



Cinque modi per modernizzare  
la gestione dei servizi IT (ITSM)

»»» LANDESK

## INTRODUZIONE E RIEPILOGO

**Lo studio sulle tendenze nel settore IT per il 2016 della Society for Information Management (SIM) segnala che gli indicatori di performance più comuni per valutare le prestazioni CIO includono il contributo dell'IT alla strategia di business (35,5%), il livello di soddisfazione di clienti o utenti IT (31,9%) ed il valore apportato dall'IT all'azienda (29,6%).<sup>1</sup>**

Al centro dell'IT stanno le operazioni di gestione dei servizi IT (ITSM, IT Service Management), che rappresentano anche il “volto” stesso dell'IT. Gli indicatori di performance del CIO dipendono quindi direttamente dalle prestazioni del gruppo ITSM e dalla percezione che ha l'azienda di tale gruppo. In particolare:

- Da come il gruppo supporta le strategie di business tramite l'introduzione di servizi a sostegno di nuove iniziative commerciali e la gestione continua ed efficiente dell'erogazione dei servizi
- Dal livello di soddisfazione degli utenti in merito alle esperienze ed alle modalità di interazione offerte
- Dall'efficace coordinamento della disponibilità delle risorse e dal rapido ripristino in caso di guasto
- Dalla capacità di collaborare con altri reparti business e team IT, condividendo le best practice che permettono loro di contribuire alla gestione degli asset e della sicurezza

### INDICATORI DI PERFORMANCE DEL CIO

**35.5%**

CONTRIBUTO DELL'IT ALLA STRATEGIA DI BUSINESS

**31.9%**

LIVELLO DI SODDISFAZIONE DI CLIENTI O UTENTI IT

**29.6%**

VALORE APPORTATO DALL'IT ALL'AZIENDA

<sup>1</sup> Business Wire. “Society for Information Management (SIM) 2016 IT Trends Study Reveals Major Shift in Focus of IT Executives” Consultato il 19 gennaio 2016 <http://www.businesswire.com/news/home/20151020006164/en/Society-Information-Management-SIM-2016-Trends-Study>

Se tutto questo viene svolto con successo man mano che l'azienda cresce e risponde alle mutevoli esigenze del mercato e del panorama concorrenziale, le operazioni ITSM resteranno pertinenti e di grande valore per l'intera azienda.

**Uno dei cambiamenti più significativi che determinano le strategie dirigenziali in molte aziende è il rapido passaggio al digital business. Secondo gli studi Gartner, i CEO leader affermano che il fatturato dal digitale crescerà di oltre l'80% entro il 2020.<sup>2</sup>**

Molte organizzazioni stanno già implementando una strategia di business digitale con cui affrontare tale crescita. Tutto questo avrà un impatto diretto sulle operazioni ITSM. Le vostre operazioni ITSM consentono all'azienda di affrontare con successo la sfida di questo ambiente in rapido mutamento? Siete in grado di offrire nuovi servizi digitali e di supportare le esperienze di cui gli utenti hanno bisogno per essere più produttivi? I vostri processi danno luogo ad azioni rapide e reattive? Disponete delle informazioni approfondite necessarie per offrire soluzioni digitali creative ed innovative?

Per affrontare le nuove sfide, ad esempio come conseguire la leadership digitale, è necessario adottare un approccio moderno all'ITSM in modo da garantire il giusto equilibrio tra esperienze di utilizzo ottimizzate, creazione di valore aziendale e supporto strategico del percorso di trasformazione digitale intrapreso dall'azienda. La modernizzazione della gestione dei servizi richiede un approccio onnicomprensivo ed incentrato sugli utenti. Nella maggior parte dei casi si tratta di un impegno a lungo termine al miglioramento ed all'ottimizzazione.

**I CEO  
LEADER  
AFFERMANO**

**CHE IL  
FATTURATO DAL  
DIGITALE  
CRESCERÀ DI  
OLTRE L'**

**80%**  
**ENTRO IL 2020**



<sup>2</sup> Gartner. "Gartner Says It's Not Just About Big Data; It's What You Do With It: Welcome to the Algorithmic Economy." Consultato il 19 gennaio 2016. <http://www.gartner.com/newsroom/id/3142917>

**Di seguito forniamo un riepilogo del cinque modi per iniziare il percorso verso la modernizzazione. Per informazioni più approfondite, consultate la relativa sezione di questo eBook:**

### 1. Coltivare i rapporti con gli utenti business

Lo shadow IT, ossia l'utilizzo di tecnologie non autorizzate nell'ambiente di lavoro, è diventato un fenomeno molto più invasivo rispetto al passato. Se non siete consapevoli delle esigenze degli utenti, tale aspettativa non potrà essere soddisfatta e gli utenti cercheranno di reperire altrove le soluzioni di cui hanno bisogno. Questo rappresenta un notevole rischio per l'azienda, esponendola a potenziali violazioni della sicurezza, perdita di dati e non conformità delle licenze software. Inoltre crea problemi a livello di scalabilità e capacità di supporto.

Il team ITSM deve coinvolgere i team di produttività business per capire ciò che gli utenti ritengono importante per la propria produttività. Quindi deve reagire prontamente ed offrire maggior valore.

### 2. Offrire esperienze di utilizzo eccezionali

È importante comprendere e soddisfare le esigenze degli utenti business e fornire loro le esperienze di utilizzo che si aspettano. **Da un sondaggio,<sup>3</sup> emerge che la ragione principale alla base dei cambiamenti apportati nei centri di supporto consiste nel fornire un'esperienza di utilizzo migliore.**

## LA RAGIONE PRINCIPALE ALLA BASE DEI CAMBIAMENTI



UN'  
ESPERIENZA  
DI UTILIZZO  
MIGLIORE



<sup>3</sup> HDI | itSMF USA. "Service Management: Not Just for IT Anymore." 6 gennaio 2015. Consultato il 19 gennaio 2016 <http://www.thinkhdi.com/topics/research/infographics/~media/HDICorp/Files/Industry-Reports/sm-not-just-for-it-anymore.pdf>

# ottantacinque per cento



**DELLE ORGANIZZAZIONI IT RICONOSCE DI ESSERE  
SOTTO PRESSIONE PER DIMOSTRARE IL VALORE  
APPORTATO ALL'AZIENDA**

Per poter contare su interazioni quanto più positive possibile tramite i canali più appropriati, occorre adottare un approccio moderno. Uno degli aspetti più importante è il “volto” dell’ITSM, ossia il modo in cui si presenta, determinato da design, implementazione, adozione da parte degli utenti e relative misurazioni.

### 3. Automazione

L’automazione dei processi IT e di business permette ai responsabili dei servizi IT di risparmiare sul tempo dedicato alle attività manuali rispondendo ad un maggior numero di richieste con risorse limitate, in un ambiente dove i guasti non sono tollerati.

Per i responsabili dei servizi che devono gestire un aumento delle richieste, ad esempio per requisiti di business digitale, l’automazione è un fattore strategico determinante. Oltre ad eliminare il tempo dedicato alle attività manuali, l’automazione dei processi IT e di business chiave da implementare in più fasi permette di soddisfare le esigenze degli utenti business e di ridurre gli errori manuali.

### 4. Dimostrare il valore per l’azienda

**Uno studio della Forrester Research evidenzia che l’85% delle organizzazioni IT riconosce di essere sotto pressione nel dover dimostrare il valore apportato all’azienda dalle proprie iniziative.**<sup>4</sup> I report tradizionali sulle prestazioni IT e sulla produttività dei team non sono sufficienti a dimostrare in che modo l’IT aiuta gli utenti business e l’azienda, né come possa offrire dati preziosi per definire strategie future.

---

4 David K Johnson, Eveline Oehrlich, and Elinor Klavens, “ITSM Falls Short of Your 2016 Needs,” Forrester Research, November 11, 2015.

La gestione moderna dei servizi IT richiede un approccio alla reportistica che consenta al CIO di dimostrare l'effettivo valore aziendale dell'IT. Un approccio di reportistica basato sul valore indica le correlazioni che esistono tra prestazioni e metriche IT da un lato, e risultati di business ed impatti economici dall'altro. I cosiddetti dashboard di valore business offrono un quadro completo e compatto adatto alle esigenze del CIO.

### **5. Supportare l'agilità aziendale**

Per trarre il massimo dal digitale, le aziende si rendono conto di dover offrire risposte strategiche più tempestive. Questo richiede un elevato livello di agilità nell'intera azienda. I team ITSM sono già focalizzati sul miglioramento e sullo sviluppo di processi coerenti e ripetibili che consentono di abbreviare i tempi ed ottimizzare la produttività.

Le iniziative che si sono dimostrate positive nell'ITSM possono quindi essere incorporate nell'erogazione e gestione dei servizi di business oltre l'ambito IT. I team addetti alla gestione dei servizi assumono un ruolo di consulenti per l'azienda, ed il sistema di gestione dei servizi IT integrato e basato sui processi offre l'agilità necessaria a supportare la strategia di business.



## COLTIVARE I RAPPORTI CON GLI UTENTI BUSINESS

Le organizzazioni di gestione dei servizi IT (ITSM, IT Service Management) di successo conoscono le esigenze degli utenti e l'ambiente di business in cui operano, e sono consapevoli dei problemi che essi desiderano risolvere. Tuttavia molte organizzazioni ITSM non riescono a coinvolgere gli utenti e ad aggiungere valore alle operazioni di business, perché le loro conoscenze si limitano all'ambiente IT.

Il supporto "vecchio stile" si concentra sulla risoluzione delle specifiche problematiche tecniche che vengono portate all'attenzione del service desk dai singoli utenti. Nell'ITSM moderno viene invece sviluppato il rapporto con le unità business ed i loro utenti, affinché il supporto ed i servizi offerti rispondano alle loro effettive esigenze.

È facile cadere nella trappola di creare un ambiente di ITSM basato sulle procedure interne del reparto IT, dei sistemi e della struttura dei workflow esistenti. Ma il vero valore delle attività ITSM deriva dal permettere alle unità di business di raggiungere rapidamente i loro obiettivi. Agli utenti business non importa comprendere la struttura ITSM interna. Importa solo restare sempre produttivi grazie alla risoluzione tempestiva ed indolore di qualsiasi problema si possa verificare.

A livello operativo, gli utenti richiedono l'assistenza del team IT per risolvere un problema, ottenere informazioni o accedere ad un particolare servizio. Alcuni esempi sono:

- Creazione di un nuovo incidente: un utente segnala un problema riscontrato direttamente o per conto di un altro utente.



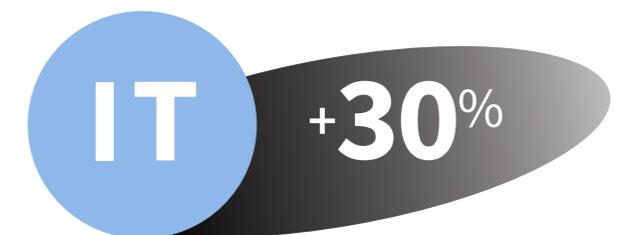
- Nuova richiesta: un utente richiede un particolare hardware, software o altro servizio.
- Richiesta di assistenza: un utente cerca informazioni per risolvere un problema o ritiene che il problema non possa essere risolto in modo autonomo e richiede l'intervento di un esperto.
- Richiesta di un dipendente: un utente richiede un servizio delle Risorse Umane per un neoassunto, per un dipendente che lascia l'azienda, o per altra questione non IT.

L'obiettivo finale dell'utente business consiste nel raggiungere gli obiettivi del suo ruolo a supporto della più ampia missione aziendale. Un qualsiasi ostacolo rappresenta una distrazione non gradita, da risolvere rapidamente.

Per riuscirci, è necessario conoscere a fondo il mercato ed il settore in cui opera l'azienda, i processi utilizzati dagli utenti, le normative sui dati da rispettare ed i servizi a cui gli utenti devono poter accedere. Un buon team di gestione dei servizi diventa un partner fidato. Il rischio di mancato coinvolgimento emerge già dalle implementazioni di shadow IT, nelle quali un gruppo o un reparto aziendale adotta, sviluppa o implementa una tecnologia senza coinvolgere il reparto IT.

Matt Cain, vicepresidente di Gartner Research, ha recentemente affermato: **“Gli investimenti nello shadow IT spesso superano del 30% gli investimenti IT totali. Questa cifra è destinata a crescere, perché la domanda per nuove app e nuovi servizi con cui cogliere nuove opportunità digitali è di molto superiore alla capacità dell'IT di fornirli.”**<sup>5</sup> Questo pone un notevole rischio alla sicurezza e dà luogo a problemi di scalabilità, supportabilità ed integrazione. Tutto ciò si traduce in un maggiore volume di incidenti inoltrati al service desk. Se si sviluppano solide relazioni con gli utenti business, questi ultimi non esiteranno a rivolgersi all'IT in caso di necessità. Il dialogo permette all'IT di aiutare il

## GLI INVESTIMENTI NELLO SHADOW IT



**SPESSE SUPERANO DEL 30%  
GLI INVESTIMENTI IT TOTALI**

5 Gartner. "Gartner Says Every Employee Is a Digital Employee." Consultato il 19 gennaio 2016. <http://www.gartner.com/newsroom/id/3115717>

personale business a comprendere le proprie esigenze e ad adottare una soluzione complessivamente migliore, poiché coinvolge tutte le parti interessate fin dall'inizio.

Per garantire il successo delle iniziative, è necessario poter contare sull'appoggio e sul coinvolgimento degli utenti business, dei business leader e delle figure con maggior influenza. Una volta individuate queste controparti, accertatevi di incontrarle regolarmente, recandovi presso la loro postazione o organizzando dei team di produttività business con obiettivi ben delineati. Sarà più facile essere incluso nelle decisioni del relativo reparto in merito a nuovi servizi. Inoltre verrà ridotto il rischio di implementazioni Shadow IT e delle sue conseguenze, quali il dover operare in modalità reattiva e giustificare la rilevanza ed il valore delle operazioni ITSM per il business.

Ogni interazione con gli utenti business diventa un'opportunità di sviluppare e migliorare le relazioni con essi. Mettetevi nei panni degli utenti e valutate ogni loro interazione con il team ITSM. Quali piccoli extra renderebbero l'esperienza migliore e più piacevole? Pensate a come lavorano gli utenti, alle esperienze da integrare nella soluzione self-service (vedere Esperienze eccezionali) ed anche alle modalità di coinvolgimento preferite dagli utenti.

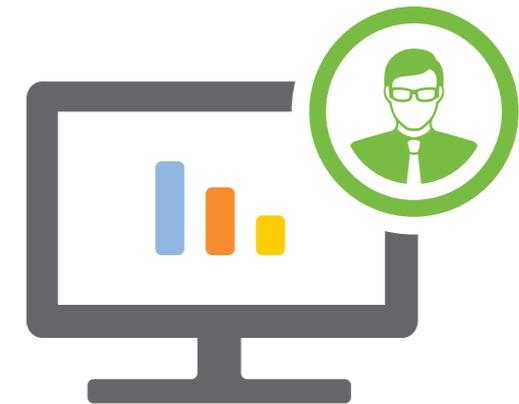
Quando il vostro team interagisce con gli utenti business che desiderano inoltrare una richiesta o risolvere un problema, questa interazione lascia una percezione che dura nel tempo. A livello operativo, vi sono diverse aree in cui piccoli miglioramenti incrementali possono arricchire notevolmente le relazioni con gli utenti.



Ad esempio, quando un utente business interagisce con il vostro team o con il sistema ITSM, considerate quali informazioni sono già note o possono essere recuperate automaticamente per informare il team sulla situazione corrente dell'utente. L'interazione risulterà più fluida e piacevole, senza aggiungere ulteriori ostacoli per l'utente che già si trova in difficoltà. Potete costruire relazioni migliori e conseguire un servizio più rapido e diretto, conforme agli SLA.

Di seguito sono elencati alcuni miglioramenti che i clienti LANDESK apportano per mantenere solide relazioni con gli utenti business e ridurre al minimo le fonti di frustrazione che possono rovinare tali relazioni:

- Evitare che i membri del proprio team o gli utenti business debbano immettere nuovamente i dati di login se hanno già effettuato l'accesso al sistema di gestione dei servizi
- Fornire funzioni di compilazione automatica dei campi ed opzioni da scegliere da comodi menu a discesa
- Etichettare chiaramente i campi obbligatori per evitare errori e limitare al minimo i moduli richiesti
- Considerare l'utilizzo di visualizzazioni dinamiche dei moduli, affinché gli utenti ricevano solo le domande effettivamente necessarie sulla base delle risposte già fornite (un modulo lungo o complesso è più suscettibile ad errori o compilazione incompleta se viene presentato all'utente tutto in una volta)



La creazione di solide relazioni vale anche all'interno del team ITSM. Può essere difficile motivare il team, coinvolgerlo ed incoraggiarlo ad aderire alle procedure corrette quando si lavora sotto pressione. La gamification rappresenta un approccio efficace che permette di migliorare il coinvolgimento, rafforzare i comportamenti desiderati e sviluppare le capacità richieste. Si tratta di un fenomeno nuovo, che sta prendendo piede nel mondo consumer. Ad esempio, offerte speciali vengono utilizzate per fidelizzare i clienti nei confronti di determinati brand e favorire specifici acquisti in alcuni periodi dell'anno.

Nonostante il termine usato, la gamification non è un'esclusiva dei videogiochi. Piuttosto, i meccanismi tipici dei giochi vengono integrati in un'attività non ludica per motivare la partecipazione ed il coinvolgimento. Il team accumula punti ogni volta che viene completata un'attività ed i punteggi sono visualizzati su un apposito pannello che invoglia al miglioramento delle prestazioni. Fa leva sui fattori motivazionali del team intrinseci e non, tramite un pannello che presenta i punteggi del team.

Quando applicate tecniche di gamification, accertatevi che i membri del team siano focalizzati sul conseguire i risultati desiderati, e non semplicemente sull'accumulo di punti. Potete assegnare un punteggio più elevato alle attività di maggior valore, quali la creazione di articoli per la knowledgebase o il tutoraggio di membri meno esperti, rispetto alle attività più semplici (quali la risoluzione di una richiesta di ripristino della password). Eviterete così che gli utenti si limitino a queste ultime con il solo scopo di raccogliere più punti.



### Comunicare il valore fornito all'azienda

Una volta compresi gli utenti, il business ed il settore ed offerti i servizi e le esperienze che rispondono alle aspettative ed esigenze, è necessario poter misurare, comunicare e riepilogare in appositi report l'impatto del team sulle attività di business. **Lo studio CIO 2015 di Gartner evidenzia che solo il 54% dei partecipanti al sondaggio indica la soddisfazione dei clienti interni come un fattore di metrica importante.**<sup>6</sup> Per garantire relazioni con i team business che siano solide e durature, è importante comprendere appieno gli utenti finali, per riconoscere eventuali cambiamenti di abitudini ed agire di conseguenza.

Il team ITSM probabilmente non è abituato a promuovere le proprie attività nei confronti dei gruppi business, eppure la divulgazione degli esiti positivi conseguiti ha un impatto diretto sulla percezione e sul rapporto instaurato tra i gruppi business ed il team ITSM (vedere Dimostrazione del valore aziendale).

Con questi semplici accorgimenti a favore della modernizzazione, l'organizzazione ITSM sarà in grado di sviluppare rapporti migliori con gli utenti business e comprendere meglio ciò di cui questi ultimi hanno bisogno per diventare più produttivi. Potrete così supportare appieno gli obiettivi di produttività delle unità business e restare focalizzati sulla rilevanza delle vostre attività.

### STUDIO CIO 2015 DI GARTNER



**INDICA LA  
SODDISFAZIONE DEI  
CLIENTI INTERNI COME  
UN FATTORE DI METRICA  
IMPORTANTE**

<sup>6</sup> <http://www.slideshare.net/DerekMulrey1/cio-agenda-2015-flipping-into-digital-leadership-43662808>

## OFFRIRE ESPERIENZE DI UTILIZZO ECCEZIONALI

Le regole del coinvolgimento sono ormai diffuse nel mondo consumer, e questa nuova tendenza si riflette anche sulle abitudini degli utenti business. È importante comprendere e soddisfare le esigenze dei clienti e fornire loro le esperienze di utilizzo che si aspettano. Ricordate, tuttavia, che le novità tecnologiche da sole non possono sostituire un'esperienza di utilizzo di prima classe. L'esperienza IT deve essere coinvolgente e coerente, deve lasciare una buona impressione e portare alla massima soddisfazione degli utenti.

**Dallo studio condotto da HDI e ITSMF emerge che la ragione principale per i cambiamenti da introdurre nei centri di supporto è la necessità di migliorare l'esperienza degli utenti (per il 67% dei centri di supporto).<sup>7</sup>**

Le organizzazioni che comprendono appieno le problematiche affrontate dagli utenti business sono in grado di progettare la miglior user experience che permette di risolvere queste problematiche in modo veloce, facile ed indolore. La capacità di realizzare esperienze di utilizzo eccezionali richiede un approccio completo ed incentrato sugli utenti. La progettazione delle interazioni più appropriate dipende dalla conoscenza dei propri utenti e delle loro necessità.

## LA RAGIONE PRINCIPALE ALLA BASE DEI CAMBIAMENTI



UN'  
ESPERIENZA  
DI UTILIZZO  
MIGLIORE



<sup>7</sup> HDI | itSMF USA. "Service Management: Not Just for IT Anymore."

Gartner sottolinea la necessità di offrire agli utenti business più canali di supporto tra cui scegliere: **“I leader ITSD devono riconoscere che in un ambiente di lavoro digitale è importante offrire agli utenti più canali di interazione. In particolare, offrendo loro canali ad elevato valore collaborativo sarà possibile incrementare tre fattori chiave: livello di soddisfazione, fidelizzazione e rilevanza.”**<sup>8</sup>

Suggerisce inoltre che non è più sufficiente limitarsi ai canali di contatto tradizionali, ossia telefono ed e-mail. Occorre fornire canali alternativi quali chat, supporto diretto presso le postazioni dei tecnici o degli utenti stessi, e self-service.

Nel corso della sua giornata di lavoro, un utente business utilizza diversi mezzi di comunicazione. Scoprite quali sono gli strumenti di comunicazione utilizzati quotidianamente dagli utenti. E rispecchiate tali preferenze nelle modalità di erogazione dei servizi. Se alcuni utenti che richiedono interazioni poco complesse preferiscono ricorrere ad un canale come ad esempio il telefono (relativamente costoso per l'organizzazione), è probabile che ciò sia dovuto alle loro precedenti esperienze. Ad esempio, se un utente business percepisce una telefonata al reparto IT come la soluzione migliore, questo potrebbe essere dovuto a precedenti esperienze negative nell'uso di un sistema self-service. Dedicate il tempo necessario alla formazione degli utenti più restii ad utilizzare i canali alternativi.

Per cambiare le abitudini degli utenti che ricorrono troppo spesso al telefono, potete anche rimuovere il fattore “incentivo”. Ad esempio, potete erigere un piccolo ostacolo (come un tempo di attesa, anche se i tecnici sono in realtà disponibili), affinché il canale telefonico non sia più visto come quello più facile. Gli utenti business impareranno con il tempo a ricorrere al sistema self-service al posto del telefono, e potranno constatare di essere in grado di risolvere i problemi in modo più rapido e con maggiore gratificazione. Per spingere l'utente a favore del sistema self-service, è possibile ad esempio inserire nel tempo di attesa di ogni chiamata un messaggio registrato che ricorda all'utente che esistono pratiche alternative self-service.



8 Katherine Lord and Hank Marquis, “IT Service Desk Should Support Digital Transformation,” Gartner, 23 novembre 2015

La sezione che segue descrive alcuni dei canali di interazione moderni per l'ITSM utilizzati dalle organizzazioni di maggior successo.

### L'esperienza self-service

**Dagli studi condotti da Forrester Research emerge che il “28% dei service desk che hanno ridotto il volume di ticket sono riusciti in tale intento grazie ad iniziative self-service”.**<sup>9</sup>

In genere, nella vita quotidiana degli utenti business, le esperienze self-service non sono frequenti. Per garantire un elevato tasso di adozione, il sistema self-service deve essere semplice da utilizzare, anche senza istruzioni. Gli utenti business non vogliono dover scoprire come usare il sistema self-service ogni volta che si trovano ad usarlo.

Alcune best practice consentono di conseguire vantaggi immediati, permettendo agli utenti business di trarre il massimo dalle possibilità self-service a loro disposizione. Seguendole potrete migliorare il tasso di adozione e la fidelizzazione degli utenti, ridurre lo Shadow IT e generare un effetto passa-parola a favore del portale self-service.

# 28%

DEI SERVICE DESK CHE  
HANNO RIDOTTO IL  
VOLUME DI TICKET SONO  
RIUSCITI IN TALE  
INTENTO



GRAZIE AD INIZIATIVE  
SELF-SERVICE

<sup>9</sup> Klavens e Oehrlich, “Five Key Initiatives to Wow Your Workforce with Service Desk.”

Riportiamo di seguito queste best-practice:

- **Design semplice:** semplicità non è sinonimo di usabilità, ma spesso i design più semplici sono anche più facili da usare. La regola 80/20 è in genere applicabile alle soluzioni self-service: l'80% dei visitatori cerca solo il 20% circa dei contenuti. Rimuovete tutto ciò che non viene utilizzato o che non è rilevante. Dopo l'implementazione, monitorate i contenuti che vengono utilizzati. Spostate quelli meno richiesti in un'area di secondo piano, ma pur sempre facile da trovare all'occorrenza. Fornite un minor numero di opzioni, per migliorare le probabilità che venga scelta una delle opzioni proposte e ridurre il rischio di abbandono. Ogni opzione aggiuntiva rende più complesso il processo decisionale degli utenti business.
- **Contenuti coinvolgenti:** i contenuti devono essere scritti in un linguaggio semplice e privo di tecnicismi, soprattutto gli articoli destinati agli utenti aziendali ed al team ITSM. Questo offre l'ulteriore vantaggio di rendere i contenuti più facili da tradurre, per gli ambienti multilingua. I contenuti scritti con un linguaggio troppo complesso sono più soggetti ad errori di traduzione legati a fraintendimento dei concetti espressi.
- **Raggruppamento delle voci visualizzate:** create dei gruppi logici (ad esempio per tutti i servizi legati all'hardware, o ai software per Mac) affinché gli utenti possano trovare più facilmente ciò che cercano. Nel catalogo dei servizi, evidenziate quelli in primo piano o consigliatene alcuni per farli risaltare meglio.
- **Guidare gli utenti:** per guidare gli utenti nel trovare ciò che cercano, inserite immagini dei prodotti o icone che possano facilmente riconoscere, video ed evidenziazioni in grassetto.

# REGOLA 80/20

- **Spazio bianco:** tante informazioni presentate tutte insieme potrebbero confondere l'utente, che deciderà quindi di lasciar perdere. Lasciate abbondante spazio vuoto attorno ai vari elementi, e fate in modo che sia possibile espanderli per visualizzare ulteriori informazioni solo se richiesto.
- **Visualizzazione ottimale:** progettate la soluzione self-service in modo che offra un'esperienza di visualizzazione ed interazione ottimale su un'ampia gamma di dispositivi (dai computer desktop agli smartphone). Verificate che su ogni dispositivo sia tutto di facile lettura, navigazione ed interazione e che richieda solo un minimo di ridimensionamento o scorrimento da parte dell'utente. Assicuratevi che l'esperienza di utilizzo sia coerente a prescindere dal dispositivo utilizzato.

Le aziende che riportano i tassi di successo più elevati in termini di servizi self-service sono quelle in grado di rendere gli utenti più sicuri delle proprie capacità ed autonomi. Ogni esperienza self-service, ogni opportunità di interazione, ogni processo ed ogni tecnologia scelta per l'implementazione deve rispecchiare le effettive esigenze degli utenti a cui ci si rivolge.

### Messaggeria immediata

Forrester Research ha pubblicato un articolo di blog di Kate Leggett dal titolo **“Chat Core to the Promise of Effortless Service” (Importanza delle funzioni chat per servizi facili ed intuitivi)**. In questo articolo si legge che **“il tasso di utilizzo di servizi chat è aumentato dal 38% del 2009 al 43% del 2012 fino al 58% del 2014.”**<sup>10</sup> Questi dati si riferiscono all'ambiente dei servizi rivolti ai clienti, e gli utenti business si aspetteranno di trovare un'esperienza simile anche nelle interazioni in ambito lavorativo.

<sup>10</sup> Kate Leggett, “Chat – Core to the Promise of Effortless Service,” blog di Kate Leggett, Forrester Research, 30 luglio 2015. Consultato il 19 gennaio 2016. [http://blogs.forrester.com/kate\\_leggett/15-07-30-chat\\_core\\_to\\_the\\_promise\\_of\\_effortless\\_service](http://blogs.forrester.com/kate_leggett/15-07-30-chat_core_to_the_promise_of_effortless_service)

## UTILIZZO DI SERVIZI CHAT NEL SERVIZIO AI CLIENTI



Negli ambienti di lavoro sono ormai diffusi i servizi di messaggia come Skype for Business. Si tratta di servizi che gli utenti utilizzano volentieri per ricevere rapidamente una risposta da un collega. Offrite anche al vostro team la possibilità di comunicare in questo modo tra di loro e con gli utenti business. Allo stesso tempo, però, è importante fare sì che queste comunicazioni vengano acquisite nel sistema ITSM come parte della normale routine e delle best practice di gestione dei servizi.

Fate attenzione a non cambiare l'esperienza di utilizzo standard che gli utenti business si aspettano da un servizio chat. Questi rapidi scambi consentono di condividere le conoscenze in modo veloce ed efficiente e di migliorare l'esperienza di utilizzo senza interferire con i livelli di produttività degli utenti. Possono ridurre la necessità di ricorrere al telefono e quindi le lunghe code di chiamate, consentendo al team di individuare il punto di informazioni richiesto per risolvere un problema o rispondere ad una richiesta in tempi brevissimi.

### **Interazioni di persona**

Nel caso di utenti business che si trovano nello stesso ufficio del team di gestione dei servizi, o di utenti mobili che non si recano spesso in sede, sorge l'esigenza di visite dirette per soddisfare una richiesta urgente, anche in un momento poco opportuno per il team IT. Se non si fornisce il supporto richiesto nel momento in cui viene richiesto, si rischia di intaccare la relazione con l'utente. In altre situazioni, il team ITSM può avere bisogno di recarsi presso la postazione di un utente business, e magari non lo trova perché è impegnato in un meeting. Per ridurre il tempo assorbito da casi simili, potete considerare l'adozione di un servizio di tipo "genius bar", utile sia per gli utenti che per il team di supporto. Fissate gli orari da dedicare agli appuntamenti di persona, integrandoli magari con funzioni di gamification per favorirne l'adozione



(vedere Coltivare i rapporti con gli utenti business). Offrite agli utenti business la possibilità di prenotare appuntamenti con il vostro team tramite un portale self-service in cui possono trovare le date e gli orari in cui i tecnici sono disponibili.

### **Mobilità del team**

Troppo spesso i team di gestione dei servizi non sono visibili al resto dell'azienda. Allocate dei momenti in cui i membri del team possano recarsi presso i reparti business per assistere gli utenti e migliorare il rapporto con essi. Gartner assegna a questo approccio il nome di "IT taxi model". Munite i membri del vostro team di iPad collegati al sistema di gestione dei servizi. Potranno così svolgere le stesse mansioni che fanno solitamente alla loro scrivania, ad esempio registrare o aggiornare i problemi o le richieste in tempo reale.

Potete anche preparare per il team delle t-shirt speciali che li identifichino chiaramente, ad esempio con una scritta tipo "Siamo qui per aiutarvi". Gli utenti business acquisiranno una migliore comprensione delle tecnologie disponibili e del fatto che potranno contare sul vostro team in caso di necessità, riducendo così il rischio di soluzioni di Shadow IT. Questa presenza continua rafforza il rapporto con gli utenti e permette al vostro team di capire in che modo gli utenti business interagiscono con i sistemi ed i servizi.

### **Misurazione a supporto del miglioramento e del valore aziendale**

Dopo aver dedicato diverse ore allo sviluppo ed alla progettazione di un'esperienza self-service, di chat o di appuntamenti, è difficile essere certi di giudicare il nuovo sistema in modo poco obiettivo, e che soddisfi effettivamente le esigenze degli utenti business. Inoltre, la misurazione delle prestazioni e la pubblicazione dei risultati delle iniziative di successo permettono di dimostrare il valore dell'ITSM per le attività di business (vedere Dimostrare il valore per l'azienda).



**Lo studio CIO 2015 di Gartner evidenzia che solo il 54% dei partecipanti al sondaggio indica la soddisfazione dei clienti interni come un fattore di metrica importante.<sup>11</sup> Eppure, secondo il sondaggio della Society of Information Management del 2016, una delle metriche più diffuse per la misurazione della performance dei CIO è il valore dell'IT per le operazioni business.<sup>12</sup>**

Le implementazioni di nuove iniziative non sono mai attività indipendenti di breve durata. Per tale motivo è necessario raccogliere su base regolare il feedback degli utenti, grazie al quale è possibile conseguire il miglioramento continuo. Ad esempio potrebbe emergere che il canale self-service non venga utilizzato abbastanza, o che gli utenti business non si servano del servizio di appuntamenti per supporto diretto individuale, continuando invece ad interrompere il team in qualsiasi momento. Con il feedback ricevuto potete acquisire ed analizzare dati utili, ad esempio, a migliorare il tasso di adozione e di abbandono di altri canali (quali il telefono), o a comprendere il canale di scelta dei vari gruppi di utenti.

Esistono diversi metodi per raccogliere il feedback degli utenti: sondaggi sulla soddisfazione degli utenti, analisi Web, interviste e gruppi di studio mirati. Sono tutti metodi validi e utili a conoscere meglio gli utenti business. Le informazioni possono essere raccolte da varie fonti. La misurazione ed il miglioramento continuo delle user experience in base all'input ricevuto dagli utenti permettono di conseguire gli obiettivi prefissati con maggior probabilità di successo. Questo implica l'integrazione di processi di revisione in linea con l'evolversi delle abitudini operative degli utenti business. Se si riesce a capire il punto di vista e le capacità degli utenti ed a rispondere alle loro esigenze, sarà possibile offrire loro esperienze di utilizzo più coinvolgenti e coerenti che saranno maggiormente apprezzate.

<sup>11</sup> Jerome Thiebaud, "5 Key Takeaways from Gartner Digital Workplace Summit," LinkedIn, 4 giugno 2015. Consultato il 19 gennaio 2016. <https://www.linkedin.com/pulse/5-keytakeaways-from-gartner-digital-workplace-summit-jerome-thiebaud>

<sup>12</sup> Business Wire. "Society for Information Management (SIM) 2016 IT Trends Study Reveals Major Shift in Focus of IT Executives"

### STUDIO CIO 2015 DI GARTNER



INDICA LA  
SODDISFAZIONE DEI  
CLIENTI INTERNI COME  
UN FATTORE DI METRICA  
IMPORTANTE

### IL SONDAGGIO DELLA SOCIETY OF INFORMATION MANAGEMENT DEL 2016



UNA DELLE METRICHE PIÙ DIFFUSE PER  
LA MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE  
DEI CIO È IL VALORE DELL'IT PER LE  
OPERAZIONI BUSINESS.

## AUTOMAZIONE

**Secondo uno studio di Forrester Research, “il 57% dei service desk fatica a gestire il picco massimo di ticket, ma solo il 31% sta considerando un aumento del personale.”<sup>13</sup>**

Per i team di gestione dei servizi è difficile restare al passo con esigenze sempre più elevate e risorse limitate. L'automazione può supportare processi IT e business chiave tramite nuove iniziative, quali la digitalizzazione al servizio degli utenti business, che richiedono esperienze di prim'ordine e non tollerano i problemi tecnici. Inoltre, l'automazione offre una sequenza prevedibile e ripetibile di passaggi dall'inizio alla fine, seguendo sempre lo stesso percorso. Riduce il rischio di errori ed elimina l'ambiguità seguendo sempre un percorso coerente e comprovato.

In un ambiente di gestione dei servizi, un workflow o processo passa da una persona ad un'altra a seconda delle diverse fasi. È in corrispondenza di tali passaggi che si verificano interruzioni e violazioni della sicurezza. L'automazione può risolvere tutto ciò. I vostri processi possono essere eseguiti in modo più rapido ed efficiente, riducendo i rischi associati agli errori umani. Ciò che un tempo richiedeva diverse settimane può essere svolto in pochi giorni, ore o addirittura minuti, massimizzando la produttività di tutte le persone coinvolte.

Si chiede ai team ITSM di ridurre i costi ed aumentare l'efficienza, ma senza un adeguamento delle risorse questo risulta difficile da concretizzare. L'automazione permette di risolvere questa sfida.

**L'AUMENTO DEL  
NUMERO DI TICKETS  
SUPERA L'AUMENTO  
DI PERSONALE IT**

**DI AUMENTO NEL  
NUMERO DI TICKET** **57%**



**DI AUMENTO DEL  
PERSONALE** **31%**



<sup>13</sup> Elinor Klavens ed Eveline Oehrlich, “Five Key Initiatives to Wow Your Workforce with Service Desk,” Forrester Research, 18 settembre 2015.

**Secondo un recente studio condotto da Gartner, le tre motivazioni principali che spingono le organizzazioni verso l'automazione sono:<sup>14</sup>**

- 1. Efficienza (78%)**
- 2. Riduzione dei costi (58%)**
- 3. Riduzione dei rischi (40%)**

L'automazione può aiutarvi a ridurre i tempi di lavorazione, migliorare la coerenza e ridurre i costi. Automatizzando i processi di gestione dei servizi, potete concentrare tempo e risorse sulle attività più strategiche a supporto delle iniziative e degli obiettivi aziendali.

L'automazione non si limita all'esecuzione di più attività allo stesso tempo. Fornisce anche nuove opportunità per migliorare ed unificare i singoli workflow in un set continuo di processi e capacità che funzionano all'unisono. Permette di offrire un supporto qualitativamente migliore e migliorare il livello di soddisfazione degli utenti grazie a tempi di risposta più brevi nonché alla migliore qualità e più ampia scelta di servizi erogati. Inoltre, l'automazione permette di semplificare i flussi di comunicazione e ridurre i costi.

### Da dove iniziare?

Numerose aree si prestano all'automazione, e come per ogni parte delle operazioni di gestione dei servizi, è utile adottare un approccio basato sul percorso di maturità. Il punto di partenza è un aspetto importante di qualsiasi percorso intrapreso.



14 Robert Naegle e Ronni J. Colville, "Survey Analysis: The Realities, Opportunities and Challenges of I&O Automation," Gartner, 27 maggio 2015. Consultato il 19 gennaio 2016. <https://www.gartner.com/doc/3062427/survey-analysis-realities-opportunities-challenges>

Gartner consiglia alle organizzazioni IT di focalizzarsi sull'automazione delle attività più ripetitive. Ma prima di iniziare, occorre capire che l'efficacia dei processi automatizzati dipende dall'efficacia della loro pianificazione e del loro sviluppo. "Follia è fare sempre la stessa cosa ed aspettarsi risultati diversi": è un detto attribuito ad Einstein.

Prima di automatizzare i processi, analizzateli per verificare che siano tuttora validi. Spesso i team ITSM considerano gli elementi più prossimi al proprio ambiente senza tener conto del loro impatto sull'intera azienda. L'automazione richiede una pianificazione incentrata sugli utenti. È importante coinvolgere gli utenti business direttamente o tramite team di produttività aziendale (vedere Coltivare i rapporti con gli utenti business) per definire l'attuale workflow ed accertarsi che sia ottimizzato e logico per gli utenti interessati. Solo allora sarà possibile decidere quali processi ottimizzati occorre automatizzare.

### Maturità iniziale

Iniziate con il rivedere ogni attività di routine, di scarsa complessità ma che assorbe notevoli risorse, ad esempio il ripristino delle password. L'automazione potrà ridurre il numero di richieste di assistenza e fornire valore immediato in termini di esperienza di utilizzo per gli utenti business. Ogni richiesta ripetitiva offre opportunità di automazione.

**Da uno studio condotto da Forrester emerge che i partecipanti al sondaggio segnalano che "il costo medio di risoluzione di un problema di password è pari a \$31 e che circa il 20% delle chiamate ricevute dall'help desk sono relative a problemi di password".<sup>15</sup>**

15 Merritt Maxim e Jennie Duong, "Benchmark Your Employee Password Policies and Practices," Forrester Research, 9 settembre 2015, aggiornato 14 settembre 2015. Consultato il 19 gennaio 2016. <https://www.forrester.com/Benchmark+Your+Employee+Password+Policies+And+Practices/fulltext/-/E-res122799>

**IL COSTO MEDIO DI  
RISOLUZIONE DI UN  
PROBLEMA DI PASSWORD  
È PARI A**



**IL 20% DELLE CHIAMATE RICEVUTE  
DALL'HELP DESK SONO RELATIVE A  
PROBLEMI DI PASSWORD**

Offrendo agli utenti business la possibilità di ripristinare una password in modo autonomo tramite un sistema self-service, si ridurrà la necessità di contatto diretto con il team di supporto e si offrirà agli utenti un'esperienza migliore (vedere Offrire esperienze di utilizzo eccezionali), oltre a ridurre i costi amministrativi. Gli utenti business che non possono accedere ai servizi di cui hanno bisogno per via di password dimenticate sono improduttivi. Automatizzando altri componenti della funzione self-service è possibile gestire un più alto volume di richieste in modo più efficiente, nonché offrire agli utenti business nuovi servizi tempestivi a supporto della loro produttività.

Considerate ad esempio la richiesta di un software. Un utente business ha bisogno di Adobe Acrobat® e ne avvia la richiesta nel sistema self-service. Appena inoltrata, la richiesta avvia un workflow. La richiesta di software deve essere approvata dal manager del richiedente. Viene quindi immediatamente inviato un messaggio e-mail con la richiesta di approvazione. Non occorre determinare di volta in volta a chi richiedere l'approvazione, ed il workflow avanza tra i vari passaggi senza alcun intervento manuale. Il processo viene quindi gestito, registrato ed acquisito o inoltrato automaticamente in base alle esigenze. E l'utente business da cui è partita la richiesta? Non dovrà più chiedere informazioni su come procede la sua richiesta, poiché riceverà automaticamente comunicazioni sul suo stato di avanzamento.

### **Maturità avanzata**

Una volta impostate le basi dell'automazione, il team dovrà procedere all'individuazione di ulteriori opportunità di miglioramento ed estendere l'automazione in tutta l'azienda.

Tornando al precedente esempio della richiesta di Adobe Acrobat, potete aggiungere ulteriori passaggi per automatizzare non solo le fasi di indirizzamento, approvazione e comunicazione del flusso di lavoro delle richieste, ma anche le fasi di fulfilment. Promuovendo l'automazione a circolo chiuso nei sistemi di gestione

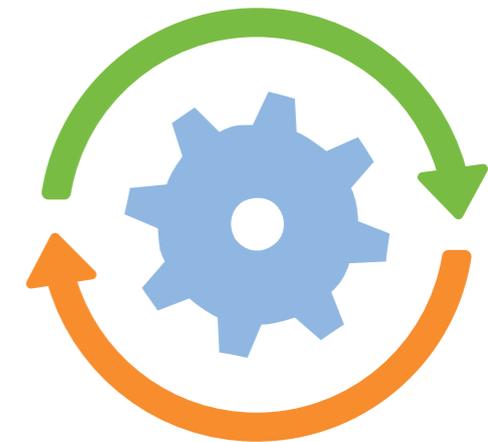


dei servizi in grado di distribuire il software, potete creare per alcune richieste un meccanismo senza alcun intervento manuale, migliorando così l'esperienza degli utenti e recuperando tempo prezioso che il vostro team potrà dedicare ad altre attività.

La gestione delle richieste è collegata alla gestione degli asset necessari per tali richieste. L'automazione può favorire le attività di discovery, importazione, riconciliazione e sincronizzazione dei dati dai database di gestione degli asset nell'ambiente ITSM. Il database di gestione della configurazione ITSM (CMDB) dipende dall'accuratezza dei dati importati da altri sistemi. L'integrazione e l'automazione dei relativi workflow offrono un quadro più efficiente e preciso degli asset e dei servizi disponibili. Una volta che tali dati diventano disponibili, è possibile ottenere informazioni quali utilizzo o costo delle licenze, utili per rispondere più rapidamente a richieste, incidenti, modifiche o altri processi che hanno un impatto sulla produttività aziendale.

Immaginate di poter creare un efficiente ambiente in cui i dati possano diventare azioni a supporto delle operazioni del vostro team. Utilizzando funzioni di gestione degli eventi integrate con i sistemi ITSM diventa possibile non solo individuare ma anche indirizzare, registrare e correggere i problemi presenti nell'ambiente IT tramite processi automatici prima ancora che gli utenti business possano risentire di tali problemi. Si riduce così la necessità di interventi reattivi a seguito di segnalazioni da parte degli utenti business.

Una volta rivisti attentamente i processi IT interni, provate a guardare oltre i processi tradizionali. Vantaggi simili possono infatti essere estesi ad altri team che si occupano di gestione di servizi, ad esempio Risorse Umane. Con l'automazione del processo di registrazione di nuovi dipendenti, un neoassunto non dovrà attendere che vengano allestiti i dispositivi in dotazione, impostati i suoi nuovi



account aziendali né svolte altre attività necessarie a renderlo da subito produttivo e pronto ad intraprendere le sue nuove mansioni. Tutto questo si traduce in un grande risparmio di tempo, ed il team ITSM può offrire valore ad altri reparti nell'intera azienda, consentendo loro di lavorare in modo più efficiente.

L'automazione dei processi nella gestione dei servizi vi permette di conseguire un livello superiore di coerenza e capacità di esecuzione. Allo stesso tempo, grazie alle analisi eseguite prima di avviare iniziative di automazione, potreste essere certi di implementare processi che rispondano alle effettive esigenze degli utenti, facili da mantenere e scalabili in base alle necessità. Gli amministratori IT ed i team di gestione dei servizi mantengono il pieno controllo sui flussi dei processi di manutenzione IT ed operatività. I team possono contare su una maggiore rapidità di risoluzione ed una frequenza minore di problemi. E vengono superati problemi quali colli di bottiglia, duplicazione del lavoro, collegamenti non funzionanti e difficoltà di interazione tra reparti diversi. Con più tempo a disposizione, potrete supportare nuove iniziative aziendali ed offrire agli utenti le esperienze che esigono.



## DIMOSTRARE IL VALORE PER L'AZIENDA

Una delle maggiori difficoltà affrontate dalle organizzazioni ITSM consiste nel misurare e comunicare chiaramente le metriche relative al valore apportato all'azienda. Molte organizzazioni hanno adottato metodi efficaci per la misurazione delle prestazioni operative. Ciò che è difficile, tuttavia, è dimostrare e massimizzare il valore effettivo.

**Un sondaggio condotto da Forrester Research indica che l'85% delle organizzazioni IT sente la pressione di dover dimostrare il valore delle proprie attività.<sup>16</sup> È un'esigenza che non può essere ignorata. Secondo il sondaggio della Society of Information Management del 2016, una delle metriche più diffuse per la misurazione della performance dei CIO è il valore dell'IT per le operazioni business.<sup>17</sup>**

Le metriche tradizionali si concentrano sulle prestazioni del team e degli strumenti ITSM, ad esempio per rilevare il tasso di risoluzione al primo contatto o il numero di richieste di servizio registrate in un dato giorno. Descrivono la situazione corrente e passata ma non forniscono informazioni che consentano di prevedere come questa evolverà, individuare momenti di particolare importanza e creare connessioni tra tali dati. I dati di metrica tradizionali non sono utilizzati dai leader dei reparti business nei loro processi decisionali.

I report sulle prestazioni e la produttività IT, benché utili, non rivelano nulla sul modo in cui l'IT assiste l'azienda e suoi dipendenti nelle loro attività quotidiane né sul suo ruolo nel definire strategie future.

<sup>16</sup> David K Johnson, Eveline Oehrlich ed Elinor Klavens, "ITSM Falls Short of Your 2016 Needs," Forrester Research, 11 novembre 2015.

<sup>17</sup> Business Wire. "Society for Information Management (SIM) 2016 IT Trends Study Reveals Major Shift in Focus of IT Executives"

UN SONDAGGIO  
CONDOTTO DA  
FORRESTER RESEARCH  
INDICA CHE L'

➔ **85%** ➔

DELLE ORGANIZZAZIONI IT SENTE  
LA PRESSIONE DI DOVER  
DIMOSTRARE IL VALORE DELLE  
PROPRIE ATTIVITÀ.

IL SONDAGGIO  
DELLA SOCIETY  
OF INFORMATION  
MANAGEMENT  
DEL 2016



UNA DELLE METRICHE PIÙ DIFFUSE  
PER LA MISURAZIONE DELLA  
PERFORMANCE DEI CIO È LA  
SODDISFAZIONE DI CLIENTI O UTENTI  
IT BUSINESS.

Prendiamo ad esempio un tipico report sugli incidenti. Potrebbe indicare che nelle ultime due settimane si sono verificati 25 incidenti degni di nota. Ma qual è l'impatto di queste cifre sul business? Dimostrando come gli incidenti si traducono in ore di interruzione di specifici servizi e relativi costi consente alla direzione di capirne l'impatto ed i rischi associati e di prendere le decisioni più appropriate.

Pannelli e report sono importanti nella modernizzazione dell'ITSM. Ma per massimizzarne l'efficacia è necessario capire gli obiettivi e le priorità dei manager delle diverse aree di business nell'organizzazione. I report più utili sono quelli che offrono informazioni accurate sulle prestazioni e sul relativo impatto sulle attività dei reparti business. I pannelli, o dashboard, di maggior valore evidenziano le aree su cui occorre intervenire. Entrambi comunicano i dati effettivamente rilevanti per ciascun manager che li visualizza, che si tratti del CIO, del vicepresidente o dell'amministratore delegato.

È necessario adottare un approccio basato sul valore, correlando le prestazioni e le metriche IT ai risultati dei reparti business. Solo così sarà possibile aggiungere valore, comunicando informazioni rilevanti per le unità business. **Le visualizzazioni dei dati di questo tipo, basate sul valore, sono definite da Gartner “dashboard sul valore aziendale”.**<sup>18</sup>

La realizzazione di simili dati aggregati richiede l'input da più fonti: dati sugli incidenti, sulla disponibilità dei servizi e sui costi. **Secondo IDC, entro il 2017 l'80% dei CIO avrà definito un piano incentrato sull'utilizzo dei dati a supporto del vantaggio competitivo.**



<sup>18</sup> Gartner. "IT Glossary" Consultato il 19 gennaio 2016. <http://www.gartner.com/it-glossary/dashboard>

**Nello stesso studio si legge anche che oltre il 70% delle organizzazioni con processi per la valutazione dei dati raccoglie ed analizza i dati con metodi prevalentemente manuali** <sup>19</sup>

Utilizzando specifici strumenti di reporting è possibile evitare tutte quelle attività di analisi manuali per la raccolta di metriche di vecchia generazione. I dati delle prestazioni, inoltre, possono essere affiancati dal contesto dell'impatto sulle attività business. I dati presentati nei pannelli possono essere facilmente filtrati così che qualsiasi utente possa approfondire i risultati e prendere rapidamente decisioni in linea con le operazioni ITSM. I team della gestione dei servizi potranno comunicare in modo efficace con i decisionisti business e rispondere alle loro effettive esigenze.

### **Le fondamenta alla base del valore**

I dashboard tempestivi con dati rilevanti hanno un valore enorme. Mediante visualizzazioni intuitive e facili da interpretare, aiutano i manager a determinare rapidamente:

- La situazione corrente
- La situazione rispetto agli obiettivi da raggiungere
- Le modifiche o messe a punto necessarie per restare sulla rotta giusta

**DELLE ORGANIZZAZIONI CON  
PROCESSI PER LA  
VALUTAZIONE DEI DATI**

**70%** 

**RACCOGLIE ED ANALIZZA I DATI CON  
METODI PREVALENTEMENTE MANUALI**

<sup>19</sup> Sarah K. White, "Digital Transformation Will Shape 2016," CIO, 30 novembre 2015. Consultato il 19 gennaio 2016. <http://www.cio.com/article/3009670/it-strategy/digitaltransformation-will-shape-2016.html#slide4>

I dashboard e report basati sul valore per gli utenti business sono un requisito fondamentale e consentono alle organizzazioni ITSM di ottimizzare l'efficienza delle prestazioni ed i processi, supportare le strategie commerciali, monitorare le tendenze ed individuare rapidamente nuove opportunità di crescita.

**Secondo Gartner, “entro il 2020 oltre il 50% delle organizzazioni di I&O adotteranno soluzioni BVD (Business-Value Dashboards), con un incremento notevole rispetto al livello odierno, inferiore al 10%”.**<sup>20</sup> I dashboard orientati alle attività business creano le fondamenta per dimostrare e migliorare il valore e l'efficacia del business migliorando la velocità e l'accuratezza delle decisioni prese.

**ENTRO IL  
2020 OLTRE IL  
50% DELLE  
ORGANIZZAZIONI  
DI I&O**



**ADOTTERANNO SOLUZIONI BVD  
(BUSINESS-VALUE DASHBOARDS)**

20 Gary Spivak e Robert Naegle, Market Guide for I&O Business Value Dashboards, Gartner, maggio 2015. Consultato il 19 gennaio 2016. <https://www.gartner.com/doc/3059017/market-guide-io-business-value>

## SUPPORTARE L'AGILITÀ AZIENDALE

La gestione tradizionale dei servizi IT è motivata dalla necessità di stabilità e controllo dei costi. Per supportare una strategia aziendale dettagliata e la creazione di piani di azione, vengono richieste capacità tecniche in modalità a cascata, spesso poco efficiente. Nonostante l'importanza del controllo dei costi, gli obiettivi primari sono l'innovazione ed i rapporti con gli utenti business. Nelle aziende oggi il reparto IT è il primo punto di riferimento, e ci si aspetta inoltre che funga da guida nella definizione di una nuova strategia. Dal punto di vista dell'IT, ogni sua attività deve essere focalizzata sulla creazione di valore e sulla maggiore agilità aziendale.

**La ricerca sulle tendenze IT del 2016 della Society for Information Management suggerisce che uno dei principali fattori nella misurazione delle performance dei CIO consiste nel contributo dell'IT alla strategia aziendale.<sup>21</sup>**

Per agilità aziendale si intende la capacità di reagire ed adattarsi a cambiamenti di business sia attesi che imprevisti, cogliendo nuove opportunità nel momento in cui si presentano, per acquisire una posizione di leadership, conquistare maggiore market share, entrare in nuovi mercati ed operare in un ambiente concorrenziale. L'agilità è legata a diversi aspetti, ma la costante è sempre una: il tempo. È la capacità di identificare nuovi rischi e nuove opportunità, e di sviluppare ed implementare rapidamente una risposta strategica.

Nel mondo digitale di oggi, i leader di mercato sono coloro in grado di identificare i cambiamenti e rispondere di conseguenza con agilità e tempestività. È un requisito operativo e competitivo per ogni azienda di successo. Alla base dell'agilità aziendale deve esservi una sinergia tra esecuzione IT e strategia aziendale in un ambiente altamente flessibile.

<sup>21</sup> Business Wire. "Society for Information Management (SIM) 2016 IT Trends Study Reveals Major Shift in Focus of IT Executives"

**MISURAZIONE  
DELLE  
PERFORMANCE  
DEI CIO**



**SUO CONTRIBUTO  
DELL'IT ALLA STRATEGIA  
AZIENDALE**

Per consentire lo sviluppo di questo nuovo ambiente, i team di gestione dei servizi devono essere più reattivi ed in grado di adattarsi ai cambiamenti a livello organizzativo. I team IT devono abbandonare il concetto ormai superato di limitarsi a supportare e mantenere i sistemi e-mail e simili, e diventare piuttosto innovatori che contribuiscono attivamente alla strategia aziendale. Questo richiede cambiamenti nei sistemi, nei processi e nei ruoli dello staff.

**AAgilità e stabilità:** si tratta di un paradosso per i team di gestione dei servizi solitamente più a loro agio in un ambiente di comando e controllo. Per garantire il successo, occorre evitare di concentrare le operazioni interne a scapito di un approccio incentrato sugli utenti ed innovativo. Le cause più frequenti del mancato successo nel supportare l'agilità aziendale sono: processi complessi, silos funzionali che non comunicano in maniera efficace con altri sistemi, la mancanza di allineamento con le esigenze degli utenti business, e l'incapacità di capire e sfruttare tempestivamente le nuove tendenze.

Un team IT interno lento nel rispondere e poco efficiente genera frustrazione nei reparti e nelle unità business che, anche se non hanno intenzione di gestire direttamente i propri sistemi, sentono di non avere altra scelta. A loro volta, i team di gestione dei servizi lamentano il fatto che gli utenti business preferiscano trovare ed acquistare direttamente gli strumenti di cui hanno bisogno, pretendendo comunque che vengano supportati dall'IT aziendale (vedere Coltivare i rapporti con gli utenti business).

Per non restare indietro, i team di gestione dei servizi devono sviluppare un approccio dall'esterno verso l'interno, che aiuti i reparti business ad individuare e comprendere i segnali di cambiamento e convertirli in obiettivi concreti. L'ITSM è diventata una delle aree fondamentali nell'ambiente business. È giunto il momento che assuma un ruolo più attivo. È necessario assumere un ruolo attivo nell'identificare le opportunità ed intraprendere attività volte alla creazione di



valore, al miglioramento dei processi, alla digitalizzazione ed all'automazione dei servizi. Il tutto per promuovere maggiore efficacia sia nei reparti IT che nelle unità business, inclusi i gruppi Finance, Risorse Umane, acquisti e logistica.

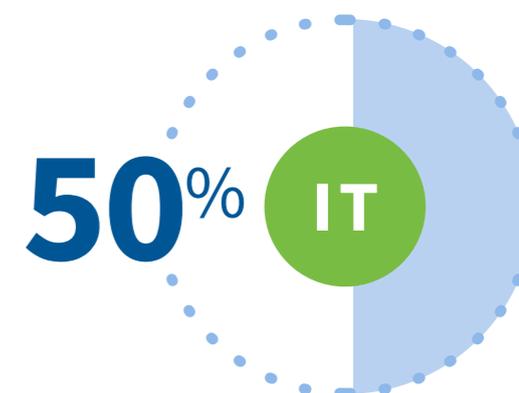
L'ITSM gestisce la maggior parte dei servizi da cui dipende l'azienda ed è già focalizzata sulla creazione di processi coerenti e ripetibili che riducono i tempi di attuazione e migliorano i livelli di produttività. Le iniziative che si sono dimostrate positive nell'ITSM possono quindi essere incorporate nell'erogazione e gestione dei servizi di business oltre l'ambito IT. I team addetti alla gestione dei servizi assumono un ruolo di consulenti per l'azienda, ed il sistema di gestione dei servizi IT integrato e basato sui processi offre l'agilità necessaria a supportare la strategia di business. Molti reparti oltre l'IT traggono già notevoli vantaggi da questo tipo di approccio.

**Una ricerca HDI e ITSMF indica che oltre la metà delle organizzazioni ha implementato la gestione dei servizi al di fuori del reparto IT.<sup>22</sup>**

Molte organizzazioni di gestione dei servizi hanno adottato piattaforme e criteri a sostegno dell'agilità aziendale, ma non ne hanno attivato ancora ogni aspetto. Per iniziare, occorre comprendere cosa può fare una differenza nel proprio ambiente business. Una conoscenza profonda di questi aspetti permette di rispondere ed agire in modo proattivo a supporto dell'agilità aziendale, per riconfigurare la piattaforma, regolare ed automatizzare i processi, e misurare l'impatto aziendale.

- 1. Comprendere le esigenze e gli utenti aziendali (vedere Coltivare i rapporti con gli utenti business):** acquisite dimestichezza con le normative di settore e di conformità; cercate di capire chi sia il cliente finale dell'azienda (non dell'IT), in che modo l'organizzazione risolve le problematiche riscontrate, e come l'IT può essere di aiuto nel trovare modalità più efficienti. Non dovrà necessariamente creare un nuovo mercato, ma potenzialmente ricombinare

**ORGANIZZAZIONI  
HANNO IMPLEMENTATO  
LA GESTIONE DEI  
SERVIZI AL DI FUORI  
DEL REPARTO IT**



<sup>21</sup> Business Wire. "Society for Information Management (SIM) 2016 IT Trends Study Reveals Major Shift in Focus of IT Executives"

servizi e tecnologie in un diverso workflow. Si pensi ad esempio alla rete Uber. Mano a mano che imparate a conoscere meglio le esigenze aziendali, sarete in grado di capire anche quelle degli utenti e le loro preferenze nel comunicare con il team. Scoprirete anche quando si verificano i periodi di picco o di calma nel corso dell'anno, e questo vi permetterà di evitare rischi, problemi ed instabilità legati ai cambiamenti stagionali. Potrete creare rapporti più solidi offrendo agli utenti gli strumenti ed i servizi che consentono loro di lavorare in modo più produttivo.

- 2. Offrire gli utenti business esperienze di utilizzo eccezionali (vedere Offrire esperienze di utilizzo eccezionali):** rafforzando il rapporto con gli utenti business e scoprendo le loro reali esigenze, potete farvi un'idea più accurata di come gli utenti preferiscano accedere ai servizi ed all'assistenza. Questo vi consentirà di creare un'esperienza di utilizzo ottimale, in linea con le aspettative degli utenti.

Come accade in ogni azienda che crea un servizio o un prodotto per il mondo consumer, se avete un prodotto eccezionale ma i canali di distribuzione e divulgazione non sono quelli giusti, gli utenti non saranno in grado di accedervi o di venirne a conoscenza, ed il prodotto sarà quindi destinato a fallire. Lo stesso vale nella creazione di esperienze di interazione multicanale a supporto della produttività degli utenti.

- 3. Adottare l'automazione (vedere Automazione):** l'automazione vi consentirà di velocizzare tutti i processi di risposta ed ottimizzare la gestione dei costi. Potrete riallocare le risorse per reagire con maggiore tempestività ai cambiamenti in atto nell'ambiente in cui opera l'azienda.



L'azienda deve essere agile ad ogni livello. Questo richiede il coinvolgimento di tutti i reparti, non soltanto dell'IT. Tramite relazioni più solide, una maggiore comprensione della realtà operativa ed una migliore collaborazione con altri reparti, sarete in grado di offrire consulenza ai team delle Risorse Umane, Vendite, Marketing ed altri, non solo in merito ai servizi necessari ma anche a come sia possibile ottimizzarne i relativi workflow tramite l'automazione. Invece di essere l'ultimo anello della catena, a cui viene richiesto di supportare un servizio Shadow IT che crea complicazioni e riduce l'agilità aziendale, siate proattivi: create ed automatizzate i workflow necessari collaborando con altri reparti, proponendo loro nuovi servizi in base alle esigenze in evoluzione.

- 4. Comprendere come si crea valore aziendale e dimostrare come lo si supporta (vedere Dimostrare il valore delle attività di IT):** tramite relazioni più solide, potrete comprendere meglio gli obiettivi e le priorità dei vari business manager nell'organizzazione. Sarete quindi in grado di correlare ai risultati aziendali le prestazioni IT, la misurazione e la reportistica. Potete aggiungere valore comunicando informazioni mirate che abbiano un effetto diretto sull'azienda.

L'agilità aziendale richiede un singolo quadro consolidato a cui tutte le parti interessate possano accedere facilmente per individuare nuove tendenze, evidenziare le aree da migliorare e comunicarle per permettere all'azienda di agire in anticipo rispetto alla concorrenza.



## LANDESK® PUÒ AIUTARVI A MODERNIZZARE L'ITSM

**Con strumenti, processi ed interfacce ITSM firmati LANDESK potete fornire i servizi ed il supporto richiesti oggi, con la capacità di rispondere alle esigenze future. Lasciatevi guidare da LANDESK nel percorso verso la modernizzazione.**

### **LANDESK ITSM**

Le soluzioni LANDESK per ITSM, compreso LANDESK® Service Desk, consentono di ottimizzare i servizi, offrire esperienze di utilizzo eccezionali e supportare l'agilità operativa, per raggiungere gli obiettivi digitali dell'azienda.

Disponibile come soluzione locale, cloud ed ibrida, si integra facilmente con sistemi ed applicazioni di terze parti per offrirvi tutti i dati necessari e la capacità di intervenire. LANDESK Service Desk offre tutte le funzionalità di un sistema per la gestione dei servizi di classe enterprise, compresi conformità ITIL® per la gestione di incidenti, richieste, problemi, modifiche e conoscenze. A queste si aggiungono capacità self-service leader di mercato, per migliorare ulteriormente l'erogazione dei servizi e le prestazioni del supporto IT.

### **Xtraction**

Xtraction di LANDESK raccoglie dati da applicazioni aziendali di diversi fornitori, con diverse interfacce di reporting, in una visualizzazione business consolidata ed immediata. Una singola vista raccoglie e visualizza i dati da diversi sistemi aziendali (ad esempio, per la gestione di servizi, asset, client, progetti ed altro ancora).



Potete creare report sulle attività IT quotidiane quali incidenti, modifiche o richieste, o riassumerle in dashboard sul valore aziendale con funzioni di approfondimento granulare per individuare le informazioni di specifico interesse per i business manager. Questa soluzione self-service permette al personale di visualizzare e creare report e dashboard per dirigenti, senza dover scrivere alcuna riga di codice. Anche chi non possiede specifiche competenze tecniche o analitiche è in grado di estrarre rapidamente i dati desiderati, creare dashboard ed ottenere informazioni immediatamente fruibili.

PER SAPERNE DI PIÙ SU QUESTE SOLUZIONI, VISITATE IL SITO WEB DI LANDESK O CONTATTATE IL VOSTRO RAPPRESENTANTE LANDESK LOCALE.

[www.landesk.com/it/itsm](http://www.landesk.com/it/itsm)

[www.landesk.com/it/products/xtraction/](http://www.landesk.com/it/products/xtraction/)

