

Hoofdstuk 2

Service:

Een middel om co-creatie van waarde mogelijk te maken door eindresultaten te faciliteren die klanten willen bereiken, zonder dat de klant specifieke kosten en risico's hoeft te managen.

Helpt klanten hun **eindresultaten** te bereiken (co-creatie van **waarde**), zonder dat zij zelf **kosten en risico's** hoeven te managen.

Utility:

De functionaliteit die een product of service biedt om aan een specifieke vraag te voldoen.

De **functionaliteit** waarmee een product of **service** een specifieke **vraag** oplost.

Warranty:

De zekerheid dat een product of service aan de overeengekomen vereisten voldoet.

De **zekerheid** dat een product of **service** aan de **overeengekomen vereisten** voldoet.

Klant (Customer):

Een rol die de vereisten voor een service definieert en de verantwoordelijkheid neemt voor de eindresultaten van het gebruik van de service.

Definieert de vereisten voor de **service** en is **eindverantwoordelijk** voor de resultaten.

Gebruiker (User):

Een rol die services gebruikt.

Gebruikt de **services** in de dagelijkse praktijk.

Sponsor:

Een rol die de kosten van de serviceconsumptie autoriseert.

Autoriseert de kosten van de **serviceconsumptie**.

Servicemanagement:

Een reeks gespecialiseerde organisatorische vermogens om waarde voor klanten mogelijk te maken in de vorm van services.

De gespecialiseerde organisatorische vermogens om **services waarde** voor klanten mogelijk te maken.

Waarde:

Het ervaren voordeel, nut en belang van iets.

Het **ervaren voordeel, nut en belang** van iets.

Serviceaanbieding (Service offering):

Een formele beschrijving van één of meer services, ontworpen om in de vraag van een consumentendoelgroep te voorzien.

De **formele beschrijving** van één of meer **services** voor een **consumentendoelgroep**.

Waardecreatie:

Waarde wordt gecreëerd in een servicerelatie tussen serviceconsumenten en serviceproviders of andere stakeholders. Waarde ontstaat alleen wanneer de relatie meer positieve dan negatieve effecten oplevert. Dit is een balans tussen gewenste eindresultaten en de bijbehorende kosten en risico's.

Product:

Een configuratie van de middelen van een organisatie die is ontworpen om waarde voor een consument te bieden.

Output:

Een materiële of immateriële uitkomst van een activiteit.

Outcome (Eindresultaat):

Een gevolg voor een stakeholder, mogelijk gemaakt door één of meer outputs.

Kosten (Cost):

De hoeveelheid geld die aan een specifieke activiteit of middel is uitgegeven. Kosten zijn vaak financieel, maar kunnen ook worden uitgedrukt in tijd of inspanning. Een service kan voor de consument kosten vermijden (bijv. lagere personeels- of technologie-uitgaven) of kosten veroorzaken (bijv. prijs van de service, training of gebruikskosten).

Risico (Risk):

Een mogelijk voorval dat schade of verlies kan veroorzaken, of het moeilijker kan maken om doelstellingen te bereiken. Ook: de onzekerheid van een uitkomst, die positief of negatief kan zijn. Een service kan risico's voor de consument vermijden (bijv. door betrouwbaardere middelen van de provider), maar ook nieuwe risico's veroorzaken (bijv. storingen of beveiligingslekken bij de provider).

Serviceprovider:

Een rol die een organisatie in een servicerelatie vervult om services aan serviceconsumenten te leveren. Een serviceprovider creëert samen met de serviceconsument waarde door services beschikbaar te maken. Serviceproviders kunnen intern of extern zijn.

Serviceconsument:

Een organisatie of persoon die gebruikmaakt van services. Binnen de generieke rol van serviceconsument zijn er drie rollen:

- **Klant:** definieert de vereisten en neemt verantwoordelijkheid voor de uitkomsten.
- **Gebruiker:** gebruikt de service.
- **Sponsor:** autoriseert de kosten/budget.

Andere stakeholders:

Naast providers en consumenten zijn er ook andere stakeholders: aandeelhouders (financieel belang), medewerkers (ontwikkeling, compensatie, zingeving) en de samenleving (sociale of ecologische impact).

Serviceaanbieding (Service offering):

Een formele beschrijving van één of meer services, ontworpen om in de vraag van een consumentendoelgroep te voorzien. Een serviceaanbieding kan bestaan uit:

- Goederen (bijv. laptop)
- Toegang (bijv. netwerk of opslag)
- Serviceacties (bijv. support of onderhoud)

Servicelevering (Service provision):

Activiteiten die door een serviceprovider worden uitgevoerd om services te leveren. Dit omvat het managen van middelen, het bieden van toegang en het uitvoeren van overeengekomen serviceacties.

Serviceconsumptie (Service consumption):

Activiteiten die door een serviceconsument worden uitgevoerd om services te gebruiken. Dit omvat het managen van eigen middelen, het uitvoeren van serviceacties en het indienen van verzoeken bij de provider.

Servicerelatie:

Een samenwerking tussen een serviceprovider en een serviceconsument, waaronder servicelevering, serviceconsumptie en servicerelatiemanagement.

Servicerelatiemanagement:

Gezamenlijke activiteiten van provider en consument om cocreatie van waarde te garanderen op basis van overeengekomen serviceaanbiedingen.

Hoofdstuk 3

Vier dimensies van servicemanagement

**Organisaties en mensen:**

Omvat rollen, verantwoordelijkheden, organisatiestructuren, cultuur, vaardigheden en competenties die nodig zijn om services te leveren. Belangrijk: vertrouwen, transparantie en een cultuur van continu verbeteren. Denk aan leiderschap, communicatie, samenwerking en T-shaped medewerkers.

Informatie en technologie:

Omvat alle informatie en technologie die nodig zijn voor servicelevering en -management. Voorbeelden: apps, apparaten, interne systemen (workflow, communicatie, kennisbanken). Informatie moet betrouwbaar, beschikbaar, toegankelijk, tijdig, nauwkeurig en relevant zijn.

Partners en leveranciers:

Serviceproviders werken samen met partners en leveranciers voor ontwerp, levering en verbetering van services. Bij sourcing spelen factoren mee zoals strategische focus, cultuur, middelen, kosten, expertise, externe beperkingen en vraagpatronen. Binnen het servicewaardesysteem zijn contracten, relaties en integratie essentieel.

Waardestromen en processen:

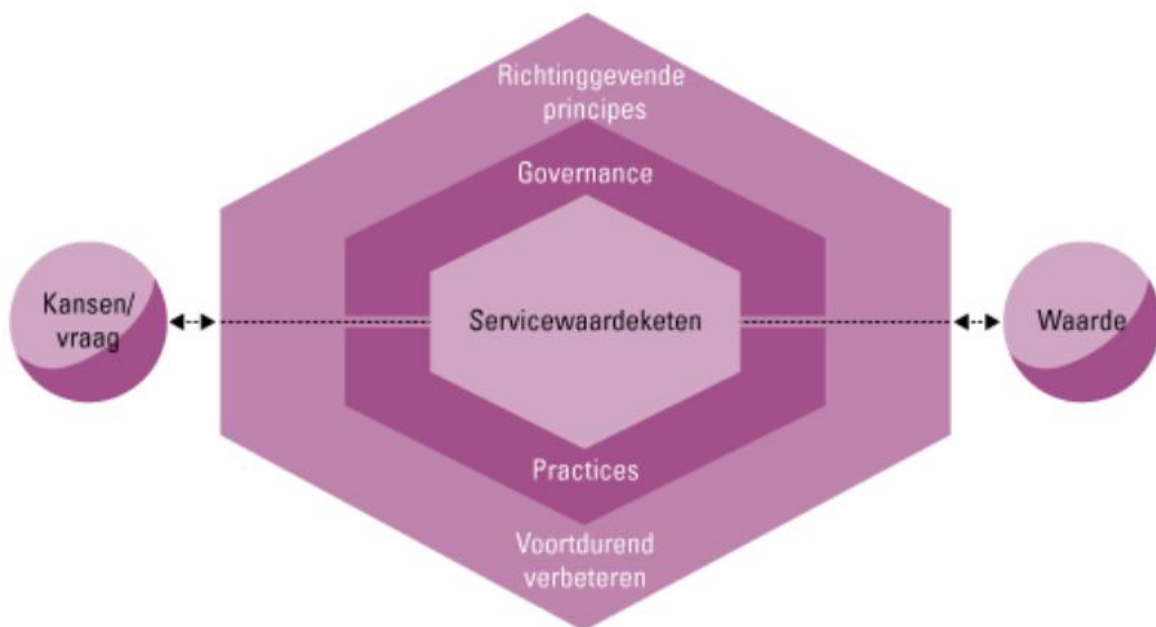
Definieert activiteiten, workflows en procedures om waarde te creëren.

- **Waardestroom:** reeks stappen om producten en services te leveren.
- **Proces:** activiteiten die inputs omzetten in outputs.
Waardestromen moeten verspilling vermijden. Externe invloeden = **PESTLE** (politiek, economisch, sociaal, technologisch, juridisch, ecologisch).

Hoofdstuk 4

1. Het ITIL-servicewaardesysteem (SVS)

- **Wat is het?** Een model dat laat zien hoe alle componenten en activiteiten samenwerken om waarde te creëren.
- **Onderdelen:**
 - Servicewaardeketen
 - Practices
 - Richtinggevende principes
 - Governance
 - Voortdurend verbeteren
- **Input:** kans en vraag
- **Output:** waarde



2. De zeven richtinggevende principes (Guiding Principles)

Je moet de **aard, gebruik en interactie** kunnen beschrijven én **toepassing uitleggen**:

1. Focus op waarde
2. Begin waar je bent
3. Werk iteratief met feedback
4. Werk samen en bevorder zichtbaarheid
5. Denk en werk holistisch
6. Houd het eenvoudig en praktisch
7. Optimaliseer en automatiseer

3. De servicewaardeketen (SVC)

- Je moet snappen dat de zes activiteiten **onderling verbonden** zijn → ze vormen samen waarestromen.
- Je moet het **doel van elke activiteit** kunnen beschrijven:
 - **Plan** → gedeeld begrip van visie, status en richting.
 - **Improve** → continue verbetering van producten, services en practices.
 - **Engage** → begrijpen van behoeften en onderhouden van relaties met stakeholders.
 - **Design & transition** → nieuwe/gewijzigde producten en services voldoen aan verwachtingen.
 - **Obtain/build** → servicecomponenten beschikbaar waar en wanneer nodig.
 - **Deliver & support** → services leveren en ondersteunen volgens afspraken.

Voortdurend verbeteren (onderdeel van SVS):

Een kerncomponent van het servicewaardesysteem. Het zorgt ervoor dat alle activiteiten, practices en waarestromen voortdurend worden aangepast en verbeterd om te blijven aansluiten bij de verwachtingen van stakeholders. Dit gebeurt met het continual improvement model (7 stappen):

1. Wat is de visie?
2. Waar zijn we nu?
3. Waar willen we zijn?
4. Hoe komen we daar?
5. Neem actie.
6. Zijn we daar aangekomen?
7. Hoe houden we de vaart erin?

Governance

De manier waarop een organisatie wordt bestuurd en beheerst. Governance evalueert, stuurt en bewaakt alle activiteiten van de organisatie, inclusief servicemanagement. Het doel is ervoor te zorgen dat het servicewaardesysteem en de practices altijd in lijn zijn met de strategie, doelstellingen en het beleid van de organisatie.

Hoofdstuk 5

Information security management:

Het doel is om de informatie te beschermen die de organisatie nodig heeft om haar activiteiten uit te voeren, inclusief vertrouwelijkheid, integriteit en beschikbaarheid.

Relationship management:

Het doel is om relaties op strategisch en tactisch niveau op te bouwen en te onderhouden met stakeholders.

Supplier management:

Het doel is om ervoor te zorgen dat leveranciers en hun prestaties goed worden beheerd, zodat ze bijdragen aan naadloze levering van kwaliteitsproducten en -services.

IT asset management:

Het doel is om de levenscyclus van IT-assets te plannen en te beheren, zodat waarde wordt gemaximaliseerd, kosten en risico's worden beheerst, en besluitvorming wordt ondersteund.

Monitoring & event management:

Het doel is om services en servicecomponenten systematisch te observeren, statuswijzigingen (events) te registreren en de juiste acties te nemen.

Release management:

Het doel is om nieuwe of gewijzigde services en functies beschikbaar te maken voor gebruik.

Service configuration management:

Het doel is om nauwkeurige en betrouwbare informatie te hebben over de configuratie van services en de configuratie-items (CI's) die deze ondersteunen.

Deployment management:

Het doel is om nieuwe of gewijzigde componenten (hardware, software, documentatie, processen) te verplaatsen naar productie- of testomgevingen.

Continual improvement:

Het doel is om services, producten en practices voortdurend te verbeteren, zodat ze aansluiten bij veranderende behoeften.

Change enablement:

Het doel is om het aantal succesvolle changes te maximaliseren door risico's goed te beoordelen, changes te autoriseren en een wijzigingsplan te managen.

Incident management:

Het doel is om de impact van incidenten te minimaliseren door de normale service zo snel mogelijk te herstellen.

Problem management:

Het doel is om de waarschijnlijkheid en impact van incidenten te verminderen door oorzaken te analyseren en workarounds en known errors te beheren.

Service request management:

Het doel is om alle vooraf gedefinieerde, door gebruikers ingediende service requests op een effectieve en gebruikersvriendelijke manier af te handelen.

Service desk:

Het doel is om het single point of contact te zijn voor alle gebruikers, voor incidenten en service requests.

Service level management:

Het doel is om duidelijke, business-gerelateerde doelen voor serviceprestaties vast te stellen en te bewaken.

7 sleuteltermen (definities)

IT asset:

Elk financieel waardevol onderdeel dat kan bijdragen aan de levering van een IT-product of -service.

Event:

Elke statuswijziging die relevant is voor het managen van een service of configuratie-item.

Configuration item (CI):

Elk onderdeel dat beheerd moet worden om een IT-service te kunnen leveren.

Change:

Het toevoegen, aanpassen of verwijderen van iets dat een direct of indirect effect kan hebben op services.

Incident:

Een ongeplande onderbreking van een service of een vermindering van de kwaliteit van een service.

Problem:

Een oorzaak of mogelijke oorzaak van één of meer incidenten.

Known error:

Een probleem dat is geanalyseerd maar nog niet is opgelost.

Continual improvement:

Het doel is om alle services, producten en practices voortdurend te verbeteren zodat ze aansluiten bij de veranderende behoeften.

Dit gebeurt met het **continual improvement model** (7 stappen):

1. Wat is de visie?
2. Waar zijn we nu?
3. Waar willen we zijn?
4. Hoe komen we daar?
5. Neem actie.
6. Zijn we daar aangekomen?
7. Hoe houden we de vaart erin?

Change enablement:

Het doel is om het aantal succesvolle changes te maximaliseren door risico's goed te beoordelen en changes te autoriseren.

- **Soorten changes:** standaard (laag risico, vooraf goedgekeurd), normaal (volgt regulier proces, vaak via CAB), spoed (emergency, snel uitgevoerd bij hoge urgentie).
- **Change Advisory Board (CAB):** adviseert over belangrijke changes.
- **Wijzigingsplan:** voorkomt conflicten en zorgt voor overzicht.

Incident management:

Het doel is om de impact van incidenten te minimaliseren door de normale werking van de service zo snel mogelijk te herstellen.

- **Incident** = ongeplande onderbreking of kwaliteitsvermindering.
- **Major incident** = incident met grote impact, aparte procedure.
- **Escalatie:** functioneel (naar 2e lijn, leverancier) of hiërarchisch (naar management).
- **Workarounds en swarming** kunnen worden gebruikt om sneller te herstellen.

Problem management:

Het doel is om de kans en impact van incidenten te verminderen door oorzaken te analyseren.

- **Problem** = (mogelijke) oorzaak van een incident.
- **Known error** = problem dat is geanalyseerd maar nog niet opgelost.
- **Workaround** = tijdelijke oplossing die de impact van incidenten vermindert.
- Bestaat uit 3 fasen: problem identificatie, problem control (analyse/prioritering), error control (oplossingen/workarounds implementeren).

Service request management:

Het doel is om vooraf gedefinieerde service requests effectief en gebruikersvriendelijk af te handelen.

- **Service request** = een verzoek van een gebruiker (bijv. wachtwoord reset, toegang aanvragen, standaard change).
- Requests zijn gestandaardiseerd en vaak geautomatiseerd.
- Sommige vereisen autorisatie, andere kunnen direct door gebruikers worden aangevraagd via self-service.

Service desk:

Het doel is om het single point of contact (SPOC) te zijn tussen gebruikers en de serviceprovider.

- Registreert en behandelt incidenten en requests.
- Kan centraal, lokaal of virtueel georganiseerd zijn.
- Toegang via telefoon, e-mail, chat, portaal, self-service of zelfs social media.
- Vereist vaardigheden als empathie, communicatie, inzicht in prioriteiten en emotionele intelligentie.

Service level management:

Het doel is om duidelijke, business-gerelateerde doelen vast te leggen en te bewaken, zodat serviceprestaties goed kunnen worden beoordeeld.

- **Service level** = één of meer meetwaarden (metrics) die servicekwaliteit bepalen.
- **SLA (Service Level Agreement)** = overeenkomst tussen provider en klant waarin services en servicelevels staan.
- Bevat activiteiten zoals service reviews, klantgesprekken en rapportages.
- Let op: SLA's moeten aansluiten bij werkelijke klantverwachtingen en niet alleen op cijfers (voorkomen van “watermeloen-effect”: groen rapport, maar klant ontevreden).