

2.3. Процесс: BUSINESS RELATIONSHIP MANAGEMENT – Управление Отношениями с Бизнесом

Новый Процесс, который появился в стадии Service Strategy ITIL, редакции 2011 года.

Процесс Business Relationship Management (BRM) призван **формализовать отношения** между Заказчиками (или Пользователями) и Поставщиками ИТ-услуг, исполняя две основные **Цели**:

1. Установление и поддержание **Отношений** между Поставщиком услуг и Заказчиками на основе **понимания** их бизнес нужд.
2. Выявление **Потребностей** Заказчиков и формирование **Гарантий**, что Поставщик услуг сможет их обеспечить, учитывая изменения во времени.

Процесс Service Level Management (SLM), расположенный в стадии Service Design, таким образом становится теперь частью или продолжением процесса BRM.

Основная разница между SLM и BRM в том, что BRM сфокусирован на удовлетворении Заказчиков, а SLM на согласовании и поддержании согласованных Уровней Сервисов.

Менеджер по Отношениям с Бизнесом:



Новая официальная **роль** в ITIL, которая получает обязанности:

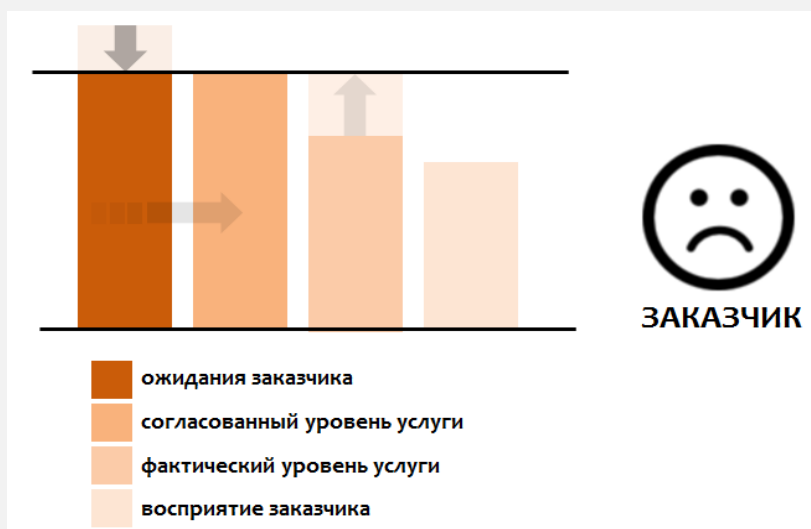
- Отстаивать интересы Заказчика перед Поставщиком.
- Служить представителем Поставщика услуг для Заказчика.

Кроме этого, переговоры об Уровнях Сервиса теперь тоже его забота.

ЦИТАТА: «BRM – это грамотный бизнес-аналитик, эффективный ИТ-менеджер, и психоаналитик в одном флаконе...»

Методики процесса BRM: во многом опираются на известные «психологические» модели оценки и управления Ожиданиями и Уровнями Восприятия Заказчика.

Известно, что Удовлетворенность Заказчика зависит не только от Качества (фактического уровня услуги, определенного SLA).



Все участники сервисных отношений – «обычные» Люди!!!

А для «обычных людей», зачастую, конкретные и измеримые факты имеют гораздо меньшее значение, чем их Восприятие, измерить и управлять которым гораздо сложнее!!!

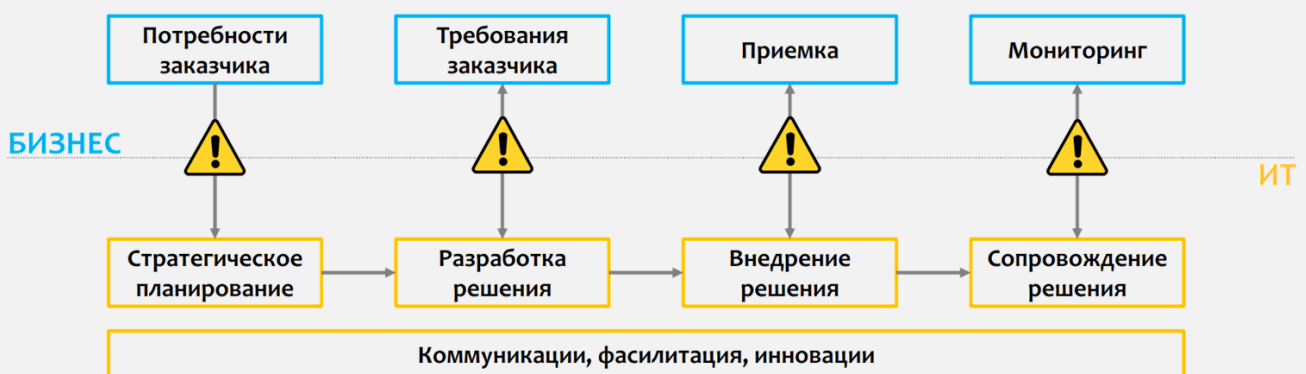
Что может сделать для этого BRM???

- **Маркетинг** (элементарная реклама): красивые и наглядные отчеты, презентации планов и текущей деятельности, демонстрации достижений (включая «незначительные для ИТ»).
- **Управление Претензиями** (жалобами): живое общение и демонстрации результатов работы с жалобами имеют огромное «воспитательное» значение.
Важно помнить общий принцип: Мы не ищем «виноватых», мы ищем **причины** нарушений для их эффективного устранения!!!
- **Сбор обратной связи**: опросы по удовлетворенности, статистика по работе ServiceDeck, система по работе с Благодарностями – измеримые и объективные источники данных.
- **Интеграция в Бизнес**: участие в ключевых совещаниях, мониторинг планов и изменений, изучение бизнес активностей, обучение основам бизнеса менеджеров и рядовых исполнителей...
- **Управление Уровнем Доверия**: внедрение [техник повышения доверия в организации](#).
- Многие другое, что уже «как бы делается» в рамках других процессов ITIL...

Появление процесса BRM именно на стадии Service Strategy чрезвычайно важно и значимо, т.к. основы взаимоотношений закладываются именно там - в самом начале.

BRM - процесс непрерывный!!!

Его действие охватывает все стадии жизненного цикла сервиса.



Service Strategy: выявление истинных Потребностей Заказчика в сети бизнес-стратегий, миссий и бизнес-видения, а так же - мониторинг Изменений, происходящих в Бизнесе.

Service Design: формализация Требований, которые, как правило, «затрудняется сформулировать» Заказчик и «затрудняется расшифровать» Поставщик.

Service Transition: вовлечение и удержание Заказчика в процессах внедрения, тестирования, приема-передачи услуги в эксплуатацию и, при необходимости - обучение.

Service Operation: сбор и мониторинг обратной связи, оценка уровней удовлетворенности и формирование гарантий того, что ожидания заказчика оправдываются (что заказчик доволен!).

CSI: поиск возможностей по оптимизации той ценности, которую сервис-провайдер несет заказчикам (в терминах ITIL - оптимизация портфеля услуг).