WHITEPAPER

SLA'S & KLANT-TEVREDENHEID.

MPROOF.NL

MARKETING VOOR IT-BEHEERDERS.

In deze whitepaper gaan we in op marketing. Speciaal voor IT-beheerders, service managers, functioneel beheerders, enzovoort. Iedereen die voor zijn werk verantwoordelijk is voor het uitvoeren en behalen van een SLA, een service level agreement.

Hoort u bij deze groep? Dan doet u belangrijk werk. Met deze whitepaper gaan we proberen om uw werk nog een stukje leuker en makkelijker te maken. Want laten we eerlijk zijn, als uw klant blij met u is dan maakt dat uw werk een stuk eenvoudiger.

Zodra u weet wat een klant beweegt, kunt u uw aanbod hiermee vormgeven.

DE BASIS: WAT IS MARKETING.

Het is makkelijk om marketing te verwarren met reclame en gladde verhalen. Toegegeven, dit maakt ook onderdeel uit van marketing. Maar er is meer. Veel meer. Marketing is een wetenschap die zich richt op het gedrag van consumenten. Waarom doen mensen de dingen die ze doen?

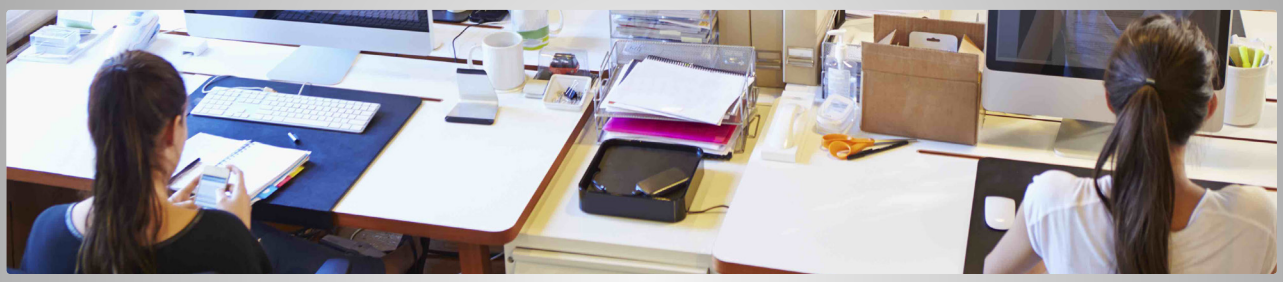
Dat is de belangrijkste vraag die een goede marketeer zichzelf iedere keer stelt. Waarom koopt iemand dit product? Wat verwachten ze ervan? Dat inzicht helpt namelijk bij het opbouwen van naamsbekendheid en uiteindelijk bij het verkopen van de producten en diensten.

Kortom, weet u wat de verwachtingen van een klant zijn, dan snapt u meteen of uw klant tevreden is. Of niet. Want uiteindelijk draait het hierom. Tevreden klanten. Die komen namelijk terug en blijven diensten en producten afnemen.

BEHEERDERS EN MARKETING.

Waarom is het voor een beheerder of service manager nu belangrijk om ook marketing te bedrijven? Kort gezegd, dat wilt u om uw klant tevreden te houden. Of in ieder geval om te begrijpen waarom een klant al dan niet tevreden is.

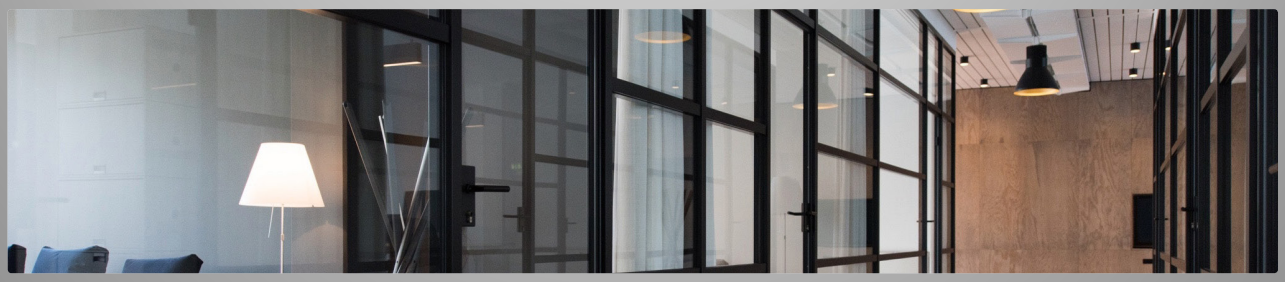
Wij IT'ers zijn van de nulletjes en eentjes. Rechtlijnig, daar houden we van. Het is dan ook helemaal niet gek om te denken dat een klant tevreden is wanneer de SLA wordt gehaald. Dat is een beetje kort door de bocht. Te makkelijk. Als u de SLA haalt waar u verantwoordelijk voor bent, betekent dat niet meer dan dat u het minimum aan eisen uit de SLA heeft waargemaakt. Niet meer. Vraagt u op zo'n moment weleens aan uw klant of ze blij en tevreden zijn met het resultaat?



WAAROM UW KLANT BLIJ ZAL ZIJN.

Het is een goed idee om zo af en toe bij uw klant te informeren naar het niveau van tevredenheid. Bedenk daarbij dat een klant een SLA altijd maar voor een bepaalde tijd afsluit. Uw klant praat ook met zijn of haar vakgenoten. Zonder twijfel gaat het bij een ander altijd beter. Dat is dat gezegde over gras en dat het aan de overkant altijd groener is.

Door regelmatig te informeren naar de tevredenheid van de klant, leert u waar mogelijke knelpunten zitten. Irritaties zelfs. Met die wetenschap behaalt u twee belangrijke voordelen: door de knelpunten te verhelpen verlaagt u mogelijk de werkdruk bij uw servicedesk. Wanneer het tijd is om de SLA te vernieuwen, heeft u een streepje voor door uw pro-actieve aanpak. U kunt ook op voorhand al aangeven of er wijzigingen in de SLA nodig zijn.



DE SERVICEDESK.

Om nog even door te gaan over de werkdruk bij de servicedesk. Stel, er werken vijf personen op de servicedesk om incidenten aan te nemen. De procedures zijn niet optimaal waardoor incidenten op vijf verschillende manieren worden opgenomen. De uniformiteit is ver te zoeken. Dit zorgt mogelijk voor irritaties bij de gebruikers en uiteindelijk bij de klant.

Zodra u hiervan hoort, kunt u ervoor kiezen om de procedures aan te scherpen zodat een uniforme afhandeling ontstaat. De voordelen: uw vijf servicemedewerkers hoeven niet steeds het wiel opnieuw uit te vinden waardoor ze het incident sneller hebben opgenomen. Bij de gebruikers ontstaan geen irritaties omdat hun klachten uniform worden afgehandeld. Iedereen blij, een echte win-win.

KLANTONDERZOEK.

Tip: door een informeel gesprek ontdekt u wat er precies speelt bij uw klant.

Wilt u een meer formele manier om de tevredenheid van uw klant te onderzoeken? Dat kan. Een enquête is genoeg. Deze manier is wel iets omslachtiger. Want, wat gaat u precies vragen? Bent u tevreden? Bij een formele enquête is de kans groot dat het antwoord dat u terugkrijgt 'ja' is. Zonder verdere toelichting. Of 'nee', dat kan natuurlijk ook. Minder plezierig, maar een duidelijke reden om verder in gesprek te gaan met de klant.

Tijdens een informeel gesprek zult u meer bereiken. Al is het maar vanwege de schijn dat dit 'off the record' is. Uw klant zal meer willen prijsgeven van wat hem dwarszit. Of wat hij juist goed vindt. Bij formeel onderzoek zult u heel goed moeten nadenken over de vraagstelling; ieder jaar of ieder kwartaal hetzelfde lijstje vragen stellen erodeert het onderzoek ook enorm.

DE SERVICE CATALOGUE.

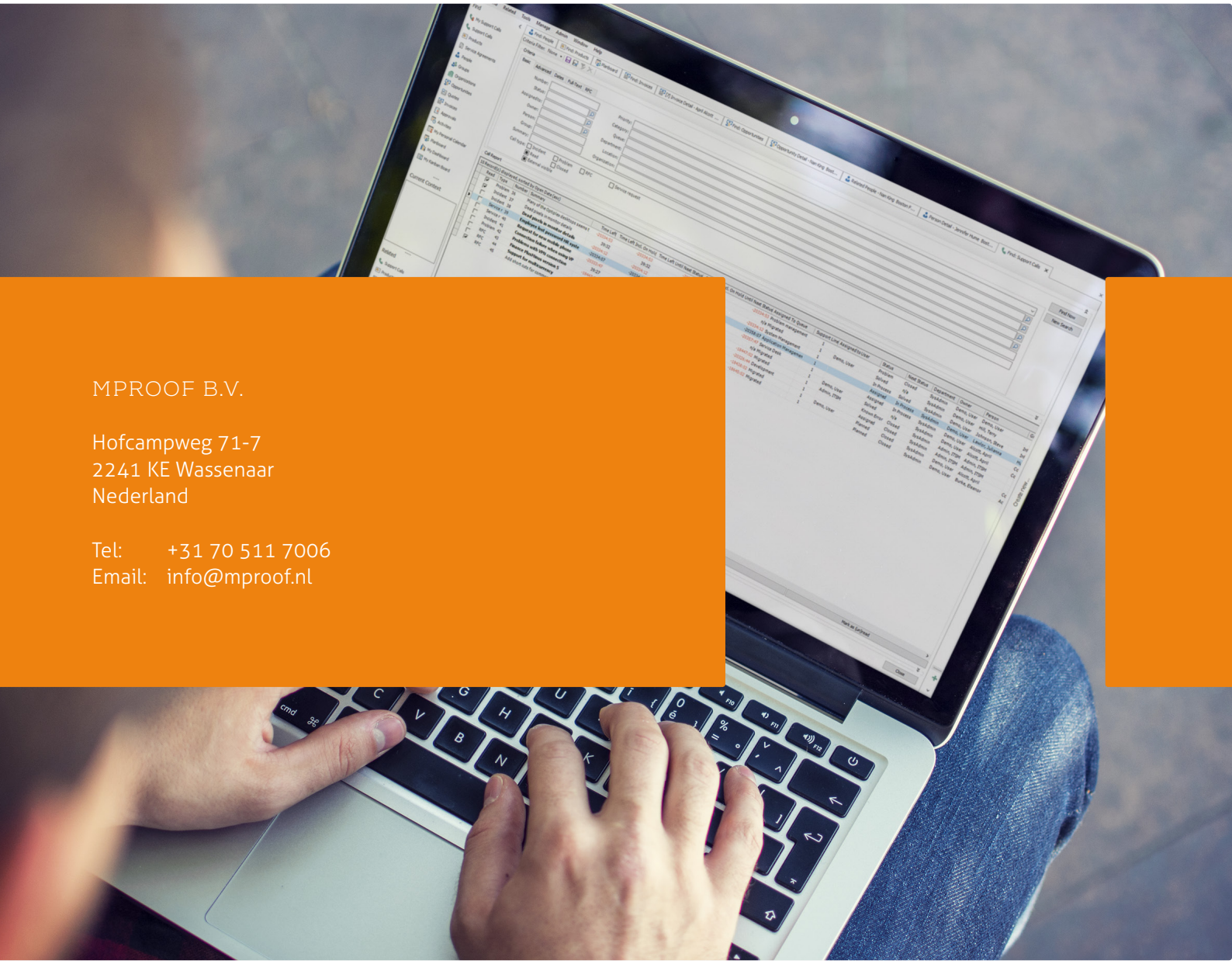
Iets anders dat een klant kan irriteren is een karige of incomplete service catalogue. Stel, u beheert een grote werkvloer en er zijn veel verhuizingen. Voor uw klant is het dan bijzonder tijdrovend om voor iedere verhuizing een inkoopproces op te starten. Zinniger is het om een standaard desktop verhuizing in een service catalogue op te nemen zodat uw klant dit zo vaak kan bestellen als nodig. Gemak dient de mens.

Wij gaan ervan uit dat u de werkzaamheden van uw mensen analyseert. Steeds terugkerende werkzaamheden vragen om toevoeging aan de service catalogue. Iedereen mag daar het initiatief voor nemen, u dus ook. Sterker nog, uw klant zal het zeer op prijs stellen wanneer u zich op een dergelijke manier pro-actief opstelt.

KUNT U BESPAREN VOOR UW KLANT?

Een andere, uiterst sterke actie die u kunt nemen is op het vlak van besparingen. Voor uw klant, welteverstaan. Het klinkt misschien gek, maar iedere euro die u voor uw klant bespaart, verdient u dubbel en dwars terug. Kunt u met een iets lichtere, en dus goedkopere SLA uit de voeten? Stel het voor.

Klanten zijn hier uiterst gevoelig voor. Het toont namelijk absolute betrokkenheid bij het bedrijf van de klant. Uw inzet toont u door inzicht en empathie en niet door honger naar meer omzet. Grappig genoeg is die hogere omzet wel een resultaat van deze akties.



MPROOF B.V.

Hofcampweg 71-7
2241 KE Wassenaar
Nederland

Tel: +31 70 511 7006
Email: info@mproof.nl

MPROOF