

# IBM BUSINESS PROCESS MANAGEMENT SOLUTION

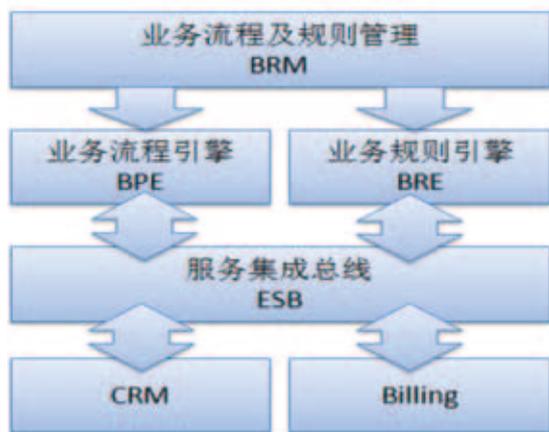
## 电信企业转型的流程规则管理解决方案

### 行业需求概述

自2008年以来，通信行业步入全业务竞争和跨行业融合时期，在激烈的同业竞争和互联网替代业务快速渗透之下，中国通信运营商面对的市场环境迅速从过去的高速新增向新增放缓转变。同时，全业务运营也推动运营商从单一的移动或固网通信产品运营向固网和移动互联网综合业务迅速扩展，成为多产品提供商。在业务运营场景已经发生改变的情况下，继续沿用面向新增市场的发展策略和经营模式不但无法为企业带来持续稳定的业绩增长，还会制造成本上压力和管理上的困难。

### IBM BPM解决方案

运营商客户可以选择IBM作为合作伙伴，引入BPM方法和技术对业务管理流程、产品结构和管理方法、IT实现方式进行调整和改造，最终解决客户面临的三类核心问题，在业务和IT领域均可取得突破性成果。



**业务流程重构和优化：**IBM服务团队帮助客户梳理营销业务流程，将面向细分市场的营销策划周期缩短到2周，并建立进行多播次短周期营销活动执行控制流程，确保运营商在管理上能够支持面向细分用户群并发地进行快速营销活动。

**产品和营销规则化管理：**通过引入IBM业务规则管理方法和支撑模块，将产品管理、互斥检查、组合优惠等业务规则从应用程序中抽取出来，并根据目标业务管理场景进行重构和优化，最终形成原子产品—组合产品—营销方案的三级产品管理体系。如在某

案例中，通过300多原子产品及2000多业务规则的组合覆盖目前3万多个套餐及支持未来无限扩展的自由产品组合，同时将产品设计周期从4周降低到3天。

**业务规则自动化应用：**通过引入IBM业务规则管理模块和规则服务引擎，使得业务人员借助友好的、图形化的操作工具，通过类自然语言和简单的规则公式自主实施业务规则调整，调整和变更结果通过规则引擎以服务方式与CRM和计费系统进行集成，自动化应用业务规则而无需进行传统的人工任务密集型开发，可大幅提升业务需求实现效率和质量，也大幅降低应用开发成本。

实施IBM BPM解决方案，为运营商改变营销模式、产品销售模式提供了可能，实施IBM BPM方案通过优化营销管理流程、重构产品结构、改善IT支撑效率，最终加速新产品和营销活动推向市场。如在某运营商案例中，新产品和营销活动从策划到执行从过去的4-6周缩短到1周以内，在不增加人员条件下，并发营销活动数量较过去增加了2倍。

通过产品管理重构和订购流程重构，实现超市化销售模式，客户可以根据自己意愿选购和组合产品，系统会根据客户选购产品数量、品类和客户级别自动进行打折、赠送等优惠，在大幅提升客户体验的基础上也为该运营商带来了真实的收入增长，如在一个地市试点实施超市销售模式时，当月就为该地市贡献2%收入增长。

**实施精确营销，**针对存量客户细分和产品匹配后制定针对性方案和定向执行，避免传统广谱营销活动大幅存量客户重入网，节省渠道中间成本。以某运营商客户200万用户规模地市公司试点为例，降低5%的重入网率，全年降低渠道中间成本300万；规则



# IBM BUSINESS PROCESS MANAGEMENT SOLUTION

## 电信企业转型的流程规则管理解决方案

管理引入新的IT实现方式，避免由于理解错误带来的重开发工作量，大幅降低软件开发工作量和成本，每年降低10%IT软件开发成本，约合400万。

为改变运营转型奠定基础：在产品管理模式、营销流程和IT建设模式这些基础条件完成调整的基础上，企业进行更深层次的运营模式转型，探索存量客户市场运营策略成为可能。

### 价值主张

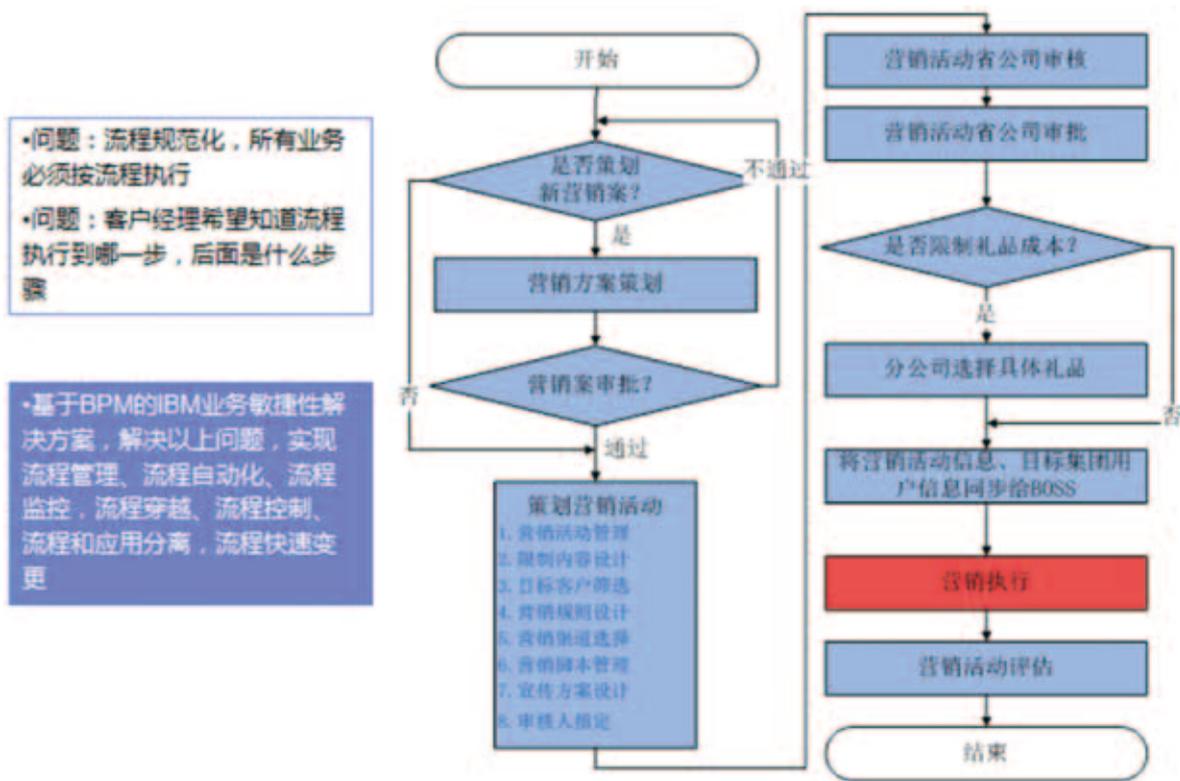
为运营商改变营销模式、产品销售模式提供了可能，通过优化营销管理流程、重构产品结构、改善IT支撑效率，最终加速新产品和营销活动推向市场。

### IBM解决方案产品

- MB(ESB)
- GBS SOA 测试方法和测试工具
- IBM BPM V7.5(BPM)
- IBM WODM (iLog Business Rule Mgmt)
- IBM WSRR(SOA Governance)
- IBM WebSphere Business Monitor(BAM)
- IBM Business Modeler/SOMA-ME/RSA

### 典型业务场景

- 集团客户市场营销:



© 版权所有IBM Corporation 2013

IBM、IBM徽标、ibm.com是国际商业机器公司在美国和/或其他国家或地区的商标或注册商标。如果上述和其他IBM商标在本文档中初次出现时带有商标符号(®或™)，则表示在此信息发布时，这些商标是IBM拥有的、在美国的注册商标或普通法商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取IBM商标的最新列表，请查看[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)的“Copyright and trademark information”部分。未经IBM公司书面许可，不得以任何方式复制或传播本文档的任何部分。

到发布之日止，产品数据都进行了准确性审核。产品数据可能随时更改，恕不通知。关于IBM未来方向或打算的声明仅代表IBM的发展目标，如有变更，恕不另行通知。IBM“按原样”提供本出版物，不进行任何明示或暗示的保证，包括推销期间或出于某种目的而做出的任何暗示的保证。一些法律法规不允许在不预先通知的情况下在某些交易中表达或暗示质量免责声明。

本文档中针对IBM和非IBM产品及服务的性能数据是在特定的操作和环境条件下得出的。由任何该产品或服务的执行方获得的实际成果取决于大量特定于该方操作环境的因素并可能有很大差异。IBM不保证此类产品或服务的任何实现能够获得或包含此类成果。本文档中包含的有关第三方的任何材料基于从该方获得的信息。并没有独立验证信息的精确性。本文档不等于来自IBM对任何第三方产品或服务的明示或暗示的建议或认可。

客户应自行保证遵守法律法规要求。获取有能力的法律顾问关于确定和解释任何可能影响客户的业务的相关法律和法规要求，以及读者为遵守法律可能必须采取的任何措施的建议是客户自己的责任。IBM不提供法律建议，也不表示或保证其服务或产品将确保客户遵从任何法律或规定。

