



# ‘Op internationaal niveau

“De wereld van telecom en ICT is heftig in beweging, zeker bij KLM. De techniek verandert voortdurend, net als de omstandigheden waarin we die techniek toepassen. Door de fusie met Air France merken we dat projecten weer de ruimte krijgen”, aldus Marcel Treffers. Hij is Product Manager Voice bij KLM en krijgt op een aantal vitale projecten assistentie van Strict-consultants. “Voice is veel meer dan telefonie, het wordt een data-applicatie met ongekende mogelijkheden.”

Voice beperkt zich bij KLM niet tot telefoneren. “Het gaat om veel meer dan verbindingen tot stand brengen. De strategische waarde is enorm toegenomen. Vroeger was het gewoon plat bellen, nu is het een onderdeel van de totale operatie. Denk ook aan de ontwikkeling van VoIP. Dat wordt een data-applicatie waar je van alles mee kan doen. Voice wint aan importantie, ook door de integratie van spraak en data”, aldus Treffers. “Denk ook aan portofonie in het vliegtuigomdraaiproces. Dat zijn 40.000 korte oproepgesprekken in het proces van de aankomst van de vliegtuigen tot het vertrek. Maar in de winter moeten ook de mensen in de sneeuwschuivers met elkaar kunnen overleggen. Portofonie vraagt om extreem hoge beschikbaarheid, zowel buiten als binnen de gebouwen. Ook dat systeem moet vernieuwd worden.”

## Vijfde stad

KLM is een wereldbedrijf, niet alleen in omvang maar ook in uitstraling. “Natuurlijk zijn we ook technologisch aardig bij. Maar we lopen niet voor de muziek uit. Ik noem ons progressief in conservatieve zin. We werken niet met de allerlaatste releases, omdat we ons gezien onze business, geen enkele schipbreuk kunnen veroorloven. Het gaat om immense verantwoordelijkheden, want we hebben het wel over de vijfde stad van Nederland, als je naast KLM met 25.000 medewerkers ook de Schiphol Group meerekent. We zitten samen vaak aan tafel. Schiphol levert de faciliteiten, wij zorgen voor de passagiers en KPN zorgt dat het gladjes verloopt met de telecom.”

## Oursourcen

Het tijdperk dat KLM het allemaal zelf wilde doen, is allang voorbij. “Je moet doen waar je goed in bent en wij zijn een vliegbedrijf.” Outsourcen is heel normaal, zoals de hele operatie van telecom. Kenmerk van de afdeling Product Management Voice is dat de operationele verantwoordelijkheid bij de leveranciers ligt. Ook is een bewuste keuze gemaakt voor het inschakelen van externe consultants.

Telkens duiken nieuwe strategische keuzes op. “Moet je vast en mobiel niet

integreren? Dan moet je mobiele telefonie anders aanbesteden dan als losse entiteit. Uiteindelijk gaat het om een integraal telecombeleid.” Ook daarin assisteren Strict-consultants. “Naast het adviseren zijn ze vervolgens ook betrokken bij het implementeren van de keuzes. Zo worden ze met hun eigen keuzes geconfronteerd. Dat is goed, ze staan er ook voor”, constateert Treffers.

## BlackBerry

Het team van Marcel Treffers bestaat uit vijf vaste medewerkers. Zij worden geassisteerd door vier externe consultants, die werken als consultants/projectleiders. Het team is onder meer doende met een voor Schiphol specifieke infrastructuur zoals die nu al door KPN wordt geëxploiteerd. “Samen kijken we hoe en wanneer we de industrierichting, die naar de digitale standaard Tetra verwijst als opvolger van het huidige analoge systeem, kunnen gaan implementeren.”

De afdeling zorgt ook voor spraakoplossingen binnen het callcenter van KLM Nederland. En voor een voice-gestuurd systeem voor de indeling van personeel op Schiphol Centrum, om maar voorbeelden te noemen. Ook mobiele datacommunicatie wordt door de afdeling opgepakt. Zo is, gesteund door Strict, de BlackBerry geïntroduceerd en andere typen PDA's voor draadloos online gebruik van onder meer KLM Mail, Schedule en andere business ondersteunende applicaties.

## Fusie Air France

De fusie met Air France is ook een factor die bij KLM veel in beweging zet. Marcel Treffers ziet eigenlijk alleen maar mogelijkheden, zeker op korte termijn. “We krijgen nu de kans om in elkaars keukens te kijken. Soms zijn wij wat verder, soms zij. Portofonie bijvoorbeeld: de Fransen op Charles de Gaulle zijn al aan het migreren, wij zitten pas in de voorbereidende fase.” Bijzonder interessant is uiteraard de langetermijnvisie, die wordt gestuurd door ontwikkelingen op het wereldtoneel en de fusie met Air France.

Product Manager Voice houdt zich bezig met spraakcommunicatiesystemen voor heel KLM. De afdeling brengt KLM-ers met elkaar in verbinding. Natuurlijk met de telefoons op het bureau waarvan de afdeling er 12.000 beheert, maar ook meer dan 4.000 gsm-telefoons. Het meest bijzondere spraaknetwerk is dat van de portofonie op Schiphol. Het is de basis voor veel operaties op Schiphol waar mensen van KLM, Schiphol en overigen gebruik van maken, in totaal zo'n 3.000 abonnementen.

# Voice wereld van KLM in beweging

## met je vak bezig zijn'

“De fusie is tot dusverre een groot succes. Maar we staan pas aan het begin, er volgt nog veel meer dan we nu voor de korte termijn kunnen overzien. We werken aan het nemen van strategische keuzes, die samen met Air France bepaald moeten worden. En dat geeft het proces weer een heel nieuwe dimensie. Dan doel ik niet alleen op technische aspecten, maar ook op culturele en organisatorische componenten. In dit krachtenveld is het opstellen van de ‘driejaren telecomstudie’ gestart. Deze studie waar consultants van Strict bij betrokken zijn, geeft dus richting aan ons toekomstig telecombeleid. Dat is strategisch een zeer interessante ontwikkeling waar je op internationaal niveau met je vak bezig bent.”

### Bagage

“Die kennis heeft KLM niet allemaal in huis, dus kiest KLM voor externe consultancy”, aldus Treffers. “Wat de mensen van Strict toevoegen? Om te beginnen de kennis van de markt. Die markt is immens, je kunt niet alle ontwikkelingen bijhouden. Daarom is het nodig externe expertise in te huren. Daarnaast zijn Strict-consultants in staat zich zeer snel aan te passen aan hun nieuwe situatie. Ze plooiën zich naar de bestaande cultuur hier in huis. Alsof ze gewone KLM-ers zijn. Ze acteren niet als externe consultants, maar als echte vertegenwoordigers van mijn afdeling. Blijkbaar krijgen ze die cultuur als bagage bij Strict mee. Ze werken vanuit een bepaalde filosofie en daaraan herken je dat ze uit het nest van Strict komen.”

