

Анализ примеров

L'Oréal

КЛИЕНТ

Компания L'Oréal, мировой лидер в области парфюмерии и косметики, основана в 1909 году и уже более 100 лет занимается коммерческой деятельностью в сфере индустрии красоты. Благодаря уникальному международному портфелю из 34 диверсифицированных и смежных брендов объем продаж компании в 2017 году составил 26,02 млрд евро, а штат компании насчитывает 82 600 сотрудников по всему миру. Будучи одной из ведущих мировых компаний в индустрии красоты, L'Oréal представлена в 150 странах по всему миру, а ее продукция реализуется через все каналы сбыта, включая массовый рынок, универмаги, аптеки и аптекарские магазины, салоны красоты, туристические и фирменные розничные сети, а также электронную торговлю. Исследования и инновации, а также специальная исследовательская группа из 3870 человек составляют основу стратегии компании L'Oréal, которая стремится удовлетворить желания и потребности в сфере индустрии красоты по всему миру.

БИЗНЕС-ЗАДАЧА

L'Oréal занимается коммерческой деятельностью в России более 25 лет. Весной 2017 года ЗАО «Л'Ореаль» столкнулось с неожиданными трудностями при использовании DECT-гарнитур. Специалисты проанализировали ситуацию и пришли к выводу, что помехи в связи обусловлены расположением офиса в центре Москвы, где сосредоточено большое количество компаний со специализированным радиооборудованием. Сложившаяся ситуация не позволяла обеспечить в L'Oréal требуемую эффективность коммуникации для совместной работы.

РЕШЕНИЕ

L'Oréal решила попробовать новое решение и испытать беспроводные гарнитуры с поддержкой Bluetooth, позволяющие работать на больших расстояниях с сохранением высокого качества передачи звука. Кроме того, компании требовалось решение, совместимое с другими платформами Unified Communications (UC) с учетом эргономики рабочего пространства.

«Мы искали беспроводное решение с высоким качеством звука, корректно работающее в существующих условиях», — говорит Дмитрий Неустроев, менеджер по инфраструктуре ЗАО «Л'Ореаль».

Представители L'Oréal познакомились с решениями Plantronics во время ежегодной выставки Cisco Connect 2017, где они обратили внимание на образец Voyager Focus UC на стенде компании. Представители L'Oréal решили, что возможности этой гарнитуры будут в большей мере удовлетворять потребностям компании по сравнению с технологиями связи, использовавшимися ранее. Компания L'Oréal провела испытания гарнитуры Voyager Focus UC, сравнив ее с аналогичными предложениями конкурентов, и запланировала внедрение решения UC от Plantronics в свою инфраструктуру на осень 2017 года.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гарнитура Voyager Focus UC поддерживает работу в беспроводном режиме на расстоянии до 30 м, обеспечивая свободу перемещения. Также она позволяет управлять вызовами на ПК, смартфоне или планшете, поддерживает работу до 12 часов в режиме разговора и технологию

активного шумоподавления, позволяя сконцентрироваться на разговоре и не отвлекаться на фоновый шум. «Основные преимущества Voyager Focus UC — это возможность ее успешного использования в нашем офисе, низкое энергопотребление и интеграция с нашим существующим оборудованием. Мы довольны гарнитурами и высочайшим уровнем обслуживания, предлагаемым службой поддержки клиентов Plantronics, которая помогла нам протестировать и с легкостью внедрить это аудиорешение в существующую ИТ-систему», — в заключение отмечает Дмитрий.

Компания L'Oréal: www.loreal.com

Расположение: г. Москва, Россия

Отрасль: парфюмерия и косметика

Цель исследования: выбор устройств UC для голосовой связи в московском офисе L'Oréal

Решение Plantronics: стереогарнитура с поддержкой Bluetooth Voyager Focus UC.