



RPC

REDE PARANAENSE DE COMUNICAÇÃO

Rede Paranaense de
Comunicação
Curitiba, Brasil
www.rpccorp.com.br

Indústria:

Mídia & Entretenimento

Faturamento Anual:

US\$101 a \$500 milhões

Funcionários:

1.700

Produtos & Serviços

Oracle:

Oracle Database Enterprise
Edition
PeopleSoft Enterprise Customer
Relationship Management
Marketing
Order Capture
Sales
Support

Parceiro Oracle:

Limine Solutions
www.liminesolutions.com

“As aplicações do PeopleSoft Enterprise Customer Relationship Management, da Oracle, permitiu que melhorássemos o atendimento ao cliente e focássemos menos em processos e tecnologia e mais em atender sua necessidade. Temos sido bem-sucedidos com as aplicações nos últimos dois anos.—Denilson Farias, Diretor de Tecnologia e Internet, Rede Paranaense de Comunicação (RPC).

Rede Paranaense de Comunicação Melhora Serviço ao Cliente e Reduz Tempo de Atendimento em 50%

A Rede Paranaense de Comunicação (RPC) é o maior grupo de comunicação do Paraná. Fundada em 2000, engloba dois jornais diários (Gazeta do Povo e Jornal de Londrina), oito emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo, duas rádios (Mundo Livre e 98 FM), um portal de Internet e o Instituto RPC, voltado a projetos de educação, capacitação profissional e ações afins.

Desafios

- Implementar uma plataforma única capaz de atender às várias empresas em suas diferentes especificidades de negócios, como o faturamento dos classificados do jornal impresso e o relacionamento das emissoras de televisão com as agências de publicidade
- Reduzir a necessidade de customizações para processos específicos de seu segmento, como captação de pedidos de classificados em call centers, lojas e via Internet, bem como suporte ao marketing, processamento de pesquisas e automação da força de vendas
- Desenvolver uma solução baseada em web para ser acessada remotamente em Linux
- Migrar para a nova solução com segurança e rapidez

Soluções

- Trabalhou com a Limine Solutions, Parceira Oracle, para implementar o PeopleSoft Enterprise Customer Relationship Management (CRM), e disponibilizar um único sistema integrado, oferecendo 96% das funcionalidades previamente fornecidas pelos diversos sistemas legados
- Reduziu em 50% a média do tempo total de atendimento para chamadas atendidas pelo telemarketing, passando de quatro para dois minutos
- Diminuiu o tempo gasto com operações de cadastro e de aprovação de crédito de um dia para uma hora
- Melhorou o atendimento às agências de publicidade, permitindo a colocação dos pedidos de classificados via web, com redução expressiva de erros na captura de dados
- Melhorou o gerenciamento de informações, possibilitando que o departamento de marketing use bancos de dados integrados para aprimorar campanhas conjuntas e interações com clientes
- Reduziu customizações e forneceu acesso ao Linux baseado em web, melhorando produtividade e simplificando a manutenção