

Rapport

Sju trinn for å lykkes i å bli mer effektiv IT-support via selvbetjening



Innholdsfortegnelse

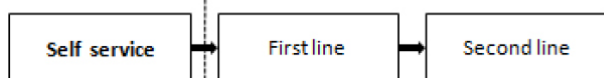
Innledning	Side 3
Trinn 1: Velg målsetting og strategi	Side 4
Riktige målsettinger	Side 4
Kommunikasjon av målsetting og strategi	Side 4
Trinn 2: Forankring i organisasjonen	Side 5
Finn ambassadører i organisasjonen	Side 5
Gi rask tilbakemelding på avkastningen	Side 5
Vis fordelene med den nye arbeidsmetoden hos den bemannede supportavdelingen	Side 5
Trinn 3: Integrere selvbetjening med øvrige supportrutiner	Side 6
Proessorienterte integrasjoner	Side 6
Teknisk orienterte integrasjoner	Side 6
Trinn 4: Velg en Content Manager med ansvar for forvaltning	Side 7
Definer de vanligste spørsmålene	Side 7
Oppdater løpende ved behov	Side 7
Bestem planlagte dager og publiseringspolicyer	Side 7
Trinn 5: Gjør selvbetjeningstjenesten lett tilgjengelig for brukerne	Side 7
En løsning nær problemet	Side 7
Bruk flere innganger til tjenesten	Side 7
Trinn 6: Markedsfør selvbetjeningstjenesten for brukerne	Side 8
La intern markedsføring av selvbetjeningen bli en naturlig del av informasjonsstrategien	Side 8
Bruk allerede fungerende informasjonskanaler	Side 8
Bruk rett terminologi	Side 8
Informert gjentatte ganger og bruk flere kanaler	Side 8
Trinn 7: Mål virkningen og følg opp	Side 9
Mål endringer i servicenivået for brukerne	Side 9
Mål holdningsendringer	Side 9
Mål den økonomiske nytteverdien av investeringen	Side 9
Utnytt erfaringer	Side 10
Oppsummering	Side 11
Om ComAround	Side 12

Sju trinn for å lykkes i å bli mer effektiv IT-support via selvbetjening

Innledning

Mange servicedesker¹ har som mål å øke servicenivået for brukerne sine og/eller redusere kostnadene for å oppfylle foretakets overordnede målsettinger og strategier. En effektiv måte å oppnå dette på, er ved å tilby en form for selvbetjeningstjeneste til brukerne. Selvbetjening fungerer som et filter for enkle og ofte forekommende spørsmål som ellers vil havne hos den bemannede supporten i første linje av supporten.

Selvbetjening i forhold til øvrige supporttyper i en supportorganisasjon



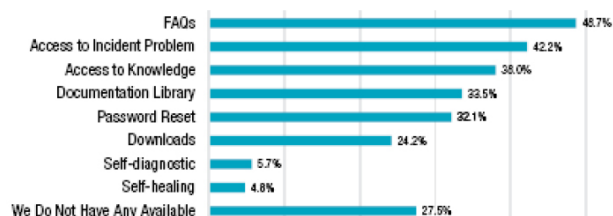
Statistikk fra HDIs årsrapport (Help Desk Institute) for 2008 viser at nesten halvparten (47 %) av supportorganisasjonene i undersøkelsen i dag gjør bruk av selvbetjeningstjenester, såkalte self help tools eller self service tools. 25 % planlegger å anskaffe det i nærmeste fremtid. Studien er basert på 1000 supportorganisasjoner i fem land (hovedsakelig i USA, men også i Canada, Brasil, India og Australia).

Det finnes ulike typer selvbetjeningstjenester, for eksempel FAQ/Vanlige spørsmål, tilgang til Incident Problem, tilgang til kunnskap, dokumentasjonsbiblioteker, passordgjenoppretting, nedlastinger, self-diagnostic og self healing. Ifølge HDIs rapport er den vanligste typen en form for FAQ (49 %). FAQ-er finnes komprimert i sine enkleste former, fra en side på et webområde med de vanligste spørsmålene, til et mer avansert verktøy med søkemotor, statistikk og andre funksjoner for å gjøre ting lettere både for brukere og supportorganisasjoner.



Formålet med dette hvitpapiret er å gi tips om hvordan man på en slagkraftig måte kommer i gang med selvbetjeningen, og hvordan man på lengre sikt skaper fremgang, dels gjennom å øke servicenivået til brukerne, noe som indirekte resulterer i en økonomisk gevinst for foretaket, eller dels gjennom direkte økonomiske besparelser, ved at færre oppgaver håndteres av den bemannede supportavdelingen.

Prosentandelen av selvbetjeningstjenestene som brukes av supportorganisasjonene (HDI-rapport 2008)



¹ Uttrykket «servicedesk» brukes i forskjellige sammenhenger også for «helpdesk» eller kundeservice, og regnes som en slags supportorganisasjon. I denne rapporten brukes betegnelsen «servicedesk».

Sju trinn for å lykkes med en mer effektiv support via selvbetjening

Her presenterer vi sju trinn for hvordan man skaper en mer effektiv IT-support via selvbetjening. Som trinn nr. 1 er det avgjørende at man velger målsettinger og strategier som støtter servicedeskens overordnede målsetting for supporten. Det andre trinnet går ut på at man deretter forankrer målet, nytteverdien og den nye arbeidsmetoden i organisasjonen. Trinn 3 handler om å integrere selvbetjeningen i de øvrige supportrutinene for at den skal bli en del av hele supportprosessen. Trinn 4 innebærer å velge en Content Manager med forvaltningsansvar, for å imøtekomme virksomhetens behov, og for å skape langsiktighet i investeringen. Trinn 5 innebærer å gjøre tjenesten tilgjengelig for brukeren, for å unngå hindringer for bruk av tjenesten. I trinn 6 understrekes viktigheten av å markedsføre de nye supportrutinene for brukerne, slik at de først prøver å løse problemene selv via selvbetjeningen, før de tar kontakt med den bemannede supporten. Det siste trinnet innebærer at man ut fra målsettingen fastsetter nøkkeltall for å følge opp og regne ut investeringsavkastningen.

Sju trinn for oppnå fremgang i selvbetjeningen.



Trinn 1: Velg målsetting og strategi

Når man bestemmer seg for å innføre support via selvbetjening i en organisasjon, er det viktig at man tidlig i prosessen klargjør og bestemmer hva den overordnede målsettingen skal være. Målsettingen bør støtte supportorganisasjonens overordnede supportmål. Da kan man siden evaluere om innføringen har vært vellykket eller ikke, og om den virkelig har vært lønnsom for foretaket.

Hva gjelder webtjenester er det ekstra viktig med en tydelig målsetting og en klar strategi. Ellers havner webtjenestene lett i skyggen av mer håndfaste og synlige funksjoner som f.eks. en bemannet supportavdeling. Det er lettere raskt å bedømme og se verdier som er forbundet med synlige og konkrete tjenester og produkter.

En velfungerende webtjeneste kan med andre ord generere store økonomiske besparelser for et foretak uten at dette merkes, dersom man ikke gjennomfører oppfølging og måling som siden kan kommuniseres ut i organisasjonen. Det er mye vanskeligere å unngå å legge merke til en bemannet supporttjeneste

Riktige målsettinger

Det kan være en utfordring å sette opp rette målsettinger for en selvbetjeningssupport.



Generelt sett pleier man å velge mellom to typer overordnede målsettinger for selve tjenesten: redusere kostnadene eller utvide servicen. Man kan jobbe mot begge målsettingene, dvs. å lykkes med både å redusere de faktiske supportkostnadene og samtidig forbedre servicen gjennom økt tilgjengelighet. Det anbefales imidlertid at man våger å være tydelig og velger én overordnet målsetting før man implementerer selvbetjeningen. Ellers kan det bli vanskelig å måle hvor godt man faktisk lykkes, dvs. å vurdere kostnader opp mot service, samt hvilke aktiviteter som må prioriteres..

Kommunikasjon av målsetting og strategi

Et av de viktigste formålene med å sette opp tydelige målsettinger og strategier er å skape en felles retning for alle som er innblandet i forskjellige nivåer og forskjellige roller i implementering og forvaltning av selvbetjeningstjenesten. Et viktig trinn for å kunne lykkes på lang sikt og øke sannsynligheten for å treffe riktige beslutninger underveis, er å få alle til å forstå og samles om den overordnede målsettingen.

Til hver større beslutning eller problemstilling som dukker opp, kan man spørre seg hvilken beslutning som sannsynligvis i størst grad vil bidra til den overordnede målsettingen. En annen fordel ved at alle kjenner godt til målsettingen, er at beslutninger kan delegeres fortløpende, noe som fører til bedre fleksibilitet og effektivitet i arbeidet med tjenesten.

En riktig målsetting fungerer som en motivasjonsfaktor for de fleste som er involvert og bidrar til at man anstrenger seg for å nå den overordnede målsettingen. Dermed kan målsettingen ha positiv virkning på prestasjonene. Her gjelder det å finne balansen mellom en målbar, men samtidig utfordrende målsetting. Når men begir seg ut på en helt ny arena, kan det være taktisk lurt ikke å sette seg for høye mål til å begynne med, ettersom en scenario der man ikke oppnår målsettingen, ellers kan ødelegge for prosjektet og skape mistillit til hele konseptet. Finn derfor frem til et middels startmål og skap en følelse av fremgang ved å nå målet. Deretter kan du sette opp et høyere mål, ettersom konseptet har bevist at det har livets rett.

EKSEMPEL PÅ OVERORDNET MÅL:

1. Reduser supportkostnadene med kr x i året.
2. Utvid servicen med x flere løste oppdrag uten å øke supportkostnadene.
3. Utvid servicen med x flere løste oppgaver til kr x i økte supportkostnader.

EKSEMPLER PÅ DELMÅL:

1. Reduser kostnadene per løste oppgave.
2. Økt tilgjengelighet døgnet rundt.
3. Øk kundetilfredsheten.
4. Løs flere supportoppgaver.
5. Høyere løsningsgrad på supportoppgavene totalt.
6. Flytt x prosent av alle supportoppgaver til selvbetjening.
7. Flytt x prosent av alle kunnskapsrelaterte

supportoppgaver til selvbetjeningstjenesten.

Trinn 2: Forankring i organisasjonen

Etter at man har valgt mål og strategi for å arbeide med selvbetjening, er det gunstig å gjøre ledelsen og den bemannede supportavdelingen oppmerksom på målsettingen og nytteverdien. Det er ikke nok bare å kjøpe en selvbetjeningstjeneste og implementere den; man må også forankre den i hele organisasjonen. Hvis ikke, risikerer man at tjenesten bare eksisterer, uten at den blir brukt og dermed gir noen verdi til virksomheten.

Finn ambassadører i organisasjonen

For å gjøre det lettere å forankre den nye supporttjenesten i organisasjonen, kan det være gunstig å få med seg nøkkelpersoner som er engasjerte og brenner for utvikling og forandring, og som kan virke som ambassadører. Det kan dreie seg om å finne interesserte og kyndige brukere, såkalte superusers, som kan spre positiv interesse for den nye metoden og tjenesten. Fremfor alt er det viktig å finne ildsjeler blant ledelsen som har autoritet og som kan se nytteverdien ut fra et helhetsperspektiv.

Gi rask tilbakemelding på avkastningen

For å kunne føle seg trygg på investeringen av en selvbetjeningstjeneste og forankre dette først og fremst i ledelsen, kan det være gunstig å gi en rask tilbakemelding om avkastningen. Det kan man for eksempel gjøre ved hjelp av et begrenset pilotprosjekt før lansering i hele virksomheten, eller gjennomføre en avstemming og hente ut en rapport kort tid etter lanseringen for å påvise potensialet og skape tillit (les mer om ROI under trinn 7).

Vis fordelene med den nye arbeidsmetoden hos den bemannede supportavdelingen

Det er også meningsfullt å forankre den nye arbeidsmetoden hos den bemannede supportavdelingen for å unngå negative holdninger, ettersom tjenesten kan koste dem jobben. Her blir det viktig å vise nytteverdien ved hjelp av målbilder og skape delaktighet ved hjelp av for eksempel workshoper og opplæring.

Trinn 3: Integrere selvbetjening med øvrige supportrutiner

Den kanskje viktigste faktoren for langsiktig fremgang er å integrere selvbetjeningssupporten i de eksisterende supportprosessene og rutineene. Dersom man lykkes med å gjøre selvbetjeningstjenesten til en puslebrikke i hele supportsystemet, der både supportagenter og supportbrukere ser verdien og nytten ved selvbetjeningstjenesten, har man skapt gode forutsetninger for også å kunne realisere konkrete økonomiske gevinster ved tjenesten. Begge integrasjonene – den tekniske og den prosessrelaterte – må anses som like viktige, ettersom implementeringen av tjenesten høyst sannsynlig blir mislykket dersom en av dem mangler. F.eks. kan man fra servicedesken og annet hold minne brukerne om å bruke selvbetjeningstjenesten ofte og lenge uten resultater dersom den ikke er teknisk integrert og lett tilgjengelig for brukeren. Motsatt kan tjenesten ha god tilgjengelighet og være godt synlig på intranettet og andre steder, men dersom ingen har informert brukeren om hva slags tjeneste det er snakk om og hvorfor den er nyttig, vil den ikke bli mye brukt.

Proessorienterte integrasjoner

For å integrere selvbetjeningen i den øvrige supporten, bør man gå igjennom de eksisterende prosessene og rutineene for å se hvordan selvbetjeningen kan bidra til en mer effektiv support, slik at selvbetjeningen blir en naturlig del i alle prosesser og rutiner hos servicedesken.

Sett opp retningslinjer slik at servicedesken hjelper brukerne til å bruke selvbetjeningstjenesten ved enklere spørsmål, slik at servicedesken får mer tid til å ta hånd om kompliserte saker. Supportpersonalet kan for eksempel henvise til tjenesten hver gang brukerne ringer etter hjelp. Dette kan gjøres for eksempel ved at man sammen med brukeren løser problemet via selvbetjeningstjenesten, sender løsningen og svaret fra selvbetjeningstjenesten per e-post, eller ved å stille høyere krav og be brukeren først søke i tjenesten selv.

EKSEMPLER PÅ PROESSORIENTERTE INTEGRASJONER:

- Minne brukerne om at de kan få support via selvbetjeningstjenesten i hver telefonisk og elektronisk kontakt med den bemannede supporttjenesten.
- Ha løpende avstemminger med virksomhets-/forretningssiden for å identifisere hvilke behov som finnes og deretter proaktivt utvikle riktig innhold i selvbetjeningstjenesten.
- Sende ut supportveiledninger over e-post direkte fra selvbetjeningstjenesten til supportbrukeren i forbindelse med at man kontakter servicedesken.
- Be brukeren selv søke i tjenesten ved enklere og ofte forekommende spørsmål.

Teknisk orienterte integrasjoner

I enkelte tilfeller kan en enkelt tekstlenke fra intranett fungere fullt ut sammen med riktig informasjon. Det anbefales imidlertid at man prøver å finne flere passende steder å gjøre tjenesten tilgjengelig på, via lenker og webtjenester.

EKSEMPLER PÅ TEKNISKE INTEGRASJONER:

- Å kunne sende inn en serviceforespørsel til oppgavebehandlingssystemet fra selvbetjeningstjenesten.
- Å kunne skape forespørsler om å opprette en bestemt supportveiledning, direkte fra oppgavebehandlingssystemet.
- Lage en søkefunksjon i oppgavebehandlingssystemet som gjør det mulig for supportagenten på en enkel måte å søke i selvbetjeningstjenestens database uten at man trenger å bytte system.
- Loggføre alle løste oppgaver i selvbetjeningstjenesten, slik at de automatisk loggføres som løste oppgaver i oppgavebehandlingssystemet.
- Integrere utvalgte moduler fra selvbetjeningstjenesten på et høyere nivå på intranett, via webtjenesten.

Trinn 4: Velg en Content Manager med ansvar for forvaltning

For å få en langsiktig virkning av investeringen i selvbetjeningstjenesten, bør man utpeke en eller flere personer til å være ansvarlige for å møte virksomhetens behov ved å oppdatere og vedlikeholde tjenesten, såkalte content managers.

Definer de vanligste spørsmålene

For å imøtekomme virksomhetens behov på en proaktiv måte bør en content manager begynne med å definere de vanligste spørsmålene til supportavdelingen, noe som ofte vil resultere i at en stor del av de innkommende telefonsamtalene forsvinner. I enkelte selvbetjeningstjenester finnes det allerede ferdig supportmateriale samt muligheter til å lage egne supportveiledninger tilpasset virksomhetens konkrete behov.

Oppdater løpende ved behov

Content Manager har en viktig oppgave i å oppdatere tjenesten med supportveiledninger ved store lanseringer av ny programvare eller ved oppgraderinger av eksisterende systemer. En annen oppgave er å lese av tjenestestatistikken for de områdene som det er støtte for. (Les mer om måling i avsnittet til trinn 7.)

Bestem planlagte dager og publiseringspolicyer

For å oppnå kontinuitet i forvaltning av tjenesten er det gagnlig å jobbe med planlagte dager og publiseringspolicyer med styleguider som gir retningslinjer for skrivingen.

Trinn 5: Gjør selvbetjeningstjenesten lett tilgjengelig for brukerne

Det er viktig å ta hensyn til tilgjengelighet og adgang når man planlegger implementering av en selvbetjeningstjeneste. En velfungerende strategi som mange bruker, er: Jo mer synlige og jo flere innganger det er til tjenesten, jo bedre er det. Dvs. at det ikke bare handler om å finne et optimalt sted, men snarere om kontinuerlig å finne ut hvilke eksisterende steder man kan bruke for å gjøre det enklere for brukeren å finne tjenesten. Det pleier å være virkningsfullt å finne et tydelig og tilgjengelig sted som brukerne på lang sikt kan lære seg å bruke for å få tilgang til tjenesten.

En løsning nær problemet

En effektiv måte å få brukere til å finne selvbetjeningstjenesten på er å gjøre tjenesten tilgjengelig når det oppstår et behov for support, dvs. direkte fra de programmene som selvbetjeningstjenesten har støtte for. Dersom selvbetjeningstjenesten svarer på de vanligste spørsmålene i forbindelse med et bestemt virksomhetssystem, bør man undersøke muligheten til å lage en direktelenke fra virksomhetssystemet til selvbetjeningstjenesten. Her pleier systemeierne å være gode kontaktpersoner, ettersom de også ser tydelige gevinster ved å implementere en lett tilgjengelig selvbetjeningstjeneste for systemet sitt. Rollen som systemeier medfører ofte et overordnet opplærings- og supportansvar. Denne delen overlates ofte til andre og må gjerne vike for tekniske og praktiske systemspørsmål.

Bruk flere innganger til tjenesten

Generelt sett er det gagnlig å sørge for flere innganger til tjenesten. Hvis man har teknisk utstyr til å kunne måle hvor de fleste brukerne av selvbetjeningstjenesten kommer fra, er det en god måte å bruke for å lære seg hva som fungerer best for akkurat deres brukere.

EKSEMPLER PÅ STEDER DER SELVBETJENINGSTJENESTEN BØR INTEGRERES TEKNISK FOR Å GI BEDRE TILGANG FOR BRUKEREN:

- På intranett: Jo høyere opp i sidehierarkiet, jo bedre.
- Direkte i forskjellige programmer som tjenesten har støtte for.
- På datamaskinens skrivebord eller i en spesiallaget verktøylinje med snarveiknapper.

Trinn 6: Markedsfør selvbetjeningstjenesten for brukerne

En selvbetjeningstjeneste er ikke et «selvspillende piano». Det kan ta tid å få med seg brukerne når man lanserer en radikal forandring av supporthåndteringen. Enkelte brukere vil begynne å bruke selvbetjeningstjenesten fra dag 1, andre trenger hjelp til å komme i gang, mens en tredje gruppe sannsynligvis aldri kommer til å bruke tjenesten. Ved lansering av nye IT-tjenester og ved oppgradering av eksisterende systemer blir behovet tydeliggjort hos brukeren, noe som er en god anledning til å overbevise brukeren om nytteverdien av selvbetjeningen.

La intern markedsføring av selvbetjeningen bli en naturlig del av informasjonsstrategien

For å kunne påvirke brukerne til å bruke selvbetjeningen før de kontakter servicedesken, må man hele tida markedsføre tjenesten. Derfor bør man la den interne markedsføringen av en selvbetjeningstjeneste være en del av informasjonsstrategien til IT- og supportavdelingen. Informer brukeren om tjenesten kontinuerlig, for eksempel via det interne nyhetsbrevet, tidsskriftet, intranett og på informasjonsmøter. Legg gjerne inn en direktelenke til selvbetjeningstjenesten i bunnteksten på e-postmeldinger fra alle som jobber med supportspørsmål. Bruk administratorer og interesserte brukere, såkalte superusers, til å spre kunnskap om tjenesten. Lær dem opp i funksjonene og oppmuntre dem til å være ambassadører for de øvrige brukerne.

Bruk allerede fungerende informasjonskanaler

Bruk først og fremst kanaler som allerede fungerer, til å markedsføre selvbetjeningstjenesten. Et eksempel på et godt forsøk som likevel blir helt mislykket, er situasjoner der man har markedsført selvbetjeningstjenesten tydelig på intranettets forside, og der det siden viser seg at brukerne ikke bruker intranettet i særlig stor grad. Da har man altså et større problem med intranettet generelt, noe som selvfølgelig får store konsekvenser for alle tjenester som man prøver å markedsføre her. I dette eksemplet blir det ekstra viktig at man finner alternative markedsføringssteder og -kanaler.

Bruk rett terminologi

Når man skal beskrive en selvbetjeningstjeneste, står man overfor flere utfordringer. Den største utfordringen er kanskje at brukerne har forskjellig syn på hva selvbetjening er og kanskje bruker forskjellig terminologi for samme ting. Når man for eksempel skriver det følgende på intranettet: "Her finner du vår selvbetjeningstjeneste for IT-spørsmål, som er tilgjengelig døgnet rundt," så er sannsynligheten stor for at brukerne ser for seg helt ulike ting. Derfor må man prøve seg frem for å finne ut hva som fungerer best. Jo tydeligere, enklere og mer beskrivende teksten er, desto bedre er den generelt sett. Dette er rett og slett fordi det fremdeles er et nytt begrep for mange, og da vinner man på ikke å gjøre det for komplisert.

Informert gjentatte ganger og bruk flere kanaler

Det er viktig at man stadig minner brukerne om muligheten til å løse problemer via selvbetjening, ettersom det kan ta tid før brukerne venner seg til det nye supportalternativet. Ofte kan brukerne være vant med å ringe direkte til servicedesken. Les mer om prosessrelaterte integreringer i trinn 3 – «Integrer selvbetjening sammen med øvrige supportrutiner».

Det er også virkningsfullt å bruke flere typer kanaler for å øke markedsføringens påvirkningsgrad. Som mennesker er vi forskjellige, og vi har også i ulik grad lett eller vanskelig for å ta til oss nyinformasjon. Ved å bruke flere forskjellige informasjonskanaler øker man sannsynligheten for at man når ut med budskapet til så mange i målgruppen som mulig.

EKSEMPLER PÅ INFORMASJONSKANALER:

- Som nyheter i forbindelse med at nye IT-tjenester beskrives på intranett, via nyhetsbrev eller via internavisen.
- Utnytt motivasjonen til superusers og interesserte brukere.
- I bunnteksten på utgående e-post fra servicedeskpersonalet.
- Direkte i oppgavebehandlingssystemet som en påminnelse før brukeren registrerer en sak.
- I de autosvarene som oppgavebehandlingssystemet sender til brukerne.
- I servicedeskens telefonsvarer ved kø eller som innledende opplysning.
- Muntlig via opplæring, informasjons- og personalmøter med mer.

Trinn 7: Mål virkningen og følg opp

I nedskjæringstider strammes livreimen, og foretakene fokuserer på kostnadskontroll. I en studie gjennomført av Accenture blant 70 nordiske foretak i 2006 hevder hele 90 prosent av de spurte at de har full kontroll over IT-kostnadene sine, men samtidig oppgir færre enn 10 prosent at de har metoder eller modeller på plass for å følge opp nytteverdien av IT-investeringene. En annen undersøkelse, utført av Öhrlings Pricewaterhouse Coopers blant økonomisjefer i 200 foretak og 200 kommuner i Sverige i 2007, viser at 70 prosent av kommunene og 27 prosent av foretakene ikke har en strukturert oppfølging av større gjennomførte IT-investeringer. Trolig skyldes dette at man ofte ser IT-funksjonen og supportavdelingen som en kostnad istedenfor en inntektskilde. Ved å synliggjøre virkningene og nytteverdien av investeringene, skaper man erfaringer, beslutningsgrunnlag og tillit i organisasjonen.

For å synliggjøre nytteverdien og virkningen av selvbetjeningstjenesten er det viktig at man før lanseringen bestemmer hvilke nøkkeltall man vil måle og følge opp, ut fra de aktuelle målsettingene, og gjennomføre en såkalt nullmåling for å få et utgangspunkt for målingen og hele tiden kunne sammenligne. Denne nullmålingen gjelder servicedeskens totale status, for eksempel antall oppgaver, løsningsprosent, supportkostnader osv., for deretter å se hvordan man ved å innføre selvbetjeningstjenesten lykkes med å forbedre resultatet av bedre service til brukere og reduserte supportkostnader.

Mål endringer i servicenivået for brukerne

Når det gjelder økt service til brukerne handler det om å måle frekvensen av løste oppgaver før og etter innføringen av selvbetjeningstjenesten og bruken av tjenesten når den er lansert i virksomheten. En konsekvens av at selvbetjeningstjenesten blir innført, er at antall løste oppgaver hos supportavdelingen totalt sett øker, dels fordi selvbetjeningen avlastar supporten, og dels fordi flere brukere søker hjelp fordi det finnes flere typer supportmuligheter for å tilfredsstille brukernes forskjellige behov for å tilegne seg kunnskap om hvordan man løser et problem.

Noen foretrekker personlig hjelp, andre vil slippe å sitte i telefonkø og være begrenset til visse åpningstider ved å hjelpe seg selv med trinn-for-trinn-instruksjoner. Flere supportalternativer resulterer ofte i høy IT-modning for foretaket. En annen konsekvens er at supportavdelingens løsningsgrad totalt sett øker etter innføring av selvbetjening. Den synker imidlertid ofte i første linje. Dette fordi de enkelte spørsmålene filtreres bort av selvbetjeningstjenesten før oppgaven når første linje, noe som innebærer at den første linjen tar seg av en større andel kompliserte spørsmål enn tidligere.

NØKKELTALL FOR Å MÅLE DEN UTVIDEDE SERVICEN

* Antall løste oppgaver * Løsningsgrad

Mål holdningsendringer

Det kan være interessant å måle holdningsendringer i organisasjonen, for eksempel via holdningsundersøkelser og KPI-er (Key Performance Indicators). En selvbetjeningstjeneste blir ofte IT og servicedeskens markedsføringsvindu utad, noe som sammen med den nye arbeidsmetoden på lang sikt bidrar til at statusen høynes med forbedret kommunikasjon og samarbeid med virksomheten.

Mål den økonomiske nytteverdien av investeringen

Innføringen av selvbetjeningstjenester gir en anledning til å redusere supportkostnadene. Her blir det viktig å måle nytteverdien med disse typene tjenester i form av tids- og kostnadsbesparelser, samt hvilken avkastning de gir i forhold til investeringen. For å få rask oversikt over hvor kostnadseffektiv support servicedesken leverer, kan man på en enkel måte beregne hvor stor andel av de samlede oppgavene som behandles via selvbetjening, såkalt selvbetjeningsgrad. Her forsøker man å oppnå en så høy selvbetjeningsgrad som mulig for å redusere andelen oppgaver som tas hånd om av den bemannede supporten, som jo er dyrest i drift.

NØKKELTALL FOR Å MÅLE REDUSERTE SUPPORTKOSTNADER

Nytteverdi

* Selvbetjeningsgrad = Oppgaver via selvbetjening / Totale oppgaver hos servicedesken

* Tidsbesparelse hos bemannet support = Tid til å løse oppgaver hos bemannet support – tid for vedlikehold av selvbetjeningstjenesten

* Kostnadsbesparelse = Antall løste oppgaver x timeskostnad for bemannet support / gjennomsnittlig tidsbesparelse per oppgave

Kostnad

* Kostnad for selvbetjeningstjenesten + vedlikeholdskostnad

ROI

* (nytte-kostnad)/kostnad x 100

Tidsbesparelsen som følger av selvbetjeningstjenestene gjør det mulig for den bemannede supporten å ta hånd om mer kompliserte oppgaver, samtidig som de kan jobbe mer proaktivt for å imøtekomme enkle og ofte forekommende spørsmål i organisasjonen.

For å beregne nytteverdien ved selvbetjeningstjenesten er det også interessant å undersøke hvor stor kostnadsbesparelse man oppnår i og med at den bemannede supporten slipper å ta hånd om oppgaver som løses ved selvbetjening. Ofte viser det seg at man hadde trengt å ansette flere for å opprettholde et tilsvarende servicenivå, i og med at antall løste oppgaver øker etter at selvbetjeningen er innført, samtidig som man med tiden pleier å se en generell økning i antall spørsmål fra brukere til servicedesken.

Kostnaden ved å innføre selvbetjeningstjenester pleier å være relativt lav. Det dreier seg om kostnader for selve tjenesten og integrering med andre supporttjenester, samt kostnaden ved å vedlikeholde og løpende oppdatere tjenesten med virksomhetsbestemte veiledninger for å imøtekomme brukernes behov..

Etter å ha beregnet nytteverdien og kostnaden, kan man regne ut avkastningen av investeringen i en selvbetjeningstjeneste (return of investment, ROI). En ROI-kalkyle utført av Nynas AB, et ledende spesialisert oljeselskap med over 900 ansatte, beregnet en avkastning på 376 % det første året (2008) etter lansering av selvbetjeningstjenesten ComAround Self Service™. Dette innebærer at man kan tjene inn investeringen 3,7 ganger allerede det første året.

Nynas ABs ROI-kalkyle av ComAround Self Service™ år 1 (basert på 2008)

Nytteverdi:: 1699 800 SEK

Kostnad: 357 200 SEK

ROI =376%

Utnytt erfaringer

Det er også berikende å utnytte viktige erfaringer fra statistikken over selvbetjeningstjenesten for å bli kjent med virksomhetens behov. Ved å gjøre bruk av brukernes karakterer og stemmegivninger på supportveiledninger får man et klart bilde av hva som må forbedres eller legges til av innhold. Blant enkelte selvbetjeningstjenester har man også anledning til å se hvilke ord og fraser som brukeren har søkt på i søkemotoren, men ikke fått noen treff på, dvs. der brukerne ikke har funnet supportveiledninger som bidrar til å løse problemene deres. Dette kan indikere hvilke behov brukerne har og eventuelle mangler i innholdet, noe som gir en tydelig prioritering av fremtidige veiledninger.

Mål for å bli kjent med virksomhetens behov

* Hvilke søkeord og søkefraser og hvor mange gangerer

Oppsummering

Mange servicedesker bruker selvbetjening for å gi en mer effektiv support til brukerne, og flere supportorganisasjoner planlegger å anskaffe dette i løpet av kort tid. Selvbetjening fungerer som et filter for enkle og ofte forekommende spørsmål som ellers vil havne hos den bemannede supporten.

Formålet med dette hvitpapiret er å gi tips om hvordan man på en slagkraftig måte kommer i gang med selvbetjeningen, og på lengre sikt skaper fremgang. Rapporten presenterer sju trinn for å oppnå fremgang.

Det første trinnet er å velge målsetting og strategi. Rapporten forklarer hvor viktig det er å prioritere og velge en målsetting som best støtter opp om supportavdelingens overordnede målsetting. Ofte deler man de overordnede selvbetjeningsmålsettingene inn i utvidet brukerservice og reduserte kostnader.

Det neste trinnet innebærer å tydeliggjøre målsettingen og nytteverdien ved selvbetjening, slik at de forankres i organisasjonen. Her dreier det seg om å finne ambassadører i organisasjonen som har en brennende interesse for området, både blant ledelsen og brukerne, samt å gi rask tilbakemelding på avkastningen av investeringen ved innføring av selvbetjeningstjenesten. Det anbefales også at man viser fordelene ved selvbetjeningen til den bemannede supportavdelingen ved hjelp av mål bilder og ved å skape delaktighet, slik at man unngår en fiendtlig innstilling, ettersom en selvbetjeningstjeneste kan koste dem jobben.

Trinn 3 innebærer at selvbetjeningen bør integreres med øvrige supportrutiner, både hva gjelder de prosessorienterte og de teknologisk orienterte integreringene. Dersom man lykkes med å gjøre selvbetjeningstjenesten til en del av hele supportprosessen, har man skapt forutsetninger for også å kunne realisere konkrete og langsiktige økonomiske gevinster ved tjenesten.

I trinn 4 handler det om betydningen av å velge content managers, dvs. en eller flere personer som er ansvarlige for å oppdatere og vedlikeholde tjenesten for å imøtekomme virksomhetens behov. For å sikre en langsiktig virkning av investeringen bør man til å begynne med angi de vanligste spørsmålene, noe som ofte resulterer i at en stor del av de innkommende telefonsamtalene forsvinner, samt løpende oppdatere, for eksempel ved å oppgradere eksisterende systemer eller lansere nye, for å skape en langsiktig effekt av investeringen.

I neste trinn drøftes betydningen av å gjøre selvbetjeningstjenesten lett tilgjengelig for brukerne for å redusere antall hindringer mot å bruke den. Her forklares det hvor viktig det er å ha flere innganger til tjenesten og å gjøre tjenesten tilgjengelig der hvor problemer og behov oppstår, dvs. direkte fra de forskjellige programmene som selvbetjeningstjenesten støtter.

Trinn 6 handler om at det kan ta tid å få med seg brukerne når det finner sted en radikal forandring av supporthåndteringen, selv om tjenesten er lett tilgjengelig for brukeren. Rapporten forteller om betydningen av å markedsføre selvbetjeningstjenesten for brukerne og la den bli en naturlig del av informasjonsstrategien. Her snakkes det om å informere om og om igjen i flere kanaler, for eksempel som nyheter i forbindelse med at IT-tjenestene beskrives på intranett, i nyhetsbrev eller i interne aviser. Andre kanaler kan for eksempel være bunnteksten i e-postmeldinger eller i servicedeskens telefonsvarer ved køer og som innledende opplysning. Den største utfordringen kan være å finne riktig beskrivelse av tjenesten, ettersom uttrykket selvbetjening fremdeles er et relativt nytt uttrykk.

Det siste trinnet handler om å måle og følge opp innsatsen som er gjort, sett i forhold til målsettingen, og utnytte viktige erfaringer. Rapporten inneholder eksempler på forskjellige nøkkeltall for å måle det økte servicenivået, holdningsendringer i organisasjonen overfor IT-funksjonen og servicedesken, viktige erfaringer om brukernes behov samt den økonomiske nytteverdien av å innføre selvbetjeningen.

Om ComAround

ComAround er ledende innen kundesupport via selvbetjening og har 20 års erfaring på området. Foretaket har i dag over 500 kunder verden over, for eksempel Ericsson, StatoilHydro, SMHI, Uppsala kommune og svenske Banverket.

ComAround tilbyr tjenesten ComAround Self Service™, som er en webbasert selvbetjeningstjeneste. Nytteverdien er stor ved daglig IT- og virksomhetssupport, ITIL-prosjekter, migrasjoner og IT-opplæring for ansatte. Målet er å hjelpe foretak og organisasjoner med å redusere supportkostnadene og gi brukerne mer service. Konseptet går ut på at selvbetjeningstjenesten gir svar på foretakets mest vanlige spørsmål (FAQ) og at databasen fortløpende oppdateres og fylles opp i samsvar med virksomhetens behov. Med denne tjenesten på plass kan brukerne raskt og enkelt finne svar på spørsmålene sine døgnet rundt og få hjelp til å løse mange av problemene sine uten at de trenger å kontakte en bemannet supporttjeneste.

ComAround Self Service™ inneholder i dag over 100 000 tekst- og videoveiledninger samt tusenvis av små e-læringskurs for for eksempel Office (Word, Excel, PowerPoint og Outlook), Open Office, Lotus Notes, Adobe og GroupWise med mer.

Serviceeskene kan raskt og enkelt legge inn virksomhetsspesifikke veiledninger etter behov via brukervennlige publiseringsverktøy.

For å måle og følge opp sentrale nøkkeltall som for eksempel løste oppgaver, løsningsgrad og kostnadsbesparelse, samt å beregne investeringsavkastningen, kan man lese ut statistikk direkte fra tjenesten.

Sju trinn for å lykkes i å bli mer effektiv IT-support via selvbetjening

Send oss gjerne en e-post på david.a@comaround.com eller ring +47 932 69 280 for å få mer informasjon.

Skribenter:

Per Strand, Executive Vice President
pers@comaround.se

Therese Walve, Online Marketing Manager
therese.w@comaround.se