

## 無線企業界中 SQM/SLA 管理的趨勢

日期：2005 年 11 月

作者：Valient Corporation 技術長 Kieran Moynihan

### **概要：**

本白皮書概述在全球無線業中，企業客戶服務品質管理 (SQM/SLA) 管理的全球趨勢，內容根據：

- Valient 領導 OSS 業界無線 SQM/SLA 管理的經驗，以及與全球無線服務供應商合作的經驗
- 針對企業客戶的 SQM/SLA 管理，在 TeleManagement 論壇上提出的服務供應商意見回饋與需求
- 業界報告如 OSS Observer、Yankee Group、IDC、Stratecast
- 與企業界的專門分析師團隊討論，例如 Gartner、Forrester 等。
- 業界媒體文章

## 企業界推動全球採用無線 SQM/SLA

一般認為，企業界推動了全球無線服務供應商超過 90% 的 SQM/SLA 專案，企業客戶對無線服務供應商的要求包括：

- 服務供應商使用客戶導向的方式，為客戶提供一致的服務品質，以及智慧型客戶管理，而其中一個重要元素是真正整合服務供應商中的主要部門，例如企業帳戶群組、網路作業、客戶管理和產品管理，以整體管理企業。
- 根據服務品質與客戶管理，提供真正的企業 SLA，充分體驗客戶經驗。以計分卡型手冊為基礎的傳統 SLA 報告，一般用於大型公司語音客戶，且不能展示客戶體驗；對無線資料服務來說，這種報告已經不能滿足需求。真正的企業 SLA 會針對地理區域、個別服務和特定客戶群，評量可存取性、可保持性、產量、延遲、客戶管理成效等項目。

## 企業客戶與無線服務供應商合作時的主要問題

針對與無線服務供應商的合作，全球企業找出了一些共通的難處：

### *不佳或不一致的服務品質*

此問題與標準服務品質相關，如可存取性、可保持性、產量、延遲等，最大的問題是相同地點的服務品質，會在一天中不斷改變。

### *無預期故障*

顯然地，雖然企業瞭解無線網路的高度複雜性，由於企業職員都更依賴無線資料服務，所以無預期故障會影響職員，造成極大的困擾。

### *即時解決服務品質問題*

發生故障後，企業通常會求助於無線服務供應商，希望：

- 詳細瞭解故障原因，以及對業務的影響程度
- 詳細瞭解受到影響的人員、品質有所降低的服務與影響的性質，以及影響所及的區域
- 詳細檢視最佳的預估恢復時間，以實作自己的意外計劃
- 無線服務供應商採取哪些步驟，為影響客戶的問題，決定解決的優先順序
- 無線服務供應商會採取哪些客戶管理步驟，在整個故障過程中管理企業人員

## 智慧型客戶管理

全球企業客戶面對的最大問題，可能是缺乏智慧型客戶管理。全球將近 80% 的服務供應商案例中，企業客戶經常聯絡客戶管理，通知無線服務供應商發生嚴重故障，企業客戶無法接受這樣的情況，且客戶管理應能提供下列項目：

- 發生嚴重故障時，能夠即時掌握情況，如同組織的一份子
- 針對地理區域、個別服務類型及特定客戶群，瞭解故障的影響
- 有效地連結網路作業，讓客戶管理能夠以智慧型方式檢視預期的恢復時間
- 企業客戶聯絡客戶管理中心時，以非常有效的方式與其人員溝通

## 各個部門是否有確實進行溝通？

全球企業客戶面對的另一個重大問題，就是認為服務供應商的主要部門並未確實進行整合，這種情況最常見於重大故障後，各部門互相推卸責任，網路作業的漏洞讓問題得不到應有的解決，客戶管理人員又茫無頭緒，企業帳戶管理人員將問題歸咎於網路作業，指其未有發出任何通知，企業 CEO 最後必須進行升級作業……

## 主動就重大問題通知企業客戶

由於目前企業日益依賴無線資料服務，因此需與無線服務供應商建立真誠的夥伴關係，而企業強烈要求服務供應商更主動進行溝通往來，就是這個趨勢的最佳例子。企業尤其需要服務供應商在得悉發生（或可能發生）嚴重影響客戶的問題後，可以立即主動聯絡他們。即使是預期的故障管理，在全球全天候運作的商業環境中，任何故障都會影響特定區域的部分相關人員，或是正在其他時區漫遊者。這做法可以為企業提供最長的時間，部署意外規劃，並將故障對業務的影響降到最低。

## 為何無線服務供應商不能像其他電信服務供應商一樣，為我們提供 SLA ？

推出 GPRS 和 CDMA 1X 等無線資料服務後，企業一直對無線服務供應商存有疑問，為何供應商不會／不能像其他的固定服務供應商一樣，提供完整的企業 SLA，無線服務供應商的回答通常都是：

- 相較於固網，無線網路在管理上困難許多，因此無法提供精確的 SLA。
- 軟體界並未與無線業界並駕齊驅，因此目前沒有任何 SQM/SLA 管理系統，可以處理無線網路的複雜性
- 我們的全國計分卡報告確實呈現了您的客戶經驗，而我們在背後有許多專家大量使用這些資料，每季為您產生高價值的品質報告
- 全球許多無線服務供應商都不太重視 SQM/SLA 管理的重要性，而企業 SLA 則顯示他們的企業客戶非常滿意目前的安排。雖然這是自然防禦反應，企業已經瞭解，目前存在且部署於全球主要服務供應商的管理技術，可提供巨大的商業價值。在其中一個案例中，歐洲一個主要一級 (Tier 1) 無線服務供應商透過公關項

目宣揚這個訊息，背後卻迅速發展一項 SQM/SLA 管理專案，阻止低下的服務品質導致大幅偏離企業客戶的期望。

### **瞭解長期趨勢及規劃，改進服務品質與客戶管理**

另一個重要的企業客戶區域，是以正規方式瞭解服務供應商如何計劃改善服務品質，並更長期地進行客戶管理。若發生持續影響企業客戶的系統問題時，上述措施便尤其重要。

## **企業 SQM/SLA 管理的業務推動力**

針對無線服務供應商需要透過真正的企業 SLA，來部署客戶導向的方式時，全球企業都有一系統共同的推動力：

### **無線領域現在是企業活動／程序的關鍵業務角色**

企業將愈來愈多商業功能移至無線網域，因此愈來愈需要無線服務供應商提供一致的服務品質及智慧型客戶管理。做為內部商業程序的一部分，企業的服務供應商必須擁有正式結構，保證可以有效地管理服務品質和客戶管理。服務供應商的特定 IT 部門特別強調，在日趨整合的世界中，整個企業 SLA 無線擁有的獨特通行證已過期，而無線服務供應商必須實際執行服務品質及客戶管理。

### **將更多服務移至無線網域**

企業希望得到保證，可以進一步將商業活動可靠地移至無線網域。目前的無線服務供應商並未精確呈現他們如何進行無線網域的活動，因此更難推動企業將更多新服務移至無線網域。在全球許多企業之中，由於各方對無線網域缺乏信心，加上過去嚴重故障的慘痛經歷，無線網域的推廣者都無法推行以無線方式進行更多商業活動。這些推廣者都認為客戶導向的服務品質管理和客戶管理，有助說明其他人，將更多商業程序移至無線網域。

### **服務品質低落與故障管理**

企業客戶與無線服務供應商之間的夥伴關係，跟企業客戶能否實行完備的意外管理計劃息息相關。現今的全球商業環境步調快速，企業不能怠慢，祈求解決方案，可以迅速解決無線網路的嚴重故障。因此，企業特別希望與服務供應商的企業帳戶管理人員及客戶管理團建立深厚的夥伴關係，以確實實行最佳的意外計劃。他們現在特別要求這些服務供應商團隊，主動與他們共同處理危機。

### **評估無線服務供應商的業績**

目前的競爭日增，企業希望可以實行結構，以客觀地評估無線服務供應商是否可以協助企業達成業務目標，而企業 SLA 報告就提供所需的正式架構。

## 使用企業 SLA 留住客戶

無線服務供應商的一項重要推動力，是以真正的企業 SLA 做為重要工具，以留住高價值企業客戶。企業客戶提供的全球無線服務，已成為多數企業進行年度正式評估程序的標準，來判斷哪一家服務供應商能夠以最廉價的價格，提供最佳的服務品質和客戶管理。根據目前的全球趨勢，企業轉用其他無線資料服務供應商時，將一併轉移所有的語音業務，儘管資料服務只佔企業客戶業務的 10 至 20%，且不少無線服務供應商的資深管理人員都低估了低品質服務對企業客戶的影響，如果客戶將業務全部轉至新的服務供應商，對原有供應商會造成很大的影響。

## 使用企業 SLA 吸引競爭對手的高價值企業客戶

全球的漸進服務供應商都體認到，必須以真正的企業 SLA 鞏固客戶導向的 SQM/SLA 管理，以增加本身的競爭優勢，吸引競爭對手的重要企業客戶。妥善處理自己的重要企業客戶後，許多服務供應商都積極計劃搶攻競爭對手的重要企業客戶。尤其是在傳統企業客戶群中領導市場的龍頭服務供應商，這類供應商現在都面對其他業者的嚴峻挑戰。

## 最後還是以價格決勝負嗎？

直到現在，價格還是搶佔企業客戶的主導因素。雖然價格會一直是重要因素，品質／客戶管理的重要性卻日趨增加。在飽和、成熟的市場中，若企業客戶的價格降至無法接受的程度，對所有無線服務供應商都沒有好處。然而，消費者市場已經出現這個情況，若此情況也發生在企業收益上，可能嚴重損害無線服務供應商的財務。對於為整個企業提供服務的企業資深管理人員來說，他們的致勝之道就是與無線服務供應商，建立更密切的夥伴關係。價格最低的服務供應商可能無法提供一致的品質，因而大幅增加客戶管理的成本，讓負責的管理人員及整個企業組織負上昂貴、沈重的代價。

## 企業因此尋求財務 SLA 回扣嗎？

服務供應商表現未如理想時，推動企業尋求財務 SLA 回扣的主要因素，是確定服務供應商在內部經營其業務，以支援符合／超越客戶 SLA。在不少的案例中，眾多的企業 SLA 回扣需求讓無線服務供應商對提供企業 SLA 感到憂慮。然而，下列因素可降低這些憂慮，並減少財務 SLA 回扣的所有問題。

- 企業和服務供應商同意逐漸採用企業 SLA 回扣，讓雙方建立堅固的夥伴關係，並瞭解新的客戶導向參照範例

- 許多企業只想專注於運用客戶導向 SQM/SLA 方式的商業優勢，即改善品質、客戶管理，並延遲財務回扣需求。

## 鼓勵企業盡早採用 3G

在 UMTS 和 EV-DO 的案例中，無線服務供應商發現，企業客戶對於轉移業務關鍵活動至新的無線技術，感到憂慮。

大型企業有意願轉至新的 3G 服務時，他們的大型顧問夥伴都會提出 3G 網路的品質／穩定性問題，並建議他們在 2007 年前繼續使用 2.5G 服務。國際顧問公司都會認為，2.5G 服務已經未能提供強大的 SQM/SLA 管理和企業 SLA，因此使用全新複雜技術的 3G 服務並非理想的選擇。

無線服務供應商有強大的業務原因，將企業移轉至 3G 網域，其中包括：

- 提升企業能力，以採用需要 3G 頻寬的新服務
- 提升企業能力，以運用 3G 中如 IMS 的功能，在服務設計和控制提供更多彈性
- 支援對 3G 網路的需求，以顯示重大的資料收益
- 解決現有服務產量的限制

採用以企業 SLA 鞏固的完善 SQM/SLA 管理方式，大幅增加企業客戶的信心，讓他們移轉至 3G 服務。

企業客戶都明白 3G 技術是全新、有用的服務，並在 SLA 夥伴關係加以確認。

然而對企業來說，建立信心的重要方式是無線服務供應商能以客戶導向的方式推動 3G 業務，並與重要企業客戶進行密切的諮詢。

