

أورانج تكشف عن مشروعها الجديد: "كونكيت 2015"

كشف ستيفان ريشار، المدير التنفيذي لفرانس تيليكوم-أورانج، للصحافة اليوم الاثنين 5 يوليو عن مشروعها الصناعي الجديد للمجموعة ككل المسمى "كونكيت 2015" ["فتوحات 2015"]. وهو خطة عمل خماسية تهدف إلى رسم ملامح التحديات التي تنتظر المجموعة وأفاق المستقبل، وتوضح نشاطات عمل المجموعة مستعدة روح الريادة والاعتداد في المجموعة.

كونكيت 2015: الارتقاء إلى مستوى التحدي

ثلاثة تحديات رئيسة تحدد ملامح الخطة:

- أزمة اجتماعية غير مسبوقة بفرنسا،
- منظومة بنية سريعة التحول مع استمرار تسارع التطور التقني، والذي يجلب معه تطبيقات جديدة، لاسيما في ميدان الخدمات القائمة على الصورة. فبحلول العام 2020، سيكون عدد أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالإنترنت في العالم نحواً من 50 مليار جهاز. بل إن ما يُنقل اليوم على الإنترنت من بيانات يناهز 6 تريليون بايت في الشهر، ويستضيف يوتوب الآن من مواد الفيديو ما يبلغ زمن عرضه 2,000 سنة. في مثل هذا السياق، يتوقع الزبائن جودة خدمة لا تشوبها شائبة، وخطط فوترية مكيفة وأمن بيانات شخصية مكيفاً لاحتياجات الفرد الواحد، الخ.
- بيئة تنافسية وتنظيمية شديدة: يشمل ذلك دخول عوامل جديدة من عالم الإنترنت؛ وما يواجهه سوق بيع الجملة من أثر سلبي لتدني التعريفات نتيجة القيود التنظيمية، الخ.

كونكيت 2015: منهجية "تطوير مشترك" مبتكرة

لمواجهة هذه التحديات، عادت أورانج إلى منهجية "التطوير المشترك" المبتكرة التي تجمع فيها آراء موظفين من مختلف فروع وبلدان عمل المجموعة. بدأت المرحلة الأولى في مارس حيث التقى جمعٌ من نحو 50 شخصاً مع ممثلين من مختلف فروع وبلدان عمل المجموعة لرسم الخطوط العريضة لخطة المواجهة. ثم أعيد رسم هذه الخطوط على يد أكثر من 500 مدير تقريباً، وعاد كلٌّ من هؤلاء المدراء الخمسمائة إلى فريقه ليشرح له مضمون مداولاتهم المشتركة. هكذا وُلد مشروع "كونكيت 2015"؛ من مجموع تلك المداولات.

"كونكيت 2015": مشروع قائم على أربع توجهات استراتيجية

تتوجه أورانج من خلال مشروع "كونكيت 2015" في آن واحد إلى موظفيها وزبائنها وحملة أسهمها، وإلى المجتمع الذي تعمل فيه بصفة أعم. وقد عبّرت عن التزامها تجاه هؤلاء المستفيدين من خلال خطط عمل محددة.

- **كسب تأييد الموظفين.** تهدف أورانج أولاً وقبل كل شيء إلى كسب تأييد موظفيها الذي هم صميم قوام الشركة. فالمجموعة ملتزمة بتوفير بيئة عمل مفيدة لموظفيها من خلال رؤية جديدة إلى الموارد البشرية، وأسلوب جديد في الإدارة، وقيم مشتركة. وقد تجلّى هذا الالتزام بالفعل في قيام الشركة بتأسيس مجمع أورانج، الذي يهدف إلى تأسيس تجمع للمدراء بباريس أولاً ابتداءً من يناير 2011 ثم في ربيع ذلك العام بسبروك (بولندا) ومدريد وبوردو ومرسيليا ونانسي وارين وستة أماكن أخرى خارج أوروبا (هي أطلنطا وداكار ونيروبي ونيودلهي وريو وسنغافورة). يأتي بعد ذلك إدخال تبسيط حقيقي على نظم تكنولوجيا المعلومات في المجموعة، التي ما تنفك تزداد تعقيداً على مر السنين، أو إصلاحها وتجديدها كلياً في بعض الحالات. وأخيراً، مواجهة التحدي الذي يطرحه ارتفاع متوسط عمر موظفي المجموعة بفرنسا، إذ تخطط المجموعة لإضافة 10,000 موظف جديد بين 2010 و2012. تبلغ الميزانية الإجمالية لتدابير العقد الاجتماعي الجديد للمجموعة بفرنسا 900 مليون يورو في هذه الفترة نفسها، دون احتساب الوفورات المتوقعة من برنامج الدوام الجزئي لكبار السن (TPS) والمغادرات العادية.
- **فتح في عالم الشبكات.** تعود أورانج لتؤكد أن شبكاتها هي صميم عملها ومستقبلها. فقد قامت المجموعة حين قامت على شبكاتها وخبرة فنييها، وهذا مصدر فخر كبير لموظفيها. يُقصد بالفتح في عالم الشبكات مدُن نطاق التغطية الجغرافية وتوسعة النطاق الترددي لشبكات الاتصال الثابت والنقال في البلدان المتقدمة والناشئة على السواء. فبحلول 2015، ستوظف أورانج بفرنسا ملياري يورو لنشر شبكة ألياف بصرية جديدة. يشمل ذلك إيصال الشبكة

إلى 40% من المساكن من خلال تغطية كل منطقة من مناطق البلد الأم بحلول 2012 وكل مقاطعة تابعة (المناطق الثلاثة فيما وراء البحار) بحلول 2015. كذلك، فإنّ لدى المجموعة الخبرة الفنية الضرورية وهي جاهزة لنشر وتشغيل المعدات الطرفية (LTE) حالما تسمح الأنظمة بذلك. وسوف تستثمر أورانج كذلك في استخدام حركة البيانات على الهواتف النقالة كمنصة تجارية للدعاية والإعلان وفي نشر الشبكات "الخضراء" كبرنامج Oryx لأبراج الهاتف النقال التي تعمل بالطاقة الشمسية في إفريقيا.

▪ **كسب ثقة الزبائن.** أورانج هي مشغلة اتصالات يخاطب الناس كافة، ولا بد له من كسب ثقتهم. ولكسب هذه الثقة، لا بد للمجموعة أولاً من تحسين علاقتها بالزبائن ورفع جودة الخدمة المقدمة لهم، لاسيما من خلال إعطاء قيمة أكبر للمحافظة على الزبائن الحاليين. وتطمح المجموعة إلى منح الزبون تجربة أرقى، من جميع النواحي، مما يلمسه لدى المشغلين الآخرين. يشمل ذلك تحليل وتوقع الاحتياجات، والدعم الفني، والأخذ بيد الزبون إلى الخدمات الجديدة، وضبط التكاليف، الخ. فلا بد لأورانج من أن تصبح "مدرّب الوسائط المتعددة" لزيائنها تعمل معهم يداً في يد لتسهيل حياتهم الرقمية. وستواصل الشركة استراتيجية النمو من خلال الإبداع سواء بتوفير أفضل جودة ممكنة للاتصال الصوتي، أو بوضع ميزات جديدة في بطاقة تعريف المشترك (SIM card)، أو بتطوير خدمات جديدة كـ "أورانج كير" (الكفالة والتأمين والدعم على الشبكة). كما تعمل أورانج على تطوير منتجات أخرى في ميادين الرعاية الصحية والتعليم والسادد من الهاتف النقال وخدمات تحويل الأموال كبرنامج أورانج موني بإفريقيا.

▪ **فتح سبيل التطوير الدولي.** كذلك وضعت أورانج نصب أعينها إحياء روح النمو لديها من خلال التطوير الدولي. وسيقوم ذلك على سياسة الاستحواذ السابقة نفسها مع استبعاد الصفقات التي تشكّل "تحولاً جذرياً". ويُتوقع أن تنمو المبيعات إلى الضعف في الأسواق الناشئة في السنوات الخمس القادمة.

أخيراً، تخطط أورانج لرفع عدد زبائنها من 200 مليون زبون حالياً إلى 300 مليون زبون في العام 2015 على امتداد رقعتها التشغيلية.

ستسعى المجموعة جاهدة في هذا المشروع لضمان "الامتياز في التنفيذ"، وبقيامها بذلك، ستثبت أنها قادرة تماماً على توليد القيمة من تطوير الاقتصاد الرقمي. يتجلى ذلك في التزامها القاطع بكسب جمهور المستثمرين إلى جانبها. وستخضع هذه التوجهات الاستراتيجية الأربعة لمتابعة دقيقة من خلال خطط عمل قابلة تماماً للقياس تستمر حتى العام 2015. وستوضع التفاصيل المالية لهذه الخطط في المرحلة الثانية للمشروع، التي تمتد من منتصف يوليو إلى خريف 2010.

تعيد فرانس تيليكوم هاهنا توكيد هدفها المتمثل في خلق سيولة نقدية مقدارها 8 بلايين يورو في العامين 2010 و2011، يدخل فيها صافي أرباح وخسائر مشروع "كونكيت 2015"، دون احتساب تكاليف الاستحواذ على الطيف الترددي أو الرخص، ومصاريف الدعاوى القضائية للمجموعة المتعلقة بضرائب الشركات. أما الجوانب الأخرى للسياسة المالية للمجموعة فلن تتغير.

المسؤولة عن الاتصال بالصحافة:

بياتريس ماندين: هاتف 93 93 44 44 (0) 33 + بريد إلكتروني: service.presse@orange-ftgroup.com