

Curso ITIL® 4: Impulsar el Valor de la Partes Interesadas (DSV)

Introducción

El curso “Impulsar el Valor de la Partes Interesadas (DSV)” de ITIL® 4, proporciona los conocimientos necesarios para entender todos los tipos de compromiso e interacciones entre un proveedor de servicios y sus clientes, usuarios, proveedores y socios, incluidos los conceptos clave de experiencia del cliente (CX), experiencia del Usuario (UX) y el mapeo del recorrido o viaje de los clientes.

Objetivos

Proporcionar a los alumnos un entendimiento sobre cómo

- Diseñar el recorrido de los clientes
- Abordar mercados y partes interesadas
- Fomentar las relaciones con las partes interesadas
- Dar forma a la demanda y definir ofertas de servicios
- Alinear las expectativas y acordar los detalles de los servicios
- Incorporar o abandonar clientes y usuarios
- Actuar juntos para garantizar la co-creación continua de valor
- Realizar y validar el valor del servicio

Preparar a los alumnos para la realización con éxito del examen de certificación Impulsar el Valor de la Partes Interesadas (DSV), correspondiente a la certificación de especialización de ITIL® 4 Managing Professional.

Audiencia

Este curso está destinado a individuos que se encuentran actualmente ampliando su recorrido en la gestión de servicios

- Gerentes de ITSM y aspirantes a gerentes de ITSM
- Gerentes y profesionales de TI responsables de gestionar e integrar a las partes interesadas, centrarse en el recorrido o viaje y experiencia del cliente y fomentar las relaciones con socios y proveedores.
- Profesionales de ITSM interesados en dar continuidad a su recorrido dentro de la Gestión de Servicios.
- Titulares de algunas certificaciones actualmente existentes de ITIL® que deseen ampliar sus conocimientos.

Duración

El Curso tiene una duración de 25 horas.

Pre-requerimientos

El candidato debe haber aprobado el examen ITIL® 4 Foundation. Además, el candidato debe haber asistido a un curso de capacitación acreditado para este módulo.

Examen

- Nº de preguntas: 40 preguntas tipo test de respuesta única.
- Duración: 90 minutos. Candidatos con examen en lengua no nativa, dispondrán de un 25% de tiempo adicional (113 minutos).
- Examen de libro cerrado, supervisado por un tutor, no permitiéndose la utilización de ningún libro ni material.
- Para superar el examen será necesario obtener 28 puntos sobre 40 (70%).

Contenido

Módulo 1: Entender cómo se diseña un recorrido del cliente.

- Concepto de recorrido del cliente
- Formas de diseñar y mejorar los recorridos de los clientes

Módulo 2: Abordar mercados y partes interesadas.

- Características de los mercados
- Actividades y técnicas de marketing
- Descripción de las necesidades del cliente y los factores internos y externos que les pueden afectar
- Identificación de proveedores de servicios y sus propuestas de valor

Módulo 3: Fomentar las relaciones con las partes interesadas.

- Entender los conceptos de madurez y disposición mutua
- Diferentes tipos de relación entre proveedores y socios, y cómo se gestionan
- Desarrollar relaciones con los clientes
- Analizar las necesidades del cliente
- Actividades y técnicas de comunicación y colaboración
- Aplicar la práctica de gestión de relaciones para permitir y contribuir a fomentar las relaciones
- Aplicar la práctica gestión de proveedores para permitir y contribuir a la gestión de relaciones con socios y proveedores

Módulo 4: Dar forma a la demanda y definir ofertas de servicios.

- Métodos para diseñar experiencias de servicios digitales basadas en un diseño de servicio basado en el valor, impulsado por datos y centrado en el usuario
- Enfoques para vender y obtener ofertas de servicios
- Capturar, influir y gestionar la demanda y las oportunidades
- Recopilar, especificar y priorizar los requerimientos de una amplia gama de partes interesadas
- Aplicar la práctica Análisis del negocio para permitir y contribuir a la gestión de requerimientos y al diseño del servicio

Módulo 5: Alinear expectativas y acordar detalles de los servicios.

- Planificar la creación conjunta de valor
- Negociar y aceptar la utilidad, garantía y experiencia del servicio
- Aplicar la práctica gestión del nivel de servicio para permitir y contribuir a la gestión de expectativas de servicio

Módulo 6: Incorporar y desconectar a clientes y usuarios.

- Actividades principales de transición, incorporación y desconexión
- Formas de relacionarse y fomentar las relaciones con los usuarios
- Autorizar y proporcionar derechos a los sobre los servicios
- Enfoques para la elevación mutua de las capacidades del cliente, usuario y proveedor de servicios
- Preparar planes de incorporación y desconexión
- Desarrollar el compromiso del usuario y los canales de entrega
- Aplicar la práctica de gestión del catálogo de servicios para contribuir a la oferta de servicios a los usuarios.
- Aplicar la práctica centro de servicio al usuario para permitir y contribuir a la participación del usuario

Módulo 7: Actuar conjuntamente para garantizar la creación conjunta y continua de valor (consumo/entrega de servicios).

- Cómo solicitan servicios los usuarios
- Métodos para clasificar las solicitudes de los usuarios
- Concepto de comunidades de usuarios
- Métodos para alentar y gestionar los comentarios de los clientes y usuarios
- Fomentar una mentalidad de servicio (actitud, comportamiento y cultura)
- Enfoques para la entrega de servicios de usuario
- Aprovechar y tratar con los "momentos de verdad" de clientes y usuarios
- Aplicar la práctica gestión de peticiones de servicio para permitir y contribuir a la utilización de los servicios

Módulo 8: Realizar y validar el valor del servicio

- Métodos para medir la utilización del servicio y la experiencia y satisfacción del cliente y del usuario
- Métodos para realizar u seguimiento y monitorizar el valor del servicio (resultados, costes, riesgos y recursos)
- Diferentes tipos de informes de resultados y rendimiento del servicio
- Mecanismos de cargos
- Validar el valor del servicio
- Evaluar y mejorar el recorrido del cliente
- Aplicar la práctica gestión del porfolio para permitir y contribuir a la realización del valor del servicio