

ITIL® 4 Specialist Drive Stakeholder Value (DSV)

Objetivos Didácticos

El propósito de este curso es dar al candidato la comprensión para optimizar el valor del recorrido para todas las partes interesadas (stakeholders), por ejemplo, para convertir la oportunidad y la demanda en valor e impulsar el valor de las partes interesadas.

El compromiso es importante en la optimización del valor del servicio porque, como explican los fundamentos de ITIL, el valor del servicio se crea conjuntamente a través de la participación de usuarios, clientes, patrocinadores, proveedores de servicios o cualquier otra parte interesada.

Este curso presenta formas y métodos para impulsar el valor de las partes interesadas y alentarles a contribuir en la creación de valor del servicio explorando lo siguiente:

- Propuestas de valor.
- Fomentar las relaciones.
- Mantener abiertos los canales de participación.
- Dar forma a la demanda.
- Diseño de ofertas de servicios
- Alinear y acordar expectativas.
- Co-creación de experiencias de servicio
- Realización del valor

Audiencia

- Personas que desean continuar aprendiendo más sobre la gestión de servicios.
- Gestores de ITSM y aspirantes a gestores de ITSM.
- Profesionales en ITSM que gestionan la operación de servicios o productos TI.
- Personas que cuenten con una certificación en ITIL y deseen desarrollar su conocimiento.

Requisitos previos

Los candidatos que asistan a este curso deben haber alcanzado con éxito la Certificación ITIL 4 Foundation. Tu certificado debe presentarse como evidencia documental para obtener la admisión a este curso. Aunque no hay un requisito obligatorio, lo ideal es que los candidatos tengan al menos dos años de experiencia profesional trabajando en la gestión de servicios de TI.

Metodología

Presencial, Aula Virtual

Duración

3 días

Temario del curso

1.- CÓMO SE DISEÑAN LOS RECORRIDOS DEL CLIENTE

- Comprender el concepto del recorrido del cliente (customer journey)
- Comprender las formas de diseñar y mejorar los recorridos del cliente

2.- CÓMO DIRIGIRSE A LOS MERCADOS Y LAS PARTES INTERESADAS

- Comprender las características de los mercados
- Comprender las actividades y técnicas de marketing
- Saber describir las necesidades de los clientes y los factores internos y externos que afectan a estos
- Saber identificar a los proveedores de servicios y explicar sus propuestas de valor

3.- CÓMO FOMENTAR LAS RELACIONES CON LAS PARTES INTERESADAS

- Comprender los conceptos de predisposición mutua y madurez.
- Comprender los diferentes tipos de relaciones con proveedores y socios, y cómo se gestionan.
- Saber cómo desarrollar las relaciones con los clientes.
- Saber analizar las necesidades de los clientes.
- Saber utilizar las actividades y técnicas de comunicación y colaboración.
- Conocer cómo se puede aplicar la práctica de "Gestión de relaciones" para posibilitar y contribuir a fomentar las relaciones.
- Saber cómo se puede aplicar la práctica de "Gestión de proveedores" para permitir y contribuir a la gestión de las relaciones con proveedores y socios.

4.- CÓMO DAR FORMA A LA DEMANDA Y DEFINIR OFERTAS DE SERVICIOS

- Comprender los métodos para diseñar experiencias de servicio digitales basadas en el valor, los datos y en el diseño de servicios centrados en el usuario Comprender los enfoques para vender y obtener ofertas de servicios.
- Saber captar, influir y gestionar la demanda y las oportunidades.
- Saber cómo recopilar, especificar y priorizar los requisitos de una amplia gama de partes interesadas.
- Conocer cómo se puede aplicar la práctica del "Análisis de negocio" para permitir y contribuir en la gestión de requisitos y el diseño de servicios.

5.- CÓMO ALINEAR LAS EXPECTATIVAS Y ACORDAR LOS DETALLES DE LOS SERVICIOS

- Saber planificar la co-creación de valor
- Saber negociar y acordar la utilidad del servicio, la garantía y la experiencia
- Conocer cómo se puede aplicar la práctica de "Gestión de Nivel de Servicio" para habilitar y contribuir a la gestión de expectativas del servicio

6.- CÓMO INCORPORAR Y DESCONECTAR A LOS CLIENTES Y USUARIOS

- Comprender las actividades clave de transición, incorporación y desincorporación

- Comprender las formas de relacionarse con los usuarios y de fomentar las relaciones con los usuarios
- Comprender cómo los usuarios están autorizados y tienen derecho a los servicios
- Comprender los diferentes enfoques para la elevación mutua de las capacidades de los clientes, usuarios y proveedores de servicios.
- Saber cómo preparar planes de incorporación y desincorporación.
- Saber cómo desarrollar canales de participación de usuarios y entrega.
- Saber cómo se puede aplicar la práctica de "Gestión del Catálogo de Servicios" para habilitar y contribuir a ofrecer servicios al usuario.
- Saber cómo se puede aplicar la práctica del "Service Desk" para habilitar y contribuir a la participación del usuario.

7.- CÓMO ACTUAR JUNTOS PARA GARANTIZAR LA CO-CREACIÓN CONTINUA DE VALOR

- Comprender cómo los usuarios pueden solicitar servicios.
- Comprender los métodos para clasificar las solicitudes de los usuarios.
- Comprender el concepto de comunidades de usuarios.
- Comprender los métodos para fomentar y gestionar los comentarios de los clientes y usuarios.
- Saber cómo fomentar una mentalidad de servicio (actitud, comportamiento y cultura).
- Saber utilizar diferentes enfoques para la prestación de servicios al usuario.
- Saber cómo aprovechar y tratar con los "momentos de la verdad" del cliente y del usuario.
- Saber cómo se puede aplicar la práctica de "Gestión de Solicitudes de Servicio" para habilitar y contribuir al uso del servicio.

8.- CÓMO REALIZAR Y VALIDAR EL VALOR DEL SERVICIO

- Comprender los métodos para medir el uso del servicio y la experiencia y satisfacción del cliente y del usuario.
- Comprender los mecanismos de cobro.
- Saber cómo evaluar la realización del valor del servicio.
- Saber prepararse para evaluar y mejorar el customer journey.
- Conocer cómo se puede aplicar la práctica de "Gestión de Carteras" para permitir y contribuir a la realización del valor del servicio.