

# Online kennismaken en delen



Belgacom ontwikkelt online Experience-kanaal met Adobe® Flex™



## De Uitdaging:

*Het bouwen van een experience portal om de activiteiten van Belgacom.tv beter onder de aandacht te brengen bij bestaande gebruikers, én nieuwe klanten te werven*



Belgacom, de grootste telecommunicatie-leverancier van België, heeft zijn online activiteiten uitgebreid met een experience portal. Het doel hiervan is vooral om de activiteiten van Belgacom.tv beter onder de aandacht te brengen bij bestaande gebruikers, en nieuwe klanten te werven. Belgacom heeft daarom een site gebouwd die volledig gericht is op interactie met de bezoekers. Dankzij Adobe Flex is deze site snel ontwikkeld tegen geringe kosten, en is Belgacom.tv volledig voorbereid op toekomstige online ontwikkelingen. In korte tijd hebben zich 300.000 mensen geregistreerd, en ook voor andere Belgacom-sites, zoals de webshop, gaan nu over op Adobe Flex.

Belgacom is de grootste telecomaandbieder van België. Een van de producten die Belgacom aanbiedt is een digitale televisie, Belgacom TV. Belgacom TV is voor Belgacom toegevoegde waarde op de vaste lijn, zoals ook ADSL en VoIP een extra service zijn voor de klanten. Om die televisie-activiteiten beter zichtbaar te maken heeft Belgacom een interactieve web-portal gebouwd, Belgacom.tv. Deze site vult de al bestaande Belgacom.be-portal aan, die al een succesvolle functie heeft als verkoopinstrument én medium voor klantenservice aan abonnees.

Bart van Vlierberghe is projectmanager IT. Bij de ontwikkeling van de Belgacom TV-site heeft hij nauw samengewerkt met Véronique Zinque, die vanuit de business verantwoordelijk is voor marketing. Van Vlierberghe: “De doelstellingen van het project zijn duidelijk vanuit de business geformuleerd, en ingevuld door de IT-afdeling.” Zinque vult aan: “Ons doel was in de eerste plaats om meer zichtbaarheid te creëren bij onze klanten voor Belgacom TV.”

“We bieden al bijna twee jaar televisie aan, maar we merken dat mensen nog steeds niet volledig zijn geïnformeerd over alle mogelijkheden. Veel klanten kennen ons product, maar ze kennen het niet goed. We wilden daarom zichtbaarheid en brand value vergroten. Daarnaast willen we nieuwe klanten werven voor Belgacom TV door de instapdrempels zo laag mogelijk te maken.”

Een gedrukt medium, zoals veel televisie-aanbieders uitgeven, viel af als mogelijkheid omdat de kosten relatief hoog zijn en de mogelijkheden vergeleken met internet beperkt. Belgacom wilde een kanaal om een community te binden. Daarom is, complementair aan de traditionele televisie, een online experience-kanaal ontwikkeld dat niet alleen informatie geeft, maar ook zorgt voor interactie met de bezoekers, ruimte voor feedback geeft, en daarmee zorgt voor een geheel nieuwe beleving van internet en televisie. Dit experience-kanaal speelt in op de wens van veel klanten om internet op een bredere manier te gebruiken. Bovendien is Belgacom op die manier voorbereid op de toekomstige ontwikkelingen rond digitale televisie.

## De Oplossing:

*Een dynamische en interactieve site op basis van Adobe Flex 2.0 en Flash 9, waarbij in de eerste fase een catalogus van films wordt aangeboden die niet alleen informatie geeft, maar ook ruimte geeft voor feedback.*

### Volledige interactie

De opbouw van het portal vindt plaats in fasen. Na iedere stap wil Belgacom de online-mogelijkheden steeds verder gaat uitbouwen. De huidige site moet dus voorbereid zijn op het uitgroeien van eenvoudige online content tot volledige interactie met gebruikers, en interactie tussen web en televisie.

De eerste fase in de opbouw van de site Belgacom.tv is het aanbieden van een catalogus van films. Van Vlierberghe: “De sfeer moest daarbij wel dynamisch en interactief zijn. De uitdaging was dus om géén klassieke catalogus te maken, maar een met meer interactiviteit, waar bijvoorbeeld ook ruimte is voor commentaar en adviezen. Kortom, een experience portal.





**“De keuze die we hebben gemaakt voor Flex als ontwikkeltool was een goede beslissing”**

#### De Voordelen:

- De site is snel ontwikkeld tegen lage kosten (circa twintig procent goedkoper dan de alternatieven);
- De site is technisch voorbereid op alle toekomstige ontwikkelingen;
- Duidelijke scheiding tussen front end en back end zodat de ontwikkelaars een gebruiksvriendelijk front end hebben kunnen ontwikkelen;
- In korte tijd hebben zich al 300.000 mensen geregistreerd.

We willen er uiteindelijk naartoe dat we ongeveer dertig procent van de content zelf maken, en dat de rest door de klanten zelf wordt gemaakt.”

Deze wensen stellen hoge eisen aan de technologie achter de site. De gebruikte software moest vooral flexibel zijn, en de site moest na oplevering dynamisch blijven. Met partner LbiGroup (DAD) heeft Belgacom diverse mogelijkheden onderzocht, en is uiteindelijk uitgekomen bij Adobe Flex 2.0 en Flash® 9. De redenen dat Belgacom heeft gekozen voor Adobe Flex zijn onder meer de snelheid waarmee kon worden ontwikkeld en de kosten, die naar schatting twintig procent lager liggen dan de mogelijke alternatieven. “Zo kan een Rich Internet Applicatie worden gemaakt zonder dat de kosten te hoog worden.” Daarnaast speelde mee dat de leercurve laag is, zodat de Java-ontwikkelaars van Belgacom snel nieuwe flash-applicaties konden maken. Ook was het systeem eenvoudig te integreren in de bestaande websphere-omgeving. “Flex, Java en Websphere gaan goed samen,” aldus Van Vlierberghe.

#### Snel resultaat

Voor de ontwikkelaars is een bijkomend voordeel dat er dankzij Flex en Flash een duidelijke scheiding is in de ontwikkeling van de front- en back end, waardoor ze zich beter kunnen richten op de ontwikkeling van een gebruiksvriendelijk front end. Ook het grafische ontwerp gaat eenvoudig. “De ontwikkelaars krijgen snel resultaat. Ze zijn veel eerder bij het proces betrokken, en de ontwikkelkosten zijn beperkt. Dit framework maakt hen het leven een stuk makkelijker.”

Het project is dankzij de technologie van Adobe snel gerealiseerd. Op 1 augustus 2006 ging de bouw van de site van start, op 13 november is Belgacom.tv opgeleverd. “De website is klaar, en de technologie staat. We gaan nu de peering uitwerken om de interactiviteit te vergroten. Daarbij hoort bijvoorbeeld het doen van aanbevelingen op basis van wat andere gebruikers doen. Ook komt er meer interactie tussen televisie en de website. Als er bijvoorbeeld goede commentaren van klanten komen op programma’s gaan we die doorzetten.”

“De keuze die we hebben gemaakt voor Flex als ontwikkeltool voor RIA was een goede beslissing.” Ook de gebruikers zijn enthousiast over de site. Binnen enkele maanden hebben al 300.000 mensen een profiel aangemaakt, zonder dat er in die tijd specifieke communicatie is gedaan rond het portal. Zinque: “Door alle positieve reacties, en natuurlijk die 300.000 profielen, konden we binnen enkele maanden al zeggen dat we de doelstellingen van het project hebben gehaald.”

Better by Adobe.™



Adobe

Adobe Systems Benelux BV  
Europlaza  
Hoogoorddreef 54a  
1101 BE Amsterdam ZO  
Nederland  
Tel: +31 20 65 11 200  
Fax: +31 20 65 11 300

Adobe, het Adobe logo, Reader, Flex en “Better by Adobe” zijn ofwel geregistreerde handelsmerken of handelsmerken van Adobe Systems Incorporated in de Verenigde Staten of andere landen. Alle andere handelsmerken zijn eigendom van hun respectieve eigenaars.

© 2007 Adobe Systems Incorporated. Alle rechten voorbehouden.