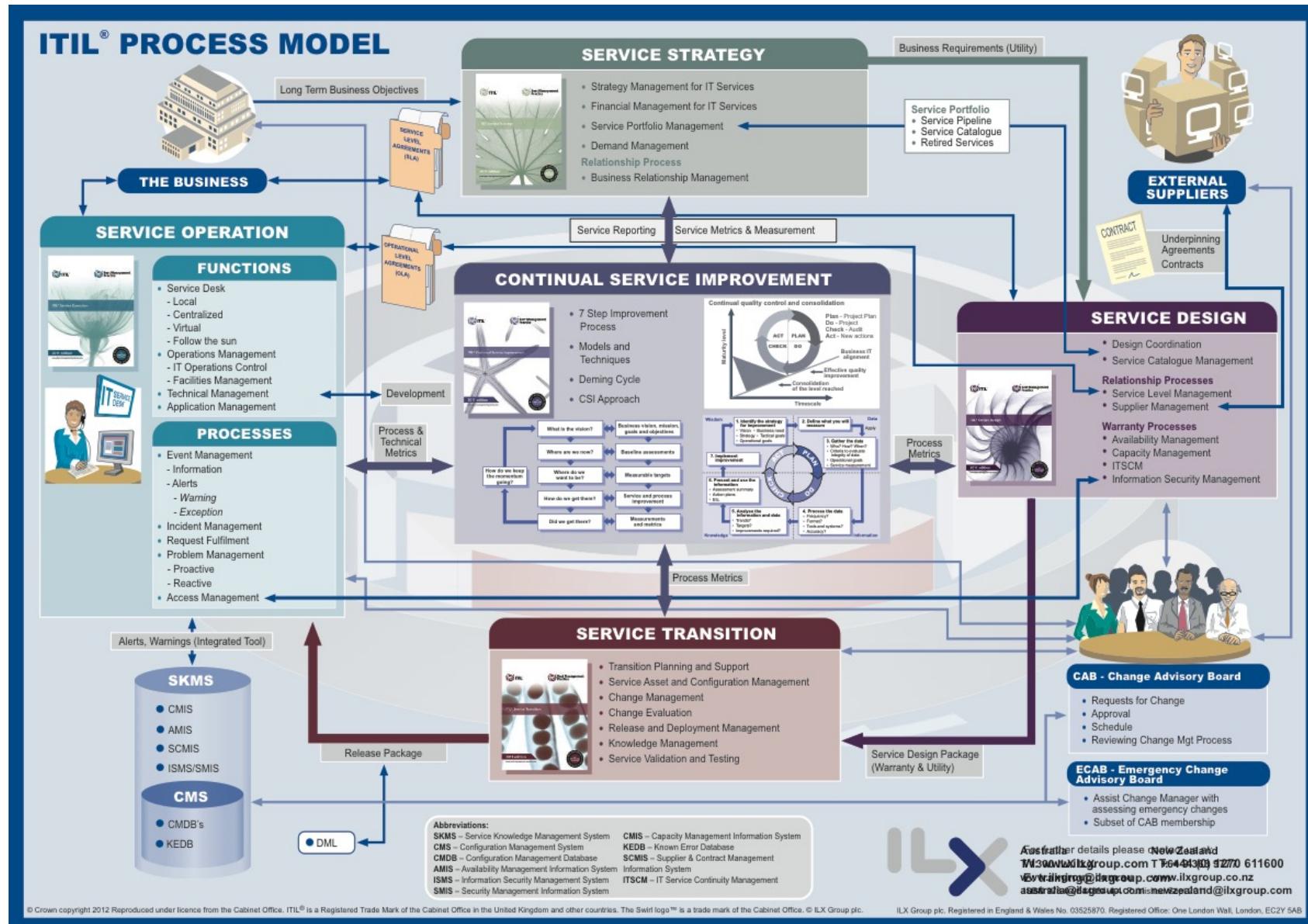


ITIL 2011 – ITIL Service Strategy

FRANCESCO CLABOT

ITIL: IL FRAMEWORK



ITIL CORE Books



Core ITIL lifecycle publication

Processes described in the publication

ITIL Service Strategy

Strategy management for IT services
Service portfolio management
Financial management for IT services
Demand management
Business relationship management

ITIL Service Design

Design coordination
Service catalogue management
Service level management
Availability management
Capacity management
IT service continuity management
Information security management
Supplier management

ITIL CORE Books



ITIL Service Transition

Transition planning and support
Change management
Service asset and configuration management
Release and deployment management
Service validation and testing
Change evaluation
Knowledge management

ITIL Service Operation

Event management
Incident management
Request fulfilment
Problem management
Access management

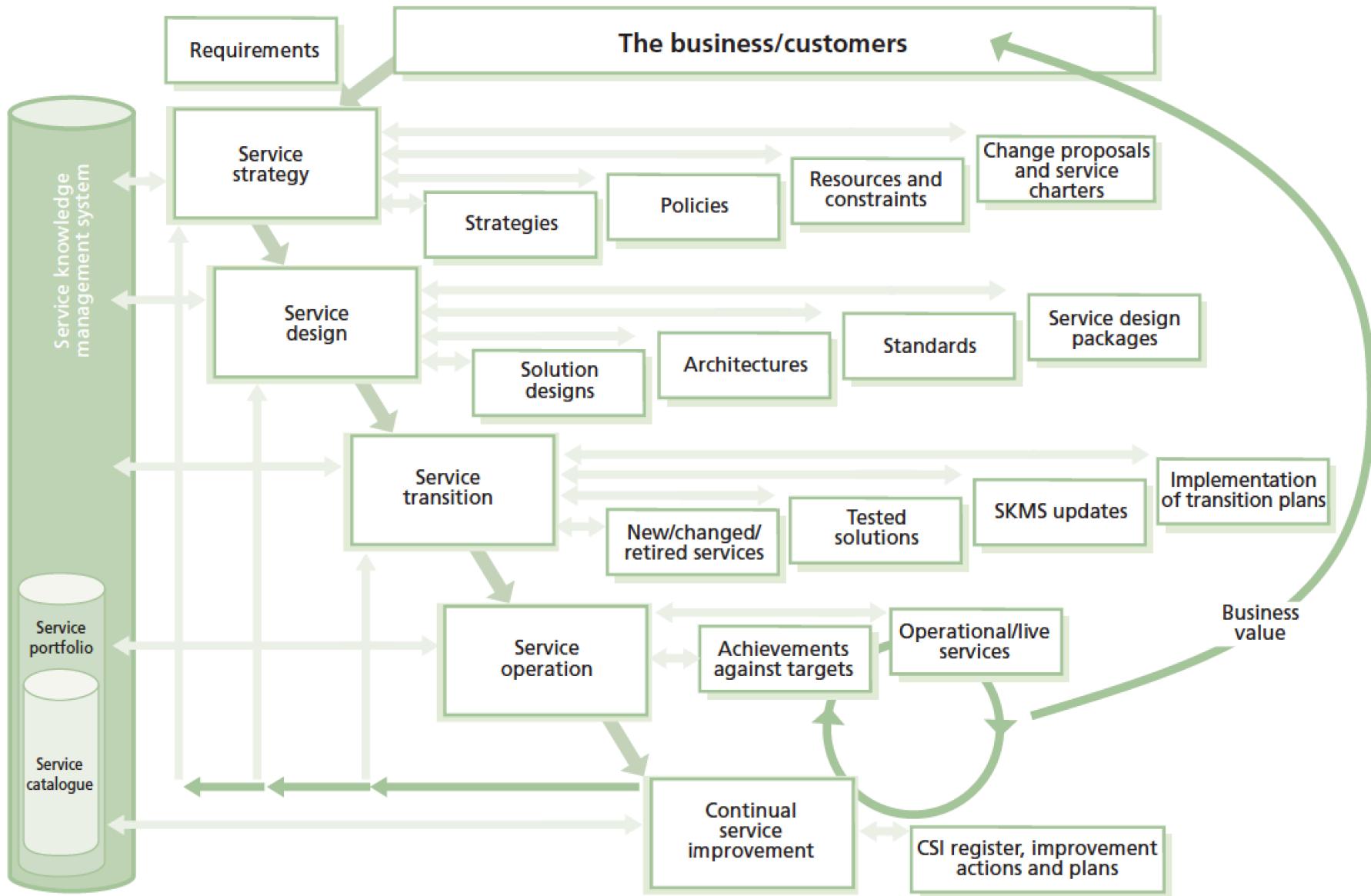
ITIL Continual Service Improvement

Seven-step improvement process

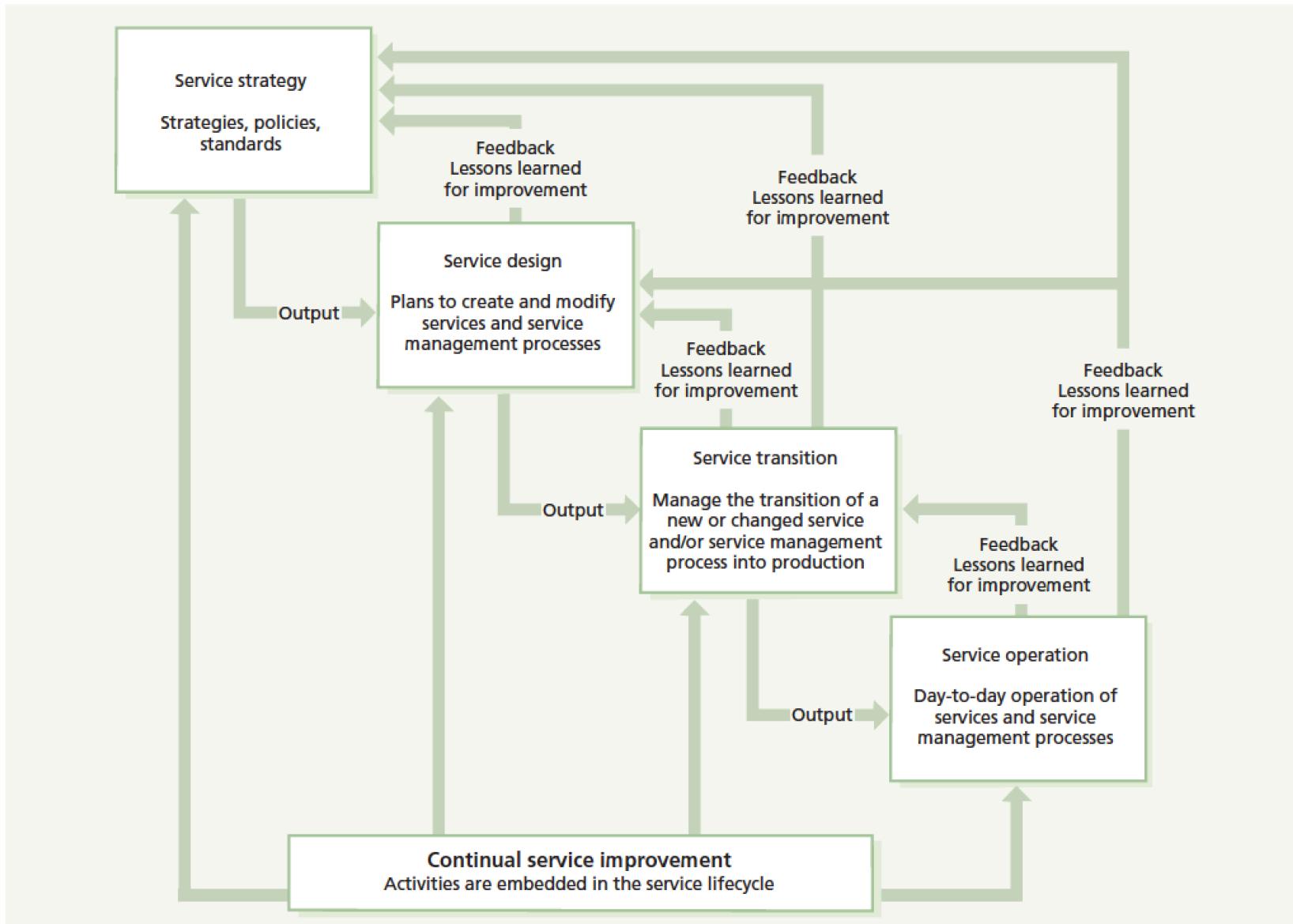
IT SERVICE STRATEGY

PRINCIPI BASE

SERVICE LIFECYCLE



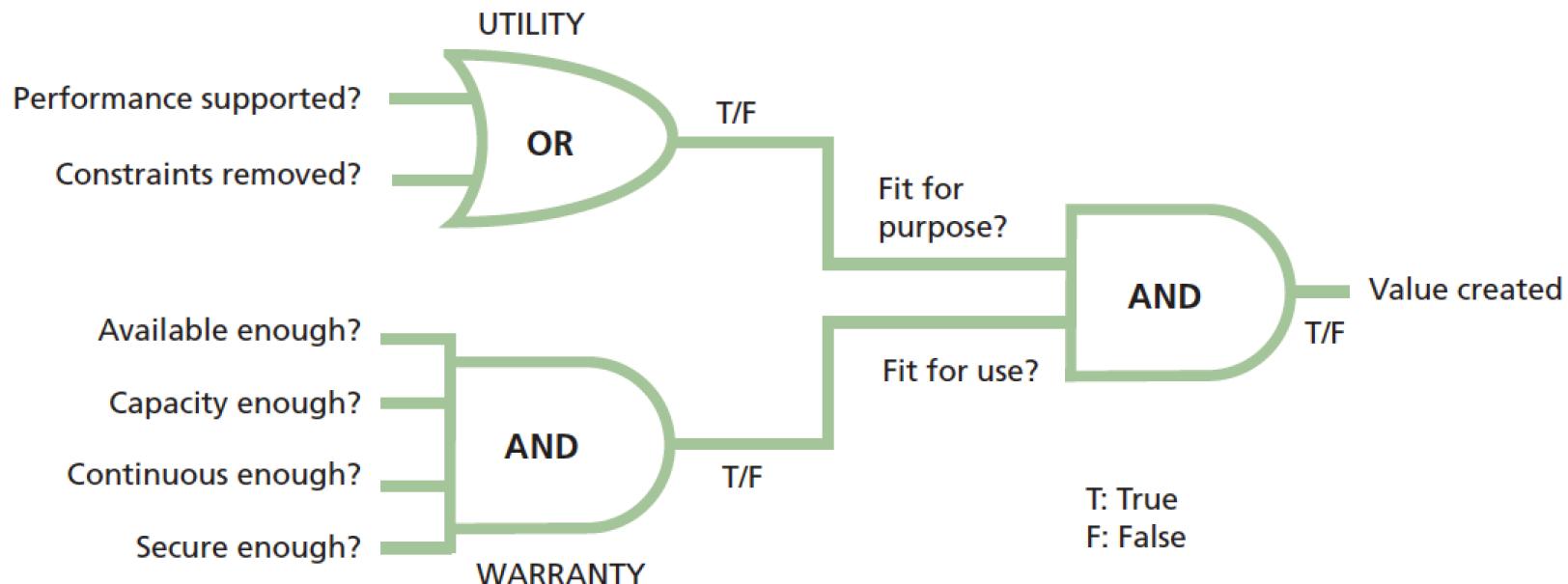
CSI AND SERVICE LIFECYCLE



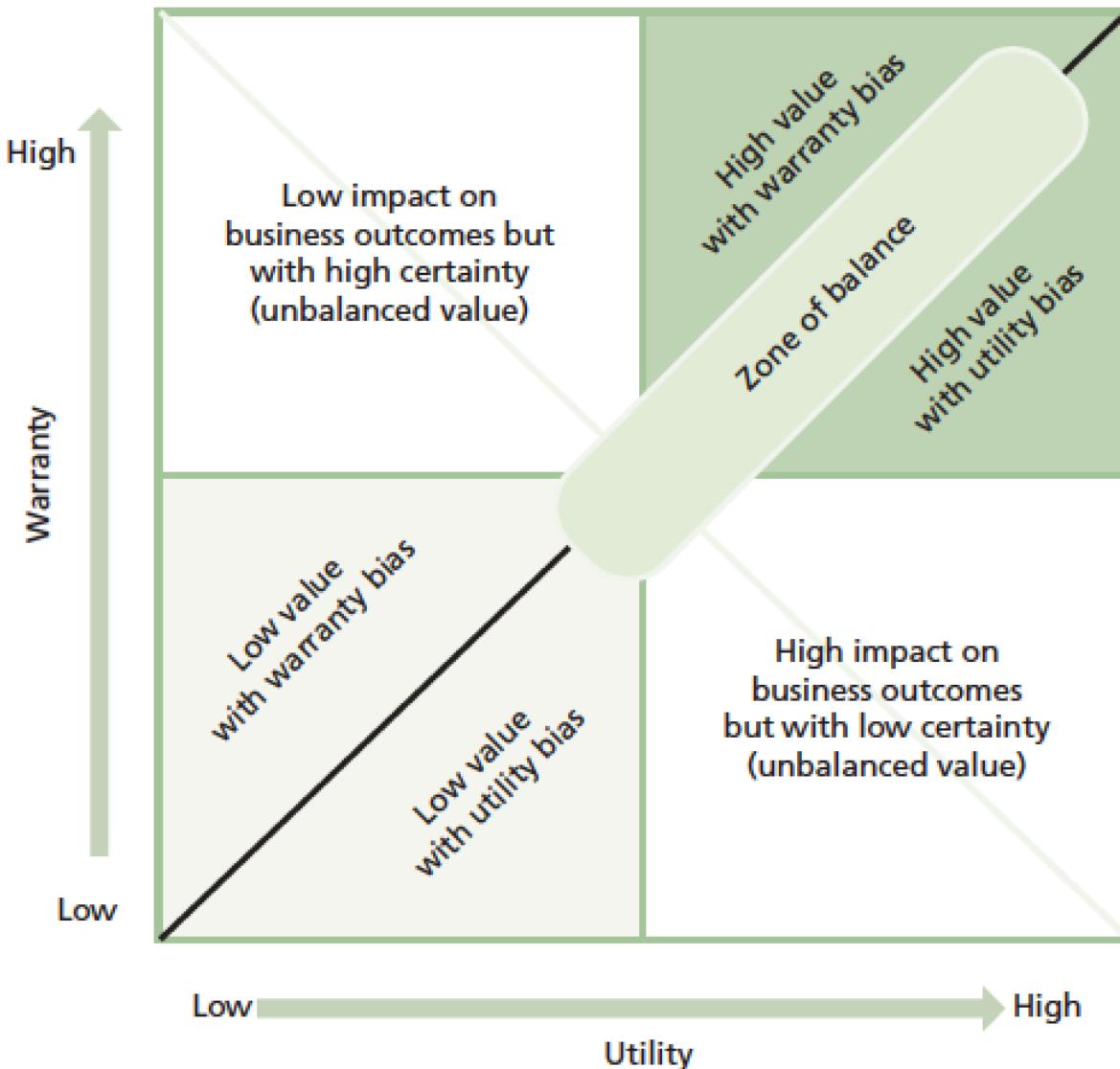
UTILITY AND WARRANTY



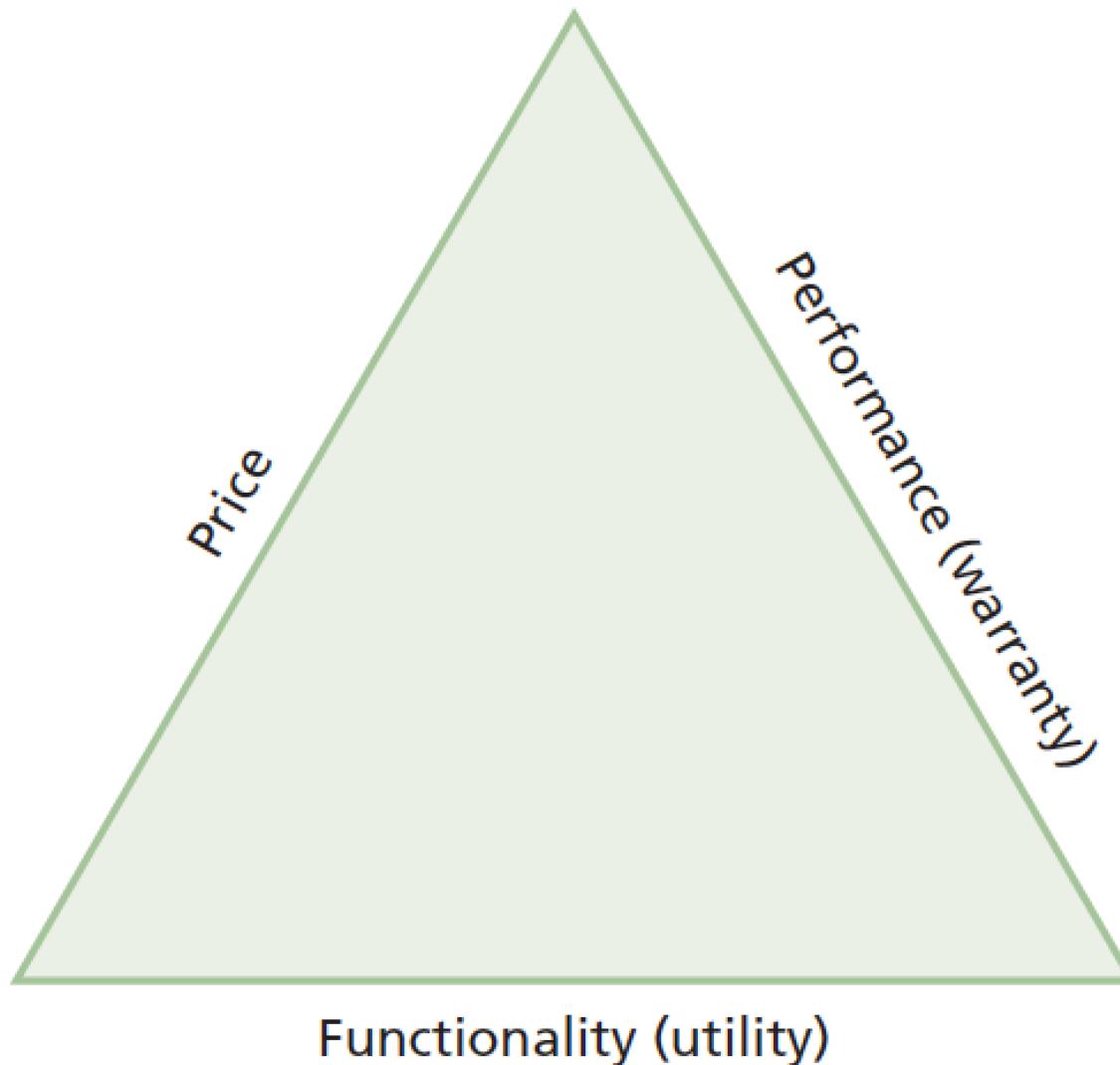
Value = Utility + Warranty



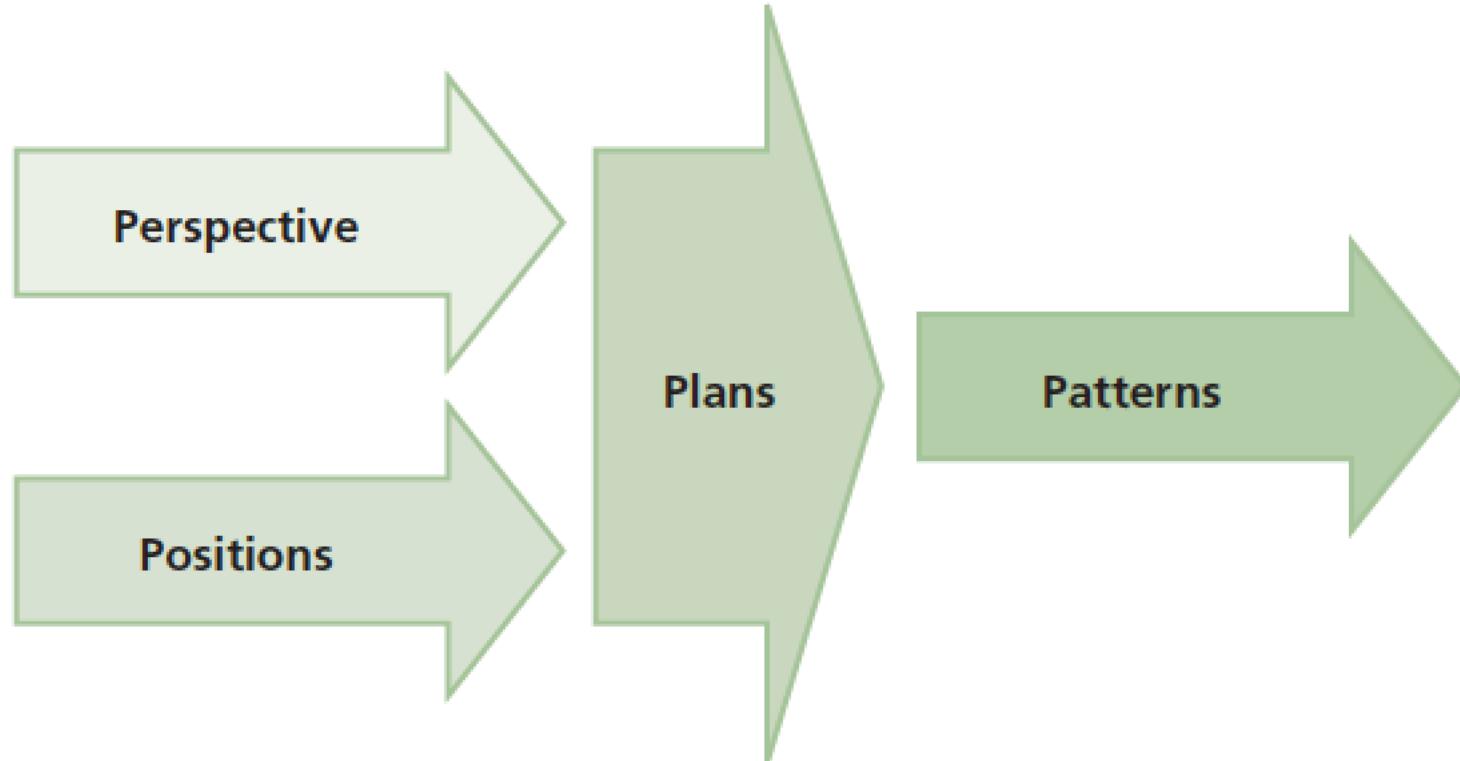
WARRANTY



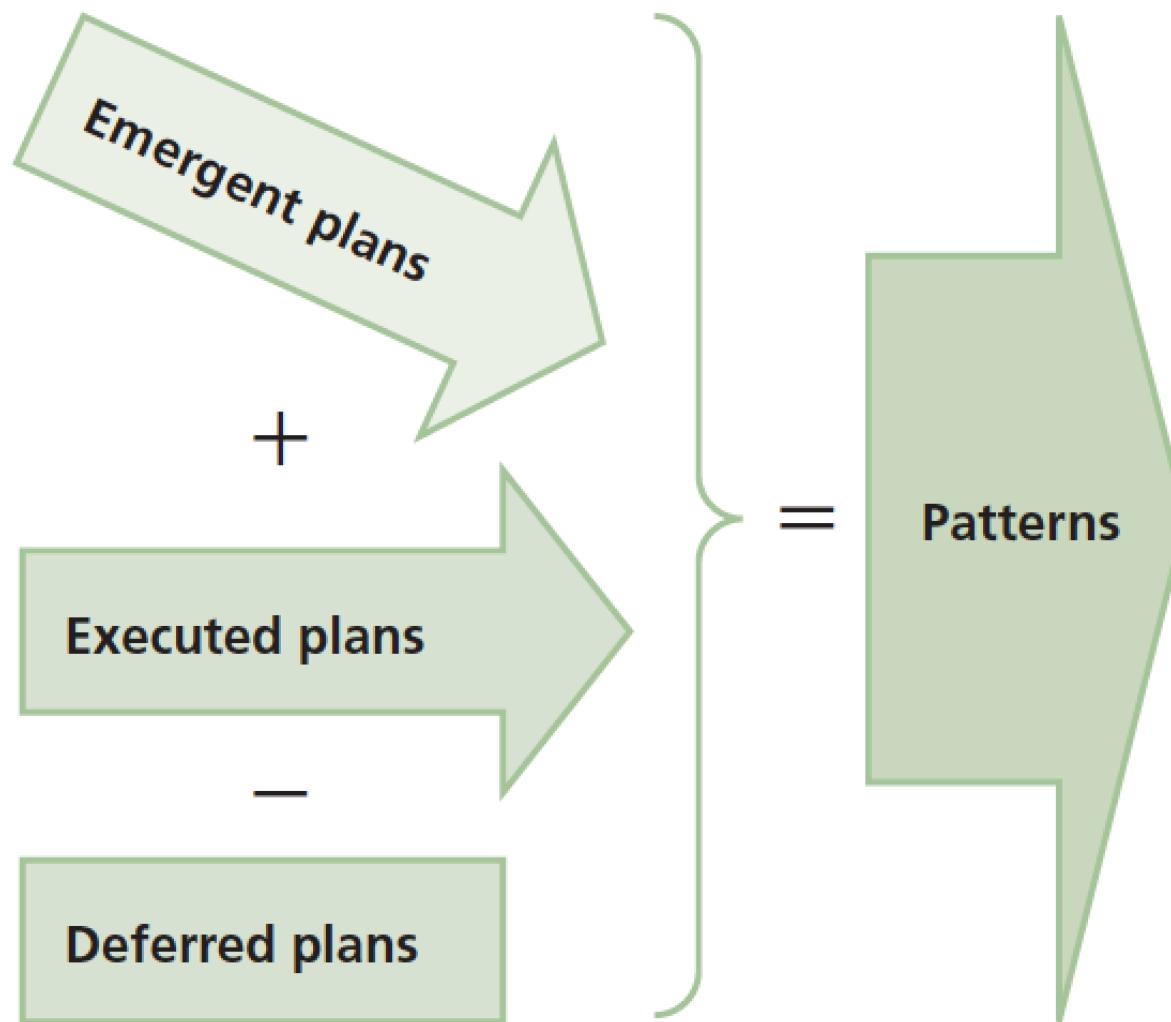
THE SERVICE TRIANGLE

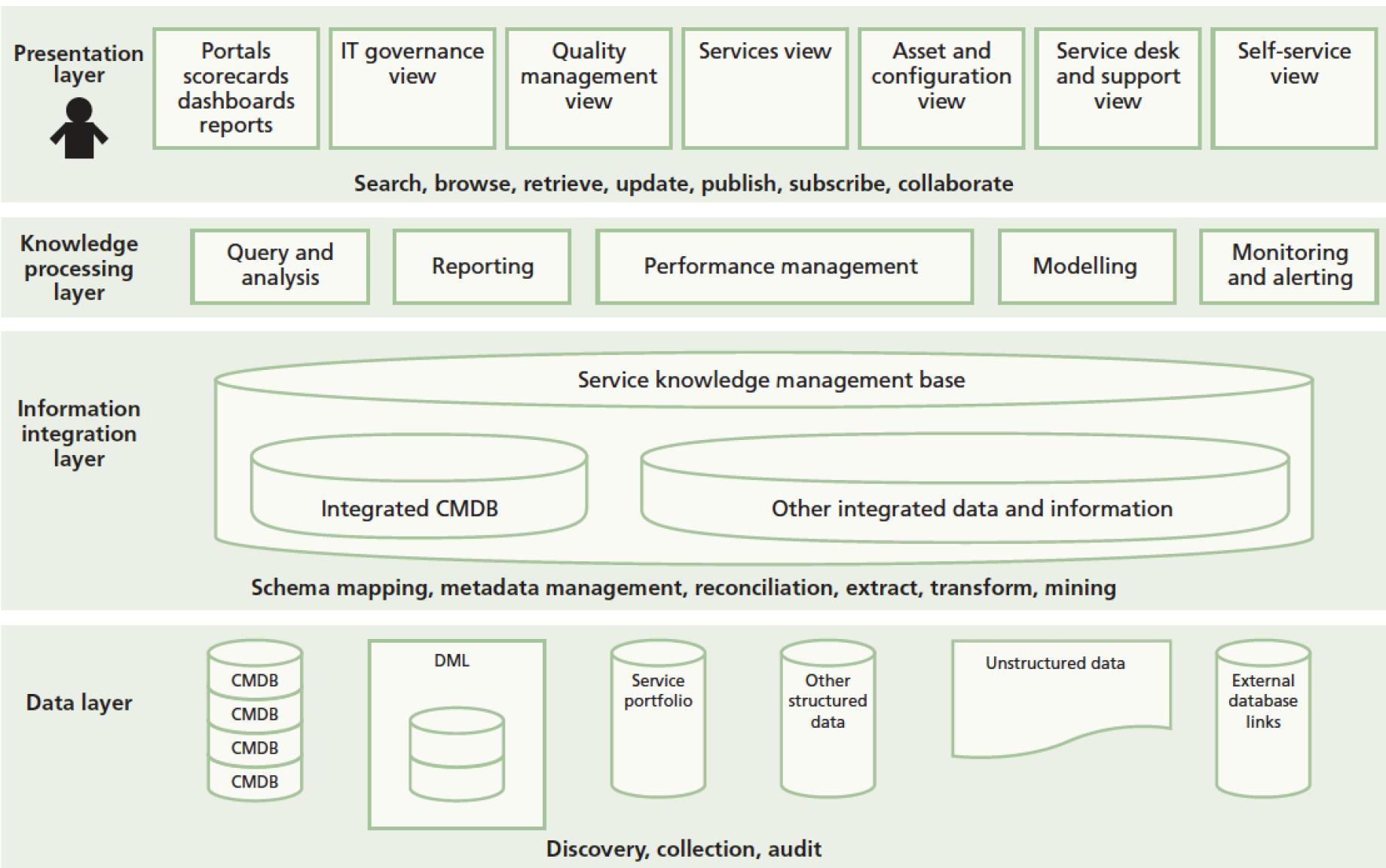


LE 4 P DEL SERVICE STRATEGY

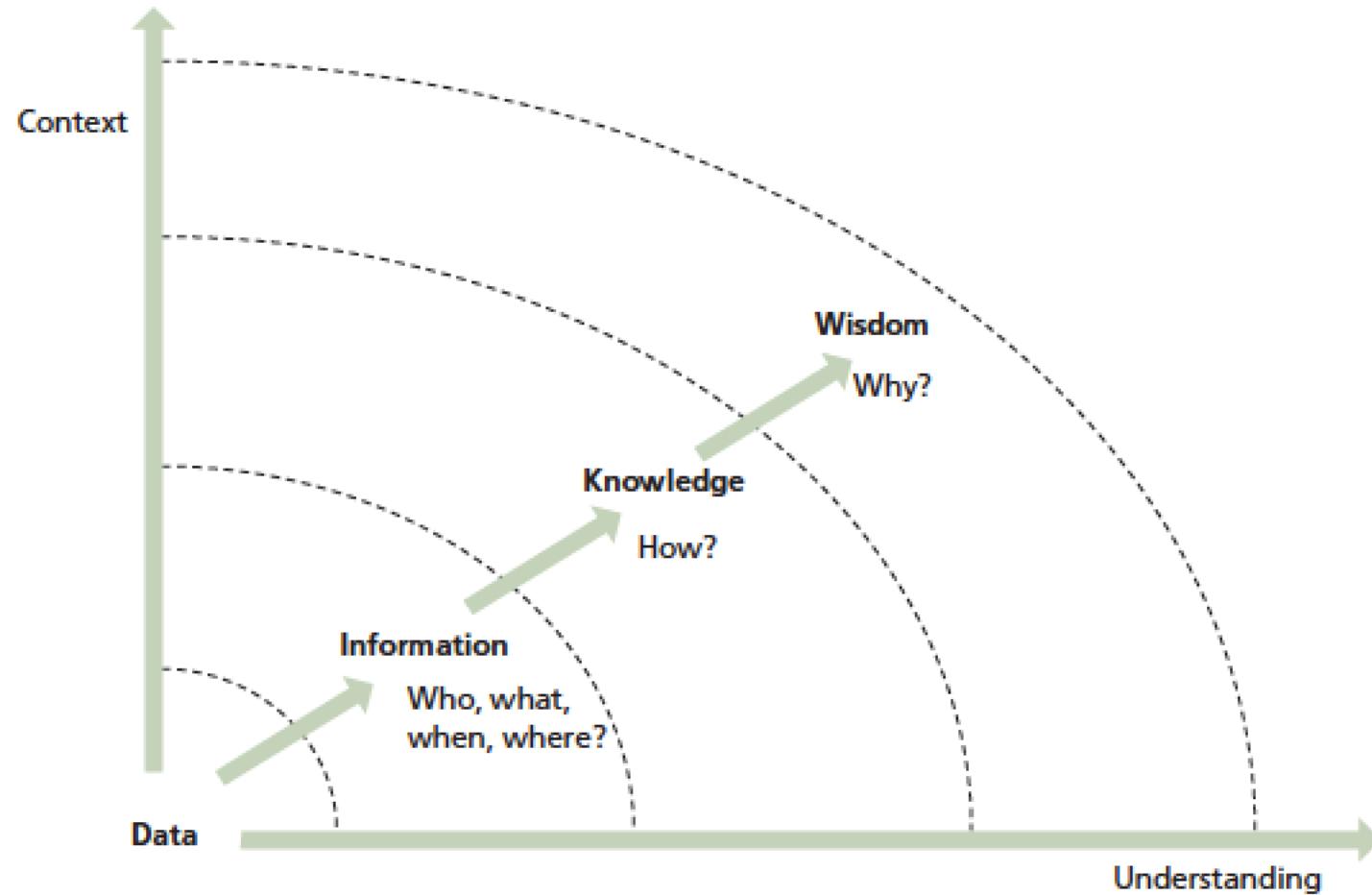


LE 4 P DEL SERVICE STRATEGY





THE FLOW FROM DATA TO WISDOM



OBIETTIVI DEL SERVICE STRATEGY



Service Strategy mostra alle organizzazioni come sia possibile trasformare la gestione del servizio da una capacità meramente organizzativa in un asset strategico, in modo da pensare ed agire in modalità strategica.

Service Strategy aiuta a chiarire quale sia la relazione fra i vari servizi, sistemi, processi, modelli di business, strategie ed obiettivi.

Altri obiettivi includono:

- Fornire valore per i business stakeholder
- Differenziare l'organizzazione dalle altre sul mercato
- Dare garanzie e solidità agli occhi degli investitori
- Risolvere i conflitti nella domanda di servizio
- Aumentare la qualità dei servizi grazie alla pianificazione strategica

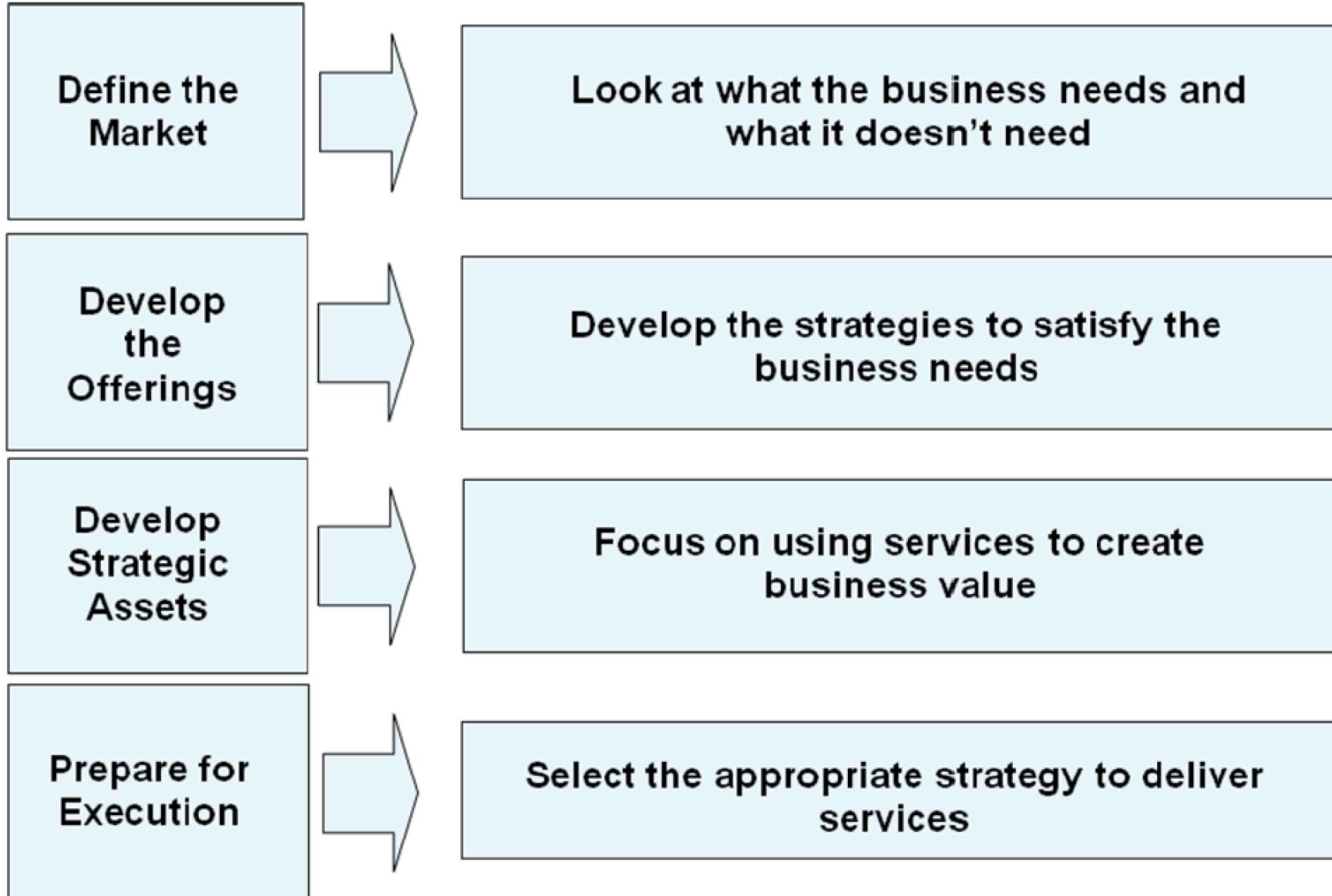
IL VALORE DEL SERVICE STRATEGY PER LE AZIENDE ED IL BUSINESS



Un buon utilizzo delle pratiche di Service Strategy:

- Fornisce una guida su come progettare e mettere in opera una gestione dei servizi degna di essere chiamata asset strategico
- Imposta i principi per lo sviluppo delle policy, delle linee guida e dei processi di gestione dei servizi lungo tutto il service lifecycle
- Imposta obiettivi ed aspettative di performance per i servizi rivolti ai clienti ed al mercato
- Identifica e prioritizza le opportunità
- Assicura che le organizzazioni possano gestire costi e rischi associati con i loro Service Portfolio
- Impone che esista sempre una strategia sul come fare le cose prima di farle

SERVICE STRATEGY GENERATION



THE SERVICE STRATEGY PROCESSES



SERVICE STRATEGY



- Strategy Management for IT Services
- Financial Management for IT Services
- Service Portfolio Management
- Demand Management

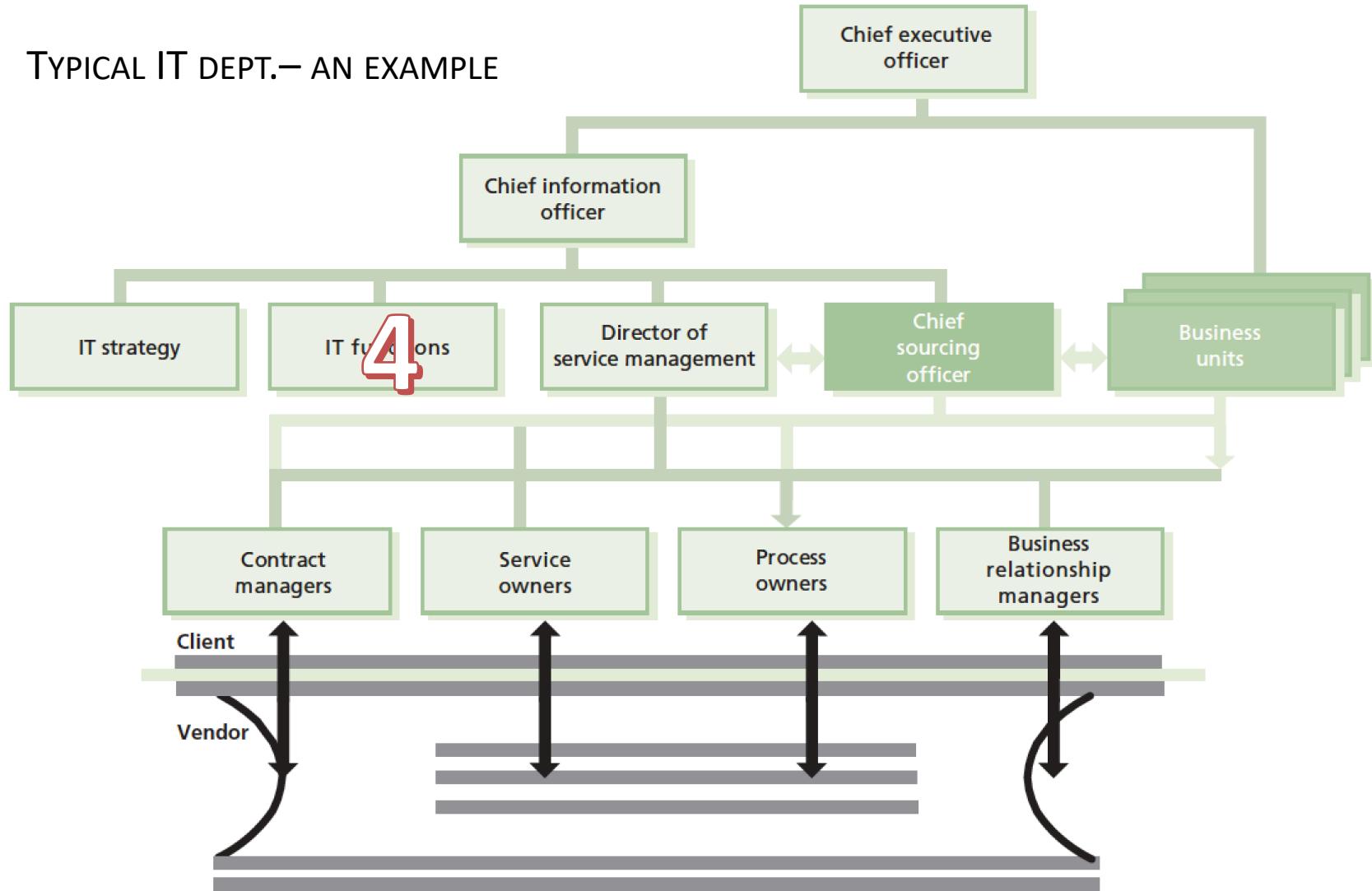
Relationship Process

- Business Relationship Management

ORGANIZING FOR SERVICE STRATEGY



TYPICAL IT DEPT.— AN EXAMPLE



FINANCIAL MANAGEMENT

FOR IT SERVICES



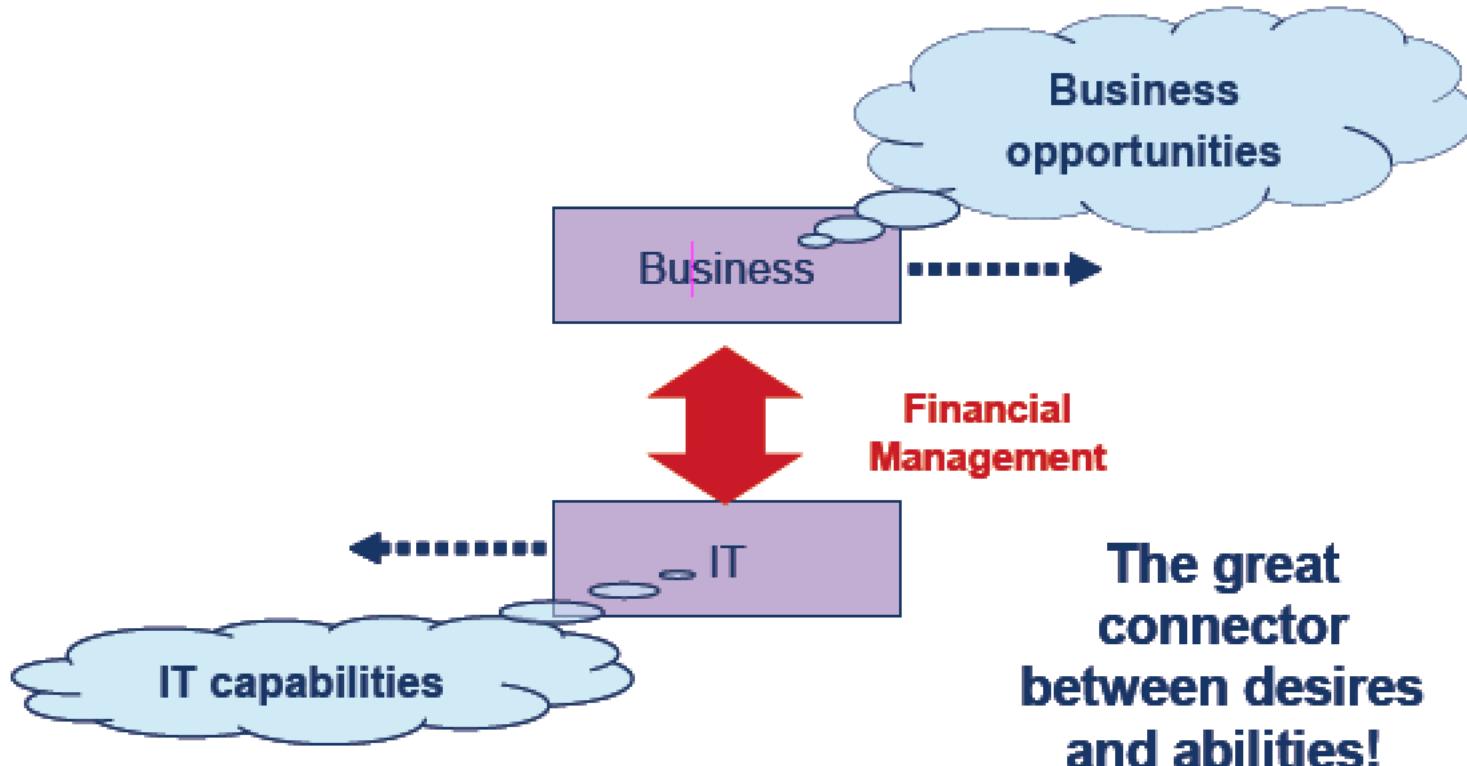
- E' la disciplina che calcola e gestisce i costi dell'erogazione dei servizi IT
- L'obiettivo è fornire una gestione delle attività e delle risorse IT utilizzate nella fornitura di servizi che sia efficace ed economicamente conveniente
- L'ITFM influenza il comportamento dell'utente informando sui costi o addebitandoli e fornisce dati di budgeting al management

OBIETTIVI DEL FINANCIAL MANAGEMENT

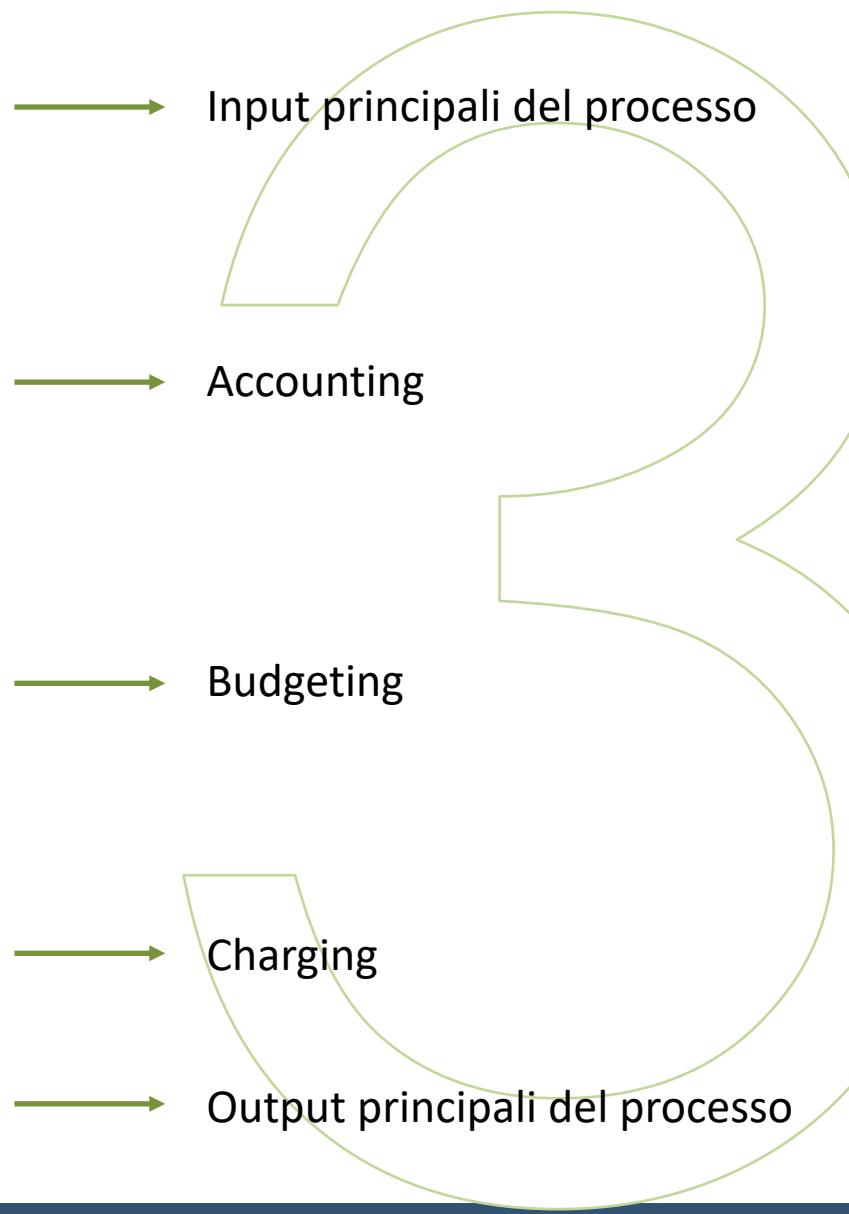
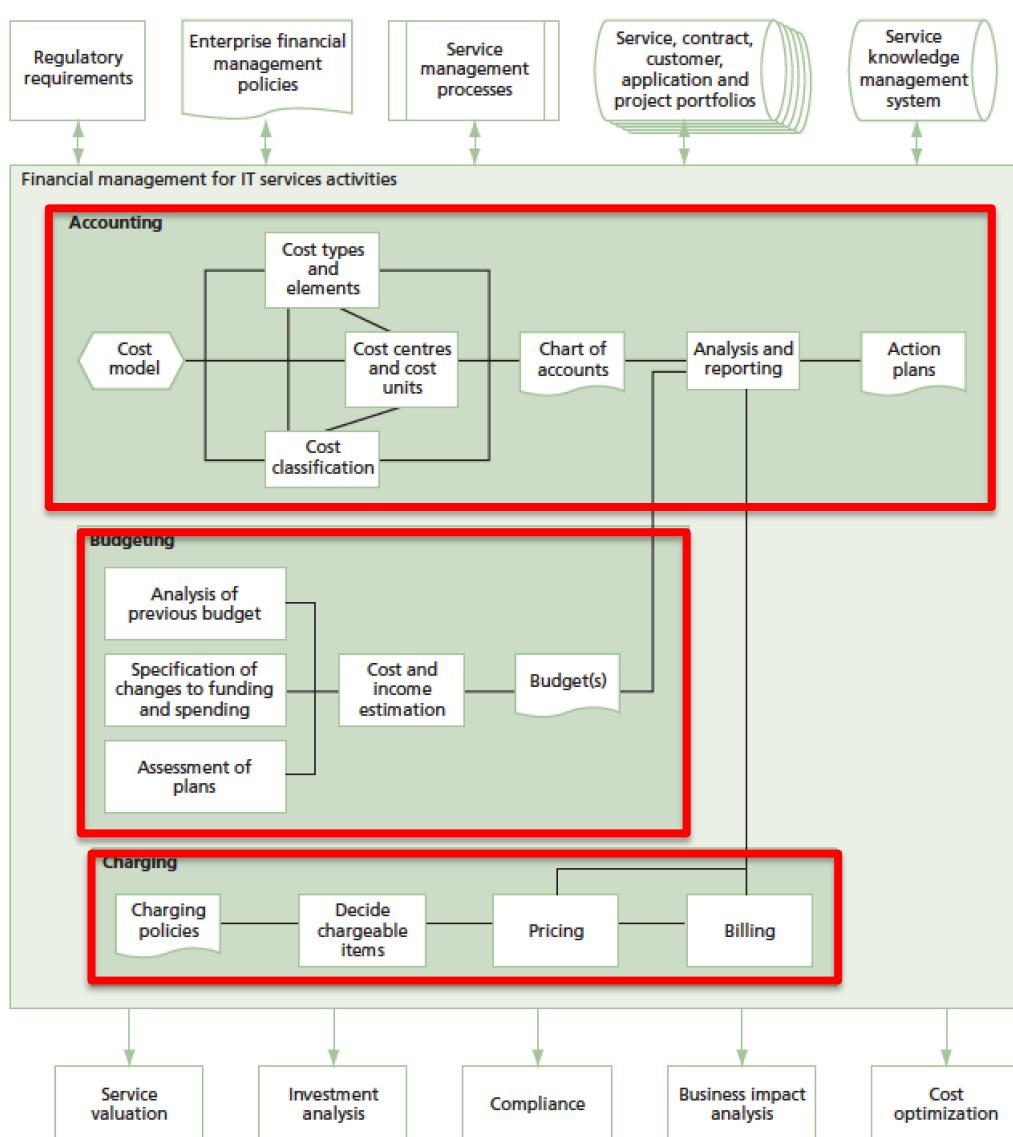


- Il Financial Management è l'amministrazione delle risorse economiche dell'impresa
- Supporta l'impresa nella pianificazione e l'esecuzione degli obiettivi di business e richiede una applicazione consistente a tutta l'impresa per raggiungere la massima efficienza ed il minimo livello di conflitto

OBIETTIVI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



FINANCIAL MANAGEMENT FOR IT SERVICES



I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Budgeting

È il processo in cui si prevedono e si controllano le spese dell'organizzazione.

Consiste di periodici cicli di negoziazione per fissare i budget (di solito annualmente) e di un quotidiano monitoraggio del budget corrente.

The activity requires careful monitoring of agreed budgets against the actual spend (accounting).

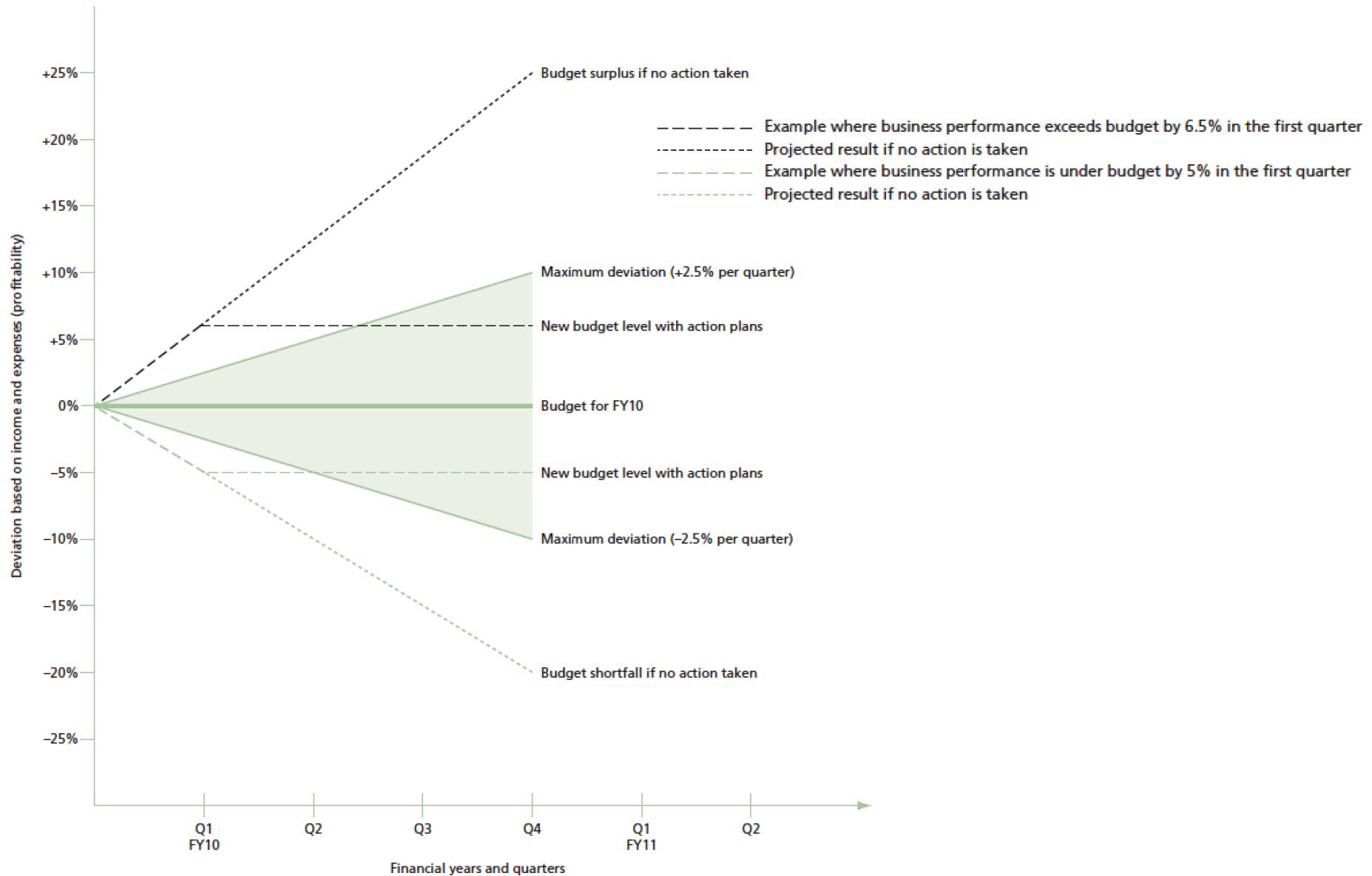
I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Budgeting

- Garantisce che la giusta quantità di soldi sia allocata per la fornitura di servizi IT e che durante il relativo periodo le spese non superino il budget previsto
- È un elemento chiave nel fornire piani strategici e tattici
- È anche lo strumento di delega del controllo e del monitoraggio delle performance rispetto ai target predefiniti
- È fondamentale che il budget sia efficacemente integrato nell'organizzazione e che ci sia match fra le esigenze manageriali e gli aspetti contabili attraverso una buona comunicazione

BUDGET



I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



IT accounting

- Il principale beneficio consiste nel fornire al management informazioni sui costi di erogazione dei servizi IT che supportano le esigenze di business dell'impresa
- Queste informazioni permettono ai manager dell'IT e del business di prendere decisioni per far funzionare i servizi IT in modo economicamente conveniente
- La convenienza, in questo contesto, significa che c'è un giusto bilanciamento fra la qualità del servizio da un lato e le spese dall'altro
- Ogni investimento che aumenta i costi di erogazione di servizio deve sempre risultare in un miglioramento della qualità o della quantità del servizio

I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



IT accounting

- Aiuta il business a:
 - Prendere decisioni sui servizi da fornire in base alla convenienza, servizio per servizio
 - Prendere decisioni da una prospettiva di business riguardo i servizi IT e l'investimento su di essi
 - Fornire informazioni per giustificare le spese IT
 - Pianificare e predire il budget in modo affidabile
 - Dimostrare un eventuale sotto-utilizzo o eccessivo utilizzo di servizio in termini economici
 - Comprendere i costi derivanti dal non comprendere le opportunità offerte da certi cambiamenti
- Non è possibile per un fornitore di servizi IT massimizzare il valore dei suoi investimenti se i costi dovuti di erogazione non sono accuratamente conosciuti

I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Diversi tipi di metodi di accounting:

- Direct cost vs. indirect cost
- Capital cost (GCA) vs. operational cost (GST)
- Fixed cost vs. variable cost
- Cost types (e.g. hardware, software)
- Cost elements (e.g. PC, local service within the cost type hardware)
- Cost unit (chargeable unit)

I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Charging

- Per quanto riguarda l'addebito ai clienti, il beneficio principale per l'azienda è che fornisce un metodo per bilanciare il modello e la quantità dei servizi IT in base alle esigenze e risorse dei clienti
- I clienti vengono addebitati per i servizi che ricevono e, poiché pagano, hanno il diritto di influenzare le decisioni riguardanti ciò che viene loro offerto
- Se pensano che certi servizi non forniscano un buon ritorno, possono smettere di usarli o esprimere un reclamo formale

I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Charging

- I servizi possono essere migliorati spendendo di più, se c'è una giustificazione di business dietro
- L'introduzione di una politica di Charging formale spesso fornisce più chiarezza e pertanto più imprese investiranno nell'IT
- Viceversa, se i clienti pensano che possono risparmiare (direttamente o meno) modificando il modo in cui utilizzano i servizi IT, allora potranno discutere questo aspetto più apertamente e chiaramente con il dipartimento IT

I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Charging

Permette al management dei servizi IT di:

- Fare valutazioni formali dei servizi IT e pianificare investimenti basandosi sul recupero dei costi e i benefici per il business
- Recuperare i costi IT in modo trasparente
- Influenzare il comportamento del cliente

I SOTTOPROCESSI DEL FINANCIAL MANAGEMENT



Opzioni di PRICING

Recupero dei costi – recupero di tutti i costi senza alcun margine di guadagno

Cost price plus – recupero dei costi con un profitto

Going rate – il prezzo è paragonabile a quello di altri dipartimenti interni o di altre organizzazioni esterne simili

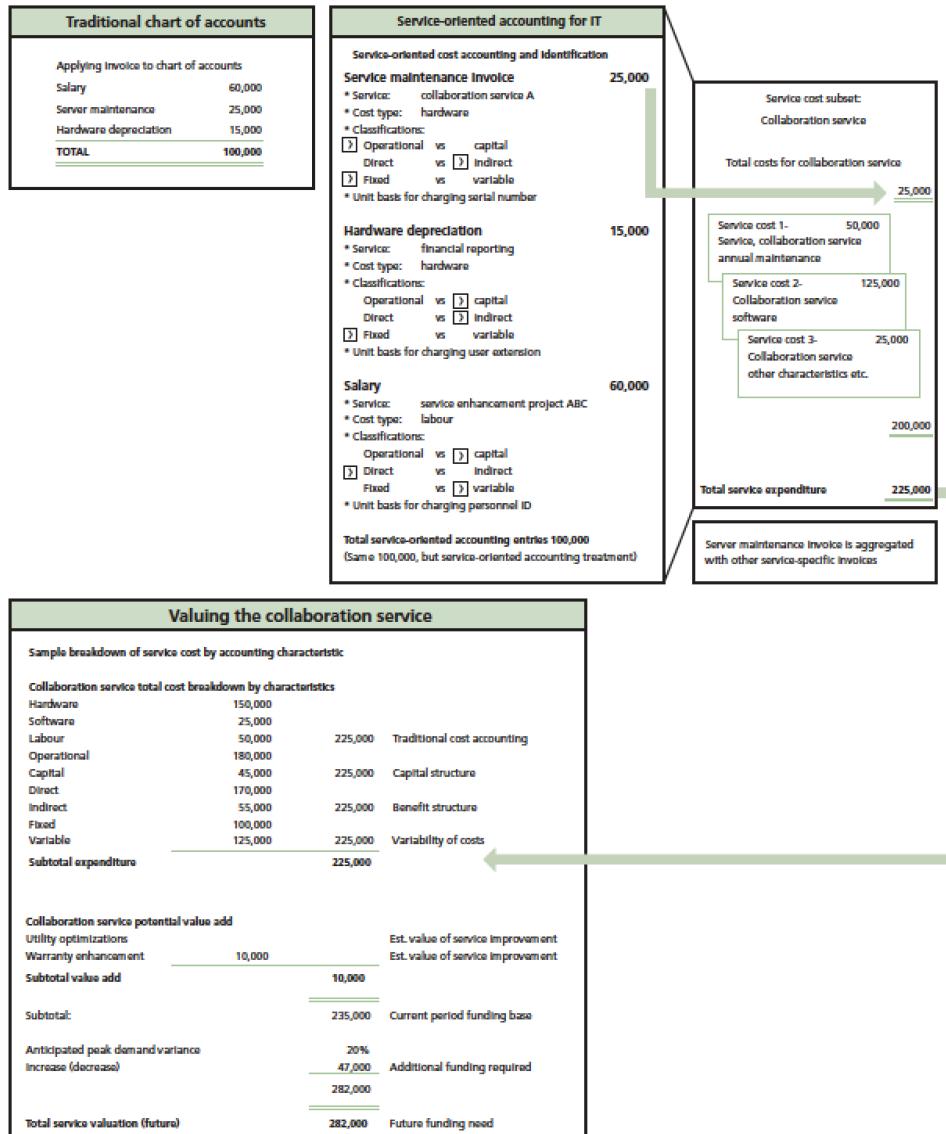
Market prices – viene stabilito in base agli attuali prezzi del mercati

Fixed price – un prezzo fissato che viene concordato con il cliente, per un periodo fissato di tempo, basandosi sull'utilizzo previsto

CONSUMERIZZAZIONE

DEI SERVIZI IT

Es. COST ACCOUNTING



TRANSLATION OF
COST ACCOUNT DATA TO
SERVICE ACCOUNT INFORMATION



Obiettivo

Descrivere un modello che permetta di riportare i costi dell'IT suddivisi per dipendente tramite il modello di «IT Service Cost Accounting»

Attività

1. Individuare e definire chiaramente il Catalogo dei Servizi
2. Individuare e definire tutti i costi sostenuti dall'IT
3. Allocare i costi IT sui servizi
4. Ripartire i costi dei servizi sugli utilizzatori degli stessi



Step 1 – Individuazione e definizione di tutti i costi

Spese

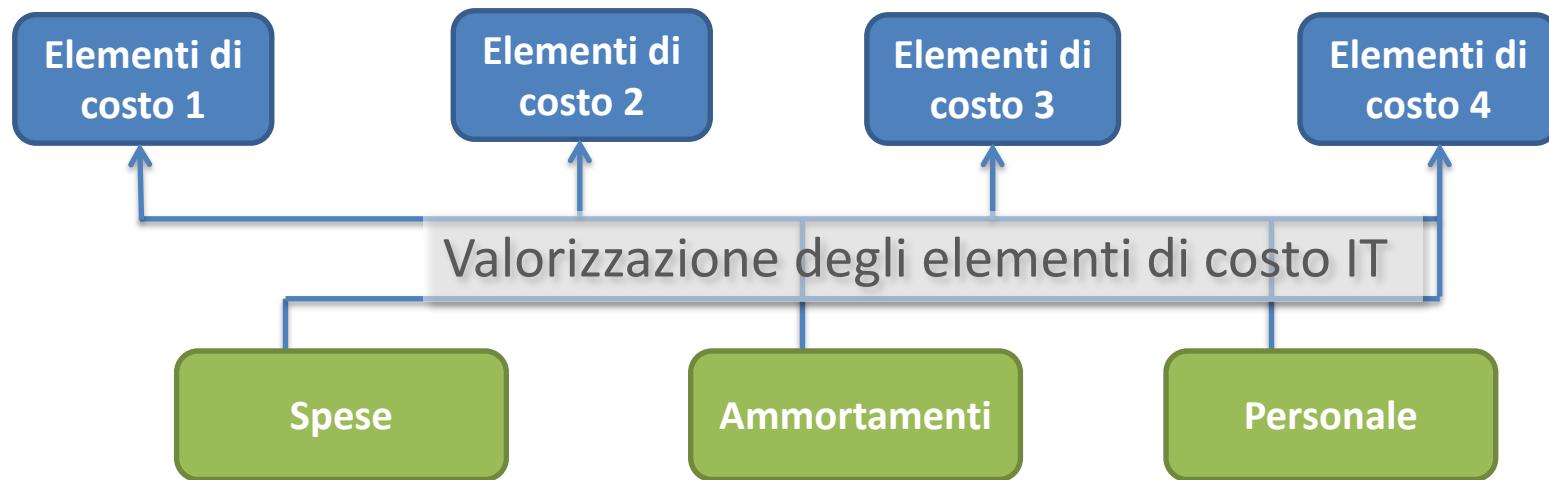
Ammortamenti

Personale

MODELLO DI COST ACCOUNTING



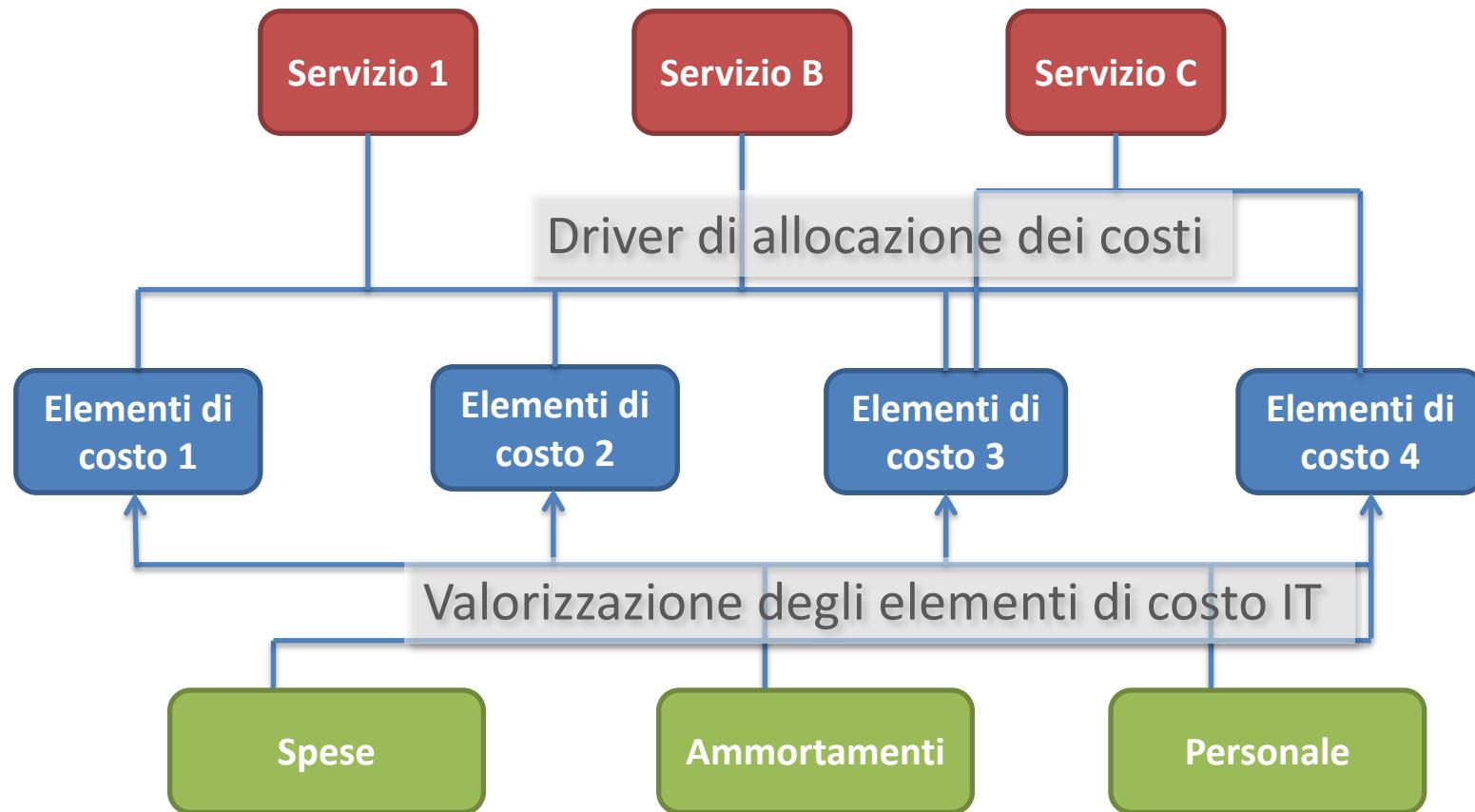
Step 2 – Valorizzazione degli elementi di costo



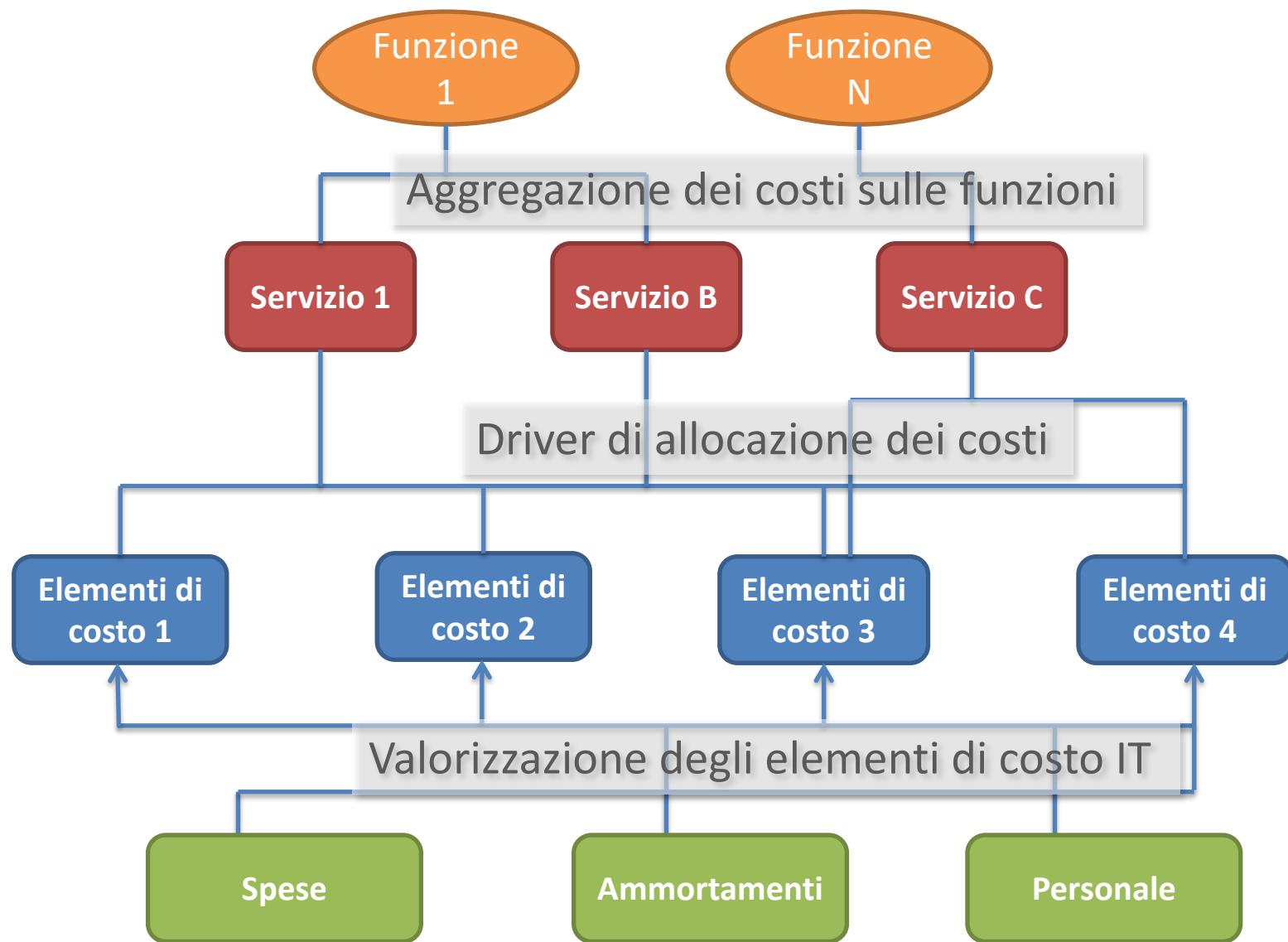
MODELLO DI COST ACCOUNTING

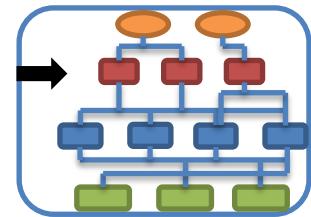


Step 3 – Definizione del Catalogo dei Servizi ed
allocazione dei costi IT per servizio



MODELLO DI COST ACCOUNTING





DEFINIZIONE DEL SERVICE CATALOG

CATALOGO DEI SERVIZI IT



Un Servizio IT è il risultato del prodotto ottenuto attraverso l'impiego di strumenti, risorse umane e finanziarie e permette di fornire valore all'azienda.

Tale risultato deve essere misurabile in termini di valore per l'azienda, sia dal punto di vista del costo del servizio che della sua qualità.

Il Catalogo dei Servizi IT contiene la lista di tutti i servizi attualmente erogati dal dipartimento IT (oltre quelli pronti per la transizione verso l'ambiente di produzione).

E' ragionevole affermare che, in ultima analisi, il dipartimento IT impiega risorse (economiche e umane) per erogare Servizi IT.



INDIVIDUAZIONE DEI SERVIZI E LORO CATALOGAZIONE



- Posta Elettronica
- Storage
- SAP
- Hosting
- Reportistica
- Video conference
-
-

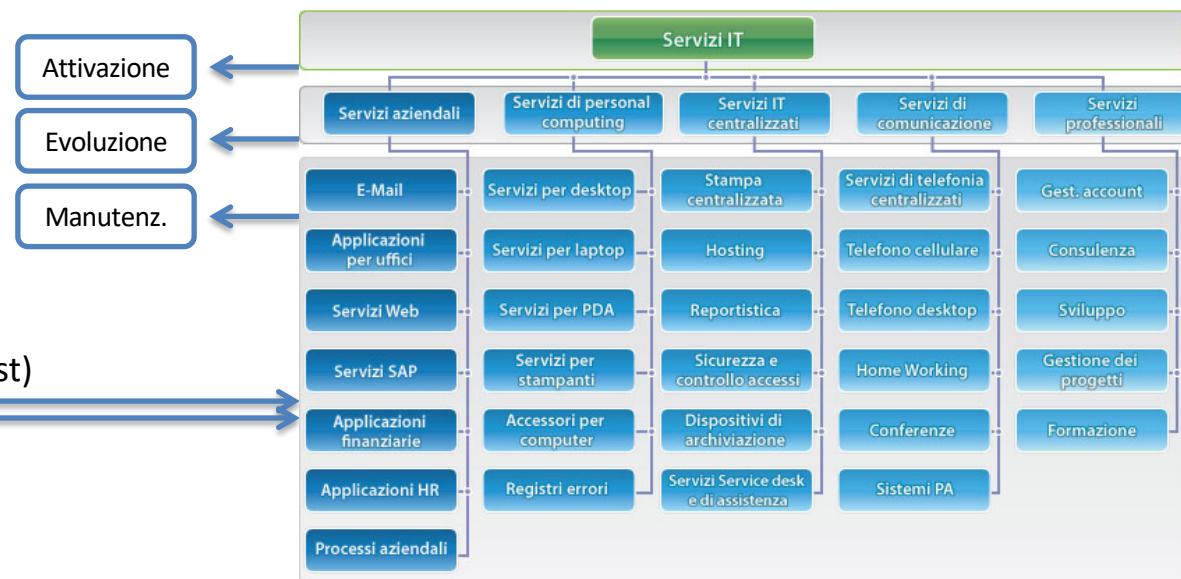
Users

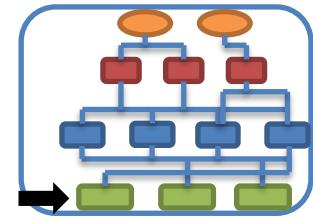


Enrollment (Service Request)



Malfunction (Incident)





INDIVIDUAZIONE E DEFINIZIONE DI TUTTI I COSTI



I costi sono le risorse effettivamente impiegate per fornire i servizi e quindi generare i ricavi.

Una fondamentale distinzione fra i costi prevede la suddivisione fra quanto genera patrimonio (e quindi può essere capitalizzato) e quanto è necessario fare per mantenere operativo il sistema (e che quindi si configura come spesa).

CAPEX = **C**APital **E**Xpenditure

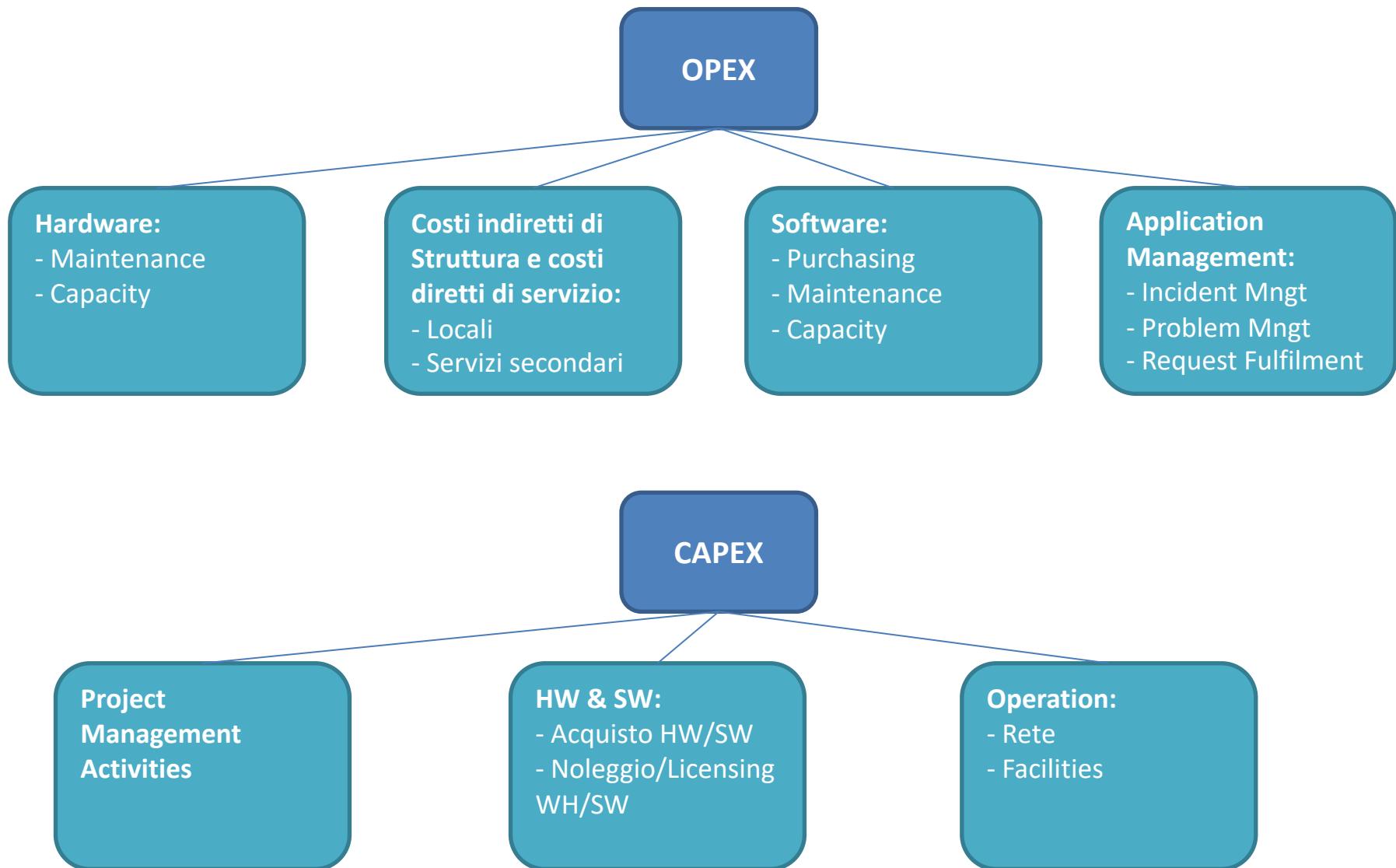
E' il costo per sviluppare un prodotto/risultato o per fornire asset durevoli per il prodotto od il sistema.

OPEX = **O**Perational **E**Xpenditure

OPEX sono le spese correnti per fornire il servizio. Rappresenta il costo necessario per gestire un prodotto, un business od un sistema (costi di Operation & Maintenance) ovvero costi operativi e di gestione.

$$\text{Costo IT servizio dell'anno} = \text{Ammortamento CAPEX} + \text{OPEX dell'anno}$$

COSTI IT – CAPEX ED OPEX



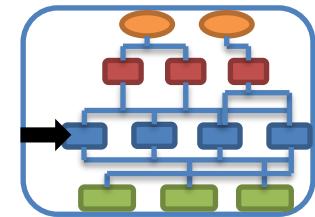
VALORIZZAZIONE DEI COSTI



Con **Cost Drivers** - letteralmente "(fattori) che motivano un costo" - si intendono i criteri atti a suddividere le voci economiche in dettagli più utili alle analisi di contabilità analitica e/o di contabilità industriale.

| ID | Elemento di costo | Descrizione elemento | Importo |
|-----|---------------------------------|---|-----------|
| 133 | Affitti | Costo affitti per ospitare data center e disaster recovery | € 120.000 |
| 134 | Connettività esterna | Costo del mantenimento della connettività verso i servizi esterni | € 13.000 |
| 135 | Connettività interna | Costo di mantenimento della LAN interna (cablaggi, apparati e componenti) | € 4.500 |
| 136 | Elettricità | Costo della potenza fornita al DC | € 35.000 |
| 137 | Manutenzione HW librerie nastri | Manutenzione HW tape library HP | € 12.000 |
| 138 | Manutenzione HW server | Costo di manutenzione degli apparati HW | € 35.500 |
| 139 | | | |

3



ALLOCAZIONE DEI COSTI IT SUI SERVIZI



Per poter calcolare il **Valore del sistema informativo**, è necessario introdurre aspetti patrimoniali e non solo economici.

Si deve affiancare al **Budget IT** (Costi) lo **Stato Patrimoniale IT** (Valore generato e valore del capitale ICT).

Valore del sistema informativo = valore intrinseco + business value

Valore intrinseco = valore complessivo di tutte le tecnologie dell'informazione e degli altri Asset IT impiegati in azienda senza tener conto del valore che questi esprimono grazie agli effetti che si producono direttamente o indirettamente sul fronte del business

Business value = misura il valore dei risultati di business direttamente o indirettamente collegati all'impiego delle tecnologie informatiche

COSTO IT DEI SERVIZI



Per semplificare, possiamo approssimare la misura calcolando il **valore intrinseco senza tenere conto degli effetti di business**.

La logica è quella della misura “unlevered”.

E’ un giusto compromesso tra il valore contabile e quello, troppo volatile, collegato ai vantaggi operativi e strategici ottenibili grazie all’impiego delle ICT.

Risulta, comunque, essere l’attività più complessa fra tutte quelle previste.

Per i **costi diretti** è sempre facile individuare chiaramente il servizio a cui imputare i costi. Per quelli **indiretti**, invece, è necessario adottare regole chiare e stabilite a priori.



Costi di manutenzione/gestione dei servizi

OPEX

- Σ Application Management (Incidents, Problems, Operation)
- Σ Maintenance HW & SW
- Σ costi indiretti di struttura (compreso il personale)
- Σ costi diretti di servizio
- ...

CAPEX

- Σ ammortamento acquisto HW + SW
- Σ Project Management
- Σ WIP
- ...



Alcuni esempi concreti:

Infrastrutture tecnologiche, tenuto conto del valore di mercato delle componenti aumentato del valore della soluzione architetturale e di configurazione in termini di robustezza

Licenze software: le licenze non hanno valore in se, ma possono averne se sono il vettore che permette di accedere a competenze e tecnologie di buon livello

Software sviluppato in casa, valutato in termini di riusabilità e resistenza al cambiamento

Configurazioni di software usati su licenza (es. ERP): valore della configurazione, documentazione, integrazione

Data Base, valore dei dati archiviati e contenuti ne SI

Formazione “assorbita”

Progetti in corso (WIP): ricerca, sviluppo e sperimentazione

COSTO IT DEI SERVIZI

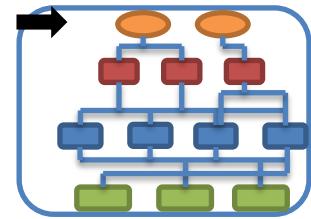


Costo IT del servizio = Σ (OPEX + Ammortamento CAPEX) del servizio

Costo totale dell'IT = Σ Costo IT dei servizi

Output di questa attività deve essere la tabella contenente il costo annuo di erogazione per ogni servizio presente nel Service Catalog.

4



INDIVIDUAZIONE DEL COSTO DEI SERVIZI PER FUNZIONE

ALLOCAZIONE DEI SERVIZI SUI DIPENDENTI



Calcolare il costo per singolo dipendente può risultare molto lungo e complesso. Per semplificare è opportuno raggruppare gli utenti per profili chiamati **funzioni**.

Il raggruppamento per funzione permette l'omogeneizzazione degli utenti per ufficio o per logica organizzativa, oltre che una facile previsione dei nuovi costi da sostenere a fronte dell'ingresso di un nuovo dipendente.

Permette, inoltre, un facile ribaltamento dei costi sui vari Centri di Costo.

ALLOCAZIONE DEI SERVIZI SUI DIPENDENTI



E' necessario stabilire i driver di allocazione che associano ogni servizio agli utenti/funzioni che ne fanno uso. Deve essere, quindi, studiata e pubblicata una chiara politica di suddivisione di questi.

Esempi di allocazioni:

Flat servizio suddiviso in modo equanime per tutti i dipendenti

Flat x gruppi servizio distribuito tra tutti i componenti di una funzione

Manuale servizio allocato puntualmente per quantità di utilizzo

Pay x use servizio allocato a seconda di richiesta puntuale dello stesso

... ...



Una volta stabilite le regole, sarà possibile imbastire la tabella di correlazione fra dipendenti/funzioni e Servizi, come nell'esempio sottostante.

| | | Servizi | | | | | |
|--------|--------|---------------|---------|---------|--------------|-------------|-------|
| | | Posta Elettr. | Storage | Hosting | Reportistica | Video Conf. | |
| Utenti | User A | 10% | 1% | 15% | 30% | 15% | x% |
| | User B | 5% | 3% | 10% | 12% | 20% | x% |
| | User C | 15% | 0% | 20% | 0% | 0% | x% |
| | User D | 5% | 20% | 0% | 5% | 0% | x% |
| | | x% | x% | x% | x% | x% | x% |
| | TOT | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Costo IT per dipendente = %uso del servizio X Costo totale del servizio

SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT

OBIETTIVI DEL SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT



Lo scopo del Service Portfolio consiste nel poter descrivere un fornitore di servizi in termini di valore del business.

Ogni servizio ivi descritto viene articolato in termini di necessità da parte del business e porta con se tutti i dettagli di come questo viene prodotto e, quindi, erogato.

Per definizione, **business value terms** viene letto come **marketing terms**. Per questa ragione i dati così espressi forniscono un metodo semplice per la comparazione dei servizi erogati con quelli offerti da altri fornitori presenti sul mercato.

OBJECTIVES OF SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT



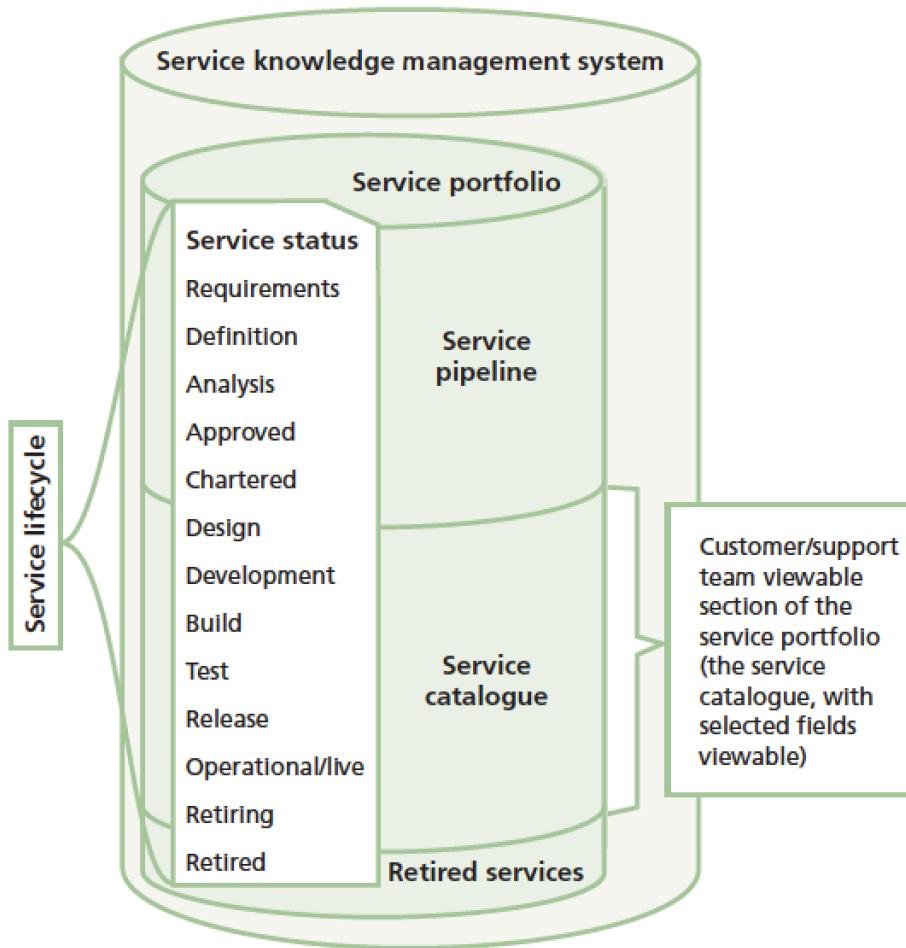
Il Service Portfolio ha la caratteristica di:

- Includere il set completo di servizi gestiti da un fornitore
- Gestire l'intero ciclo di vita dei servizi

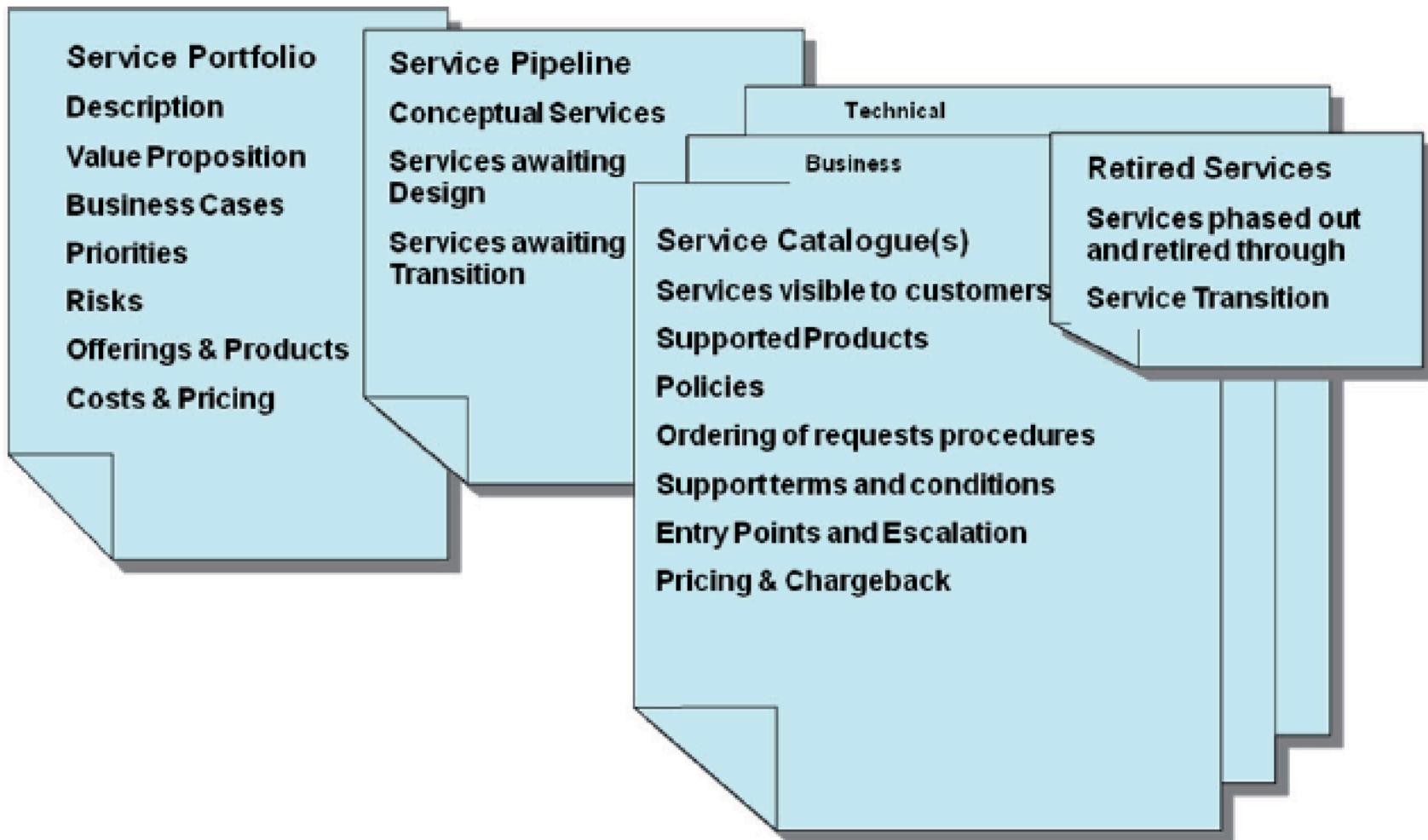
Il Service Portfolio è suddiviso in 3 parti:

- Service Pipeline (proposed or in development)
- Service Catalogue (live or available for deployment)
- Retired Services (decommissioned services)

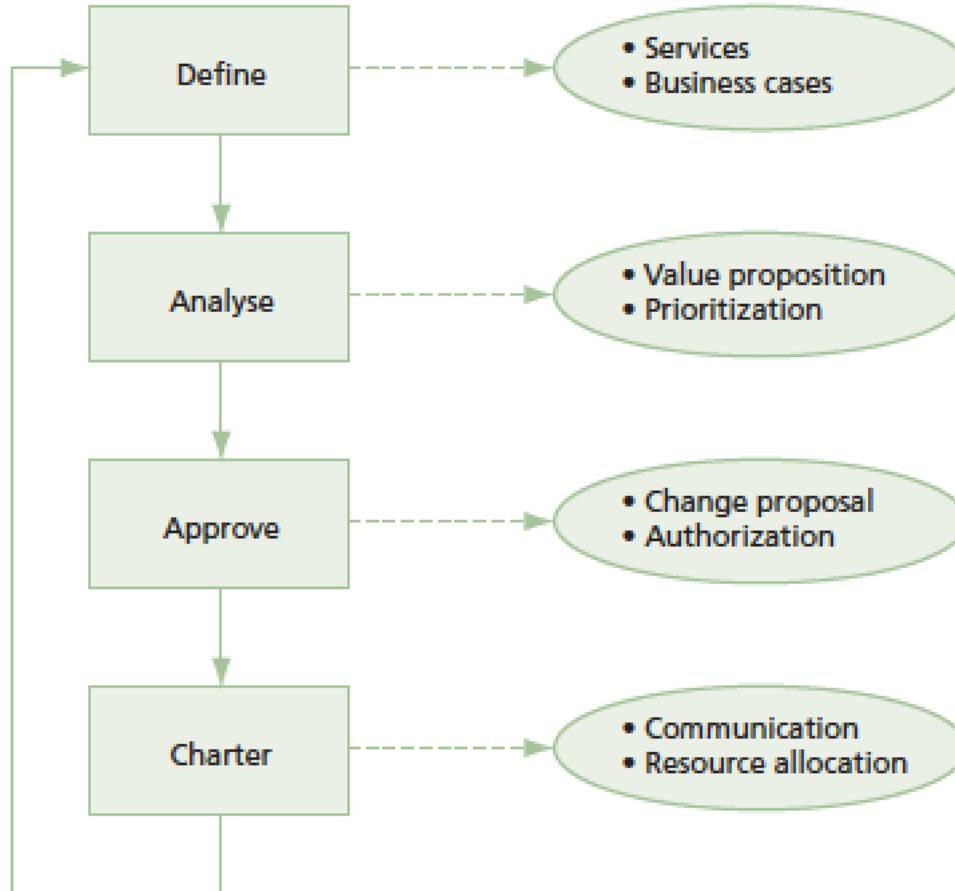
IL SERVICE PORTFOLIO



THE SERVICE PORTFOLIO



LE 4 FASI DEL PROCESSO DI SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT



LE 4 FASI DEL PROCESSO DI SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT



Define: raccogliere le informazioni di tutti i servizi esistenti e di ogni nuovo servizio proposto (compreso ogni servizio ancora in fase concettuale o di ideazione). L'ambito copre tutti i servizi che l'organizzazione vorrebbe fornire se avesse risorse, capacità e tempo illimitati.

Analyse: l'esercizio di analisi ha lo scopo di identificare perspectives, plans, patterns e positions. Queste informazioni sono usate per guidare l'analisi verso i risultati desiderati dalla gestione del Service Portfolio. Comprendere le loro opzioni aiuta il senior management ad operare decisioni sugli investimenti che siano ben informate in relazione alle iniziative di servizio.

Gli investimenti strategici sono suddivisi in 3 categorie strategiche:

- Run the Business (RTB) – focalizzato sulla manutenzione dell'operatività dei servizi
- Grow the Business (GTB) – inteso come aumento dell'ambito dei servizi offerti
- Transform the Business (TTB) – che comprende quanto necessario per muoversi verso nuove aree di mercato

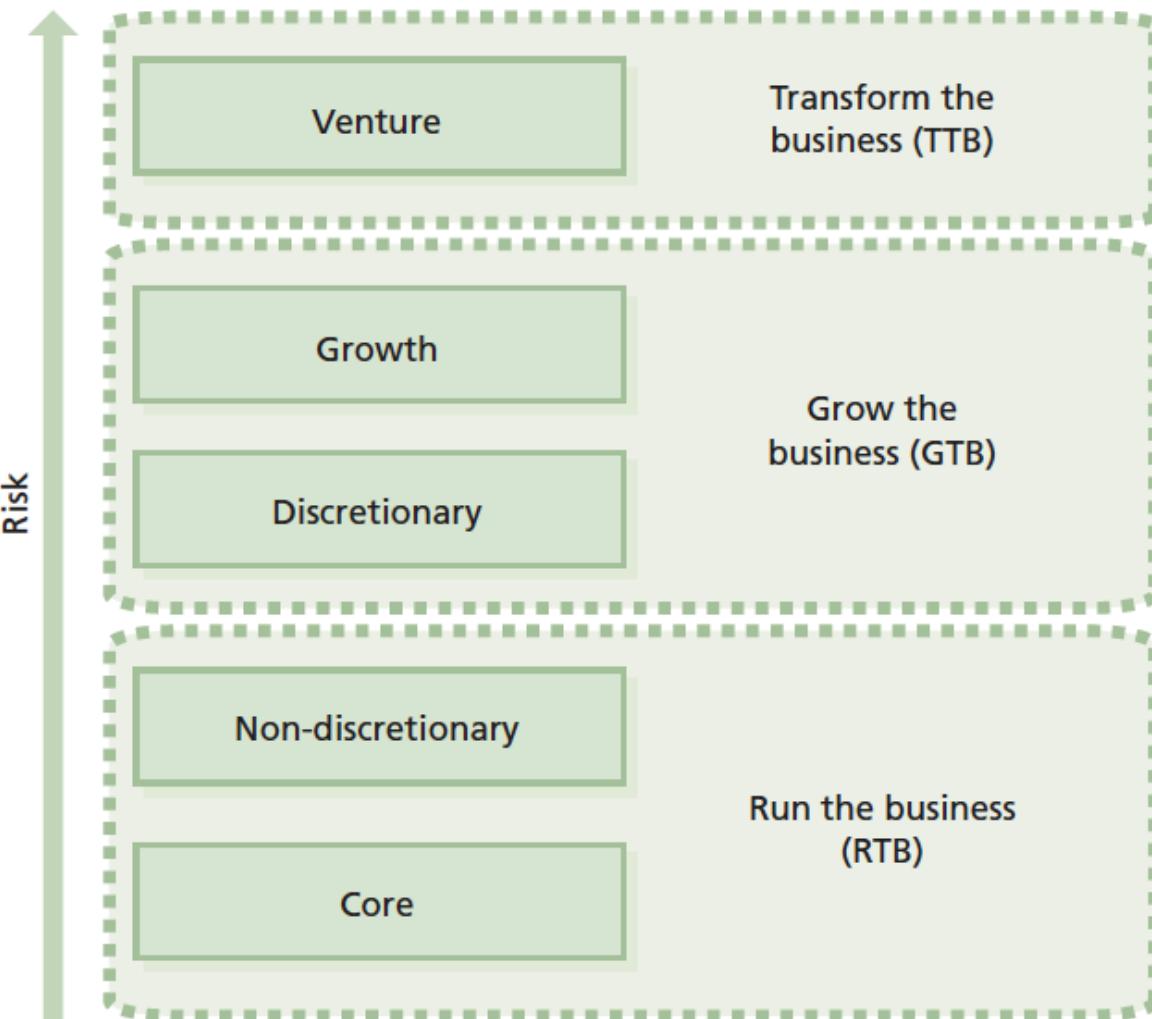
LE 4 FASI DEL PROCESSO DI SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT



Approve: le 2 fasi precedenti portano ad una ottimale comprensione dell'assetto futuro dei servizi. Questa fase si focalizza sul completamento delle attività procedurali e burocratiche quali registrazione, approvazione, etc.

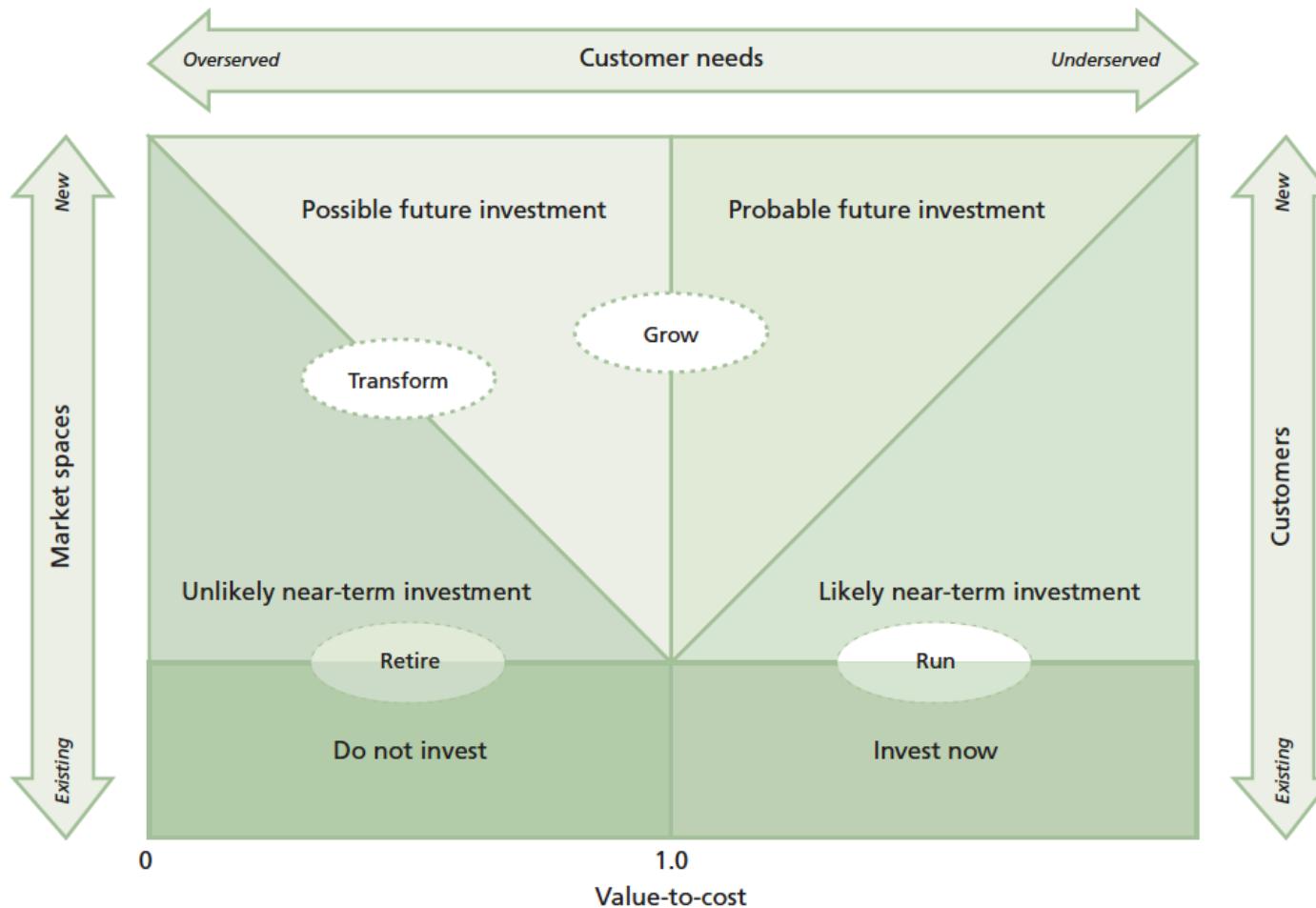
Charter: la fase prevede la corretta comunicazione della decisione presa nella fase precedente, l'allocazione delle risorse e l'inserimento del nuovo o modificato servizio nel charter dei servizi. Le decisioni devono essere comunicate via report chiari e non ambigui che includano tutti i dettagli relativi alle azioni necessarie per la futura implementazione.

ANALYZE ACTIVITY STRATEGIC CATEGORIES



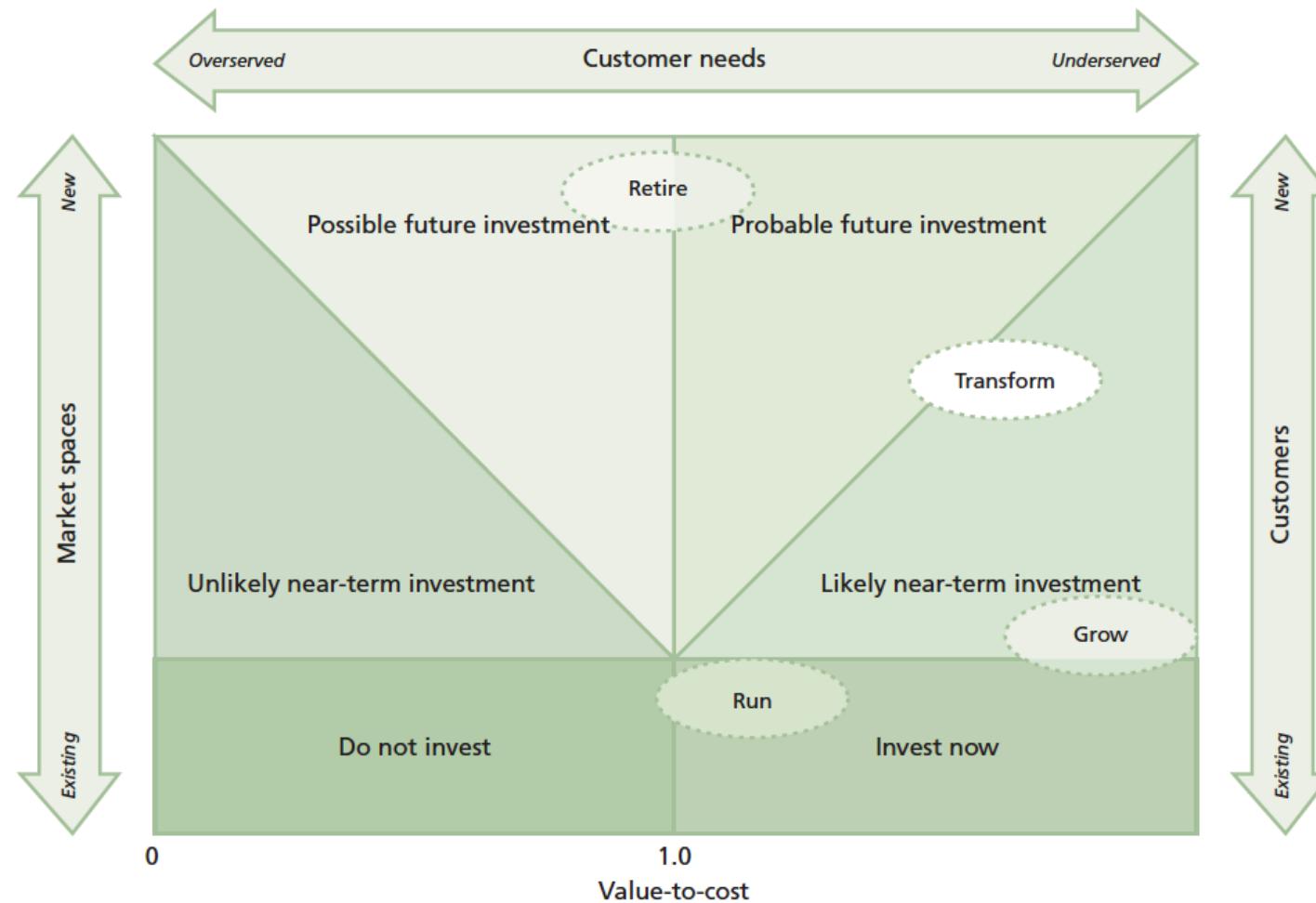
COME IL MANAGEMENT
AZIENDALE ALLOCA IL BUDGET
IN FUNZIONE DELLE CATEGORIE
STRATEGICHE DI SERVIZIO

ANALYZE ACTIVITY STRATEGIC CATEGORIES



UN INTERNAL
SERVICE PROVIDER
FOCALIZZATO SUL
MANTENIMENTO IN
ESSERE DEI SERVIZI

ANALYZE ACTIVITY STRATEGIC CATEGORIES



UN EXTERNAL SERVICE PROVIDER FOCALIZZATO SULL'ESPANSIONE DELL'AMBITO DEI SERVIZI EROGATI

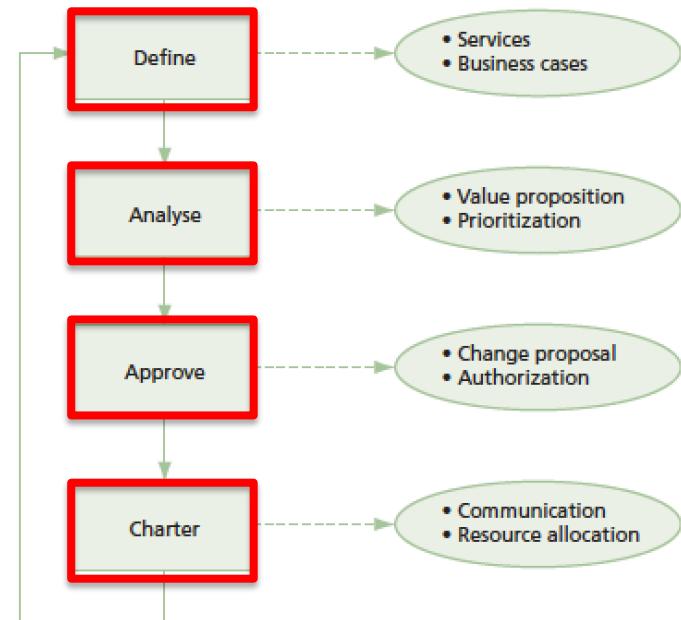
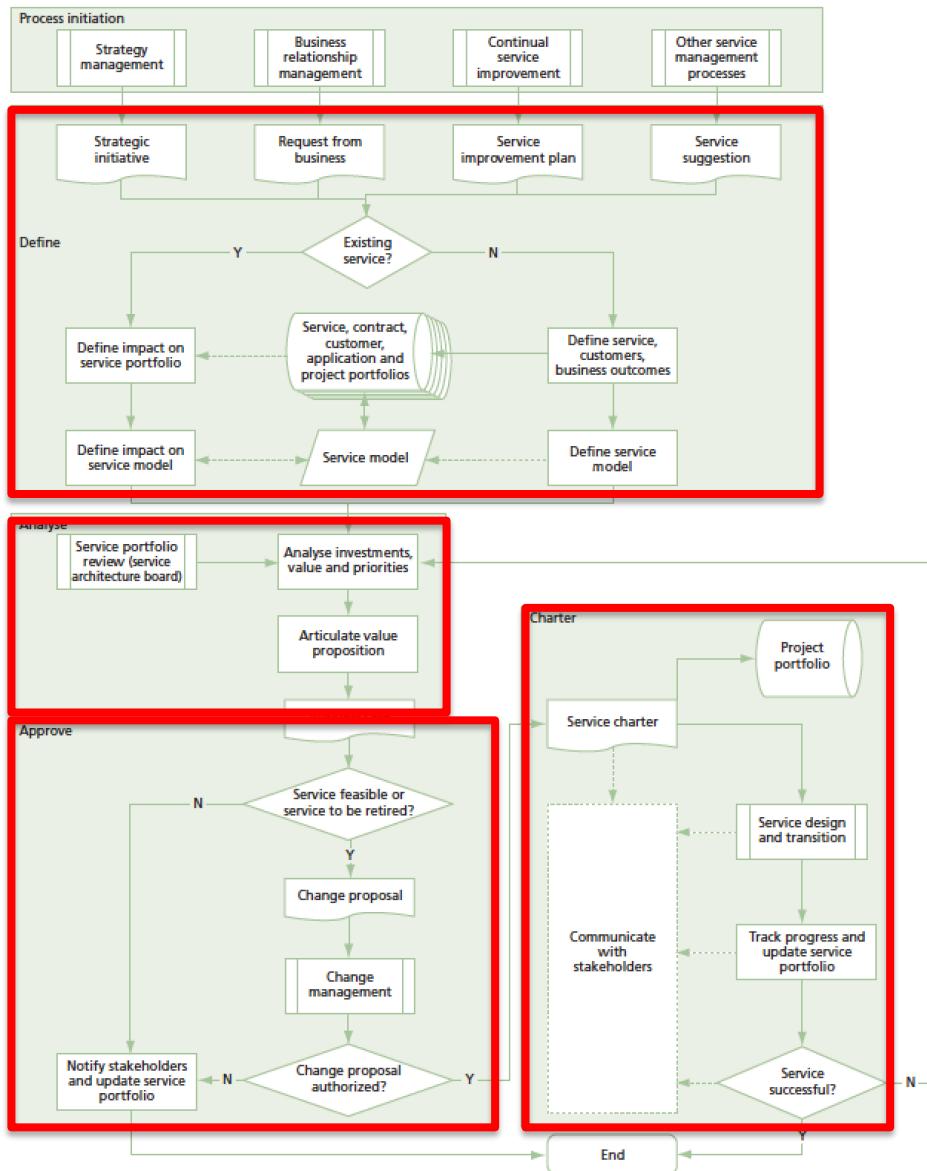
APPROVE ACTIVITY - THE SIX RS



The outcomes for existing services falls into six categories:

- **Renew:** these services meet functional fitness criteria, but fail technical fitness. An example may be a service whose fulfilment elements include a mainframe system and frame relay network that still supports business critical processes, where the strategic direction of the organization is to retire the mainframe platform and source an MPLS (multi protocol label switching) WAN.
- **Replace:** these services have unclear and overlapping business functionality.
- **Retain:** largely self contained, with well defined asset, process and system boundaries. These services are relevant and aligned with the organisations service strategy.
- **Refactor:** often services that meet the technical and functional criteria of the organization have confused or inconsistent process or system boundaries. In these cases, the service can often be refactored to include only the core functionality, with other common services used to provide the remainder.
- **Retire:** services that do not meet minimum levels of technical and functional fitness. Retirement is an often overlooked investment; this is potentially one of the largest hidden costs in a service provider's organisation, particularly in a large organization with a long history.
- **Rationalise:** often organisations discover they are offering services that are composed of multiple releases that come from the same operating system, or multiple versions of the same software. These services need to be rationalised.

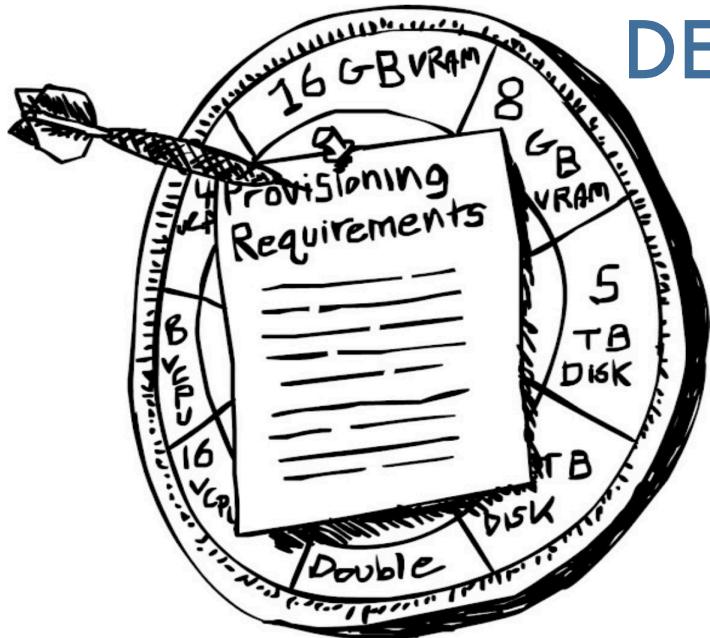
IL PROCESSO DI SERVICE PORTFOLIO MANAGEMENT



DEMAND MANAGEMENT



PERCHÈ AVERE UN PROCESSO DI DEMAND MANAGEMENT?



Il Demand Management è
un aspetto critico del
Service Management

Se mal gestita, la richiesta di servizio può essere sorgente di rischio per i fornitori di servizio in quanto non prevedibile e, quindi, gestibile nel migliore dei modi.



Il Demand Management è responsabile della comprensione delle domande e della qualità delle risposte che vengono date alle richieste di servizio da parte del business attraverso:

- Analisi dei pattern di attività e della profilazione degli utenti
- Fornitura di capacità in linea con gli obiettivi strategici



ACTIVITY BASED DEMAND MANAGEMENT

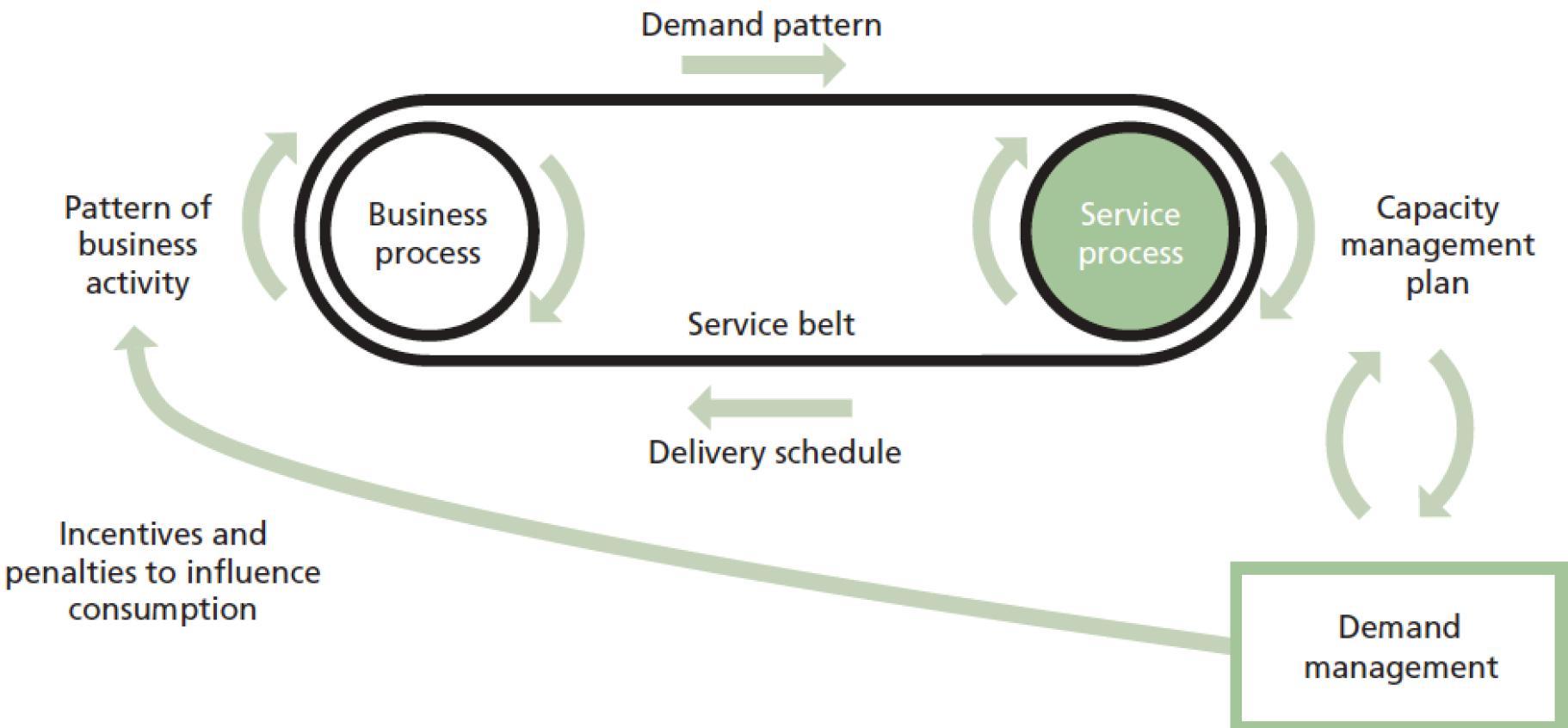
- Diversamente dalle merci, i servizi non possono essere prodotti o immagazzinati in anticipo sulla domanda.
- La capacità produttiva delle risorse disponibili per un servizio è regolata in accordo fra le previsioni di domanda ed i pattern produttivi. Alcuni tipi di capacità possono essere facilmente aumentati o ridotti su richiesta. L'arrivo della domanda può essere facilitato da vincoli finanziari, incentivi sul prezzo, limitazioni fisiche.
- I processi di business sono la sorgente primaria della domanda di servizio. I Patterns of Business Activity (PBA) influenzano i pattern di domanda visti dai fornitori di servizio e, per questa ragione, è assolutamente necessario trovare il modo affinché questi possano avere le informazioni previsionali a loro necessarie da parte del business.



ACTIVITY BASED DEMAND MANAGEMENT

- E' determinante studiare il business dei propri clienti al fine di identificare, analizzare e capire i pattern di business e poter, quindi, fornire una base informativa sufficiente per una efficace gestione della capacità.
- Analizzare e tracciare i pattern dei processi di business rende possibile predire la domanda dei servizi presenti all'interno del catalogo a supporto di questo processo.
- Ogni unità di domanda addizionale generata dalle attività di business deve essere allocata ad una corrispondente unità di capacità di servizio. Le attività basate sul processo di Demand Management devono legare assieme i pattern di domanda assicurando che i piani di business dei clienti siano allineati con i piani di gestione del servizio sviluppati dal fornitore.

DEMAND PATTERN



COME LE ATTIVITÀ DI BUSINESS INFLUENZANO I PATTERN RELATIVI ALLA DOMANDA DI SERVIZIO

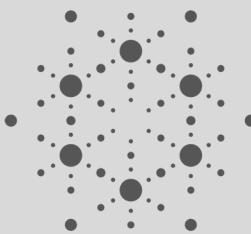


ACTIVITY BASED DEMAND MANAGEMENT

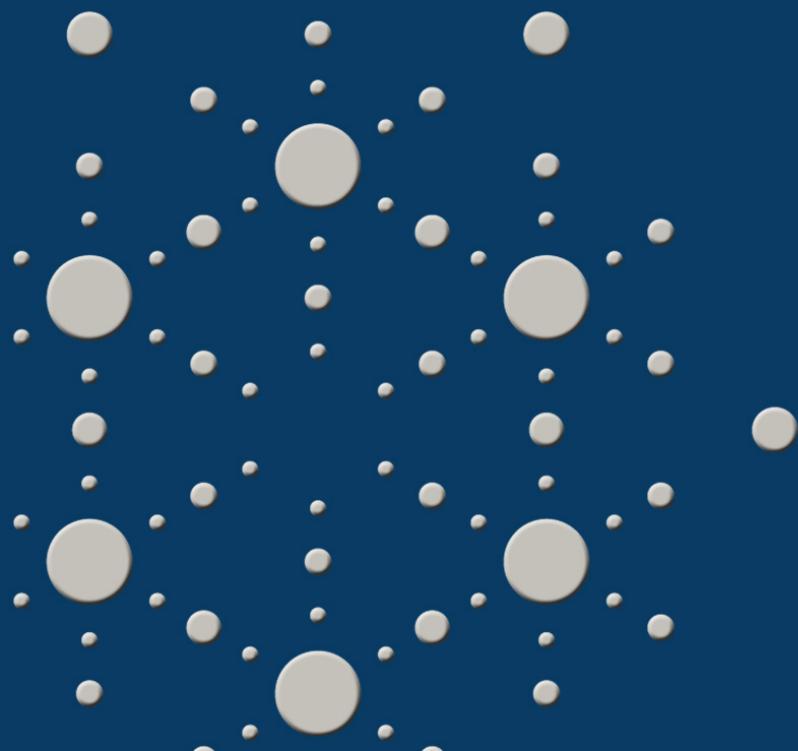
- La produzione di servizio non può avvenire senza che la rispettiva domanda lo consumi.
- Si tratta di un sistema di tipo PULL dove il ciclo di consumo stimola la produzione: il consumo produce domanda e la produzione la consuma.

DOMANDE?

GRAZIE PER L'ATTENZIONE.



NETCOM
IT Life Cycle Management



N E T C O M
IT Life Cycle Management