

Potencializando os canais digitais da SKY

A plataforma Liferay reformulou todo o processo de gerenciamento e publicação de conteúdo da organização, transformando seus canais digitais.

Resumo

Fundada em 1996, a SKY tornou-se a maior operadora de TV por assinatura via satélite do Brasil e conta com mais de 5,3 milhões de clientes em todo o país. Para manter-se competitiva, seu processo de transformação digital proporcionou novas interações para seus diversos públicos e uma nova proposta de gerenciamento e publicação de conteúdo para seu time de negócios.

sky.com.br

In Brief

VERTICAL:

Telecomunicações

PAÍS:

Brasil

USE CASE:

Public Website, CMS, Mobile, Customer Portal

KEY FEATURES:

Publicação e Gerenciamento de Conteúdo, Integração com sistemas, Recursos Móveis, Design Responsivo



O Liferay DXP tornou-se mais que uma ferramenta para a SKY; a plataforma é um parceiro de negócios e conta com o potencial para evoluir frente às nossas estratégias.

Márcio Salles, Especialista de Produtos Digitais - SKY Brasil

Desafios

- Alavancar o processo de transformação digital
- Integrar os canais digitais da SKY
- Trazer agilidade para a publicação de conteúdo
- Tornar o time de negócios independente de TI

Resultados



UTILIZAÇÃO DE CANAIS DIGITAIS

Mais de 1,5 milhão de usuários únicos nos canais digitais



AUTONOMIA

Time de Marketing pode publicar e criar conteúdos através de cards



PERSONALIZAÇÃO

Comunicação segmentada para clientes em distintos canais



FIDELIZAÇÃO

Usuários digitais mais leais, com redução de 30% de churn

A SKY Brasil

Fundada em 1996, a SKY tornou-se a maior operadora de TV por assinatura via satélite do Brasil. A empresa sempre foi pioneira no lançamento de novidades e inovações na TV por assinatura, levando sempre em consideração as preferências dos seus distintos públicos, oferecendo o primeiro serviço de vídeo *on demand* e o modelo de TV pré-paga no país. Tudo isso é consagrado através de seus mais de 5,3 milhões de clientes, representando quase 30% do *market share*.

Desde 2015 a SKY tem suas operações controladas pela AT&T, um dos maiores provedores de TV paga do mundo.



Desafio: Transformação Digital da SKY

Para manter-se competitiva entre os principais players do mercado e manter seu *market share*, a SKY precisava passar por um processo de transformação digital e oferecer novos canais e formas de interagir com seus distintos públicos. As experiências digitais oferecidas para seus clientes precisavam estar em linha com seu modelo e estratégias de negócio.

Durante seu processo de transformação digital, a SKY adotou 4 pilares fundamentais para tornar esse processo possível:

- **Metodologias ágeis:** Mais velocidade de entrega com *squads* independentes;
- **Soluções na nuvem:** Estrutura *serverless* com rapidez para realização dos *deployments*, possibilitando redução de custos de TI;

- **Digital *decoupling*:** Arquitetura baseada em microserviços e componentes leves para maior rapidez nas implementações digitais;
- **CMS open source com alta escalabilidade e flexibilidade:** Gestão da experiência do usuário e dos conteúdos nos distintos canais digitais.

A organização contava com um CMS que dificultava todo o processo de criação e publicação de conteúdo em seus diversos sites, com a operação totalmente dependente de um único fornecedor, com processos longos e complexos. A plataforma utilizada não era flexível e apresentava poucas funcionalidades, além de não oferecer a autonomia necessária para os times de negócios. Dessa forma, a empresa percebeu a necessidade de procurar outra solução que pudesse atender seu processo de transformação digital.

A Solução: Novos Canais Digitais

A SKY deu início a um processo de seleção para a nova plataforma a ser utilizada e o Liferay DXP destacou-se pelo seu modelo *open source*, a utilização da linguagem Java, sua escalabilidade, além de ser compatível com a nuvem. O custo-benefício da plataforma e a presença no Quadrante Mágico do Gartner também foram fatores decisivos para a tomada de decisão.

Durante cerca de 4 meses, a SKY migrou os 4 principais canais digitais para o Liferay DXP, alavancando sua estratégia de transformação digital. Agora, as equipes de Marketing Digital, Produtos Digitais e Vendas contam com total autonomia para criar e gerenciar conteúdos, além de construir páginas em uma única plataforma, de forma simples e ágil. A solução da Liferay tornou-se o provedor de conteúdo da SKY, permitindo que a equipe de TI foque em novos desafios estratégicos da empresa.



Como Liferay gerou mais conteúdo e valor para os canais digitais da SKY?

sky.com.br: o principal site da empresa pode ser atualizado com informações e conteúdos online, além de contar área logada e *customer care*. Também é feito pelo portal a curadoria de metadados de:

- Pacotes, canais e equipamentos
- Chat segmentado
- Regras de autenticação entre operadoras
- Preço de visita técnica
- Gestão de conteúdo da loja no app

Marketplace: a plataforma disponibiliza templates predefinidos e de fácil implementação para integração e padronização de todos os sites de credenciados SKY.

Aplicativo Minha SKY: o time de Marketing Digital conta com *cards*, peças de conteúdo que podem ser facilmente adicionadas ao app e segmentadas por perfil e tipo de usuário.

SKY Play: player integrado ao aplicativo Minha SKY com toda a administração feita de forma independente de TI, gerando maior autonomia e velocidade para as áreas de negócios.

Para maiores informações, entre em contato através de sales-latam@liferay.com.

Os Resultados

Os resultados digitais com o uso da plataforma Liferay foram expressivos: mais de 6MM de downloads do app Minha SKY com avaliação 4,5 dos usuários do aplicativo, 99,9% de uptime da plataforma e entregas de soluções digitais rápidas através dos *squads*.

Como consequência, os novos canais digitais da SKY geraram mudanças significativas para a empresa. São mais de 1,5 milhão de usuários únicos em seus canais que representam mais de 50% das interações dos clientes. Agora, mais de 70% da receita com *pay-per-views* são através dos canais digitais e houve uma redução de 60% das chamadas em seu call center.

Outro ponto observado foi que os usuários digitais tornaram-se mais leais, refletindo em um *churn rate* 30% menor do que os não usuários do app.

“

A Liferay vem atuando em conjunto para viabilizar nossos resultados de negócio, que é o que realmente importa.

Thales Freitas,
Diretor de Desenvolvimento & Transformação Digital