicos, Organizacionais e de TI considerados para a elaboração do Plano Estratégico

A Arquitetura Funcional de referência para os SI/TI, assenta no standard para o setor das Telecomunicações para o desenvolvimento dos SI, desenvolvido pelo *Telemanagement Forum* (TM Forum, www.tmforum.org), e denominado de *Enhanced Telecommunications Operations Map* (eTOM) para a definição dos processos de negócio *end-to-end* (E2E), e do *Telecommunications Application Map* (TAM) para a definição da abrangência funcional das aplicações.



Descrição do Domínio: Gestão de Clientes e Autoatendimento



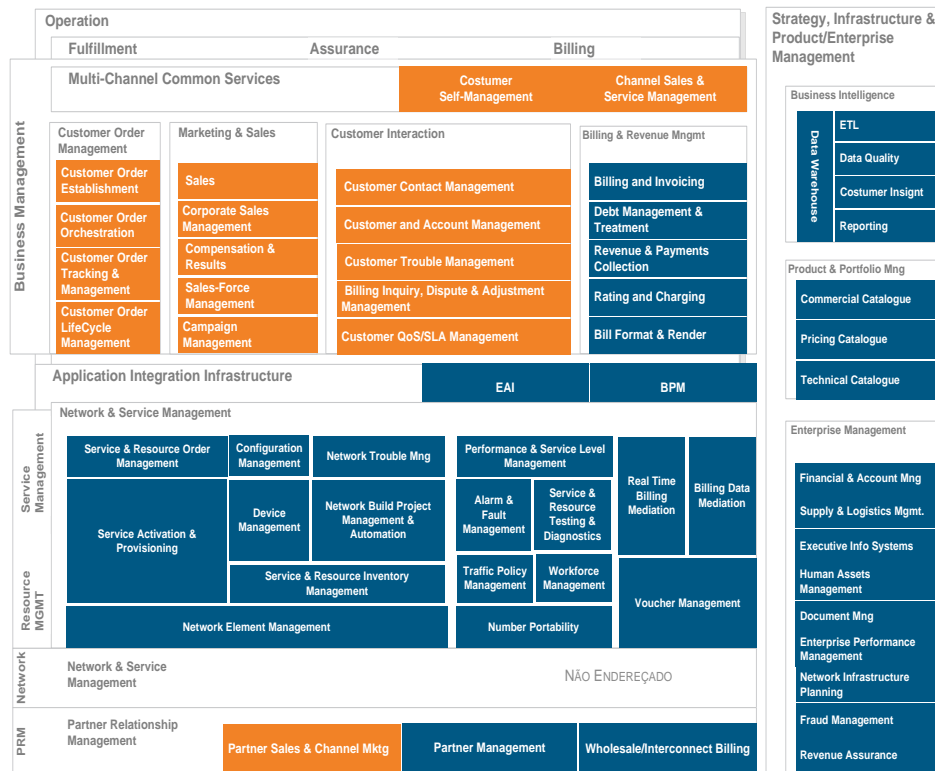
O domínio de Gestão de Clientes e Autoatendimento engloba os seguintes itens:

- ✓ Prover visão unificada do cliente e de informações que permitam contato personalizado;
- ✓ Prover diversos canais de atendimento e autoatendimento que suportem as interações com o cliente;
- ✓ Prover informações e processos necessários à pré-venda, venda, pós-venda e retenção, além do comissionamento que provem de tais ações.
- ✓ Suportar ações de marketing e o gerenciamento do ciclo de vida das campanhas
- ✓ Permitir a gestão de cumprimento dos SLAs contratados

O domínio agrega como subdomínios:

- Gestão de Informações de Clientes
- Atendimento e Retenção
- Vendas
- Gestão de Problemas de Clientes
- Atendimento à Contestação e Ajustes
- Autoatendimento
- Gestão de Campanhas/RTD
- Gestão de Vendas Corporativas
- Comissionamento
- Gestão de Nível de Serviço (SLM)
- OE / COM

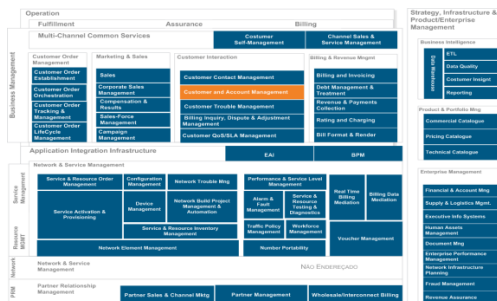
O Domínio aborda as áreas funcionais Identificadas no modelo de Referência.



Definir arquitetura necessária para:

- Criar visão unificada do cliente e permitir a gestão eficaz de suas informações.
- Centralizar dados, regras e processos necessários à Venda, Pós-Venda e Retenção e disponibilizá-los através de serviços para que possam ser consumidos por diversos canais.
- Ampliar o escopo de funcionalidades disponíveis através do autoatendimento.
- Permitir captura de detalhes das interações com os clientes de forma que possam ser utilizados como subsídio para diversos tipos de ações.
- Gerenciar informações e processos relacionados à força de vendas.

Situação Atual – Gestão de Informações de Clientes



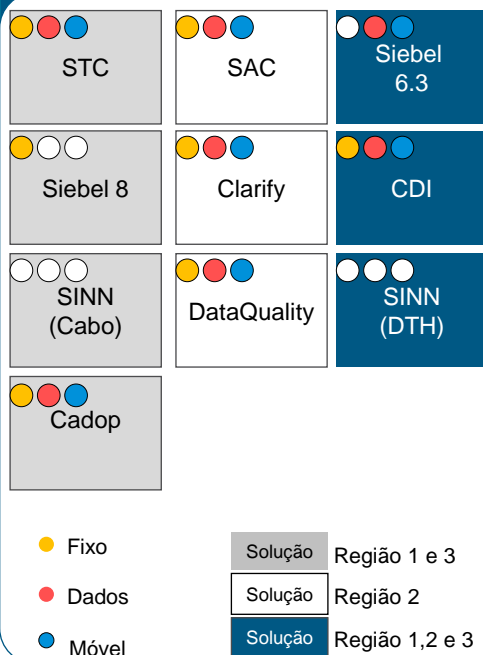
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Não existe uma visão integrada de todos os produtos e serviços dos Clientes
- Foco principal no produto/região e não no Cliente (sistemas e funcionalidades diferentes para regiões diferentes), com impacto na qualidade e custos
- Falta de visão única sobre os clientes e de todas as suas interações com a Oi
- Limitações de expansão do negócio a clientes internacionais devido à necessidade de identificação do CPF e CNPL nos sistemas
- Indisponibilidade e baixa *performance* e dos sistemas tem impacto qualidade de serviço e em custos
- Aplicações redundantes para funções semelhantes
- Segmentação inconsistente de clientes e incoerência entre os diversos sistemas
- Aplicações com tecnologia obsoleta
- Dificuldade de integração e dados muito desnormalizados com falta de master
- Arquitetura complexa, de difícil manutenção e gestão operacional

Funcionalidades

- Manter dados cadastrais de cliente
- Capturar dados de diversas fontes
- Manter relacionamento cliente x produtos/ofertas
- Manter dados cadastrais de clientes de outras operadoras

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

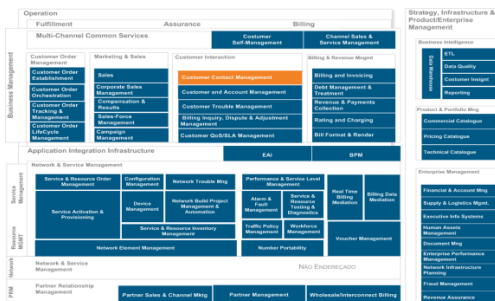
- **Migração do Atendimento Fixo/Velox do Clarify para o SAC [em curso]**

O projeto tem por objetivo a redução do escopo do Clarify através da migração do atendimento de clientes que possuem apenas os produtos Fixo e Velox (varejo e corporativo) para o SAC.

- **Transformar a Segurança**

Projeto de blindagem (segurança) dos principais sistemas de CRM e Faturamento da Organização.

Situação Atual – Atendimento e Retenção



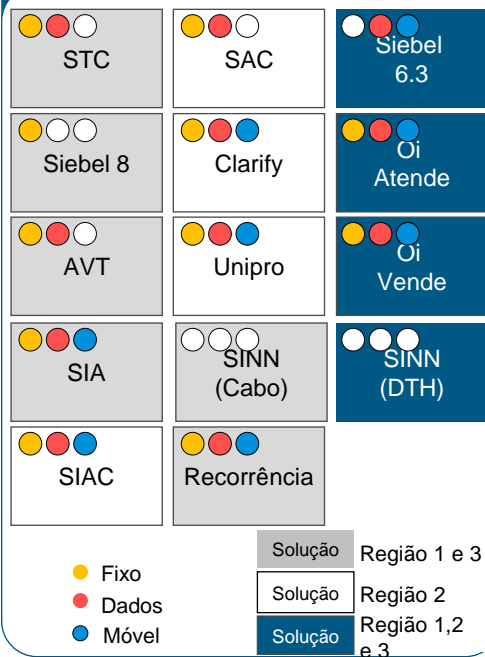
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Qualidade do atendimento e retenção afetados pela inexistência de informação consolidada sobre o Cliente (produtos e serviços contratados, interações passadas e segmentação incorreta)
- Custos elevados com treinamento de atendentes decorrentes da complexidade e número de sistemas que precisam de utilizar (20 dias de treinamento)
- Inexistência de *workflow* completo/integrado nos processos de atendimento criam dependência excessiva da destreza/capacidade dos operadores. Processos de atendimento distintos por região e produto com a existência de sistemas fora do domínio de TI
- Muitos ambientes/instâncias para o mesmo sistema e necessidade de alternar entre eles (*login/logout*) de acordo com o estado a que pertence o cliente
- Aplicações com tecnologia obsoleta
- Arquitetura complexa, de difícil manutenção e gestão operacional
- Funções semelhantes em diversas aplicações e dificuldade para disponibilizar ofertas convergentes

Funcionalidades

- Validar cliente
- Gerenciar interação
- Analisar e gerenciar o risco do cliente
- Atender de forma personalizada
- Caracterizar o cliente
- Verificar a satisfação do cliente
- Reter e fidelizar o cliente

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

- **Oi Digital [Em curso]** - STI 52424 - Transferência de titularidade, STI 52425 - Mudança de endereço e STI 52432 - Figuração em lista
- **Evolução do Unipro [Em estudo]** - Melhorias na arquitetura de dados, aplicação, infraestrutura e serviços do Unipro (Suportar R1).
- **Integração do URA com SINN na Oi TV [Em curso]**
- **Programa IPCC [Em curso]** - Solução de Call Center VoIP com front end integrado, reconstrução das URA's e revisão dos processos de atendimento
- **Projeto Multicanal** - Disponibilização de serviços padrão para os diversos canais de atendimento



Posicionamento do componente na Arquitetura

- Aumento do *churn* de Clientes devido a vendas de Banda Larga realizadas sem informação fidedigna sobre viabilidade do serviço
- Custos elevados no processo de venda devido à necessidade de recorrer a *back-offices*
- Excessiva utilização de planilhas e bases de dados departamentais
- Lacunas na informação de gestão de apoio à venda ao longo de todo o funil/processo
- Recorrentes perdas de sessão dos operadores nos sistemas de apoio à venda/ indisponibilidade dos mesmos, com impacto na produtividade e efetivação de vendas
- Impossibilidade de correção de endereços nos sistemas de suporte à venda obriga ao cancelamento de OSs e posterior abertura de novas OSs e tem impacto direto na efetivação das vendas, na receita e na eficiência operacional
- Sistema de análise de crédito com elevada taxa de erro na atribuição do Credit Score impossibilita a concretização da venda de produtos e serviços a muitos clientes e tem impacto direto na receita

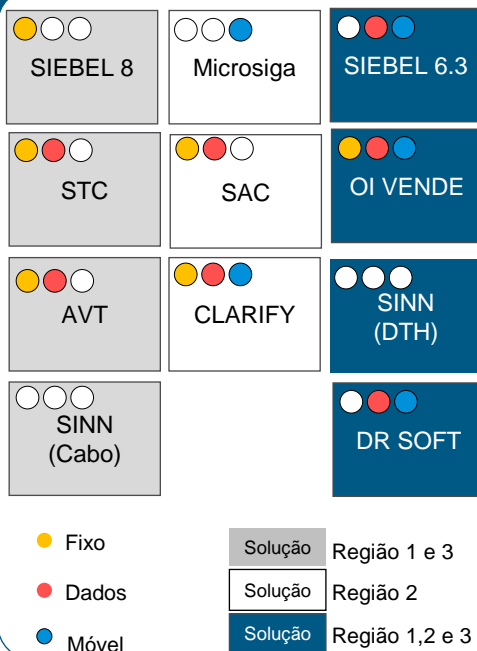
Funcionalidades

- Suportar canais de vendas
- Prover informações de suporte à venda
- Manter venda

Ex. Vendas: Emitir pedido de venda (varejo, empresarial e corporativo), Tratar pendência de pedido de venda, Rastrear pedido de venda, Tratar pendências clientes, Alterar pedido de venda, Cancelar pedido de venda, Tratar recusa de Portabilidade, Reserva de estoque, Emitir nota fiscal cliente

Ex. Suporte: Analisar crédito, Verificar viabilidade técnica

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

• SINN Web [Em curso]

Disponibilização do SINN como web application para utilização por parceiros e permitir a expansão do produto para o resto do Brasil.

• Brasil Interior [Em curso]

Projeto que permitirá à Oi vender DTH nas zonas remotas através dos 'anteneiros' (pequenos retalhistas que fazem a montagem das antenas).

Situação Atual – Gestão de Problemas de Clientes



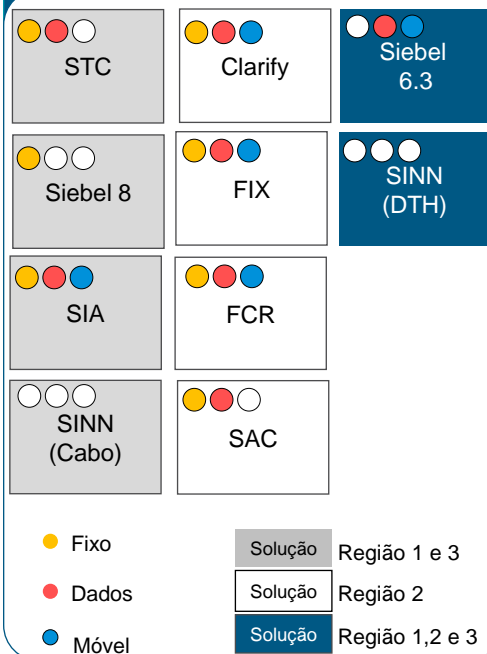
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Não existe visão integrada de todas as interações com os Clientes
- Existem dificuldades na consulta, acompanhamento e gestão dos problemas do cliente devido à complexidade dos sistemas e à incoerência da informação
- Aplicações com tecnologia obsoleta
- Funções semelhantes em diversas aplicações
- Arquitetura complexa, de difícil manutenção e gestão operacional
- Dificuldade para gestão de problemas com produtos convergentes
- Gaps na resolução de problemas em primeiro nível

Funcionalidades

- Qualificar e receber problema
Ex.: Diagnosticar problemas, Teste de linha
- Gerenciar ciclo de vida do problema
- Consulta de problemas massivos
- Resolver problema
- Validação e encerramento do problema

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

Não existem iniciativas em curso ou planejadas.



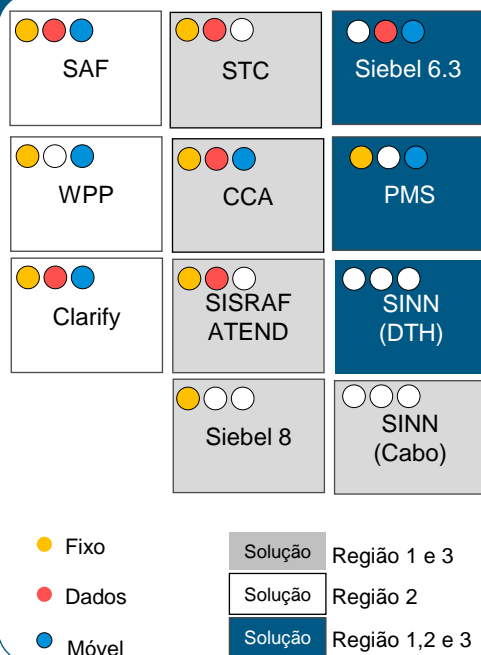
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Aplicações com tecnologia obsoleta
- Funções semelhantes em diversas aplicações
- Informações inconsistentes
- Dificuldade de integração
- Arquitetura complexa, de difícil manutenção e gestão operacional
- Existência de sobreposição de funcionalidades entre CRM e Faturamento

Funcionalidades

- Abertura de contestação
- Ex.: Registrar, averiguar e ajustar, duplicidade de pagamento
- Visualização de fatura
- Ex.: Entendimento de conta, sol. de 2ª via
- Gerenciar características do contrato financeiro
- Ex.: Alt. de data de venc., Prorrogar data de venc.
- Efetuar cobrança
- Ex.: Ger.política de cobrança, Aviso de pag. (Desbl. confiança e Pré-Anistia), Sol. de parc., Acordo de cobrança
- Simulações faturamento

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

- Oi Digital [Em curso]
- STI 52432 - Informe de pagamento



Posicionamento do componente na Arquitetura

- Elevados custos com o atendimento *call-center* com operações que podem ser executadas pelo cliente
- O cliente não consegue acompanhar o faturamento on-line
- Informação incoerente entre canais (p.e. consulta de saldo)
- Inexistência de serviços bem estabelecidos, padronizados e independentes de região prejudicam ou inviabilizam a evolução do autoatendimento
- Dificuldade para atender a necessidade de convergência (fixo, dados e móvel)
- Dificuldade de prover visão única do cliente
- Arquitetura não orientada à serviços
- Inexistência de componentes comuns a serem reutilizados por diferentes canais
- Informações, dados e processos diferenciados por região

Funcionalidades

- Prover serviços para as solicitações realizadas pelo cliente nos canais de autoatendimento.

- Autoatendimento Solicitações

Ex.: Visualizar portfólio de produtos,
configurar o carrinho de compras
(simulação de valores), entre outros.

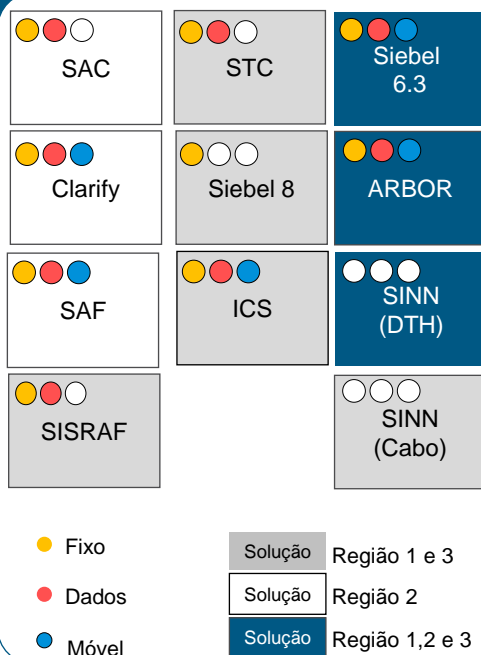
- Autoatendimento Problemas

Ex.: Gerenciar acessos e solicitações de reparo.

- Autoatendimento Faturamento

Ex.: funcionalidades relacionamendas a faturamento, gestão da contestação.

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

- **Mobile Care [Em curso]**

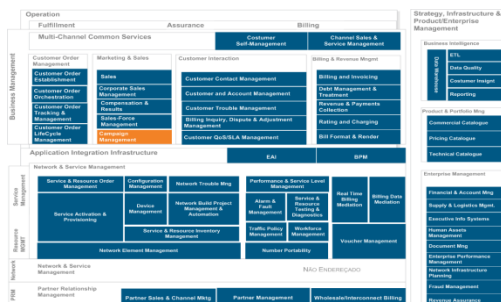
O projeto prevê, além da expansão de funcionalidades do Menu Oi, a evolução do relacionamento por meio de Internet Móvel e Aplicativos Smartphones, de forma que a Oi possa adequar seu atendimento à esse novo mercado.

- Oi Digital [Em curso]

Evolução do atendimento através do canal Web de forma a reduzir os custos operacionais da empresa relacionados a atendimento de Call Center e impressão e postagem de documentos.

- **Projeto Multicanal [Em curso]**

Disponibilização de serviços padrão para os diversos canais de atendimento



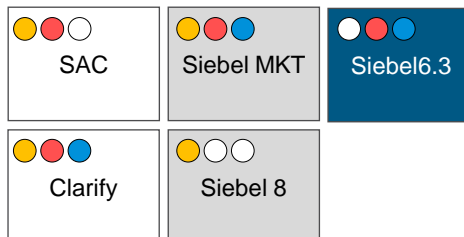
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Não existe suporte ao lançamento de ofertas e campanhas por e-mail ou SMS
- Processo na maior parte manual o que não permite a realização de maior número de campanhas com maior nível de complexidade e especialização.
- Inexistência de uma gestão da régua de contato com os clientes (evitando contatos excessivos com clientes)
- Inexistência de uma gestão operacional do portfólio de campanhas

Funcionalidades

- Analisar campanhas
- Projetar campanhas
- Gerar ofertas
- Acompanhar execução e performance de campanha
- Ajustar campanhas

AS-IS

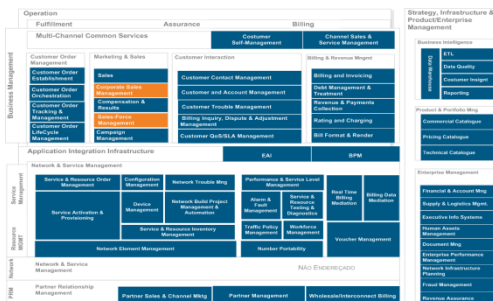


- Fixo
 - Dados
 - Móvel
- | Solução | Região |
|---------|----------------|
| Solução | Região 1 e 3 |
| Solução | Região 2 |
| Solução | Região 1,2 e 3 |

Iniciativas em Curso/Planejadas

- **Novo Sistema de Campanhas [Em estudo]**
Implantação do novo Sistema de Campanhas. Em fase de RFP.
- **ACM [Em estudo]**
A utilização de ACM (A. Campaign Management) para gestão de campanhas.

Situação Atual – Gestão de Vendas Corporativa



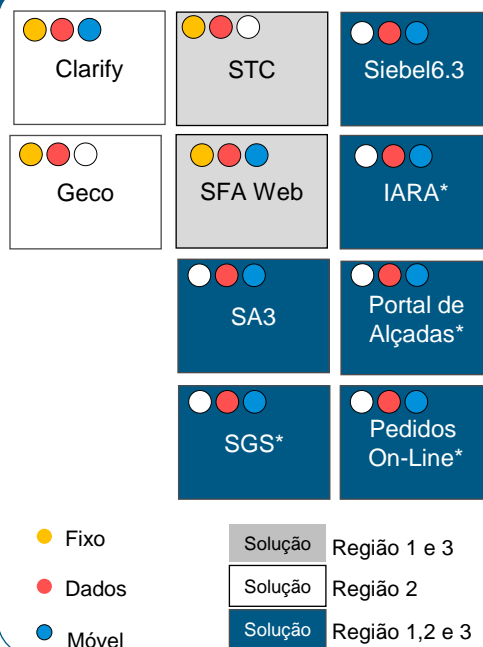
Posicionamento do componente na Arquitetura

- A gestão de *leads* não é suportada por sistema
- Processo de elaboração de propostas e contratos muito pouco automatizado e disperso por vários departamentais, muitos sistemas fora do domínios de TI
- Tempo de geração de propostas muito elevado (em média um mês)
- Processo de gestão de vendas muito pouco automatizado e diferente entre regiões
- Proliferação de *back-offices* de suporte ao processo de vendas
- Impossibilidade de registro em sistema de informação das interações comerciais com Clientes não permite ter histórico de relacionamento nem controlo sobre atividade do comercial
- Aplicações com tecnologia obsoleta
- Funções semelhantes em diversas aplicações
- Arquitetura complexa, de difícil manutenção e gestão operacional
- Dificuldade para prover visão única do cliente

Funcionalidades

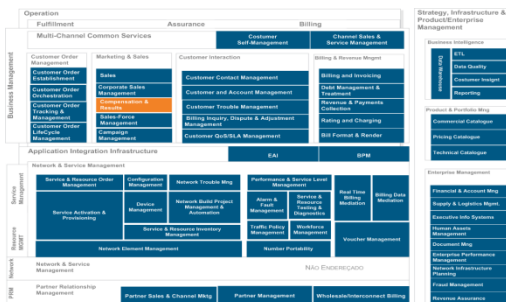
- Gerenciar fluxo de venda
Ex.: Gerenciar fluxos contrato, projeto, precificação, proposta e venda
- Propor solução
Ex.: Propor projeto, precificar, otimizar custo e elaborar proposta
- Manter contrato (Corporativo, Governo e Empresarial)
Ex.: Manter configuração de venda massiva, Instalação massiva, Gerenciar vencimentos, valores, multas, aditivos e itens (produtos)
- Gerenciar Ofertas e Fidelização
- Gerenciar Força de Venda

AS-IS



Iniciativas em Curso/Planejadas

- **Melhorias B2B [Em curso]**
Migração dos dados cadastrais e atendimento de clientes do segmento Corporativo do Carify para o Siebel 6.3 com migração de plano.
- **Novo SFA da Oracle [Em estudo]**
Convergência do Corporativo e do Empresarial nesta ferramenta. Revisão e automatização do processo de venda (*workflow*, automatização de minutas, contratos, formulários) até à fase de *Order Entry* (com envolvimento de TI)
- **Portal Empresarial [Em curso]**
O Portal Empresarial é um sistema gerencial e tem como objetivo suprir lacunas de informação e falta de integração entre vários sistemas da OI. Essencialmente, o sistema dá uma visão do físico e receita do que está no *backlog* e do que está em produção.



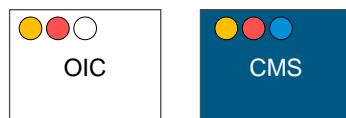
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Comissionamento é majoritariamente suportado por *back-offices* o que acarreta elevados custos operacionais
- Por exemplo, o sistema de comissionamento da força de vendas empresarial é suportado por um BO de 200 HC
- Falhas de integração entre a plataforma de comissionamento (CMS) e os CRMs provoca muitos erros no comissionamento das forças de vendas e implica a existência de *back-offices* para tratar os erros de comissionamento
- Aplicações redundantes para funções semelhantes
- Escopo reduzido (somente comissionamento à parceiros)
- Não atende comissionamento para vendas do corporativo

Funcionalidades

- Manter programas de remuneração variável
- Manter cálculo de remuneração variável
- Subsidiar análises relacionadas à venda

AS-IS

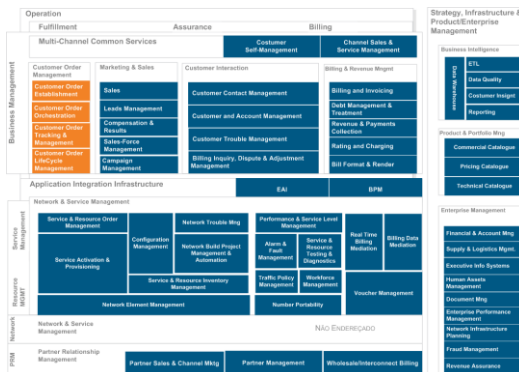


- | | | |
|---------|---------|----------------|
| ● Fixo | Solução | Região 1 e 3 |
| ● Dados | Solução | Região 2 |
| ● Móvel | Solução | Região 1,2 e 3 |

Iniciativas em Curso/Planejadas

- **Desativação OIC [Em curso]**
Permitir o comissionamento de R2 via CMS através das políticas de comissionamento de R1.

Situação Atual – Order Entry / Customer Order Management

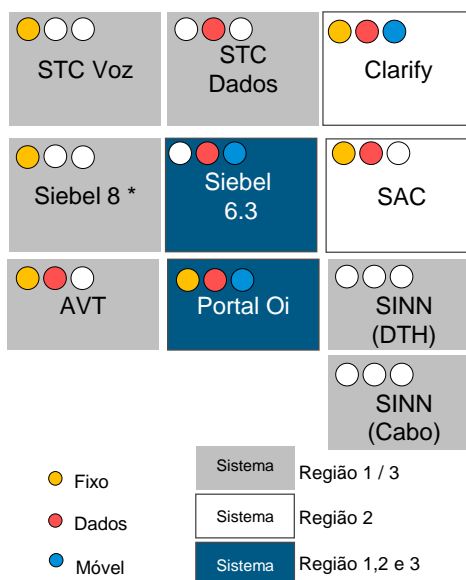


- Não existe uma gestão das ordens de serviço para os pedidos de um cliente
- Não existe uma visão integrada de todos os produtos e serviços (catálogo de produtos)
- Informações e regras distintas distribuídas entre diversas aplicações
- Dificuldade de reaproveitamento das regras nos demais canais
- Alto acoplamento entre as telas e as regras de negocio
- Dados cadastrais incorrectos geram problemas de instalação, indisponibilidade de serviço, reclamações e perda de vendas
- Existência de back-offices e procedimentos manuais de inserção das ordens nos sistemas

Funcionalidades

- Capturar as informações e estabelecer a ordem de cliente.
- Acesso ao catálogo de produtos e serviços.
- Responsável pela elegibilidade e compatibilidade de produtos e serviços.
- Validação de dados cadastrais.
- Gestão da análise de credito.
- Avaliar a disponibilidade de serviços.
- Validação da Ordem de cliente.
- Decomposição da Customer Order em uma ou mais Service Orders.
- Gestão da Customer Order.

AS-IS



* O Siebel 8 hoje atende apenas o WLL

Iniciativas em Curso / Planejadas

- [Em curso] SFAWeb: Revisão e automatização do processo de venda (workflow, automatização de minutas, contratos, formulários) até à fase de Order Entry



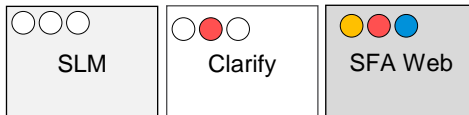
Posicionamento do componente na Arquitetura

- Elevada incerteza na entrega de soluções complexas para clientes multi-regionais
- Escopo reduzido de produtos (somente Cyber)
- Não controla SLAs relacionados à itens de configuração
- Não aderente aos padrões e normas de infraestrutura

Funcionalidades

- Documentar obrigações contratuais de SLA
- Gerenciar cumprimento de SLAs
- Gerenciar violação de SLAs e gerar alertas
- Rastrear tempos de resposta resolução de incidentes
- Prover informações para análise

AS-IS



- | | | |
|---------|---------|----------------|
| ● Fixo | Solução | Região 1 e 3 |
| ● Dados | Solução | Região 2 |
| ● Móvel | Solução | Região 1,2 e 3 |

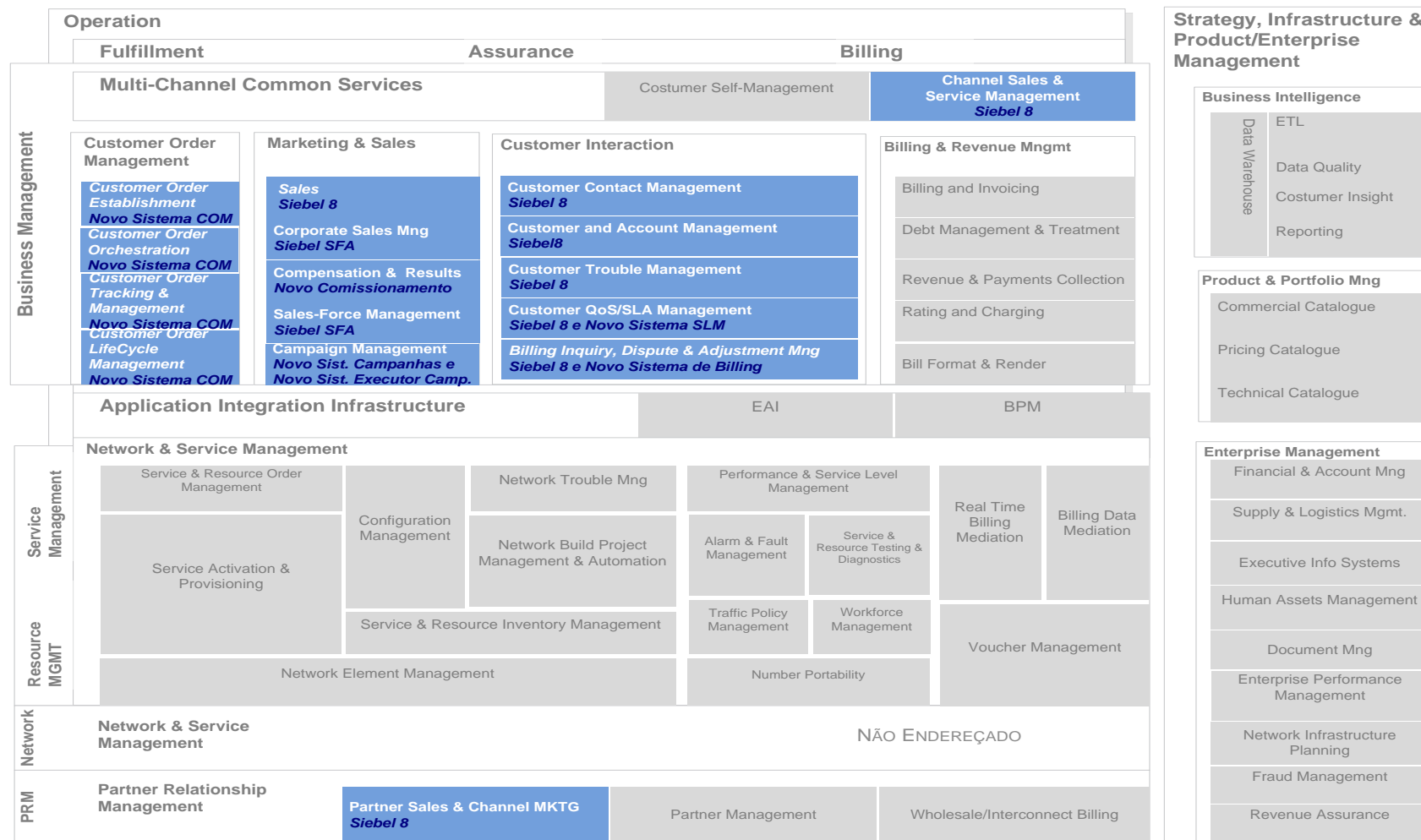
Iniciativas em Curso/Planejadas

Não existem iniciativas em curso ou planejadas.

Arquitetura Alvo : Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento



Racionais da arquitetura alvo: consolidar funções, simplificar arquitetura, reduzir *time-to-market* e custos operacionais.



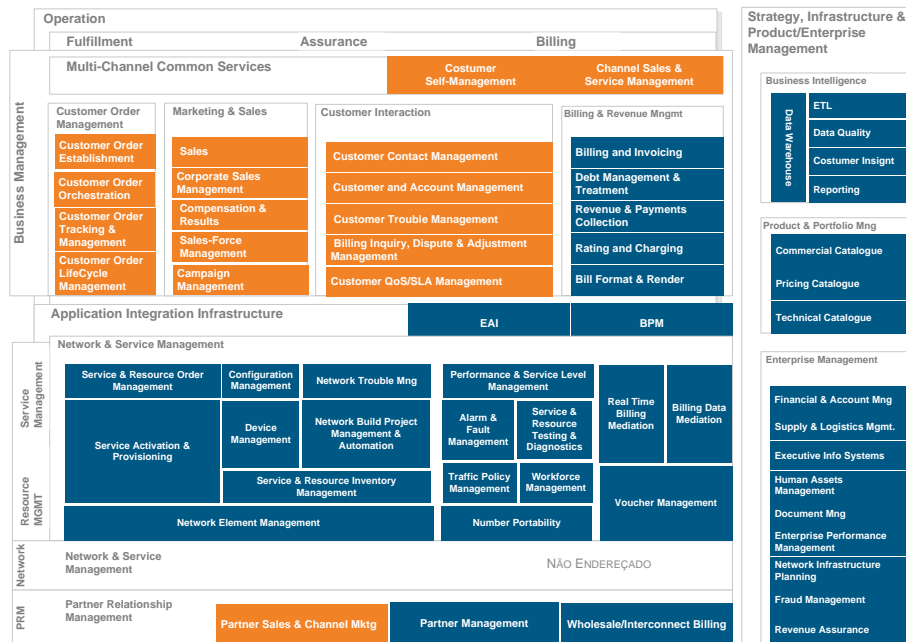
Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

Gestão de Informações de Cliente



Subdomínios

- ✓ Gestão de Informações de Clientes
- ✓ Atendimento e Retenção
- ✓ Vendas
- ✓ Gestão de Problemas de Clientes
- ✓ Atendimento à Contestação e Ajustes
- ✓ Autoatendimento
- ✓ Gestão de Campanhas/RTD
- ✓ Gestão de Vendas Corporativas
- ✓ Comissionamento
- ✓ Gestão de Nível de Serviço (SLM)
- ✓ OE/OM - COM



Princípios Orientadores

- ➔ Sustentar a necessidade de foco no cliente, redução de custos operacionais e crescimento da base / aumento de receita.
- Esta necessidade tem por objetivo:
 - Possibilitar que o cliente possa ter interações satisfatórias, personalizadas e assertivas.
 - Prover formas de interação de baixo custo operacional.
 - Promover o crescimento da base de produtos contratados e receita.
- Fatores considerados:
 - Definir aplicações 'master' que suportem a necessidade descrita acima.
 - Definir escopo de serviços necessários ao atendimento e as aplicações responsáveis por provê-los.
 - Unificação e centralização de informações, regras e processos que suportam o atendimento.
 - No plano de sistemas a venda está sendo tratada dentro do escopo de OE, as demais funções estão incluídas.

Detalhamento de Iniciativas:

Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento



Programas

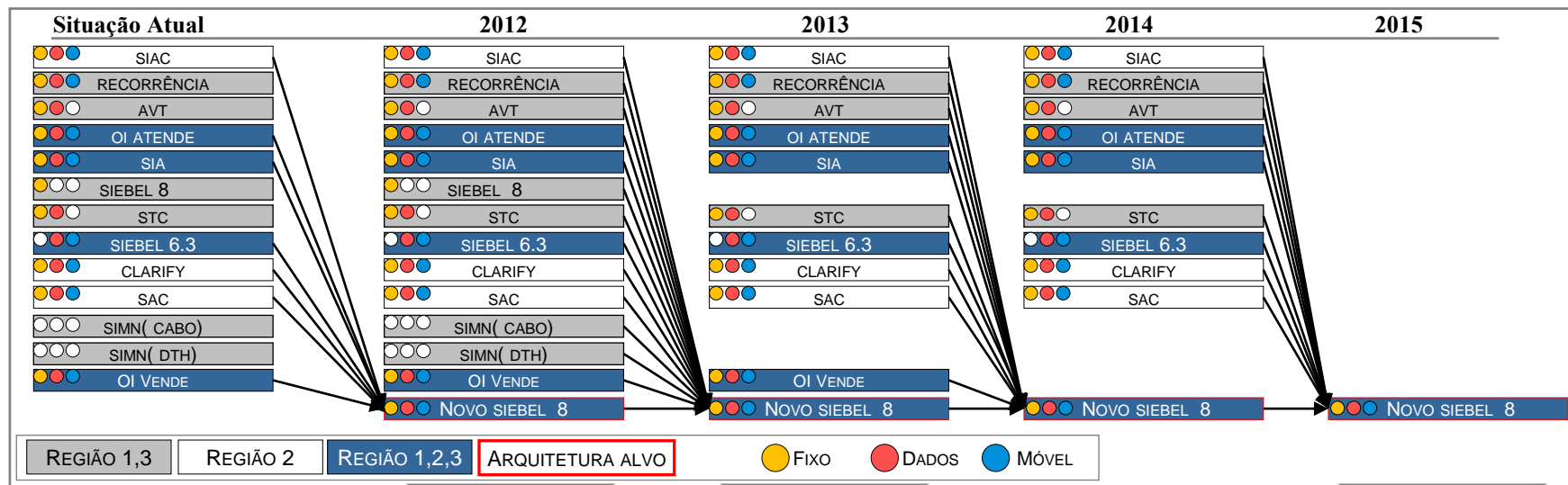
- P1 CRM Unificado:** Nova solução de CRM convergente e integrada, focada na atenção ao Cliente com CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao cliente.
- P2 Solução Sales Force Automation:** Implantação de um novo SFA como Mestre para a Força de Vendas do Corporativo e Empresarial
- P3 Protocolo Único:** O projeto visa melhorias na arquitetura de dados, aplicação, infraestrutura e serviços do Unipro, visando que o sistema suporte a integrar aos sistemas de atendimento da R1.
- P4 Comissionamento:** Implantação do novo Sistema de Comissionamento evoluindo para atender a todos os produtos e regiões.
- P5 Gestão de Níveis de Serviço:** Implantação do novo Sistema de SLM.
- P6 Cadastro de Outras Operadoras :** A nova aplicação deverá gerenciar, centralizar e qualificar, quando necessário, o cadastro de clientes de outras operadoras.
- P7 OE/Customer Order Management:** Definição de uma plataforma de Order Entry e Customer Order Management.

Pontos em Aberto / para decisão

→ *CDI será descontinuado.*

Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

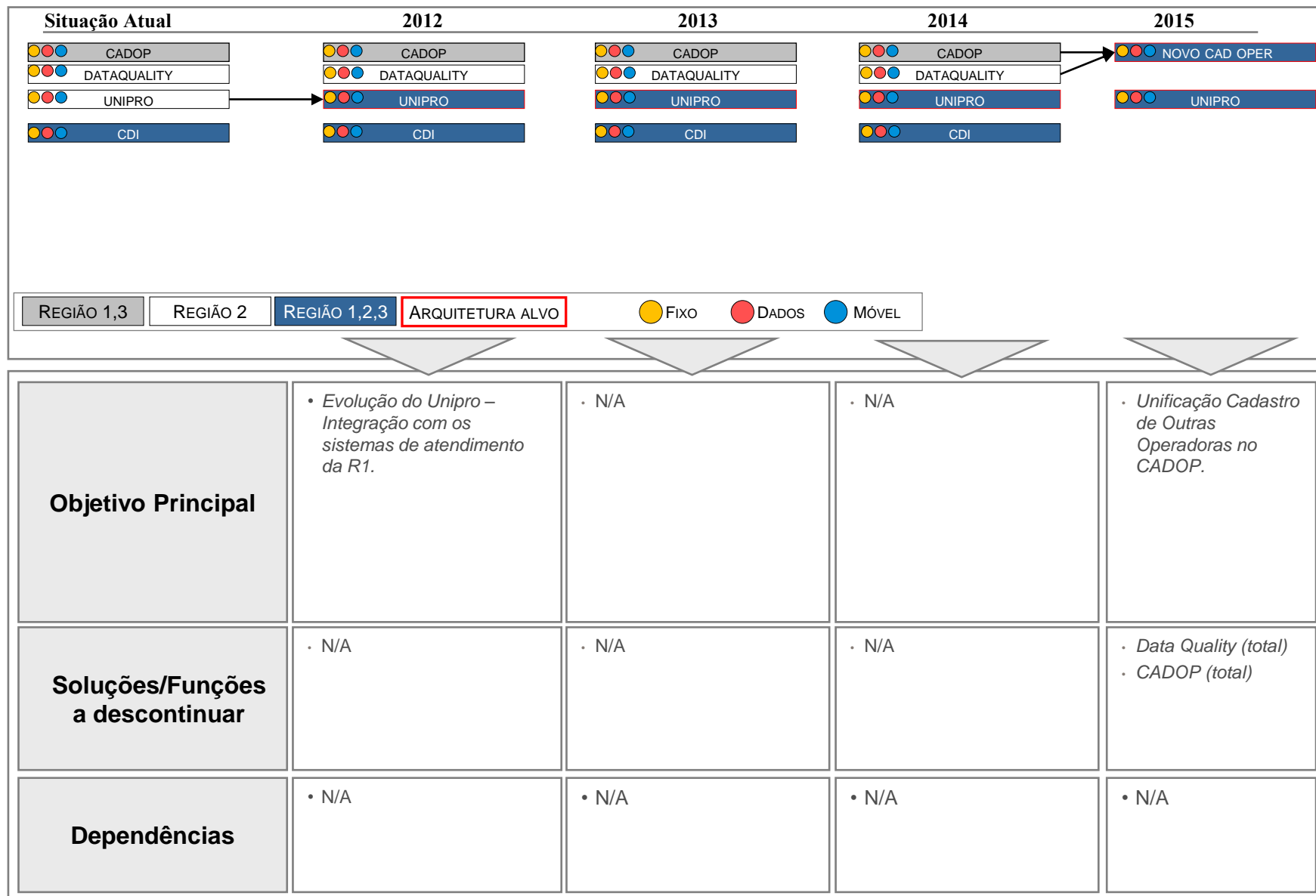
Subdomínios – Gestão de Informações de Cliente, Atendimento, Retenção e Autoatendimento (I)



Objetivo Principal	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Varejo – Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Varejo – Região 1 e 3 e Empresarial Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Empresarial – Região 1 e 3 e Corporativo Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Corporativo Região 1 e 3..
Soluções/Funções a descontinuar	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) SIAC (parcial) Oi Atende (parcial) SAI (parcial) Oi Vende (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) STC (parcial) SiNN – Cabo (parcial) SINN – DTH (parcial) SIAC (parcial) Oi Vende (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) STC (parcial) SIAC (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) STC (parcial) SIAC (parcial)
Dependências	• N/A	• N/A	• N/A	• N/A

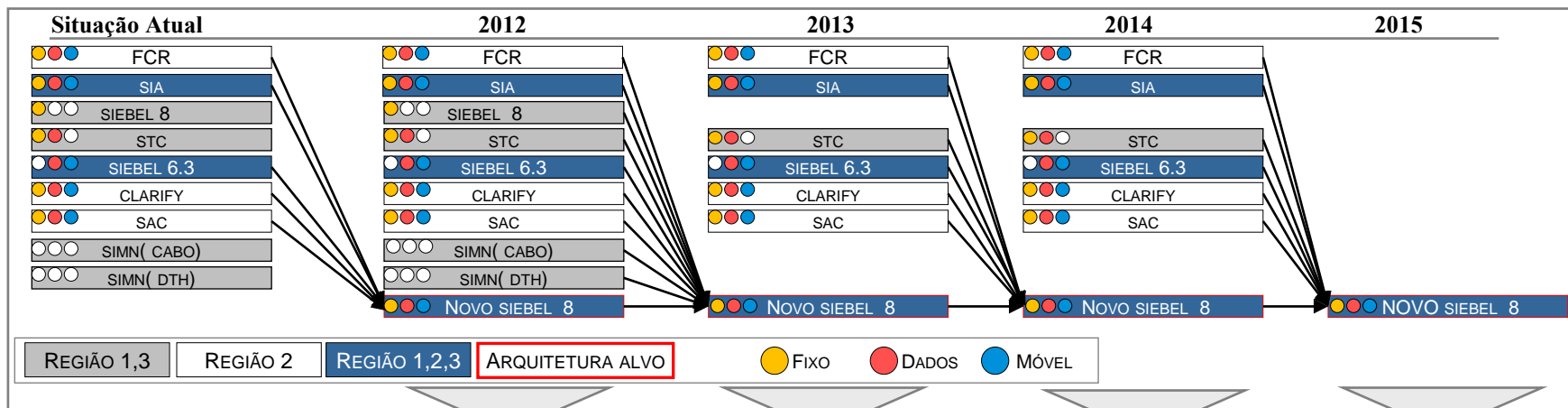
Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

Subdomínios – Gestão de Informações de Cliente, Atendimento, Retenção e Autoatendimento (II)



Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

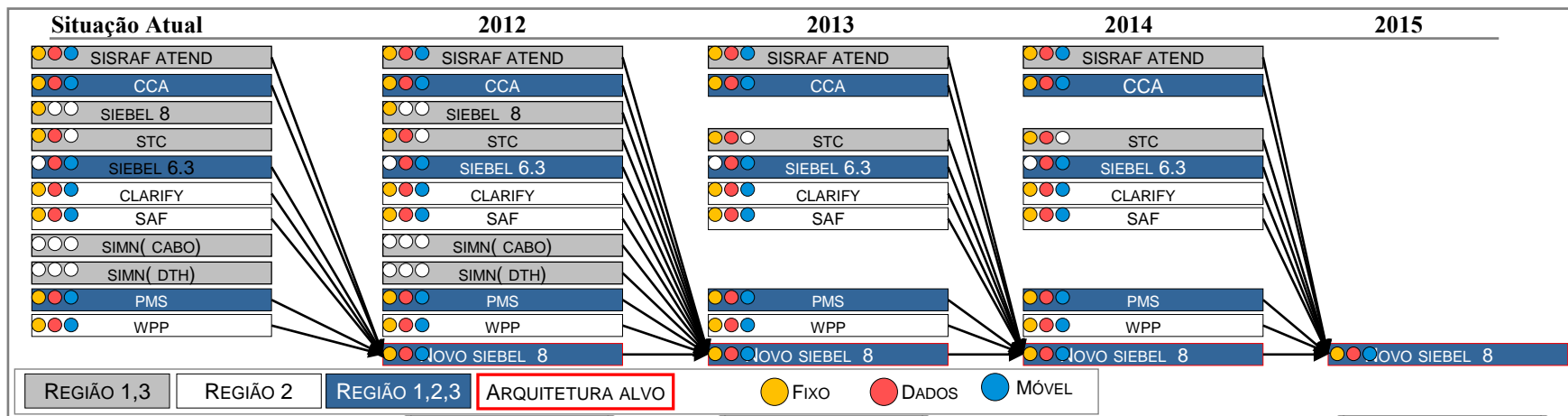
Subdomínios – Gestão de Problemas de Clientes



Objetivo Principal	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Varejo – Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Varejo – Região 1 e 3 e Empresarial Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Empresarial – Região 1 e 3 e Corporativo Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Corporativo Região 1 e 3..
Soluções/Funções a descontinuar	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) FCR (parcial) SIA (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 8 (parcial) Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) STC (parcial) SiNN – Cabo (parcial) SiNN – DTH (parcial) FCR (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) STC (parcial) SIAC (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAC (parcial) STC (parcial) SIAC (parcial)
Dependências	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> N/A

Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

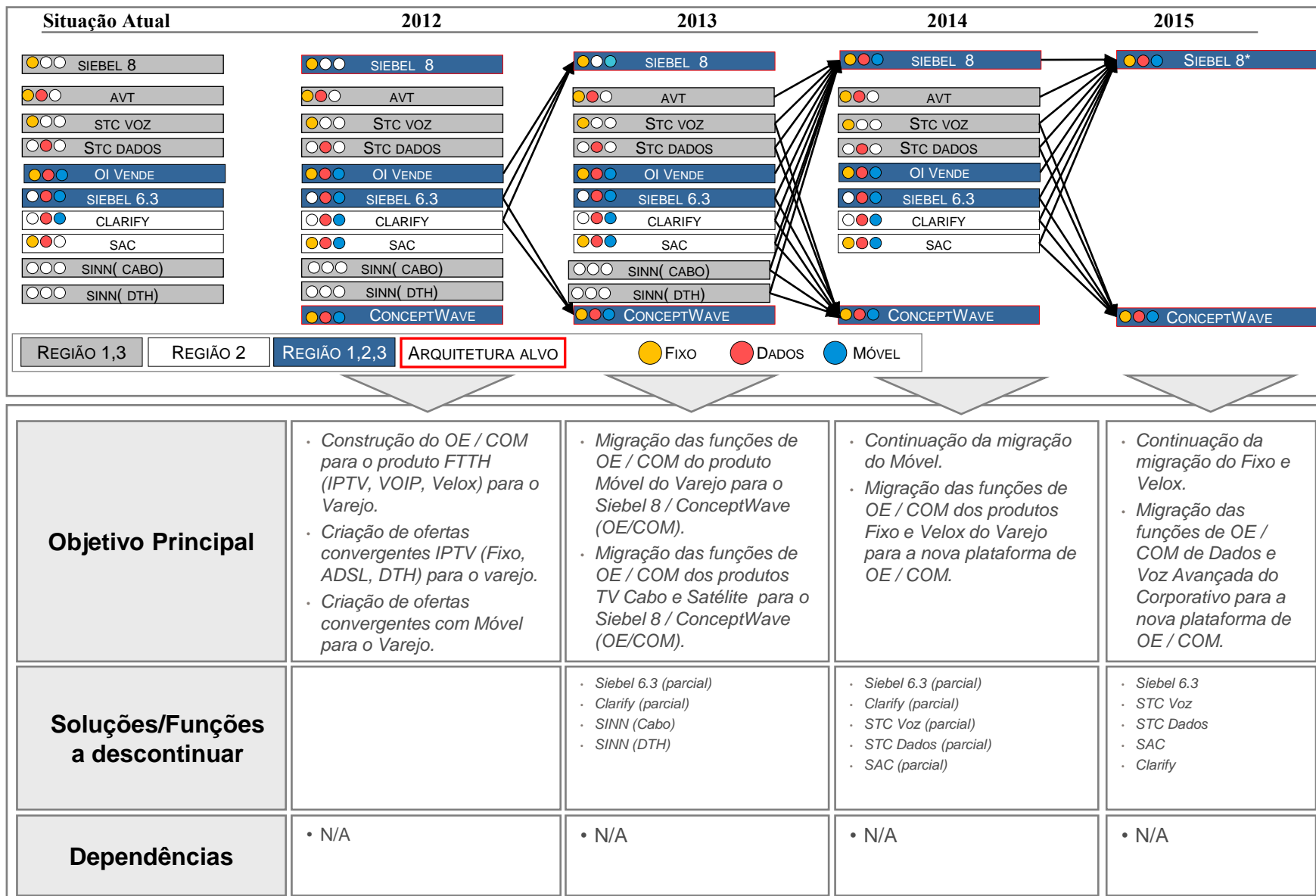
Subdomínios – Atendimento à Contestação e Ajustes



Objetivo Principal	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Varejo – Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Varejo – Região 1 e 3 e Empresarial Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Empresarial – Região 1 e 3 e Corporativo Região 2. 	<ul style="list-style-type: none"> CRM como Mestre de Clientes e Contas – visão única, centralizando as funções de atendimento técnico e não técnico ao Cliente, excluindo Venda. Corporativo Região 1 e 3.
Soluções/Funções a descontinuar	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) SAF (parcial) PMS (parcial) WPP (parcial) CCA (parcial) SISRAF Atend (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 8 (parcial) Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) STC (parcial) SINN – Cabo (parcial) SINN – DTH (parcial) SAF (parcial) PMS (parcial) WPP (parcial) CCA (parcial) SISRAF Atend (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) STC (parcial) SAF (parcial) PMS (parcial) WPP (parcial) CCA (parcial) SISRAF Atend (parcial) 	<ul style="list-style-type: none"> Siebel 6.3 (parcial) Clarify (parcial) STC (parcial) SAF (parcial) PMS (parcial) WPP (parcial) CCA (parcial) SISRAF Atend (parcial)
Dependências	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> N/A

Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

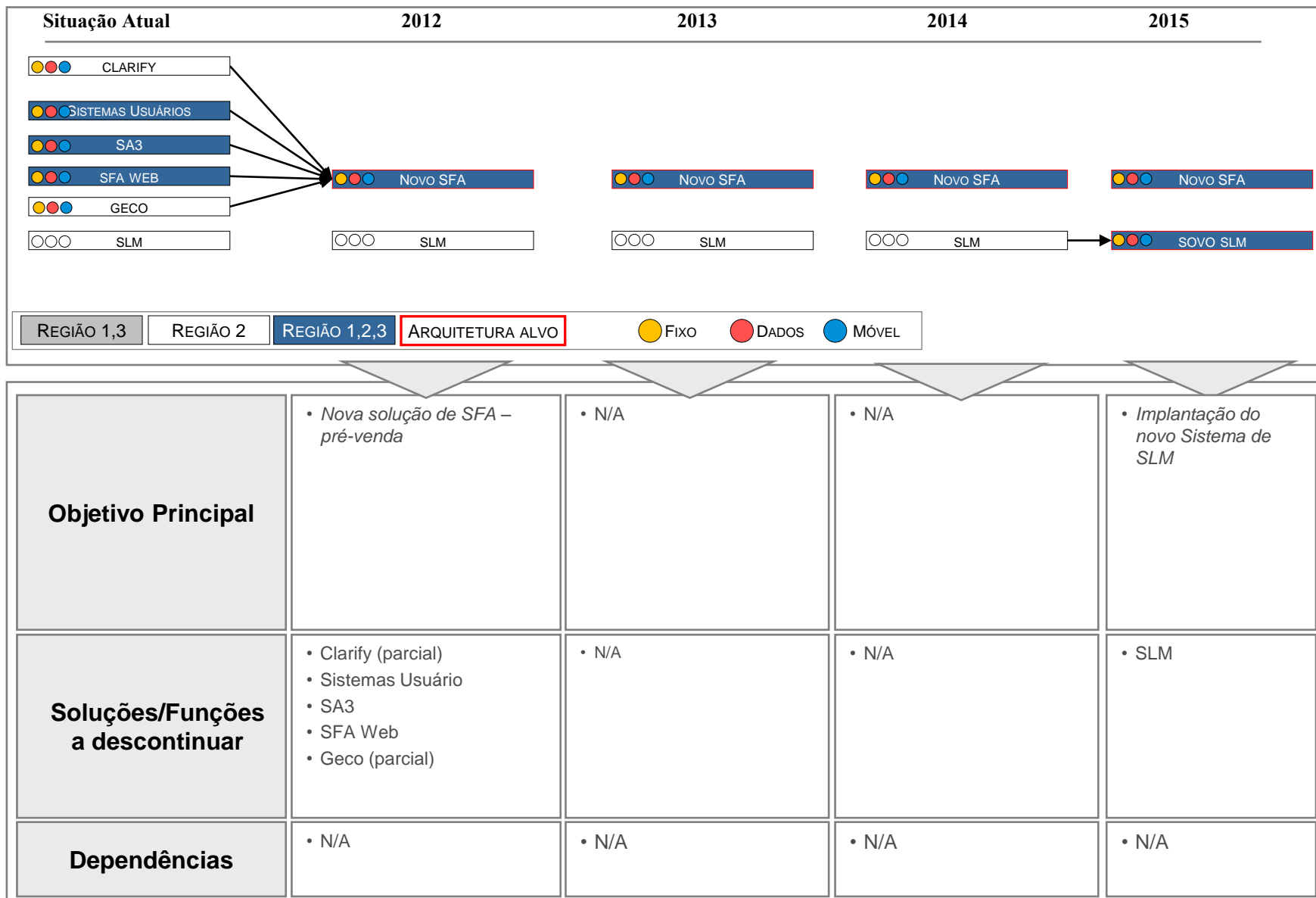
Subdomínios – Vendas e OE / Customer Order Management



* Não esta em pauta a questão das instâncias do Siebel 8.

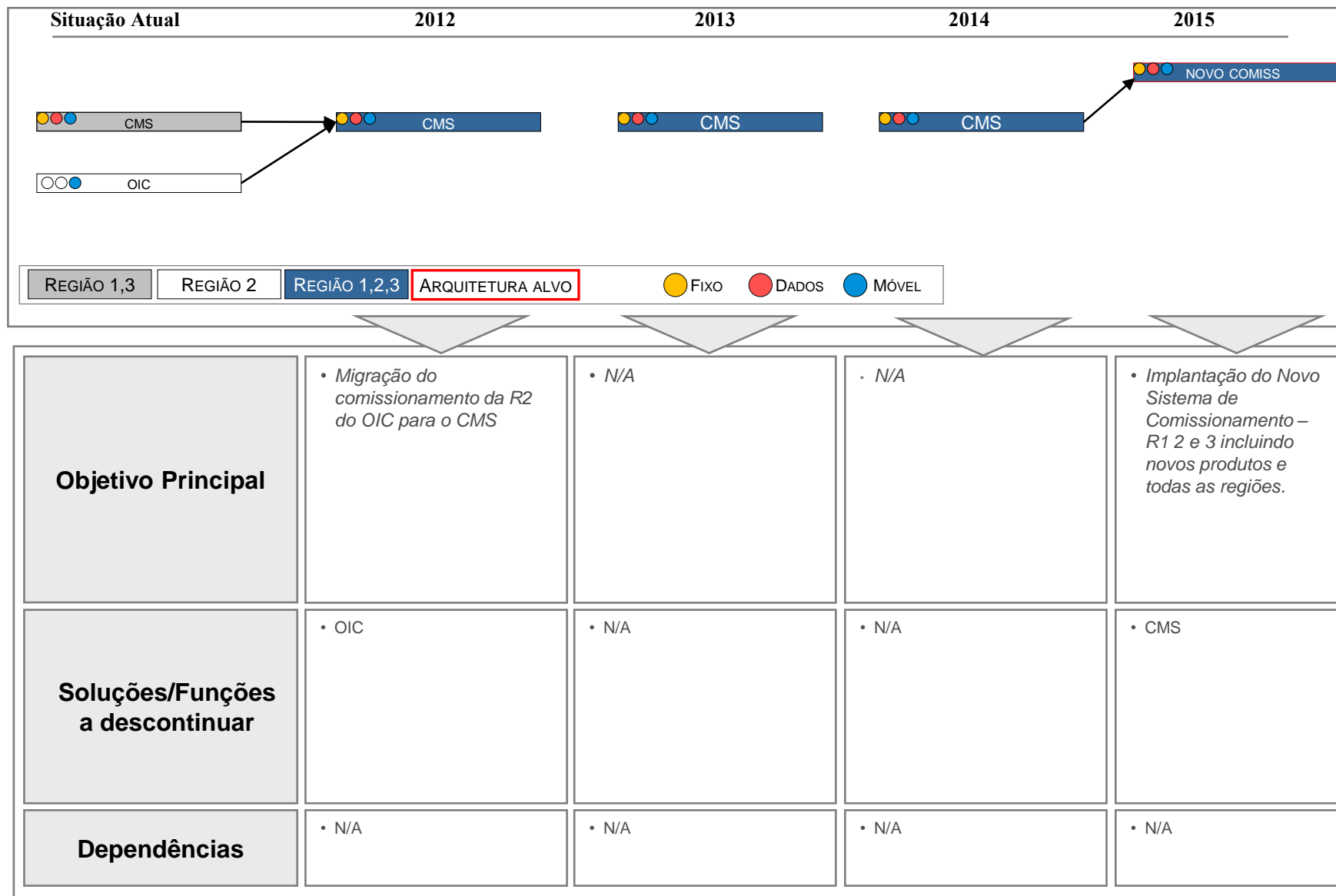
Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

Subdomínios – Gestão de Vendas Corporativas e Nível de Serviços



Detalhamento de Iniciativas: Domínio Gestão de Clientes e Autoatendimento

Subdomínios – Comissionamento





Anexos

Programas não incluídos no *Roadmap* Estruturante



Apresenta-se abaixo uma lista de programas em que, apesar de identificados, foi decidida a sua não inclusão no Roadmap Estruturante da Oi

Programas

Justificação

P4

Novo Sistema para Campanhas

Programa classificados como tático e estão sendo considerados em outra iniciativa.

P5

Novo Sistema Executor de Campanhas

Programa classificados como tático e estão sendo considerados em outra iniciativa.