

# Betere service dankzij communicatie



Zelfs met sterk verspreide activiteiten kan de Britse retailer Tesco klanten nog steeds een geweldige ervaring bieden. En dat komt door xMatters. Tesco zet xMatters in om het on-call proces te stroomlijnen, responstijden te verkorten en responses met één klik te activeren. Daarmee heeft Tesco de impact van serviceproblemen drastisch weten te verminderen. Vaak worden deze problemen opgelost nog voordat klanten zich zelfs maar bewust zijn van een probleem.

## Belangrijkste punten

- › Verbetering van de bevestiging van meldingen met 98%
- › Gemiddelde responstijd ingekort tot minder dan 3 minuten
- › Gerichte, bruikbare meldingen verminderen alarmmoeheid
- › Binnen 27 dagen geïmplementeerd



# Tesco verbetert de efficiëntie met een servicegerichte architectuur

Voor Tesco, een internationale retailer, is service essentieel. Naast de 7800 winkels (waaronder franchises) in 11 markten, is het bedrijf online zeer actief en bereikt het elke week miljoenen klanten.

Tesco was vastbesloten om klanten een ITSM-organisatie van wereldklasse te bieden. Daarom werden verbeteringen in de IT-afdeling doorgevoerd en werd een servicegerichte architectuur (SOA) geïmplementeerd. Deze fundamentele wijziging in de serviceorganisatie vroeg om een net zo drastische verbetering van meldingen, zodat problemen vanaf het moment van ontdekking tot en met de oplossing ervan konden worden gevolgd. Vandaag blijkt uit de servicemeetwaarden van Tesco dat het bedrijf zijn belofte nakomt.



"xMatters heeft ons als organisatie echt geholpen. Het bedrijf heeft ons geholpen om het juiste voor onze klanten te doen, en dat heeft inzichten opgeleverd waarmee we ook toekomstige verbeteringen kunnen doorvoeren."

**ROB AINSCOUGH**

Head of Product – Identity & Access Management

The Tesco logo, consisting of the word "TESCO" in a bold, sans-serif font with a horizontal line through the middle of the letters.

## Uitdagingen

De IT-afdeling beheert 26.000 tickets per week vanuit verspreide operationele centra in negen verschillende landen. Het bijhouden van de effectiviteit van teams en medewerkers was dus een hele uitdaging.

De meldingsprocessen waren over de hele wereld verschillend en dat leidde tot tragere responstijden bij problemen waarmee klanten te maken kregen.

## Oplossing

Het team ging na hoe het flexibeler kon werken, en er werd een nieuwe structuur opgezet met 30 product- en serviceteams die eigenaar waren van het ontwerp, de ontwikkeling en de uitvoering van hun systemen.

Bij deze nieuwe SOA kan elke technologisch medewerker zich abonneren op relevante meldingen. Alles verloopt dus geheel à la carte. Het gevolg? Teamleden werken beter samen, reageren sneller en zijn efficiënter. Ze kunnen zich ook afmelden voor meldingen die niet relevant zijn. Hoe gericht de waarschuwingen, hoe minder alarmmoeheid en hoe beter de efficiëntie, waardoor de service verbetert.

De implementatie van het nieuwe service reliability platform verliep tamelijk probleemloos: Tesco implementeerde het xMatters-systeem wereldwijd in maar 27 dagen.

## Voordelen

IT-servicemedewerkers kregen overkoepelende training in de nieuwe gestandaardiseerde informatie, zodat iedere medewerker elk probleem kon oplossen en een consistente ervaring kon bieden. Dankzij de nieuwe architectuur en het nieuwe communicatieplatform zag Tesco vrijwel onmiddellijk verbetering, vooral bij teams die de meeste meldingen krijgen:

- ▶ Het percentage bevestigde meldingen bedraagt nu meer dan 98%
- ▶ De gemiddelde responstijd is minder dan 3 minuten
- ▶ Verloren tickets behoren tot het verleden
- ▶ De samenwerking tussen teams is sterk verbeterd
- ▶ Dankzij abonnementen is de alarmmoeheid verminderd

Tesco heeft nu een consistentere werkomgeving, waardoor betere metingen mogelijk zijn en analyses consistent zijn. "We hebben de manier waarop gecommuniceerd wordt zowel technologisch als organisatorisch gewijzigd. Mensen kunnen zich nu abonneren op alles wat voor hen relevant is. En dat zorgt voor een groter verantwoordelijkheidsgevoel en betere resultaten", zegt Rob Ainscough.

Tesco heeft een geheel nieuwe IT-architectuur opgezet met nieuwe rollen, systemen en verwachtingen. Het bedrijf werkt efficiënter, klanten zijn tevredener en er zijn meer groeimogelijkheden. "xMatters heeft ons als organisatie echt geholpen. Het bedrijf heeft ons geholpen om het juiste voor onze klanten te doen, en dat heeft inzichten opgeleverd waarmee we ook toekomstige verbeteringen kunnen doorvoeren," aldus Ainscough.



We hebben de manier waarop gecommuniceerd wordt zowel technologisch als organisatorisch gewijzigd. Mensen kunnen zich nu abonneren op alles wat voor hen relevant is. En dat zorgt voor een groter verantwoordelijkheidsgevoel en betere resultaten.

**Rob Ainscough**

Head of Product – Identity & Access Management

The TESCO logo, featuring the word "TESCO" in a bold, black, sans-serif font with a horizontal line underneath.



**xmatters.com**

© Copyright 2021 xMatters. Alle rechten voorbehouden.

Alle andere producten en merknamen zijn handelsmerken of gedeponeerde handelsmerken van hun respectieve houders.