SLAM+

SERVICE LEVEL MANAGEMENT

clearaxess

SLAM+

SERVICE LEVEL MANAGEMENT

01 ASPETTATIVE

02 CHI HA BISOGNO DI STRUMENTI DI GESTIONE DEI LIVELLI DI SERVIZIO?

03 L'IMPORTANZA DELLE METRICHE DI SERVIZIO

04 COSA DEVE ESSERE MISURATO? E PERCHÉ?

05 COME SCEGLIERE UN SOFTWARE DI GESTIONE DEI LIVELLI DI SERVIZIO

- 5.1 CONTROLLO DELLA GRANULARITÀ DEI KPI
- 5.2 INFORMATION TECHNOLOGY INFRASTRUCTURE LIBRARY (ITIL)
- 5.3 INTEGRAZIONE CON I PROCESSI ED I SISTEMI AZIENDALI
- 5.4 CAPACITÀ DI MAPPING CORRETTO CON LE VOCI CONTRATTUALI
- 5.5 REPORTING COMPLETO
- 5.6 E INFINE.... CONTROLLIAMO CHE SIA VERAMENTE UN SISTEMA DI SLA MANAGEMENT!!!

06 GESTIONE DEI LIVELLI DI SERVIZIO CON SLAM+

07 COME LAVORA SLAM+

- 7.1 DATA COLLECTION LAYER
- 7.2 DATA INTEGRATION LAYER
- 7.3 REPORTING LAYER

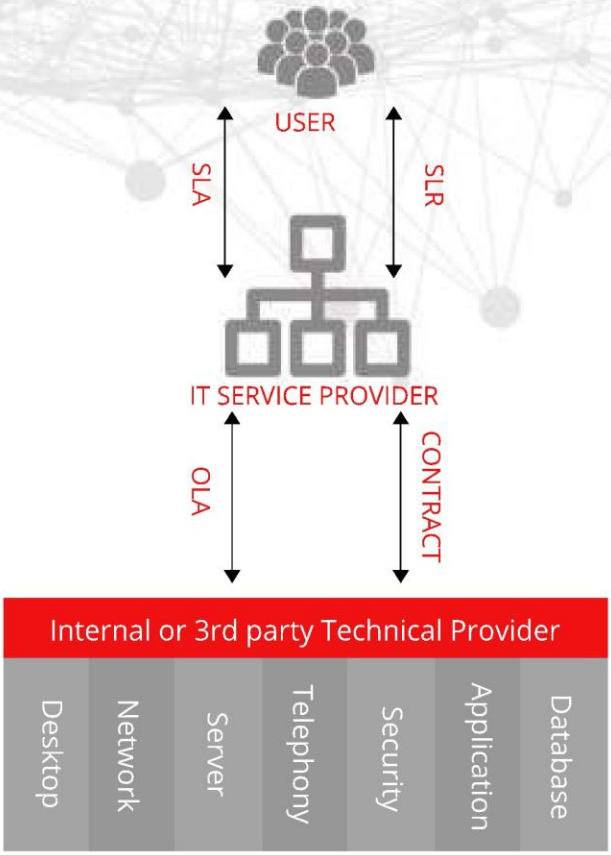
01. ASPETTATIVE

Al centro di quasi tutte le relazioni commerciali ci sono le "aspettative": aspettative che devono essere impostate, gestite, raggiunte e, possibilmente superate.
Quando si tratta di servizi (anche IT ma non solo IT), le aspettative dei Clienti, opportunamente definite e monitorate, rappresentano quei parametri che determinano il loro grado di soddisfazione.
Maggiore sarà quest'ultimo e maggiore sarà il rapporto di fiducia tra Cliente e Fornitore nel tempo.

Il Service Level Management SLM è il processo che gestisce gli obiettivi e le misure dei livelli di servizio e serve a garantire la conformità con i target di servizio contrattualizzati, noti come SLA, e le aspettative dei Clienti. Un sistema di Service Level Management efficace non solo mostrerà che gli obiettivi chiave per il successo del servizio siano stati raggiunti, ma offrirà anche un processo per migliorare la gestione del Ticketing o del Delivery anche qualora i KPI non dovessero rispettare le attese.

Un SLM efficace permette ai fornitori di servizi di:

- Migliorare l'erogazione del servizio e la soddisfazione del Cliente
- Raggiungere gli obiettivi di erogazione dei servizi interni OLA
- Monitorare il livello di servizio offerto dai propri Fornitori UPC
- Gestire, analizzare e segnalare metriche di performance
- Differenziarsi dalla concorrenza



02. CHI HA BISOGNO DI STRUMENTI DI GESTIONE DEI LIVELLI DI SERVIZIO?

Un Service Level Management robusto sta diventando sempre più importante per i fornitori di servizi a tutti i livelli. Molti fornitori che offrono SLA nei propri contratti, hanno scoperto che l'integrazione di un software completo di gestione dei livelli di servizio non solo semplifica le operazioni ma garantisce anche che gli obiettivi di performance siano soddisfatti. Quando non li garantisce, aiuta di certo a trovare i nodi o i colli di bottiglia in modo più rapido ed efficiente, consentendo il miglioramento dei processi interni (visto in ottica Problem management secondo ITIL).
Ecco alcuni esempi:

Customer Satisfaction

Se si forniscono servizi, fissando i parametri di riferimento interni, si farà un uso più efficace del tempo delle strutture coinvolte nell'ambito del processo (Delivery, Assurance, M&C) garantendo che principali Clienti o i Clienti strategici ricevano un servizio di alto livello.

Cost Reduction

Analizzare i principali processi operativi permette di trovare soluzioni di riduzione dei costi per un aumento dei margini economici.

Risk Mitigation

Monitorare costantemente l'andamento dei processi permette di anticipare le criticità interne per evitare blocchi operativi, perdite economiche e danni di immagine.

Quality Improvement

Definire nuove misure permette di migliorare le qualità dei processi operativi interni e di output per potersi distinguere dalla concorrenza, fidelizzare i propri clienti e acquisirne di nuovi.

Technology Innovation

l controllo di ogni fase di vita di un servizio permette di stabilire in quali casi sia opportuno adottare quanto meglio offre il mercato tecnologico per diventare più performanti ed innovativi.

03. L'IMPORTANZA DELLE METRICHE DI SERVIZIO

Le metriche di servizio sono utilizzate quantitativamente e periodicamente per misurare e valutare il livello di servizio fornito. Sono fondamentali per capire se si sta erogando un servizio di qualità in modo efficace. Ad esempio, per capire se si sta offrendo un servizio robusto e con un buon margine operativo un supervisore service desk ha bisogno di sapere qual è l'attuale livello di servizio prima di poter individuare le strategie di miglioramento.

Alcune domande che potrebbe porsi (per le quali si aspetta una risposta) sono:

• Qual è l'attuale livello di servizio fornito ai Clienti?
• Quali sono i diversi tipi di problemi ricevuti?
• Qual è il tempo di risposta sulle questioni critiche?
• Qual è il tempo di risposta su basse priorità, ma potenzialmente in aree di alto profilo?

Trovare le risposte a queste domande non è sempre facile, ma quando le risposte esistono, è possibile sviluppare miglioramenti di processo che consentano di aumentare la soddisfazione dei Clienti e di conseguenza il business, e costruire una reputazione che ci precede.
Le metriche possono essere, anzi devono essere orientate al business. Metriche ben congegnate possono dare risposte in ambiti prettamente manageriali ed aiutare il Fornitore nelle scelte strategiche. Con un efficace sistema di SLM le seguenti domande avrebbero sempre una risposta:

• Hai veramente sotto controllo tutti i tuoi costi, soprattutto quelli più importanti?
• Stai spendendo più del dovuto?
• I tuoi processi operativi sono ottimizzati?
• Hai automatizzato i processi più strategici?
• Riesci ad avere velocemente dati di analisi puntuali, aggregati e strutturati?
• I tuoi progetti sono fermi da tempo?
• Utilizzi un sistema di controllo interno e di gestione del rischio?

04. COSA DEVE ESSERE MISURATO? E PERCHÉ?

Al centro di qualsiasi software di Service Level Management c'è la definizione e la misurazione nel tempo di diversi indicatori di performances (KPI).
I KPI più comuni riguardano la reattività delle strutture di Assurance o Delivery alle richieste (interne o da parte di Clienti).

Di seguito qualche esempio:

- Tempo di risposta: quanto tempo ci vuole per reagire ad un incident, o ad una richiesta di M&C?
- Tempo di diagnosi: quanto tempo intercorre tra la notifica iniziale e la formulazione di un piano di intervento per risolvere la chiamata?
- Tempo di risoluzione: quanto tempo è intercorso tra la notifica iniziale e la chiusura dell'intervento atto a ripristinare il servizio a livelli normali?

Ciascuno di questi KPI è importante perché essi rappresentano i punti vitali e direttamente osservabili che il Cliente confronta con le proprie aspettative.

Queste misure possono essere utilizzate al proprio interno per capire se il flusso che un generico processo sta seguendo sia efficace o no, ed in quali punti siano presenti delle **criticità.**

La durata complessiva dell'attivazione è stata di 16 giorni, rispettando il target complessivo. Notiamo, però, che la prima e l'ultima attività sono state critiche nel processo e dovrebbero essere analizzate.

Se, ad esempio, si ipotizzasse di spezzettare un processo di delivery di un generico servizio in tante (es. tempo di realizzazione) per ognuna di queste, si potrebbe capire subito quali attività sono state efficaci (tale per cui si è conclusa al di sotto del tempo previsto) e quali no.

I KPI non devono essere considerati come una parte da inserire nel contratto, ma come una buona occasione per fare una bella impressione sul Cliente anche quando si è presentato un problema. Ad esempio, il tempo di risposta è importante perché il Cliente ha bisogno di sapere che la sua richiesta di aiuto è stata ascoltata ed accolta e che il fornitore è pronto ad agire.
Portare avanti la risoluzione di un guasto ad esempio, senza comunicare nulla al Cliente potrebbe essere una cattiva pratica.

Senza quella risposta iniziale, i Clienti possono diventare frustrati più rapidamente per la mancanza di interazione e di informazione e quindi percepire il Fornitore A (che ha comunicato il tempo di risposta) migliore rispetto al Fornitore B (che non l'ha fatto) pur avendo risolto entrambi il guasto nello stesso tempo.

Il tempo di diagnosi è particolarmente importante in situazioni in cui si è individuato la soluzione di un problema segnalato, ma non si è in grado di eseguire il piano immediatamente (ad esempio, per la mancanza di parti, o locali di accesso chiusi, ecc). Comunicare al Cliente che si ha un piano e che il problema verrà risolto entro un certo tempo aumenta la percezione positiva che il Cliente nutre verso il Fornitore.
Le misure possono essere molte e riguardanti aspetti diversi, ma senza dubbio, un numero maggiore di KPI ben congegnati aiuta a capire molto bene il servizio o l'attività che si sta svolgendo e sono sicuramente da preferire ad un numero esiguo di set di misure.
Ad esempio, nell'ambito Assurance, i KPI possono riguardare la disponibilità (intesa come percentuale di tempo in cui il servizio è effettivamente erogato rispetto alla finestra temporale entro cui deve essere erogato), la ripetitività (numero di occorrenze in un lasso di tempo), la frequenza e la "distanza" tra un problema ed un altro.
Compito di un buon software di SLM è poter configurare tutte queste misure (le più disparate) e dare risposte pronte ed efficaci in tempi brevi.

05. COME SCEGLIERE UN SOFTWARE DI GESTIONE DEI LIVELLI DI SERVIZIO

Il Service Level Management è una parte critica del processo di erogazione dei servizi. Nel corso di questi ultimi anni si è spostato da uno stato "nice to have" ad stato "must have" e, per sua natura, ha bisogno di essere completamente integrato nel CRM aziendale.
Nel valutare il software per la gestione degli SLA ci sono alcuni parametri da tenere in considerazione.

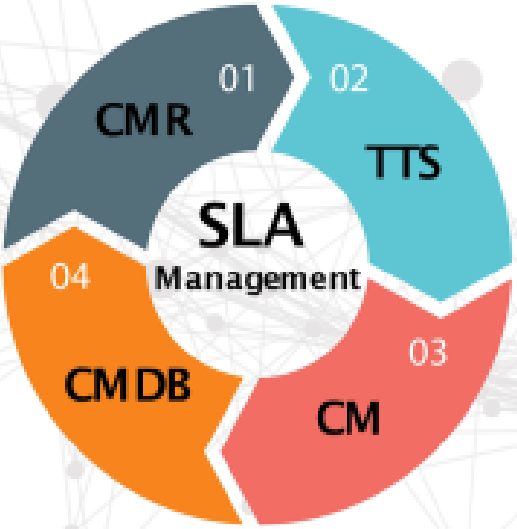
5.1 Controllo della granularità dei KPI

Uno strumento efficiente ed efficace metterà un controllo completo sulla granularità da applicare ai parametri specifici che si desidera misurare come parte dei termini contrattuali di servizio. In particolare, si dovrebbe cercare un programma che offra la flessibilità di stabilire diversi obiettivi nel tempo, che consenta di stabilire l'orario di lavoro personalizzato per i diversi Clienti, che possa gestire molti tipi di misura o integrare in breve tempo e a costi contenuti nuovi KPI. Tutte queste funzionalità sono "must have" per qualsiasi fornitore di servizi che voglia implementare processi interni efficienti e soddisfare le aspettative del Cliente.

5.2 Information Technology Infrastructure Library (ITIL)

Un robusto strumento di Serwice Lewel Management è essenziale se l'approccio per la definizione dei serwizi è basato sul framework ITIL, un importante standard del settore. Con il giusto strumento di Serwice Lewel Management, è possibile definire, monitorare e misurare le prestazioni di serwizio per ogni singolo Cliente e per contratto.

5.S Integrazione con i processi ed i sistemi aziendali



Gli strumenti di SLA migliori e più e‰caci si integrano perfettamente con i processi di business esistenti e con i sistemi dell'azienda. Consentono, inoltre, di adattare, attrawerso una configurazione, la base dati proweniente da questi ultimi con le woci presenti a contratto, senza bisogno di nuowi interwenti software.

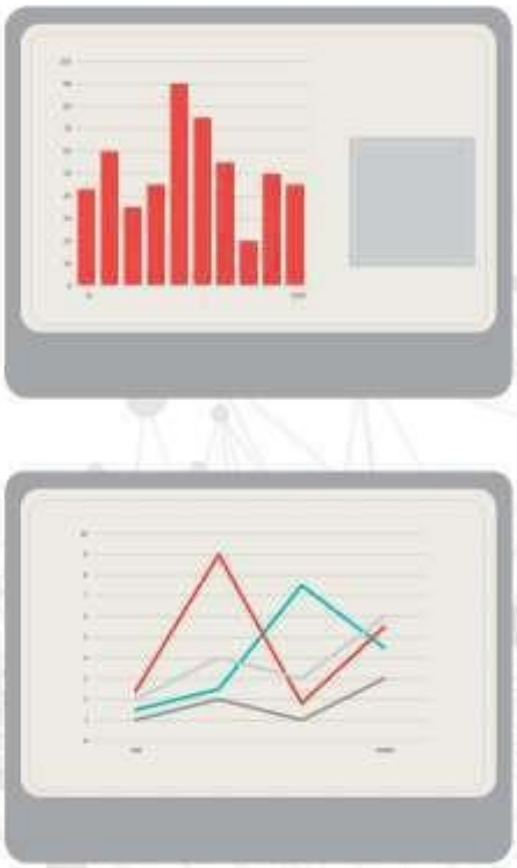
Si dowrebbe essere in grado di configurare il software di notifica automatica degli allarmi e mostrare in real-time quali KPI stanno superando le soglie.

5.4 Capacità di mapping corretto con le voci contrattuali

I contratti, soprattutto con i Clienti strategici o molto importanti, hanno delle woci che non sono sempre corrispondenti al modello presente nei sistemi CRM del Fornitore. Il caso più comune è il Cliente acquisito attrawerso un bando gara; quest'ultimo è stato scritto dal Cliente (secondo le proprie specifiche esigenze e wisione dei serwizi) e, molto spesso, non coincide con la nomenclatura dei serwizi presenti nel CRM aziendale o con i parametri di riferimento. Ad esempio, il Cliente potrebbe wedere un unico serwizio di connettiwità in alta a‰dabilità, laddowe inwece, il Fornitore ne rawwisi più di uno (nel suo CRM sono configurati un serwizio di connettiwità ed uno di backup) e solo l'unione dei due serwizi fornisce il serwizio in alta a‰dabilità richiesto dal Cliente. Un walido strumento di SLM dewe recuperare i dati dei due serwizi ed esporre SLA unendo le due woci.

5.5 Reporting completo

Siamo arrivati alla parte più di impatto, quella che consente di visualizzare i dati ed esporli al proprio Cliente:
il reporting. Lo strumento di SLM deve essere in grado di mostrare i dati contrattuali (necessari per mantenere alta la fiducia del Cliente), ma anche di permettere una vista più ampia e completa dei dati in suo possesso. Oltre a permettere un focus sul dettaglio deve poter concedere "panoramiche" (sia nello **spazio** che nel tempo) per esporre in modo corretto la portata di alcune soluzioni implementate dal Fornitore oppure per consentire problem management o di capacity planning.
La capacità di generare report completi aiuterà a capire i propri parametri di rendimento interni, rivedere la conformità con gli SLA e documenti esistenti e dimostrare il valore portato al Cliente.
I report inoltre, possono anche essere efficaci nel rendere Fornitori e altri partner strategici consapevoli delle capacità organizzative aziendali ed esibire la capacità di fornire un supporto di alto livello.



5.6 E infine.... controlliamo che sia veramente un sistema di SLA management!!!

Sembrerà banale, addirittura scontato, ma un sistema di SLA dovrebbe consentirci di gestire TUTTI gli SLA e non sono quelli di Assurance, legati ai trouble tickets. Lo SLA, per sua definizione, è un accordo tra Cliente e Fornitore: il Fornitore "promette" al Cliente che un determinato parametro rimarrà entro i confini di un servizio ritenuto accettabile o buono o eccellente (a seconda del profilo che si intende scegliere).

Molti strumenti di SLA management si concentrano prevalentemente sul calcolo della durata dei guasti (o un paio di misure in più ma sempre basate sui guasti):

• ho risolto i guasti in meno di 4h? Sì/No
• la percentuale di guasti bloccanti sui guasti gestiti non supera il 60%? Sì/No
• il tempo medio di risposta è al di sotto di 1h? Sì/No

Trascurando o non lasciando adeguato spazio alle altre misure, che però potrebbero fornire informazioni significative sulla qualità del servizio, quale Cliente potrà essere soddisfatto al 100%? Ad esempio, quale potrebbe essere il grado di soddisfazione di un Cliente che ha il 100% dei guasti risolti entro il tempo prefissato a fronte di un numero spropositato di guasti avuti nel mese? Queste misure sono altrettanto importanti, ma spesso sono "trascurate" da molti sistemi di SLA (es. disponibilità, ripetitività, ecc...). E ancora: se invece di un guasto il Cliente volesse ¡ualche altra informazione? Ad esempio:

- Se volesse monitorare l'occupazione percentile di banda di alcuni link?
- Se volesse monitorare l'occupazione di ogni scaffale del suo magazzino?
- Se volesse mettere in relazione il trend di occupazione dello storage in funzione del caricamento costante di dati in ingresso?
- O i messaggi di posta consegnati entro un certo lasso di tempo?
- O la valutazione di un corso di formazione effettuato dal personale docente?
- O il tasso di fatture errate e riemesse da parte del fornitore?
- O la percentuale di chiamate gestite e non abbandonate prima di un certo numero di secondi?
- O il tempo medio impiegato tra la fine di un'attività e l'attestazione formale del SAF sul CRM del Cliente?
- O il tempo che intercorre tra la fatturazione di un servizio e l'effettivo pagamento?

La lista potrebbe continuare naturalmente.

Quindi, in ultimo ma non per ultimo, un vero sistema di SLA management dovrebbe consentire l'inserimento di qualunque tipo di KPI si voglia introdurre. Indipendentemente dal fatto che sia un ticket (con un inizio o una fine) o un evento del tutto diverso o dal fatto che sia solo una "durata".

06. GESTIONE DEI LIVELLI DI SERVIZIO CON SLAM+

Molte aziende stanno rapidamente adottando programmi di Service Level Management per aumentare i livelli di soddisfazione dei clienti, differenziarsi dalla concorrenza e aumentare i livelli di business e di efficienza. Se il vostro interesse è stabilire e misurare i parametri di rendimento interni o esterni, un valido strumento di gestione dei livelli di servizio può essere una parte fondamentale del vostro successo futuro.

Uno degli strumenti più avanzati e dai costi contenuti per il Service Level Management è SLAM+.

SLAM+
SERVICE LEVEL MANAGEMENT

Granularity

Definire KPI per qualunque granularità: contratto, cliente, sito, servizio o item

Contract Versioning

Gestire versioni e storia del contratto tenendo conto dell'evoluzione dei servizi inclusi

Advanced Profiling

Accedere a funzionalità o a singole porzioni di dati attraverso regole definite per ruolo

Reconciliation

Trattare e catalogare i dati e renderli omogenei con le richieste del contratto

Forecasting

Analizzare dati previsionali tramite interpolazione su dati storici o caricamenti opportuni

Publishing

Pubblicare report verso i Clienti in modalità manuale o automatica

Treeshod alarming

Definire regole di alarming basate sul superamento di soglie predeterminate

Anomaly checker

Definire regole per stabilire la congruità e la correttezza dei dati provenienti da sistemi esterni

Advanced Reporting

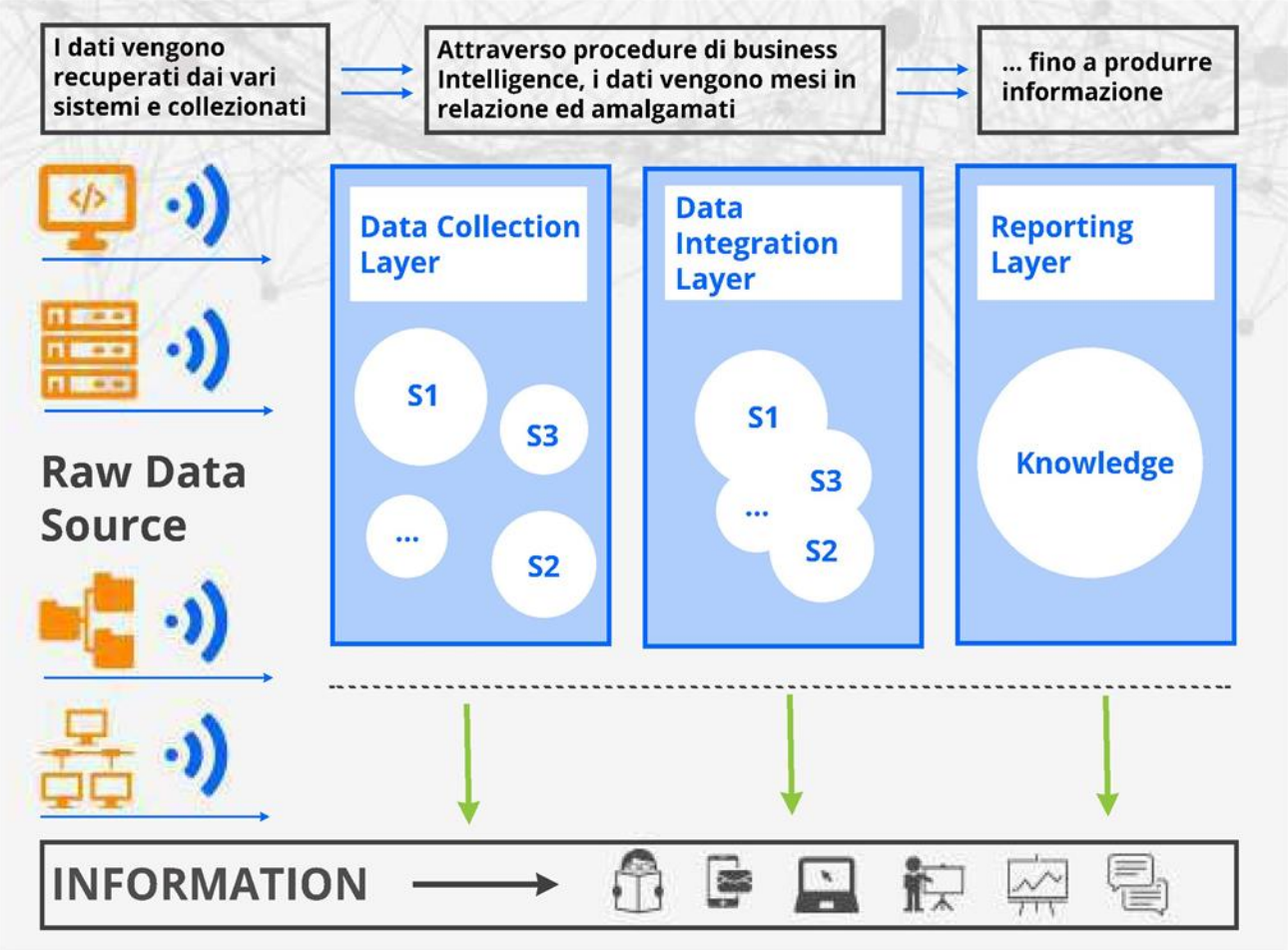
Dashboards, andamenti grafici, filtri di ricerca avanzati ed export in vari formati o in un unico PDF

Gli elementi logici servono principalmente per due scopi:

- **controllare i dati:** ad ogni passaggio da un layer ad un altro vengono controllati e "stoppati" tutti quegli elementi che non rispettano le regole definite o che non hanno i requisiti per passare al livello successivo. Proprio come in una dogana, il sistema controlla tutti gli elementi che cercano di entrare e li sottopone ai controlli specificati in fase di configurazione (es. campi vuoti, non congruenti, non validi, ecc...)

- **amalgamare i dati:** i dati ad ogni salto di livello vengono sempre più normalizzati e "fusi" con gli altri presenti. Tutto questo genera una base di conoscenza (o Knowledge base) uniforme ed omogenea, senza nessuna anomalia

Di seguito, nella figura successiva, una rappresentazione di quanto appena affermato.



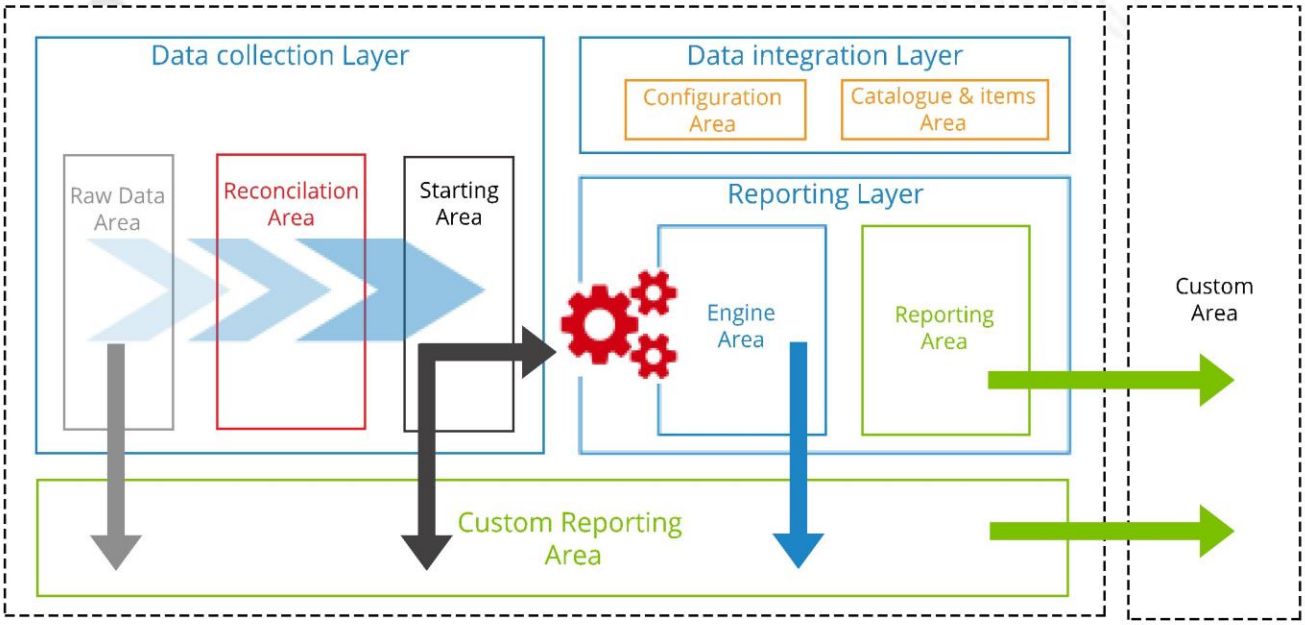
07. COME LAVORA SLAM+

SLAM+ consente la misurazione e documentazione automatica dei livelli di servizio soggetti a SLA (Service Level Agreement) e/o OLA (Operation Level Agreement), erogati sia in ambito business, che nella gestione di infrastrutture tecnologiche (IT Service Management).
SLAM+ lavora su tre livelli logici per immagazzinare le informazioni, rielaborarle (se necessario) e presentarle.

I livelli sono:

Data Collection	**processo di acquisizione dei dati elementari necessari per il calcolo dei KPI;**
Data Integration	**processo di consolidamento, riconciliazione, sintesi e comparazione dei dati collezionati finalizzato al calcolo e al controllo dei livelli di servizio e delle eventuali penali;**
Reporting	**processo di presentazione, personalizzazione dei contenuti e del layout grafico e pubblicazione in report dei dati elaborati.**

Gli elementi logici che compongono l'applicazione sono mostrati nella figura di seguito.

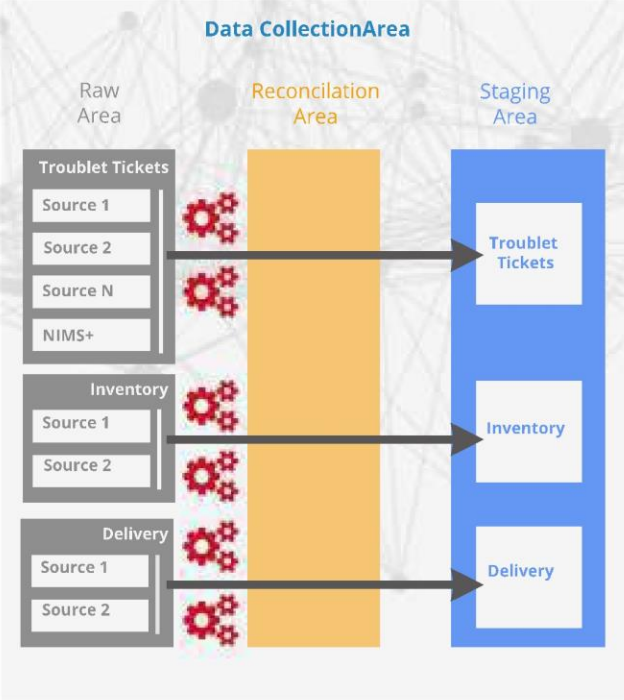


7.1 Data Collection Layer

Questo strato si interfaccia mediante opportuni adapter a diversi sistemi di gestione per acquisire i dati necessari per il calcolo degli indicatori (per esempio, dati su Incident, Problem o Service Request da sistemi di trouble ticketing, dati su Change Request da strumenti di M&C o di Delivery, allarmi da sistemi Network&Application Monitoring, dati su configuration item da CMDB o asset management, ecc...).
L'integrazione delle sorgenti dati è basata su adapter (file, accessi a DB, API, ecc...) locali o remoti (quindi non invasivi) rispetto alle sorgenti. La configurazione degli adapter e quindi l'integrazione delle sorgenti non necessitano di sviluppo di codice e possono essere gestite in modo molto veloce.

Per questo livello sono previste tre aree:

- Raw Data Area: rappresenta quella parte di elementi che costituiscono i dati elementari importati da altri sistemi (trouble tickets, inventory, delivery, ecc...);
- Riconciliation Area: è la zona nella quale è possibile raggruppare logicamente elementi omogenei;
- Staging Area: è ciò che è stato importato dal sistema ma ancora non rientra nell'ambito dello SLAM+. I dati grezzi sono stati importati ed eventualmente raggruppati, andando a costituire un gruppo omogeneo di entità.



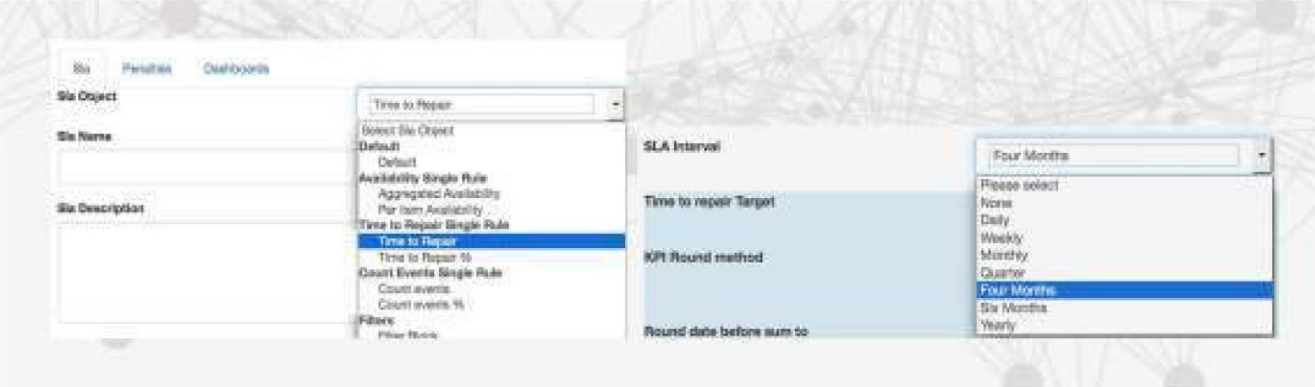
Esaminando più nel dettaglio questo layer, vediamo che è composto da uno o più elementi di dati grezzi, importati attraverso un connettore e riconciliati (se necessario) secondo regole specifiche garantite dall'area di riconciliazione, come mostrato nella figura seguente.

7.2 Data Integration Layer

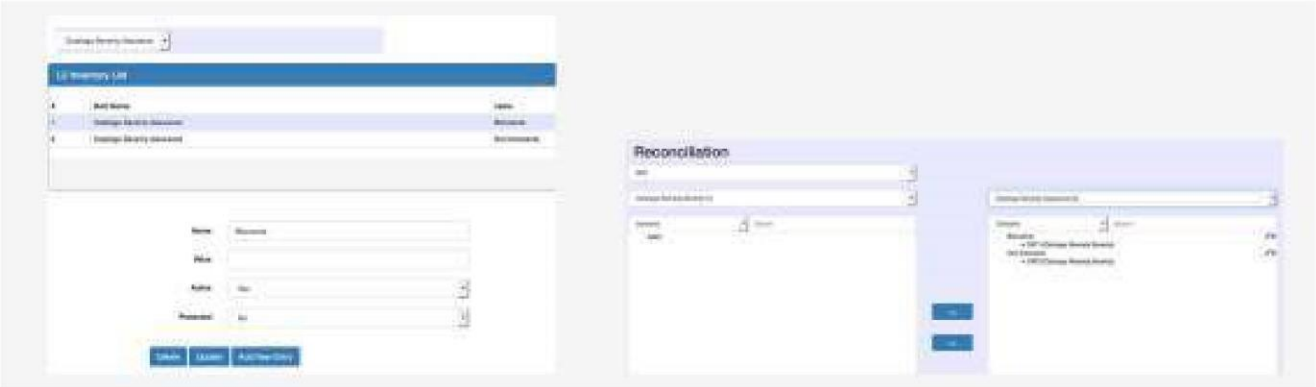
Per questo livello sono previste due aree:

- Configuration Area: è l'area che attiene alla configurazione del sistema e del cliente. In questa area vanno definiti gli SLA del contratto, la periodicità di calcolo, le proprietà dei clienti ecc...;
- Catalogue&Items Area: è la zona che contiene i dati dei vari cataloghi e delle istanze del contratto

E' il cuore del sistema in quanto snodo fra il livello dei dati grezzi e quello di presentazione finale.
Nelle figure che seguono possiamo vedere qualche esempio di interfaccia del componente designer per la creazione di uno SLA: nella prima possiamo scegliere nome e descrizione (a seconda del tab selezionato), mentre nella seconda si vede un esempio di come impostare alcuni parametri (in questo caso il periodo).



Nelle successive figure invece, possiamo vedere l'interfaccia per la creazione di un generico catalogo e la riconciliazione con le voci provenienti dai sistemi sorgente.

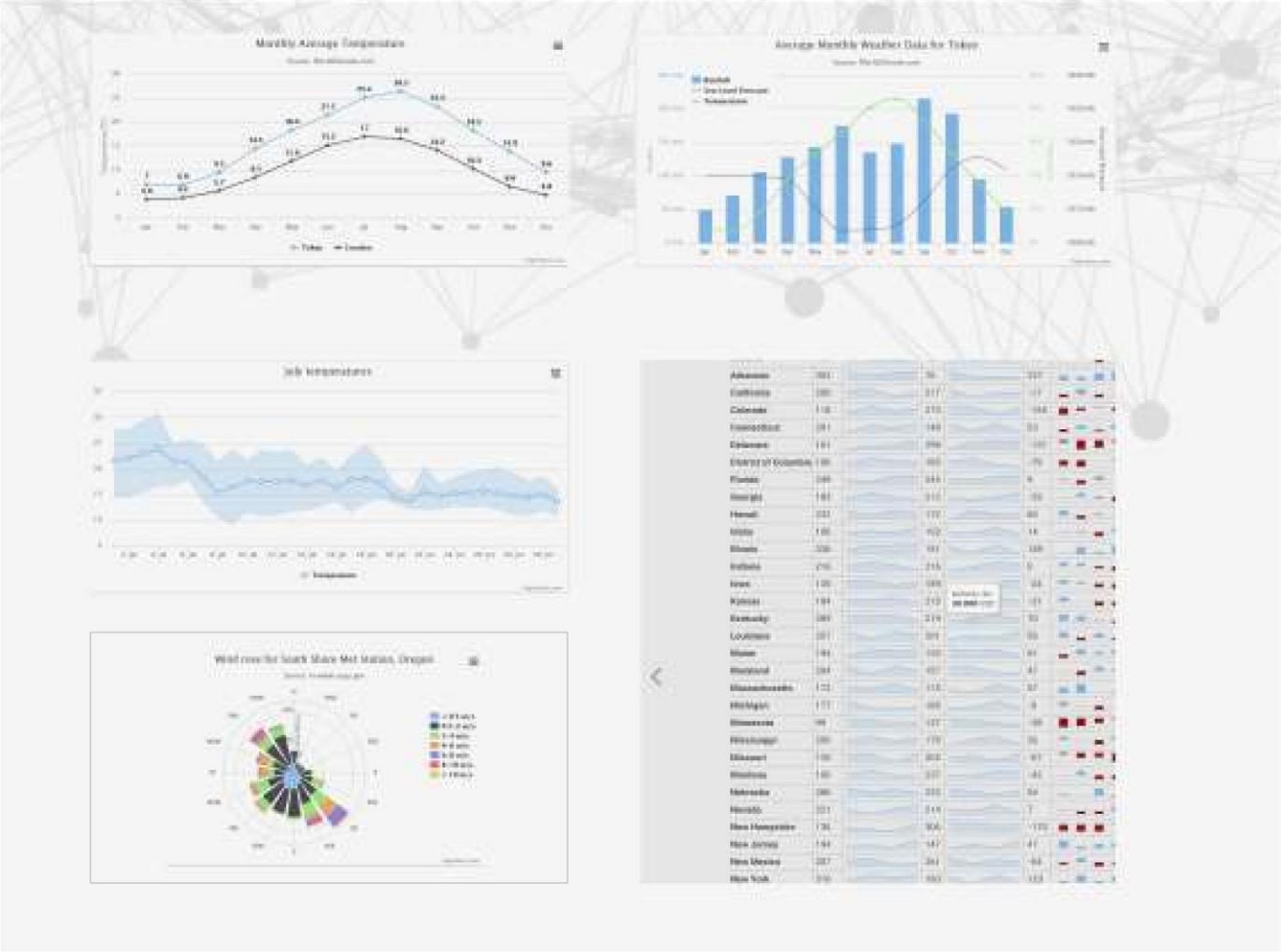


7.3 Reporting Layer

Per questo livello sono previste diverse aree:

- Engine Area: è l'area preposta al calcolo algoritmico degli SLA;
- Reporting Area: rappresenta l'area che permette la visualizzazione dei report degli SLA e la pubblicazione al Cliente;
- Custom Reports Area: : è quell'area che permette di configurare report non standard per un Cliente specifico

Come già accennato in precedenza, è il layer che rappresenta il portale di accesso alla reportistica personalizzabile con il layout del Cliente (logo, colori sociali, lingua, ecc.).
Di seguito riportiamo qualche esempio di grafico



SLAM+

SERVICE LEVEL MANAGEMENT

Clear Axess SAGL
Via alla Campagna 4
6900 Lugano
CHE-458.932.791

www.clearaxess.com