ANO II - Nº 08 - OUTUBRO/ NOVEMBRO 2012 - WWW.HDIBRASIL.COM.BR/REVISTA - R$ 12,90

HDI SupportWorld™

Brasil

A REVISTA LÍDER MUNDIAL EM SERVICE DESK E FIELD SUPPORT

FIM do Field Support?

COMO SE PREPARAR PARA UM CENÁRIO QUE PROMETE SER MUITO DIFERENTE

BATE-PAPO

Márcio Nunes Oliveira, Membro do Field Advisory Board (FAB) do HDI Brasil

CARREIRA

Com Luís Miguel Rodrigues de Brito, Superintendente de TI da Atento

Resource
A empresa brasileira de serviços de TI que mais cresceu nos últimos 3 anos*

*Fonte: IDC Brazil IT Services Tracker 2011

A Resource é uma empresa 100% brasileira que entende as necessidades dos clientes e por meio de múltiplas competências, entrega soluções de TI orientada a negócios para empresas dos mais diversos mercados e portes. Atualmente conta com cerca de 2.500 colaboradores, mais de 300 clientes e possui 13 sites no Brasil, EUA, Chile e Argentina.

Apresenta um portfólio abrangente em Consultoria, Soluções de Negócios e Otimização de TI e para auxiliar seus clientes na gestão de TI, oferece soluções em Service Desk que entregam:

- ✓ Flexibilidade e velocidade no desenho e implantação de novos projetos
- ✓ Cuidado com as pessoas, principal ativo em operações de Service Desk
- ✓ Modelo operacional competitivo, inteligente, adequado à necessidades do seu negócio
- ✓ Tecnologia de ponta, com ferramentas de atendimento e ITSM mundialmente reconhecidas

Descubra como o Service Desk da Resource otimiza seus negócios!

Resource® IT SOLUTIONS

www.resource.com.br

SUMÁRIO

04 **CARTA DO EDITOR**

05 **CARTAS**

06 **BIBLIOTECA**

08 **BATE-PAPO** *Márcio Nunes Oliveira, membro do Field Advisory Board (FAB) do HDI Brasil*

12 **CASO DE SUCESSO**

32 **CARREIRA,** *com Luís Miguel Rodrigues de Brito, superintendente de TI da Atento*

18 **MATÉRIA DE CAPA**

O futuro e o presente do Field Support

COLUNISTAS

14 MÉTRICAS, por Giorgi Bispo
Métricas: Um mal necessário ou um bem desconhecido?

16 CONSELHEIRO DO SERVICE DESK, por Kid
Adote um analista

24 SUPORTE TÉCNICO, por Roberto Cohen
O mal-estar na civilização

26 REDE SOCIAL, Gustavo Gaidzinski
Chefe 1.0 versus Geração Z/ Ruim com eles? Ou pior sem eles?

28 EDUCAÇÃO, por Ricardo Mansur
Como não desperdiçar bons projetos nos momentos de crise?

34 COMPORTAMENTO, por Onivaldo Roncatti
Aprender é a única coisa de que a mente nunca se cansa

36 CONEXÃO INTERNACIONAL, por Katherine Lord
Executando o Centro de Suporte como um negócio dentro do negócio

38 HUMOR, por André Farias

A produção de capa é de Clovis Rolemberg Jr.

carta do EDITOR

Divulgação

A preparação para um mundo novo

Consumerização, BYOD, virtualização, evolução tecnológica, entrada no mercado de jovens adeptos às novas tecnologias, etc. Mudanças como essas afetarão cada vez mais o modelo de prestação de serviços da TI das empresas mundo afora. Para a cadeia de suporte de TI – Service Desk, suporte remoto, Field Support, Central de Serviços Compartilhados (CSC) –, ou seja, para quem realmente entrega o serviço ao cliente, o impacto da adaptação a esse novo cenário fica muito mais aparente.

Dentre todas as funções, o Field Support será sem dúvida uma das que mais sentirão os efeitos dessa metamorfose. Por isso, foi inevitável que os editores da SupportWorld Brasil reservassem a matéria de capa desta edição para mostrar aos leitores como está a situação atualmente, bem como traçar um cenário futuro sob esses novos modelos tecnológicos de trabalho, a fim de ajudar os gestores de TI a se prepararem para tal mudança já a partir de 2013.

A matéria traz entrevistas com membros do Field Advisory Board (FAB), o grupo de gestores do HDI Brasil, que possuem vasta experiência em suporte a campo e que nos ajudam a entender melhor como a evolução tecnológica e cultural no mercado de trabalho afetará essas operações.

Para aguçar a sua curiosidade, a reportagem produzida por Natalia Gela aborda brilhantemente questões como a mudança dos hábitos dos usuários de tecnologia nas empresas e como isso afetará a relação da TI com os seus fornecedores; a intersecção de serviços entre Field Support e Facilities; o novo escopo de trabalho do suporte a campo; e até a tendência do perfil e do volume dos chamados que seus técnicos terão de atender.

Esta edição da SupportWorld Brasil também traz a história do diretor de uma das maiores prestadoras de serviço do mundo, que conta como começou sua trajetória, desde o nascimento em Portugal até os dias de hoje no Brasil. É realmente inspiradora a experiência do nosso personagem.

Confira também como uma prestadora de serviço de TI brasileira adotou os Procedimentos Operacionais Padrão (SOPs – Standard Operations Procedures) e como, com um trabalho muito bem estruturado de seu Departamento de Qualidade, obteve melhoras efetivas na capacidade do serviço entregue aos seus clientes.

Essas são apenas algumas das muitas atrações que você encontrará nas próximas páginas desta edição da SupportWorld Brasil. Agradecemos seu interesse pelo nosso conteúdo e esperamos que este agregue valor tanto pessoal como profissional.

Boa leitura!

Luiz Couto

Luiz Couto
CEO do HDI Brasil

CARTAS

Parabéns

Adorei a matéria 'Reestruturando a TI'! É um case prático, que nos deu ótimos insights para aplicação diária. Parabéns pelo texto e ao entrevistado Daniel, do BB, que nos trouxe uma visão sobre o tema.

Wagner Machado - Rio de Janeiro/RJ

Leitura

Queria elogiar a indicação do livro 'O Mundo é Plano' (FRIEDMAN, Thomas). Embora não seja uma publicação nova, é um livro espetacular. Todos que trabalham com TI deveriam ler para entender a evolução e a importância da tecnologia no nosso dia a dia.

Alexandra Yongue - Recife/PE

Rio+20

A reportagem 'O Exemplo da Rio+20' foi uma grande amostra do que a Copa do Mundo e as Olimpíadas vão exigir. Além de investimentos em infraestrutura, com certeza, teremos de investir muito em TI e Telecom para melhor atender os turistas e os profissionais envolvidos direta e indiretamente nos dois eventos.

Yvette Dutra - Ribeirão Preto/SP

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.

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

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

ANO II – Nº 8 – EDIÇÃO OUTUBRO/ NOVEMBRO 2012

EXPEDIENTE HDI
CEO: *Luiz Couto*
luiz@hdibrasil.com.br
Diretor-executivo: *Thiago de Marco*
thiago@hdibrasil.com.br
Gerente de marketing: *Felipe Coelho*
felipe.coelho@hdibrasil.com.br
Analista de marketing: *Mariana Pontes*
mariana@hdibrasil.com.br
Coordenador de mídia e eventos*: Dennis Velilla*
dennis.velilla@hdibrasil.com.br
Gerente de conteúdo: *Cintia Caputto*
cintia.caputto@hdibrasil.com.br
Financeiro-administrativo: *Fernanda Araújo*
fernanda@hdibrasil.com.br
Analista de produtos*: Arthur Grandi*
arthur@hdibrasil.com.br

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

PUBLICIDADE
Executivo de conta:
Dennis Velilla
dennis.velilla@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: 3M PRODUÇÃO GRÁFICA
Circulação: nacional
Periodicidade: bimestral

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

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

Dicas de leitura...

OS SEGREDOS DAS APRESENTAÇÕES PODEROSAS
Autor: Shinyashiki, Roberto
Editora: Gente
Idioma: Português

Falar em público não é exclusividade de palestrantes. Todos os dias, profissionais de várias áreas precisam fazer apresentações, seja sobre projetos que estão vendendo, resultados que estão mostrando ou clientes que estão buscando. Mas Roberto Shinyashiki vai além. Para ele, todas as profissões vão, em algum momento, precisar convencer as pessoas sobre suas ideias e pontos de vista.

A vantagem para aqueles que não se sentem à vontade em apresentações é que esta é uma habilidade que pode ser treinada. Com o objetivo de auxiliar as pessoas, ele conta suas melhores estratégias no mais novo lançamento da Editora Gente.

O autor acredita que falar bem provoca uma ação: influencia as pessoas a fazerem algo. Portanto, mais do que aplausos ao final, o mais importante é que o apresentador consiga atitudes.

DESTAQUE-SE – Descubra sua vantagem competitiva no trabalho e aprenda a colocá-la em prática
Autor: Buckingham, Marcus
Editora: SEXTANTE
Idioma: Português

Com mais de quatro milhões de livros vendidos, Buckingham tornou-se referência no mundo dos negócios ao mostrar as imensas recompensas que obtemos ao investir em nossos pontos fortes.

Para muitos profissionais, no entanto, aproveitar ao máximo suas vantagens naturais permanece um desafio.

Com o objetivo de ajudar você a identificar seu comportamento no trabalho e saber quais técnicas são mais adequadas ao seu estilo, Buckingham escreveu *Destaque-se*. A partir de um teste on-line inovador, que leva em conta seus talentos e vai além, indicando como colocá-los em prática, você poderá valorizar o que o torna especial e desenvolver suas habilidades, aumentando seu desempenho e sua evolução profissional.

GERENCIAMENTO DE PROJETOS em 7 Passos – Uma abordagem prática
Autor: Filho, Armando Terribili
Editora: M. Books
Idioma: Português

Embora existam boas obras na área de 'Gerenciamento de Projetos', este livro vem suprir uma lacuna de um "passo a passo" para gerentes de projetos com qualquer nível de experiência, unindo a vasta experiência profissional do autor com sua vivência acadêmica, trazendo, respectivamente, uma abordagem prática aliada a aspectos didáticos. Além disso, no livro, são apresentados 25 artigos de autoria do professor, abordando temas relevantes no 'Gerenciamento de Projetos', nem sempre encontrados nos tradicionais livros técnicos, como: conflitos decorrentes das diferentes gerações de profissionais; tipos de locais de trabalho (home office, home based e coworking); gerência de equipes remotas; motivação; ética; liderança; assédio moral e sexual.

TI TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO – Tempo de Inovação – Um Estudo de Caso de Planejamento Estratégico Colaborativo
Autora: Carvalho, Tereza Cristina Melo de Brito
Editora: Alta Books
Idioma: Português

O livro apresenta um caso prático de planejamento estratégico executado por uma organização que presta serviços de TI, e que inovou incorporando conceitos de gestão cooperativa e liderança humanista.

O texto mostra como foi desenvolvido o Planejamento Estratégico e como este evoluiu com a incorporação de ações e metas de Sustentabilidade. Numa primeira parte, é apresentada a visão corporativa, com iniciativas de comunicação, sustentabilidade, governança e treinamento que permeou toda a organização. Na segunda parte, tratam-se das unidades de negócios que prestam serviços de TI para seu cliente tanto interno como externo. A última parte apresenta uma avaliação dos resultados, tendo como critério básico a evolução da organização e dos colaboradores.

Cherwell Service Management Plataform

Reconhecida pelo Forrester Research como uma "líder emergente" e incluída no Quadrante Magico do Gartner 2012 como uma das três melhores soluções em ITSM do mundo, a plataforma de gerenciamento de serviços Cherwell é flexível, moderna e com recursos ilimitados.

Certificada com o selo PinkVERIFY em 11 processos ITIL, é uma solução completa, com funcionalidades e características únicas, o que a tornam uma revolução na gestão e controle de processos para seu negócio.

CHERWELL PREFERRED PARTNER™

BusinessStation

Knowledge Transition for your Company

TEL:. 11 2495.1337 :: **EMAIL:**. contato@bstation.com.br

www.bstation.com.br

Satisfação do cliente em primeiro lugar

Mais do que prestar um serviço de qualidade, as empresas devem estar atentas ao grau de contentamento do seu cliente

Por Natalia Gela

Qualquer empresa, seja de qual ramo for, sabe que, para sobreviver a esse mercado globalizado, deve oferecer aos seus clientes qualidade no serviço prestado e preço competitivo. Mas esses fatores não são suficientes para garantir a sua satisfação, o que pode ser determinante para o sucesso da sua empresa.

É preciso acompanhar a evolução do mercado e se reinventar, oferecer um diferencial. E para isso, os gestores devem estar atentos às necessidades do cliente. Não basta apenas oferecer aquilo que foi contratado. As empresas devem ir além!

Isso sem deixar de lado a satisfação de sua equipe. Programas motivacionais não só contribuirão para o incentivo do profissional, mas também ao aprimoramento do serviço prestado e até para a criação de soluções de redução de custos.

Esses e outros temas serão abordados neste bate-papo com Márcio Nunes Oliveira, profissional com 25 anos de experiência em Field Service e membro do Field Advisory Board (FAB) do HDI Brasil.

Boa leitura!

> **Cumprir contratos e atingir as metas estipuladas é uma obrigação do prestador de serviço**

Como o senhor avalia a qualidade do serviço de suporte prestado aos clientes pelas empresas brasileiras?

Entendo que avançamos bastante em termos de qualidade de serviço e cumprimentos de metas. Vejo, porém, uma grande oportunidade de avançarmos no desenvolvimento de uma parceria sólida e duradoura. As empresas prestadoras de serviço, se quiserem permanecer no mercado, deverão ir além do cumprimento de contratos e do SLAs (Nível de Serviço Acordado). Não adianta termos indicadores verdes no quadro se o cliente está insatisfeito. O primeiro indicador considerado pelos gestores deveria ser o nível de satisfação dos clientes, pois é isto que vai determinar a sua permanência no mercado. Não adianta irmos para uma reunião com o cliente com números belos e agradáveis se ele não teve o seu problema resolvido. A questão é menos planilha Excel, menos PPT e maior índice de satisfação do cliente.

O senhor defende que os prestadores de serviços de suporte devem ir além da qualidade de serviço estipulada em contrato. Isso é realmente possível em um mercado com margens apertadas? Explique.

Sim. Em primeiro lugar, cumprir contratos e atingir as metas estipuladas é uma obrigação do prestador de serviço. O diferencial está na capacidade de entender as necessidades dos clientes e atendê-los com rapidez e eficiência.

É fundamental que os contratos assinados tenham espaço para que novos serviços e demandas sejam agregados durante o período de vigência do mesmo. Quanto mais engessado for o contrato, menor será a chance de termos de nos adaptar às novas demandas dos clientes.

Contratante e contratado precisam ter em vista que a dinâmica atual do mundo dos negócios inclui muitas variáveis incontroláveis, e não há outra saída que não seja o diálogo e a busca por uma solução compartilhada. Por exemplo, no início do contrato, o contratante definiu um número X de mão de obra para um nível de serviço Y. De uma hora para outra, o contratante aumenta a sua participação de mercado e lhe solicita um número maior de mão de obra e um período de atendimento superior ao atual. Acrescenta a esse pedido uma redução no custo por funcionário. O que você faz? Aplica simplesmente as regras do contrato e diz que os custos já estão definidos? Ou procura ver o nível de ocupação do seu pessoal e estuda uma possibilidade de melhorar a proposta? É papel do gestor do contrato acompanhar o cliente e evitar que surpresas aconteçam. Num caso como o já descrito, a redução de custos pode vir atrelada a uma ampliação do escopo de serviço que permita vender novas soluções. "Eu melhoro o custo de cada PA, e gostaria também de ser o novo player que atenderá ao seu Service Desk."

É comum uma empresa prestadora de serviço de suporte oferecer serviço de qualidade diferente de acordo com cada cliente? A qualidade do serviço está sempre atrelada ao valor pago pelo mesmo?

A qualidade do serviço deve ser a mesma para todo e qualquer cliente. Ou seja: o atendimento de uma Ordem de Serviço deve ter a mesma qualidade, tanto para um cliente pequeno como para um grande. Entenda por qualidade o atendimento, a execução do serviço, o cumprimento dos prazos e a execução dos processos e procedimentos. O que muda de cliente para cliente é o nível de serviço contratado, o prazo para atendimento e o tipo de atendimento que cada um está disposto a pagar. Exemplo: você irá pagar por um recurso dedicado ou compartilhado? O profissional que você deseja é multi skill? Qual o nível de senioridade do profissional para o tipo de serviço solicitado?

Os clientes, ao se atentarem, em primeiro lugar, à questão "preço" ao contratarem serviços de Service Desk e Field Support, acabam influenciando o processo decisório dos prestadores de serviço quanto à variável preço. Como mudar esse quadro?

Cada organização deve definir o seu posicionamento no mercado. Qual é a orientação da sua empresa no mercado? Liderança em custos? Diferenciação?

É natural e saudável uma disputa por participação no mercado. O que as organizações precisam ter em mente é se vale a pena abraçar determinados projetos, bem como se determinadas licitações são ou não importantes.

Divulgação

O que vemos muitas vezes são empresas, que ganham contratos com margens muito baixas, não cumprirem os contratos ou pecarem na execução dos mesmos. É fundamental um ajuste fino entre a área comercial e a de gestão de contratos para que a organização tenha contratos saudáveis e possa desenvolver sua atividade com lucratividade.

Eu, particularmente, entendo que alguns contratos simplesmente não devem ser fechados se a única variável for preço. Muito mais do que vender um serviço, muitas vezes, nós temos de dar uma consultoria para o cliente a fim de que ele possa dirimir com precisão o que está em questão. Serviço virou commodity para as organizações que simplesmente cumprem contratos. Vocês já devem ter ouvido casos em que o cliente diz: "Eu renovo o contrato desde que a equipe que está conosco prevaleça". Nesse caso, o diferencial estava nas pessoas e o cliente que percebe isto não irá se basear apenas no custo.

O problema se concentra na maturidade do cliente para a contratação ou na falha do departamento comercial das provedoras ao mostrar o valor do serviço?

O problema está nos dois fatores. Porém, um departamento comercial eficiente saberá posicionar e evidenciar o diferencial competitivo de sua empresa.

O senhor acredita que o mercado de prestação de serviços de Field Services está em consolidação, ou seja, os players menores e com menos qualidade devem em breve ser comprados ou extintos da 'competição' de forma natural?

Hoje, ainda há espaço para todos. Há organizações que pelo seu tamanho e estratégia atuarão em nichos bem definidos. Quando o assunto está direcionado à prestação de serviço para as grandes corporações, percebo de um modo geral que os executivos acabam optando por prestadores com um histórico consolidado e com a "musculatura" necessária para enfrentar possíveis crises. Dependendo da operação, não se pode entregar a atividade para uma empresa sem experiência comprovada.

Ainda é perceptível que empresas com diferentes estratégias competem no mesmo mercado, o que quer dizer que uma empresa com foco apenas na escala comercial compete com uma cujo foco é a qualidade do serviço prestado. Qual a tendência no médio e longo prazo para as duas estratégias?

Por conta do desenvolvimento do nosso mercado, a segunda organização é que irá sobreviver. Até então, quando se falava em desenvolvimento sustentável, ninguém achava isto importante. Quando se falava em energia limpa, isto era considerado caro demais. Veja o caso dos veículos, por exemplo. O Salão do Automóvel deste ano no Brasil trouxe vários lançamentos de carros híbridos. Daqui um tempo, com a redução do custo de produção e com possíveis incentivos fiscais, quem vai querer ter na garagem um carro que degrada o meio ambiente? Os prestadores de serviço terão cada vez mais de se reinventar e conciliar custo com qualidade. Acontece que há uma "miopia" que cega parte dos gestores que acham que redução de custos e qualidade dos serviços não podem andar juntos. Há um bom tempo, os chamados técnicos eram comunicados por telefone e havia uma inteiração direta com os técnicos de campo. Hoje, o SMS e os aplicativos dos smartphones acabaram com boa parte desse custo, que era enorme.

> "A qualidade do serviço deve ser a mesma para todo e qualquer cliente"

Como o senhor vê a ascensão da "Geração Y" a cargos de comando? E a chamada "Geração Z" entrando no mercado de trabalho, com concepções e expectativas completamente diferentes das percebidas pelas pessoas que hoje possuem mais de 40 anos?

Adaptabilidade! Essa é uma característica que todos devem ter. Existe muito "marketing" com relação a esse assunto. Como podemos querer definir o tratamento com essa geração se no momento nós estamos aprendendo com esta nova realidade? Trata-se de um exercício diário de observação e busca por pontos convergentes. As pessoas mudaram e, consequentemente, as relações de trabalho também. Do mesmo modo que a escola está mudando, a relação com os filhos e as relações de trabalho também. O importante é não ter medo de enfrentar esta nova realidade. E cabe ao líder, ao gestor, o papel de ser uma ponte que interligue as gerações. Eu aprendo muito com os meus filhos, porém não deixo de exercer o meu papel de pai.

Celeridade e ansiedade são as características principais desta nova geração. Se puderem resolver tudo em um único "clique", eles irão fazer. A nossa maior contribuição é valorizar as relações pessoais, evitar as 'virtualizações' desnecessárias, pois um bate-papo franco e direto é muito mais eficaz para resolvermos um problema do que um e-mail. Outra contribuição importante é compartilhar experiências e conhecimentos adquiridos, a fim de avançar para o futuro com um histórico rico, mas sem ser refém do passado.

Quais são os pontos positivos e negativos desse "conflito" de gerações?

A diversidade e a soma das competências são os pontos fortes. O ponto negativo é o excesso de tensão às vezes gerada pela falta de conhecimento e experiência em reunir pessoas com visões de mundo tão diferentes.

Quais foram os resultados mensuráveis alcançados por meio de ações motivacionais organizadas pelo senhor?

Eu tive a oportunidade de desenvolver um programa de 'Reconhecimento', voltado para equipes de Field Service, que contemplava o reconhecimento por objetivos individuais e coletivos. O programa

© Minerva Studio

foi desenvolvido de forma a premiar o melhor técnico e a melhor equipe de cada região. Dessa maneira, os membros de cada equipe sabiam que mesmo que não tivessem a oportunidade de serem premiados como os melhores técnicos (1.º; 2.º e 3.º lugares), poderiam ter a oportunidade de serem premiados como a melhor equipe. Sendo assim, houve um grande envolvimento dos participantes. O programa, que foi concebido para ter duração de um ano, foi reeditado por mais dois.

Os resultados tangíveis foram o aumento no nível de satisfação dos clientes e retorno financeiro. As ideias, as sugestões e a redução de custos proporcionadas por novas práticas possibilitaram que o programa tivesse retorno financeiro, por incrível que pareça. Para não ficar só na teoria, tivemos redução de custos na manutenção e no reparo dos veículos, pois colisão e manutenção eram itens de avaliação. Como "ideias práticas" era um dos itens avaliados, tivemos retorno financeiro com o desenvolvimento de uma ferramenta, sugerida por um dos nossos técnicos, que possibilitou que o próprio cliente efetuasse um tipo específico de reparo sem a presença do nosso técnico.

Outra questão importante é que, no final de cada ciclo do programa, você possui uma ferramenta de avaliação pronta para ser utilizada. Um programa de reconhecimento possibilita ao gestor exercer a meritocracia e tomar decisões baseadas no desempenho de cada funcionário. É impossível um gestor de Field Service e Service Desk desenvolver a sua função sem um acompanhamento direto no campo. Os resultados colhidos após cada ciclo de premiação capacitam o gestor para ter uma melhor visão da sua equipe.

O que o senhor diria para os gestores que têm dúvidas quanto ao centro de suporte Insourcing ou Outsourcing em suas empresas? O melhor modelo varia de acordo com o negócio e com a cultura da empresa? Ou a terceirização é benéfica em qualquer situação?

Seria muita arrogância da minha parte querer definir um modelo, pois cada organização possui os seus valores, as suas crenças e as suas visões. É aquela máxima: É atividade fim da sua empresa? É uma atividade estratégica que define o seu diferencial no mercado? Se sim, vale a pena terceirizar?

Agora, não é atividade fim, é uma atividade operacional e existe quem faça melhor e a um custo menor? Por que não? Particularmente, vivi uma experiência relacionada a Field Service em que a melhor solução foi a adoção de um "modelo misto". Nas regiões onde o negócio da organização estava mais amadurecido e havia demanda que justificasse a nossa presença, atuamos com mão de obra própria. Em localidades onde o negócio ainda não estava amadurecido e nós não tínhamos demanda o suficiente que garantisse a nossa presença, optamos por terceirizar.

© Nataliya Hora

Padrão a seu favor

O que os SOPs podem fazer por você

Por Natalia Gela

Segundo especialistas do board mundial do HDI, a adoção dos chamados Procedimentos Operacionais Padrão (SOPs, do inglês Standard Operating Procedures) pode significar aumento na produtividade e na qualidade do nível de serviço prestado aos clientes. Isso porque os SOPs fornecem consistência nos procedimentos estabelecidos pelos padrões da empresa. Ou seja, facilitam a adequação dos gerentes, agilizam a preparação dos novos colaboradores, fortalecem o trabalho em equipe, aumentam a produtividade e endereçam consistência em como o colaborador deve lidar com as responsabilidades do dia a dia – o que aumenta a qualidade, precisão e eficiência do serviço.

> **"O processo pode ser diferente em cada cliente, mas a maneira de documentar, controlar e atuar deve seguir o mesmo padrão"**

Foi com base nesses benefícios e no controle de qualidade que a Asyst International + Rhealeza, empresa especializada em Service Desk, adotou essa prática.

De forma a definir a metodologia, foi elaborado um método-padrão de criação dos procedimentos operacionais. "O Departamento de Qualidade envia aos gerentes e coordenadores o esboço do processo a ser definido, e eles escolhem alguns projetos para piloto. Após analisar e utilizar, enviam para verificação se o modelo final atende aos requisitos das normas ISO 9001, ISO 20000 e à metodologia Asyst + Rhealeza", explica Viviane Ferreira, supervisora de processos do sistema da qualidade.

Para ela, a aplicação de SOPs permite demonstrar, de maneira concreta, a forma como a empresa trabalha. Além disso, possibilita que os próprios colaboradores sugiram modos de revisar processos para otimizar o tempo e automatizar suas etapas. "Ou seja, o processo pode ser diferente em cada cliente, mas a maneira de documentar, controlar e atuar deve seguir o mesmo padrão", explica Ferreira.

O resultado foi tão favorável à empresa que até para fornecer feedback aos analistas por parte do coordenador de suporte, existe um procedimento-padrão. "Temos um processo chamado Avaliação de Desempenho por Competência, em que cada colaborador é avaliado no período de 4 meses, e em até 9 meses de intervalo. Com base nessa avaliação, 'Planos de Ação' podem ser definidos para que o colaborador possa atingir seus objetivos", explica a supervisora.

Produtividade

A aplicação de SOPs viabilizou o aumento da produção entre os analistas. De acordo com Elisângela Silva, gerente de operações, após a aplicação desses, todos os processos operacionais tornaram-se de conhecimento da equipe. "O ganho de produtividade se dá, pois todos os analistas da equipe podem executar qualquer processo operacional, desde que esteja documentado e que o analista esteja treinado", explica Elisângela.

Quanto ao service desk, a gerente acrescenta que todos os procedimentos podem ser destacados pela qualidade conseguida por meio dos SOPs, pois "todos seguem um processo-padrão e todos tiveram melhora na Qualidade após a implantação".

Controle de Qualidade

Executando auditorias duas vezes ao ano, o Departamento de Qualidade consegue obter um posicionamento dos resultados alcançados e estabelecer o que necessita ser alterado ou aprimorado. "Definimos starts para identificar quando um projeto está em alerta com relação à metodologia (entrega dos serviços padronizados, com evidência dos resultados, acompanhamento diário das métricas e Análise Crítica mensal nos processos), explica Ferreira.

De acordo com a supervisora, a única forma de fazer com que o controle de qualidade seja eficiente entre os níveis mais operacionais do service desk é o trabalho constante, tendo os processos definidos e testados pelos executores. Bem como a essencial participação gerencial e de coordenação na definição dos processos, para mantê-los de acordo com a metodologia.

Para garantir a consistência do serviço de atendimento prestado aos clientes, a empresa realiza mensalmente um processo de análise crítica do sistema da Qualidade. "Todos os serviços prestados para o cliente são avaliados – e corrigidos, caso seja necessário –, bem como o resumo de desempenho, onde mensuramos e analisamos os SLAs (Nível de Serviço Acordado) entregues ao cliente", afirma Elisângela.

@alphaspirit

Métricas:

Um mal necessário ou um bem desconhecido?

Por Giorgi Bispo

Acredito que muita gente já ouviu falar em Cérbero, descrito em "A Divina Comédia" por Dante Alighieri como um cão enorme de três cabeças que guarda as portas do Hades. Mas, talvez, o que poucas pessoas sabem é que este cão é responsável não por impedir que os vivos entrem, mas sim impedir que todos que tenham entrado saiam do Inferno. Bem, se isso fosse verdade, ele seria o grande responsável por não termos zumbis e almas penadas perambulando por aí... Assim também acontece com um outro monstro, esse mais real, chamado Métrica – que se parece mesmo com um bicho de muitas cabeças. A equipe técnica não entende para que serve, e a visão comum é que ela é totalmente desnecessária. Por outro lado, o gestor precisa dela, mas tem dificuldade em explicar de forma clara os benefícios obtidos. E o que, talvez, poucos entendem é que ela é totalmente necessária.

De fato, as métricas estão presentes em todos os lugares. Ao nascer, somos reduzidos a métricas. Os médicos possuem parâmetros específicos para identificar se a criança é saudável ou se está em situação de risco. Tempo de gestação, altura, peso. Métricas. E o nosso status social? Tempo

@raywoo

de escolaridade, salário, quantidade de televisores, tamanho do apartamento. Métricas que definem se somos pobres, ricos ou remediados. E que tal o carro na garagem: motor 1.8 de 180 cavalos, excelente! Motorzinho 1.0 de 55 cavalos, tá bom, anda, mas cuidado com subidas íngremes e ultrapassagens... Mais métricas. Mesmo este texto está sujeito a uma métrica: aproximadamente 5 mil caracteres.

E o grande responsável por essa necessidade de expressarmos tudo em bases quantitativas foi o francês René Descartes (1596 – 1650). Ao publicar o livro "O Discurso do método" – como é geralmente traduzido, ou "Discurso sobre o método para bem conduzir a razão na busca da verdade dentro da ciência", inspirado em três sonhos cujo tema central é a ideia de 'um método universal para encontrar a verdade' –, lançou as bases do Cartesianismo, permitindo a criação do sistema de coordenadas cartesiano, do cálculo, da geometria analítica e da disposição estatística em histogramas, levando as ciências a reduzir o mundo à base puramente quantitativa.

Nesse livro, Descartes propõe um modelo quase matemático para conduzir o pensamento humano, uma vez que a matemática tem por característica a certeza, a ausência de dúvidas, e consiste basicamente nas quatro proposições seguintes:

"A primeira era a de nunca aceitar algo como verdadeiro que eu não conhecesse claramente como tal; ou seja, de evitar cuidadosamente a pressa e a prevenção, e de nada fazer constar de meus juízos que não se apresentasse tão clara e distintamente a meu espírito que eu não tivesse motivo algum de duvidar dele.

A segunda, a de repartir cada uma das dificuldades que eu analisasse em tantas parcelas quantas fossem possíveis e necessárias a fim de melhor solucioná-las.

A terceira, a de conduzir por ordem meus pensamentos, iniciando pelos objetos mais simples e mais fáceis de conhecer, para elevar-me, pouco a pouco, como galgando degraus, até o conhecimento dos mais compostos, e presumindo até mesmo uma ordem entre os que não se precedem naturalmente uns aos outros.

E a última, a de efetuar em toda parte relações metódicas tão completas e revisões tão gerais nas quais eu tivesse a certeza de nada omitir." (DESCARTES, René. Discurso do método)

Foi utilizando este método em si próprio, a fim de validar o seu método, que Descartes cunhou a frase "Penso, logo existo". Porque pensar era a única garantia de que ele poderia ser alguma coisa. E a nossa proposição neste texto é exatamente fazer pensar. Pensar e descobrir qual é a razão básica de existir de nossas Operações, seja ela um Service Desk, Help Desk, Call Center, Field Services, ou qualquer uma outra, pois se aplica a toda e qualquer Operação. E depois disso, quais são as características que permitem medir e transformar as métricas em um aliado que explique exatamente uma Operação, não pelo sentimento, feeling ou emoção, mas em bases científicas. ●

Sobre o autor
Giorgi Bispo atualmente trabalha para a HP Brasil em um importante projeto de transferência de conhecimento da equipe de projetos para o time de operações. Era membro da equipe de Help Desk da Nextel na conquista do prêmio de Melhor Equipe Interna de Suporte do Brasil em 2010, além de ser responsável por implementar mecanismos de controle dos SLAs da HP para o cliente Nextel.

Adote um analista

Por KID

> **Informação é poder, porém se tens tal domínio e não o divulgas, torna-te responsável pela ignorância alheia**
>
> *(Ivan Teorilang)*

Uma das minhas maiores dificuldades em gestão de Service Desk é conhecimento do ambiente da empresa pelos analistas do Service Desk, o que só consigo, geralmente, com muito tempo e esforço.

O impacto no negócio, causado por um incidente mal categorizado e mal compreendido pelo analista, gera um desgaste de imagem muito grande da Central de Serviços perante os usuários. Mesmo utilizando o conceito do ITIL (impacto x urgência) para priorizar o incidente, é fundamental que o analista compreenda a cadeia de negócios, seus processos e, fundamentalmente, o relacionamento destes processos com os serviços no Catálogo de Serviços. Cada mudança gerada na empresa, mesmo que o Service Desk capture esse conhecimento e o documente na base de conhecimento, não é o suficiente, pois, geralmente, são apenas documentos armazenados e, muitas vezes, não utilizados. Ou seja, é necessário que os impactos sejam apresentados aos analistas.

Uma grande dificuldade do Service Desk é fazer com que os analistas entendam a cadeia de valores da empresa e consigam mensurar o real impacto de determinados incidentes ao negócio.

Capturar o Conhecimento do Negócio

Para capturarmos o conhecimento, é necessário entender onde ele está. E o real impacto está nas áreas especializadas das organizações, onde os especialistas detêm esse conhecimento, mas não o querem compartilhar, pois se sentem valorizados com tal conhecimento, que poucos possuem. Essa questão é uma das minhas maiores dificuldades: fazer com que esses especialistas gerem conhecimento para compartilhar com os analistas do Service Desk.

O objetivo do "Adote um Analista" é fazer com que o conhecimento dos especialistas nas áreas de negócio seja capturado pelos analistas de uma forma simples e dinâmica.

Modelo Operacional

Um mecanismo eficiente que tenho utilizado para capturar esse conhecimento

dos especialistas é fazer com que estes, mediante seu egocentrismo, tornem-se temporariamente professores, tutores dos analistas do Service Desk, com o objetivo de 'adotá-los' para lhes apresentar todo o conhecimento sobre tal aplicação, ferramenta ou processo de negócio que os ajudará a falar a linguagem de negócio da organização.

O simples fato de solicitar aos especialistas que 'adotem' um analista do Service Desk os coloca em um patamar de destaque, o que faz com que se sintam desafiados a compartilhar tal conhecimento.

Tenho utilizado desse artifício em várias operações de Service Desk e os resultados têm sido impressionantes. Vale ressaltar que, após as apresentações dos especialistas, é fundamental a documentação de tal conhecimento, de forma a ser usada como material complementar das apresentações.

@auremar

Benefícios

- Ação assertiva mediante incidentes críticos;
- Entendimento imediato dos impactos envolvidos no negócio, gerando ação adequada;
- Conhecimento da Cadeia de Valores pelos analistas, gerando a confiança do usuário diante da Central de Serviços;
- Usuário se sente plenamente atendido diante da sua solicitação;
- Minimiza impactos negativos no negócio;
- Melhoria do serviço ao cliente;
- Melhor qualidade dos serviços, devido às informações gerenciais relevantes;
- Impacto reduzido de incidentes ao negócio, devido à resolução pontual, portanto, aumentando a produtividade;
- Identificação proativa de melhorias e correções nos sistemas;
- Maiores níveis de disponibilidade de serviços de TI;
- Aumento da satisfação do cliente e do usuário.

Captura do conhecimento na 'Geração Y'

Este artigo tem o objetivo de despertar a curiosidade dos leitores, em especial dos gestores de Centros de Suporte, proporcionando debates relevantes, pois traz à tona um tema que, apesar de amplamente discutido, carece de uma abordagem realmente consistente de como estamos tratando a captura de conhecimento que está enraizado em poucos especialistas de determinadas áreas - os chamados "Key People". Cada vez mais, estamos lidando com especialistas e analistas da 'Geração Y' e levando em consideração as características desse público:

- Hiperestimulados;
- Avessos a controles rígidos;
- Desejam o estado da arte em TI;
- Prontos para mudanças;
- Criativos e inovadores.

Devemos buscar formas de captura de conhecimento que se adequem a esse perfil de profissional. Esse mecanismo tem a sua maior eficácia justamente na sua simplicidade e objetividade, onde, por meio de apresentações, o conhecimento é compartilhado.

Experimente! Comprove a sua eficácia!

> "Informação é Conhecimento, Conhecimento é Poder e quem tem poder está no Comando..."
> *(Goxany Sonamize Uchouane)*

Sobre o autor

Valtomir Santos (Kid) - 20 anos de experiência nas áreas de infraestrutura de TI e Governança de TI, sendo 15 anos dedicados aos centros de suporte, Modelagem de Processos e Implementação de melhores práticas. Pós-graduado em Tecnologia da Informação e certificado em metodologias de qualidades como o ITIL, COBIT e HDI. Gerenciou quatro grandes Centros de Suporte. Implementação na Cielo (antiga Visanet) do Gerenciamento de Problemas, expanção do Service Desk para outras áreas da Cia (Serviços Financeiros, RH e Administração), utilizando as melhores práticas com redução financeira de até 50%.

@Wittman80

O futuro do Field Support

Entenda as consequências da evolução do mercado de TI para o Atendimento a Campo

Por Natalia Gela

Migração de demanda, virtualização e consumerização são alguns dos fatores responsáveis pela mudança na dinâmica do Field Support. Isso porque a tecnologia está cada vez mais presente no cotidiano das pessoas. Seja nos dispositivos pessoais, seja nos equipamentos da empresa.

Mas será que isso representa o fim do Atendimento a Campo? A resposta é 'não'! Por um lado, o avanço da tecnologia permite que chamados sejam resolvidos sem a necessidade do técnico de campo, mas, por outro, esse avanço direcionou outros tipos de demanda para o Field Support. O que antes era de responsabilidade de facilities, como catracas e câmeras de segurança, por exemplo, hoje em dia, foram encaminhados para o Field Support.

Segundo Marcelo Baiochi da Silva, Workplace Services Sales Leader da IBM, há alguns anos, esses tipos de chamados seriam considerados um engano, ou até mesmo motivo de piada. Mas "hoje, a tecnologia é outra. As catracas são automatizadas e ligadas a um computador ou servidor, as câmeras possuem recursos de reconhecimento de movimento e facial, são geridas por um sistema/ aplicativo e suas imagens armazenadas em um HD ou Storage. Como podemos dizer que um problema nessas soluções é de responsabilidade de facilities se elas estão cada vez mais dependentes da informática?", questiona Baiochi.

Essa dependência só tende a aumentar, uma vez que o uso da tecnologia está

sendo aplicado a diferentes finalidades. De acordo com dados do "Desktop Support Practice and Salary Report 2012" do HDI-USA, mais de 60% dos respondentes afirmaram que houve aumento nos números de chamados escalados para o Field Support em virtude de suporte a novos equipamentos. "Não se restringe mais aos ambientes sofisticados e restritos em que as áreas de Tecnologia tinham domínio conhecido, mas também a atividades e locais antes praticamente imperceptíveis. Sendo assim, entendo que é inexorável cada vez mais sermos também responsáveis por telefonia (móvel e fixa), manutenção de equipamentos de comunicação/ mídia (não me refiro aqui ao conteúdo), videoconferência e uma lista significativa de novos gadgets (tablets, smartphones, televisores e outros)", analisa Fábio da Fonseca Pessoa, gerente sênior de Sistemas – Restaurant Solution, da Arcos Dourados Brasil.

Impacto

Considerando-se essas constantes modificações no setor de TI, o Field Support deve estar preparado para mudanças a curto, médio e longo prazo. "Teremos de nos acostumar a isso e nos preparar para essa evolução que o Suporte a Campo está sofrendo. Na verdade, as empresas e os funcionários estão se modernizando com o uso de tablets, smartphones, o que acaba gerando demandas adicionais. Entretanto, com a virtualização de aplicativos e com a entrada no mercado de trabalho de jovens muito acostumados com essa tecnologia, a tendência a médio e longo prazo é de que os chamados de Field Support sejam reduzidos", afirma Baiochi.

Para Odenil Monteiro, membro do FAB-HDI, esse cenário é tanto positivo como essencial, pois significa que estão sendo desafiados a aperfeiçoar suas capacidades de suporte em busca de novos conhecimentos. "Portanto, temos sempre de buscar o desenvolvimento profissional de nossas equipes técnicas." Monteiro ainda acredita que é papel dos gestores de TI estarem ligados à evolução para preparar suas equipes a suportar novos dispositivos. "Vivemos em constante evolução. A tecnologia nos permite diversos avanços e facilidades, não sabemos mais viver sem ela. Para isso, temos de estar sempre em busca de novos conhecimentos para suportar esses novos dispositivos."

> **"A tecnologia nos permite diversos avanços e facilidades, não sabemos mais viver sem ela"**

É necessário entender que a tecnologia está mudando. Atendimentos a smartphones, catracas, etc. estão cada vez mais frequentes. O gerente de Sistemas, Fábio Pessoa, explica que, em uma organização, a quantidade de áreas que fazem uso de algum tipo de serviço de TI ultrapassa os 90%, o que significa que a inclusão de novos dispositivos naturalmente aumenta essa participação. Para Pessoa, o resultado disso é mais responsabilidade e mais um motivo para estar alinhado com o negócio na medida certa, de forma a absorver mais componentes que farão parte do – "sempre em expansão" – catálogo de serviços. Pessoa ainda explica que a maneira de lidar com isso é a mais objetiva e cartesiana possível: "Deve-se entender exatamente qual o impacto do novo equipamento no negócio e prover um nível de serviço alinhado à necessidade, considerando custo, tempo de solução e disponibilidade".

Consumerização

Esse talvez seja o maior desafio para o Field Support, uma vez que a velocidade com que surgem novos dispositivos de todos os modelos, marcas e versões é muito grande. Resta aos técnicos acompanharem esse desenvolvimento e se capacitarem. Mas não basta apenas conhecimento técnico. Odenil explica que os técnicos precisam, além do preparo, ter jogo de cintura para lidar com as surpresas. "Com o advento da internet, fóruns, redes sociais, etc., podemos obter informações rápidas para prestar o suporte a novas tecnologias."

Com o aumento do uso dos dispositivos pessoais no ambiente de trabalho, cresce também o uso de aplicações como redes sociais, e-mails particulares e, com isso, altera-se a dinâmica da relação entre tecnologia e usuários. "Isso ocorre ainda com mais relevância no que diz respeito ao suporte dos dispositivos. Dúvidas sobre compatibilidade, configuração e até mesmo uso são cada vez mais comuns", avalia Pessoa.

De acordo com o gerente de Sistemas, com foco no Field Support, partindo da premissa que as questões relacionadas à segurança já tenham sido resolvidas, a maneira como isto impacta é diretamente no volume de chamados e na complexidade da solução. "Cada equipamento é, em suma, um 'bichinho de pelúcia' daquele cliente, e o cuidado que a equipe de suporte tem de ter com esse dispositivo é ainda maior e mais personalizado, tornando ainda mais prioritário que tenhamos equipes capacitadas nessas tecnologias e com uma definição clara do escopo de atuação."

Service Desk e Suporte Remoto

Com o intuito de diminuir o custo do chamado, as empresas têm buscado capacitar o Service Desk e o Suporte Remoto de forma a solucionar o maior número possível de chamados sem a intervenção do técnico de campo.

Segundo Marcelo Baiochi, esse cenário é uma tendência no setor. Ele afirma ser sempre necessário continuar trabalhando na capacitação das áreas para melhorar o serviço, aumentar a satisfação do cliente e reduzir custo. "Entretanto, é preciso tomar cuidado com quais e quantos chamados são transferidos de uma área para outra quando falamos em custo. A conta financeira precisa ser feita com muito cuidado e o processo deve ser muito bem desenhado para que esta migração de chamados ocorra de uma torre para a outra sem gerar grandes impactos financeiros negativos. Em média, segundo dados de mercado, um chamado resolvido no Field Support é mais caro que um chamado resolvido no Suporte Remoto que, consequentemente, é mais caro que um chamado resolvido no Service Desk. Porém, isso não significa que, apenas migrando

o chamado de uma área para a outra, a redução seja proporcional. Em alguns casos, é possível que o custo até mesmo suba com essa migração. Exemplo: imaginem um Field Support com 6 horas para resolver um chamado de tempo médio de resolução de 30 minutos, e um Service Desk que tenha 5 minutos de TMA, com 80% das ligações atendidas em até 30 segundos. Se transferirmos muitos chamados de uma área para a outra, pode ser necessário aumentar o número de colaboradores no Service Desk para cumprir o SLA (Nível de Serviço Acordado), e não a redução de profissionais no Field Support, deixando o custo como um todo mais caro. Assim, pode ser viável a criação de uma área apenas de Atendimento Remoto".

Já para Fábio Pessoa, a chave está em processos, ferramentas e pessoas qualificadas. Mas ele acredita que esse panorama é mais que uma tendência, é uma realidade. "O Gartner publicou, no início deste ano, um artigo muito interessante sobre esse tema: 'Five Steps To Improve Service Desk Effectiveness'. Nele, é comentado que o custo de um chamado no nível 1 pode variar de USD 18,00 a USD 23,00. Quando passamos ao nível 2, o custo do ticket fica a partir de USD 35,00. Se isso chegar até o nível 3, elevamos o custo para, no mínimo, USD 100,00. Para saber o custo de um único ticket escalado até o terceiro nível, devemos somar cada um desses custos. Vamos imaginar que um ticket necessitou ser escalado até o 3.º nível. Isso custou – dentro desses parâmetros médios – algo em torno de USD 153,00. Achou caro? Então considere quanto o seu cliente esperou para que o problema dele fosse efetivamente resolvido, uma vez que nessa suposição o ticket foi até o 3.º nível. Por fim, pondere a satisfação do seu cliente depois desse atendimento. Isso tem preço e pode ser efetivamente mensurado?"

> **"A tendência está cada dia mais apontando para a terceirização dos serviços a um custo/ benefício mais atrativo, com processos padronizados e maduros"**

O ideal é garantir que a maior quantidade de chamados seja resolvida no primeiro contato. "Um bom número, segundo a Forrester Research, é ter um First Contact Resolution (FCT) em 65%, já para o HDI, uma boa métrica seria algo em torno de 75%, sem perder a atenção com a satisfação do cliente. O fato é que qualquer que seja a métrica ideal – acredito que cada empresa encontrará a sua – há muito a ser economizado e o caminho é, sem dúvida, evitar a visita a campo", afirma Pessoa.

A virtualização também pode ser uma saída para reduzir custos do Field Support. Além de aumentar a segurança, produtividade e permitir que alguns sistemas, aplicativos e até mesmo o desktop dos usuários estejam disponíveis em qualquer lugar e a qualquer momento (incentivando a consumerização), quando aplicada em média ou alta escala no parque de máquinas da empresa, pode gerar uma migração dos recursos de Field Support de atendimento local para o remoto. "Isso pode ajudar muito na solução mais rápida dos problemas, aumentar a produtividade e, consequentemente, reduzir custos do Field Support", analisa Baiochi.

Por outro lado, a virtualização, embora diminua a complexidade dos ambientes de TI, não elimina a existência das máquinas dos usuários. "Outro ponto importante a ser considerado são as operações de

© Kirill Kedrinski

natureza distribuída: por exemplo, uma rede varejista, cujos check-outs seguirão existindo, bem como todos os demais componentes de hardware que fazem parte da solução de automação comercial (pinpads, leitores de código de barras, etc.). Todo esse parque seguirá necessitando do Field Support. Não vejo, nessa modalidade de serviço, o término do Field, mas uma mudança no escopo", explica Pessoa.

Terceirizar ou não o serviço?

Não existe uma regra. Cada empresa deve avaliar o custo/ benefício de cada opção, já que tanto manter uma equipe interna como terceirizar o serviço possui seus pontos positivos e negativos. Vai depender da necessidade de cada organização. Segundo Odenil Monteiro, hoje em dia, os fornecedores dos serviços estão muito bem preparados para suportar os usuários de TI. "A tendência está cada dia mais apontando para a terceirização dos serviços a um custo/ benefício mais atrativo, com processos padronizados e maduros."

Permitindo que as empresas foquem em seus próprios negócios, essa prática vem crescendo no mercado. Outro fator que interfere nesse quadro é a dificuldade para uma empresa, que não é do ramo de TI, em acompanhar as mudanças ocorridas, na velocidade necessária, por conta do avanço tecnológico.

Futuro

Com o avanço da informatização do ambiente corporativo, uma das áreas mais impactadas com as mudanças é o Field Support. Isso significa a diminuição no volume de chamados que necessitam desse tipo de suporte, já que a tendência é de que cresça a busca por resolução de forma remota, e a mudança no escopo do trabalho, com a diversificação dos equipamentos suportados.

Entretanto, é pouco provável que a tecnologia substitua a necessidade dos técnicos de campo. Para Odenil, o que pode acontecer, é uma mudança radical de conceito, "onde passaremos a suportar tudo que esteja associado à tecnologia, não apenas o suporte de Desktops e Notebooks". Ainda de acordo com ele, as equipes de Field Support precisam estar mais especializadas e preparadas para novas tecnologias e diversificações de produtos.

Já Baiochi acredita que alguns fatores impedem a substituição total dos técnicos de campo, como: o aumento do número de aparelhos suportados que geram mais dúvidas e, consequentemente, exigem a intervenção local, por isso, mais chamados; a "não adoção" do BYOD, a curto

prazo, de empresas com agências padronizadas, como os bancos, por exemplo; o longo processo até as empresas se acostumarem a não terem a visita do técnico, principalmente nos atendimentos VIPs; e a constante e indispensável necessidade da visita do técnico, mesmo que seja apenas para trocar um thinclient.

Por outro lado, a busca constante pela redução de custos de Field Support encaminha o serviço apenas para casos que não possam ser evitados e/ ou solucionados pelos pilares: "prevenção, monitoramento e suporte preventivo".

"Imaginemos um satélite, desses que orbita ao redor de nosso planeta. Quanto se investe nesse equipamento para que não ocorra uma 'visita a campo'? Entendo que as respostas para essas perguntas possuem certa relação. À medida que focamos na redundância de equipamentos, monitoramento remoto e qualidade na comunicação, é possível diminuir significativamente as visitas em campo. Porém, é necessário alinhar a tudo isso equipamentos que trabalhem com protocolos que emitam estados de pré-falha do hardware e, obviamente, um serviço muito bem estruturado. A pergunta agora é, quanto custa tudo isso? O objetivo deveria ser custar menos do que uma visita a campo. Para que essa conta feche, não podemos deixar de considerar o quanto determinada indisponibilidade de equipamento custa para o negócio", analisa Pessoa.

Agora, o que resta saber é como as empresas podem se adaptar a tais mudanças. Isso implica em rever determinados contratos para que estes se tornem mais adequados a esse novo cenário. São muitos os desafios impostos ao Field Support. Portanto, deve-se atentar para as necessidades do cliente. "Exemplo, quando ele pedir suporte no sistema da catraca ou na configuração da Smartv, o prestador não deve responder que isto não faz parte do escopo, mas sim incluir rapidamente no quadro de serviços, mesmo que seja necessário cobrar algum adicional do cliente", aconselha Baiochi.

O mesmo fala Fábio Pessoa ao acreditar ser fundamental disponibilizar soluções que possam se tornar sob medida às necessidades de cada cliente. "O futuro nos reserva a responsabilidade de levar cada dia mais, menos falhas, menos paradas e, por sua vez, mais disponibilidade para que o negócio cumpra com suas atribuições. Se TI conseguir não ser a barreira, sejam bem-vindos ao futuro!". ●

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!

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

O MAL-ESTAR NA CIVILIZAÇÃO

@oly

Por Roberto Cohen

Aviso aos navegantes: este não é um artigo de cunho prático. Você – com certeza – não vai concluir esta leitura e usar diretamente técnicas no seu centro de suporte.

Dedico este artigo a um supervisor que participou do meu curso de "Gestão de Suporte Técnico". Sua queixa era comum: um funcionário que não chegava no horário certo; um ponto de atendimento que ficava vazio durante o horário de pico. Isso contaminava o ambiente, fazendo com que outros colegas também se atrasassem. Por isso, separei o volume XXI das obras de Freud e reli o texto do Pai da Psicanálise.

Enquanto percorria o texto, identificava a desgraça em que se transformam pequenas situações do cotidiano para um novo supervisor de suporte: ele acaba de ser promovido ao cargo de gerência. Seus superiores esperam que tenha bom desempenho na função, mas também sabem que promovê-lo é uma das formas de reter esse talento na empresa (Estou enganado? Duvido! A menos que meus olhos, ouvidos e cabeça estejam totalmente desparafusados). Ou seja, elevando-o a um cargo de gerência e o fazendo ganhar mais, ele assume um novo status.

O gestor senta na sua nova cadeira com a alma lotada de habilidades técnicas e planeja melhorias no departamento. Mas se embanana e tropeça diante de situações triviais, como um funcionário que insiste em chegar atrasado. Nenhum curso com duração de três dias pode mudar esse cenário. Infelizmente. Mas auxilia a pensar, a refletir, a discutir com amigos e pares e a conversar com os próprios funcionários. Hoje, administrar vai além de conhecer "melhores práticas". Exige também conhecimento científico sobre o comportamento do ser humano.

Da origem do mal-estar na civilização

Retomando o fio perdido sobre o mal-estar, pensei no antológico artigo escrito por Freud. Decidi me escorar nesse autor, o que não significa que concorde com todas as suas ideias (este é um truque barato que adoto para evitar ser criticado indiscriminadamente).

Freud foi um estudioso da mente humana. Não da parte orgânica, mas da psicológica. Inconsciente, mecanismos de defesa, superego e interpretações dos sonhos são algumas de suas sacadas. Não é à toa que engendrou sua teoria – psicanálise – sobre o comportamento humano no início do século passado, mas que perdura até hoje. E rende livros até na área corporativa, como "Empresários no divã – como Freud, Jung e Lacan podem ajudar sua empresa a deslanchar" (Garcia, Luiz Fernando) – dica de Thiago Lima em outubro/2012.

Freud relata que há um permanente conflito (o mal-estar) entre os desejos do indivíduo e as regras da civilização. Todo sujeito tem, dentro de si, uma busca permanente da satisfação de seus desejos. Alguns chamam isso de "busca da felicidade", o que para cada qual é a posse de um objeto ou outra coisa parecida. Se

© creative soul

quiser saber mais, leia as peças de Nelson Rodrigues de como o ser humano é prisioneiro de paixões avassaladoras.

Porém, as coisas não são fáceis. Desde o início dos tempos, as famílias e tribos se reuniram para dividir tarefas e para se protegerem melhor dos inimigos. Com isso, algumas práticas, tabus e costumes foram estabelecidos para a convivência mútua, incluindo a repressão de alguns desejos individuais em prol do grupo. A base dessas regras e freios é evitar que as pessoas se matem mutuamente.

O nosso técnico de Service Desk

Então lá está nosso técnico de Service Desk. Acorda às dez horas da manhã, come um croissant, examina seu iPhone 5, pega sua Harley-Davidson e pilota em direção ao serviço.

Infelizmente, esse é o seu sonho. São seus desejos. Ele não consegue vivenciar tal situação. Na realidade, acorda às cinco da manhã para esperar o ônibus sob uma fina garoa. Pega mais duas linhas de metrô até chegar ao local de trabalho. Está amassado, molhado e mal-humorado. Tem quase trinta anos, uma barriga frouxa que resiste a desaparecer. Toma acelerado seu café pingado na padaria, entra no prédio e começa a atender usuários que, via de regra, estão descontrolados emocionalmente e ardem por soluções urgentes para sabe-se lá o quê. Problemas que muitas vezes não são responsabilidade direta do nosso técnico.

Maldição, quanto sofrimento! Que vontade de explodir! Por que tenho essa vida com tantas aflições e dificuldades? E o Neymar, do Santos, que leva aquela vida nababesca?! E tem o curso de inglês à noite; sem tempo para jantar e chegar em casa por volta da uma da manhã.

E quando registro um incidente ao meu estilo, sou xingado porque não segui o processo, essa ordem predefinida, esse regulamento que define quando, onde e como cada ação é efetuada. Isso me deixa de mãos amarradas para um atendimento diferenciado e que me proporcionaria um prazer maior.

Pois é...

Você que me lê pode pensar que o ser humano de hoje controla suas ansiedades, é mais evoluído para o convívio em sociedade do que nossos ancestrais. Talvez não. Freud registra que o primitivo dentro de nós se encontra perfeitamente conservado. Ele faz uma analogia com animais pré-históricos (os dinossauros, por exemplo) que desapareceram com a evolução das espécies (Darwin) e deram lugar aos mamíferos, etc. Mas os crocodilos estão aí feito provas vivas da sobrevivência das coisas mais primárias e primitivas.

Sublimação

Existem algumas formas do ser humano escapar de tanto sofrimento (resultado da eterna luta entre seus desejos e as normas da sociedade). Colocar o prazer em segundo plano, desapegando-nos de nossos desejos e vontades. Assim, se nada queremos (não quero um carro novo, não desejo a mulher do vizinho, não quero a camiseta nova do meu time de futebol, etc.), não será horrível se nada alcançarmos em relação aos nossos desejos. O budismo é uma religião que prega tal maneira de viver. Porém, isso é, praticamente, desistir da vida.

Outra forma de driblar o sofrimento denomina-se sublimação, um mecanismo de defesa que canaliza a energia produzida pela agressividade e aflições para atividades como arte e esporte. Ou para atividade profissional, mas não aquela que optamos realizar por pressão da necessidade (preciso comer, preciso me sustentar, pagar contas, etc.), e sim, por uma escolha soberana.

E o funcionário atrasado?

Prezado novo gestor, dedique-se ao que lhe é mais valioso: pensar. Pare de executar tarefas rotineiras e enfrente seus desafios. Lembre-se de que, dito por Freud, todo ser humano tem uma dose armazenada de agressividade, porque não consegue satisfazer seus desejos em contrariedade com as normas da sociedade.

Como você pode incentivar seu funcionário a extravasar tal energia? Futebol com a galera? Sala de descompressão com videogame? Essas ações talvez produzam efeitos temporários, mas convenhamos que será melhor que nada.

E o principal: dentro de sua empresa, você representa a "civilização". É você que impõe os limites que cada um deve obedecer em relação aos seus desejos pessoais. Ainda que os técnicos fiquem frustrados, para uma convivência pacífica (mas nem por isso menos conflituosa internamente na pessoa), é necessário que todos acatem as normas acordadas, como chegar no horário combinado. ●

Sobre o autor
Roberto Cohen é especialista em suporte técnico. Pós-graduado em Psicologia nas Organizações e também em Dinâmica dos Grupos. Diretor do 4HD, instituição para desenvolvimento gerencial em Help Desk e Service Desk. Autor dos livros "Implantação de Help Desk e Service Desk" e do "Gestão de Help Desk e Service Desk". Palestrante de eventos internacionais, colunista e bloguista sobre assuntos ligados ao tema. Visite www.4hd.com.br/blog.

@Yuri Arcurs

Chefe 1.0 versus Geração Z

Ruim com eles? Ou pior sem eles?

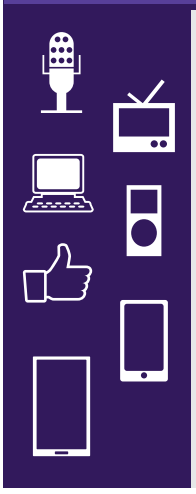
Por Gustavo Gaidzinski

Escrevo este artigo para reforçar a necessidade do entendimento em relação à diferenciação entre os indivíduos, sejam eles seus clientes ou colaboradores. Dessa forma, esse assunto é de interesse de todos, "menos da Luíza, que está no Canadá".

Fiz questão de incluir no final do parágrafo anterior o *meme* que circulou pela internet em janeiro de 2012, o qual colocou uma personagem (neste caso, a Luíza) na lista dos assuntos mais discutidos nas redes sociais. O fato gerou comentários em vários telejornais e chegou até a alavancar algumas publicidades em diversas mídias de empresas de expressão. Empresas como Brascon, Decolar, Yazigi, Ponto Frio, Operadora Claro – por meio do Ronaldo Fenômeno –, Hotel Urbano, TAM, Bradesco e, claro, como não poderia faltar, Magazine Luiza, valeram-se do marketing de oportunidade originado pela movimentação de uma geração que está permanentemente conectada à internet. Tudo isso em menos de 72 horas.

Um exemplo muito claro de que a velocidade de adoção de tecnologia vem aumentando muito nos últimos anos é a comparação do tempo que cada um dos dispositivos abaixo levou para conquistar 50 milhões de usuários:

Tempo para conquistar 50 milhões de usuários:



- Rádio - 38 anos
- TV - 13 anos
- Internet - 4 anos
- iPod - 3 anos
- Facebook - 2 anos
- iPhone3GS - 1 ano
- iPhone4 - 2 dias

Antes de iniciar a discussão, entenda melhor as gerações conforme a época do nascimento.

Baby Boomers

Nascidos a partir do meio da década de 40. O mundo vivia um período pós-Segunda Guerra Mundial e muitos soldados (principalmente americanos) voltavam a suas casas. O que ocasionou uma explosão demográfica, dando origem ao nome Baby Boomers. No Brasil, esta geração viu de perto o início do período de ditadura. Tinha uma educação muito rígida por conta de influências paternas e buscava empregos para seguir uma carreira sólida com grande fidelização ao trabalho. Hoje em dia, pessoas desta geração ocupam posições de presidência e diretoria em muitas empresas.

Geração X

Nascidos a partir da década de 60. Cresceram num Brasil censurado pelo governo militar, mas, nos anos 80, viram o movimento de "Diretas Já" se espalhar pelo País. Nos anos 90, assistiram de casa à queda do primeiro presidente eleito após o período militar. No âmbito corporativo, valorizam muito o cargo que possuem e fazem questão de enfatizar esta posição como mérito. Por terem vivido o período de hiperinflação, pessoas desta geração trabalham muito bem o conceito de reservas monetárias para os tempos de escassez. Apesar de terem vivenciado a abertura tecnológica vivida pelo País, na sua maioria, são resistentes a tecnologias e não buscam a inovação tecnológica com muita frequência.

Geração Y

A geração que nasceu a partir dos anos 80 viveu a sua juventude num país democrático, de economia aberta. Viu o Brasil ser respeitado num cenário internacional com o sucesso do Plano Real e teve o primeiro contato com a internet. Busca no trabalho uma forma de prazer e não aceita tarefas que não tenham a sua participação. Troca de emprego com muita facilidade e não se importa inclusive de mudar para a concorrência. Tem um perfil impaciente e, às vezes, até impulsivo. Deseja promoções frequentes mesmo que em pequenos valores.

Geração Z

Nascidos na metade da década de 90, são conhecidos como nativos da era digital com a internet e as redes sociais, que fazem parte constantemente de sua vida. No cenário mundial, esta geração conheceu o medo do terrorismo e das ameaças ambientais. No Brasil, ela já conheceu um país em destaque internacionalmente, fato este antes restrito ao futebol e às belezas naturais. São considerados os consumidores do futuro. Adoram design e responsabilidade social. Competem por atenção e estão sempre conectados.

Geração Alpha

Nascidos a partir de 2010. Serão conhecidos como "Filhos do Google". Nasceram num cenário econômico desfavorável mundialmente e tendem a ser mais tecnológicos e materialistas que as gerações anteriores.

Seria impossível imaginar um ambiente de trabalho sem uma mistura de todas essas gerações. E as consequências, se não forem tratadas da forma adequada, podem prejudicar o desempenho e a qualidade do atendimento ao usuário. Grande parte dos analistas de atendimento é de jovens que começaram, ou que pretendem começar, uma carreira universitária e são da Geração Z. Lembrando que esta geração tem dificuldades de assimilar os conceitos de hierarquia e não fica confortável em ambientes em que não se sente "bem".

Esse cenário pode se tornar mais difícil caso o gestor da área seja de uma geração diferente (geralmente da geração X ou Y), o qual olha a geração Z muitas vezes como "crianças mimadas". São poucos os gestores de RH que identificam como causa do TurnOver o atrito de geração e, com isso, pouco fazem para remediar a situação. O fato é que as gerações mais antigas tinham o chefe como uma figura "ameaçadora", que gerava medo e que seria o carrasco no caso de uma demissão.

As novas gerações não têm o mesmo medo em relação ao desemprego, visto que elas enxergam um mundo de oportunidades à sua volta. O respeito hierárquico foi transformado para o por merecimento. Os jovens empregados possuem uma mente corporativa em evolução e, por muitas vezes, acham que o emprego é um jogo de videogame em que é possível "morrer" e voltar ao mesmo estágio por várias vezes. O chefe 2.0 não deve mais se impor baseado na hierarquia e sim, conquistar o respeito junto aos subordinados. Fica claro que esses jovens são necessários para uma empresa, pois possuem uma mente muito inovadora e uma linha de raciocínio muito mais rápida, além de estarem atualizados com o mundo on-line que os cercam.

Cabe ao gestor saber "domar" essas pessoas e extrair o seu melhor. Mas esse é um assunto para um próximo artigo. ●

Sobre o autor

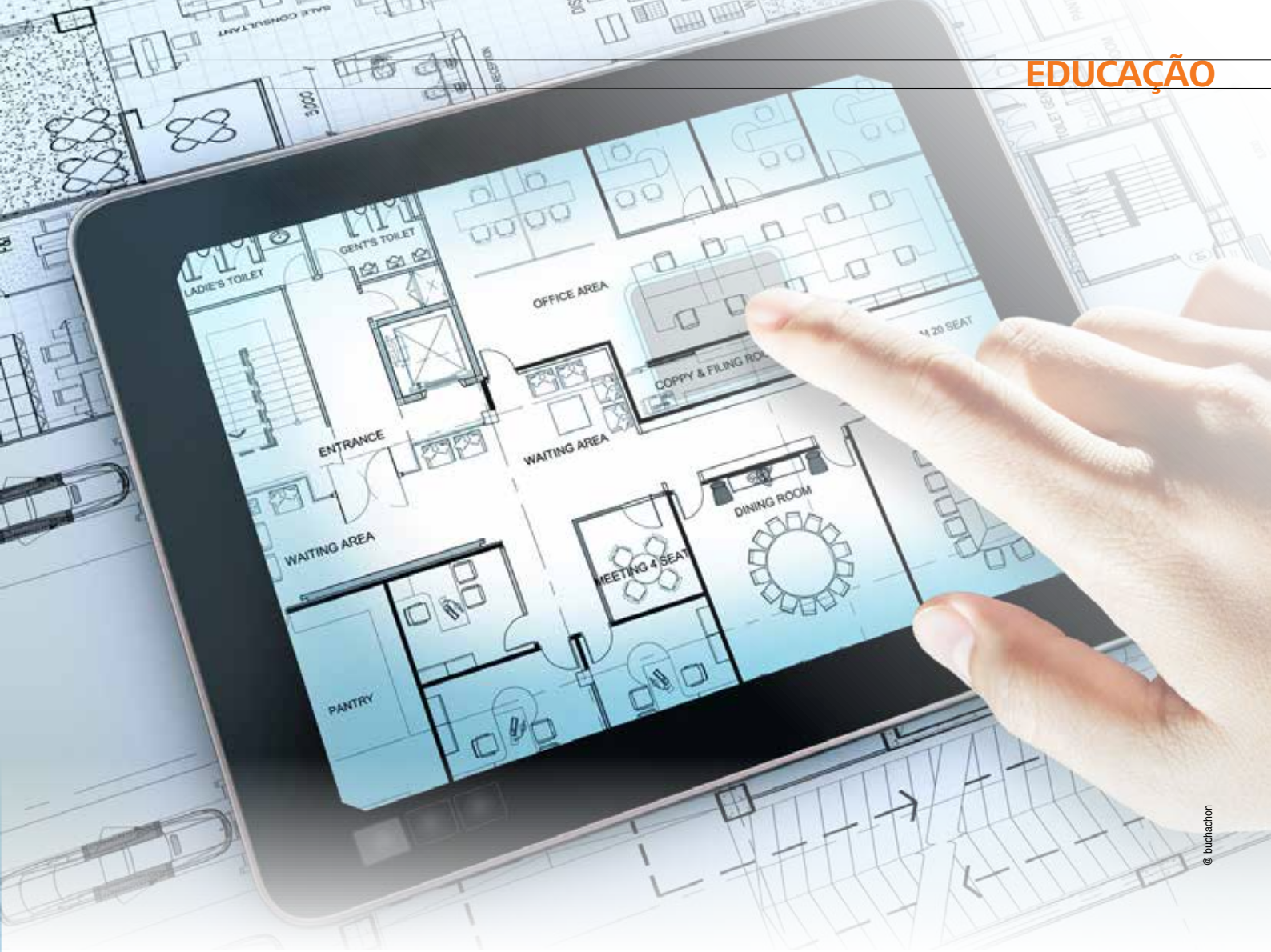
Gustavo Gaidzinski, profissional na área de Tecnologia com 15 anos de experiência em gerenciamento de equipes e projetos de atendimento a usuários e de infraestrutura em grandes empresas, como Itaú BBA, UOL e Angeloni (atualmente em Santa Catarina). Formado em Ciências da Computação, pós-graduação em Redes & Telecomunicações, MBA em TI pela ESPM/SP com extensão internacional na FIU (Florida International University) em Miami.
Certificado em ITIL v2/v3 e MCSO na área de Segurança da Informação.

COMO NÃO DESPERDIÇAR BONS PROJETOS

NOS MOMENTOS DE CRISE?

Por Ricardo Mansur

Divulgação



@ buchachon

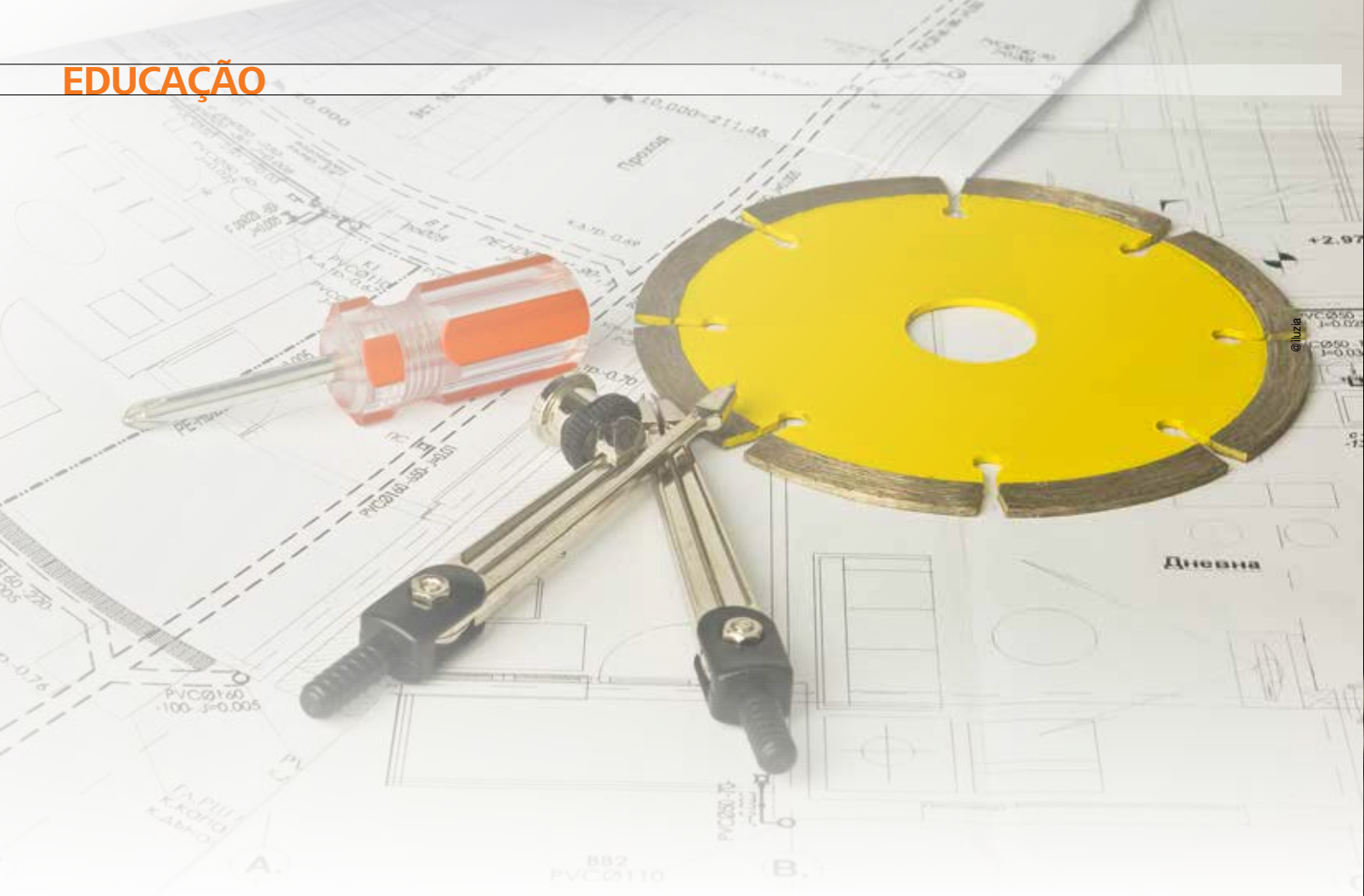
Com o endurecimento da crise financeira mundial em 2012, muitos executivos de TI estão reagindo com cortes equivocados nas equipes e nos projetos. Decisões que podem prejudicar o desempenho das empresas por muitos anos.

Em função da recessão europeia, os CIOs estão cancelando vários projetos, o que impedirá o salto elástico futuro do lucro da empresa. De acordo com projeções dos institutos de pesquisa, o gasto europeu no setor de TI, em euro, crescerá apenas 1,2% em 2012 (nesta pesquisa, houve o cuidado de ponderar o fenômeno de enfraquecimento da moeda local em relação ao dólar no resultado).

A recessão na Espanha, na Grécia, na Itália, em Portugal, na França e no Reino Unido está resultando em contigenciamento de gastos pelos CIOs. Mesmo a Alemanha, Suécia, Noruega, Suíça, Áustria e Europa Central – que estão atravessando um momento econômico em que ainda existe algum crescimento positivo – estão sendo profundamente cautelosas em relação aos gastos. A perspectiva econômica de recessão e crise financeira para a Europa está forçando os CIOs a trabalharem as demandas e as necessidades com redução dos gastos de TI. No entanto, rever os gastos não significa cometer o mesmo erro da crise de 2008 de cortar investimento em projetos rentáveis e deixar perdas e desperdícios "rodando" livremente na infraestrutura. O foco deve ser o investimento do capital e não o valor do custo.

> **"As medidas tomadas pelos bons CIOs para economizar dinheiro consistem em "fazer mais com menos" por meio da simplificação dos projetos"**

As medidas tomadas pelos bons CIOs para economizar dinheiro consistem em "fazer mais com menos" por meio da simplificação dos projetos. Os capacitados CIOs europeus estão, na prática, fazendo a lição de casa que todo bom CIO deve



realizar em momento de crise econômica. Ou seja, trabalhando o investimento produtivo em capital para reduzir os gastos dos projetos pela eliminação das perdas, dos desperdícios e das ineficiências. Esse é o caminho para ser competitivo no futuro. Os bons CIOs europeus estão trabalhando duro e empurrando o corte das ineficiências e dos desperdícios para todas as áreas da empresa pela criação da central inteligente de mobilidade em nuvem. Esse foco alia o benefício da elasticidade à redução do custo existente da infraestrutura. O executivo de TI europeu está enlatando as soluções para ajudar no esforço corporativo para sair da recessão.

Essa alocação dos custos com foco na evolução e qualidade ataca a base da estrutura do orçamento. Mais de 70% das despesas planejadas das empresas estão mudando de paradigma devido aos bons projetos de TI e estão causando um impacto significativo no negócio. A capacidade dessas empresas de preservar e ampliar a quantidade e qualidade dos serviços de valor agregado de TI, via investimento em tecnologia, está pavimentando e sedimentando o caminho da recuperação. A terceirização via nuvem elástica é uma área com enorme potencial de crescimento, pois favorece a tão importante e necessária preservação do caixa durante a recessão, ao mesmo tempo em que diminui as perdas, os desperdícios e as ineficiências. Existe nessa categoria uma enorme oportunidade de crescimento até 2014. Os baixos juros mantidos em mercados, como França, Itália, Espanha e Inglaterra, mostra que a demanda por investimentos ainda é baixa. É preciso alavancar uma taxa de crescimento a patamares superiores, via tecnologia, para compensar as dificuldades geradas pela atual crise de confiança.

As empresas do Reino Unido e também da Alemanha estão em forte avanço quanto à tecnologia em nuvem elástica particular, a fim de combater o quadro recessivo. Várias organizações deixaram para trás o cenário lúgubre pela eliminação das perdas, dos desperdícios e das ineficiências. A alternativa escolhida da elasticidade está tirando a Europa do território do fracasso. O ônus das dificuldades econômicas está sendo superado com a ajuda dos CIOs mais bem preparados. Até mesmo as empresas da Grécia, em forte dificuldade por conta das limitações do euro, estão dando um grande salto para fora da intensa recessão por meio do investimento em tecnologia. O mercado regional europeu para serviços de valor agregado de TI é muito grande (acima de quinhentos bilhões de dólares) e precisa ser preservado e ampliado. A Alemanha e o Reino Unido são os dois principais mercados regionais, com recursos suficientes para alavancar um novo ciclo de desenvolvimento com base na nova TI como um Serviço (do inglês, ITaaS - IT as a Service). ●

Sobre o autor

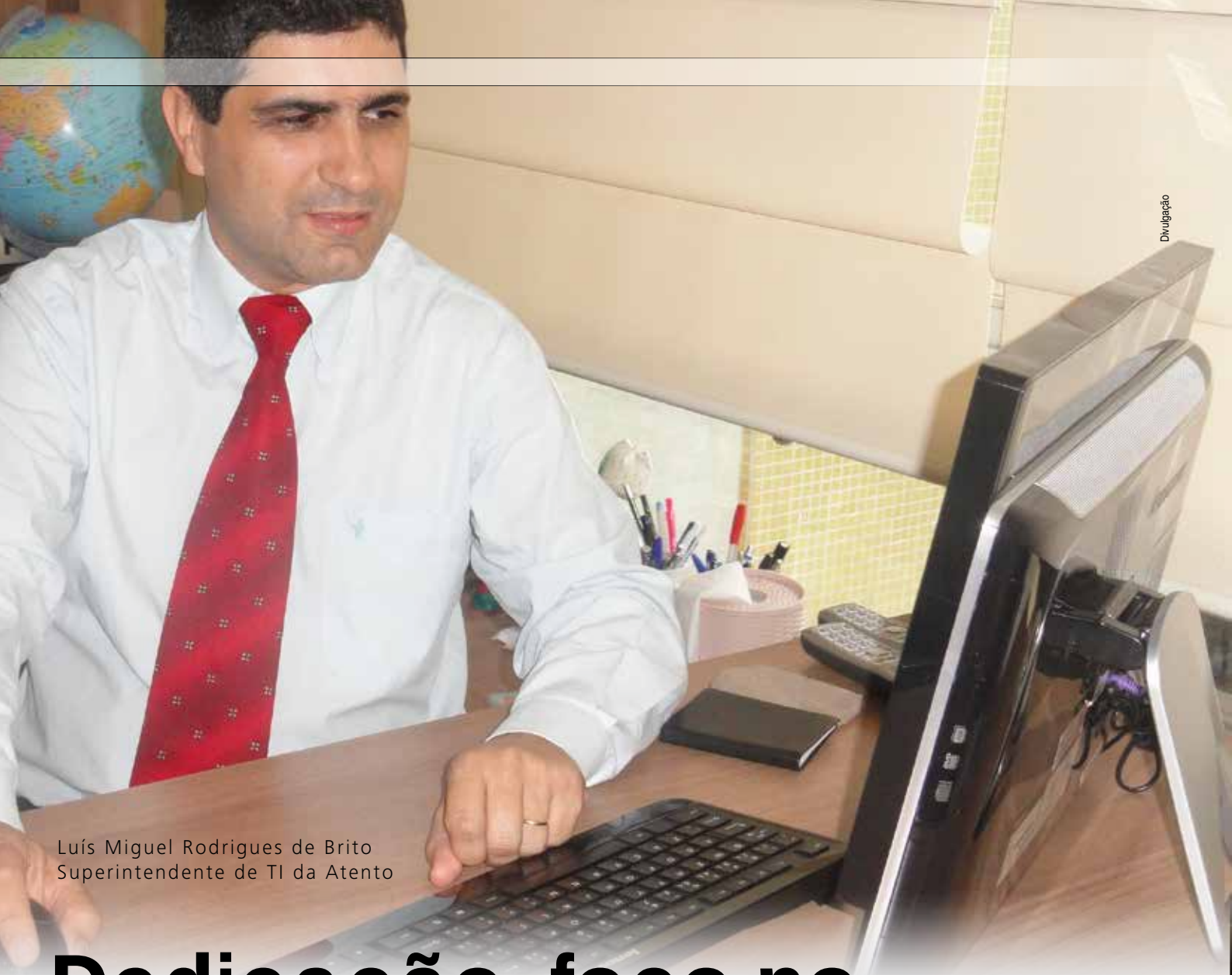
Ricardo Mansur – autor do livro: "Governança dos Novos Serviços de TI na Copa". CPO escritório de projetos para a Copa. Especialista em Governança de TI. Pioneiro do conceito ITaaS no Brasil. Foi um dos primeiros engenheiros atuantes em tecnologia no Brasil a mostrar na prática o retorno de investimento em Tecnologia da Informação e Comunicações. http://itgovrm.blogspot.com. http://twitter.com/itgovrm.

O MANUAL DE COMO FAZER AO SEU ALCANCE!

- Catálogo de Serviços
- SLA, OLAs, UCs...
- Gestão Financeira de TI
- Recrutamento e Retenção de Talentos
- Planos Operacionais e de Negócio
- Tecnologia
- Métricas
- Satisfação dos Usuários

HDI BRASIL
CULTURA DE SERVIÇO AO CLIENTE

Peça já o seu! **falecom@hdibrasil.com.br** ou **(11) 3071-0906**



Divulgação

Luís Miguel Rodrigues de Brito
Superintendente de TI da Atento

Dedicação, foco no cliente e paixão por TI

Características que todos os profissionais devem ter

Por Natalia Gela

Foi quando ainda estava no colégio técnico que Luís Miguel Rodrigues de Brito – superintendente de TI da Atento – se encantou pelo universo de TI. Nessa época, teve a oportunidade de estagiar em uma pequena empresa prestadora de serviços de manutenção para PCs.

Nascido em Serra da Estrela, Portugal, Brito veio ao Brasil com apenas quatro anos de idade. E desde criança já se aventurava com suas invenções eletrônicas. Gostava de inventar carrinhos com luzes, desmontar brinquedos com movimentos, etc. Esse interesse o levou a fazer um cursinho preparatório exclusivo para o colégio técnico. Mas foi apenas quando teve o primeiro contato com a área de Tecnologia, em seu primeiro estágio, que escolheu TI como profissão. "Quando comecei, a área de Informática (como era chamada TI na época) estava em evidência e transformação por conta da abertura de mercado. Eu queria ingressar nesse mercado promissor e, na realidade, acho que era o sonho de muitos jovens daquele tempo que queriam 'mexer' num computador."

Formado pelo Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo como técnico eletrônico, graduado em Análise de Sistemas pela UnG e pós-graduado em Gestão de Qua-

lidade e em Marketing, ambas pelo Mackenzie, Brito considera sua formação como fundamental para a sua vida profissional. "Permitiu que eu evoluísse profissionalmente de acordo com cada passo planejado. É claro que apenas a formação acadêmica clássica não é o suficiente, porque se você quer ter algum diferencial, é preciso buscar certificações e cursos de aperfeiçoamento", explica.

Trajetória

Mas não foram apenas os cursos que contribuíram para o seu crescimento profissional. Sua trajetória no mercado, ocupando diversos cargos que hoje respondem ao seu comando, teve grande importância em sua carreira.

Antes de chegar ao cargo de superintendente de TI da Atento, Brito atuou, em 1988, como técnico de informática em uma das maiores empresas de Outsorcing da época. Foi lá que teve a oportunidade de entrar em contato com diversas áreas, como Service Desk, Field Support, Governança, além de atuar com estruturas de Estoque e Logística. Passou pelos cargos de analista e coordenador, até chegar ao posto de gerente. Em 2005, quando houve uma fusão com outra grande empresa do setor de TI, assumiu toda a área de Field Service. Posteriormente, na posição de executivo sênior, ficou responsável, até o início de 2010, pela área de End User Services. Quando então foi recebido pela Atento Brasil, também no mesmo ano.

Hoje, é responsável por todo o atendimento de Service Desk, Field Support, Monitoração e Operação dos CPDs da empresa.

De acordo com Brito, apenas passando pela maior parte das posições, é possível compreender as dificuldades e saber das necessidades dos profissionais que trabalham com você. "Naturalmente, toda essa bagagem e esse repertório que acumulamos são fundamentais para as atividades cotidianas, ainda mais nas situações críticas – que eventualmente surgem."

Liderança

Sempre contando com o apoio familiar em suas escolhas e decisões, o, hoje, superintendente da Atento acredita que chegar a este cargo foi um processo natural. Brito sempre teve a oportunidade de estar em contato com profissionais que muito o ensinaram, o incentivaram e o apoiaram para estar preparado, mas que, principalmente, acreditaram em seu trabalho.

> *"Para ser um grande profissional, não basta que os outros confiem no seu potencial. É necessário provar que você o tem."*

Para ser um grande profissional, não basta que os outros confiem no seu potencial. É necessário provar que você o tem. Em um episódio que ocorreu no início de sua carreira, quando ainda era técnico, é possível ver a dedicação e o seu espírito 'de fazer o que for preciso para obter a satisfação do cliente', características que contribuíram para o seu sucesso.

"Fui atender um cliente que ficava a cerca de 300 quilômetros de São Paulo. Depois de um dia inteiro de manutenções, o responsável me disse: 'Olha, tem este monitor do presidente que acabou de queimar. Pode ver o que é?'. Eu não tinha peças para fazer o reparo, mas resolvi abrir e vi que era um capacitor estourado. Não hesitei: corri até o carro e arranquei o capacitor que, naquela época, comumente se usava acoplado aos alto-falantes. Troca feita, cliente feliz, presidente satisfeito. E eu voltei os 300 quilômetros com um som horrível!"

Um profissional de sucesso

Para garantir o crescimento profissional na área de TI, é imprescindível estar sempre atualizado, já que é um campo que evolui todos os dias em uma velocidade impressionante. Mas não basta apenas acompanhar as questões técnicas, deve-se, também, estar atualizado em métodos de gestão e governança. "Estar alinhado com o 'Planejamento Estratégico' de TI da organização onde trabalha, conhecer as tendências tecnológicas, dentre outros, são pontos relevantes e desafios para todos que querem vencer."

Segundo Brito, outro ponto importante, não só para o crescimento pessoal, mas ao da empresa, é trabalhar com equipes formadas por profissionais de perfis diferentes, pois pode contribuir para uma maior exploração de situações diversas, gerando diferentes pontos de vista. Mas existem algumas características que todos os profissionais devem ter: dedicação, foco no cliente e paixão por TI.

O setor

Hoje em dia, a área de TI é reconhecida no mundo como parte essencial para o funcionamento e crescimento de qualquer empresa e/ ou setor. No Brasil, o setor ainda está em desenvolvimento. "Acredito que em diversas áreas de TI acompanhamos o desenvolvimento em tempo real com o que acontece de melhor na Europa e nos Estados Unidos. Contudo, ainda falta algum tempo para sermos precursores e não seguidores ou importadores. Temos condições para isso, possuímos excelentes profissionais no Brasil, tanto com especialidade técnica quanto na área de gestão – o que já é um passo muito importante para o sucesso do setor. Aliado a isso, o próprio quadro de evolução econômica e de maturidade dos serviços e da tecnologia em geral, no Brasil, faz com que o setor se destaque e obtenha um crescimento constante e sustentável."

Sobre o Service Desk e serviços de atendimento, o superintendente da Atento vê como um setor bem desenvolvido tecnicamente e que está em pleno crescimento. "Os grandes players fizeram a lição de casa e hoje temos excelentes prestadores de serviços com certificações de peso, que investem em qualidade de serviços e que se posicionam como parceiros dos clientes. Isso gera confiança para quem adquire os serviços e, desta forma, a tendência é o mercado continuar crescendo."

O futuro

Não há como falar em TI sem pensar no futuro, já que uma coisa está diretamente interligada a outra. "Felizmente, essa é uma área que se transforma e evolui a cada dia. Então, para quem gosta desse tipo de cenário, não existe tédio e nem comodismo. Você está sempre recomeçando sem perceber, constantemente achando que o futuro é o que alguém diz ser uma tendência para os próximos anos, mas quando chega lá, percebe que realmente tudo mudou... e o futuro é mais adiante. Sempre!"

APRENDER

É A ÚNICA COISA DE QUE A MENTE NUNCA SE CANSA

Por Onivaldo Roncatti

@stokkete

Você que já é sênior, no fundo, acha que sabe de tudo, pensa que não tem mais nada para aprender?

É necessário lembrar que nem sempre aquilo que o sujeito faz (desempenho ou comportamento), reflete na íntegra aquilo que ele aprendeu (o conhecimento) e, menos ainda, corresponde a uma medida exata do que ele poderia fazer em condições ideais (sua capacidade).

Será que o conceito 'aprender' é hoje o termo correto para tudo o que se tem de informação? Hoje se usa o computador nas salas de aula, em casa, no trabalho, no aeroporto, etc. Não estamos mais livres de informação. E olha, é informação boa e em tempo real, ou seja, acabou de acontecer, já estou sabendo. Mas vou dizer uma coisa... Ai que saudade da época sem celular, sem notebook, sem informática e sem stress – até 1996 para mim –, quando o mundo virou de cabeça para baixo e aí vieram todas estas coisas já citadas. A mobilidade tornou-se parte integrante do indivíduo e perdeu-se a liberdade.

Lembro-me do meu avô, sentado no quintal de sua casa, contando histórias de sua vida, experiências, fantasiando de um jeito que só ele sabia fazer. E nós, netos, sentados, ouvindo com muita atenção e aprendendo. Nem televisão tínhamos, somente rádio – e de péssima qualidade. O jeito era conversar, ler, debater e ouvir, ouvir muito, principalmente os mais velhos, que têm uma biblioteca única e imensa para ensinar ou pelo menos mostrar caminhos melhores ou diferentes.

Eu não posso falar muito, pois comecei a conviver com a tecnologia em 1970, quando fui trabalhar em uma empresa norte-americana. Quero dizer, estou há 42 anos convivendo com a TI, então, para mim, a tecnologia já está integrada ao meu "eu". Eu sou a própria tecnologia ambulante, pois tenho notebook Apple que não desgruda de mim; celular iPhone que é para saber de tudo, até mesmo sobre meus e-mails, quando deixo o note descansando; iPod para ouvir e ver músicas e clipes; telefone sem fio em casa; telefone digital na empresa; caso eu perca tudo isso, tenho um backup de tudo em qualquer lugar do mundo usando arquivos na nuvem. Essa é a liberdade que temos. Paradoxalmente, estamos presos à mobilidade, mas temos a possibilidade de obter ótimas informações em tempo real, então vamos aproveitar, pois aprender é a única coisa de que a mente nunca se cansa.

Perguntas:

1. Você faz parte de toda essa liberdade, preso(a) às mobilidades existentes?
2. Você está preso, sem essas mobilidades modernas?
3. Você consegue lidar com esse paradoxo e ter uma vida normal? ●

Sobre o autor

Onivaldo Roncatti, Graduado em Administração de Empresas pela PUC-São Paulo, é empresário desde 1986, tendo passado por empresas nacionais e multinacionais, assumindo cargos de direção, sempre focado na área de TI. Em 1994, decidiu direcionar seu negócio para a área de ITSM, onde hoje oferece ao mercado projetos de Integração de Soluções, como Governança em TI, Consultoria em Processos e Ferramentas de Gestão de Serviços.

Executando o Centro de Suporte

COMO UM NEGÓCIO DENTRO DO NEGÓCIO

Por Katherine Lord

Em algum momento da vida, todos nós já fantasiamos sobre começar um negócio próprio e, é claro, ter grande sucesso. Gerenciar um Service Desk é muito diferente disso?

Estou sempre dizendo aos meus alunos e clientes que eles precisam gerir seus centros de suporte como um negócio dentro do negócio. Esse é um dos fundamentos da filosofia do HDI, que faz todo o sentido! Mas como fazer isso acontecer?

Início

Imagine que você é um empreendedor e está prestes a começar uma nova empresa. O que você vai precisar para começar?

Primeiro, você vai precisar de uma declaração de visão que articula os valores de sua organização e identifica como você quer que seu negócio seja percebido. A partir da declaração de visão, vem a declaração de missão: O que você quer criar? Como o caminho se desenha? Como você vai chegar lá? Para alcançar a visão e a missão, você vai precisar concretizar a sua estratégia e fazer um planejamento. Nesse ponto, é necessário saber o que precisa ser feito e priorizar e colocar os passos de sua estratégia em ordem.

Em seguida, você idealiza um produto ou um serviço (talvez ambos). É preciso que haja demanda para tudo o que você está oferecendo. Faça uma pesquisa de mercado. Conheça os seus clientes potenciais: Do que eles precisam? O que eles querem? O que eles vão comprar? Quanto eles estão dispostos a pagar?

Para finalizar, defina quem são os stakeholders, investidores ou patrocinadores que estão dispostos a dar uma chance a sua ideia. Pense sobre seus recursos e capacidades, incluindo pessoas, ferramentas, materiais, instalações, etc.

Em operação

Após estar em operação, é necessário que o negócio consiga se manter. Isso quer dizer, crescer o negócio de forma ágil e responsável. Tenha em mente que a única constante é a mudança. Condições de mercado e do negócio vão mudar rapidamente (aquisições, mudanças de estratégia, mudanças econômicas, etc.), então, na administração da sua empresa, é necessário voltar às suas raízes e checar os objetivos iniciais. Essa é uma das chaves para o sucesso operacional, mas é algo que muitas vezes nos esquecemos de pensar quando se trata de gerir um negócio.

INÍCIO	
NEGÓCIO	**SUPORTE**
Visão e missão	• Visão e missão do centro de suporte
Investidores	• Estratégia e planejamento • Liderança de TI e liderança organizacional
Pesquisa de mercado	• Portfólio de serviços (pipeline) e análise de possíveis oportunidades
Conheça os seus clientes	• Focus Group, gerentes de relacionamento, gerentes de nível de serviço
Capacidades	• Treinamento e capacitação
Habilidades financeiras	• Relacionamento e linguagem comum com o departamento financeiro
Competências de gestão	• Experiência e aprendizagem continuada • Contratações qualificadas, treinamento, base de conhecimento • Funções, estrutura, organograma, expectativas
Recursos para PMEs	• Análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças)
Gestão de risco	• Plano de contingência

Por exemplo:

- Finanças: orçamento e financiamento;
- Recursos: capacidades;
- Mercado: demanda contínua, sólida base de clientes, fidelização de clientes e crescimento de marketing;
- Futuro: desenvolvimento de produtos, inovação, melhorias e refinamentos.

Vamos pensar sobre o centro de suporte nesse contexto. Você pode ter se surpreendido por quão semelhante a mentalidade realmente é.

Mesmo se você não estiver em uma situação em que possa começar do zero (ou começar de novo), você ainda pode aproveitar essa estrutura. Por exemplo, se a Visão do seu centro de suporte e declarações de Missão não são claras (ou inexis-

tentes), então as defina. Essas declarações conduzem/orientam tanto em termos estratégicos como operacionais de uma organização. Pense nesse mapa como uma lista de verificação para identificar as coisas que podem ser melhoradas ou consertadas.

Para aqueles que estão no mercado de suporte há algum tempo, a coluna do suporte deve parecer muito, muito familiar. Marketing, métricas, KPIs, melhoria contínua, tudo isto são as melhores práticas para gerir com sucesso um centro de suporte. É fácil cair no modelo reativo de combate. Isso é parte inerente da vida do suporte. Mas é necessário equilibrar com uma visão pró-ativa e de futuro.

Pensando à frente

Considere o seguinte:

- Por que as empresas vão à falência?
- Falta de demanda /clientes;
- Perda de clientes / falta de fidelização;
- Concorrência;

EM OPERAÇÃO	
NEGÓCIO	**SUPORTE**
Orçamento/ financiamento	• Orçamento, financiamento contínuo • Análise de deficiência de competências • Plano de treinamento • Recursos disponíveis
Recursos	• Equipe bem treinada • Plano de carreira
Capacidades	• Treinamento • Educação • A partilha de conhecimento • Habilidade e vontade
Demanda/ necessidade	• Marketing e promoção • Educação • Excelente colaboração com o negócio • Reuniões com o negócio
Clientes(base sólida,fidelização)	• Focus Group, gerentes de relacionamento, gerentes de nível de serviço • Satisfação do cliente • Lealdade do cliente • Relevância
Crescimento	• Focus Group, gerentes de relacionamento, gerentes de nível de serviço • Vendas contínuas
Marketing	• Identificação de oportunidades e avanços • Adequar-se a tendências e oportunidades de mercado • Marketing contínuo • Marketing da proposta de valor
Desenvolvimento de Produto e Inovação	• Adequar-se a tendências e oportunidades de mercado • Atitude pró-ativa • Estratégia • Visão
Melhorias e Refinamentos	• Um plano de serviço contínuo • Kaizen • Medidas, métricas, KPIs
Gestão de risco	• Análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) • Plano de contingência

> “Uma das chaves para o sucesso em suporte é dar um passo atrás e olhar de forma diferente”

- Serviço ruim/ inconsistente;
- Preços não competitivos;
- Oferta deficiente;
- Falta de consciência (marketing, força da marca);
- Falta de inovação, não permanecer atualizado.

Se você não planeja, prevê, antecipa e entende as necessidades futuras de seu ambiente, sua empresa não consegue sobreviver. Vamos voltar para o suporte. Nunca se esqueça: mesmo se você pertencer a um centro de suporte, você pode perder clientes! Todas as opções anteriores podem se aplicar a você também.

Uma das melhores maneiras de evitar o desastre é antecipar e mitigar. Essa é uma gestão de risco.

Mas você já bebeu dessa água. E agora?

Muito do que temos de fazer é educar e nos comunicar com os outros. Para alcançar com êxito a sua Visão, não pode ser apenas a sua Visão. Muito se resume do marketing, do conhecimento e de todo o conceito de valor proposto. Sua nova estratégia deve cultivar essa mentalidade, gerenciar a percepção e ajudar a mudar o pensamento. Sem o reconhecimento do valor, será muito difícil, se não impossível, executar o centro de suporte como um negócio.

Uma das chaves para o sucesso em suporte é dar um passo atrás e olhar de forma diferente: O que é importante? O que estamos tentando fazer? Muitas vezes, ficamos tão atolados nos paradigmas tradicionais que perdemos a perspectiva. Esse novo olhar dá uma visão diferente sobre as coisas. Você pode se surpreender de quanto impulso essa mentalidade pode oferecer! ●

Sobre a autora

Katherine Lord detém inúmeras certificações da indústria, incluindo ITIL Expert v3 e Six Sigma Yellow Belt. Ela também é uma consultora de ITSM experiente e profissional, com experiência em consultoria significativa na educação ITSM / ITIL e espaço de implementação.

HUMOR

André Farias

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

Que tal melhorar seu centro de suporte com até 35% de desconto?

HDI BRASIL
CULTURA DE SERVIÇO AO CLIENTE

CURSOS IN-COMPANY

Aproveite a modalidade de cursos In-company do HDI Brasil e treine com grandes descontos os profissionais da sua empresa sob os melhores conteúdos didáticos do mundo do setor de suporte.

Cursos customizados para você!

Fazemos um trabalho prévio com os gestores de suporte de sua empresa a fim de identificar eventuais deficiências, trabalhar sobre elas durante o curso e potencializar os benefícios a sua operação.

Conquiste benefícios como:

- Aumento do o senso de urgência de sua equipe na solução dos problemas dos clientes de negócio
- Aumento da satisfação dos clientes de negócio com a qualidade de serviço do suporte prestado
- Melhora da imagem da TI perante o negócio
- Aumento da motivação de seus analistas de suporte
- Aceleração na aplicação das melhores práticas em seu centro de suporte

Ligue para (11) 3071-0906 ou envie e-mail para falecom@hdibrasil.com.br e saiba mais sobre os benefícios que a modalidade In-company pode trazer para sua operação de suporte

www.hdibrasil.com.br

DPZ

NO MERCADO DE TI, TER UMA CERTIFICAÇÃO PODE SER UM GRANDE DIFERENCIAL NO SEU CURRÍCULO.

Faça cursos preparatórios para certificações em tecnologia no Senac.

O Senac é modelo quando se fala de cursos preparatórios para as principais certificações de tecnologia do Mercado, como Microsoft, Oracle, Cisco, LPI, PMI, Furukawa, SAP, ITIL/EXIN, HDI, Panduit e Symantec.
O Senac também conta com as melhores parcerias: aplica exames de certificações em parceria com a Pearson VUE e Prometric. Além disso, estimula a vivência profissional, o empreendedorismo e oferece uma infraestrutura de ponta com professores altamente especializados. Por isso, na hora de fazer uma certificação em TI, não pense duas vezes: faça Senac. Você vai descobrir por que o Senac é um multiplicador de chances.

BOLSAS DE ESTUDO:
CONHEÇA CRITÉRIOS ACESSANDO WWW.SP.SENAC.BR/BOLSASDEESTUDO

MULTIPLIQUE SUAS CHANCES

senac
são paulo

0800 883 2000
www.sp.senac.br

Parceiros Tecnológicos:

pdt · Adobe · Autodesk Authorized Training Center · COREL TRAINING PARTNER 2011 · CISCO Networking Academy · UNIVERSITY OF BRIDGEPORT · EXIN · CENTRO TREINAMENTO AUTORIZADO FURUKAWA · HDI BRASIL · W3C · Microsoft Partner Learning · ORACLE · EDUCATION SAP PARTNER SILVER · PMI Registered Education Provider Project Management Institute · PROMETRIC · PEARSON VUE AUTHORIZED TEST CENTER · Symantec.