

Consument uitgemolken met complexe betaalconstructies

Afrekenen met de telecomprovider

Klanten zijn inkomstenbronnen, althans zo zien de netwerkaanbieders hen. Ze doen er alles aan om uit iedere abonnee een maximaal rendement te halen, bijgestaan door machinematige analyses van het gedrag. De consumenten laten zich echter niet zo makkelijk vangen in een kostenschema. Belminuten, flat fee of betalen voor het gebruik: wat is voor hen de slimste optie?

DOOR JACOB VAN KOKSWIJK

De uitvinding om het bereik van stem en oren via elektromechanische weg te verlengen, blijft een cashcow. Boze tongen beweren dat Alexander Bell het idee voor de telefoon, waarop hij patent kreeg, gepikt had. In ieder geval was de wereld beter af geweest als er in 1876 geen patent was verleend. Want een public elektronisch communiceren kost geld. Er zijn netwerken nodig om verbindingen te leggen tussen apparaten, draadloos of via draad. De eigenaars van zulke elektronische netwerken verwachten een vergoeding voor hun investeringen. 150 jaar geleden hield men de bedragen nog met de hand bij in lijstjes en werd er afgerekend aan het telefoon- en telegraafkantoor. Na de automatisering van het telefoonverkeer ging ook de gespreksregistratie vanzelf. Men voegde een signaal toe aan de verbinding, de zogenoemde kostenpuls of populair gezegd de 'tik' van de kostenteller – net als bij de gasmeter.

Deze technologie was weinig flexibel, de markt vraagt om allerlei tariefvariëaties. Daarom is er in voorbije jaren automatic number identification (ANI) aan het telefoonsignaal toegevoegd, die bij elk gesprek automatisch contact legt met een billing telephone number (BTN). Dit BTN registreert de kosten van de verbinding. In tegenstelling tot de caller identification (CID) is het BTN niet te onderdrukken. De CID kan gelijk zijn aan de ANI, maar bij bedrijfsaansluitingen stuurt men veelal het hoofdnummer als CID mee.

ANI wekt ook een tweecijferige identificatie-indicator op, die de verkeersklasse van de gebruikte telefoonaansluiting weergeeft. Zo betekent bijvoorbeeld 00 vaste huisaansluiting, 07 lijn met beperkingen, 27 muntautomaat, 29 telefoon in de gevangenis, 62 mobiele telefoon enzovoort. Bij de ANI zit ook een locatiecode, die onder andere hulpdienst 112 krijgt verstrekt als pseudo-automatic number identification (PANI). Hiermee zijn bij mobiele telefonie de cel en sector te achterhalen waaruit een zaktelefoon belt. Daarnaast bestaat er nog een automatic number announcement circuit (ANAC). Wanneer hiermee contact wordt gelegd, geeft het een signaal terug dat informatie bevat over het vertrekpunt, de gekozen bestemming, de nieuwe bestemming (bij doorschakelen), de gebruikte verbindinglijnen en de verkeersklasse. Via de koppeling tussen netwerken is deze informatie in het zogenoemde C7- of SS7-protocol opgenomen. Doorgaans slaan telefoonmaatschappijen en serviceproviders deze gegevens op en bewaren ze als call detail records (CDR). Met al deze informatie stellen ze de rekening op voor iemands belgedrag.

Mediation

Er een verschil tussen de telefoonfactuur en de werkelijkheid van wat, waar en hoe lang er is gebeld. Zelfs op een specificatie is alleen maar te zien welk nummer er is gekozen. Tariefinformatie is doorgaans niet te zien, behalve bij premiumgroepen

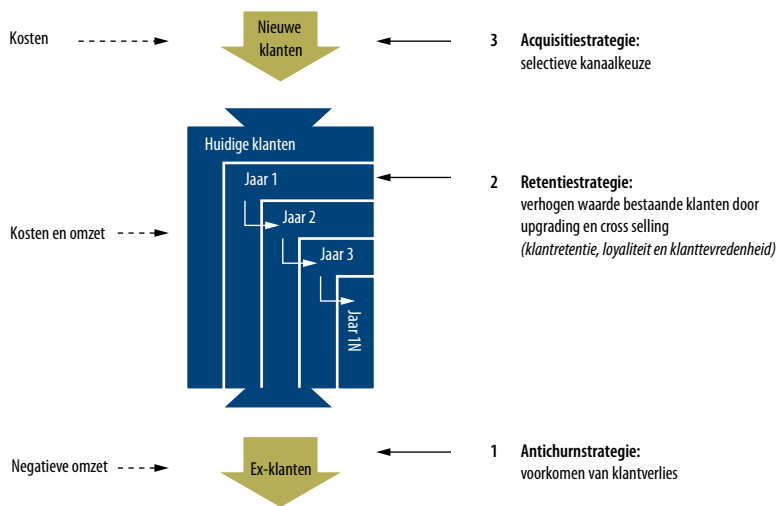
als servicenummers (0800, 090X) en bijzondere nummergroepen (084, 087, 088). Het verschil komt door mediationsoftware, die op basis van indicatoren (zoals tags, classes en time zones) en zakelijke uitgangspunten (zoals contractafspraken) een nieuwe samengestelde waarde toekent. Mediationsoftware kan een hogere waarde toekennen aan de eerste gespreksminuut of een lagere waarde aan contacten met nummers in de eigen groep. Met deze technologie zijn virtuele constructies te maken: belbundels, prepaidaldi, on net tegenover off net, piek- tegenover dalartarieven enzovoorts. What you call is what you pay? Er was al weinig transparantie in de telefoonkosten, maar sinds de mediation is de werkelijke relatie tussen bellen en betalen zoek. In onze dienstenmaatschappij zal dit met de dag diffuser worden.

Telefoonbedrijven maken zich op om met geavanceerde CRM-software grip te krijgen op hun klanten oftewel hun inkomstenbronnen. Met datamining in de CDR-gegevens van gebruikers verzamelt men klantinformatie, waaruit een belprofiel is samen te stellen. Dit gedragsprofiel gaat in een CRM-systeem. Aan de hand van demografische informatie en andere gegevens, zoals een welstandsindicatie, converteert deze het gedragsprofiel in een betaalprofiel. Op basis hiervan hanteert de mediationsoftware speciale tarieven voor zowel groepen als individuen: in feite krijgen ze flinke korting op wat ze niet of nauwelijks gebruiken, maar betalen meer voor wat ze vaak nodig hebben. Wie met een stopwatch de tijdsduur van zijn gesprekken bijhoudt en net voor de volgende puls ophangt, zal zijn kostenbewuste gedrag niet meer op de rekening terugvinden. Wie de camerafeatures van zijn nieuwe smartphone te weinig gebruikt, ontvangt de aanbidding om foto's van een blijde gebeurtenis gratis te verzenden als MMS aan alle vrienden en familieleden. Zij die op die aanbidding ingaan, laten hun telecomprovider gelijk weten wie hun intieme relaties zijn.

Politieke invloed

Roaming is het downloaden van een foto, film of bestand op een mobiele tele-

Nauwelijks verband tussen bellen en betalen



Figuur 1. Het subscriber valuation model.

foon of laptop in een andere EU-lidstaat dan waar de gebruiker zijn abonnement heeft afgesloten. Bedrijven en consumenten die dit deden, konden na thuiskomst een schokkende factuur verwachten. De kosten van populaire telefoondiensten zijn zo opgelopen, dat de overheid in veel landen heeft ingegrepen door verlagingen en maxima voor te schrijven.

Door politieke beslissingen, zowel op landsniveau als in Europees verband, dalen de kosten van het communicatieverkeer tussen landen sterk. Er is ook in afname in de roamingkosten voor gesprekken, tekstberichten en gegevensdiensten oftewel dataverkeer. Vanaf 1 juli kost het versturen van een tekstbericht vanuit een andere EU-lidstaat nog hoogstens 11 eurocent, nu is dat 28 eurocent. Het Europees Parlement gaf onlangs goedkeuring aan de nieuwe EU-regels voor sms- en dataroaming, die de Europese Commissie had voorgesteld in september 2008 (IP/08/1386).

Het Parlement heeft ook gestemd voor verdere dalingen van de roamingprijzen bij mobiele telefoongesprekken vanuit een andere EU-lidstaat. De maximumprijs voor een oproep met een mobiele telefoon vanuit een andere EU-lidstaat zal stapsgewijs dalen van 0,46 euro per minuut nu tot 0,35 euro tegen juli 2011. De maximumprijs voor het ontvangen van mobiele telefoongesprekken in het buitenland halveert van de huidige 22 eurocent per minuut tot 11 eurocent. De mobiele telefoonoperatoren zullen ook verplicht zijn om roaminggesprekken per seconde te factureren vanaf uiterlijk de 31e seconde. Daarmee komt er een einde

aan de huidige praktijken waarbij consumenten tot 24 procent te veel betalen.

Kip-eiprobleem

Dienstenaanbieders voor zowel telefonie als internet hanteren een subscriber valuation model (SVM) aan de hand van subscriber acquisition cost analyses. Hierdoor wordt een korting bij werving van een nieuwe klant aan de ene kant gecompenseerd door een prijsverhogende correctie aan de andere kant. Dat gebeurt bijvoorbeeld in de vorm van een abonnementsprijsverhoging, contractduurverlenging of een hoger gebruikstarief.

De serviceproviders kampen met een derving vanwege slechte retentie en een jaarlijks continuerend klantverlies oftewel churn. Dit lijkt te komen omdat ze niet voldoende tegemoet komen aan de prijs- en prestatieverwachtingen van de eindgebruiker. De aanbieders leveren niet die diensten, die de consument vraagt en als vanzelfsprekend verwacht. Volgens de providers moeten zij hun investeringen terugverdienen, maar de gebruikers willen niet betalen voor wat ze niet gevraagd hebben. Dit kip-eiprobleem belemmert de tarieftransparantie. Hoe dan ook: het kost allebei geld.

Gezien de belangen die spelen na het UMTS-veilingdebaatle in 2000 en de financiële problemen waarin alle telecombedrijven zich nu al enige tijd bevinden, ligt er op alle partijen in de telecomketen grote druk om omzet te draaien in de huidige recessie. Het gemis aan verkoopbare additionele diensten laat zich voelen. Er woedt strijd tussen investeren in de innovatie van klantgerichte pro-

ducten, in de marketingpush van reeds bestaande producten of in de klant en de relatie met hem. Communicatie verbindt ze weer, tenzij u betaalt. Het UMTS Report (Durlacher e.a., 2001), dat destijds veel stof deed opwaaien vanwege de teleurstellende veilingresultaten, drukt de gecompliceerdheid uit in een totaalbeeld (zie figuur 2).

Er is nauwelijks iets te bespeuren van een ketenbrede aanpak van de markt, behalve dan als verkapte prijsafspraken bij onder andere mobile terminating access (MTA). Dit is waarschijnlijk omdat er weinig nuttige tools voorhanden zijn en omdat bedrijven kritisch kijken naar de veiligheid en RoI van applicaties voor de zakelijke markt. Ze investeren ook niet veel in locatiegebaseerde diensten, het buzzword van het vorige decennium. Nu de overheden aankoersen op afrekenen per seconde of bit, is te verwachten dat de politiek ook gaat ingrijpen in virtuele betaalconstructies zoals belminuten, sms-bundels en datapakketten. Alleen het afkopen van communicatieverkeer, de flat fee, zal blijven bestaan, al dan niet met fair-use policy.

Aanbieders zoeken naar mogelijkheden om meer verbruik te genereren met 'betalen voor het gebruik', zodat ze toch meer inkomsten krijgen uit hun netwerken. Om het verbruik te beïnvloeden zullen ze het communicatiegedrag van hun klanten moeten volgen en sturen. Telecombedrijven maken nu al een vlucht naar CRM-systemen en klantprofielen om meer grip te krijgen op de klant. Hierop volgen spoedig applicaties die de communicatie verbinden aan tijdstip, locatie, kwaliteit en prioriteit. EU-werkgroep SMONET gaf dit als een van de aanbevelingen voor next-generation networks. Het bel- en downloadgedrag wordt daarmee op zijn minst beïnvloed en bij veel mensen zal de rekening weer fors oplopen – net als door impuls aankopen. Dat geldt alleen niet voor degenen die het abonnement gewoon als belasting zien en de facturen automatisch betalen...

.....
Jacob van Kokswijk (tm@kokswijk.nl) is hoogleraar aan de Katholieke Universiteit in Leuven, parttime ICT-consultant bij Capgemini, bestuurslid van de INTUG en lid van de stuurgroep Next Generation Networks Initiative van de EU.