

به نام خداوند بخشنده مهربان

مدیریت ارتباط با مشتری  
در  
مدیریت سرویس

CRM in Service Management

شرکت مشاور مدیریت و خدمات ماشینی تامین

Payman Khortalab

1<sup>st</sup> June 2010

پیمان خورطلب

یازدهم خرداد ۱۳۸۹

# دلایل به وجود آمدن CRM

نتایج	وسیله تحقق	تمرکز	نقطه آغاز	تفکر	S/D	ردیف
سود از طریق افزایش تولید	تولید زیاد تنوع کم	تولید	کارخانه	تولید گرایی	تقاضا <<< عرضه	۱
سود از طریق افزایش فروش	فروش ، توسعه و ترویج	محصول	کارخانه	فروش گرایی	تقاضا < عرضه	۲
سود از طریق کسب رضایت مشتری	تقسیم بازار، تعریف بازار، هدف گذاری محصول در بازار	شیوه های نوین بازاریابی	نیازهای متعدد مشتری	بازاریابی	تقاضا > عرضه	۳
سود از طریق کسب سهم بیشتر از مشتری و ایجاد وفاداری مادام العمر مشتری	بانکهای اطلاعاتی ، تحلیل های منتج از روندهای رفتاری مشتری	ارزش هر مشتری	نیازهای تک تک مشتریان	ارتباط بلند مدت با مشتری	تقاضا >>> عرضه	۴

# شرایط بازار

## امروز

- \* رقابت زیاد و غیر قابل کنترل
- \* قیمت گذاری رقابتی و تاثیر قیمت‌های جهانی
- \* حق انتخاب و تصمیم‌گیری
- \* کاهش موانع ورود به بازار
- \* ضرورت بالا رفتن سرعت عکس‌العمل و پاسخگویی به مشتری
- \* لزوم رویکرد بهره‌وری و افزایش کارایی
- \* افزایش ریسک در بازگشت سرمایه
- \* کوتاه شدن منحنی عمر محصول
- \* افزایش دانش مشتریان
- \* شرایط اقتصاد باز و رقابتی
- \* ... \*

## دیروز

- \* رقابت کم و قابل کنترل
- \* عدم محدودیت قیمت‌گذاری
- \* شرایط تحمیلی به مشتری
- \* عرصه تنگ برای تازه واردان تجارت
- \* کندی عکس‌العمل و عدم پاسخگویی مناسب به نیازهای مشتریان
- \* بهره‌وری پایین تولید و عدم کارایی
- \* تضمین بی‌دغدغه بازگشت سرمایه
- \* طولانی بودن منحنی عمر محصول
- \* دانش محدود مشتریان
- \* شرایط اقتصاد ثابت و تحت کنترل دولت
- \* ... \*

# مشخصات مشتری هزاره سوم

- دارای دانش زیاد از طریق دسترسی آسان به اطلاعات
- باهوش و شکارچی فرصت
- به دنبال کارایی و دریافت پاسخ سریع
- به دنبال قیمت و شرایط رقابتی بهتر
- انتظار وفاداری از عرضه کننده
- انتظار تطبیق عرضه کننده با خود
- تنوع طلب
- آماده تغییر سریع در تعریف نیازها و انتخاب روش تهیه آنها
- ...

# تعریف ارزش

- خلق ارزش برای مشتریان در ارائه سرویس از طریق فراهم آوردن دو عامل اصلی زیر انجام می شود:

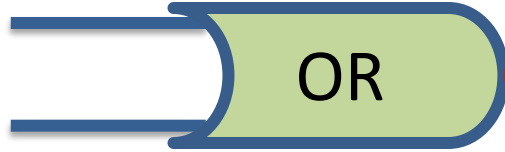
Utility

Warranty

# ارزش (Value)

## Utility

Performance Supported ?  
Constraints Removed?



T/F

## Value

Fit for purpose?

Fit for use?

AND

T/F

Available enough?  
Capacity enough?  
Continuous enough?  
Secure enough?



T/F

## Warranty

# تعریف سرویس

• یک سرویس توانایی انتقال **ارزش** به مشتریان از طریق فراهم کردن خواسته های مورد نیازشان است، بدون اینکه هزینه و ریسک های مربوط به آن سرویس متوجه شان گردد.

- *A service is a means of delivering **value** to customers by facilitating outcomes customers want to achieve without the ownership of specific costs and risks.*



# تعریف مدیریت سرویس

• مدیریت سرویس مجموعه ای از **توانمندی های سازمان یافته به خصوص** است که برای عرضه ارزش به مشتریان و در قالب سرویس استفاده می‌شوند.

- *Service Management is a set of **specialized organizational capabilities** for providing **value** to customers in the form of services.*

# *specialized organizational capabilities*

- People

- Processes

- Products

- Partners

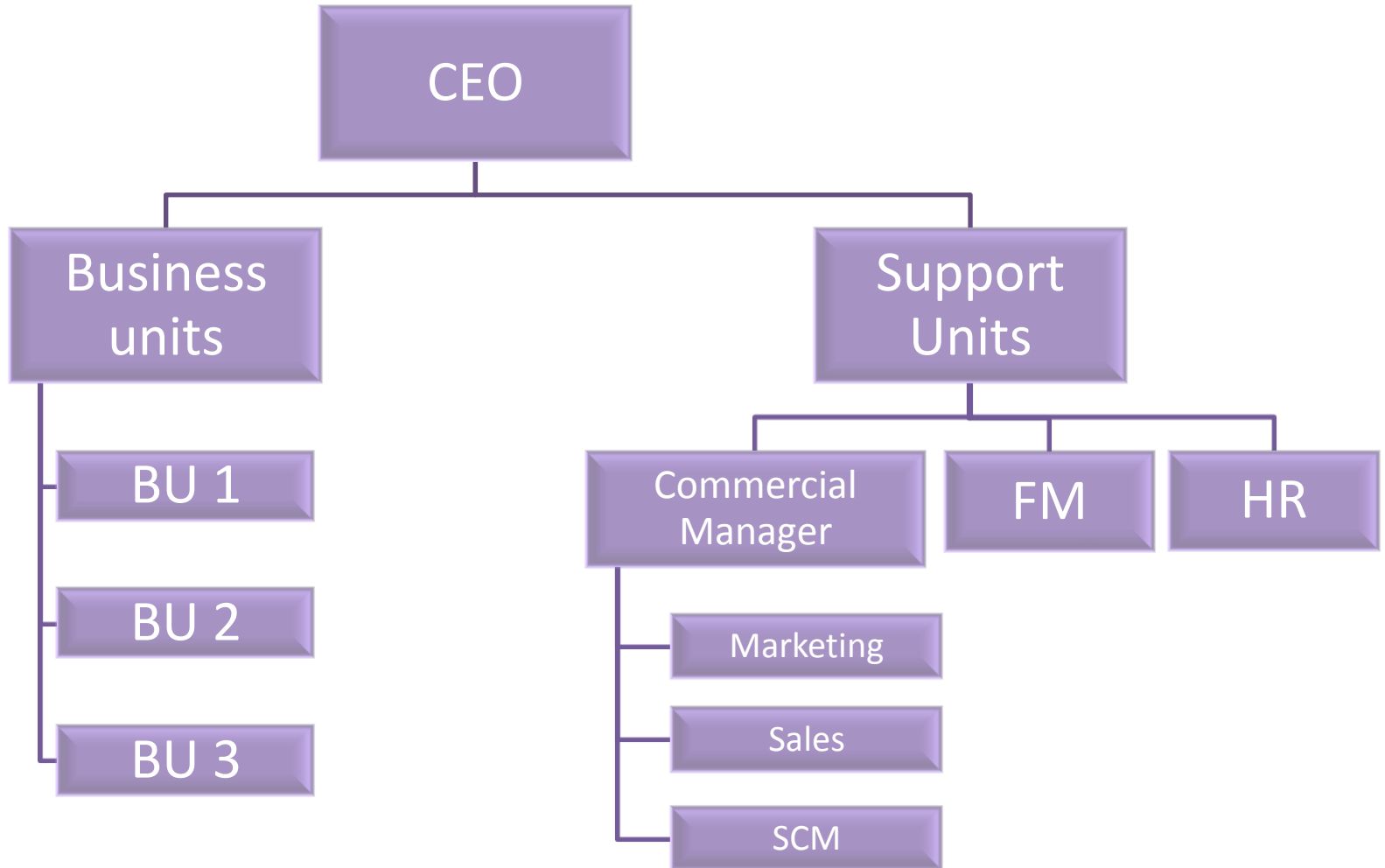
- Process

- Function

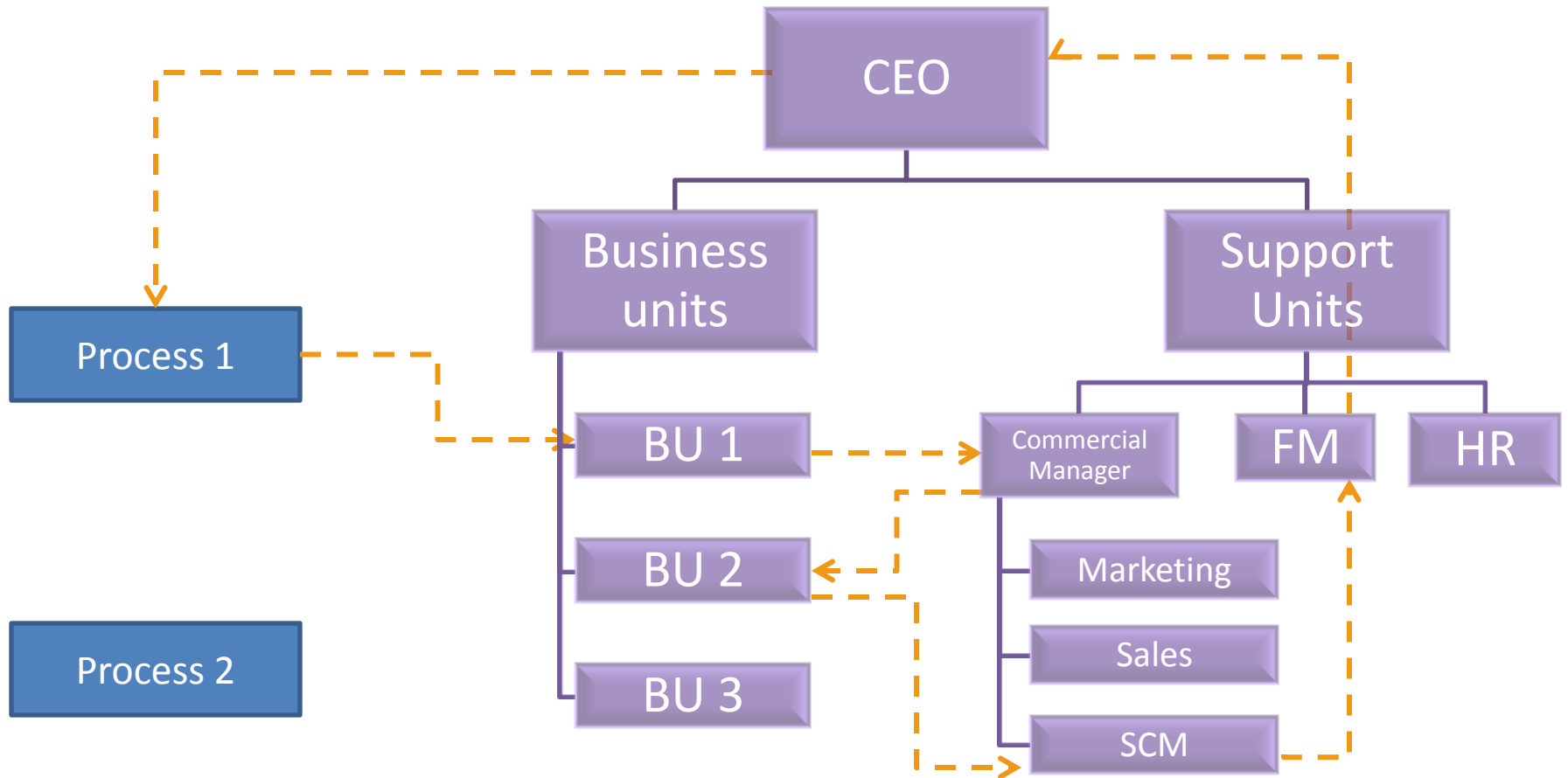
*Components of  
an Organization*

*4P of Service Strategy*

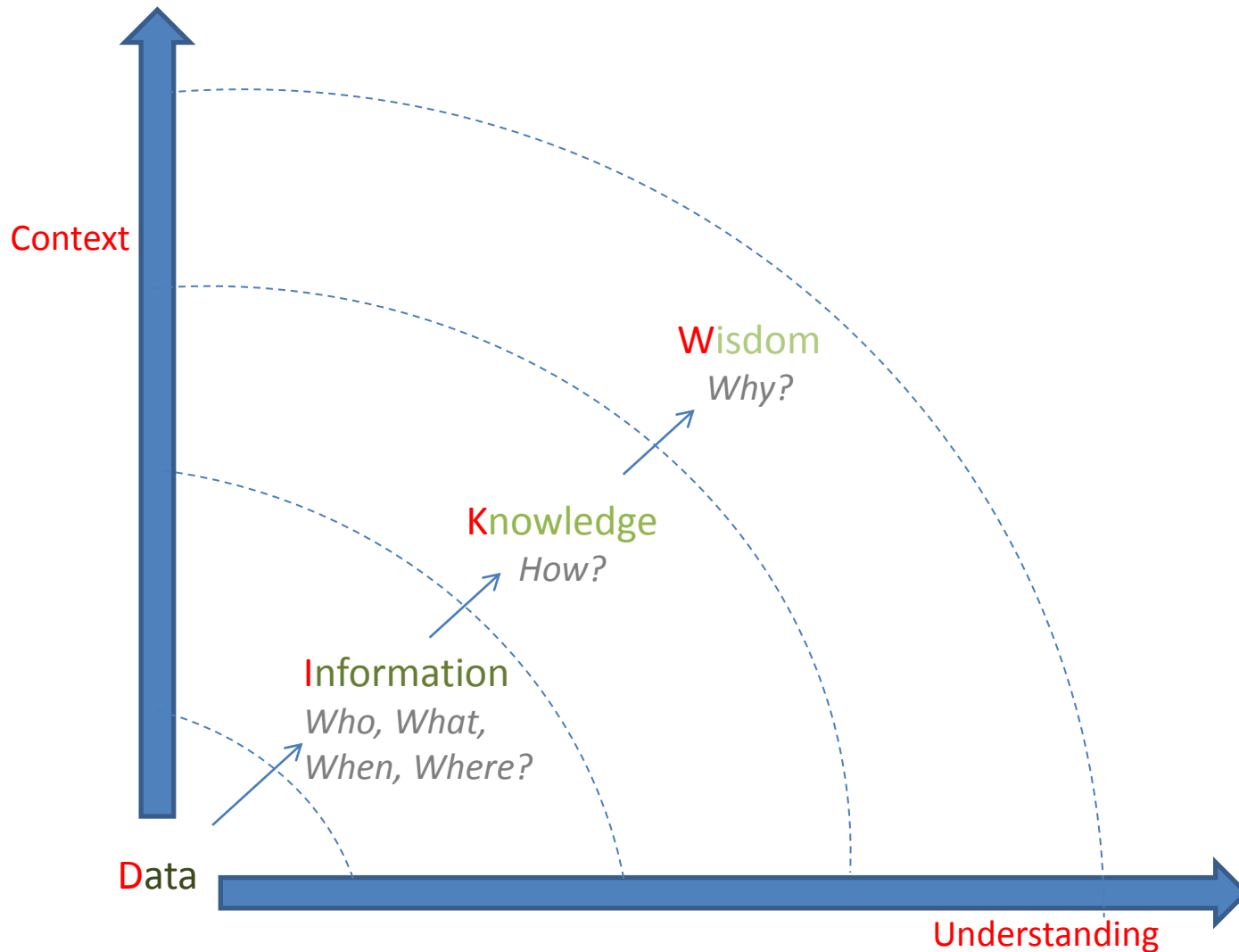
# Vertical Chart (Functions)



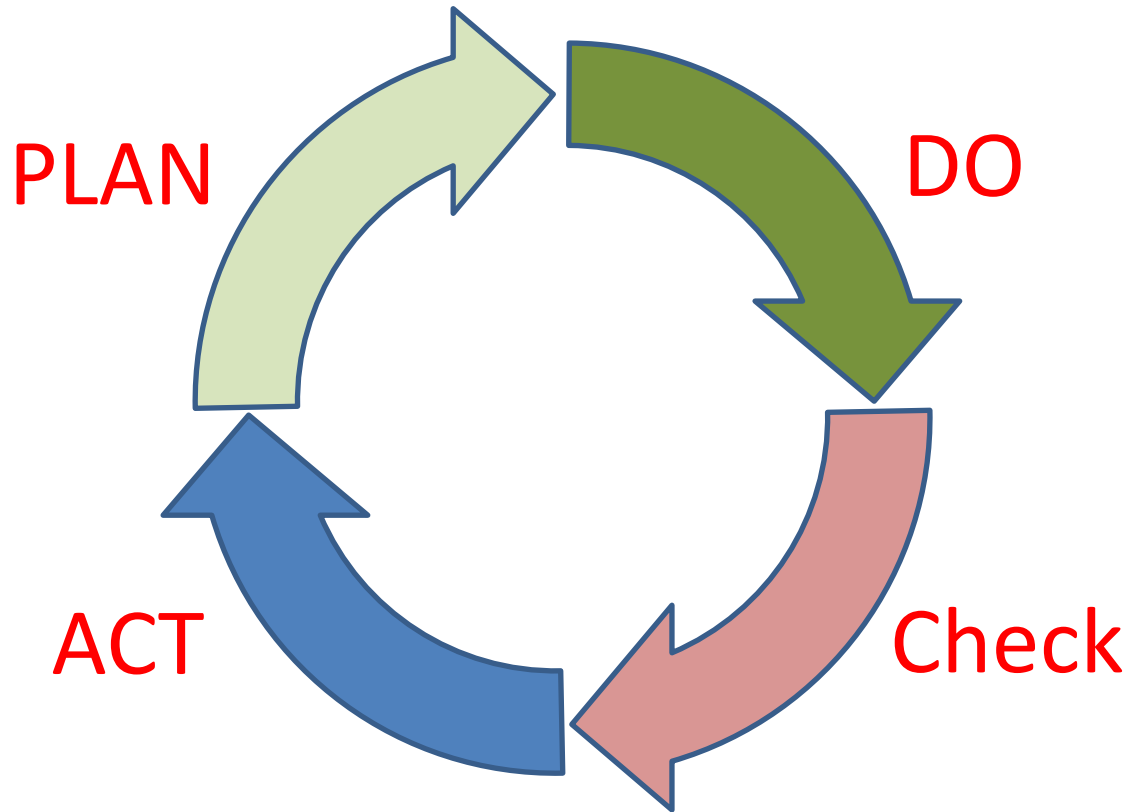
# Horizontal Chart (Processes)



# Data, Information, Knowledge and Wisdom (DIKW)



# Deming Cycle



# 5 Core Processes Area

- Service Strategy
- Service Design
- Service Transition
- Service Operation
- Continuous Service Improvement(CSI)

# Service Lifecycle - Processes

## Service Strategy (Concepts)

- 1 • Strategy Generation
- Service Portfolio Management
- Demand Management
- Financial Management

## Service Transition

- 3 • Transition Planning & Support
- Change Management
- Service Asset & Configuration Management
- Release & Deployment Management
- Service Validation & Testing
- Evaluation
- Knowledge Management

## Continual Service Improvement

- 5 -Service Measurement -Service Reporting -Service Improvement

## Service Design

- 2 • Service Catalogue Management
- Service Level Management
- Capacity Management
- Availability Management
- Service Continuity Management
- Information Security Management
- Supplier Management

## Service Operation

- 4 • Event Management
- Incident Management
- Request Fulfillment
- Problem Management
- Access Management



# CRM for Service Delivery

SPOC

*Single Point of Contact*

# Main Function of Service Delivery



Call Center/Help Desk/Service Desk

# Service Desk

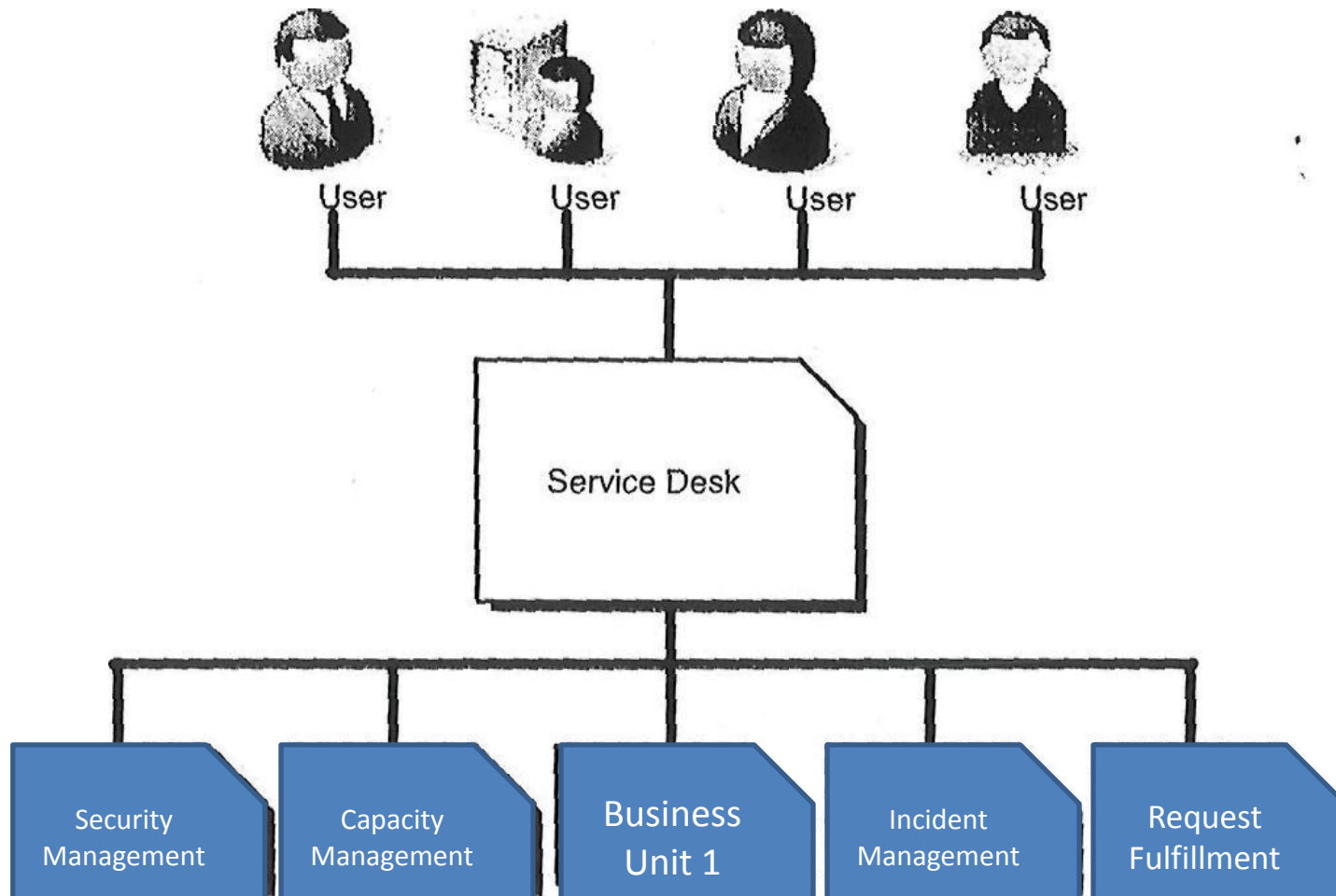
- Primary point of contact
- Deals with all user issues (incidents, requests, standard changes)
- Coordinates actions across the organization to meet user requirements
- Different options (Local, Centralized, Virtual, Follow-the-Sun, specialized groups)



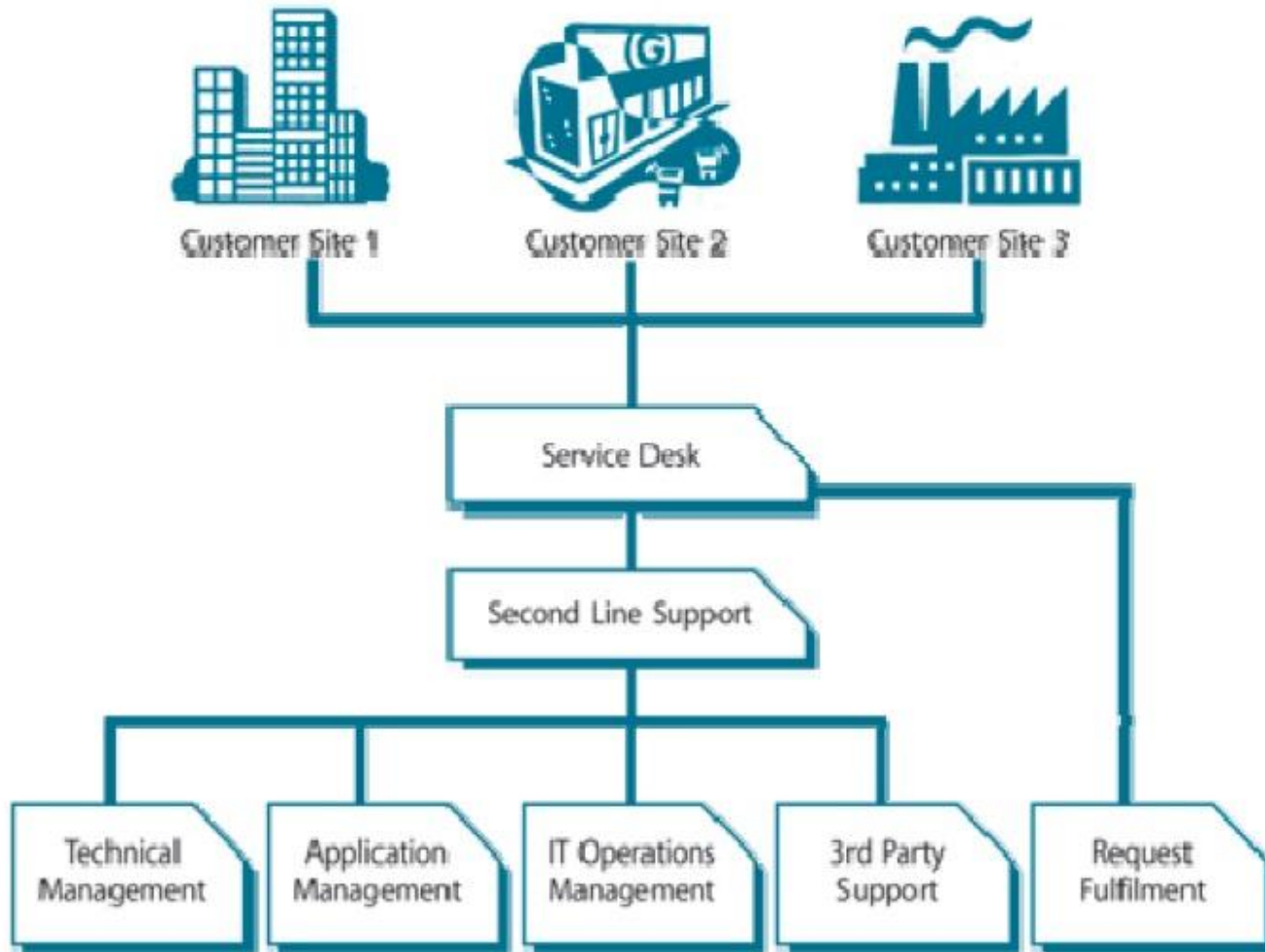
# Service Desk objectives

- Logging and categorizing Incidents, Service Requests and some categories of change
- First line investigation and diagnosis
- Escalation
- Communication with Users and Staff
- Closing calls
- Customer satisfaction
- Update Related Databases if so agreed

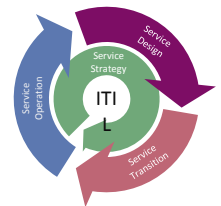
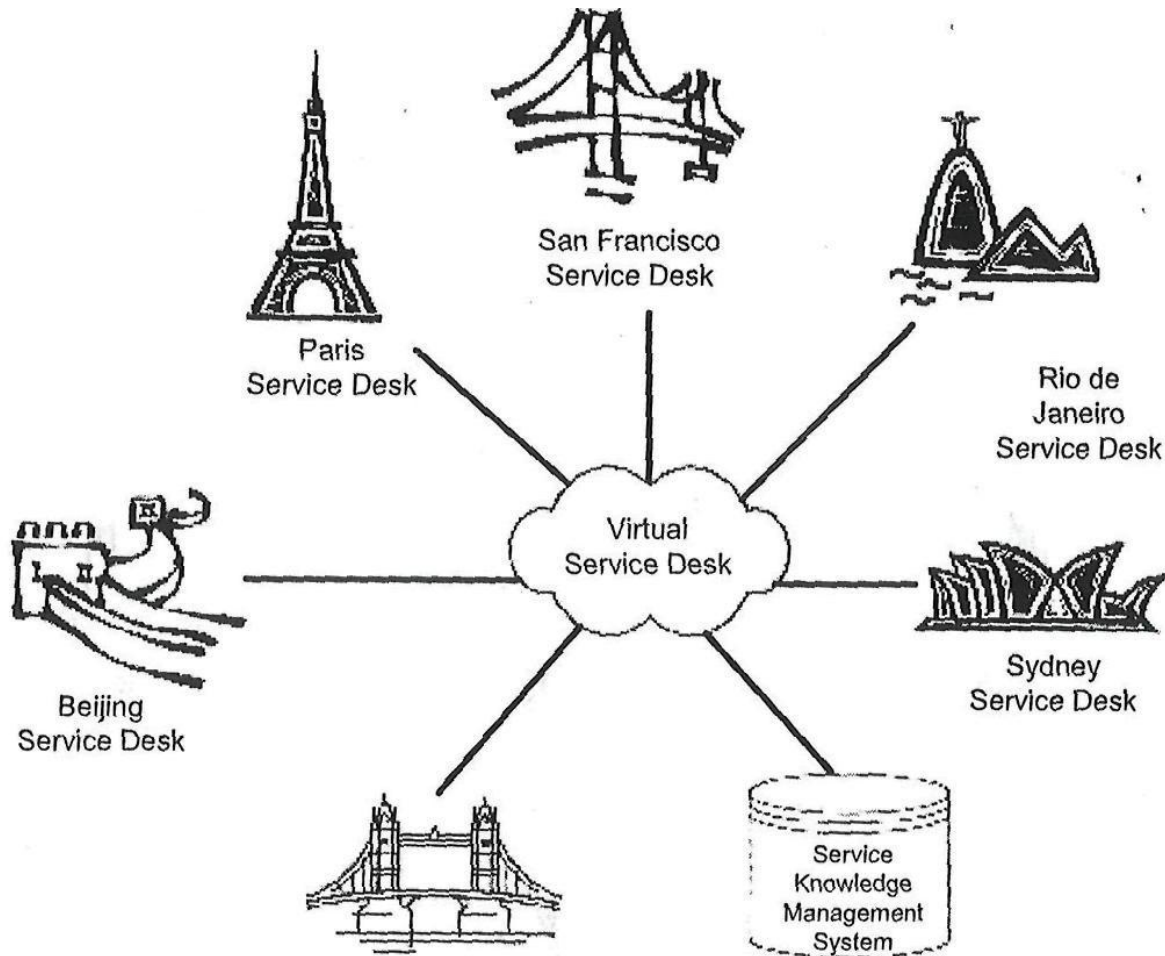
# Local Service Desk



# Centralized Service Desk



# Virtual Service Desk



# Incident prioritization (Example)

- An effective way of calculating these elements and deriving an overall priority level for each incident is given in the simple table below:

		Impact		
		High	Medium	Low
Urgency	High	1	2	3
	Medium	2	3	4
	Low	4	5	6

Priority Code	Description	Target resolution time
1	Critical	1 Hour
2	High	8 hours
3	Medium	24 Hours
4	Low	48 hours
5	Planning	As Planned





# Reference

ITIL V3

# Services and the Service Lifecycle

## ITIL ® v3 Library

- **Service Strategy (SS)**
  - Focuses on service management as a strategic asset
  - Defines standards & policies that will be used to design IT services
- **Service Design (SD)**
  - Creating or modifying services & infrastructure architecture that are aligned to the business needs.
- **Service Transition (ST)**
  - Manages the transition of new or changed services into the production environment
- **Service Operation (SO)**
  - Effectiveness & Efficiency in delivery & support
  - Advice & guidance on all aspects of managing the day-to-day operation of IT services
- **Continual Service Improvement (CSI)**
  - Create & maintain value for customers
  - Plan, Do, Check, Act (PDCA)

○ 5 volumes are the “ITIL Core”  
○ Specifics will be covered in the “ITIL Complementary Guidance”

آرزوی سلامتی و شادگامی

[Khortalab@gmail.com](mailto:Khortalab@gmail.com)