ANO III - Nº 20 - OUTUBRO / NOVEMBRO 2014 - WWW.HDIBRASIL.COM.BR/REVISTA - R$ 12,90

HDI SupportWorld Brasil

A REVISTA LÍDER MUNDIAL EM SERVICE DESK E FIELD SUPPORT

Atendimento VIP

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E SLA AGRESSIVO

BATE-PAPO

Fabiano Droguetti
Diretor de soluções e tecnologia da TIVIT

CASO DE SUCESSO

MEGA – Implantando KCS com o método Gamification

EM TECNOLOGIA, ALGUMAS COISAS AINDA PODEM SER TRATADAS DE UM MODO ANTIGO: PESSOAS CONVERSANDO COM PESSOAS.

Por isso, além de trabalhar com as tecnologias mais inovadoras, a Resource IT Solutions trabalha com os profissionais mais qualificados. A Resource IT Solutions é uma das integradoras de serviços de TI que mais cresceram em faturamento e market share nos últimos anos, segundo a IDC. E não foi por acaso. Em mais de 20 anos de atuação, a Resource acredita que são as pessoas que fazem a diferença. Só elas podem garantir mais proximidade na hora de entender as reais necessidades da sua empresa e saber qual tecnologia usar para oferecer uma solução realmente sob medida.

Resource®
IT SOLUTIONS

CLOSER. FASTER. BETTER.

SUMÁRIO

04 **CARTA DO EDITOR**

05 **CARTAS**

06 **BIBLIOTECA**

07 **HDI ON-LINE**

08 **BATE-PAPO** *Fabiano Droguetti, diretor de soluções e tecnologia da TIVIT*

12 **CASO DE SUCESSO**

32 **10 ANOS HDI BRASIL**

© agsandrew

18 **MATÉRIA DE CAPA**

Impactos positivos e negativos do atendimento VIP

COLUNISTAS

16 CATÁLOGO DE SERVIÇOS, *por Fernando Baldin*
Catálogo de serviços – Uma experiência real

22 MÉTRICAS, *por Fabio Barreto*
Falando sobre métricas...

24 FIELD SUPPORT, *por Luís Miguel Brito*
Evolução do Field Support

26 HDI EXPOGOV 2014, *por Thiago de Marco*
Conteúdo e público presente foram os destaques do HDI EXPOGOV 2014

30 GESTÃO, *por Rafael Baltresca*
Pensamento crítico, uma obrigação

34 CONEXÃO INTERNACIONAL, *por Buff Scott III*
As chaves para a efetiva Gestão de Problema

38 HUMOR, *por* André Farias

Capa: a foto de capa foi comprada do fotolia – www.fotolia.com.
Autor: © freshidea. A Produção de capa é de Clovis Rolemberg Jr.

carta do EDITOR

Divulgação

Mais um ano que passou!

E chegamos ao último exemplar de 2014 da revista **SupportWorld**. Quantas coisas aconteceram neste ano aqui no Brasil. Tivemos a Copa do Mundo e uma das mais disputadas eleições presidenciais já vistas. Mas um fator que chamou a atenção de todos foram as manifestações da população brasileira em busca, podemos dizer, das melhores práticas de governança do País. Ahhh, as melhores práticas… algo que estamos sempre em busca, seja em qual ramo de atividade estivermos.

E por falar em melhores práticas, você vai perceber que abordamos em nossa Matéria de Capa um tema bem controverso e que não condiz com as melhores práticas do mercado de suporte, de acordo com o Padrão HDI Internacional. Mas como essa atividade é praticada em algumas empresas, e o Instituto, bem como esta publicação, têm o intuito de sempre informar o nosso leitor e nosso público sobre temas do seu cotidiano, convidamos alguns especialistas da área, com diferentes pontos de vista, para discorrer sobre o tema de forma a auxiliá-lo e apresentar informações pertinentes.

Nesta edição, também iremos falar, em nossa editoria Bate-Papo, sobre como reduzir o número de chamados ao Field Support e quais as vantagens desta redução.

Em Caso de Sucesso, a empresa Mega apresenta o Gamification, método usado para emplacar a metodologia de gestão do conhecimento Knowledge-Centered Support (KCS) na empresa. Quais desafios foram enfrentados e qual foi a solução encontrada. Ainda, entrevistamos os analistas de suporte que participaram do projeto para dar o seu ponto de vista.

Leia também sobre Catálogo de Serviços, Gestão de Problemas, métricas, evolução do Field Support, entre outros. E descubra ainda como foi a segunda edição do nosso evento direcionado à contratação de serviços e suporte de TI no setor Público, o Expogov, que aconteceu no mês de setembro em Brasília.

E mais, para fechar com chave de ouro, a nossa última reportagem sobre o especial 10 anos HDI Brasil, trazendo a você a história inspiradora de sucesso e coragem da nossa colaboradora Daiana David. Um exemplo de determinação e profissionalismo!

Boa leitura, boas festas e nos vemos em 2015!

Luiz Couto

Luiz Couto
CEO do HDI Brasil

CARTAS

10 anos HDI Brasil

Gostaria de parabenizar todo o time HDI Brasil. Estou acompanhando a história do Instituto pelas reportagens da revista e é muito legal ver o resultado do trabalho de vocês em casos reais de colegas do mercado.

Maristela Alves Torres – Vila Velha/ES

Sugestão

Caros, gostaria de sugerir alguns temas para ser abordados em matérias que são muito úteis ao nosso mercado, como Métricas, Gestão de Problemas e de Mudanças.

Alexandre Pereira – João Pessoa/PB

Maturidade do Centro de Suporte

Interessante saber em qual nível de maturidade encontra-se o seu negócio e o seu centro de suporte, bem como saber aonde tenho de chegar. Posso dizer que minha empresa tem um bom nível de maturidade, mas lendo a reportagem com o consultor do HDI, Breno Lima, pude perceber que ainda existem alguns detalhes a ser acertados para chegarmos lá!

Gustavo M. Ribes – Curitiba/PR

COMO ASSINAR A REVISTA?

A assinatura da revista ***SupportWorld Brasil*** é feita por meio do site www.hdibrasil.com.br/revista. O custo da assinatura anual (6 edições) é de R$ 69,90. Dúvidas, contate-nos pelo telefone: (11) 3071-0906.

ESCREVA PARA A SEÇÃO CARTAS

Envie sua mensagem ao e-mail redacao@hdibrasil.com.br. Agradecemos críticas e elogios enviados à redação da ***SupportWorld Brasil***. Todas as mensagens serão lidas e contempladas para futuras pautas à revista. Também nos procure no Twitter, Facebook e Linkedin com o termo "hdibrasil" e interaja com os grupos do ***HDI*** na Internet.

SUPPORTWORLD BRASIL
www.hdibrasil.com.br/revista
www.supportworld.com.br

ANO III – Nº 20 – EDIÇÃO OUTUBRO / NOVEMBRO 2014

EXPEDIENTE HDI
***CEO**: Luiz Couto*
luiz@hdibrasil.com.br
***Diretor-executivo:** Thiago de Marco*
thiago@hdibrasil.com.br
***Gerente Comercial:** Felipe Coelho*
felipe.coelho@hdibrasil.com.br
***Analista de marketing:** Luiza Guerra*
luiza@hdibrasil.com.br
***Gerente de conteúdo:** Cintia Caputto*
cintia.caputto@hdibrasil.com.br
***Consultor:** Breno Lima*
breno@hdibrasil.com.br
***Financeiro-administrativo:** Eliete Martins*
eliete@hdibrasil.com.br
Executivos de produtos:
Marcela Couto
marcela@hdibrasil.com.br
Tatiana Gomes
tatiana@hdibrasil.com.br
***Analista de Call Center:** Daiana David*
daiana@hdibrasil.com.br

EXPEDIENTE EDITORIAL
***Editora:** Natalia Gela – MTb 54.871*
natalia@hdibrasil.com.br
Revisão:
Maria Elisa Guedes
redacao@hdibrasil.com.br
Diagramação e criação:
Clovis Rolemberg Jr.
clovis@hdibrasil.com.br

PUBLICIDADE
Executivos de conta:
Marcela Couto
marcela@hdibrasil.com.br
Tatiana Gomes
tatiana@hdibrasil.com.br

Anuncie sua empresa!
(11) 3071-0906

Assinaturas: como receber?
Preencha o formulário de assinatura em: www.hdibrasil.com.br/revista

Central de relacionamento HDI:
(11) 3071-0906

Sobre o HDI:
Conheça mais sobre o HDI em www.hdibrasil.com.br
Assine a newsletter com conteúdos relevantes para o seu dia a dia:
www.hdibrasil.com.br

HDI Brasil
Rua Dr. Renato Paes de Barros, 714 – Cj. 74
Itaim Bibi – São Paulo/SP – CEP.: 04530-001
Impressão: Silvamarts
Circulação: nacional
Periodicidade: bimestral

A revista **SupportWorld Brasil** *é uma publicação bimestral do* **HDI Brasil**, *sob a realização da* **Editora MidiaBooks Ltda.**, *e contém artigos sob a licença da* **United Business Media (UBM)**. *Os textos traduzidos desta edição contam com a autorização do* **HDI** *e da divisão a que pertence,* **TechWeb**, *do grupo* **UBM – United Business Media**.

As opiniões dos artigos/colunistas aqui publicados refletem unicamente a posição de seus autores, não caracterizando endosso, recomendação ou favorecimento por parte do **HDI Brasil** *ou quaisquer outros envolvidos nesta publicação.*
Todos os direitos reservados.

Dicas de leitura...

COMO CONQUISTAR, FIDELIZAR E RECUPERAR CLIENTES – Gestão do Relacionamento

Autor: Lima, Agnaldo
Editora: Atlas
Idioma: Português

A proposta deste livro é abordar o tema gestão do relacionamento com o cliente de uma forma completa, porém menos técnica e cansativa, levando os conceitos sempre para um aspecto mais prático, mais próximo do dia a dia das empresas e numa leitura clara, fácil e didática. E para facilitar ainda mais o entendimento, os assuntos foram divididos em três pilares fundamentais: ENTENDER, PREPARAR e AGIR.

Sobre o pilar entender, colocamos assuntos conceituais que vão mostrar a importância e as diferenças entre conquistar e manter clientes, onde encontrá-los, quanto vale um cliente e por que eles vão embora. Sobre o pilar preparar, estão os assuntos relacionados à visão da liderança, ao trabalho em equipe, à importância dos representantes e da relação olho no olho, à relação com os parceiros e à visão sistêmica. Por fim, no pilar agir, estão os assuntos que implicam diretamente na relação com o cliente, na segurança que o cliente busca na hora de comprar, os roteiros de atendimento telefônico, a importância e a participação das redes sociais nesta relação, as ações de relacionamento, a customização de produtos e do atendimento e, por fim, a fidelização do cliente.

60 ESTRATÉGICAS PRÁTICAS PARA GANHAR MAIS TEMPO

Autor: Barbosa, Christian
Editora: Sextante
Idioma: Português

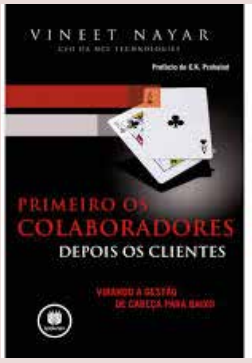
Está cada vez mais difícil dar conta de tudo o que temos para fazer. Cuidar bem da carreira, da família, da equipe, da saúde, entre outras demandas, tornou-se o nosso grande desafio diário. Para conseguir incluir sem atropelos todas as nossas tarefas nas 24 horas do dia, precisamos de um método que nos leve a concluir cada atividade com tranquilidade e eficiência. Neste livro, o especialista em gestão do tempo Christian Barbosa recorre ao seu comprovado método de produtividade pessoal e nos oferece um manual com dicas práticas e objetivas para resolver de uma vez por todas os problemas da má administração do tempo. As 60 estratégias que ele propõe englobam vários aspectos do dia a dia profissional e pessoal, como planejamento de carreira e empreendedorismo, trabalho em equipe e home office, uso eficiente da tecnologia, saúde, disposição e vida em família. O objetivo principal é ajudar você a ter mais produtividade e energia para fazer aquilo que realmente importa. Este guia prático e abrangente vai ensiná-lo a ter uma vida mais equilibrada e a lidar com as novidades de um mundo em constante mudança.

CARREIRA E COMPETÊNCIA – você é aquilo que faz – Como planejar e conduzir seu futuro profissional

Autor: Chiavenato, Idalberto
Editora: Manole
Idioma: Português

Na Era da Informação, o impacto de desenvolvimento tecnológico, a intensa globalização da economia, as profundas transformações nas organizações trouxeram a necessidade de criação de um novo conceito de emprego, competitividade e produtividade que se tornaram palavras-chave, enquanto segurança deixou de ser uma constante. A obra apresenta soluções para que os profissionais de hoje e do futuro possam planejar, organizar e identificar condições adequadas para conquistar um bom emprego.

PRIMEIRO OS COLABORADORES DEPOIS OS CLIENTES – Virando a Gestão de Cabeça para Baixo



Autor: Nayar, Vineet
Editora : BOOKMAN
Idioma: Português

Esta obra procura mostrar a visão de Vineet Nayar sobre a transformação, o antes e o depois, suas dúvidas, seu processo de descoberta, a validação das suas ideias e a construção de consenso. O leitor pode ver como o pensamento dele sobre a administração migrou do velho para o novo. De um foco na estrutura hierárquica tradicional para uma que descentraliza o poder, a responsabilidade e a prestação de contas pela criação de valor.

© Sergey Nivens

WHITE PAPER

A Gestão do Conhecimento para o sucesso no atendimento ao cliente

É um fato. Se você não oferecer a seus clientes ou funcionários a opção de autoatendimento na web, você já fica para trás. Os benefícios dessa mudança podem ser substanciais, desde que o mundo baseado na web funciona 24x7x365 e oferece oportunidades ilimitadas para a interação com cliente. Mas é também o caso de que satisfazer plenamente as demandas de informação e serviços pode ser desafiador e cria uma mentalidade de "resposta imediata".

Saiba mais em: http://bit.ly/whitepaper-ed_20

Reduzir o distúrbio sonoro em Centros de Atendimento

Atualmente, as Centrais de Atendimento costumam ser um local de trabalho com muitos ruídos característicos; o distúrbio sonoro no ambiente de trabalho pode ter diversas variáveis como causa: troca de turno de colaboradores, volume de ligações, ruídos das ferramentas de trabalho, ar condicionado e a própria comunicação dos colaboradores, entre ainda outras hipóteses.

Leia mais em: (http://bit.ly/article-01-ed_20)

Gerenciamento de serviços e Acordo de Nível de Serviço ANS

No mundo de hoje, a palavra gerenciamento de serviço faz parte da estratégia de negócio das organizações, mas o que será isso? Gerenciamento de serviço é um conjunto composto por pessoas, processos e ferramentas com foco em assegurar a qualidade dos serviços, com suporte a níveis de serviço acordados (SLA) previamente com o cliente.

Leia mais em: (http://bit.ly/article-02a-ed_20)

© Sergey Nivens

Uma ferramenta para gerenciamento de serviços de TI

Vou iniciar este artigo deixando claro para todos os leitores que não represento nenhum fornecedor ou desenvolvedor de software de gerenciamento de serviços; existem excelentes ferramentas no mercado e que são comercializadas por meio de diversos modelos comerciais, atendendo aos mais variados "tamanhos" de orçamentos. O objetivo deste artigo é apresentar uma recomendação de análise e seleção de ferramentas de gerenciamento de serviços de TI, baseado em melhores práticas e experiência profissional de mercado.

Leia mais em: (http://bit.ly/article-03-ed_20)

Automatizar atividades rotineiras de TI é ganhar tempo e diminuir a dependência de especialistas de TI

Você pode reduzir custos com isso ou direcionar esses recursos intelectuais para atividades mais nobres, como projetos inovadores e estratégicos… Tantos projetos e desafios demandam da equipe de TI grande energia e dedicação, não somente para desenvolvimento de novas tecnologias, como também entendimento e readequação de processos à nova realidade (mobilidade, cloud, redes sociais e big data), isso exige da TI respostas rápidas, criativas e assertivas e seus resultados passam a ser condição de sobrevivência e transformação do negócio.

Leia mais em: (http://bit.ly/cshdibr-ed20)

Como reduzir chamados ao Field Support?

Por Natalia Gela

Antes de falarmos sobre como reduzir chamados ao Field Support, precisamos entender o que isto significa para o negócio. Ao reduzir o número de chamados escalados ao suporte de campo, temos um ganho na produtividade do usuário final, já que há uma melhora no Tempo Médio de Atendimento (TMA) e, com isto, o usuário consegue voltar ao trabalho mais rápido.

Além disso, há uma considerável redução de custo, pois os chamados solucionados de forma remota possuem custo mais baixo do que os que são direcionados ao Field Support. Descubra mais sobre o tema neste bate-papo com o diretor de soluções e tecnologia da TIVIT, Fabiano Droguetti.

Boa leitura!

© Taiga

Como reduzir os chamados ao Field Support? Explique?

Existem algumas medidas que viabilizam a redução dos chamados, como:

- Padronização do parque de dispositivos e softwares: isso, na experiência da TIVIT, diminui a incidência de chamados de soluções já conhecidas e simplifica os chamados que poderiam ser muito complexos em um parque heterogêneo.
- Renovação do parque tecnológico: é outra estratégia eficiente, já que, quanto mais novos os recursos, menos chamados de hardware ocorrem.
- Célula de suporte remoto especializado: a TIVIT implementa esta célula com atendimento remoto, para que chamados, que tenham maior complexidade e tempo de atendimento mais longo, sejam tratados sem onerar o Service Desk. Essa célula absorve uma quantidade relevante de chamados que seriam anteriormente encaminhados ao Field Support.
- Direitos administrativos: é importante que o usuário final não tenha direito de administrador nos dispositivos, pois, muitas vezes, ele não possui o conhecimento técnico para fazer as modificações necessárias e isto prejudica a padronização, aumenta o risco à segurança da informação e, consequentemente, o número de chamados para o Field Support.

De que forma essa redução pode impactar no negócio? Explique.

Conforme citado na primeira questão, essa redução impacta diretamente no tempo de produtividade do usuário final e nos custos para manter uma equipe de Field Support mais numerosa.

Quais são os maiores desafios e dificuldades em reduzir chamados escalados ao Field Support? Explique cada um.

Entre as principais dificuldades:

- Capacitação: usuários com conhecimento atualizado sobre as ferramentas de trabalho da empresa tendem a gerar um número menor de chamados escalados ao Field Support, uma vez que um usuário bem capacitado tem condição de resolver os problemas mais comuns, utilizando-se da base de conhecimento disponível na empresa;
- Cultural: a cultura latino-americana privilegia a interação pessoal. Por conta desse traço cultural, é comum o usuário de TI entender que só é efetivo o atendimento presencial por um analista do Field Support. Esse é um ponto que vem evoluindo com o passar do tempo e as novas gerações de usuários estão mais abertas ao atendimento remoto ou mesmo ao atendimento automatizado.

Como a redução de tickets do Field Support pode impactar nos custos? Explique.

O custo de um chamado resolvido pelo Field Support é maior que um resolvido por equipes remotas, pois o deslocamento de um profissional implica em custos mais elevados e maior tempo para resolução.

Como a Gestão de Service Desk deve se comunicar com a Gestão de Field Support de forma que ocorra essa redução de tickets ao suporte de campo?

A integração entre as duas áreas deve ser forte e sólida. Deve fazer parte desse processo, uma análise periódica dos chamados, a fim de identificar categorias de chamados passíveis de resolução remota ou automatizada.

Qual é o papel da Gestão de Service Desk para essa redução? E o papel da Gestão de Field Support? Explique.

O papel da Gestão do Service Desk é gerar indicadores que permitam à Gestão do Field Support identificar oportunidades de melhoria como, por exemplo, chamados reincidentes e passíveis de solução remota, para que sua solução seja documentada na base de conhecimento, melhorando com isso o nível de solução no primeiro contato.

Quais pontos devem ser levados em conta na Gestão de Field Support para que seja possível reduzir o número de tickets?

Os principais pontos são:

- Capacitação da equipe de Field Support nas tecnologias utilizadas pela empresa, permitindo que a equipe atue na causa raiz e, assim, preveja a reincidência dos chamados, podendo assim evitá-los;

- Definir indicadores que permitam ao gestor de Field Support acompanhar se as soluções aos chamados atendidos por esta equipe são documentadas na base de conhecimento, com isso permitindo que os times de suporte remoto apliquem a solução no primeiro contato do usuário.

Qual o papel do usuário na redução de chamados ao Field Support? Explique.

É importante que o usuário esteja aberto ao autoatendimento, pois uma parte considerável dos chamados que chegam ao Field Support poderia ser facilmente resolvida pelo usuário com uma consulta às informações disponíveis na base de conhecimento da própria empresa.

Manter a padronização do seu dispositivo também é um ponto importante, além de manter-se em constante treinamento para atualização em relação às ferramentas de trabalho.

E quanto à infraestrutura? O que deve ser considerado para que ocorra a redução de tickets?

Entendendo infraestrutura como sendo as ferramentas de apoio à equipe de Field Support, podemos destacar:

- Ferramentas de autoatendimento, permitindo, por exemplo, que o usuário solicite a instalação de softwares ou altere sua senha de forma automatizada;
- Ferramenta de controle remoto para o Service Desk, solucionando chamados no primeiro nível;
- Base de conhecimento completa e atualizada, possibilitando que os chamados possam ser resolvidos mais rapidamente.

Qual a importância da capacitação da equipe para a redução de chamados ao Field Support? Explique.

Uma equipe de Field Support treinada e atualizada nas tecnologias utilizadas pela empresa soluciona os chamados num tempo mais curto, realimenta a base de conhecimento e direciona esforços para ações que evitem a reincidência dos chamados.

Qual o papel da base de conhecimento na redução de chamados ao Field Support. Explique.

Uma base de conhecimento completa e atualizada pode incentivar o autoatendimento, além de permitir ao Service Desk resolver um número maior de chamados.

Quais são as vantagens e os resultados esperados com a redução de chamados escalados ao Field Support?

Os principais resultados esperados são o aumento da produtividade dos usuários finais, que não ficarão com tempo ocioso esperando o atendimento do Field Support, e a diminuição dos custos para manter uma equipe maior de atendimento. ■

IMPULSIONE SUA TI HÍBRIDA

REINVENTANDO A GESTÃO DE SERVIÇOS PARA O NOVO ESTILO DE TI

HP SERVICE MANAGER

O HP Service Manager é uma solução consolidada para a central de serviços, incidentes, problemas, mudanças, requisições de produtos e serviços no ambiente corporativo complexo e distribuído. A solução demonstra o desempenho de chamados, agentes solucionadores em um único painel de gerenciamento, usando métricas padronizadas e KPIs definidos pela empresa.

HP SERVICE ANYWHERE

O HP Service Anywhere é uma solução de central de serviços baseada em nuvem, fornecida como um serviço. Ela combina o melhor dos dois mundos: liderança da HP em termos de gerenciamento de serviços de TI e uma moderna e ágil experiência de usuário intuitiva.

HP EXECUTIVE SCORECARD

HP IT Executive Scorecard reúne automaticamente métricas de todos os seus sistemas de TI para a construção de indicadores de desempenho, através de scorecards e dashboards para que os executivos utilizem estas informações para uma tomada de decisão rápida e assertiva.

PinkVerify 11 Processes

ITIL Process Compliant Gold Level

Inovar e integrar soluções pensando em você e nas suas necessidades, é a forma que a **IT2B** encontrou para estar entre as maiores do Brasil.

www.it2b.com.br
11. 3824-6800

© artisticco

Gamification

Como obter sucesso na implantação de um projeto

Por Natalia Gela

A decisão de implantar uma metodologia de Gestão do Conhecimento na Mega deu-se por conta da necessidade que existia em reter conhecimento em uma base para consulta, já que todas as iniciativas tomadas fracassaram. Por conta da rápida evolução do software da empresa, a base de conhecimento ficava desatualizada rapidamente e, com isto, caía em desuso.

De acordo com Giuliano Machado, gerente de atendimento e relacionamento com clientes da Mega, a ideia era disponibilizar aos clientes e parceiros uma base consistente e madura, de forma a auxiliá-los no dia a dia; administrar o esgotamento dos analistas; além de melhorar o resultado da área de Suporte por meio da redução no número de incidentes; melhorar a produtividade da equipe por meio de um aumento no percentual de incidentes solucionados no primeiro nível; aumento no percentual de incidentes atendidos com FCR e com um tempo de solução menor.

Para isso, Machado conta que a metodologia escolhida foi o Knowledge-Centered Support (KCS). "Eu conheci o KCS na primeira vez que o Greg Oxton do Consortium for Service Innovation (CSI) veio ao Brasil, para a Conferência do HDI. Nesse encontro, fiquei muito empolgado com a metodologia, porém, parecia um pouco distante naquela época para a nossa operação, até pelo nível de maturidade dos nossos processos em 2008", explica.

Ele conta que, à época, não existia uma base de conhecimento, mas sim uma base de consulta. "Os analistas pesquisavam na nossa base de incidentes, porém, como a informação não estava estruturada, era difícil encontrar a solução, e quando encontrada, a mesma precisava ser totalmente editada antes da resposta final ao nosso cliente."

Implantação

Como em qualquer processo de implantação, alguns cuidados são necessários para que o projeto seja realizado com sucesso. No caso da implantação do KCS, Machado conta que o primeiro passo foi designar uma pessoa da equipe para ser a dona do projeto, e assim, capacitá-la na metodologia. "Depois do treinamento HDI KCS, desenhamos o processo, desenvolvemos uma ferramenta para apoio, pois não encontramos no mercado uma que se integrasse bem a nossa ferramenta de Service Desk e fizemos um piloto com uma pequena equipe, apenas para validar o processo", afirma o gerente.

De acordo com Machado, a priori, uma das estratégias utilizadas para implementação foi abandonar o legado (já que a experiência aponta que em torno de 60% a 85% dos itens de conhecimento do lega-

do não são utilizados) e não implantá-lo em ondas, como a metodologia sugere. "Fizemos um Big Bang em nossa principal operação de suporte", explica.

Problemas encontrados

O processo de implantação não saiu conforme planejado. Alguns problemas dificultaram o sucesso da operação. O gerente conta que, logo após o Go Live, perceberam que os analistas estavam demorando muito tempo para criar um artigo seguindo o conteúdo-padrão proposto inicialmente. "Esse conteúdo-padrão era bastante completo, em que os analistas tiravam print de todas as telas e gravavam até vídeos. Todos os artigos estavam ficando muito bons, mas o tempo de atendimento começou a aumentar de forma a, praticamente, inviabilizar o projeto. Alteramos o conteúdo-padrão, simplificamos o modelo e de 28 minutos de média para escrever um artigo, chegamos a 5 minutos."

Machado acrescenta que a opção de fazer o "Go Live" e não "em ondas" em uma operação inteira contribuiu para que não ocorresse o engajamento entre os analistas. "Tão logo identificamos o problema, procuramos o HDI novamente e enviamos outra equipe para fazer o treinamento HDI KCS. Nesse segundo treinamento, como já tínhamos algum know-how na metodologia, tiramos muitas dúvidas e percebemos que a estratégia de implantar em ondas, com uma 'equipe de elite' trabalhando inicialmente no projeto, era fator primordial para o sucesso", avalia.

A Solução

Percebido o principal problema, que se encontrava na dificuldade de engajar os analistas a atribuir mais uma atividade na rotina de trabalho já atribulada, ainda mais por essa atividade não representar nenhum benefício aos analistas em curto prazo, foi preciso estudar métodos de engajamento. Foi então que descobriram o Gamification. "O Gamification nada mais é que o uso do mecanismo de jogos orientados ao objetivo de resolver problemas práticos ou de despertar engajamento entre um público específico. Parecia perfeito para o KCS, e foi!".

Machado explica que o objetivo principal do uso do Gamification para o KCS era buscar o engajamento necessário dos analistas a fim de que a edição de artigos decolasse e ter uma base madura para utilização do ecossistema em um curto espaço de tempo.

Aplicando o Gamification

Para o gerente, a primeira fase a fim de se criar um jogo é ter bem claro qual é o problema que se busca resolver, bem como o tempo para isso e o perfil de seus jogadores. Feito isso, a próxima fase é criar as metas e os critérios que irão nortear o projeto. "Com a missão do jogo definida, é usar a criatividade para criar sua mecânica e pensar nas premiações. Um ponto que consideramos primordial, é criar um jogo com um tema bem atrativo aos jogadores. Nós utilizamos o Star Wars como tema, já que grande parte dos jogadores pertence ao público Geek. Ao passar de fases, os analistas eram nomeados novos Jedis e, a cada três meses, desafiavam o vilão, que não podia deixar de ser o Darth Vader", avalia Machado.

Resultados

Em menos de um ano após a aplicação do Gamification, mais de 2 mil artigos foram publicados na base de conhecimento, o que possibilitou um aumento de 19% na produtividade dos analistas de suporte, além de uma redução no número de incidentes em cerca de 23% em alguns módulos. Para o gerente, os resultados obtidos após a implantação do Gamification foram muitos, como a melhoria do trabalho em equipe, já que, fora as metas individuais, eles tinham as em grupo. Além disso, o sucesso da implementação do projeto tornou o dia a dia dos analistas menos estressante, bastando uma simples pesquisa para resolver uma parte dos incidentes. "O Gamification foi decisivo na implantação do KCS na Mega. Após uma falha na estratégia de implantação, foi ele que nos ajudou a colocar novamente o processo nos trilhos e não só engajou toda a equipe, como também a motivou a exceder as metas estipuladas", avalia Machado.

Do ponto de vista deles...

O resultado da implantação do KCS foi um sucesso, mas como será que os analistas enxergaram esse processo? Veja aqui, neste bate-papo, a visão do antes e do depois dos profissionais que participaram do projeto.

Kételin de Queiroz Carvalho – Analista de Suporte

Graziella Pusinhol – Equipe QualiTeam

Giovana Galdini do Prado Borges – Analista de Documentação

SupportWorld: Do seu ponto de vista, como se encontrava o suporte antes da implantação do KCS?

Kételin: Antes do projeto KCS, o suporte não tinha uma base de busca consistente e realmente segura, o que impactava diretamente em nosso dia a dia e agilidade nas respostas. Algumas equipes tinham um processo interno de informações para ser consultadas, mas a consistência e segurança desta informação, ou o quanto ela estava atualizada, eram desconhecidos.

Graziella: O suporte antes da implantação do KCS tinha conhecimento espalhado por ele como um todo e ninguém possuía conhecimento propriamente dito. Um erro comum e simples de ser resolvido passava por todos os analistas e cada um guardava a solução para si e não a disseminava. O fato de não haver uma base de conhecimento dificultava inclusive a inserção de novos analistas no atendimento, que não tinham nem uma (desculpe, o trocadilho) base em que podiam se apoiar. Sabíamos que algumas pessoas eram mais especialistas em determinados assuntos e contávamos com essa pessoa para resolver aquilo, mas não havia nenhum lugar onde esse conhecimento fosse documentado e pudesse ser reutilizado posteriormente. Tarefas com erros recorrentes eram sempre passadas para o mesmo analista, pois só ele teria o 'poder' de resolvê-la. Assim como o acesso ao segundo nível era muito maior em relação ao número de analistas versus problemas recorrentes.

Giovana: Antes da implantação do KCS, os analistas de suporte tinham bastante retrabalho na hora de realizar a análise dos incidentes, pois existem muitas situações que se repetem em tarefas de clientes diferentes, que estão sob a responsabilidade de analistas de suporte diferentes. Muitas vezes, o analista se via reanalisando um caso que outro já havia analisado.

Os analistas de suporte recém-contratados tinham uma grande dependência dos mais experientes para resolver incidentes simples, dos quais ainda não tinham conhecimento.

SupportWorld: Em sua opinião, por que o KCS não emplacou?

Kételin: Talvez os analistas não tenham conhecimento do real benefício do projeto como um todo; no início, acabou tendo um pouco mais de resistência, mas hoje o projeto já emplacou e cada dia mais a Base de Conhecimento é utilizada.

Graziella: Por alguns motivos. O primeiro deles é típico de alguém descomprometido, em que o pensamento é "O que eu vou ganhar fazendo isso?". Os analistas esperavam algo milagroso, mas sem gastar esforço para construir esse pilar a fim de servir de apoio futuro, só enxergaram o KCS como uma atribuição a mais. Outro ponto foi a demora em ver o 'negócio' acontecendo, uma base surgindo, servindo para algo. No início, a impressão era de que o projeto não iria dar certo e as pessoas acabaram não acreditando que um dia a base iria de fato existir. E um terceiro ponto, foi em relação aos cargos da metodologia, como alguns analistas foram escolhidos para alguns cargos mais altos (KCS 2), outros se sentiram desmotivados. Embora tudo isso seja muito relativo, pois enquanto algumas pessoas não estavam preocupadas com o KCS, outras estavam muito envolvidas.

Giovana: No início, não emplacou, pois os analistas ainda não tinham uma visão clara do quanto uma base de conhecimento ajuda no dia a dia de suporte. Por mais que os benefícios tenham sido apresentados desde o começo, os analistas viam o KCS apenas como mais uma atribuição. À medida que os artigos foram surgindo e eles passaram a utilizá-los, a participação aumentou significativamente.

Além disso, o KCS só emplacou de fato depois de um fortalecimento do incentivo à participação e do acompanhamento dos analistas junto aos seus líderes. O papel dos líderes é extremamente importante para o sucesso do KCS, pois são eles que apoiam, direcionam e orientam as pessoas a descobrir a melhor forma de realizar este trabalho.

SupportWorld: De que forma você acha que o Gamification contribuiu para o funcionamento do KCS?

Kételin: Acredito que, no Projeto da Base, o Gamification tenha atingido seus objetivos. Os personagens e o caminho a seguir até atingir o nível máximo no "jogo" mostram com clareza os objetivos a serem atingidos, além de entusiasmar os que participam. Também existe o fator "curiosidade" que é despertado nos novos analistas que se deparam com os personagens disponíveis no atendimento.

Graziella: O Gamification está totalmente ligado ao sucesso do nosso projeto. Uma vez relacionado à campanha "Entre para a Força" e o KCS, as pessoas sentiram maior motivação em atingir suas metas estipuladas do jogo. Ver um ambiente decorado, um evento, um jogo de tabuleiro como meta e as recompensas relacionadas ao jogo, serviu de inspiração para que os analistas batessem as metas. A cada período de avaliação, percebe-se o aumento de pessoas que estão conquistando seu espaço no tabuleiro. E por meio dessas metas estipuladas dos jogos, a metodologia KCS pôde ser inserida no processo de atendimento e as pessoas foram querendo subir de nível, se especializar na metodologia, ver o projeto dando certo.

Giovana: As boas práticas do KCS visam à construção de uma base de conhecimento a partir do fluxo de trabalho do suporte, ou seja, por intermédio da rotina diária dos analistas de suporte. Para que isso seja possível, além da definição do processo, é necessário estabelecer metas e premiar e reconhecer o cumprimento das mesmas. E o Gamification contribui diretamente para isso.

Com o Gamification, é possível criar um jogo em que o fluxo de trabalho é utilizado para definir as regras. Esse jogo deve ser criado alinhado com a estratégia da empresa. Por isso suas regras devem ser muito bem pensadas, pois os resultados devem contribuir para que a empresa atinja sua visão estratégica de mercado.

SupportWorld: Quais melhorias foram percebidas após a implantação do KCS? Explique.

Kételin: A melhoria no atendimento pode ser vista na agilidade das respostas e no conhecimento que é adquirido com a utilização do KCS. Muitas vezes, ao editar um artigo, de um assunto que não é de seu domínio, você adquire o conhecimento e facilita sua próxima resposta.

Graziella: Hoje, conseguimos resolver

problemas conhecidos muito mais rápido, também atendemos a uma tarefa pensando em como aquilo seria útil ao cliente e até mesmo ao meu colega analista. O tempo levado para inserir uma sugestão é recompensado pelo menor tempo em resolver uma tarefa. Assim como analistas novos têm a possibilidade de resolver problemas, mesmo sem ter treinamento ou conhecimento pleno daquela rotina, apenas consultando aquele incidente na base de conhecimento. E agora, com a liberação para os clientes, eles mesmos têm a possibilidade de encontrar uma solução, sem 'gastar' o nosso tempo, possibilitando fazer mais, com menos.

Giovana: Entre as muitas melhorias notadas, as principais foram: aumento da assertividade em respostas – melhora na taxa de soluções no primeiro contato do FCR; fornecer respostas a problemas complexos; respostas a perguntas recorrentes; capacitação e reconhecimento profissional (KCS); autoconfiança do analista; conhecimentos ampliados – crescimento do conhecimento de novas competências; ampliação dos conhecimentos técnicos; agilidade na solução e otimização do fechamento das tarefas; padronização de resposta; aumento da performance de atendimento: atender a mais tarefas em menos tempo; melhora na forma de escrever dos analistas de suporte: passaram a escrever de uma maneira menos técnica; comprometimento com a resposta dada ao cliente; redução do tempo de proficiência dos novos analistas de suporte.

SupportWorld: E para a equipe? Quais foram os benefícios trazidos pelo KCS e Gamification?

Kételin: A equipe consegue apoiar um ao outro no processo de evolução no projeto. O Gamification facilita a identificação de em que posição o analista está e qual o próximo ponto a chegar, com isso, a equipe acaba se unindo e crescendo junto.

Graziella: Para a equipe, são incontáveis benefícios, a começar pela união. Como todos têm metas a ser batidas, um ajuda ao outro, ensina ao outro em como ter a visão do cliente, como saber que aquilo é útil ao cliente ou para um analista novo e como realizar a inclusão daquele incidente na base de conhecimento. Treinamentos ainda são importantes, mas não são tão essenciais para a iniciação de um novo analista no suporte, que tem na base vários artigos com resolução de erros e de como fazer determinados processos no sistema. As tarefas são respondidas mais rapidamente, o que mostra o aumento da produtividade do analista, que apenas utiliza aquela solução já pronta para responder sua tarefa.

As equipes, inclusive com a prática do KCS, aprendem a estruturar melhor suas respostas aos clientes, o que aumenta a qualidade no serviço prestado e a satisfação do cliente, que consegue entender facilmente um procedimento a ser realizado.

Giovana: O KCS propõe estabelecer metas pessoais e coletivas e o Gamification contribui para cumpri-las. Os analistas ajudam uns aos outros a alcançar as metas pessoais, seja compartilhando um conhecimento ou auxiliando com o conteúdo, e ao mesmo tempo contribuem para alcançar a meta coletiva. Isso traz um aumento do espírito de equipe e sentimento de que são um time.

Além disso, o Gamification também facilita o trabalho em equipe, pois contribui para manter o interesse dos participantes a trabalhar juntos para concretizar os objetivos

Com o KCS e o Gamification, o esforço é recompensado, e a colaboração e cooperação se transformam em ferramentas de destaque.

© ecco

CATÁLOGO DE SERVIÇOS
UMA EXPERIÊNCIA REAL

Por Fernando Baldin

Provavelmente, se você está lendo este artigo é porque o tema catálogo de serviços é relevante ao seu dia a dia profissional. Acredito que um catálogo de serviços eficaz pode agregar muito nas operações de TI, agilizando as solicitações por parte do usuário e permitindo que os grupos de TI foquem suas energias na resolução e evolução das operações e não em tarefas simples, como roteamento e coleta de dados complementares a requisições ou incidentes do ambiente.

Esse conceito é algo que comumente vemos em cursos de gestão de TI, sendo o seu exemplo mais comum, o famoso "MENU DE RESTAURANTE". Se já participou desses cursos, certamente se lembra (ou se já ministrou, com certeza, já usou!) do exemplo de que um bom catálogo de serviços é o menu de um restaurante, graças a ele, temos noção do que podemos ou não pedir, e logo o instrutor emenda, que você não pediria pizza em um restaurante japonês.

Até esse ponto, existe uma lógica, mas também estamos tratando os extremos, sendo que, na vida real, as diferenças são muito mais sutis. É nesse ponto que esse exemplo não se sustenta, pense, quantas vezes você foi almoçar em um restaurante e, na hora de pedir, cada pessoa na mesa fez um pedido baseado no menu, mas com alguma personalização, exemplo: retirar a batata frita e colocar purê, retirar a salada do prato, entre outras opções, e a maioria dos restaurantes aceita e faz o prato desta forma. Portanto, se o menu é um exemplo de catálogo de serviços, temos de partir do princípio que o usuário terá a mesma atitude, personalizando e até alterando os itens ali expostos para ele.

UM OUTRO CATÁLOGO, EXEMPLO RENOVADO

No ambiente corporativo, essa personalização é quase nula, não damos o direito ao usuário de escolher os detalhes de sua solicitação, portanto, eu gostaria de apresentar outro exemplo para o leitor. Imagine que o catálogo de serviços, em vez de ser um menu, fosse uma loja de departamentos. Para ficar mais interessante, vou exemplificar com uma experiência pessoal.

MINHA VIAGEM NO CATÁLOGO

Recentemente, estive em uma dessas lojas de departamentos em busca de uma bermuda e comecei a notar como essas lojas são, na verdade, um verdadeiro catálogo de serviços e produtos gigantes. Perceba a grande quantidade de placas indicativas; os esportes são agrupados por similaridades, além do fato de que toda a estrutura é criada para permitir que você encontre o que deseja, com o mínimo auxílio da equipe da loja.

Claro que esse objetivo nem sempre ocorre, mas temos aqui alguns aprendizados interessantes sobre o que funciona nessas lojas e que podem ser aplicados em nossas

Loja de Departamentos	Catálogo de Serviços
Sua distribuição é feita com foco em permitir o autoatendimento assistido pela equipe.	Sua distribuição é feita com foco em categorizar a demanda enviada à TI.
Existe um padrão de interação do cliente com as sessões da loja, usando figuras, termos e até disposição física próxima.	O padrão de organização do catálogo não leva em consideração as similaridades dos serviços ou padrões de imagens.
Possuem ferramentas para validar com o Cliente caso o mesmo não encontre o que procurava. (Ex.: Pergunta do caixa: Você encontrou tudo que procurava?)	Não possuem meios de avaliar quando existem sessões negativas dentro do catálogo, sem rastreabilidade das sessões do usuário.
Possuem um catálogo vivo, que é atualizado conforme a demanda, visando atender melhor o Cliente.	Normalmente, não há atualizações ou revisões na distribuição do catálogo, a não ser em novas implantações de ferramentas.

(Tabela)

operações para melhorarmos a experiência do usuário no uso dos serviços de TI.

Voltando à minha experiência, durante a busca pela bermuda, primeiro tive de encontrar a área do futebol; lá havia desde chuteiras, meiões, camisetas. Caminhei até encontrar a sessão das bermudas, onde passei então a procurar a cor e o tamanho que me interessavam. Aqui comecei a enfrentar dificuldades, pois as cores estavam todas misturadas e os tamanhos também. Isso me confundiu, pois em vez de poder confiar na sinalização da loja, tive de verificar cada peça para me certificar de que estava comprando a correta, eis que, por acaso, acabei pegando um tamanho menor por engano, algo que só fui descobrir ao caixa.

Aqui começou a novela, como eu tinha solicitado errado, tive de esperar a equipe da loja ir buscar a bermuda no tamanho certo; com isso, comecei a travar a fila do caixa, visto que já tinha começado a passar minhas compras. Bem, o resto é história, a fila ficou grande, tiveram de chamar outras pessoas para os demais caixas, eu fiquei morrendo de vergonha, mas, por fim, consegui fazer minhas compras. E como essa experiência pode nos ajudar a termos melhores catálogos de serviços em nossas empresas?

APRENDIZADO DE UMA EXPERIÊNCIA REAL

Após esse incidente, comecei a refletir sobre os motivos que me levaram a gerar um gargalo no caixa da loja. Comecei a me lembrar das várias vezes em que o usuário, dentro do ambiente corporativo, não consegue também encontrar o serviço correto a ser solicitado por ele e acaba por pedir algo diferente, gerando uma série de atividades que por fim vão se revelar ineficazes ao que o usuário pretendia. Com isso, comecei a refletir sobre o que poderia melhorar em meu catálogo de serviços, baseado na minha experiência dentro da loja de departamentos: **(ver tabela)**

Esses foram alguns dos pontos que achei interessante trazer à luz para o gestor de TI, mas acredito que, quanto mais prestarmos atenção no comportamento das pessoas nessas situações e até das práticas de gestão, podemos coletar ideias para criarmos um ambiente cada vez mais amigável ao usuário durante o tempo em que estiver interagindo com os serviços de TI.

IDEIAS FINAIS

Por fim, aprendi que, dada às devidas distâncias no contexto dessa comparação, podemos, sim, coletar alguns pontos importantes e colocá-los em prática em nosso ambiente, respeitando a cultura e o contexto.

O importante é entendermos o catálogo de serviços como uma ferramenta útil na interação entre TI e seus usuários. Muito mais que a ponte entre os serviços oferecidos, o catálogo serve como um guia ao usuário, procurando elucidar qual seria o melhor caminho para a resolução de sua demanda.

Por esse motivo, a orientação pela demanda é algo que pode ajudar muito. Colocar os serviços mais utilizados em um local de mais fácil acesso que os demais serviços é para mim um dos maiores aprendizados, pois certamente temos em nosso ambiente uma relação 80/20, ou seja, vinte por cento dos serviços representam oitenta por cento da demanda.

Nesse contexto, temos de trazer à luz esses vinte por cento, pois assim estaremos melhor atendendo nosso usuário 8 vezes de cada 10 acessos ao catálogo, sem comentar o benefício ao processo que podemos obter. Digamos que um desses processos mais utilizados seja algo executado somente por uma equipe que não o Service Desk, assim você consegue estruturar o serviço para que aquela demanda vá direto à equipe executora, sem consumir recursos do time de Suporte de primeiro nível e agilizando o processo de atendimento ao usuário, atendendo mais rápido em menos tempo.

O caminho para melhorarmos a experiência do usuário começa na adequação de usabilidade do catálogo de serviços, certamente não é só nesta etapa que tudo será resolvido, mas com certeza ao gastarmos um esforço aqui, iremos colher um alto grau de satisfação do serviço, com um investimento mínimo da área de TI. ■

Sobre o autor
Formado em Relações Públicas com especialização em Administração de Empresas, certificado ITIL Expert e HDI KCS – Knowledge Center Support, sendo autor do livro "Revolução Invisível" que introduziu o conceito de Gestão MEFOS no mercado de serviços.

Segredos do Atendimento VIP

Como garantir seu impacto positivo no negócio

© freshidea

Por Natalia Gela

© Maksim Kabakou

Embora não corresponda às melhores práticas de mercado, o atendimento VIP é praticado em algumas organizações. Porém, existem peculiaridades que devem ser levadas em consideração para que não haja problemas futuros nem impactos no negócio. De acordo com Rosângela Costa, coordenadora de Service Desk do Grupo Camargo Corrêa, os problemas do atendimento VIP são: negociar um SLA adequado que atenda ao dimensionamento da equipe, mas que esteja adequado às expectativas dos clientes; o pouco tempo que os clientes dispõem para o atendimento; e a alta expectativa dos clientes quanto ao serviço prestado.

Além disso, o atendimento VIP pode impactar no negócio no momento que as urgências da empresa não forem colocadas como prioritárias. "O maior desafio do atendimento VIP é saber equilibrar a urgência do suporte a ser prestado versus os processos internos de uma empresa que devem ser seguidos", afirma Stephen R. Tin, IT consultant da Bayer. Segundo ele, muitas vezes, o técnico de atendimento VIP se depara com situações em que precisa resolver um problema com máxima prioridade, mas tem de respeitar um processo predefinido. "Nesse momento, o técnico precisa ter jogo de cintura para saber contornar os dois. Há de se tomar cuidado para que não se crie um processo específico somente por causa do usuário VIP", avalia Stephen.

Contratação

Na hora da contratação, tanto do atendente como do serviço de atendimento VIP, deve-se atentar para fatores, como capacidade técnica, comportamental e de segurança da informação. De acordo com Hamilton Nogueira, diretor de IT da Roche Brasil, esses três pontos são vitais para um atendente VIP. "Em primeiro lugar, está o comportamental, pois o executivo deve ter muita confiança no atendente para poder expressar e detalhar o problema; a capacidade técnica deve ser diferenciada, em que o rápido diagnóstico e assertividade na solução são primordiais. Por fim, a segurança com a informação, que está intimamente ligada à confiança mencionada, pois o atendente não pode demonstrar curiosidade exagerada em relação à informação compartilhada", explica Nogueira.

Para ele, o atendente deve ser assertivo, ter excelente comunicação verbal e escrita, ser altamente confiável, possuir domínio técnico e prático do ambiente que suporta, ser criativo com discrição e estar sempre disposto a buscar uma solução segura e rápida para os executivos.

Dentro dessas três principais características, Rosângela explica que é preciso levar em conta: Capacidade Técnica – conhecimentos técnicos com foco no escopo que será atendido (Hardware, Software, etc.); Comportamental – criatividade, iniciativa, visão de negócio, foco no cliente, espírito empreendedor, etc.; Segurança da Informação – responsabilidade e ética. Para a coordenadora, o técnico ainda deve ser atencioso, organizado, responsável, assíduo, pontual, capaz de cumprir prazos estabelecidos, ter boa articulação e trabalho em equipe e excelente relacionamento interpessoal.

Além disso, o técnico de atendimento VIP deve ter domínio de tecnologias e softwares do ambiente do cliente, ser flexível, ter autoconfiança, poder de argumentação e negociação, concentração, capacidade de análise e síntese, autonomia e iniciativa para solução de problemas, conhecimento de rotinas, controles e procedimentos relativos à área de atuação e conhecimento das normas, missão, estratégia, estrutura e atribuições das diferentes unidades da empresa.

Atribuições

As funções de um técnico de atendimento VIP devem ser as mesmas de um técnico normal. "Deve prover suporte técnico garantindo alta disponibilidade e performance dos equipamentos e softwares utilizados pelos usuários VIPs e, quando necessário, orientar e treinar os usuários quanto à utilização básica. Atender pronta e corretamente às solicitações dos clientes, registrando, se necessário, e solucionando conforme procedimentos técnicos. Manter-se atualizado, lendo procedimentos operacionais, participando de reuniões, treinamentos, certificações e outros. Tratar as solicitações de serviço de forma rápida e eficiente, garantindo a satisfação dos clientes. Interagir com outros solucionadores para resolução, tratativa e acompanhamento das solicitações pelo cliente. Participar de todos eventos oferecidos pela empresa. Zelar pela imagem da organização, mantendo sigilo das informações", exemplifica Rosângela.

Para Nogueira, suas principais funções devem ser o rápido tempo de resposta; suportar as principais atividades do executivo com base no ambiente implementado (ex.: e-mail, equipamentos, rede, conectividade, telefonia, etc.); buscar e envolver todos os recursos e grupos solucionadores possíveis para obter a resolução problema; manter o executivo sempre bem informado sobre o status da solicitação e condução do suporte.

Cuidados

Um dos cuidados a ser tomados quanto ao atendimento VIP é sobre prestação de serviços de ordem pessoal. De acordo com Nogueira, existem contratos que oferecem essa modalidade de suporte, que seria o Home Support, em que ocorre atendimento para esse escopo. Ele explica que esse tipo de serviço deve ser devidamente acordado na contratação e discutido com o executivo como será ofertado e executado, de forma que o escopo seja bem definido e atenda às expectativas do cliente.

Por outro lado, Stephen acredita que o escopo de atendimento está limitado ao suporte destinado a questões da empresa. "Exemplificando, o técnico poderá ajudar na resolução de um problema de conectividade à internet na residência do diretor/ presidente, se utilizada para acesso remoto à rede interna da empresa", explica o IT consultant. Ele acrescenta que, mesmo que haja algum tipo de orientação, nada impede que o técnico auxilie em demais problemas relacionados à TI e que sejam pessoais do diretor/ presidente, mas que deve separá-los das questões profissionais.

Segurança da Informação

Uma das maiores preocupações quanto a serviços de suporte refere-se à segurança da informação. Quando se trata de atendimento VIP, essa questão se torna ainda mais crucial. "A meu ver, a confidencialidade em muitos dos atendimentos VIPs deve ser a maior preocupação do prestador ou gestor de suporte, pois, na maioria das vezes, o analista que efetua o atendimento terá acesso a informações manuseadas pelos donos, presidentes e/ ou diretores da empresa. Para a coordenadora, a fim de garantir essa confidencialidade necessária, é preciso reforçar a importância da Segurança da Informação nos treinamentos da sua equipe de atendimento VIP, além de poder também coletar termos de confidencialidade devidamente assinados por esses colaboradores.

Nogueira explica que processos e procedimentos documentados, em que o atendente tenha pleno conhecimento das políticas e do código de conduta da empresa, podem contribuir para garantir a segurança da informação, tendo também um termo de confidencialidade e contratual junto à empresa contratada. O diretor afirma ainda que o processo de contratação é fundamental para assegurar essa confidencialidade, pois nesse momento, testes e avaliações mais profundas quanto à conduta do atendente devem ser feitos e identificados pelo RH, de forma a barrar todo e qualquer atendente que não atenda aos requisitos exigidos para a função.

Outra solução para isso pode ser a internalização dos profissionais, como aconselha Stephen. "A segurança da informação é um dos temas mais críticos envolvidos no atendimento VIP, já que, por muitas vezes, lida com informações confidenciais e cruciais para a empresa. Há alguns cuidados que devemos considerar ao se tratar de atendimento VIP, como a possibilidade de internalização dos profissionais, termo de confidencialidade da informação, treinamentos frequentes quanto à segurança e manuseio da informação, entre outros. Cabe ao profissional seguir exatamente o que manda a cartilha, até mesmo para seu próprio respaldo, como jamais pedir a senha de acesso do usuário VIP, sempre trabalhar com mídias criptografadas, etc.", aconselha Stephen.

Service Level Agreement

Como dito anteriormente, a definição do SLA pode ser um dos desafios do atendimento VIP, já que a sua urgência pode impactar no negócio.

"Em muitos casos, esses atendimentos não possuem SLAs definidos, dada a urgência de cada caso. Mas o processo adequado é que sejam definidos SLAs para seus atendimentos VIPs e que estes, se necessário, sejam agressivos e estejam de acordo com as necessidades desses usuários. Pois o principal objetivo do atendimento VIP, além de prestar um atendimento de qualidade, é sempre prestar o atendimento no menor tempo para o usuário", diz Rosângela.

Vale lembrar que a rapidez do atendimento não é o suficiente, se não for atrelada à qualidade do serviço, porém ele deve ser agressivo. "Em alguns casos, podemos ter priorização em que precisamos agregar recursos e tempo para cumprir o atendimento. Mas, com bom dimensionamento de equipe e qualificação dos profissionais, podemos minimizar muito impactos na entrega do serviço, evitando a qualquer custo impacto no negócio, uma vez que um alto executivo impedido de exercer alguma função, seja por problemas no ambiente ou equipamento, pode sofrer com atrasos no envio de informações, entrega de trabalhos ou obtenção de informações para tomada de decisão", avalia Nogueira.

Impacto no negócio

Embora seja praticado no mercado de suporte, o atendimento VIP pode trazer alguns resultados negativos ao negócio. Isso porque dedicar uma equipe para esse serviço terá um custo adicional e muitas empresas enfrentam o desafio de justificar investimentos e gastos em TI. Outro ponto que pode impactar negativamente no negócio e no próprio serviço de suporte como um todo é se o serviço gerar insatisfação do cliente, seja pelo não cumprimento dos prazos acordados, pela perda de confiança, por vazamento de informações, por falta de efetividade das soluções, etc.

Apesar dos cuidados a ser tomados quanto a este tipo de serviço, o atendimento VIP pode também impactar o negócio positivamente. Ou seja, "a prestação de um atendimento personalizado baseado em prazos e soluções que estão em conformidade com as necessidades desse tipo de público, garantindo ganhos de tempo, maior assertividade e satisfação. Um público diferenciado que desempenha atividades estratégicas para o negócio da empresa e que necessita desta priorização nos atendimentos. O atendimento VIP está entre os principais fatores que influenciam a satisfação do atendimento de Field Services ou de um Modelo de Suporte", afirma Rosângela.

Além disso, Stephen acrescenta que esse tipo de atendimento impacta positivamente ao trazer agilidade no suporte do dia a dia. "Como conta com profissionais dedicados e especializados, além de um SLA mais agressivo, os problemas técnicos são solucionados mais rapidamente", explica o IT Consultant. ■

Nota do HDI

Difícil imaginar uma área de suporte que não trabalhe com priorizações e urgências. A grande questão é que essas priorizações devem acontecer de forma esporádica e que sua origem seja em alguém ou algo que afete o negócio da organização.

Segundo as melhores práticas mundiais de centros de suporte, as priorizações e urgências devem ser classificadas conforme o downtime causado para o negócio.

O velho e conhecido atendimento priorizado por cargos/ funções hierárquicas não se enquadra em uma organização que tem estratégia voltada ao bom andamento das linhas de produção do negócio.

Segundo o HDI, atendimento VIP só se o chamado se referir a uma linha de Catálogo de Serviços com prioridade alta (Impacto x Urgência).

Por Cintia Caputto – gerente de Conteúdo do HDI Brasil

FALANDO SOBRE MÉTRICAS...

Por Fabio Barreto

Decidi abordar este tema, de extrema criticidade para o sucesso das operações de Service Desk, pois, muitas vezes, há fatores que impactam o resultado obtido e nem sempre estão nos radares dos líderes dos Centros de Suporte. Vamos falar aqui das métricas mais comuns em um Service Desk, tais como o percentual de ligações atendidas em "X" segundos, como, por exemplo, 80% em 30 segundos, percentual de chamadas abandonadas e First Contact Resolution (FCR – Resolução de Atendimento no Primeiro Nível).

Para o dimensionamento adequado de um Centro de Suporte, determinam-se os SLAs (Níveis de Serviço) de telefonia, bem como as premissas que os compõem, por exemplo, volume de contatos previstos, idioma, canais de entrada, tais como: voz, e-mail, chat, portal, etc., horário e dias de cobertura, curva de distribuição de chamadas ao longo do dia e da semana, percentual de turn over (saída de funcionários), absenteísmo, produtividade média por analista, tempo médio de atendimento, escala de trabalho com cobertura adequada, entre outras.

A chave do sucesso começa então quando os líderes do Centro de Suporte, responsáveis pelo entrega dos SLAs, possuem o conhecimento e realizam o acompanhamento diário dos componentes que compõem estas métricas.

Quando a performance do Centro de Suporte está abaixo dos targets, basicamente avaliam-se o volume recebido, o número de analistas, o tempo médio de atendimento, se estes estão acima do projetado, turn over e absenteísmo. Muitas vezes, esses indicadores não sofreram desvios e a métrica continua inaderente, e então, o que mais pode estar ocorrendo? É nesse momento que a exata compreensão das premissas que compõem as métricas faz a diferença.

Algumas perguntas são necessárias:

- A escala de trabalho dos analistas está compatível com o volume de contatos ao longo do dia e da semana?
- Como está o percentual de aderência à escala? Importante verificar a aderência dos horários de entrada, pausas predefinidas e horários de saída, bem como se as pausas durante a jornada de trabalho coincidem com os horários de baixo volume.
- Como está o tempo médio de atendimento nos intervalos de maior volumetria? É justamente nos Horários de Maior Movimento (HMM) que devemos ter o menor tempo médio ou, pelo menos, o tempo considerado no dimensionamento da operação.
- Outro alerta ocorre quanto à programação de férias ao longo do ano, considerando a curva histórica de contatos e as características e sazonalidades do negócio, situação em que pode ocorrer volumetria de chamadas superior à média praticada.
- É de extrema importância também o Service Desk acompanhar muito de perto os projetos, datas de início, possíveis impactos no Service Desk e realizar o plano de contratação e trei-

namento, que permita ter o número de analistas adequado para suportar esta variação da demanda.

Outra métrica de grande importância é o FCR, presente em praticamente todos os contratos de Service Desk. Antes de qualquer coisa, é necessária uma análise bem detalhada para definição de escopo versus volumetria e então, definir o target.

Já em fase de delivery (entrega), é de suma importância o conhecimento detalhado de como o FCR está sendo constituído. Para começar a falar sobre o tema, é primordial comparar o volume de contatos com número de chamados registrados diariamente; em geral, o analista não se esquece de registrar um chamado para uma outra área solucionadora, mas um simples FCR é bem mais fácil de gerar esquecimento.

Para avaliarmos o FCR de cada dia, é preciso uma análise detalhada à base de conhecimento, não somente para garantir que exista a documentação necessária ao atendimento, mas também o quão didáticos, objetivos e atualizados os scripts se encontram.

O próximo passo é auditar diariamente a volumetria de chamados com o escopo de FCR que está sendo direcionado para o segundo nível, e baseado nos desvios encontrados, revisitar a base de conhecimento, como também reavaliar a necessidade de treinamentos, comunicados, reunião com o time, feedbacks, etc.

Outra ação importante é a realização de análise dos chamados resolvidos por áreas de segundo nível, tais como Field Services, Messaging, etc. e mapear as soluções aplicadas pelas áreas solucionadoras. Muitas vezes, encontramos oportunidades para aumentar o escopo de resolução do Centro de Suporte.

Quando essas ações são realizadas, existe uma grande oportunidade, não só de melhorar o FCR, mas também de redução de chamados no Centro de Suporte, mas este é um outro tema, que envolve muito mais do que análise dos chamados. Faz-se necessário entrar no campo da automação, redirecionamento automático, considerando Self-Service Ticket (atendimento automatizado), por exemplo, mas isto deixamos para um outro momento.

Em resumo, para uma gestão eficaz do líder de Service Desk, devem-se conhecer, em detalhe, o ambiente, suas métricas, bem como cada peça do quebra-cabeça que as compõe, e acompanhar diariamente como elas se comportam e quais as suas tendências. ■

Sobre o autor

É gerente de Service Desk da Hewlett-Packard Company Brasil. Possui 18 anos de experiência em Call Center e Service Desk, iniciando a carreira como analista de call center e posteriormente supervisão e gerência de grandes operações na área de distribuição de energia elétrica, telecomunicações e financeira. Últimos 5 anos em gestão de operações de Service Desks Globais.

CALENDÁRIO DE TREINAMENTOS HDI BRASIL

Novembro

SCTL – Rio de Janeiro – 13 e 14 de novembro de 2014
SCM – Belém – 26 a 28 de novembro de 2014
SCA – São Paulo – 27 e 28 de novembro de 2014

Dezembro

SCM – São José do Rio Preto – 3 a 5 de dezembro de 2014
SCD – São Paulo – 10 a 12 de dezembro de 2014
SCM – Belo Horizonte – 10 a 12 de dezembro de 2014
SCTL – São Paulo – 11 e 12 de dezembro de 2014
FIN – São Paulo – 12 de dezembro (Festival)
SCM – Porto Alegre – 17 a 19 de dezembro de 2014
SCM – São Paulo – 17 a 19 de dezembro de 2014

HDI BRASIL 10th ANNIVERSARY

falecom@hdibrasil.com.br • (11) 3071-0906
www.hdibrasil.com.br

© gcpics

Evolução do FIELD SUPPORT

Por Luís Miguel Brito

Como em todas as áreas e ramos de atividade, o modelo do Field Support (FS) passa, de tempos em tempos, por situações que alteram o padrão de trabalho dos profissionais nele envolvidos, redefinindo processos ou mesmo modificando o produto final gerado por esta importante equipe de TI.

Não se trata apenas de evolução tecnológica para ganhos de produtividade ou de eficiência operacional, mas, sim, de um conjunto de mudanças cíclicas que deve ser observado pelos profissionais e empresas que querem se destacar. Na verdade, em qualquer que seja o setor – Indústria, Serviços, Comércio e Terceiro Setor –, há a necessidade constante de atualização e de modernização – fato que, consequentemente, avança sobre as áreas complementares, aquelas que não fazem parte diretamente da cadeia de produção de um produto ou serviço, mas que são tão importantes quanto a atividade principal.

O Field Support constituiu-se como uma dessas áreas que, muitas vezes, permanece oculta até que um acionamento signifique a continuidade de uma linha de produção ou represente o suporte para garantir o funcionamento do processo de negócio. Em síntese, ainda que nem sempre o Field Support esteja em evidência na cadeia produtiva das empresas, terá a obrigação de se manter em constante renovação e atualização, caso pretenda ser reconhecido como área que embasa e apoia "o negócio" das companhias e não como uma fonte de custo que, quando acionada, não restabelece de forma dinâmica os componentes e sistemas sob sua responsabilidade.

Algumas das etapas dessa modernização acabam acontecendo naturalmente, pois, do contrário, a própria equipe não se sustentaria. No entanto, há procedimentos e ferramentas tão complexos que evoluíram com o passar do tempo e acompanharam processos administrativos, de produção e de amadurecimento das corporações. Isso pode ser verificado, por exemplo, a começar pelo próprio nome: com o surgimento dos primeiros PCs, no início da década de 80, o que era bastante conhecido, no Brasil, como Assistência Técnica (AT), atualmente recebe uma dezena de nomes como: Field Support, Field Services, Nível 2, Suporte on site, etc., mas praticamente não se utiliza mais a "afetiva" sigla AT.

A maior parte dos profissionais também já não é vista carregando ferramentas em pesadas malas... hoje, dispõe de softwares para diagnósticos precisos, acessos remotos e outros tipos de ferramentas que permitem mapeamentos de problemas com níveis de detalhes impressionantes.

Muito além do nome, as transformações são ainda mais visíveis na própria qualificação dos profissionais de FS que, em determinado momento, deixaram de ser especialistas em hardware e passaram a ser responsáveis por configurações de software, redes e aplicativos cada vez mais intricados.

Atualmente, o desafio que se coloca é o de acompanhar a diversidade e a velocidade com que novos produtos são lançados no mercado: a chamada consumerização. Isso, sem deixarmos de considerar a tendência do BYOD (Bring Your Own Device), que tem como um

© gopics

dos seus objetivos diminuir o uso das equipes de suporte corporativo, uma vez que são dispositivos pessoais.

Por um lado, contudo, o que se vê na prática é que, muitas vezes, os usuários necessitam de atendimento técnico para dissipar incompatibilidades, solucionar dúvidas ou resolver problemas, fazendo com que as equipes técnicas precisem, mais e mais, diversificar os conhecimentos sobre tecnologias e tipos de devices; por outro lado, há a forte necessidade de se criar uma plataforma corporativa que suporte esses devices. Nesse contexto, portanto, parte da equipe de Field Support também carece de se especializar na operação e na manutenção dessa plataforma.

Os processos são outros aspectos que influenciam a transformação do Field Support, pois estão diretamente ligados aos conceitos de redução de chamados atendidos em campo e ao aumento do suporte remoto, com a finalidade de diminuir os tempos de equipamentos inoperantes e, consequentemente, de reduzir os custos operacionais e do próprio suporte.

Diversas métricas, planos de gestão e de qualidade foram delineados ao longo dos anos para acompanhar e garantir que essas metas fossem alcançadas – entre eles, o próprio ITIL teve, e tem, influência determinante na evolução e no amadurecimento dos processos do Field Support. Métricas como SLA, OLA, Gerência de Problemas, Reabertura de Chamados, Reincidência, Percepção de Qualidade e outras, foram surgindo paralelamente à linha evolutiva da tecnologia e da estruturação do modelo das equipes de suporte e são fundamentais no modelo de prestação de serviços do FS.

Outro fator gerador de mudanças é o modelo operacional ao qual as equipes de suporte são submetidas e que, necessariamente, deve acompanhar o modelo corporativo das empresas. Assim, para uma prestadora de serviços de Field Support, os custos têm uma importância diferenciada e as métricas qualitativas e quantitativas são bases incondicionais para o sucesso dos serviços prestados.

Obviamente, no caso das equipes próprias (ou internas), esses fatores também são determinantes, mas têm a possibilidade de serem flexibilizados de acordo com o momento econômico ou estratégico da corporação. Evidentemente, embora o resultado seja reconhecidamente alcançado em ambos os casos, as transformações ocorrem por caminhos distintos, passando por modelos evolutivos, os quais, embora sigam doutrinas semelhantes, recorrem a práticas que precisam ser adequadas à realidade de cada equipe.

A indústria de consumo lança, com frequência, inúmeros produtos que, necessariamente, envolvem equipes de suporte voltadas para TI, a fim de configurá-los e de mantê-los em funcionamento. São transformações e, não poucas vezes, inovações em diferentes áreas, como telecom, saúde, monitoramento, engenharia, entretenimento, etc. e que envolvem tecnologias como virtualização, hardwares e softwares sofisticados e específicos, que só podem ser suportados por profissionais constantemente preparados e devidamente certificados.

Esses lançamentos promovem a necessidade de atualizações dos envolvidos e também geram a migração de nichos de atividades dentro das áreas de suporte, fazendo, por exemplo, com que pessoas, que antes somente trabalhavam com substituição de módulos, passem a fazer a programação remota de plataformas mais complexas ou, em outro exemplo, podem requerer que técnicos especializados em programações predefinidas passem a atuar como arquitetos de soluções. Enfim, a especialização é mais uma oportunidade para aqueles que querem se diferenciar e continuar evoluindo num mercado considerado tão competitivo como o de Field Support.

Os modelos de infraestrutura e suporte de TI buscam incessantemente qualidade, ganhos de eficiência e custos mais baixos, desde o surgimento dos ambientes stand alone para o mundo cliente/ server, até os modernos conceitos de virtualização e de uso de mídias sociais – ou seja, sempre que um novo cenário é criado, o Field Support tem a necessidade de se reinventar. Para os profissionais e empresas que percebem essas mudanças como motivos para se destacar, cada ciclo se torna, sem dúvida, oportunidade única de crescimento e de aperfeiçoamento. ■

Sobre o autor

Profissional com mais de 28 anos de experiência nas áreas de infraestrutura e serviços de TI voltados para o End User Services, sempre atuando em empresas de grande porte do setor, como Proceda e Tivit. Atualmente, é gerente sênior na Atento Brasil responsável pela área de Operações de TI, que compreende, entre outas: Service Desk, Field Support e Monitoração. Graduado em Análise de Sistemas pela Universidade de Guarulhos e pós-graduado em Marketing e em Gestão da Qualidade, ambas pela Universidade Mackenzie.

Conteúdo e público presente foram os destaques do HDI EXPOGOV 2014

Por Thiago de Marco

Nosso mais novo evento com Expo no País, o HDI EXPOGOV, foi realizado no mês de setembro de 2014, dia 25, e confesso que nos surpreendeu pelo nível de interesse do público de gestores locais e nacionais

O palco do HDI em Brasília foi o Centro de Convenções Brasil 21, e recebemos mais de 150 decisores de tecnologia da informação de órgãos públicos, o dobro de público em relação a 2013. Ainda, aumentamos o número de apresentações e tivemos palestrantes com muito conteúdo voltado à gestão de serviços de TI nos órgãos de governo, de várias esferas. Por fim, os expositores nos prestigiaram de maneira espetacular, pois não apenas levaram produtos e serviços, como interagiram junto ao público com conteúdo, ajudando-o a realizar melhores escolhas em suas aquisições.

A evolução que conseguimos enxergar em apenas um ano, nas conversas com os gestores de TI de cada órgão presente, chamou a atenção. As instituições estão evoluindo rápido neste momento, pois percebe-se claramente que estão se capacitando e estudando a fundo cada instrução normativa disponível ou obrigatória, frameworks de mercado adaptados às realidades, certificações, aquisições maduras de produtos e serviços, entre outros pontos que estão transformando o setor público ano após ano.

O HDI está completamente satisfeito em poder participar desta atmosfera repleta de evolução, mas também com grandes itens a ser trabalhados e desenvolvidos, rumo à excelência dos serviços de TI e ao suporte técnico no setor público.

Entrando um pouco mais no detalhe dos conteúdos apresentados, logo na abertura, um discurso fantástico do diretor de Atendimento do TJPE, Eddie Gueiros. O profissional fez um paralelo sobre a evolução da tecnologia e dos serviços no varejo, citando as superpotências da tecnologia mundial, com a realidade da prestação de serviços de TI nas empresas e instituições, concluindo com a importância do mercado se unir para discutir práticas e vencer desafios.

© Divulgação HDI Brasil

Além disso, tivemos a oportunidade de apresentar ao público o grupo HDI AGOV, que reúne 15 gestores de instituições públicas quatro vezes ao ano, para discussão de práticas e confecção de material para auxiliar toda a esfera governamental a prestar serviços profissionais de TI, que tem Eddie como presidente.

Depois desse momento, subiu ao palco a gestora de Conteúdo e Auditoria do HDI, Cintia Caputto. A executiva trouxe o modelo de maturidade HDI como base de sua apresentação, explicando como é possível evoluir sua maturidade seguindo os padrões que o HDI disponibiliza ao mercado, bem como estatísticas que mostram o grande caminho a ser percorrido para comprovarmos o valor das Centrais de Suporte em nossas instituições.

Ao longo das palestras simultâneas, tivemos a oportunidade de abordar vários temas diferentes, dentro dos desafios da gestão de TI no setor. Liderança, gestão de pessoas, motivação, processos eficazes e objetivos, aquisição de ferramentas (livres e proprietárias), melhores práticas para construção de termos de referência, ferramentas e processos de gestão remota de field support, priorização de atividades, entre outros itens contidos na grade de temas, que pode ser conferida com detalhe em nosso site www.hdibrasil.com.br/expogov2014.

No último horário, as salas novamente se juntaram para o esperado debate sobre a IN-04 (Instrução Normativa que regulamenta contratações de serviços de TI na esfera federal).

Durante o debate, que contou com profissionais do Ministério do Planejamento, Petrobras, Incra, Ministério do Desenvolvimento Agrário e mediação do HDI, percebemos que mesmo não sendo uma obrigatoriedade federal, a IN-04 é vastamente utilizada por órgãos estaduais, municipais e de outras esferas que não precisam cumpri-la necessariamente, mas a seguem devido a sua aderência ao setor público geral.

Além disso, percebe-se ainda uma significativa parcela de instituições que se utilizam do modelo de contratação por postos de trabalho (conhecido informalmente por Bodyshop), porém percebemos uma insatifação e uma grande intenção de evoluírem para o modelo de contratação por serviços (SLAs). Ainda, o assunto das USTs (Unidades de Serviço Técnico) veio à mesa, sempre muito polêmico e que divide opiniões.

Parte do público julga como uma forma disfarçada de contratar por serviços, uma vez que assim se cumprem obrigatoriedades, mas não se atende à real necessidade da instituição quanto cliente de TI, nem em resultados, nem em custos. Já outra parcela entende que é um modelo híbrido e de evolução, que é uma forma de se iniciar um trabalho sem grandes traumas e por ondas, para então passar a medir por Acordos de Nível de Serviço em um segundo momento, na totalidade. A discussão foi riquíssima!

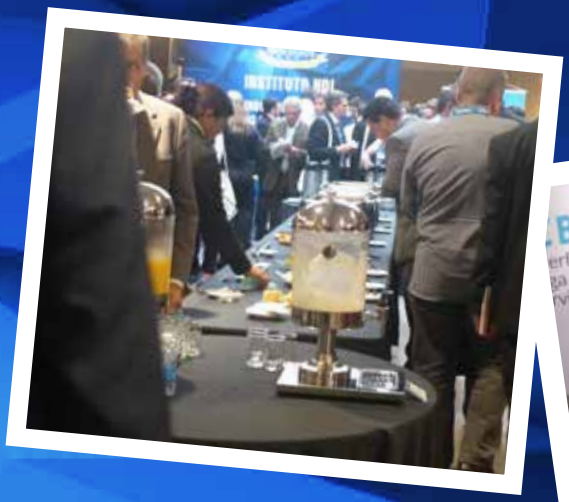
As perguntas do público aos especialistas do painel mostram claramente que se buscam essa melhoria e respostas de "como" realizar a transição, bem como interpretações sobre parágrafos da IN-04. Grande oportunidade para os prestadores de serviços que possuem expertise nesses moldes, pois terão grande mercado para atuar e, inclusive, ajudar a evoluir.

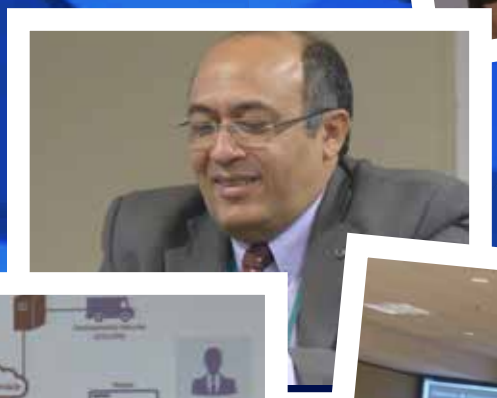
Como conclusão, julgo que o evento foi realmente uma oportunidade incrível de debate de ideias e práticas, troca de experiências de sucesso e insucesso, reencontro de colegas da área, e o melhor de tudo, ser recebido pelo setor público de braços abertos para uma discussão séria e eficaz sobre a melhoria dos serviços de TI no governo. Até 2015!

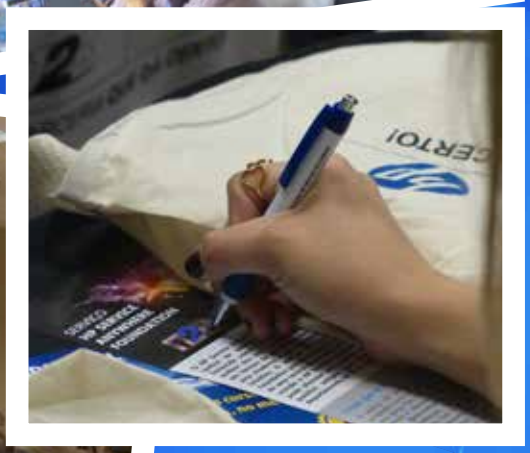
Sobre o autor

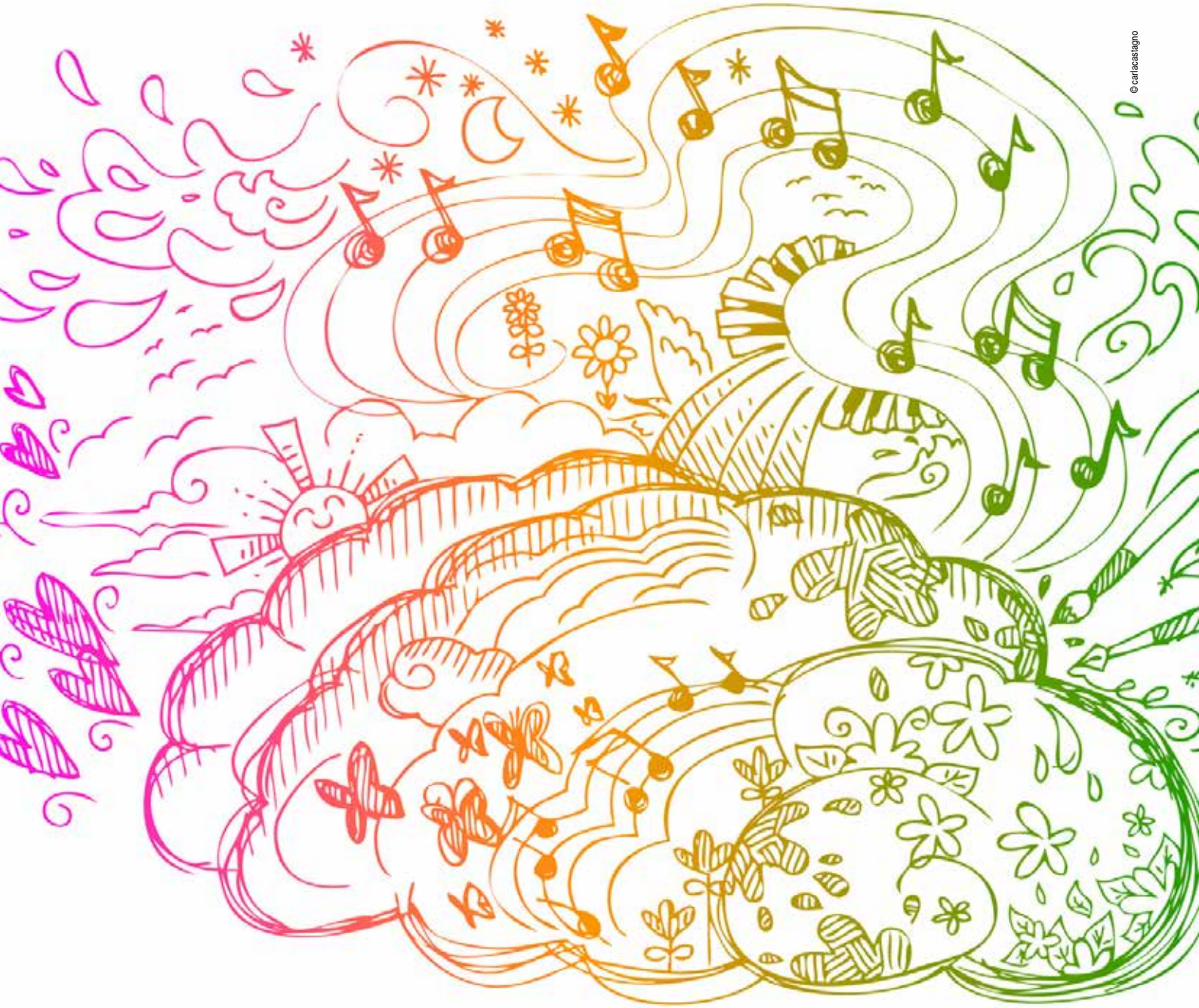
Graduado em Comunicação Social pela Umesp e pós-graduado em gestão de marketing (Certificate in Marketing Management) pelo Insper – Instituto de Ensino e Pesquisa (antigo Ibmec-SP), atua no instituto HDI Brasil e mercado de TI há 10 anos e, hoje, ocupa o cargo de diretor executivo, sendo responsável pelo relacionamento comercial, institucional e estratégico frente ao mercado de serviços de TI e atendimento. Entre os treinamentos e certificações realizados estão, ITIL Foundations, COBIT, HDI CSR, SCA, SCTL, SCM, KCS e SCD. Coordena os grupos nacionais HDI SAB – Strategic Advisory Board, HDI SOAB – Software Advisory Board, HDI AGOV – Grupo de Governo e HDI FAB – Field Advisory Board, formado por executivos das maiores operações de TI do País, em que são discutidas e endossadas as melhores práticas da indústria brasileira de serviços de TI.

HDI
BRASIL
10th ANNIVERSARY
DI EXPOGOV BRASÍLIA 2
VENTO DE TI PARA O
PÚBLICO BRASILEI









Pensamento crítico, uma obrigação

Por Rafael Baltresca

Seu João acorda às 4h da manhã para abrir a padaria. Dá as mesmas ordens ao padeiro todos os dias. Às 5h30, já tem pão quentinho como sempre. Dona Zuleica acorda cedo e, às 6h em ponto, dá bom-dia ao seu João enquanto pede "meia dúzia do francês". Pega mais dois litros de leite e os recebe da mão da atendente que exibe o seu mau humor matinal. Seu João sempre fica atrás do caixa. Só usa papel de pão e caneta BIC para as contas. Os chocolates ficam acima, sobre as pilhas empoeiradas e um pedaço de borracha velha.

Dona Zuleica voltará no dia seguinte, mas, se o seu Manuel, da padaria ao lado, cobrar mais barato, ela nunca mais voltará ao seu João.

Pensamento crítico, uma obrigação. Ou paramos e reavaliamos nossos processos, ou o tempo nos matará.

A rotina descrita não é "privilégio" do seu João. Ela acontece com o dono do supermercado, com o advogado e até em nossas relações com pais e filhos. A acomodação faz parte da gente. Nosso cérebro gasta menos energia quando não o movemos, quando ficamos quietinhos deixando a vida passar.

Por outro lado, o marasmo físico e in-

telectual deteriora nossas relações e faz com que o nosso negócio morra. É só questão de tempo. Vai pagar para ver?

Lembra-se daquela energia de ousar, fazer diferente e dar o melhor de si, presente no início de sua vida profissional? Bom, agora é hora de tê-la novamente, focar e repensar todos os processos de sua empresa. Se você é contratado e não tem um negócio próprio, a análise é a mesma, afinal, como dizia minha avó, "camarão que dorme na praia, a onda leva".

Seguem alguns passos para a avaliação crítica "against the lazy shrimp":

1 – Divida seu processo em passos. Um exemplo simplificado: a. Contato do cliente / b. Envio de orçamento / c. Entrega do serviço.

2 – Analise criticamente cada passo, jogando perguntas à mesa:

Como é o contato dos meus clientes? E-mail? Telefone? Por que não Whatsapp, Instagram, Linkedin, Facebook? Como facilitar ainda mais o acesso à minha empresa? Os e-mails enviados por nós têm todas as informações de contato no rodapé? Por que não adicionar uma foto no fim do e-mail e nas páginas de contato? É importante meu cliente saber com quem está falando? Esta ideia humanizaria o contato, gerando mais confiança?

Realmente preciso de nome, telefone, e-mail, cidade, bairro, endereço, CEP, CNPJ, CPF e tantas informações iniciais para enviar um orçamento? Será que não podemos deixar isso para uma segunda etapa? Podemos reduzir a burocracia de contato inicial? Como agilizar o envio do orçamento? É possível automatizar este processo? Por que não enviar um brinde ao prospect antes da contratação? Será que uma atitude inesperada geraria mais confiança?

Estamos entregando no prazo? Como surpreendemos o cliente dando algo a mais? Pós-venda, preocupamo-nos? Como criar um sistema automático de contato com os clientes após alguns meses? Pegamos depoimentos sobre nosso serviço? Como automatizar esse processo?

3 – Execução e análise. Coloque essas ideias em prática e acompanhe a evolução dos processos. Deu certo? Gerou mais custos do que resultados? É preciso uma reavaliação?

Sinceramente, nunca ouvi um ditado tão estúpido como "em time que está ganhando não se mexe". Estúpido, sim, porque em time que não se mexe, o tempo deteriora, enferruja e a onda leva. Camarão ou não. ■

Sobre o autor

Professor e palestrante desde 1999; especialista em Programação Neurolinguística [PNL]; pesquisador de Psicologia Comportamental e Psicanálise aplicada a negócios; hipnólogo clássico e ericksoniano com especialização em Madrid e Las Vegas.

Simplificar sua vida,
este é o compromisso da Algar Tech.

A Algar Tech possui mais de 15 anos no mercado corporativo, oferecendo soluções integradas em TIC e BPO no Brasil e na América Latina por meio de Infraestrutura de TI, Aplicações de Negócios, Relacionamento com o Cliente, Serviços Gerenciados de TIC e Negócios Digitais, tudo para simplificar a sua vida e de sua empresa. A excelência dos serviços e competências da Algar Tech foram reconhecidos e premiados na EXPO & Conference HDI 2014.

Profissional do Ano no HDI Brasil
Oswaldo Brancaglione
Diretor de Serviços Gerenciados - Algar Tech

Melhor Equipe Externa de Suporte
Projeto Clariant
Algar Tech

Melhor Técnico de Campo
Gustavo Insierra
Projeto Monsanto - Algar Tech

Equipe Algar Tech

Descubra você também a excelência dos serviços da Algar Tech e porque somos feitos de gente que simplifica a sua vida.

Algar Tech
Simplifica sua vida.

facebook.com/algartech
@algartech

© Divulgação HDI Brasil

UMA HISTÓRIA DE SUPERAÇÃO E SUCESSO

Por Natalia Gela

© Divulgação HDI Brasil

Daiana David, analista de Call Center do HDI Brasil

Ao longo deste ano, preparamos uma série de reportagens para retratar os 10 anos do HDI Brasil, e, como não poderia faltar, a última edição especial de aniversário traz o retrato do colaborador HDI. Já que toda a nossa história não seria possível sem o esforço, dedicação, comprometimento e profissionalismo de cada membro da empresa.

Para isso, iremos apresentar a vocês, leitores, a história da nossa colaboradora Daiana David, analista de Call Center do HDI Brasil.

Foi em abril de 2013 que sua carreira começou no Instituto. Antes disso, passou por diversas dificuldades e teve de dar a volta por cima para alcançar o sucesso.

Diagnosticada com paralisia infantil com cerca de um ano de idade, após sua mãe perceber a dificuldade que tinha de ficar em pé, a família não tinha condições financeiras para arcar com um tratamento e, à época, não existiam muitos recursos. "Andei até os três anos de idade, mas sempre me apoiando em paredes, móveis, ou com a ajuda da minha mãe, segurando em sua mão. Depois disso, passei a engatinhar. Com seis anos, entrei para o prézinho", conta Daiana. Segundo ela, nesse momento de sua vida, ela precisava totalmente da ajuda de sua mãe para se locomover, já que não tinha mais forças para se sustentar em pé e não possuía cadeira de rodas. "Como minha mãe sempre me carregava no colo, a diretora da escola se sensibilizou e me deu uma cadeira de rodas, a minha primeira cadeira."

Um ano depois, quando passou para a 1.ª série, que ficava a dois lances de escada do térreo, sua mãe precisava carregá-la no colo todos os dias, mesmo no intervalo, ela voltava à escola para levá-la ao toilette. "Então, aos oito anos, tive escoliose paralítica. Foi quando comecei a frequentar a AACD, para sessões de fisioterapia uma vez a cada três meses, por conta da alta quantidade de pacientes. Mas não estava dando resultado em meu desenvolvimento, então parei de fazer."

Segundo Daiana, com o passar do tempo, ela foi crescendo e ficando mais pesada, o que fez com que sua mãe não aguentasse mais carregá-la no colo para ir à escola. Além disso, a diretoria se negou a transferir a sala para o térreo, obrigando-a a parar os estudos na 3.ª série.

Força de vontade

Mesmo com todos esses obstáculos, Daiana não queria desistir e sonhava em voltar à escola e conseguir um emprego. Aos 16 anos, cursou o supletivo (3.ª e 4.ª séries) e, cinco anos mais tarde, com incentivo de familiares e amigos, voltou à escola onde estudava e exigiu que colocassem uma sala no andar térreo, o que foi feito e ela voltou a estudar, concluindo a 8.ª série e, posteriormente, o ensino médio no supletivo.

A analista conta que, naquela época, já buscava emprego, saia com sua mãe para entregar currículo, mas a resposta era sempre "não". Ela diz que uma vez recebeu uma ligação de uma empresa falando que havia uma vaga disponível. Foi até o local fazer a entrevista, passou no teste, e a informaram que precisaria apenas levar os documentos depois de uma semana. Quando chegou à empresa, informaram que não poderia trabalhar lá, pois o local não era adaptado.

Oportunidade

Foi então que uma amiga que trabalha no Instituto da Oportunidade Social (IOS) a indicou para trabalhar no HDI Brasil. "Havia surgido uma vaga lá e ela sabia da minha luta e do quanto eu queria um emprego. Eles me receberam de braços abertos. O HDI transformou minha vida da água para o vinho, fez eu me sentir independente, minha autoestima levantou, fez eu crescer, ter uma visão de novos conhecimentos na profissão e fez eu me sentir uma pessoa útil, já que um dos meus sonhos era trabalhar e ser reconhecida profissionalmente", conta.

Para ela, trabalhar no HDI é uma honra. "Tenho orgulho de fazer parte desse time que me ensina cada dia mais. Só tenho elogios e muito a agradecer por fazerem de mim uma profissional exemplar", avalia.

AS CHAVES PARA A EFETIVA GESTÃO DE PROBLEMA

Por Buff Scott III

Na edição passada, publicamos o artigo de Jim McKennan, que apresenta uma visão geral de algumas atividades relacionadas à Gestão de Problema, incluindo "Checagem de Erros Conhecidos" (tradução livre) e análise da causa raiz. Neste artigo, irei elaborar sobre essa base, fornecendo conhecimentos adicionais para o processo de Gestão de Problema.

O escopo da Gestão de Problema

O escopo da Gestão de Problema inclui dois aspectos: Gestão de Problema reativa e Gestão de Problema proativa. A reativa foca em resolver problemas em resposta a um ou mais incidentes conforme estes ocorrem. Já a proativa foca em identificar e resolver problemas e erros conhecidos que poderiam passar despercebidos, evitando, assim, futuros incidentes.

Normalmente, as organizações que são novas para a Gestão de Problema, inicialmente, canalizam suas energias e recursos em Gestão de Problema reativa. Conforme as organizações amadurecem, seu foco deve mudar para Gestão de Problema proativa, a qual reduz a probabilidade de possíveis interrupções e minimiza o impacto de problemas quando estes ocorrem. No entanto, poucas organizações fazem essa mudança, pois acham difícil quantificar os benefícios de um processo que pode ser percebido conforme conserta problemas potenciais, e não reais.

Análise de tendências de tickets de incidente deve ser uma das primeiras medidas proativas empreendidas por organizações, uma vez que pode ser feita por qualquer pessoa com boa capacidade analítica (ou seja, não requer recursos técnicos). O analista deve estar à procura de incidentes repetidos com a mesma categoria, mesmo serviço afetado, mesmo item de configuração (IC), mesma causa ou mesma resolução. Explorar a sua base de conhecimento também pode ajudar a identificar problemas potenciais. Outras fontes de problemas potenciais incluem:

- Erros conhecidos identificados pela liberação de desenvolvimento de aplicativos e equipes de implantação.
- Relatórios gerados pelo aplicativo ou software de sistema (sistema ou registros de atividades).
- Serviço / reuniões de revisão de fornecedores.

Os problemas potenciais identificados a partir dessas análises devem ser encaminhados a analistas de problema para uma investigação mais aprofundada.

Atividades de Gestão de Problema

Quer sua organização favoreça Gestão de Problema reativa ou proativa, as atividades associadas com Gestão de Problema podem ser agrupadas em quatro categorias principais.

Detecção e categorização

Essas atividades são focadas em identificar, registrar e classificar problemas, e elas são similares às atividades iniciais realizadas pela gestão de incidente. Registrar e categorizar incidentes e problemas é essencial, já que facilita uma checagem de erros conhecidos mais eficiente de incidente e problema; indica o impacto no negócio, o que pode vir a ser usado para determinar a prioridade do problema e decidir se deseja prosseguir com a investigação e o diagnóstico do problema; ajuda a assegurar que os recursos apropriados foram designados ao problema; e ajuda a identificar com precisão tendências para Gestão de Problema proativa. Alguns dos campos ou dados comuns que são capturados quando se registra os problemas são:

- Origem do problema.
- Responsável.
- Prioridade.
- Usuário (s) afetado (s).
- Serviço (s) afetado (s).
- Localidade (s) afetada (s).
- Itens de Configuração faltantes
- Data e hora inicialmente registradas.
- Detalhes de gatilho de incidente ou evento (ligações).
- Detalhes de todas as ações tomadas para diagnóstico ou tentativas de recuperação.

Investigação e diagnóstico

É durante a investigação e o diagnóstico que a checagem de erros conhecidos e análise da causa raiz ocorrem.

Essas atividades focam em identificar as causas raízes e em transformar problemas em erros conhecidos (a partir de uma perspectiva ITIL, você terá um erro conhecido quando tiver identificado a causa raiz e uma solução de contorno). No geral, causas raízes podem ser classificadas em quatro categorias principais: causas físicas (falha de componentes), erros de sistemas (falha de software), causas humanas (alguém fez algo errado ou falhou em fazer algo que deveria ter feito), e causas organizacionais (um processo, uma política ou um procedimento está em erro).

As seis maiores atividades associadas à investigação e ao diagnóstico incluem:

- Definir os problemas em termos de: o que, onde, quando e significado.
- Atualizar o registro de erro conhecido.
- Coletar dados que ajudem ou apontem para os fatores casuais que criaram o problema.
- Analisar os dados e identificar possíveis causas.
- Identificar a causa raiz (ou seja, uma causa para a qual você possa anexar uma solução).
- Documentar a análise feita para chegar à conclusão.

Solução de problema

O foco aqui é identificar, aprovar, aplicar e validar correções permanentes para problemas e erros conhecidos. Existem duas atividades principais associadas à solução de problemas: identificação de solução e implantação de solução.

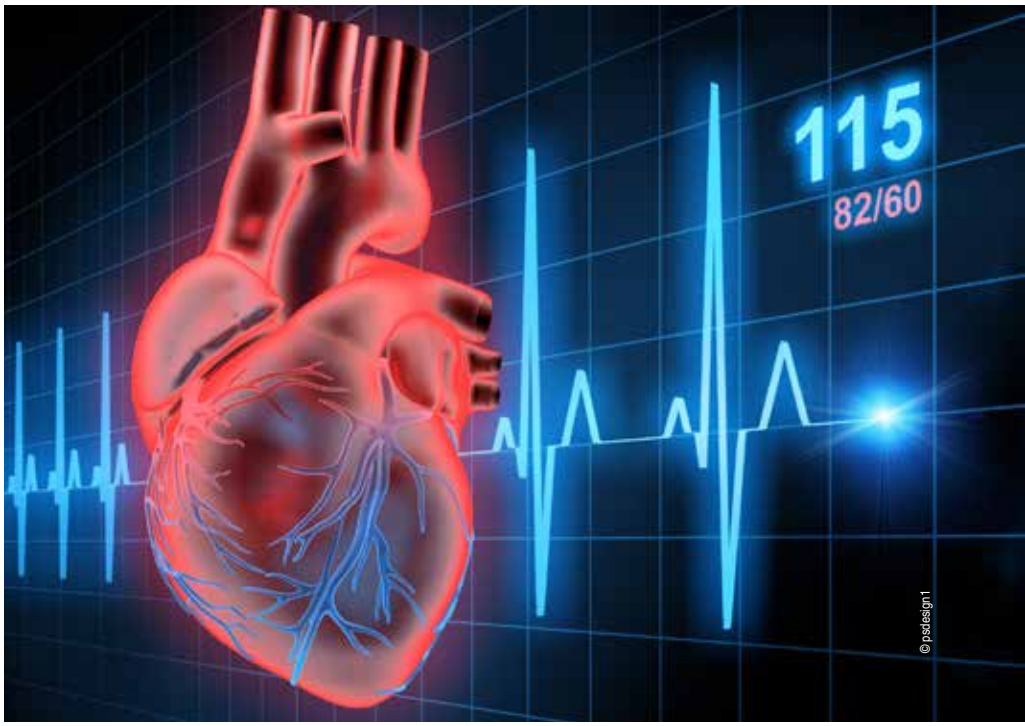
- Identificação de solução inclui todas as ações tomadas para determinar uma solução permanente para um problema ou erro conhecido:
  - » Pesquisar e identificar soluções possíveis.
  - » Escolher uma solução.
  - » Obter aprovação para prosseguir com o desenvolvimento da solução proposta.
  - » Desenvolver a solução proposta.
  - » Testar a solução proposta.
  - » Submeter uma requisição de mudança à gestão de mudança para aprovação da implantação da solução identificada.
  - » Determinar ações a ser tomadas para prevenção de problema.
- Implantação de solução inclui todas as ações tomadas para aprovar, implementar e validar a solução proposta para o problema ou erro conhecido:
  - » Obter aprovação para implantar a solução proposta.
  - » Implantar a solução proposta.
  - » Verificar se a solução corrigiu o erro.
  - » Executar atividades de prevenção de problemas.
  - » Atualizar a base de conhecimento ou o banco de dados de erros conhecidos com informações de solução.

Resolução de problema

Essa atividade foca em resolver problemas, erros conhecidos e incidentes relacionados com informações atualizadas e reutilizáveis. As atividades relacionadas à resolução de problema incluem:

- Verificar se os registros do problema e de erros conhecidos estão atualizados, corretos e completos.
- Encerrar o registro de problema ou de erros conhecidos quando a mudança for implementada e a solução, verificada.
- Atualizar o status de incidentes abertos relacionados no momento do encerramento do problema ou erro conhecido.
- Realizar um balanço de pós-implementação para lições aprendidas que possam ser aplicadas em futuros problemas.

Existe mais uma atividade associada à Gestão de Problema, embora seja menos realizada, que é o indicador de problema. É similar ao indicador de incidente, exceto que é realizado em problemas em que o impacto é significativo o suficiente para que a gestão decida rever o processo, as ações tomadas e as ferramentas. O objetivo é identificar o que deu certo, o que não deu, o que poderia ser aprimorado no futuro e como a organização pode evitar as recorrências, com o objetivo principal de melhorar os resultados futuros.



Funções da Gestão de Problema

Existem três principais funções envolvendo Gestão de Problema: dono do processo, gerente de problema e analista de problema.

Dono do processo

O dono do processo é um gerente sênior dentro da organização de TI que tem total responsabilidade por processos de Gestão de Problema. Na essência, essas pessoas possuem e mantêm o processo de Gestão de Problema. Elas fornecem entrada em projeto de processo e escopo, e aprovam o produto final. São responsáveis por definir fatores críticos de sucesso apropriados (critical success factors – CSFs) e indicadores-chave de performance (KPIs) para medir o processo, e são responsáveis por revisar e aprovar a documentação do processo que será usada em todo o processo de Gestão de Problema.

Gerente de Problema

O gerente de problema é responsável pela operação do dia a dia do processo de Gestão de Problema. Em muitas organizações, o gerente de problema também é conhecido como gerente de processos, coordenador de problema ou gerente de fila de problema. Algumas das responsabilidades do gerente de problema incluem direcionamento e resolução de problemas com processo de operação e execução, monitoração do progresso de problemas e erros conhecidos, assegurando que a meta de tempo de resolução seja atendida, assim como revisão e aprovação de soluções de contorno propostas.

Analista de Problema

Analistas de problema são membros de grupos de suporte ao qual são atribuídos problemas. Na maioria das organizações

de TI, esse pessoal é de nível 2 e 3. Eles são responsáveis por receber e trabalhar os registros de problemas que lhes foram atribuídos, identificando e documentando a causa raiz de registro de problemas por meio do uso de técnicas de análise de causa raiz, e identificando soluções de contorno.

Eles também são responsáveis por coordenar e facilitar o teste e a resolução de problemas e erros conhecidos por submeter requisições de mudança à gestão de mudança. Os analistas de problema precisam ser analíticos, capazes de realizar análise de tendência e ter boas habilidades para resolver problemas. Adicionalmente, deveriam receber treinamento em técnicas de análise da causa raiz.

O ideal é que a equipe de Gestão de Problema seja separada da de gestão de incidente. O motivo disso é que, se os recursos forem divididos entre Gestão de Problema e de incidente, a gestão de incidente terá a parte da atenção (recursos e tempo), em detrimento da Gestão de Problema. Em organizações menores, essa separação pode não ser possível; mesmo que não seja, no mínimo, as atividades devem ser segregadas.

Métricas de Gestão de Problema

É importante medir tanto a efetividade quanto a eficiência do processo de Gestão de Problema. Fatores críticos de sucesso (CSF) e indicadores-chave de performance (KPI) comuns para Gestão de Problema incluem:

- CSF: Melhorar qualidade do serviço
  - » KPI: Um aumento no percentual de mudanças proativas submetidas pela Gestão de Problema.
  - » KPI: Uma redução no número de incidentes ao longo do tempo.
- CSF: Minimizar o impacto de problemas
  - » KPI: Um aumento no first call resolution por meio do uso de soluções de contorno.
  - » Uma redução na média do tempo para implementar soluções permanentes.
- CSF: Resolver problemas efetivamente
  - » KPI: Uma redução no backlog de problemas abertos.
  - » KPI: Um aumento no número de problemas que cumpriu ou excedeu a meta do tempo de resolução.

As chaves para o sucesso

Existem algumas chaves para um processo de Gestão de Problema bem-sucedido. Primeiro, certifique-se de que tenha o apoio do líder sênior de TI. Segundo, estabeleça uma clara visão e propósito (o que está tentando conquistar e por quê), assim como um processo claro, definido, documentado e comunicado. Terceiro, certifique-se de que tenha um processo de gestão de incidente efetivo, e defina claramente a relação entre gestão de incidente e Gestão de Problema. Isso implica em definir as funções e preenchê-las com as pessoas certas que tenham as habilidades certas (incluindo análise da causa raiz). Finalmente, certifique-se de que tenha CSFs e KPIs bem definidos, e um claro processo de relatório de gestão. Se você fizer tudo isso, estará no caminho certo para um efetivo processo de Gestão de Problema. ■

Sobre o autor

Buff Scott III tem mais de 30 anos de experiência na indústria de TI. É um líder versátil, com vasta experiência em gestão, e é certificado ITIL v3 Expert, ITIL Trainer e instrutor HDI. Entre suas muitas habilidades e realizações, Buff projeta e implementa processos ITIL desde 2001, e é especialista em negócios e processos de reengenharia de TI.

CSC BRASIL
Expertise em Implementação e Gestão de ITSM

A CSC BRASIL é uma empresa de gestão de tecnologia especializada em serviços e soluções de ponta a ponta nas áreas de Gerenciamento de Infraestrutura, Gestão de Serviços, Gestão de Processos, Business Intelligence e Gestão de Ativos Corporativos.

São 28 anos de experiência em projetos de alta complexidade, com forte expertise em implementação e gestão de ITSM.

www.cscbrasil.com.br

CSC BRASIL
Soluções. Serviços. Consultoria

André Farias
www.vidadesuporte.com.br - tirinhas_suporte@hotmail.com

PBTI + BMC + BOMGAR

A parceria que transforma seu Service Desk

Com larga experiência no mercado Nacional e América Latina, a PBTI tem por missão encontrar as melhores maneiras de utilização e alinhamento de TI na sua empresa. Nós vamos além da comercialização de software e serviços com soluções que permitem aperfeiçoar a utilização dos recursos tecnológicos, além de oferecer uma ampla gama de serviços para consultoria, implantação e suporte técnico, que irão assegurar o retorno de investimento realizado pelos clientes.

Como líder mundial em Gestão de Serviço de TI (ITSM), a BMC é a pioneira em soluções efetivas que conectam e automatizam os Processos de ITIL, tais como: Incidentes, Problemas, Mudanças, Ativos, Níveis de Serviço, Configuração e Catálogo/Requisição

A solução BOMGAR permite suportar todos os seus sistemas através da WEB. Remotamente controla desktops, servidores e dispositivos móveis, independentemente da plataforma (Windows, Mac, Linux, Ipad, Android, Blackbarry e outros). Sua abordagem baseada em um appliance com software de suporte remoto mantém seus dados seguros e auditáveis em qualquer lugar e a qualquer hora.

Brasília: SEPN 513 - Bloco D - No 38 - Sala 320 - Edifício Imperador - Asa Norte | Fone: (61) 3348-9977
São Paulo: Av. Paulista, 807 - Conj. 1521 - 15º andar / Bela Vista - São Paulo - SP | Fone: (11) 3238-9300
Rio de Janeiro: Rua da Assembléia nº 10 sala 2920 centro | Fone (21) 3219-9500 / (21) 3219-9523

www.pbti.com.br

C3 COMUNICAÇÃO