

Дигитално експо в „Теленор България“ осигурява интерактивно изживяване

ВИЗИТКА НА ИТ ПРОЕКТА

Име на проекта: „Дигитално експо“

Възложител: „Теленор България“

Изпълнител: „РИСК Електроник“

Локация: Централен офис на „Теленор България“

Стартиране/приключване на проекта: 2017 г.

Категория: Телекомуникации

Теленор е водеща телекомуникационна компания с над 3.5 милиона активни потребители в България. Към края на септември 2016 г. услугите на компанията са достъпни за 99.92% от населението и на 97.15% от територията на страната, а 4G мрежата на „Теленор“ покрива приблизително 76% от населението на страната. „Теленор България“ е част от международната Telenor Group, която оперира в 13 държави в Европа и Азия и има 211 милиона абонати.

Бизнес предизвикателства

Пазарът на телекомуникационни услуги в България, както и в голяма част от света като цяло, е изключително конкурентен. Игрите се надпреварват за вниманието на всеки потребител и често начинът на представяне на продуктите на компанията е не по-малко важен от качеството на самите

продукти. Затова и от „Теленор България“ решават да изпреварят конкурентите си, реализирайки проекта „Дигитално експо“, базиран на последните световни тенденции в дигиталния маркетинг и дигиталните медии, който е изключително авангарден не само в рамките на страната, но и в регионален мащаб.

С реализацията на проекта „Теленор България“ цели да поднася информация на клиентите си така, че у тях да остане трайни и цялостни впечатления за продуктите и услугите, предлагани от компанията, когато посетят някой от офисите ѝ. Освен това „Дигитално експо“ доказва водещата позиция на мобилния оператор като истински новатор в реализацията на проекти.

ИТ решение

В съвременните пазарни условия дигиталната медия има потенциал да бъде един от ключовите елементи в стратегията на фирмите за

привличане на клиенти. Тя е най-доброто съвременно средство, което позволява излъчването на подходяща информация на подходящото място в подходящото време. Обемът от информация обаче често надвишава възможностите на потребителите за ефективното ѝ възприемане и подхождат за представяне се превръща в едно от предизвикателствата за съвременния дигитален маркетинг. В отговор именно на това предизвикателство „Теленор България“ пристъпва към изпълнението на проекта „Дигитално експо“, който се развива в няколко направления – интерактивна видеостена от 4 дисплея и интерактивен плот от 3 дисплея; интерактивна видеостена от 6 дисплея, управлявани с жестове; шест конферентни зали с безжично свързани дисплеи; вградено многозонано озвучаване.

Интерактивната видеостена, състояща се от 4 чувствителни на допир професионални дисплея, споделя съдържание с интерактивен плот от три дисплея със същата технология. Софтуерната платформа, която „оживява“ и двете, разполага с множество приложения за представяне на информация – продуктова и имиджова, изоснови персонализирана в унисон с корпоративната визия на

компанията, започвайки от фона и иконата на всяко отделно приложение. Съществена част от проекта е и създаването на дигитално анимирано съдържание от екип „Медиен дизайн“ на „РИСК Електроник“. Освен традиционно представените материали под формата на снимки и видеоматериал с разнообразни възможности за презентация е включена и дигитална интерактивна карта на всички „Теленор“ офиси по света, както и дигитални визитни картички, до които контакти има възможност за автоматично изпращане на материали. Специално създадено за целта приложение позволява с един жест да се прехвърлят изображения от плота към стената за по-нагледно представяне.

Втората интерактивна стена, част от проекта, се състои от 6 професионални дисплея и софтуерна платформа с аналогични приложения. Разликата тук е, че тя се управлява посредством жестове.

В рамките на проекта са изградени и 6 конферентни зали с интерактивни професионални дисплеи и възможност за презентация от всички видове източници на съдържание – планшети, компютри и др., посредством специализирано устройство, осигуряващо безжична връзка между тях и самите дисплеи. Същевременно чувствителната на допир технология на екраните дава възможност за ползването им в режим на т.нар. whiteboard функционалност.

За цялостното преживяване

не на гостите в офисите на компанията допринася и вграденото многозонано озвучаване, предназначено за индивидуален или групиран звук на отделните модули на системата от различни източници. Всеки от компонентите на системата има своята роля в изградената среда, за да ѝ придаде завършен вид и да постигне желаната ефективна комуникация.

Благодарение на реализирания проект „Теленор“ стана първата компания в България, която въвежда технологията за разпознаване на обекти (object recognition). Тя осигурява по-добра връзка между физическия обект и дигиталното съдържание и е едно от най-новите постижения на дигиталната трансформация в световен мащаб.



► Прогължава от стр. 6

Системата...

всякаква друга информация свързана с процедурата, чрез системата.

■ Офертите, които отговарят на предварително обявените условия, се допускат до електронен търг. Електронният търг е изцяло автоматичен процес, в който участват подателите на допуснатите оферти и който приключва автоматично. Администратор ЦОП може само да наблюдава този процес.

■ Администратор ЦОП класира участниците след приключване на електронния търг на база най-ниска цена.

■ Администратор ЦОП сключва рамкови споразумения с няколко участници.

Системата позволява да се комбинират повече номенклатури, когато класираните участници са едни и същи.

■ Администратор ЦОП не може да променя, добавя или допълва офертите, като е гарантирана тяхната неприкосновеност посредством електронен подпис и удостоверение на време. Всички действия на Администратор ЦОП се извършват посредством КЕП. Всички действия на комисионата също се извършват посредством КЕП.

Лиляна Маринова, младши експерт, отдел „Е-здравеопазване“ в МЗ, обяснява, че системните администратори използват системата за еже-

месечно обновяване на списъка с лекарствени продукти, както и на технически спецификации на обявените процедури. Освен това се управляват и одобряват потребители, сертификати (при изтекли удостоверения за КЕП или издадени нови), редактират се лекарствени продукти, създават се лекарствени форми на приложение.

Ефект от ИТ решението

По-висока ефективност и оптимизиране на работните процеси се постига чрез договаряне на по-ниски цени на лекарствата, равнопоставеност на болниците, намаляване на хартиения документооборот и тежките административни процедури. Преодоляват се трудностите за по-малките болници, поро-

дени от липсата на участници по обявените от тях търгове.

Очакваната икономия е между 10% и 20% от изразходваните средства за закупуване на лекарства. Прогнозната стойност на обявената поръчка за централно договаряне е 1,2 млрд. лв. без ДДС за период от 2 години. Т.е. очакваната икономия би била от порядъка на 120 до 240 млн. лв. без ДДС за двугодишен период или 60 до 120 млн. лв. без ДДС на година.

Чрез системата над 150 лечебни заведения, сред които и частни болници, са подали заявка за участие в платформата за централизиран електронен търг на лекарства. Обявена е процедура по централно договаряне, която е в ход. Възвръщаемостта на инвестициите (ROI) е много голяма. Ако се вземе период

от 36 месеца, то ROI би бил между 900% и 1700%.

Потенциал за развитие

Системата функционира безотказно с най-малко 5000 едновременни потребителя като има възможност за увеличаване до 10 000 при необходимост. Системата е проектирана така, че за бъдеще да може да бъде разширена и да обхване и медицинските изделия и апаратура, както и да бъде използвана при процедури за закупуване на лекарствени продукти от страна на Министерство на здравеопазването. Това ще доведе до още по-голяма ефективност на изразходваните публични средства в системата на здравеопазването – икономия от мащаба и прозрачност при покупката

на скъпоструващо оборудване и консумативи. Системата може да се интегрира с използвания към момента софтуер в болничните аптеки на лечебните заведения с цел улесняване на работата в тях по отношение на следене на складови наличности, генериране на автоматични заявки към търговците с лекарствени продукти, заявяване на нови количества в системата при изчерпване на количествата по действащи договори и т.н.

Системата може да се внедри и в други организации, които провеждат търгове по ЗОП или по вътрешни правила. Но това би могло да стане след необходимата преработка и пренастройка, а и само с изричното съгласие или по указание на МЗ, които са собственик и основен ползвател на системата.