

Whitepaper

Sju steg för att lyckas med effektivare IT-support via självbetjäning



Innehållsförteckning

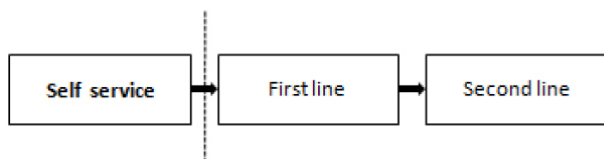
Inledning	Sid 3
Steg 1: Välj mål och strategi	Sid 4
Att sätta rätt mål	Sid 4
Att kommunicera mål och strategi	Sid 4
Steg 2: Förankra i organisationen	Sid 5
Hitta ambassadörer i organisationen	Sid 5
Ge snabb återkoppling på avkastningen	Sid 5
Visa fördelen med det nya arbetssättet hos den bemannade supporten	Sid 5
Steg 3: Integrera självbetjäning med övriga supportrutiner	Sid 6
Processororienterade integrationer	Sid 6
Teknikorienterade integrationer	Sid 6
Steg 4: Välj Content Manager med ansvar för förvaltning	Sid 7
Lägg upp de mest vanligaste frågorna	Sid 7
Uppdatera löpande vid behov	Sid 7
Fastställ schemalagda dagar och publiceringspolicys	Sid 7
Steg 5: Gör självbetjäningstjänsten lättåtkomlig för användaren	Sid 7
Lösningen nära problemet	Sid 7
Använd flera ingångar till tjänsten	Sid 7
Steg 6: Marknadsför självbetjäningstjänsten för användarna	Sid 8
Låt intern marknadsföring av självbetjäning bli en naturlig del i informationsstrategin	Sid 8
Använd redan fungerande informationskanaler	Sid 8
Använd rätt terminologi	Sid 8
Informera om och om igen och använd flera kanaler	Sid 8
Steg 7: Mät effekten och följ upp	Sid 9
Mät förändringar i servicenivån till användarna	Sid 9
Mät attitydförändringar	Sid 9
Mät den ekonomiska nyttan med investeringen	Sid 9
utnyttja erfarenheter	Sid 10
Sammanfattning	Sid 11
Om ComAround	Sid 12

Sju steg för att lyckas med effektivare IT-support via självbetjäning

Inledning

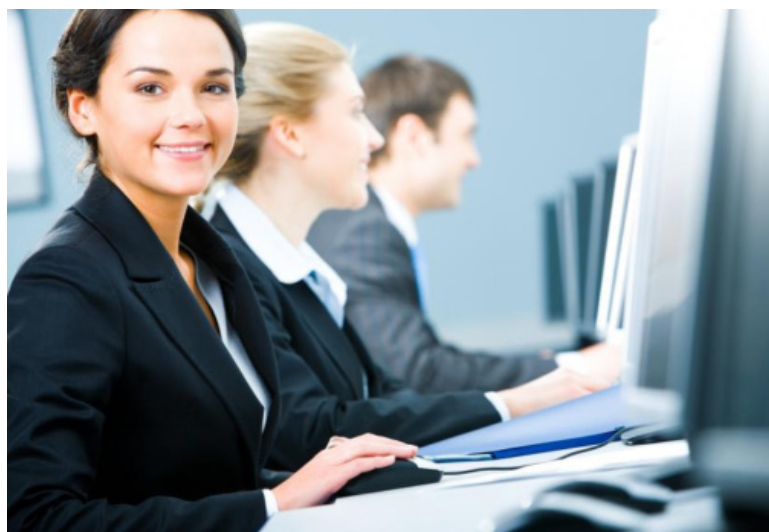
Många Service Desks¹ har som mål att öka servicenivån till sina användare och/eller minska kostnader för att möta företagets övergripande mål och strategier. Ett effektivt sätt att nå detta på är genom att erbjuda någon form av självbetjäningstjänst till användarna. Självbetjäning fungerar som ett filter för enklare och återkommande frågor som annars landar hos den bemannade supporten i first line support.

Självbetjäning i förhållande till övriga typer av support i en supportorganisation



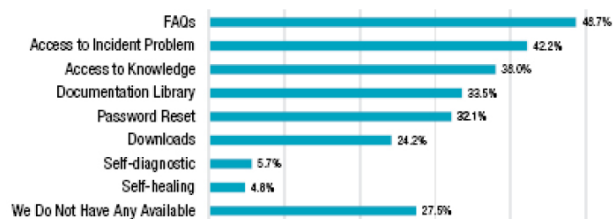
Statistik från 2008 års rapport från HDI (Help Desk Institute) visar att nära hälften (47%) av supportorganisationerna i undersökningen, använder idag självbetjäningstjänster, så kallade self help tools eller self service tools. 25% planerar att skaffa det inom kort. Studien baseras på 1 000 supportorganisationer i fem länder (majoriteten i USA, men även Kanada, Brasilien, Indien och Australien).

Det finns olika typer av självbetjäningstjänster, exempelvis FAQ:er, tillgång till Incident Problem, tillgång till kunskap, dokumentations bibliotek, lösenordsåterställningar, nerladdningar, self-diagnostic och self healing. Den vanligaste typen är enligt HDI's rapport någon form av FAQ:er (49%). FAQ:er finns förpackade i sina mest enkla former, t ex en sida på en webbplats med de vanligaste frågorna, till ett mer avancerat verktyg med sökmotor, statistik och andra funktioner för att underlätta för både användare och supportorganisationer.



Syftet med detta whitepaper är att ge tips på hur du på ett slagkraftigt sätt kommer igång med att arbeta med självbetjäning och hur du långsiktigt skapar framgång, dels genom att öka servicenivån till dina användare vilket indirekt resulterar i en ekonomisk nytta för företaget, eller dels genom direkta ekonomiska besparingar genom hantering av färre ärenden i en bemannad support.

Procent av självbetjäningstjänster som används av supportorganisationer (HDI rapport 2008)



¹ Service Desk benämns i olika sammanhang även för help desk eller kundtjänst, och avses som någon form av supportorganisation. I denna rapport används begreppet Service Desk.

Sju steg för att lyckas med effektivare support via självbetjäning

Här presenterar vi sju framgångsfaktorer för att skapa effektivare IT-support via självbetjäning. Som steg ett är det avgörande att välja mål och strategi som stödjer det övergripande supportmålet hos Service Desk. Det andra steget är att sedan förankra målet, nyttan och det nya arbetssättet med organisationen. Steg tre handlar om att integrera självbetjäning med övriga supportrutiner för att det ska bli en del av hela supportprocessen. Steg fyra innebär att välja Content Manager, med ansvar för förvaltning för att möta verksamhetens behov och för att skapa långsiktighet i investeringen. Steg fem innebär att göra tjänsten tillgänglig för användaren, för att minska hindren att använda tjänsten. I steg sex betonas vikten av att marknadsföra de nya supportrutinerna för användarna, så att de först försöker lösa sina problem själva via självbetjäning innan de tar kontakt med den bemannade supporten. Sista steget innebär att utifrån målet fastställa nyckeltal för att följa upp och räkna på avkastningen av investeringen.

Sju steg för att nå framgång med självbetjäning.



Steg 1: Välj mål och strategi

När man beslutar sig för att införa support via självbetjäning i en organisation är det viktigt att i ett tidigt skede klargöra och besluta om vilket det övergripande målet är. Målet bör stödja det övergripande supportmålet för supportorganisationen. Detta för att sedan kunna utvärdera om införandet har varit lyckat eller inte och om det verkligen bidragit till nytta för företaget.

När det gäller webbtjänster är det extra viktigt med ett tydligt mål och en klar strategi. Webbtjänster hamnar annars lätt i skymundan mot mer påtagliga och synliga funktioner som t ex en bemannad support. Det är lättare att snabbt bedöma och se värden kopplade till synliga och konkreta tjänster och produkter.

En väl fungerande webbtjänst kan med andra ord generera stora ekonomiska besparingar till ett företag utan att detta märks, om inte uppföljningar och mätningar görs och som sedan kommuniceras ut till organisationen. En bemannad support är svår att undgå för någon.

Att sätta rätt mål

Att sätta rätt mål för en självbetjäningssupport kan vara en utmaning.



Generellt brukar man välja mellan två typer av övergripande mål för själva tjänsten, sänka kostnader eller öka servicen. Man kan sträva mot bägge målen, dvs att lyckas både sänka sina faktiska supportkostnader och samtidigt öka servicen genom ökad tillgänglighet.

Rekommendationen är dock att våga vara tydlig och välja ett övergripande mål för införandet av självbetjäning. Ett problem kan annars vara att det blir svårare att mäta hur väl man faktiskt lyckats, dvs att värdera kostnad kontra service, samt vilka aktiviteter som behöver prioriteras.

Att kommunicera mål och strategi

Ett av de viktigaste syftena med att ta fram tydliga mål och strategier är att skapa en gemensam riktning för alla som är inblandade på olika nivåer och i olika roller i införandet och förvaltningen av självbetjäningstjänsten.

Att få alla att förstå och samlas kring det övergripande målet är ett viktigt steg för att lyckas långsiktigt och öka sannolikheten att rätt beslut kommer att fattas under resans gång. I varje större beslut eller frågeställning som dyker upp kan man fråga sig om vilket beslut som förmodligen stödjer det övergripande målet bäst. En annan fördel med att alla känner till målet väl är att beslut löpande kan delegeras vilket leder till en ökad smidighet och snabbhet i arbetet med tjänsten.

Ett rätt uppsatt mål fungerar för de flesta inblandade som en motivationshöjare och bidrar till att man sträcker på sig för att nå det uppsatta målet. Dvs målet kan ha en prestationshöjande effekt. Här gäller det att hitta balans mellan ett nåbart men samtidigt utmanande mål. När man ger sig in på en helt ny arena och spelplan kan det vara taktiskt att inte sätta för höga mål initialt då ett scenario där man inte når målet annars kan sänka projektet och skapa en misstro mot hela konceptet. Hitta därför ett lagom startmål och skapa en framgångskänsla genom att nå målet. Sätt därefter högre mål framåt när konceptet redan är bevisat.

EXEMPEL PÅ ÖVERGRIPANDE MÅL:

1. Sänka supportkostnader med x kr årligen.
2. Öka servicen med x fler lösta ärenden utan att öka supportkostnaderna.
3. Öka servicen med x fler lösta ärenden till x kr ökad supportkostnad.

EXEMPEL PÅ DELMÅL:

1. Sänka kostnaden per löst ärende.
2. Ökad tillgänglighet 24/7.
3. Öka NKI-index (Nöjd Kund Index).
4. Lösa fler supportärenden.
5. Högre lösningsgrad på supportärenden totalt.
6. Flytta x procent av alla supportärenden till självbetjäning
7. Flytta x procent av alla supportärenden till kunskapsrelaterade supportärenden till självbetjäning.

Steg 2: Förankra i organisationen

Efter att man har valt målet och strategin för att arbeta med självbetjäning, är det värdefullt att tydliggöra målet och nyttan hos ledningen och den bemannade supporten. Det räcker inte bara att köpa en självbetjäningstjänst och implementera den, man behöver även förankra detta i hela organisationen. Annars är det risk att tjänsten bara existerar, utan att den kommer till användning och därmed inte ger något värde för verksamheten.

Hitta ambassadörer i organisationen

För att lättare förankra den nya supportmetoden i organisationen, är det givande att få med sig viktiga nyckelpersoner som är engagerade och brinner för utveckling och förändring som kan verka som ambassadörer. Det kan handla om att hitta intresserade och kunniga användare, sk super users, som kan sprida ett positivt intresse för den nya metoden och tjänsten. Det är framförallt viktigt att hitta eldsjälar bland ledningen, som har auktoritet och kan se nyttan ur ett helhetsperspektiv.

Ge snabb återkoppling på avkastningen

För att känna sig trygg i investeringen av en självbetjäningstjänst och förankra detta hos framförallt ledningen kan det vara lämpligt att snabbt ge en återkoppling på avkastningen. Detta genom att exempelvis göra ett avgränsat pilotprojekt innan lanseringen till hela verksamheten, eller göra en avstämning och ta fram en rapport en kort tid efter lanseringen för att påvisa potentialen och skapa ett förtroende (läs mer om ROI under steg sju).

Visa fördelen med det nya arbetssättet hos den bemannade supporten

Det är även betydelsefullt att förankra det nya arbetssättet hos den bemannade supporten, för att undvika fientlig inställning då tjänsten skulle kunna beröva dem jobbet. Här blir det viktigt att visa nyttan med hjälp av målbilder och skapa delaktighet via exempelvis workshops och utbildning.

Steg 3: Integrera självbetjäning med övriga supportrutiner

Den kanske viktigaste framgångsfaktorn långsiktigt är att integrera självbetjäningssupporten i de befintliga supportprocesserna och rutinerna. Lyckas man göra självbetjäningstjänsten till en pusselbit i hela supportpusslet där både supportagenter och supporttagare ser värdet och nyttan med självbetjäningstjänsten har man skapat bra förutsättningar för att också kunna realisera konkreta ekonomiska vinster med tjänsten.

Bägge integrationerna – tekniska och processrelaterade – får anses lika viktiga då avsaknaden av den ena med stor sannolikhet medför en misslyckad implementering av tjänsten. Till exempel kan man från Service Desk och andra håll påminna användaren om att använda självbetjäningstjänsten ofta och länge utan resultat om den inte är tekniskt integrerad och lättillgänglig för användaren. Omvänt kan tjänsten ha god tillgänglighet med en stor synlighet på intranätet och andra platser, men om ingen informerat användaren om vad det är för tjänst och vad den innehåller för nytta kommer användningen bli begränsad.

Processororienterade integrationer

För att integrera självbetjäning med övrig support, bör man gå igenom de befintliga processerna och rutinerna för att se hur självbetjäning kan bidra till effektivare support, så att självbetjäning blir en naturlig del i alla processer och rutiner hos Service Desk.

Måla upp riktlinjer så att Service Desk hjälper användarna att nyttja självbetjäningstjänsten vid enklare frågor, så att Service Desk får mer tid att ta hand om komplexa ärenden. Det kan handla om att den bemannade personalen hänvisar till tjänsten varje gång användarna ringer om hjälp. Detta t ex genom att tillsammans med användaren lösa problemet via självbetjäningstjänsten, maila lösningen och svaret från självbetjäningstjänsten, eller genom att ställa högre krav och be användaren själv först söka i tjänsten.

EXEMPEL PÅ PROCESSORIENTERADE INTEGRATIONER:

- I varje telefon- och mailkontakt med den bemannade supporten påminna användaren om att de kan få support via självbetjäningstjänsten.
- Att ha löpande avstämningar med verksamhets-/affärssidan för att identifiera vilka behov som finns och sedan proaktivt utveckla rätt innehåll i självbetjäningstjänsten.
- Att maila/pusha ut supportguider direkt från självbetjäningstjänsten till supporttagaren i samband med att man kontaktar Service Desk.
- Be användaren att själv först söka i tjänsten vid enklare och återkommande frågor.

Teknikorienterade integrationer

I vissa fall kan en enkel textlänk från intranätet fungera fullt tillräckligt tillsammans med rätt informationsgivning. Rekommendationen är dock att försöka hitta flera lämpliga platser att tillgängliggöra tjänsten på via länkar och web service.

EXEMPEL PÅ TEKNISKA INTEGRATIONER:

- Att från självbetjäningstjänsten kunna skicka in en service request till ärendehanteringssystemet.
- Att direkt från ärendehanteringssystemet kunna skapa förfrågan om att skapa en specifik supportguide.
- Skapa sökfunktion i ärendehanteringssystemet som gör att supportagenten enkelt kan söka i självbetjäningstjänstens databas utan att behöva växla system.
- Logga alla lösta ärenden i självbetjäningstjänsten så att de automatiskt loggas som lösta ärenden i ärendehanteringssystemet.
- Via webbservice integrera valda moduler från självbetjäningstjänsten på högre nivå på intranätet.

Steg 4: Välj Content Manager med ansvar för förvaltning

För att få en långsiktig effekt av investeringen av självbetjäningstjänsten bör man utse en eller fler personer som är ansvariga för att möta verksamhetens behov, genom att uppdatera och underhålla tjänsten, så kallade Content Managers.

Lägg upp de mest vanligaste frågorna

För att proaktivt möta verksamhetens behov bör Content Managern börja med att lägga upp de mest vanliga och återkommande frågorna till supporten, vilket ofta resulterar i att en stor del av inkommande telefonsamtal upphör. I vissa självbetjäningstjänster finns redan färdigt support-material, samt möjligheter att skapa egna supportguider för verksamhetens specifika behov.

Uppdatera löpande vid behov

Content Managern har en viktig uppgift att uppdatera tjänsten med supportguider vid stora utrustningar av nya mjukvaror eller vid uppgraderingar av befintliga system. En annan uppgift är att utläsa från statistiken från tjänsten inom vilka områden som det fattas stöd för användarna (läs mer om mätning i avsnitt steg sju).

Fastställ schemalagda dagar och publiceringspolicys

För att få kontinuitet i förvaltningsarbetet av tjänsten är ett framgångsrikt sätt att arbeta med schemalagda dagar samt publiceringspolicys med styleguides som ger riktlinjer för skrivandet.

Steg 5: Gör självbetjäningstjänsten lättåtkomlig för användaren

Tillgänglighet och åtkomst är viktiga aspekter att ta hänsyn till när man planerar införandet av en självbetjäningstjänst. En fungerande strategi som många använder här är ju synligare och ju fler ingångar till tjänsten desto bättre. Dvs det handlar inte bara om att hitta det optimala stället utan snarare om att kontinuerligt fundera på vilka befintliga platser man kan utnyttja för att göra det enklare för användaren att hitta tjänsten på. Det brukar vara effektivt att försöka ha ett tydligt och tillgängligt ställe som användarna långsiktigt kan lära sig att använda för att komma åt tjänsten.

Lösningen nära problemet

Ett effektivt sätt att få användare att hitta till självbetjäningstjänsten är genom att göra tjänsten tillgänglig när behovet av support uppstår, dvs direkt från de olika applikationer som självbetjäningstjänsten supportar. Om självbetjäningstjänsten svarar på de vanligaste frågorna kring ett visst verksamhetssystem så bör man undersöka möjligheten att tekniskt skapa en direktlänk från verksamhetssystemet till självbetjäningstjänsten. Här brukar systemägare vara bra kontaktpersoner då de också ser tydliga vinster med att implementera en lättillgänglig självbetjäningstjänst för sitt system. I rollen som systemägare ingår ofta ett övergripande utbildnings- och supportansvar. Denna del är många gånger eftersatt och får ofta stryka på foten för tekniska och praktiska systemfrågor.

Använd flera ingångar till tjänsten

Generellt är det bra att sträva efter flera ingångar till tjänsten. Om man har tekniska möjligheter att mäta varifrån de flesta användarna av självbetjäningstjänsten kommer ifrån så är det ett bra sätt att lära sig vad som fungerar bäst för just era användare.

Exempel på platser där självbetjäningstjänsten bör integreras tekniskt för att ge bättre åtkomst för användaren:

På intranätet, ju högre upp i sidhierarkin desto bättre.

Direkt i olika applikationer som tjänsten supportar.

På skrivbordet på datorn eller i ett specialbyggt verktygsfält med snabbknappar.

Steg 6: Marknadsför självbetjäningstjänsten för användarna

En självbetjäningstjänst är inte "ett självspelande piano". Det kan ta tid att få med sig användare när en radikal förändring av supporthanteringen sker. En del användare kommer att ta till sig självbetjäningstjänsten från dag ett, andra behöver hjälp med att komma igång, en tredje kategori kommer förmodligen aldrig att använda självbetjäning. Vid utrollningar av nya IT-tjänster och vid uppgraderingar av befintliga system tydliggörs behovet hos användaren, vilket är ett bra tillfälle att få användaren att se nyttan med självbetjäning.

Låt intern marknadsföring av självbetjäning bli en naturlig del i informationsstrategin

För att påverka användarna att nyttja självbetjäning innan de kontaktar Service Desk behöver man kontinuerligt marknadsföra tjänsten. Låt därför den interna marknadsföringen av en självbetjäningstjänst vara en del av informationsstrategin hos IT- och supportavdelningen. Informera kontinuerligt användaren om tjänsten via exempelvis det interna nyhetsbrevet, tidningen, intranätet och via informationsmöten. Lägg gärna in en direktlänk till självbetjäningstjänsten i sidfoten på e-posten hos alla som jobbar med supportfrågor. Använd administratörer och intresserade användare, så kallade super users, för att sprida kunskap om tjänsten. Utbilda dem i funktionerna och uppmuntra dem att vara ambassadörer för de övriga användarna.

Använd redan fungerande informationskanaler

Använd främst kanaler som redan fungerar i dag för att marknadsföra självbetjäningstjänsten. Ett exempel på ett bra försök som ändå blir helt misslyckat är i de fall där man tydligt på intranätets förstasida marknadsfört självbetjäningstjänsten och där det sedan visat sig att användarna inte använder intranätet i någon större utsträckning. Här har man alltså ett större problem med intra-nätet i allmänhet, som självklart ger stora konsekvenser på alla tjänster man försöker marknadsföra här. I exemplet blir det extra viktigt att hitta andra alternativa marknadsföringsplatser och kanaler.

Använd rätt terminologi

När man ska beskriva en självbetjäningstjänst står man inför flera utmaningar. Den kanske största är att användarna har olika syn på vad självbetjäning är och kanske även använder olika terminologi för samma sak. Dvs det någon ser framför sig när man på ett intranät skriver: "Här hittar du vår självbetjäningstjänst för IT-frågor tillgänglig 24/7", så är sannolikheten stor att användarna ser olika saker framför sig. Här behöver man testa sig fram för att se vad som fungerar bäst. Ju tydligare, enklare och mer beskrivande texten är, desto bättre generellt. Det är fortfarande ett nytt begrepp för många och då vinner man på att inte krångla till det.

Informera om och om igen och använd flera kanaler

Det är viktigt att ständigt påminna användaren om möjligheten att lösa sina problem via självbetjäning, då det kan ta tid för användarna att vänja sig vid det nya supportalternativet. Ofta kan användarna vara vana att ringa direkt till Service Desk. Läs mer om processrelaterade integreringar i steg 3 – "Integrera självbetjäning med övriga supportrutiner".

Det är också effektivt att använda sig av flera typer av kanaler för att öka påverkansgraden av marknadsföringen. Som människor är vi olika och vi har också olika lätt eller svårt att ta till oss information. Genom att använda flera olika typer av informationskanaler ökas sannolikheten att nå ut med budskapet till så många i målgruppen som möjligt.

EXEMPEL PÅ INFORMATIONSKANALER:

- Som nyheter i samband med att nya IT-tjänster beskrivs på intranätet, via nyhetsbrev eller via den interna tidningen.
- Använda super users och intresserade användares motivation.
- I utgående e-post i sidfoten från Service Desk-personal.
- Direkt i ärendehanteringssystemet som en påminnelse innan användaren registrerar ett ärende.
- I de autoreply-svar som ärendehanteringssystemet skickar till användare.
- I Service Desk telefonsvarare vid köer eller som intro.
- Muntligen via utbildningar, informations- och personalmöten med mera.

Steg 7: Mät effekten och följ upp

I besparingstider stramas svångremmen åt och företagen fokuserar på kostnadskontroll. I en studie gjord av Accenture bland 70 nordiska företag under 2006 hävdar hela 90 procent av de tillfrågade att de har full kontroll över sina IT-kostnader, men samtidigt säger sig färre än 10 procent ha metoder eller modeller på plats för att följa upp nyttan av sina IT-investeringar. En annan undersökning, gjord bland ekonomichefer i 200 företag och 200 kommuner i Sverige av Öhrlings Pricewaterhouse Coopers 2007, visar att 70 procent av kommunerna och 27 procent av företagen inte gör någon strukturerad uppföljning av större genomförda IT-investeringar. Troligen är det pga att man ofta ser IT-funktionen och supportavdelningen som en kostnad istället för en intäkt. Genom att synliggöra effekterna och nyttan av sina investeringar, skapar man lärdomar, beslutsunderlag samt förtroende i organisationen.

För att synliggöra nyttan och effekten med självbetjäningstjänsten är det viktigt att innan lanseringen utifrån sina mål fastställa vilka nyckeltal man vill mäta och följa upp, samt göra en så kallad noll-mätning för att få en avstamp i mätningen och kunna jämföra över tiden. Denna nollmätning avser Service Desks totala status, som exempelvis antal ärenden, lösningsgrad, supportkostnader osv, för att därefter se hur man med hjälp av införandet av självbetjäningstjänsten lyckats förbättra resultatet av ökad service till användare och minskade supportkostnader.

Mät förändringar i servicenivån till användarna

När det gäller ökad service till sina användare handlar det om att mäta frekvensen av lösta ärenden före och efter införandet av en självbetjäningstjänst och användningen av tjänsten när den har lanserats i verksamheten. En konsekvens av införandet av självbetjäningstjänster är att antalet lösta ärenden ökar totalt sätt hos supporten, dels pga att självbetjäning avlastar supporten, dels pga att fler användare söker hjälp genom att det finns fler typer av supportmöjligheter för att tillfredsställa användarnas olika behov att ta till sig kunskap på för att lösa ett problem.

En del vill ha personlig hjälp, andra vill slippa sitta i telefonkö och vara begränsad till vissa öppettider genom att hjälpa sig själv med "steg-för-steg" instruktioner. Flera supportalternativ resulterar ofta i en hög IT-mognad i företaget. En annan konsekvens är att supportavdelningens lösningsgrad totalt sätt ökar efter införandet av självbetjäning, dock sjunker den ofta i first line. Detta pga att de enkla frågorna filtreras bort av självbetjäningstjänsten innan ärendet når first line, vilket innebär att first line tar hand om en större andel komplexa frågor än tidigare.

NYCKELTAL FÖR ATT MÄTA ÖKAD SERVICE

* Antal lösta ärenden * Lösningsgrad

Mät attitydförändringar

Det kan vara intressant att mäta attitydförändringar i organisationen, via exempelvis attitydundersökningar och KPI:er (Key Performance Indicators). En självbetjäningstjänst blir ofta IT- och Service Desks marknadsföringsfönster utåt, vilket på lång sikt tillsammans med det nya arbetssättet bidrar till att statusen höjs med en förbättrad kommunikation och samarbete med verksamheten.

Mät den ekonomiska nyttan med investeringen

Genom införande av självbetjäningstjänster finns möjlighet att minska supportkostnader. Här blir det viktigt att mäta nyttan med dessa typer av tjänster i form av tids- och kostnadsbesparingar, samt vilken avkastning de ger i förhållande till investeringen. För att få en snabb överblick hur kostnads-effektiv support Service Desk ger, kan man på enkelt sätt beräkna hur stor andel av alla ärenden som sker via självbetjäning, så kallad självbetjäningsgrad. Här strävar man efter att ha så hög självbetjäningsgrad som möjligt, för att minska andelen av ärenden som tas hand av den bemannade supporten, som är mest kostsam.

NYCKELTAL FÖR ATT MÄTA MINSKADE SUPPORTKOSTNADER

Nytta

* Självbetjäningegrad = Ärenden via självbetjäning / Totala ärenden hos Service Desk

* Tidsbesparing hos bemannad support = Tid att lösa ärenden hos bemannad support – tid för underhåll av självbetjäningstjänsten

* Kostnadsbesparing = Antal lösta ärenden x timkostnad för bemannad support) / genomsnittlig tidsbesparing per ärende

Kostnad

* Kostnad för självbetjäningstjänsten + underhållskostnad

ROI

* (Nytta-Kostnad)/Kostnad x 100

Tidsbesparingen som åstadkoms via självbetjäningstjänster gör det möjligt för den bemannade supporten att ta hand om mer komplexa ärenden, samtidigt som de kan arbeta proaktivt för att möta de enkla och återkommande frågorna i organisationen.

För att beräkna nyttan med självbetjäning är det även intressant att undersöka hur stor kostnadsbesparing man får då den bemannade supporten slipper ta hand om de ärenden som sker via en självbetjäningstjänst. Ofta visar det sig att man skulle ha behövt anställa fler för att bibehålla motsvarande servicenivå, i och med att antal lösta ärenden ökar efter införandet av självbetjäning samtidigt som man med tiden brukar se en generell ökning av antalet frågor från användare till Service Desk.

Kostnaden för att införa självbetjäningstjänster brukar vara relativt låga. Det handlar om kostnader för själva tjänsten och integrering med andra supporttjänster, samt kostnad för att underhålla och uppdatera tjänsten löpande med verksamhetsspecifika guider för att möta användarnas behov.

Efter att ha kalkylerat nyttan och kostnaden, kan man räkna fram avkastningen på investeringen av en självbetjäningstjänst (Return of Investment, ROI). En ROI-kalkyl gjord av Nynas AB, ett ledande oljebolag inom specialisering med över 900 anställda, kalkylerade en avkastning på 376% under första året (2008) efter en lansering av självbetjäningstjänsten ComAround Self Service™. Detta innebär att man kan få igen sin investering 3,7 ggr redan första året.

Nynas AB's ROI kalkyl av ComAround Self Service™ år 1 (baserat på 2008)

Nytta: 1699 800 SEK

Kostnad: 357 200 SEK

ROI =376%

utnyttja erfarenheter

Dra nytta av lärdomar Det är även berikande att via statistiken från självbetjäningstjänsten dra nytta av viktiga lärdomar för att lära känna verksamhetens behov. Genom att ta del av användarnas betyg och röster på support-guider får man en tydlig bild på vad som behöver förbättras eller läggas till i innehållet. Bland vissa självbetjäningstjänster finns det även möjlighet att se vilka ord och fraser som användaren har sökt på i sökmotorn men inte fått någon träff på, dvs där användare inte hittat supportguider som hjälper till att lösa deras problem. Detta kan ge en indikation på vilka behov användarna har och eventuella luckor i innehållet, vilket ger en tydlig prioritering av kommande produktioner av guider.

Mäta för att lära känna verksamhetens behov

* Vilka sökord och sökfraser och hur många gånger

Sammanfattning

Många Service Desks använder självbetjäning för att ge effektivare support till sina användare och fler supportorganisationer planerar att skaffa det inom kort. Självbetjäning fungerar som ett filter för enkla och återkommande frågor som annars landar hos den bemannade supporten.

Syftet med detta whitepaper är att ge tips på hur man på ett slagkraftigt sätt kommer igång med att arbeta med självbetjäning och skapa långsiktig framgång. Rapporten presenterar sju framgångsfaktorer.

Första steget är att välja mål och strategi. Rapporten resonerar kring hur viktigt det är att prioritera och välja ett mål som bäst stödjer det övergripande supportmålet. Ofta delar man upp de övergripande självbetjäningens målen i att öka service till användarna och minska kostnader.

Nästa steg innebär att tydliggöra målet och nyttan med självbetjäning så att det förankras i organisationen. Här talas det om att hitta ambassadörer i organisationen som har ett brinnande intresse för området, både bland ledning och också användare, samt ge en snabb återkoppling på avkastningen i investeringen i införandet av en självbetjäningstjänst. Det rekommenderas även att visa fördelen med självbetjäning hos den bemannade supporten via målbilder och genom att skapa delaktighet, för att undvika fientlig inställning då en självbetjäningstjänst skulle kunna beröva dem jobbet.

Steg tre innebär att självbetjäning bör integreras med övriga supportrutiner, både vad gäller de processorienterade och teknikorienterade integreringarna. Lyckas man göra självbetjäningstjänsten till en del i hela supportprocessen, har man skapat förutsättningar för att också kunna realisera konkreta och långsiktiga ekonomiska vinster med tjänsten.

I steg fyra handlar det om vikten av att välja Content Managers, dvs en eller fler personer som är ansvariga för att uppdatera och underhålla tjänsten för att möta verksamhetens behov. Som start bör man lägga upp de mest vanligaste frågorna som ofta resulterar i att en stor del av alla inkommande telefonsamtal upphör, samt uppdatera löpande vid exempelvis uppgraderingar av befintliga system eller vid utrullning av nya för att skapa långsiktig effekt av investeringen.

I nästa steg diskuteras betydelsen av att göra självbetjäningstjänsten lättåtkomlig för användaren, för att minska hindren till att använda den. Här resoneras kring vikten av att ha flera ingångar till tjänsten och göra tjänsten tillgänglig där problemet och behovet uppstår, dvs direkt från de olika applikationer som självbetjäningstjänsten supporterar.

Steg sex handlar om att det kan ta tid att få med sig användare när en radikal förändring av supporthanteringen sker, även om tjänsten är lätt åtkomlig för användaren. Rapporten talar om vikten av att marknadsföra självbetjäningstjänsten för användarna, och låta den bli en naturlig del i informationsstrategin. Här talas det om att informera om och om igen i flera kanaler, exempelvis som nyheter i samband med att IT-tjänster beskrivs på intranätet, nyhetsbrev eller i den interna tidningen. Andra kanaler är exempelvis i sidfoten i e-postbrev, eller i Service Desks telefonsvarare vid köer och som intro. Den största utmaningen kan vara att hitta rätt beskrivning av tjänsten, då begreppet självbetjäning är fortfarande ett relativt nytt begrepp.

I sista steget handlar det om att utifrån sina mål mäta och följa upp de insatser man gjort och dra nytta av viktiga lärdomar. Rapporten exemplifierar olika nyckeltal för att mäta ökad servicenivå, attitydförändringar i organisationen gentemot IT-funktionen och Service Desk, viktiga lärdomar om användarnas behov, samt den ekonomiska nyttan med införande av självbetjäning.

Om ComAround

ComAround är ledande inom kundsupport via självbetjäning och har 20 års erfarenhet inom området. Företaget har i dag fler än 500 kunder världen över, exempelvis Ericsson, StatoilHydro, SMHI, Uppsala kommun och Banverket.

ComAround tillhandahåller tjänsten ComAround Self Service™, som är en webbaserad självbetjäningstjänst. Nyttan är stor vid daglig IT- och verksamhetssupport, ITIL-projekt, migrationer och vid IT-utbildningar för anställda. Målet är att hjälpa företag och organisationer att sänka supportkostnader och öka service till sina användare.

Konceptet går ut på att självbetjäningstjänsten tillhandahåller svaren på företagets vanligaste frågor (FAQ) och att databasen löpande uppdateras och fylls på utifrån verksamhetens behov. Med tjänsten i drift kan användarna enkelt och snabbt hitta svar på sina frågor dygnet runt och få hjälp med att lösa många av sina problem utan att behöva kontakta en bemannad support.

ComAround Self Service™ innehåller idag över 100 000 text- och videoguider samt 1000-tals mikro e-learning kurser för exempelvis Office (Word, Excel, PowerPoint och Outlook), Open Office, Lotus Notes, Adobe, GroupWise med mera.

Via ett användarvänligt publiceringsverktyg kan Service Desk snabbt och enkelt lägga in verksamhetsspecifika guider vid behov.

För att mäta och följa upp centrala nyckeltal, såsom, antal lösta ärenden, lösningsgrad och kostnads-besparing samt beräkna avkastningen på investeringen, finns statistik tillgängligt direkt i tjänsten.

7-steg för att lyckas med effektivare IT-support via självbetjäning

Maila oss gärna på merinfo@comaround.se eller ring 08-580 886 40 för mer information.

Skribenter:

Per Strand, Executive Vice President
pers@comaround.se

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