ANO III - Nº 22 - FEVEREIRO / MARÇO 2016 - WWW.HDIBRASIL.COM.BR/REVISTA - R$ 12,90

HDI Support World

Brasil

A REVISTA LÍDER MUNDIAL EM SERVICE DESK E FIELD SUPPORT

A INTERNET DAS COISAS

O mundo físico e o digital em um só universo

BATE-PAPO

Barnabé da Silva Júnior
Diretor de operações da Connectcom

CASO DE SUCESSO

PETROBRAS – A trajetória de um suporte de sucesso

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**

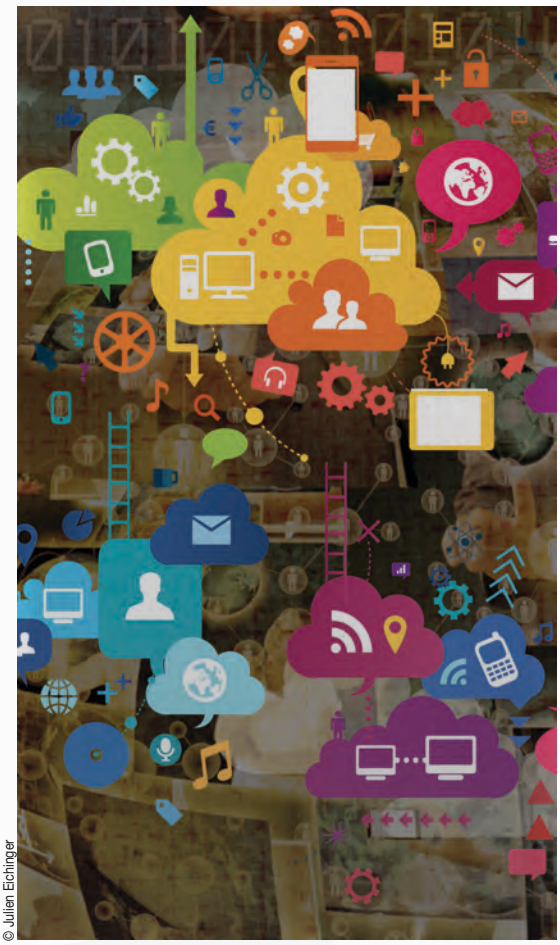
05 **CARTAS**

06 **BIBLIOTECA**

07 **HDI ON-LINE**

08 **BATE-PAPO** *com Barnabé da Silva Júnior, diretor de operações da Connectcom*

12 **CASO DE SUCESSO**



© Julien Eichinger

COLUNISTAS

16 HOME OFFICE, *por Patrick McKinney*
Considerações da TI para os "escritórios domésticos"

24 SUPORTE, *por Júnior Alves*
Será o fim do suporte?

26 SUPORTE ESTRATÉGICO, *por Ana Caroline Manfé*
A Central de Serviços de TI sob o ponto de vista estratégico

30 GESTÃO DE PESSOAS, *por Rogério Mendes*
Como desenvolver e RETER talentos na empresa

34 CONEXÃO INTERNACIONAL, *por Fancy Mills*
O Gap da geração 2020: A sua empresa está pronta?

38 HUMOR, *por* André Farias

18 **MATÉRIA DE CAPA**
Internet das Coisas e o Service Desk

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

carta do EDITOR

Divulgação

Um ano de mudanças

Este ano iniciou-se com muita expectativa de mudanças e melhorias. Começando pelo nosso País, que urge por transformações, as empresas de todos os setores estão buscando ao máximo se reinventarem, aprimorarem para continuar crescendo num mercado nada promissor.

E para entender um pouco melhor o que devemos esperar deste ano, e quais são as perspectivas para o setor de Tecnologia da Informação para 2015, convidamos o especialista Barnabé da Silva Júnior, diretor de operações da Connectcom, para participar de nossa editoria Bate-papo, respondendo às principais questões sobre as projeções para o setor.

Ainda sobre mudanças e inovações, a nossa Matéria de Capa desta edição traz informações sobre a tão falada Internet das Coisas. Um tema já conhecido, porém também muito novo, o qual irá mudar o mundo como conhecemos hoje. Trazemos esse tema também para o nosso setor, como não poderia deixar de ser, com grandes especialistas desse mercado debatendo sobre o assunto.

E as mudanças não param por aí. Em nossos artigos, trazemos temas que abordam o futuro do suporte e de escritórios domésticos. E trazemos assuntos também que são sempre atuais e estão presentes em nosso cotidiano, como retenção de talentos e Central de Serviços de TI sob o ponto de vista estratégico.

Agora, vamos falar de mudanças no HDI Brasil. Este ano, recebemos em nosso time um profissional de peso no mercado para compor nossa área de treinamento e consultoria. Valtomir Santos, ou Kid, como é conhecido no mercado, iniciou seus trabalhos junto ao HDI em fevereiro, trazendo sua bagagem de 22 anos de experiência na área de Tecnologia da Informação para agregar à área, ocupando o cargo de Diretor de Serviços. Esperamos, assim, continuar atendendo às expectativas e necessidades de nossos clientes e parceiros, buscando sempre a excelência e o aprimoramento de nossos serviços.

Uma ótima leitura!

Luiz Couto

Luiz Couto
CEO do HDI Brasil

CARTAS

Matéria de Capa

Caros,

Muito bem abordado o tema da matéria de capa sobre outsourcing e insourcing. Na minha empresa, optamos por insourcing e achei muito interessante saber mais sobre o modelo de terceirização, além de dicas sobre como melhorar o nosso próprio modelo. Parabéns!

Chrystiane R. Bacci – Mogi das Cruzes/ SP

Sugestão

À redação,

Gostaria de sugerir um tema para a revista **SupportWorld**: Gestão Financeira do Centro de Suporte. Acredito ser um assunto de grande importância a todos os profissionais da área.

Obrigado.

Victor Marsal – Barueri/ SP

Parabéns

Quero parabenizar a redação da revista **SupportWorld**. Sou assinante há um ano, e o conteúdo das reportagens e dos artigos só vem melhorando a cada edição.

Alexandre Carvalho Martins – Maringá/ 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.

HDI SupportWorld
A REVISTA LÍDER MUNDIAL EM SERVICE DESK E FIELD SUPPORT

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

ANO III – Nº 22 – EDIÇÃO FEVEREIRO / MARÇO 2015

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
Diretora Executiva de Conteúdo e Auditoria
Cintia Caputto
cintia.caputto@hdibrasil.com.br
***Diretor de Serviços:** Valtomir Santos (Kid)*
kid@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

midiabooks

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 SE TORNAR UM ÓTIMO CHEFE
Autora: Geisler, Jill
Editora: Sextante
Idioma: Português

Se não existem chefes perfeitos, o que realmente distingue um ótimo chefe? Ele tem algo que ofusca suas deficiências: a confiança das pessoas que escolhem segui-lo.

Com base em pesquisas e exemplos da vida real, Jill Geisler apresenta os maiores desafios enfrentados pelos chefes e explica a maneira certa de agir. Ela afirma que os gerentes decepcionam as pessoas diariamente, mas diz que eles não devem cair na armadilha de tentar agradar a todos. O ideal é deixar claro quais são os valores que pautam suas decisões.

Segundo Jill, o chefe também força as pessoas a sair da zona de conforto, exigindo que aprendam habilidades novas e superem seus limites. A autora aconselha a não intimidar nem ameaçar os funcionários, pois o tratamento de choque raramente traz bons resultados. O correto é entender como cada um reage à pressão e aumentá-la ou reduzi-la de acordo com a situação.

Com uma longa experiência liderando equipes bem-sucedidas, Jill oferece dicas valiosas para o chefe aprimorar cada elemento de sua gestão, entre eles a colaboração, a comunicação, a resolução de conflitos, a motivação, o feedback e o coaching.

"Quer ser um ótimo chefe? Então leia este livro e dê um de presente para o seu chefe. Vocês dois ficarão mais felizes!" – Charlene Li, autora de "Liderança Aberta".

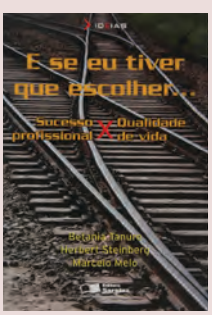
Um profissional para 2020
Organizador: Resende, Valdo
Editora: B4
Idioma: Português

Sem fazer futurologia, mas norteando-se por um direcionamento que define estratégias, posicionamentos e formas de trabalho nas mais variadas áreas, um grupo de professores se reuniu para criar uma obra capaz de ajudar os alunos que acabarão por definir o mercado de trabalho no Brasil até 2020. O resultado é este livro que discute temas que estarão em evidência nas próximas décadas. A obra parte de disciplinas fundamentais na formação dos alunos de Propaganda e Marketing, Publicidade, Marketing, Propaganda, Administração e cursos correlatos.

Das redes sociais à sustentabilidade; do segmento da terceira idade às mudanças inerentes das pequenas agências; das tendências do mercado varejista ao marketing, o resultado dessa aventura são análises e exposições que ajudarão a formar as bases do aluno para permear uma carreira de forma consciente e profissional.

MOTIVAÇÃO sem TRUQUES
Autora: Kamia, Meiry
Editora: Alta Books
Idioma: Português

A obra ajuda o leitor a potencializar seus pontos positivos e transformar sua visão de mundo referente ao universo do trabalho, deixando o papel de vítima para ser criador de sua própria história em busca de sua realização pessoal e profissional. Com sugestões diretas, simples e sem truques, a famosa e requisitada palestrante motivacional Meiry Kamia mostra ao leitor que é possível encontrar a felicidade por meio do trabalho.



E se eu tiver que escolher…
Autores: Melo, Marcelo; Steinberg, Herbert; Tanure, Betania
Editora: Saraiva
Idioma: Português

Prático e objetivo, este livro não vai tomar a decisão da sua vida. Talvez, ao acabar a leitura, você não mude imediatamente o ritmo dela; não vai acelerar mais para "chegar lá", nem dar uma reduzida para "curtir mais", mas, com certeza, estará bem mais preparado para conviver com essa dúvida que te perseguirá a vida toda. Aprenda e cheque conceitos na primeira parte, mergulhe no debate entre dois craques da gestão brasileira e faça suas promessas a si mesmo.

Felicidade S.A. – Por que a satisfação com o trabalho é a utopia possível para o século 21
Autor: Teixeira, Alexandre
Editora: Arquipélago
Idioma: Português

O mundo do trabalho vive uma revolução silenciosa. Depois de décadas tendo o dinheiro como estímulo quase único aos seus funcionários, organizações inovadoras começam a perceber que este modelo está ruindo. A remuneração ainda é decisiva, claro. Mas, num mundo traumatizado pela crise que veio de Wall Street, salários e bônus já não exercem o mesmo fascínio. A busca por um propósito, a chegada de uma nova geração ao mercado e a reinvenção dos escritórios convergem para um ideal há muito negligenciado: a felicidade no trabalho. Entre a teoria dos estudos acadêmicos e a vida real do cotidiano corporativo, o autor apresenta uma série de reflexões essenciais sobre o propósito e os valores envolvidos no trabalho.

© Photographee.eu

Como melhorar os processos de sua operação

Na busca para melhorarmos as operações, acabamos por procurar algumas respostas rápidas que podem ser úteis. Entre essas dicas, gosto de destacar uma prática que pode gerar resultados fantásticos: o mapeamento de processos. Mapear processo consiste basicamente em colocar, de uma forma padronizada, a sequência de atividades realizadas para a entrega de um serviço do catálogo ao cliente. Quando mapeamos, damos vida e lógica às atividades que são feitas diariamente, assim conseguimos ver pontos de falha e melhorias quase que instantaneamente.
Leia mais em: http://bit.ly/article-01-ed_22

Cliente encantado

O bom atendimento e a relação com os clientes são um verdadeiro desafio para as organizações contemporâneas. É sabido que, se não forem bem recepcionados e assistidos, vão procurar outro ambiente comercial em que sejam mais bem atendidos e, com absoluta certeza, nunca indicarão tal organização para um cliente em potencial. Trocando em miúdos, um bom atendimento é regra básica para a satisfação de seu público.
Leia mais em: http://bit.ly/article-02-ed_22

© Sergey Nivens

Motivação para jovens empreendedores

Atualmente, vemos atividades empreendedoras e inovadoras em diversas áreas do mercado, e várias delas são regidas por jovens. Porém, encontrando dificuldades comuns no caminho, muitos desistem de seu sonho. E é aí que entra a motivação: ela ajudará a manter o foco na ideia e a lidar com possíveis problemas. Mas o que motiva um jovem? Nas minhas palestras motivacionais, estou sempre buscando respostas para as dúvidas de empreendedores e colaboradores. Então, procuro demonstrar que a motivação não é nenhum "bicho de sete cabeças". Pelo contrário: pode ser muito simples aprender novas maneiras de impulsionar seu trabalho, deixando de lado o desânimo e a falta de vontade de continuar os projetos. Duas palavras podem ser consideradas as chaves nesse aspecto: desejo e automotivação.
Leia mais em: http://bit.ly/article-03-ed_22

WHITE PAPER: Guia de outsourcing para pequenas e médias empresas

Como pequenas e médias empresas podem prestar um serviço de TI de qualidade com um orçamento de tamanho médio? Outsourcing parece ser a melhor solução, oferecendo serviços de qualidade superior e de especialização tecnológica com preço mais baixo. No entanto, a maioria das PMEs ainda não considerou a terceirização como parte de suas estratégias de negócios.
Leia mais em: http://bit.ly/WP01-ED22

© Neyro
© Nomad_Soul

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 ficou para trás. Os benefícios dessa mudança podem ser substanciais, uma vez 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".
Leia mais em: http://bit.ly/WP02-ED22

O ano de 2015 para o mercado de TI

Por Natalia Gela

O desempenho e crescimento para 2015 eram uma preocupação na pauta das empresas no ano passado. Decorrido praticamente o primeiro trimestre deste ano, já é possível ter uma projeção de como serão os negócios, bem como ter uma avaliação do mercado de TI no Brasil. Para isso, convidamos o especialista Barnabé da Silva Júnior, diretor de operações da Connectcom, para falar sobre o assunto e responder às principais questões sobre as perspectivas para o ano de 2015.

Boa Leitura!

© Klaus Eppele

Como o senhor avalia o mercado de suporte à TI atualmente?

É um mercado ainda em expansão no Brasil, com bom potencial de curto e médio prazo, e dou como exemplo: (i) o suporte à crescente demanda de novas tecnologias "nas mãos e lares" das pessoas físicas, (ii) e o suporte à TI sendo embarcado em novas e variadas ofertas ao segmento corporativo (Enterprise e PME) que, cada dia mais, incluem suporte de TI como mais um item em seu escopo (seguro + suporte de TI, Educação a distância + suporte à TI, etc.).

Quais são as perspectivas para o setor, em 2015?

1.º Trimestre de 2015: Já passada mais da metade deste trimestre, dá para dizer que ele terá o mesmo nível de atividade do último de 2014 para nossos negócios e, portanto, será muito bom, muito devido ao resultado dos negócios que já estavam em prospecção desde o 3.º trimestre de 2014, realizados só agora no início de 2015.

2.º Trimestre de 2015: Decorrente da conjuntura, esperamos um 2.º trimestre de 2015 mais cauteloso e, portanto, com menor nível de atividade que seu correspondente de 2014, até ficarem mais claro os reais impactos das mudanças de rumo das políticas governamentais, assim como do eventual racionamento de água e energia no Sudeste.

Com relação ao ano anterior, quais serão as maiores mudanças? Explique.

Na minha visão, teremos basicamente três mudanças mais sentidas: (i) ciclos de negócios mais longos, com negociações mais aguerridas com reflexo na taxa de conversão de negócios; (ii) clientes de governo na dianteira nas negociações para diminuição de custos contratuais, e (iii) ainda em pré-vendas, maior necessidade de utilizar, na precificação, índices de performance e produtividade mais agressivos (ou seja, correndo mais riscos), o que requererá uma nova visão, com quebra de paradigmas internos (principalmente os que determinam custeio) e com equipes de delivery com perfil multidisciplinar; resumidamente, teremos de ser mais inovadores e corrermos mais riscos.

Quais desafios os profissionais da área devem esperar para este ano?

O desafio é cercar-se de profissionais com capacidades multidisciplinares e experimentados em correr mais riscos calculados (experiência). Boa relação com os clientes e ser vistos por eles como um "resolvedor" criativo de problemas também ajudará muito.

O que se deve esperar para este ano com a mudança do modelo de gastos do governo?

Como mencionado na questão anterior, estou seguro de que o governo se posicionará muito mais exigente, atuando no limite do contrato e da lei, para redução de custos. Assim, é importante revisitar e otimizar o Overhead das estruturas que atendem aos contratos de governo para minimizar o impacto no EBITDA, já que é razoável esperar queda de faturamento e margem de contribuição das operações de governo.

Como isso pode impactar no setor, direta e indiretamente?

É sabido que o governo brasileiro tem grande importância em toda economia do País e, assim, também em TI. A inevitável redução/contingenciamento na alocação de verbas de custeio pelos órgãos e autarquias trará impacto direto também em serviços e suportes de TI. Empresas mais dependentes do governo, logicamente, tenderão a fortalecer suas ações no privado, como compensação, e assim teremos uma amplificação da concorrência no privado, também afetado. Empresas focadas em mix de ofertas de serviços de suporte com maior valor agregado, como sempre, se sairão melhor. Bom lembrar que mix de ofertas não se muda de um dia para o outro, requerendo investimentos em tecnologia e capacitação e planejamento.

Como será o ano de 2015 quanto a investimentos em tecnologia pelo setor privado?

Minha percepção é de que o setor privado, com ênfase nas grandes corporações, já vem fazendo investimentos em tecnologia

para a melhoria de processos e produtividade desde 2008, inclusive em troca de parque de Hw. Assim, em 2015, quem já completou o ciclo, muito bem, quem não, seguramente irá revisar, para baixo, o ritmo das contratações. O alto preço do dólar já impacta de forma decisiva os investimentos em TI como um todo, principalmente em CAPEX.

Como as empresas podem otimizar os custos das operações de TI? Explique.

Receituário variado: (i) rever/repriorizar escopo (ênfase SLA) e, consequentemente, custos, envolvendo usuários finais e fornecedores de serviços; (ii) padronizar processos e equipamentos sempre que possível; (iii) reciclar usuários finais no uso de equipamentos de TI e aplicativos de TI, e (iv) cobrar o fornecedor de serviços, e ou área interna, que prestam suporte de TI para que este(s) indique(m) seus "achados" em termos de gestão de problemas e que possa(m) contribuir para diminuição de custos de operação.

O senhor acredita que a desaceleração da economia do Brasil irá impactar diretamente no setor de suporte à TI? De que forma?

Seguramente irá impactar, pois, de forma prática, investimentos e custos de TI são previstos como uma fração do resultado das empresas. Se o nível de atividade é menor, então menor será a alocação de gastos com todo tipo de produto e serviço classificado como TI. Mesmo as empresas em que TI é insumo, como bancos, deverão contingenciar custos. Lógico que a estratégia será diminuir custo e não escopo, o que exigirá muita inovação dos fornecedores desse tipo de serviço.

Qual a projeção de crescimento para o setor em 2015?

Nossa projeção está em dois dígitos, para o ano de 2015, para nossos negócios, como foi 2014 para nós. Neste momento, é difícil prever crescimento para o setor. Estima-se que, em 2014, o setor cresceu 9,2% (IDG). Entendo que quem considerar crescimento menor que 7%, para 2015, será considerado pessimista prematuro.

Quais são as tendências do setor?

Posso citar duas: (i) o suporte de TI e smartphone entram definitivamente no SOHO e PME; (ii) aumento da demanda do suporte às plataformas tecnológicas que viabilizam a mobilidade de forma geral.

Como as empresas devem se preparar para essas tendências?

As empresas devem se preparar capacitando tecnicamente suas equipes de delivery às demandas previstas na questão anterior e fortalecendo as parcerias tecnológicas.

CALENDÁRIO DE TREINAMENTOS 2015

Abril

SCM – Rio de Janeiro – 8 a 10 de abril de 2015

Maio

SCD – Pos Conference – 23 a 25 de maio de 2015

SCM – Pos Conference – 23 a 25 de maio de 2015

SCTL – Pos Conference – 23 e 24 de maio de 2015

Julho

ADM – São Paulo – 3 de julho de 2015

CAS – São Paulo – 10 de julho de 2015

QA – São Paulo – 16 de julho de 2015

SCMM – São Paulo – 17 de julho de 2015

HDI BRASIL
CULTURA DE SERVIÇO AO CLIENTE

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

Divulgação Petrobras

CASE PETROBRAS

Operação de suporte que atende à Petrobras obteve pontuação 3.9 na escala de 0 a 4 do processo de certificação do Centro de Suporte do HDI

Por Natalia Gela

Atualmente com mais de 120 mil usuários e mais de 97% de satisfação deles, o atendimento na Petrobras percorreu um longo caminho para chegar a este número. Foi um trabalho árduo, preciso e muito bem planejado. Vamos entender como foi essa trajetória…

Até o ano de 2000, o atendimento da Petrobras era descentralizado, com cada área da empresa tendo uma equipe de informática para cuidar do atendimento aos usuários. Não existiam treinamentos comportamentais para a área de atendimento, nem planos de carreira para esses profissionais, tendo como consequência um turnover alto.

Além disso, não havia referência às melhores práticas, existiam poucas iniciativas para definição de indicadores, como First Call Resolution (FCR), e as iniciativas e atividades de atendimento a clientes/usuários não eram padronizadas ou compartilhadas. De acordo com Leonardo Bottino, gerente de atendimento da Petrobras à época, como a contratação de serviços de atendimento de TI era baseada no modelo body shop, as empresas contratadas não tinham estímulo para se envolver nas atividades ou contribuir com a melhoria dos processos, já que a remuneração pelos serviços prestados era feita em função do número de profissionais disponibilizados para a Petrobras.

"Essa situação mantinha os processos estagnados e exigia um esforço grande por parte dos gestores da Petrobras, que acabavam por se envolver demais nas operações – desta forma, sobrava pouco espaço para a gestão dos serviços, para o aprimoramento do processo e para as inovações. Com isso, as iniciativas visando à melhoria contínua dos serviços eram isoladas ou não ocorriam, o que prejudicava o atendimento das necessidades dos clientes", explica Bottino.

Para romper esse círculo vicioso, algumas mudanças tiveram de ser efetuadas, como "implantar um catálogo de serviços (para administrar a expectativa dos

clientes); elaborar e manter uma base de conhecimento (a fim de padronizar as atividades de atendimento aos usuários e garantir que os serviços prestados não dependessem dos profissionais envolvidos na prestação daqueles serviços); definir um ponto único de contato (para conhecer e canalizar a demanda, permitindo uma melhor distribuição dos serviços); definir os processos de trabalho (a fim de alinhar as atividades de atendimento às necessidades dos clientes); e implantar a gestão de incidentes (para permitir a administração dos serviços, estabelecer indicadores, acompanhar resultados, criar um senso de urgência nas ações de atendimento e definir critérios e condições para priorização das demandas)", afirma Bottino.

Transição

A transição para centralizar as atividades operacionais de TI da Petrobras, incluindo o atendimento ao usuário, teve início no ano 2000, acontecendo de forma gradativa até 2003. Era preciso mudar o cenário existente. Para isso, foi necessário identificar os modelos de qualidade que precisavam ser adotados para prestar o atendimento que a organização necessitava, bem como mudar o foco em pessoas para o foco em desempenho.

"Essa mudança (de 'foco nas pessoas' para 'foco no desempenho'), que fizemos a partir de setembro de 2003, foi determinante para buscarmos o envolvimento das empresas prestadoras de serviços no processo de atendimento da Petrobras. Esse envolvimento passou a ocorrer quando aquelas empresas perceberam a importância do dimensionamento correto das equipes no faturamento mensal (e, como consequência, na lucratividade) e os custos que estavam associados ao turnover da equipe (ou seja, o custo de cada desligamento – e suas implicações – sobre o faturamento mensal)", avalia Bottino.

Dentro do modelo de qualidade, foram estabelecidos os pontos a seguir, exemplificados pelo gerente: administrar a expectativa do cliente (catálogo de serviços); administrar a percepção do cliente; contato do cliente apenas com a linha de frente; marca forte; padronização (Big Mac) e simplicidade (Nº1); especialização (tipo Fast-Food) com foco na eficácia; e responsabilidade social.

- **Administrar a expectativa do cliente (catálogo de serviços):** Quando você vai a uma pizzaria, não irá pedir churrasco. Se você não pede churrasco, o garçom não perderá tempo explicando por que a pizzaria não faz churrasco, e você não ficará frustrado por não poder comer churrasco. Simples assim. Analogamente no processo de atendimento, se o Catálogo de Serviços mostra que o Sistema "X" é a ferramenta "oficial" de planejamento da companhia, o usuário não vai ligar para solicitar apoio para instalação e/ou uso do Sistema "Y" (ainda que haja similaridade deste Sistema com o Sistema "X").
- **Administrar a percepção do cliente:** Tão importante quanto ser atendido é perceber que está sendo atendido. Quando um garçom anota o seu pedido (por exemplo, um omelete), a sua percepção é de que você está sendo atendido, porém o cozinheiro ainda não começou a preparar o seu prato (ele sequer quebrou os ovos). E veja que o mesmo garçom, após se despedir de você, pode dirigir-se a outro cliente e anotar o pedido dele, mas você não irá reclamar porque, na sua percepção, você "já foi atendido". Por analogia, no processo de atendimento, há algumas ações que devem ser executadas para podermos administrar a percepção dos clientes, como, por exemplo, manter os chamados atualizados com informações descrevendo ações, testes, resultados e encaminhamentos realizados visando à solução dos problemas apresentados pelos clientes.

- **Contato do cliente apenas com a linha de frente:** Estabelecemos um ponto único de contato (SPOC – Single Point of Contact) para receber os chamados dos usuários e dar um tratamento inicial aos atendimentos. A utilização do SPOC nos permite conhecer a demanda (volume), estabelecer processos de triagem dos atendimentos e direcionar (individualmente) os chamados para as equipes (centrais e/ou específicas), permitindo uma melhor distribuição dos serviços e um melhor aproveitamento dos recursos envolvidos.
- **Marca forte:** O nosso ponto único de contato era um número com 3 dígitos, de fácil memorização e que poderia ser contatado a partir de qualquer ramal telefônico nas instalações da organização (as centrais telefônicas são interligadas).
- **Padronização (Big Mac) e simplicidade (Nº 1):** Quando padronizamos as atividades, a tarefa de "instalar um equipamento para um usuário" passou a significar, para toda a equipe, um conjunto de ações que envolvia: preparar o equipamento a ser instalado, realizar a instalação física propriamente dita, efetuar um backup dos dados do usuário, copiando para o equipamento novo, fazer as configurações (customizações) para o usuário, testar o funcionamento de todas as aplicações no novo equipamento, recolher o equipamento antigo e atualizar a base de gestão de ativos. A simplicidade residia no fato de que, para que esse conjunto de ações fosse deflagrado, bastava que o cliente solicitasse a instalação de um equipamento.
- **Especialização (foco eficácia):** Se mais de 99,9% das estações de trabalho da Petrobras utilizam Windows, não há razão para que os profissionais de atendimento conheçam ou sejam treinados em UNIX. O mesmo conceito é aplicável a editores de texto, planilhas, ferramentas de correio eletrônico, etc.
- **Responsabilidade Social:** Existem práticas de responsabilidade social e ambiental que as empresas podem praticar sem comprometer os seus resultados. Por exemplo, a gestão dos seus resíduos (cartuchos e tonners), a coleta seletiva do lixo, as campanhas de redução do consumo de papel, as ações de treinamento/capacitação (exemplos: palestras informativas sobre alimentação, saúde bucal, segurança, etc.) para colaboradores de empresas subcontratadas, entre outras.

Request for Proposal

Elaborada pelo gerente inicialmente em 2003, e sendo aprimorada e ajustada desde então, a RFP representou um marco na gestão dos serviços de atendimento da Petrobras. "Todas as mudanças no processo de atendimento foram possíveis a partir dos requisitos previstos naquela RFP", avalia Bottino. Ele conta que, a partir de 2008, grande parte daqueles requisitos foi utilizada na contratação de um Centro de Serviços – um grande call center corporativo cujas operações foram baseadas no aprendizado adquirido na gestão do atendimento de TI.

"A RFP prevê todas as atividades das equipes de atendimento e possui dois pilares que sustentam a sua lógica e que justificam a sua singularidade: um deles é a descrição detalhada das atividades – a ideia é de que haja pouco ou nenhum espaço para interpretações equivocadas dos requisitos e condições contratuais; e o outro é a fórmula que associa o pagamento mensal ao desempenho dos serviços prestados – sabendo que, se o desempenho for ruim, o faturamento mensal será reduzido, a empresa prestadora dos serviços irá se envolver na gestão das atividades, garantindo que as equipes de atendimento sejam formadas por profissionais competentes e devidamente treinados, envidando ações para otimizar os recursos disponíveis, fazendo com que o dimensionamento esteja sempre adequado ao volume de chamados, melhorando o desempenho de cada profissional, estimulando o registro do aprendizado na base de conhecimento e identificando oportunidades de melhoria no processo como um todo", diz Bottino.

Resultado

Todas essas mudanças e aprimoramentos trouxeram resultados significativos, como a evolução do First Call Resolution (FCR) médio, que passou de 37%, em 2003, para 78% em 2012. "É importante esclarecer que, quanto maior é o FCR em uma operação de atendimento, menor é o tempo que um usuário é interrompido (à espera de uma solução para o seu problema), e, por extensão, maior é a produtividade do cliente – e da organização como um todo", explica o gerente.

Veja no quadro abaixo dados aproximados sobre a situação do atendimento na Petrobras nos dias atuais.

Atendimento na PETROBRAS (jan-2013)

- **2 Service Desks e 1 Contact Center, 100% terceirizados, ±2 mil profissionais, número único (SPOC), Multicanal, operação 24x7, ±50 indicadores;**
- **Serviços realizados externamente: Segurança da Informação (site seguro, câmeras, gravação das ligações, etc.) e SMS (ergonomia, segurança);**
- **±500 mil atendimentos/mês, sendo mais de 300 mil no Call Center;**
- **Base de Conhecimento com ±45 mil instruções, permitindo que os Service Desks resolvam mais de 80% dos registros, sendo mais de 70% como FCR. A satisfação dos usuários é de cerca de 97%;**
- **Certificações: ISO 9001, ISO 20001, ISO 14001, ISO 27001, PROBARE (ABRAREC), HDI-SCC. Qualificação das equipes: apenas 2º grau, com diversos treinamentos e certificações do HDI (CSR, SCA, SCTL, SCM, SCD);**
- **Ambiência favorável (mais de 70%);**
- **Experiência com PCD (Pessoas Com Deficiência) e PMR (Pessoas com Mobilidade Reduzida).**

ROAD SHOW

CALENDÁRIO DE EVENTOS 2015

(PRIMEIRO SEMESTRE)

SÃO PAULO – 5 DE MARÇO

RIO DE JANEIRO – 18 DE MARÇO

BRASÍLIA – 24 DE MARÇO

RECIFE – 15 DE ABRIL

PORTO ALEGRE – 16 DE ABRIL

FORTALEZA – 17 DE ABRIL

www.roadshow.hdibrasil.com.br

HDI

BRASIL

CULTURA DE SERVIÇO AO CLIENTE

CONSIDERAÇÕES DA TI

para os "escritórios domésticos"

Por Patrick McKinney

As empresas brasileiras estão lutando com o impacto que as atuais restrições de recursos e interrupções de energia, além de outros fatores, estão tendo nos resultados financeiros. Muitas empresas estão pensando agora em tratar dessa escassez de recursos ao permitir que seus funcionários trabalhem de casa. Quando bem executadas, as políticas de trabalho a distância ou "escritório em casa" podem ter muitos benefícios, incluindo diminuição dos custos de infraestrutura, funcionários mais contentes e aumento do fluxo de caixa.

Antes de se aprofundar na implementação de programas de escritórios em casa, no entanto, as empresas (e seus departamentos de TI) devem ter em mente as mudanças que suas organizações terão de fazer para apoiar os funcionários remotos de forma eficaz.

Primeiro, eles devem pensar em uma política de "home office" como oportunidade comercial benéfica e não como uma necessidade.

Entre os benefícios do home office estão:

■ **Custos reduzidos de infraestrutura:** O espaço de escritório é caro, assim como outros custos com instalações, manutenção, equipamentos, móveis e outros custos do dia a dia. O dinheiro economizado quando os funcionários trabalham de casa (negando a necessidade de espaço físico de escritório) pode ser desviado do orçamento de marketing, das melhorias operacionais e de outras métricas relacionadas aos serviços que podem aumentar a rentabilidade do negócio.

■ **Aumento da produção e eficiência de trabalho:** Os profissionais que trabalham de casa evitam o deslocamento físico diário para o trabalho, economizando-lhes tempo e frustração e permitindo-lhes flexibilidade para fazer mais em casa. Eles também podem personalizar seus próprios ambientes de trabalho, criando a atmosfera certa e o nível sonoro confortável, além de outras preferências que lhes permitam trabalhar de forma mais eficaz. O trabalho independente também cria maior potencial individual à medida que os funcionários percebem que têm de assumir uma maior responsabilidade; assim são criados os líderes. Sem os gerentes sobrevoando a área, os funcionários têm poder para tomar suas próprias decisões, apropriar-se das tarefas, gerenciar

© Minerva Studio

cronogramas e gerar resultados finais. Isso gera uma cultura de liderança que ajuda a organização a criar excelência consistente.

■ **Maior satisfação do funcionário e menor rotatividade de pessoal:** Os funcionários em potencial podem considerar o trabalho em casa um benefício e se sentir altamente motivados na presença dessa opção. E os atuais funcionários podem se sentir inclinados a ficar na empresa que permite essa prática profissional, pois isto pode se revelar mais fácil para os funcionários quando se deparam com mudanças de vida (como criar uma família), que poderiam fazer com que o funcionário saísse da empresa. Em um mercado em que a competição por recursos qualificados é feroz e a manutenção de uma base de funcionários qualificados se mostra um desafio, qualquer benefício que uma empresa pode ganhar – por menor que seja – vale a pena tentar.

Com uma perspectiva nova e otimista sobre a forma como as políticas de home office podem apoiar uma empresa, as equipes de TI precisam pensar nos processos e recursos de que necessitam para que os funcionários remotos sejam produtivos e bem-sucedidos.

■ **Conectividade é fundamental:** A fim de que o trabalho em casa realmente funcione para uma organização, os funcionários devem ter uma conectividade quase instantânea com a infraestrutura de TI da empresa. Para manter a eficiência, as conexões com a infraestrutura de TI a partir dos escritórios em casa devem ser quase tão boas quanto a conexão de dentro das paredes do escritório corporativo. No mínimo, isso vai exigir uma solução de VPN robusta e fácil de usar – com ênfase extra na parte "fácil de usar". E nem precisa dizer que os funcionários remotos vão precisar de uma conexão confiável de alta velocidade para a Internet.

■ **Apoie os funcionários onde quer que estejam:** Apoiar os funcionários remotos é muito parecido com apoiá-los na própria empresa – só que mais difícil. Manter a produtividade dos usuários finais significa conseguir lhes fornecer suporte de TI, não importa onde estejam. Ao investir em uma ferramenta de suporte remoto para uma força de trabalho distribuída, insista nas seguintes características:

- Proteja as conexões remotas nos computadores localizados fora do firewall, sem a necessidade de uma conexão VPN caso o serviço seja interrompido;
- Integração com uma solução ITSM para garantir um suporte mais rápido e registro de sessão diretamente para os tíquetes de TI;
- Conexões dos dispositivos móveis para aqueles momentos em que a equipe de TI esteja longe do escritório ou em uma ligação durante a noite ou os fins de semana;
- Ferramentas incorporadas de resolução de problemas, como gerenciamento AD e administração remota, que complementam o controle remoto básico.

■ **Mantenha a integridade da sua infraestrutura de TI:** O monitoramento da rede, dos servidores e dos aplicativos é uma parte vital de qualquer política bem-sucedida de trabalho em casa. Os funcionários precisam ter acesso rápido a recursos importantes, como compartilhamentos de arquivos e aplicativos de linha de negócios. Se não estiver monitorando o desempenho da rede, do servidor e dos aplicativos, você não vai conseguir identificar potenciais problemas antes que surjam e vai encontrar problemas de desempenho muito mais difíceis de solucionar. Procure uma solução integrada que ofereça visibilidade, dos aplicativos às máquinas virtuais, passando pelos dispositivos de armazenamento aos segmentos de rede.

■ **Tudo antigo fica novo outra vez:** Se você estiver implementando uma política de trabalho em casa, talvez tenha esquecido o serviço de telefone. Será que seus trabalhadores remotos participam das reuniões? Se participam, eles vão precisar de uma maneira confiável para fazer ligações telefônicas. Não confie nas redes instáveis de celular. Implemente um sistema de VoIP que permite que os funcionários remotos usem um telefone por IP de alta qualidade, usando a conexão de Internet. Falando de tecnologia antiga que renasce para o trabalhador remoto moderno, não se esqueça de uma solução confiável de transferência gerenciada de arquivos (MFT, Managed File Transfer). O MFT é a evolução do File Transfer Protocol (FTP) e oferece aos departamentos de TI muito mais controle sobre como, quando e por quem os arquivos são compartilhados em uma organização. Sem uma solução de MFT implantada, você pode apostar que os funcionários, dentro e fora do escritório, vão compartilhar os arquivos sem seu conhecimento em nuvens muito menos seguras. ■

Sobre o autor

Patrick McKinney é o vice-presidente de Negócios da América Latina na SolarWinds, uma empresa de softwares de gerenciamento de TI sediada em Austin, Texas. Patrick possui mais de uma década de experiência em gerenciamento de produtos e vendas, incluindo 8 anos na SolarWinds e a liderança de diversos times regionais em mais de 4 países diferentes.

A tal da Internet

Um novo mundo de integração e conectividade

Por Natalia Gela

Mas o que é essa Internet das Coisas que está todo mundo falando? É uma nova tendência? Ela irá impactar no meu dia a dia? De que forma? O que ela trará de benefícios?

Bom, a Internet das Coisas, ou no inglês Internet of Things (IoT), pode ser definida de diversas formas. De acordo com Ricardo Zakaluk, consultor de mobilidade da IBM Brasil, é o termo que se usa para definir os dispositivos que, de alguma forma, estão conectados à internet, recebendo ou fornecendo algum tipo de informação ou dado. Acrescentando a isso, pode-se dizer que é uma nova geração de serviços on-line, conectando pessoas, processos, dados e coisas, que irá impactar o mundo corporativo, bem como o comportamento das pessoas. "Quando precisamos de algo (alugar, comprar, vender, pesquisar, monitorar, encontrar, etc.), basta ter um simples smartphone, localizar e baixar o aplicativo referente à ação desejada, acessá-lo e utilizá-lo. Isso tudo em pouquíssimos minutos e na palma da mão!", explica Ricardo Manzotti, supervisor de Service Desk na HP.

É uma nova geração, em que as palavras internet e conexão não farão mais sentido, pois tudo estará nesse ambiente, conectado, já estarão inseridas em nosso cotidiano de tal forma que será natural.

O que vem por aí

Imagine seu relógio monitorando seu pulso e seu estado de saúde e enviando informações ao seu médico automaticamente, em caso de problemas? Ou ainda a sua geladeira verificando o que está faltando e fazendo o pedido ao supermercado? E as cidades que poderão ter sensores espalhados para medir velocidade do vento, temperatura, etc., e sensores de estacionamento nas ruas para achar vagas disponíveis? Isso tudo é considerado o que se chama "Internet

das Coisas", essa conectividade e interação entre os universos físico e digital.

E analisando esse cenário, já é possível ver que o ambiente corporativo será diretamente impactado. "A quantidade de informações que serão tratadas na mesma rede explode. Todas essas atividades e conexões farão parte do dia a dia das empresas. Coletar e tratar os dados já são grande desafio, mas fazer com que trabalhem de maneira integrada, gerem conhecimento de negócio e auxiliem nas decisões são o grande desafio. Integração via sw (middleware) e gerenciamento continuado serão as chaves", avalia Carlos Alves, gerente de serviços da PromonLogicalis.

As empresas terão de se manter atentas às necessidades dos clientes e atualizadas quanto a produtos e serviços. A forma como os negócios serão conduzidos será completamente diferente. "Cada segmento de indústria (varejo, bancos, automotivo, etc.) será impactado de maneira diferente, mas, sem dúvida, a IoT (Internet of Things) mudará drasticamente a maneira como as empresas conduzem os seus negócios e ganham dinheiro. Como, por exemplo, a indústria de Seguros está trabalhando fortemente para que os automóveis tenham um dispositivo IoT, e a partir dele, algumas informações, como estilo de direção, excessos de velocidade, trajetos, etc., sejam coletadas e armazenadas na nuvem para que sejam usadas para futuras cotações de seguro", explica Zakaluk.

Oportunidades de negócio

Fica até difícil enumerar as diversas formas com que a IoT pode gerar novas oportunidades de negócios. Parece até aqueles filmes futurísticos que estamos acostumados a assistir e a pensar que nada disso se concretizará. Mas, cada vez mais, esse cenário se aproxima da nossa realidade.

Para Manzotti, um exemplo de como essa revolução vem crescendo e sendo implementada em diferentes setores são

as fechaduras eletrônicas ou Smart Locks. Ele conta que elas foram desenvolvidas para se conectarem à internet e poderem ser manuseadas remotamente por meio de um smartphone. "A necessidade sempre existiu, mas com a divulgação, itens mais acessíveis, nanotecnologia e miniaturização surgiram as oportunidades. Outro exemplo na área de TI é o trabalho de pesquisa em conjunto entre a Thyssenkrupp com a Microsoft para o desenvolvimento de um sistema inteligente e on-line para monitorar os elevadores por intermédio de Call Centers e técnicos. O intuito desse desenvolvimento é efetuar suporte em tempo real e evitar acidentes com manutenções preventivas nos elevadores. Essa estratégia busca redução de custo e é um exemplo de aplicabilidade da Internet das Coisas em infraestrutura", afirma o supervisor.

As empresas já estão explorando essa tecnologia de formas diferentes. O importante é estar atento ao processo de negócio, ou seja, à integração desse processo com os elementos tecnológicos. "Já citei anteriormente alguns exemplos de como a IoT está mudando alguns segmentos de mercado e gerando novas oportunidades em praticamente todos os setores. É claro que, como em toda inovação tecnológica, alguns setores já largaram na frente, como: Varejo – As grandes redes de varejo e shopping centers já estão usando os Beacons (dispositivo IoT) para determinar a localização indoor de seus clientes e poder customizar melhor as preferências e hábitos de cada um; Automotivo e Seguros – Veículos conectados; Eletrodomésticos – Com geladeiras, fogões, aparelhos de ar-condicionado, TVs, todos gerenciados e conectados à internet Wi-Fi de nossas residências. Com relação ao departamento de TI, a principal missão será disponibilizar e suportar toda essa infraestrutura que se baseia principalmente em Cloud. Aliás, IoT está totalmente conectada com iniciativas de mobilidade e Cloud quando falamos em infraestrutura de TI", explica Zakaluk.

Para Manzotti, as empresas precisam investir, investigar e pesquisar a devida aplicabilidade de forma a identificar futuros consumidores ou demanda reprimida. "Um ótimo exemplo é: hoje, existem sensores sendo desenvolvidos entre montadoras e empresas de TI ou de Hardware que reinventam o interior dos automóveis. Ao entrar em um carro com essa tecnologia, uma câmera vai fazer o reconhecimento do rosto do condutor a fim de oferecer informações sobre seu cotidiano, recomendar músicas e receber orientações para acionar o mapa com GPS. Se o sistema não reconhecer a pessoa, ele tira uma foto e manda as informações para o celular do proprietário, evitando furtos. Esse é exemplo de um carro dentro de um ambiente da Internet das Coisas, com acessórios on-line e agindo de maneira inteligente de forma a conquistar os consumidores", avalia o supervisor.

Impacto

Mas não são apenas benefícios que a Internet das Coisas traz. Existem algumas questões que preocupam tanto as empresas quanto as pessoas em sua vida pessoal. Para o mundo corporativo, um dos impactos que a IoT pode trazer é o uso de tecnologia pessoal no ambiente corporativo, tais como os smartwatches, que podem ter tanto agenda como e-mail corporativo e que irão precisar de suporte, bem como segurança e identificação.

A questão da segurança da informação talvez seja uma das principais preocupações.

Segundo Carlos Alves, principalmente quando se trata de automação de comandos e eventos com equipamentos/tecnologias voltados a serviços essenciais (ex.: eletricidade, água, etc.).

"As novas tecnologias trazem muitos desafios, como, por exemplo, os riscos de ataques cibernéticos que podem proporcionar falhas desastrosas nas operações, uma vez que muitos processos funcionam sem interferência humana, sendo que assim os cuidados com segurança, processos e privacidade caminham em paralelo à evolução da tecnologia. Portanto, como tudo está interligado, os armazenamentos são feitos em nuvem com os consumidores e usuários conectados 24 horas, e o Service Desk deixa de cuidar apenas do atual ambiente de infraestrutura para iniciar em um mundo novo, proporcionando uma mudança considerável na maneira de efetuar o suporte, afetando a exigência de capacitação e também na arquitetura dos aplicativos", diz Manzotti.

Outra questão apontada pelo consultor de mobilidade da IBM é o fato que muito desses dispositivos informam localização geográfica dos funcionários e clientes. "Como trabalhar com esse tipo de informação pessoal e confidencial?", questiona Zakaluk.

IoT e o Service Desk

Especificamente quanto ao Service Desk, Carlos Alves explica que a Internet das Coisas pode beneficiá-lo principalmente em relação à base de conhecimento, ou seja, entender o processo de negócio e entender mais as questões do cliente quanto a seus requisitos e cadeia de valor. Ele explica que verticalizar (por indústria/mercado) pode ser um diferencial.

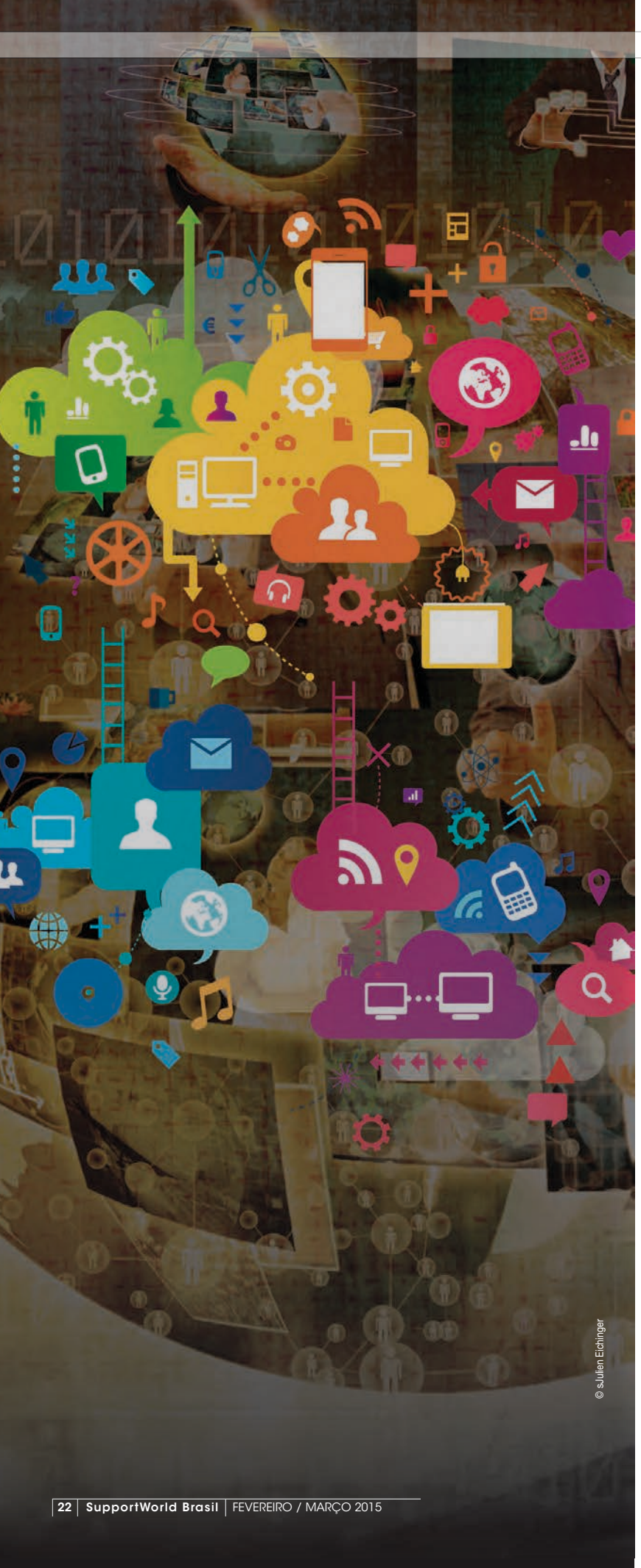
Já para Manzotti, com a inovação tecnológica, acessibilidade e aplicabilidade, teremos ferramentas mais eficientes que ajudarão os clientes a resolver problemas de TI ou obter informações por conta própria por meio de simples aplicativos. "Essa simples forma de utilização irá consequentemente diminuir o esforço no Service Desk e no Field, proporcionando mais competitividade à corporação", avalia.

Por outro lado, a IoT também trará desafios ao setor de suporte à TI. Isso porque aumentará, e muito, a quantidade de tecnologias às quais deverá prestar suporte, bem como entender a forma com que a tecnologia é usada para apoiar os negócios.

Zakaluk explica que o Service Desk precisa estar preparado para monitorar, diagnosticar e resolver problemas nesses dispositivos. "Apesar de terem componentes eletrônicos, muitos não têm uma interface visual, o que dificulta muito a identificação de defeitos. Além disso, a tecnologia IoT inundará o mercado de dispositivos conectados e aumentará a dispersão geográfica de atendimentos. Como todos esses dispositivos estarão ligados a operações críticas de negócios, esses atendimentos terão SLAs diferenciados e precisarão de conhecimentos técnicos específicos para essa tecnologia", afirma o consultor.

Ele acrescenta ainda que uma forma de contornar isso é manter a equipe de Service Desk sempre antenada às novas tecnologias, além de alterar e expandir o catálogo de serviços para o suporte IoT e, principalmente, antecipar-se aos problemas desses dispositivos com uma monitoria on-line de serviços conectados a eles.

De outro ponto de vista, Manzotti acredita que os maiores desafios são as ações, como planejamento, organização, dire-



cionamento e controle, sobre treinamento, acesso à tecnologia e base de conhecimento. Ele conta que isso ocorre, pois, nos novos ambientes, existem camadas de infraestrutura, aplicativos e sistemas que se integram e podem ser desafiadores de solução e atuação por parte do Service Desk quando acontece um evento de indisponibilidade. "Outro ponto importante é a necessidade de ferramentas capazes de efetuar com consistência o inventário de todos os dispositivos, interação entre eles, controle de acesso, troca de hardware, atualizações, análise de dados e suporte remoto dentro do tempo de resposta desejado pelo cliente", sentencia o supervisor.

Quanto ao aumento do número de tickets com a Internet das Coisas, é normal que ocorra a princípio, já que o número de dispositivos suportados irá aumentar consideravelmente. De acordo com Carlos Alves, foi assim na época da implantação dos Service Desks para empresas que não possuíam controle. Para o gerente de serviços, é possível minimizar esse aumento com automação e definição de processos, de forma a estabelecer regras claras de negócio, evitando alarmes falsos, excesso de tickets repetidos, etc.

O supervisor de Service Desk da HP também acredita que esse aumento no número de tickets será passageiro. "Da mesma forma que novos aplicativos, sistemas e infraestruturas aumentam suas demandas por suporte (mas são transitórios durante o período de implementação), existe sempre uma necessidade paralela de implantar novos processos que auxiliem na redução destes tickets. Isso é possível por meio de uma equipe atualizada, envolvida, capacitada, coesa, treinada, experiente e, principalmente, bem liderada", conta Manzotti.

Produtividade

Ao mesmo tempo em que a Internet das Coisas trará desafios às empresas, ela também será responsável por otimizar a produtividade no Service Desk.

"Da mesma forma que o cliente pode por conta própria resolver seu problema e fazer consultas através de uma ferramenta, ele pode fazer o mesmo quando precisar abrir um chamado. Isso proporciona uma queda da demanda de contatos por telefone, exigindo das empresas um foco principal no time de backlog para tratar os chamados que necessitam de informações e tratativas extras. Já temos ótimos exemplos desse tipo de suporte no mercado", conta Manzotti.

Ainda, Zakaluk acredita que a Internet das Coisas chegou para automatizar muitos processos de negócio, gerar muita informação para tomada de decisão e substituir equipamentos obsoletos e ultrapassados. "Isso, por si só, aumentará a produtividade e disponibilidade do Service Desk", finaliza o consultor.

Integre sua empresa com a melhor ferramenta de CSC.

Venha conhecer nossa solução e saiba como!

Entre em nosso site www.topdesk.com.br ou ligue para (11)3755-8080 e conheça mais sobre a nossa ferramenta.

Visite-nos na Conferência Expo Internacional HDI Brasil 2015 nos dias 20 a 22 de Maio!

Service Management Simplified | TOPdesk

SERÁ O FIM DO SUPORTE?

(Com certeza, do modelo que conhecemos hoje, sim!)

Por Júnior Alves

Pode parecer irônico escrever sobre o fim da área de suporte para uma revista chamada, em tradução livre, "Mundo Suporte". Talvez seja mais uma ironia dos fatos. Para explicar onde quero chegar, peço a liberdade de usar o início da minha carreira como pano de fundo para ilustrar a transformação pela qual passamos hoje. Fazendo uso da velha máxima de que sapo na água em aquecimento morre queimado sem perceber a mudança de temperatura, quero ajudar a evitar que sejamos sapos fervidos pelas mudanças.

A acessão do suporte nas empresas

Na década de 90, comecei a trabalhar com tecnologia. Era uma época em que os primeiros PCs estavam sendo instalados em grande escala, substituindo os terminais de mainframe. A profecia de Bill Gates aos poucos começava a se tornar realidade e íamos rapidamente em direção a um mundo onde cada pessoa teria seu computador pessoal, e meu papel estava ligado a isso: substituir os terminais por computadores de mesa, configurando as novas funcionalidades que os acompanhavam. Em linhas gerais, eu era um cara do suporte.

Eventualmente, eu abria aquelas máquinas. Abria, trocava peças, fechava e, para a surpresa de quem acompanhava (e, às vezes, para a minha própria), ela ligava! Meus pais tinham a convicção de ter em casa um gênio do computador. E, às vezes, no auge da minha ingenuidade profissional, era assim que eu me sentia! Sentia-me profissionalmente admirado pelo espanto dos colegas de outras áreas com o domínio que eu tinha dos recém-chegados computadores de mesa. Mas o aumento da complexidade desse suporte e a popularização acelerada dos computadores marcariam um rápido declínio dessa carreira.

O rápido declínio da carreira de suporte

Com o tempo, novos sistemas surgiam, novos sistemas operacionais eram lançados e mais pessoas utilizavam computadores. O time de suporte crescia em progressão geométrica. Era preciso organizar os atendimentos. O ITIL, recém-reconhecido como um padrão, ajudava como um guia de boas práticas de suporte. Categorias, filas, SLAs e outros recursos foram empregados. O

computador já havia deixado de ser exclusividade das empresas e, praticamente, todos que possuíam um computador na empresa, tinham um em casa também. A área de suporte então agrega uma nova função: evitar que os padrões de uso doméstico sejam aplicados aos computadores da empresa (leia-se instalação de Winamp, Kazaa e acessos picantes de internet). A TI então entra na era do bloqueio pelo bloqueio. Da justificativa de defender os usuários (odeio este termo, mas o utilizo como recurso didático) deles mesmos.

Com o passar dos anos, novos cargos na TI surgem e o suporte passa a ser uma porta de entrada para estes. Os antes gênios do computador já atendem pela alcunha de micreiros. O uso demasiado de processos torna a área de suporte análoga a serviços de call center. Comentários pejorativos associam ligar para o Service Desk com ligar para um 0800. Para otimizar custos, empresas de outsourcing montam estruturas compartilhadas para atender a diversas empresas. Nessa época, eu já trabalhava como coordenador de uma empresa de serviços e era mais um entre tantos gerando SLAs inúteis, Books de Serviços que ninguém lia e cobrando a participação de pessoas em reunião de problemas e de mudanças.

O fim de uma era também pode ser visto como o início da próxima

A popularização dos computadores faz seus usuários perceberem que não é tão complexo instalar uma impressora, instalar um novo plugin e até mesmo um software completo. Começa então o desprezo de alguns pela TI. Ou melhor, pelos bloqueios da TI. A TI alega, com razão, que os bloqueios são necessários para evitar a instalação de software pirata. Mas isso obriga pessoas a ligar pedindo suporte apenas por não terem acesso, tornando comum a frase "abri um chamado, pois não tenho acesso para fazer". No muito, a área de suporte ainda é vital para suporte aos sistemas defasados cliente/servidor ou para suportar ferramentas implementadas pela própria TI como VPN e desktops virtuais. Processos como Gestão de Mudanças viram alvo de críticas duras de desenvolvedores já familiarizados com métodos ágeis, em um antagonismo que faz a maioria não concordar com eles sem conseguir tirar-lhes a sua razão.

E eis que surge um novo paradigma computacional: os aplicativos. Minha mãe nem liga o computador em casa com medo que estrague, mas estes dias estava ela me mostrando novos aplicativos em seu celular (e não ligou para a Apple ou para o Google para pedir ajuda!!!). Perguntei-me: "Como isso é possível???". E, então, percebi que a resposta estava na analogia do sapo na água fervendo. Tudo mudou!

Nos próximos anos, os sistemas operacionais e os aplicativos evoluirão para simplicidade daqueles que temos em dispositivos móveis. Não haverá mais sistema cliente/servidor que não seja web. Não haverá mais VPN ou desktop virtual com nuvem. Os "usuários", que antes temiam os computadores, em breve serão todos de uma geração que já nasceu utilizando computadores. Cada vez mais teremos profissionais nas áreas de negócio conhecendo mais de tecnologia que o time de suporte de TI (basta imaginar um profissional de BigData do Marketing). Este é o cenário de mudança. É a realidade posta.

Explore as mudanças!!!

Diante de um novo cenário, o que temos de fazer não é buscar mecanismos ultrapassados para evitá-lo, mas sim explorar esta mudança e potencializar seus benefícios (tanto para as empresas, quanto para as nossas carreiras). Ia encerrar assim meu texto, pois meu objetivo inicial era apenas provocar a discussão, mas isso seria pouco construtivo para quem veio até aqui lendo. Assim, tento, de alguma forma, contribuir com cinco dicas de como podemos explorar estas mudanças:

1 - Comece a usar autosserviço

Segundo o Gartner, em 2017, 25% das empresas terão uma Enterprise App Store. Corra e entre nesses 25%. Não irei fazer propaganda de solução, então restrinjo-me a dizer que existem diversas ferramentas no mercado (inclusive sem custo) que provem isso. Os aplicativos cliente/servidor, os plugins de banco, as impressoras do setor e os softwares livres homologados podem estar todos lá. Comece a remover a dependência das pessoas em relação à TI.

2 - Desenvolva seu time de suporte

Como o autosserviço reduzirá demandas do Service Desk, os profissionais desta área poderão assumir novas funções dentro da TI. Poderão dar suporte funcional do ERP aos sistemas web internos. Os gestores terão um papel vital neste processo, dando a esses profissionais novas oportunidades, suporte em níveis avançados e, à empresa, mais produtividade pelo mesmo custo operacional.

3 - Aproveite que agora os "usuários" conhecem mais a TI

Incentive a sua empresa a criar modelos orçamentários em que as áreas defendam seu orçamento de TI e não o CIO. Crie modelos inovadores de ITaaS (TI como Serviço) e gere um grau de investimento em tecnologia que você não conseguiria aprovar sozinho e que trará benefícios para a organização em que você atua.

4 - Governança com visão de negócio

Em momento algum concordo em acabar com governança de TI. Meu ponto é que ela precisa ser mais útil ao negócio do que para a TI. Simples assim! Para isso, crie indicadores que tenham significado aos negócios. Esqueça indicadores como "tempo de espera". Os negócios querem saber o tempo médio que um colaborador fica parado por um problema de TI versus o custo que representa reduzir este tempo.

5 - Esqueça o discurso de "este texto não se aplica ao meu caso"

Se você trabalha com suporte, ele se aplica, sim! Os gestores devem protagonizar como agentes ativos estas mudanças, e os demais profissionais não precisam esperar pelos gestores. Testem conceitos de autosserviço e liderem a implantação. Sugiram novos indicadores para sua área. Afinal, como diria um colega meu, "às vezes, um processo de mudança é tão simples quanto o nome: ou muda, ou dança". ■

Referência citada:
http://www.gartner.com/newsroom/id/2334015

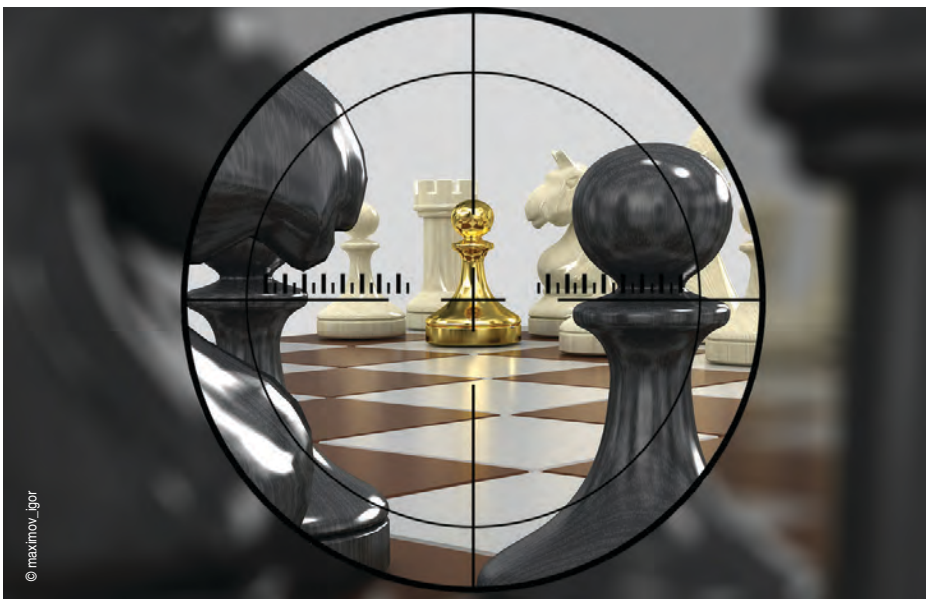
Sobre o autor

Formado em Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Formado em Sistemas da Informação pela Universidade Luterana do Brasil. Certificado PMP pelo PMI, integrante e voluntário do PMI-RS, certificado CSM pela Scrum Alliance, certificado ITIL pela EXIN. Possui mais de 15 anos de experiência na área de TI. Atualmente, é gerente de TI do Grupo RBS, responsável pelas áreas de Serviços, de Projetos e de Análise de Negócio.

A CENTRAL DE SERVIÇOS DE TI sob o ponto de vista estratégico

© klenger

Por Ana Caroline Manfé


© maximov_igor

O cotidiano de uma Central de Serviços de TI envolve o atendimento de requisições de serviços, incidentes, resolução de problemas, etc., mas um Centro de Suporte vai muito além disso, como veremos a seguir.

Todos os profissionais que trabalham em um Centro de Suporte têm como premissa atender com qualidade e excelência a todas as solicitações dos clientes de serviços de TI, mas será que isto é suficiente? Será que o profissional de uma Central de Serviços de TI se questiona sobre o quanto é estratégico o seu papel na organização? Será que esses profissionais sabem claramente o que é estratégia ou estão apenas preocupados em atender ao máximo possível de chamados e se destacar quantitativamente perante os outros colegas da equipe?

Uma das definições de estratégia é: planos, métodos ou manobras utilizadas para se alcançar objetivos ou resultados específicos, ou seja, tudo o que deve ser executado a fim de que as metas de uma organização sejam atingidas em um prazo predefinido.

As organizações buscam o lucro, aumentar sua competitividade no mercado e ter os diferenciais necessários para se sobressair nele. A TI vem com o apoio para que objetivos e metas sejam alcançados, e ferramentas tecnológicas necessárias para este fim são colocadas em produção. O desafio da TI é disponibilizar ao negócio as tecnologias certas que tragam o retorno de que o negócio necessita, dentro do prazo estabelecido no planejamento estratégico da organização.

Para que a TI esteja alinhada ao negócio, faz-se necessária a utilização efetiva de um Planejamento Estratégico de TI, com planos táticos definidos e devidamente alinhados ao Planejamento Estratégico organizacional.

Os serviços de suporte técnico devem estar alinhados aos processos e objetivos estratégicos do negócio e focados no cliente. Mas qual é o papel da Central de Serviços de TI nesse contexto? Como fazer com que os profissionais que atuam em um Service Desk internalizem o seu papel crucial como atores de destaque em um contexto estratégico além do operacional? Muitos profissionais que atuam em um Centro de Suporte não se reconhecem como detentores de papéis decisivos relacionados a melhorias na área de TI e nos negócios da empresa.

Para um Centro de Suporte ser considerado estratégico, ele deve ser focado no cliente e no negócio. Para atingir tal maturidade, as necessidades dos clientes devem ser atendidas de acordo com as políticas e normas vigentes na organização. Para ser focado no negócio, o Centro de Suporte reconhece o valor do seu cliente, compreende que seus valores estejam alinhados aos objetivos do negócio e, em cada atendimento, consegue visualizar o impacto de toda solicitação para a organização.

Por ser a porta de entrada das demandas técnicas, a forma como os clientes de serviço de TI são atendidos em um Centro de Suporte refletirá a imagem que a organização possui da TI. Uma dúvida não esclarecida corretamente, a forma inadequada de se comunicar com o cliente de TI, um escalonamento de chamado indevido, um catálogo de serviços de TI desatualizado ou uma gestão do Centro de Suporte ineficiente podem refletir negativamente na forma como a área de TI é vista na organização.

Um fator de alta relevância que pode contribuir com a mudança da imagem da área de TI perante a organização é que, para o corpo estratégico, o Centro de Suporte passe a ser visto como um aliado na execução da estratégia empresarial. Por exemplo, o Centro de Suporte pode fornecer KPIs com indicadores de desempenho que poderão mostrar aos diretores e presidente que determinado sistema de extrema importância para o negócio possui alto índice de chamados com dúvidas relacionadas a regras de negócio.

Dúvidas não esclarecidas e associadas a uma regra de negócio em um sistema funcional e sem problemas técnicos podem trazer ineficiência à organização, pois negócios deixarão de ser fechados por falta de conhecimento de regras destes últimos por aqueles que utilizam um recurso de TI. A área de TI pode e deve intervir indicando essa situação ao corpo estratégico com métricas adequadas. Dessa maneira, o Centro de Suporte passa a ser gerenciado e visto como um negócio, pois ele passará a ir além dos aspectos técnicos.

Mas, na prática, como transformar a Central de Serviços de TI em uma área de relevância na organização sob o ponto de vista estratégico? Novas demandas sempre existirão e novos sistemas entrarão em produção. Os recursos tecnológicos são provenientes das demandas de negócio que, por sua vez, atendem ao Planejamento Estratégico organizacional. Para atender a essas demandas, dependemos da tríade processos, tecnologia e pessoas em pleno funcionamento e harmonia.

Não podemos deixar de dar a atenção necessária às pessoas que compõem a Central de Serviços de TI e é um desafio fazer com que elas entendam que seus papéis vão além de atendimento e resolução de incidentes e requisições de serviço. Nesse sentido, o gestor da Central

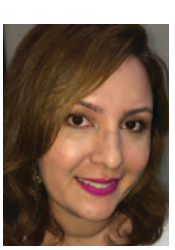
tem um papel decisivo enquanto líder da equipe. Conhecer a estratégia da empresa e do Centro de Suporte, conhecer cada membro da equipe, dimensionar o tempo de trabalho para que as pessoas executem as suas atividades operacionais do dia a dia e pensem e executem melhorias, o repasse de informações estratégicas à equipe, ou seja, a comunicação e o bom relacionamento entre o gestor da Central e a equipe, são fatores importantes.

Todos os profissionais da Central de Serviços de TI devem executar atividades e participar de projetos que atendam ao Planejamento Estratégico da empresa e devem se antecipar às novas demandas. Para ser capaz de atender aos novos serviços, a Central deve utilizar cada vez mais ferramentas de self-service, realizar campanhas internas para que os clientes de serviço sejam autossuficientes, fornecer KPIs que permitam a análise constante do Centro de Suporte e do negócio, etc., sem deixar a sua excelência técnica e operacional em um segundo plano.

Não é simples o envolvimento da equipe técnica com as estratégias de negócio. Devem-se criar mecanismos para que todos acompanhem e participem das ações estratégicas da empresa. O profissional de uma Central de Serviços de TI deve ir além das habilidades técnicas e tem de entender seu papel no negócio da organização.

A equipe deve possuir a percepção e consciência de que o seu trabalho é muito importante. Ouvir, entender e executar uma demanda de um cliente de serviço de TI pode ser a porta de entrada a novos serviços ou negócios para a organização. A conexão entre o conhecimento do negócio e o entendimento completo de uma demanda pode ocasionar reconhecimento profissional e aumento do lucro da empresa.

Cabe ao gestor da Central de Serviços de TI ter um olhar voltado à estratégia organizacional e levar esta visão à sua equipe. Os processos da Central devem estar alinhados à estratégia organizacional, a tecnologia deve ser utilizada para propiciar autonomia aos clientes de serviço de TI com ferramentas de autoajuda, procedimentos automatizados, catálogo de serviços de TI atualizado e, por fim, o mais importante é mostrar às pessoas que fazem parte do Centro de Suporte o quanto elas são importantes a fim de que todo o processo funcione, pois elas fazem parte de uma área que atua como termômetro para a atividade da organização e seus clientes externos. A plena integração de processos, tecnologia e pessoas pode proporcionar a construção de uma organização eficaz e a Central de Serviços de TI tem um papel importantíssimo sob o ponto de vista da estratégia organizacional conforme apresentado. ■



Sobre a autora

Atualmente, é coordenadora da Central de Serviços de TI do Banco da Amazônia S.A. em Belém-PA. Profissional com atuação na área de Governança de TI, Infraestrutura de TI, Educação a Distância, professora universitária, MTAC (Microsoft Technical Audience Contributor) e certificação MCP. Graduada em Processamento de Dados e especialista em Redes de Computadores, com mais de 15 anos de atuação na área de TI. carolmanfe@gmail.com.

HDI CERTIFIED | SUPPORT CENTER MANAGER

Quer tirar o máximo do seu budget de service desk e field support?

Curso internacional para gestores de TI

- Gestão como négocio
- Métricas e KPIs
- Contratação de fornecedores
- Desenvolvimento de processos
- Gestão de Pessoas
- SLAs, Catálogo de Serviços e muito mais!

Próximos cursos:

São Paulo – 18 a 20 de março de 2015

Rio de Janeiro – 8 a 10 de abril de 2015

Pos Conference – 23 a 25 de maio de 2015

www.hdibrasil.com.br :: 11 3071-0906

© 1shots

Como desenvolver e RETER talentos na empresa

Por Rogério Mendes

As áreas de RH – Recursos Humanos (ou TH – Talentos Humanos) nas empresas têm se deparado com três situações críticas:

1. Atração e retenção de pessoas.
2. Revisão da estratégia de remuneração.
3. Desenvolvimento de líderes e sucessores.

Trabalhando há mais de 15 anos nas áreas de TI e Telecom, pude identificar que os principais motivos que levam uma pessoa a sair de uma empresa são:

1. Identificação com o cargo: Por diversas vezes, um "simples" remanejamento para outro departamento, ou até mesmo a atribuição de outras atividades fazem com que a pessoa deixe de fazer aquilo de que gosta (perde a identificação com o cargo). Um exemplo simples que sempre uso é "imaginem colocarmos o Neymar no gol da seleção brasileira, perderemos um atacante, e não ganharemos um goleiro, ele simplesmente vai nos deixar".

2. Ambiente de trabalho: O que atualmente é chamado de clima organizacional representa o segundo fator (ou motivo) das pessoas procurarem outra empresa para seguir com a carreira profissional. Enquanto o item 1 trata de "fazer aquilo que gosta", este ponto trata das "pessoas ao meu redor". Sem dúvida, basta levarmos em consideração que passaremos em média de 6 a 8 horas (em alguns casos, até 12 horas) com estas mesmas pessoas, dia após dia.

3. Empresa: Este ponto está diretamente ligado à perspectiva de futuro do funcionário/colaborador dentro da empresa. Existe um plano de cargo e salários claramente definido? Quais são as regras para promoção horizontal/vertical? Veja bem... nem todas as pessoas precisam (e podem) saber de todas as informações da empresa, mas uma pergunta simples, como, por exemplo, "estou na empresa há mais de 1 ano como Analista Pleno, o que devo fazer para me tornar um Analista Sênior?". Esse tipo de pergunta deve ter uma resposta clara, pois o que a pessoa quer nada mais é do que saber quais os "requisitos" que deve cumprir (cursos, experiência, tempo de empresa) para ela própria conseguir planejar sua carreira dentro da empresa.

4. Salário: Por mais estranho que possa parecer, o fator salário é somente o quarto ponto a ser considerado como item de decisão na mudança de empresa. Uma ressalva deve ser feita: aqui estou considerando uma "regra geral de mercado" de 30% de aumento de salário para mudança de emprego, ou seja, se "garantirmos" os três primeiros pontos (identificação, ambiente e empresa), dificilmente o fator salário será preponderante na tomada de decisão.

Quais lições aprendidas podemos tirar desses quatro motivos?

1. Os dois primeiros motivos (fazer do que gosta e ambiente de trabalho) estão ligados à ação direta do gestor, portanto "basta" escalarmos cada funcionário/colaborador em sua melhor função (posicionamento) e mantermos a sinergia entre todos os membros da equipe (gerenciamento).

2. O terceiro motivo, "a empresa", considero 50% como ação do gestor, afinal, mesmo que neste ponto algumas pessoas consigam ver muitos defeitos na empresa, uma ação direta do gestor pode mostrar os aspectos positivos da mesma, como, por exemplo: flexibilidade de horário, política de jornada de trabalho (horas extras x banco de horas), e com isto fazer o papel de "retenção" do funcionário/colaborador.

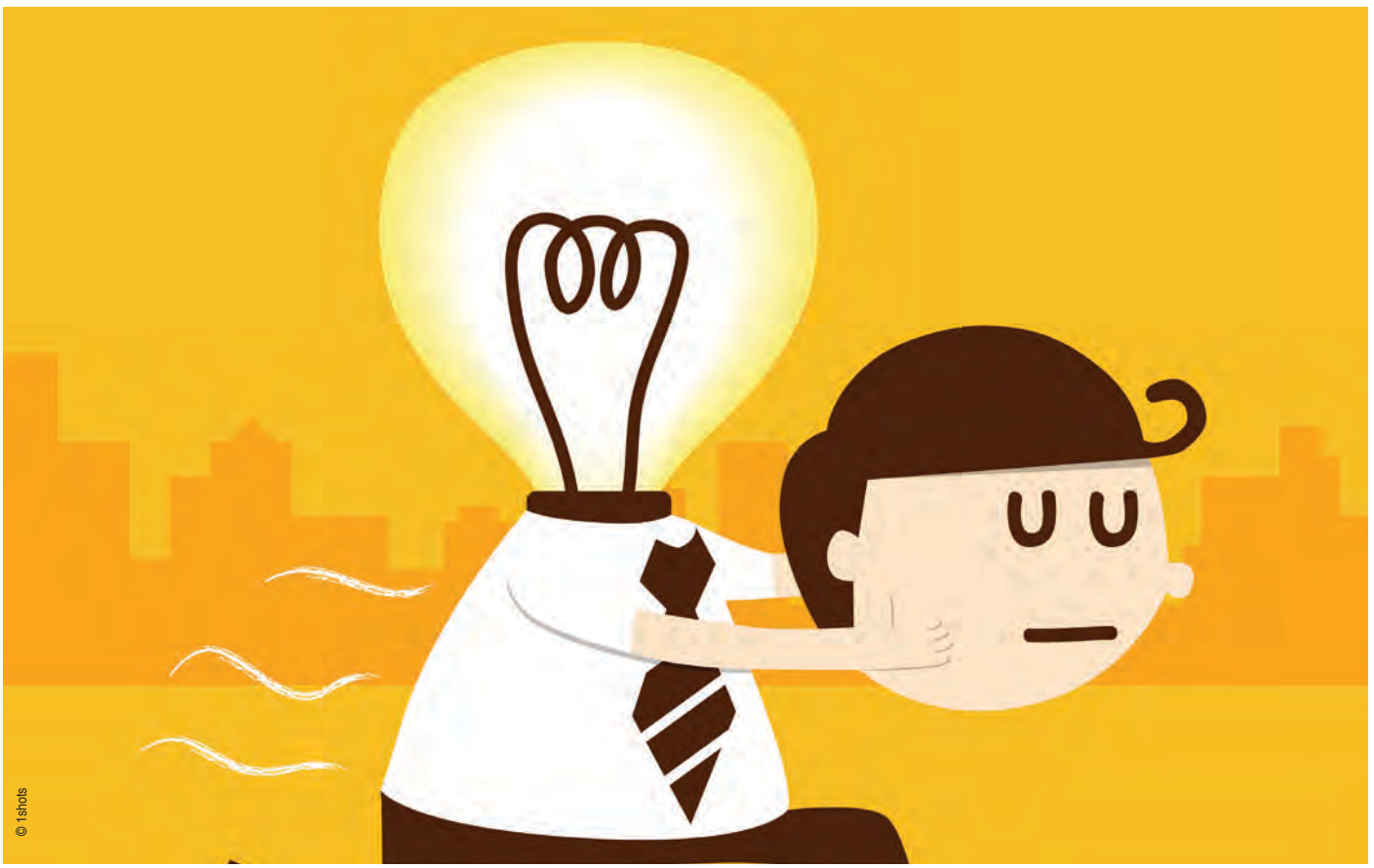
3. O motivo "salário", na maioria das vezes, não depende diretamente da ação direta do gestor, pois sempre se deve levar em consideração a política da empresa, e o próprio PCS (Plano de Cargos e Salários), mesmo assim, sempre estaremos sujeitos a uma abordagem de contratação por parte de outra empresa (fator externo) e, com relação a isto, nada pode ser feito.

A Figura 1 ilustra um resumo das lições aprendidas:

Agora que vimos os principais motivos que as pessoas consideram na tomada de decisão para sair da empresa, vamos ver o que pode ser feito (de forma simples e prática) para darmos motivos para elas ficarem:

1. Importância: Todos nós gostamos de fazer parte das decisões, pois isto mostra que entre todos os outros, nós fomos os escolhidos para participar de uma decisão (realmente é uma questão de ego pessoal), portanto, caso identifique em sua equipe que uma pessoa está "começando" a se dispersar, atribua a ela um novo projeto, uma nova atividade (mas lembre-se do item 1 "identificação"). Acredite... isso dará fôlego a você com relação à motivação dessa pessoa por um bom período de tempo, pois (por incrível que pareça), ela não verá essa "nova atividade" como mais trabalho e

Figura 1 – Resumo das lições aprendidas



sim, como uma "nova oportunidade", pois ela foi selecionada para tal.

2. Conhecimento: O sentimento de aprendizado é um grande fator motivador das pessoas. Todos nós, quando estamos ensinando ou aprendendo, vemos novas possibilidades, novas oportunidades e novos desafios. Uma ação simples como, por exemplo, a criação de um Centro de Treinamento ou Núcleo de Gestão do Conhecimento poderá trazer excelentes resultados. Todas (ou praticamente todas) as pessoas gostam de poder mostrar seus conhecimentos e isto pode ser implementado de forma simples e gradativa: proponha que cada membro da equipe aborde um tema específico (de domínio e escolhido por ele) a cada semana. Reserve 1 hora para que ele possa mostrar o conteúdo e, principalmente, a aplicação deste conhecimento no ambiente de trabalho. Acredite... já fiz isso e realmente funciona!

Finalmente, uma das melhores formas para se RETER talentos é selecionando melhor a entrada dos funcionários/colaboradores. Apresento aqui três fatores para se contratar melhor:

1. Competências e Perfil do candidato: Este ponto visa justamente "garantir" o primeiro motivo "identificação", portanto, esteja absolutamente certo de que o candidato (e futuro funcionário/colaborador) é a pessoa certa para o cargo/vaga a ser preenchido.

2. Papéis e Responsabilidades: Diretamente relacionado ao item anterior, aqui deve ser definido claramente o cargo/função. Pontos como, por exemplo, escala de trabalho, plantão, conhecimentos técnicos e resultados esperados são cruciais tanto para o candidato quanto à empresa. Minha recomendação aqui é que seja o mais objetivo possível e não use termos, como "pode ser que" ou "não restrito a", evitando assim a ambiguidade das informações.

3. Política de Cargos e Salários: Novamente, seja objetivo, descreva qual a política da empresa com relação à promoção horizontal/vertical, faixa salarial (piso e teto) do cargo. Se houver oportunidade (e a política da empresa permitir), aborde temas, como os "requisitos" esperados para o cargo imediatamente superior (progressão vertical), pois assim, além de deixar clara a situação atual, ainda mostra o caminho a ser percorrido pelo próprio funcionário/colaborador ao longo do tempo (gestão própria de carreira).

Neste artigo, abordei a "Atração e retenção de pessoas", que é a primeira situação crítica dos RHs das empresas. O próximo artigo trará informações sobre "Estratégia de remuneração". Vejo vocês na próxima edição! ■

Sobre o autor

É técnico em telecomunicações, graduado em Engenharia Elétrica e pós-graduado em Redes de Computadores. Tem experiência em plataforma OSS (Operations Support Systems) da Oracle (Metasolv, Objectel, ASAP, IPSA, PS-INA) em especificação de requisitos e integração de sistemas. Experiência em implantação de soluções e sistemas em plataforma open source – Linux. Atua na área acadêmica como professor universitário (graduação e pós-graduação) desde 2003 nas disciplinas correlatas à Tecnologia de Informação de um modo geral. Atualmente, é gestor de TI (Controle Operacional) na Hypermarcas com ênfase em Planejamento Estratégico processos ITIL.

ASSESSMENT

Mude seu suporte com o Plano de Ação do HDI!

HDI CERTIFIED

Support Center Certification (SCC)

O HDI Support Center Certification é a única certificação criada especificamente para Centros de Suporte. O SCC segue os modelos internacionais de qualidade existentes, como o European Foundation for Quality Management. A certificação atesta o empenho de um Centro de Suporte em relação à excelência, eficiência e qualidade de serviço baseado em um padrão da indústria que é reconhecido mundialmente.

A certificação é baseada no Padrão HDI para Centros de Suporte, desenvolvido por uma comissão de padrões internacionais, composta por mais de 25 profissionais e especialistas de todo o mundo. O padrão é organizado em oito categorias, representando cinco capacitadores e três resultantes. Cada categoria contém as atividades que definem a maturidade de um Centro de Suporte.

Que tal o HDI fornecer a você uma lista de iniciativas customizadas para melhorar a qualidade do suporte que sua central presta aos clientes?

Com o Assessment do HDI, você descobrirá os pontos a melhorar em sua operação e terá acesso a um plano de ação detalhado de melhorias para colocar em prática.

HDI BRASIL
CULTURA DE SERVIÇO AO CLIENTE

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

O GAP DA GERAÇÃO 2020

A sua empresa está pronta?

Por Fancy Mills

Atualmente, a maioria das organizações tem uma agenda social agitada. Desde chás de bebê até festas de aposentadoria; eventos intergeracionais como estes são exemplos de quão diversa nossa força de trabalho é agora. Muitos de nós estão lamentando o fato de estarmos ficando mais velhos e a força de trabalho, mais jovem. Mas não há como fugir disso. Mudanças demográficas não são apenas uma percepção, mas um fato.

Essa é uma preocupação vital para as organizações ao redor do mundo. A força de trabalho de hoje em dia é mais variada do que nunca, e esta diversidade está criando desafios que se estendem além de treinamentos e salas de reunião. Temos de começar a fazer a pergunta: Você está pronto para essa mudança?

Aqui estão três das maiores tendências que as organizações devem focar:

1. Crescente globalização da economia.
2. Mudanças demográficas da força de trabalho (causando uma escassez de trabalhadores qualificados).
3. Escassez de trabalhadores qualificados (levando a mais contratos e freelances).

A última tendência – escassez de trabalhadores qualificados – deveria ser a maior preocupação nas organizações hoje em dia. Nos Estados Unidos, mais de 10 mil Baby Boomers fazem 65 anos todos os dias (o que significa um a cada oito segundos). Entre agora e 2020, o Bureau of Labor Statistics (Escritório de Estatísticas do Trabalho) estima que haverá 54,8 milhões de vagas de emprego, e 61,6% destas será devido à substituição (ou seja, aposentadoria).

Muitas organizações não estão preparadas para lidar com essa mudança. Elas não estão investindo em Gestão do Conhecimento e recursos de conhecimento para assegurar que informações valiosas sejam retidas pela empresa quando os colaboradores se aposentam (ou são aposentados).

Recentemente, trabalhei com uma organização que aposentou quase 300 colaboradores (aproximadamente, 10% de sua força de trabalho), muitos dos quais trabalhavam nas áreas de TI e Suporte. Em uma varredura, décadas de conhecimento deixam a empresa para sempre.

Nenhum setor estará imune a essas mudanças. O Office of Management and Budget estima que mais de 20% de sua força de trabalho tem idade superior a 55 anos. Em 2017, o Office of Personnel Management informa que mais de um terço de trabalhadores federais serão elegíveis para receber os benefícios de aposentadoria. Atualmente, apenas 7% de funcionários federais têm idade inferior a 33 anos. Em 2020, essa faixa etária será mais de 50% de toda a força de trabalho.

Então, onde que as organizações de suporte precisam começar a concentrar suas energias e estratégias? Há dois componentes-chave que são essenciais para o sucesso, hoje e no futuro:

1. Quais são as características únicas de cada geração? Como podemos entender melhor, treinar e reter por meio das diferentes gerações?
2. Quais são os métodos de suporte que nossos usuários e clientes preferem por meio das diferentes gerações?

Primeiro, precisamos entender as características de cada geração, incluindo o que elas valorizam, como elas aprendem, como gostam de receber treinamento, o que as motiva e como elas gostam de se envolver com o suporte técnico.

Baby Boomers (1946–1964)

Valores: A geração Baby Boomer valoriza trabalho significativo. Acredita na mentalidade: "O que eu posso fazer pela empresa?"; em fazer o trabalho correto na primeira vez; e em trabalhar seu caminho até a escada. Pagar suas dívidas, lealdade e o respeito pela autoridade e hierarquia são características desta geração. Valoriza o contato pessoal, por isso, a flexibilidade de trabalhar de casa não é tão importante para esta geração. Os Boomers tendem a se mover mais lentamente que as outras gerações.

Motivação: A confiança é uma motivação importante, tanto entre os colaboradores quanto na organização. Recompensas por um trabalho benfeito (ou seja, bônus e regalias) desempenham um papel importante na motivação dos Boomers.

Estilo de aprendizagem: Os Boomers favorecem os livros, manuais de procedimentos operacionais-padrão, apresentações cara a cara, reuniões, palestras e workshops (com estudos de caso e exemplos que possam se relacionar a estes).

Ambiente de treinamento: Os Boomers valorizam o treinamento que lhes permite transformar conhecimento em uma habilidade tangível. Certificações são de alto

valor, pois aumentam a reputação e o conhecimento. Eles exigem treinadores que respeitem seu conhecimento e os envolvam no processo de aprendizagem. Os Boomers tendem a ser muito auditivos. Dessa forma, o aprendizado é melhor quando eles podem discutir e ler a informação.

Preferências de Suporte Técnico: Mais e mais organizações de suporte estão oferecendo o estilo de suporte "Genius Bar" (estação de assistência técnica especializada da Apple, localizada dentro de cada loja). Isso é exatamente o que o Boomer almeja: interação ao vivo com um profissional de suporte técnico qualificado! Os Boomers preferem métodos de suporte e comunicação mais tradicionais, incluindo suporte por telefone, cara a cara (on-site), e-mail.

É importante para uma organização de suporte entender isso, pois estamos rapidamente nos distanciando de canais de suporte tradicionais. Qual o percentual de sua base de clientes que é da geração Boomer? Se é uma porcentagem alta, sua estratégia de suporte terá de refletir suas necessidades e preferências.

Por exemplo, muitas empresas estão substituindo o e-mail por um portal web. Os Boomers usarão esse canal para suporte se, e somente se, forem devidamente treinados e se compreenderem como submeter seus próprios tickets por meio da web – e o que ganham com isso. É necessário focar o marketing e o treinamento em novos suportes eletrônicos ofertados.

Geração X (1965–1980)

Valores: A Geração X é um híbrido dos mais tradicionais Baby Boomers e dos mais tecnicamente proficientes da Geração Milênio. Ela se orgulha de ser independente, divertida e engenhosa. Ela é muito focada em metas e objetivos, mas quer a liberdade para produzir conforme entende. Também acredita que lealdade deve ser conquistada. Ela não segue cegamente. Muitos da Geração X assistiram seus pais Baby Boomers trabalharem duro e abrirem mão de muita coisa enquanto estavam crescendo, o que pode causar algum ceticismo e falta de confiança.

Motivação: A Geração X é motivada por liberdade, diversão e flexibilidade. Gosta de ser treinada, de forma que possa ajustar e aprimorar o seu desempenho no trabalho. Horários flexíveis e poder trabalhar de casa são questões importantes para essa geração.

Estilo de aprendizagem: A Geração X prefere aprender por meio de treinamentos interativos e gosta de fazer perguntas. Gosta de ter a flexibilidade e a liberdade para aprender em seu próprio ritmo (ou seja, vídeos tutoriais). No entanto, o que está aprendendo deve ter uma aplicação no mundo real ou irá rejeitar. Casos de estudo e oportunidades de aprendizado – em que se aprende fazendo – para explorar ou demonstrar habilidades funcionam bem com esta geração.

Ambiente de treinamento: A Geração X prefere aprender sozinha do que em um ambiente de equipe. É importante criar um ambiente de aprendizagem que seja contínuo, flexível e informal, mas que também abra espaço para fazer perguntas e receber feedback. Métodos baseados em tecnologia que permitem que as pessoas aprendam em seu próprio ritmo, incluindo e-learning e treinamento multimídia têm preferência.

© wildworx

Preferências de Suporte Técnico: A Geração X irá buscar encontrar as respostas sozinha antes de envolver o suporte técnico, mas quando envolve, prefere um mix de canais tradicionais e eletrônicos. E-mail, telefone, chat, vídeos tutoriais e fóruns on-line são seus métodos de suporte preferidos. É vital que as organizações forneçam à Geração X um leque de canais de suporte, bem como a capacidade de escolha.

Milênio (1981–2000)

Valores: A Geração Milênio – a qual, mais uma vez, será 50% da força de trabalho até o ano 2020 – é conhecida por ser a geração mais incompreendida e a mais difícil de administrar. Ela desfrutou de muitas oportunidades sociais e educacionais que não foram concedidas às outras gerações. Foi também encorajada a expressar suas opiniões, com a certeza de que estas são valiosas e valorizadas (sendo ou não). No geral, tende a ser mais otimista e a aceitar melhor a autoridade que a Geração X.

Motivação: A Geração Milênio quer ser recompensada, mas é movida menos pelo dinheiro e mais pelo o que pode conquistar. Um equívoco comum sobre esta geração é que ela não trabalha duro. Esta geração simplesmente exige um trabalho relevante, objetivos claros e treinamento consistente.

Estilo de aprendizagem: A Geração Milênio gosta de ser estimulada com novas ideias e aprecia oportunidades para crescer e aprender. Responde melhor a treinamentos colaborativos, ricos em mídia e orientados para a tecnologia, e tende a ser um aprendiz extremamente visual que é orientado pela equipe e gosta de trabalhar em grupo. Mídias sociais, mensagens de texto e e-learning são os métodos de aprendizado preferidos desta geração.

Ambiente de treinamento: O ambiente de treinamento precisa ser estruturado, porém flexível, com objetivos claros e tempo para realizar autoavaliações. A Geração Milênio gosta de feedback imediato, então treinadores e facilitadores devem saber como dar feedback de forma eficaz e em tempo hábil, personalizado ao aluno. Tecnologicamente, vídeos, mídias digitais e ferramentas de gamification podem aumentar drasticamente o envolvimento e o sucesso do treinamento para os Milênios.

Preferências de Suporte Técnico: A Geração Milênio quer todas as ferramentas de suporte colaborativas e técnicas que pode ter em suas mãos. Prefere usar blogs, fóruns e colaboração social (chat e vídeo) para procurar soluções por conta própria antes de pegar o telefone e ligar para o suporte. Esta geração espera resposta imediata, então esteja preparado para oferecer a ela um suporte rápido e eficaz.

Sobre a autora

Fancy Mills tem mais de 18 anos de experiência em treinamento, consultoria, recrutamento e gestão de colaboradores, com foco em suporte técnico e indústrias de call center. Como gestora de colaboradores certificada, Fancy ajudou empresas a desenvolver as melhores práticas e SOPs de gestão de colaboradores. Como instrutora HDI, contribuiu para a certificação de mais de 20 mil profissionais de suporte, gerentes, diretores e treinadores corporativos.

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

CONFERÊNCIA & EXPO INTERNACIONAL HDI BRASIL

20 a 22 de maio de 2015

CENTRO FECOMERCIO DE EVENTOS

A Conferência HDI Brasil 2015 traz conteúdo exclusivo e de altíssima qualidade, apresentado por profissionais das maiores empresas do setor no País.

IBM

TOTVS

Tribunal de Justiça de Pernambuco

Grupo RBS

BNDES o banco nacional do desenvolvimento

mega sistemas corporativos

CSP Companhia Siderúrgica do Pecém

hp

Senior SISTEMAS

Confira mais informações no site do evento!

HDI BRASIL
CULTURA DE SERVIÇO AO CLIENTE

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

Cherwell SOFTWARE™

Cherwell Service Management 5.0

Integre e Gerencie seu negócio de forma simples e rápida

Business Station – Distribuidor Cherwell Software - (11) 2495.1337 - www.bstation.com.br