

Как использовать Customer Journey в ITIL4 DSV?

Проходим путь по шагам

Customer Journey (путешествие заказчика) добавлено в ITIL4 DSV как лучший опыт, который полезно использовать. Давайте рассмотрим это понятие на примере цифровой услуги заправки автомобиля IPUMP. TUDAY, которую воплотил в жизнь серийный стартапер Борис Голиков. Рассмотрим услугу глазами потребителя.

Цифровая трансформация (думаю, многие, как и я, не любят этот термин) меняет нашу жизнь. Теперь не только еда, но и бензоколонка приходит к тебе. Услуга «Заправка по подписке» новая и нестандартная. Идеально подходит для иллюстрации данного понятия с точки зрения ITIL4 как пример того как цифровые услуги меняют нашу жизнь.

Customer Journey – это путешествие заказчика из мира, где ты периодически посещаешь поставщика (заезжаешь на заправку), в мир, когда поставщик сам ездит за тобой. Пользовательский опыт и каждый его шаг всегда имеет субъективную, эмоциональную составляющую.

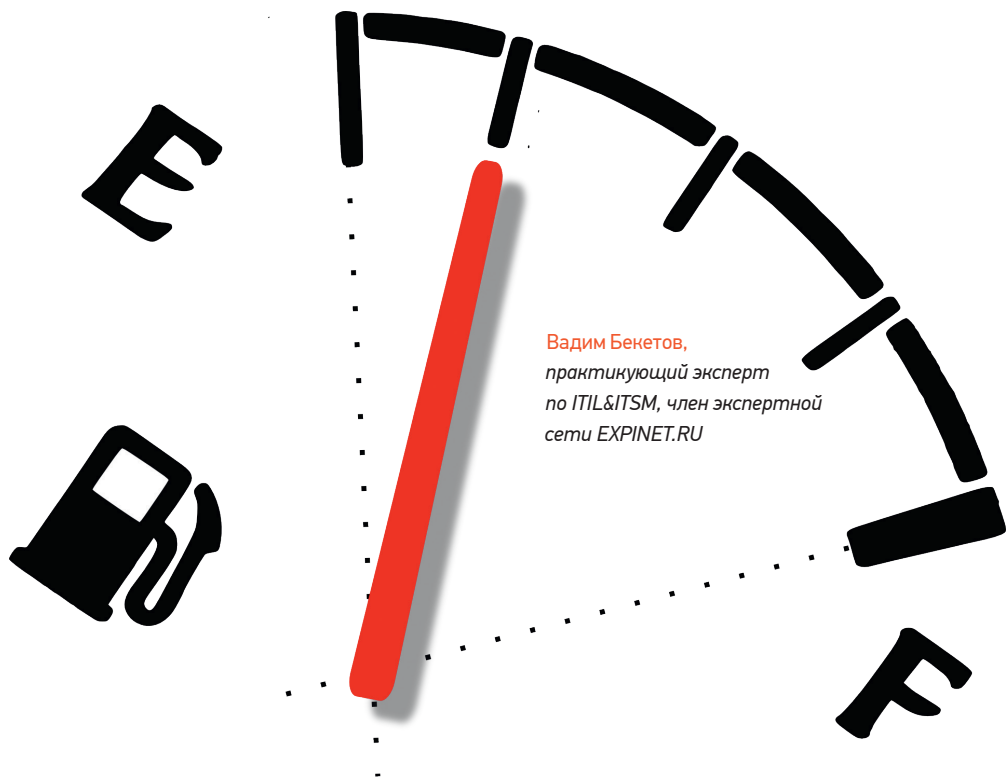
Управление **Customer Journey** призвано максимизировать ценность услуги за счет концентрации на результате в ходе взаимодействия потребителя с поставщиком ИТ-услуги.

В ITIL4 «Путешествие заказчика» состоит из следующих шагов:

- Explore-исследование
- Engage-вовлечение

- Offer-предложение
- Agree-соглашение
- OnBoard-принятие на борт
- Co-Create – совместное создание ценности
- Realize-реализация ценности

Опишу, как выглядело путешествие в мир цифровых услуг заправки автомобиля в моем случае.



Цифровая трансформация меняет нашу жизнь. Теперь не только еда, но и бензоколонка приходит к тебе

Шаг Explore (исследование)

Плакат в офисе про сервис мобильной заправки запомнился мне своей смелостью идеи. Я сфотографировал плакат ... и забыл про него.

На этом шаге поставщик услуги описывает профиль потребителя. Нелучайно плакат появился в бизнес-центре. Это услуга мобильной заправки для тех, кто ценит время. Профиль потребителя – «те, кому время дорого». Еще один аргумент – «стоимость литра бензина на рубль меньше, чем на заправке». Но этот аргумент появляется позднее. Основной ценностью в услуге или якорным предложением является экономия времени и удобство. Или лень, проще говоря.

Вспомнил я про эту услугу, когда супруга попросила после работы заправить нашу вторую, а точнее её машину. Надо сказать, что для потребителя совершенно неравнозначно заправиться по дороге или выйти из дома, дойти до машины супруги, перестроить высоту сидений и зеркал, поехать на заправку на машине супруги, вернуть все, как было. Дилектов у любви бывает несколько, и проявление заботы один из них. И когда можно быть заботливым в роли спонсора, не прилагая лишнего усилий, это «вкусно». И тут помогает второй аргумент: ты не ленивый, ты – экономный.

Я оставил заявку на сайте.

Шаг Engage (вовлечение)

Этап, когда заказчик и поставщик выстраивают коммуникацию, чтобы подняться на «лестнице сервисных отношений».

Менеджер Григорий позвонил довольно быстро. Объяснил: «Устанавливаем оборудование бесплатно. Сами следим за уровнем топлива.

на «Солярисы», да, можем после работы к вам подъехать, да, опытный мастер».

Заканчивается этап тогда, когда заказчик видит в поставщике того, кто может предоставить то, что он хочет, *качественно* и с *уважением*. Последний аргумент в нашей стране вообще решающий. Товарами мы, может, и избалованы, но не уважением.

Шаг Offer (предложение).

Результатом является стойкое желание приобрести услугу.

На этом шаге поставщик помогает сформулировать требования к услуге и сформировать шаблоны деловой

пу крестоносцев «*делай что скажут, и будет как нужно*». Ну да, у рыцарей ордена Крестоносцев принцип написан немного иначе, но звучит похоже. Если клиент проглатывает это, то он готов. Готов к следующему шагу.

Agree-соглашение

Достижение договорённости о результате и качества услуги.

«*Я вам расскажу, как это работает*». Следить за тем, что автомобиль будет заправлен, теперь будет мобильный заправщик. Сам.

Заказчик платит понятные ему деньги, рациональные для него, в смысле для меня. Я предоставляю

Услуга мобильной заправки для тех, кто ценит время. Профиль потребителя – «те, кому время дорого». Еще один аргумент – «стоимость литра бензина на рубль меньше, чем на заправке». Основной ценностью в услуге или якорным предложением является экономия времени и удобство. Или лень, проще говоря

активности (РВА), после анализа которых формализуется предложение для продажи.

На этом этапе IPUMP предоставляет ... ровно ничего. На сайте можно прочитать про гарантии качества топлива, но на этапе переговоров никаких формализованных условий я не получил.

автомобиль на 1,5 часа для установки блока телеметрии, устанавливаю мобильное приложение и привязываю карту, как в «Яндекс.такси».

Тут важно, чтобы у потребителя был положительный опыт такого взаимодействия. Вряд ли я в противном случае передал данные своей карты какому-то стартапу.

Надо сказать, что все знакомые, друзья, коллеги, родственники, с которыми я обсуждал этот сервис выражали недоверие, и пытались понять, где нас.. обманут. Патологически не верим мы в честный бизнес.

OnBoard (принятие на борт)

На этом этапе с помощью Каталога услуг служба поддержки помогает подготовить нужные ресурсы как со стороны поставщика, так и со стороны Заказчика. Где-то за завесой установщику по имени Александр выдают со склада моторчик открывания лючка бака и блок подключения к сети авто. Назначают время выезда, удобное

У нас три зоны. Зеленая – бак полный, желтая – можно заправлять и красная – срочно надо заправить. Мы обслуживаем парк каршеринговых машин, есть большой опыт установки

(Тут у компании еще есть точка роста). Только предложение выслать договор аренды оборудования. Напомню, суть услуги – заправка топливом. Предложение формируется устно по принци-

заказчику, например, в восемь вечера у стоянки около дома. С моей стороны требуется не засиживаться на работе, предоставить паспортные данные для договора.

С точностью морских офицеров установщик с водителем на каршеринговом авто прибывают в назначенное место.

Монтировать что-то на глазах клиента – это риск поставщика. Стартапу делаем скидку. Да и тащиться в сервисный центр так себе альтернатива. К счастью, супруга не видит, как открывают панель и обшивку. Не слышит выкриков «опля, блок нагнулся» во время установки.

Тут критичный момент пути. Надо преодолеть страх того, что заporят сигналку, замкнут что-то или поцарапают салон. История не для слабонервных.

На самом деле в сигналку не вклинивались, установили только моторчик открывания люка, который по сигналу дергает тросик и блок считывания показаний одометра.

Тут меня ждал первый сюрприз. Опыт установки у мастера большой. Только он на автомобилях каршеринга. Там по сигналу открывается дверь

Заказчик платит понятные ему деньги, рациональные для него, в смысле для меня. Я предоставляю автомобиль на 1,5 часа для установки блока телеметрии, устанавливаю мобильное приложение и привязываю карту, как в «Яндекс.такси»

Co-Create (совместное создание ценности)

Второй сюрприз начался со звонка с вопросом Григория: «Не подскажете, сколько в баке бензина?». В тайном плане ордена Крестоносцев, о котором я узнал после подписания договора и установки блока, было записано правило заправки по километражу. Ну, то есть фураж лошадям выдавали не по уровню остатка сена – датчику остатка топлива, а за пройденные километры на пути в Иерусалим.

Недаром, вернее, ох, недаром, в ITIL4 написано, что ценность создается совместно.

Сам работодатель следит за этим с помощью видеофиксации. Тут мне вспоминается картина, которую я вижу практически каждый раз на заправке. Водитель трактора сливает ДТ в бутылку.

Думаю, что 50% денег на запуск стартапа у Голикова ушло на то, чтобы придумать, как сделать так, чтобы рабочие не пи... ли топливо. Лично я сразу принял для себя мысль, что даю же я на чай официанту.

Контроль уровня топлива в сервисе осуществляется по пробегу. Вы устанавливаете количество километров, через которое ваш авто заправляют. Надо сказать, что за полгода использования данным сервисом подозрения исчезли.

Realize (реализация ценности)

Все заинтересованные стороны должны получить ожидаемую ценность. Провайдеру необходимо убедиться, что клиент доволен, и получить оплату.

После заправки вы можете оценить заправщика. Вам приходит уведомление «оцените Василия по пятибалльной системе». Зачем мне оценивать заправщика не очень понятно, но сама возможность обратной связи наводит на мысль, что существует контроль обратной связи. К счастью, пока моменты истины положительные и проверять не пришлось.

Деньги списываются с карты после заправки.

А я, как заказчик, получаю бонусы от пользователя (супруги) в виде «Спасибо, дорогой, я чувствую твою заботу».

Теперь вы прошли путь Customer Joney со мной и знаете об основных шагах, как их описывает ITIL4. **ITIL**

Ключевые слова: мобильная заправка, топливо, автомобиль, заправщик, соглашение, обратная связь, контроль, ценность, сервис, цифровые услуги.

Чтобы пользоваться сервисом на авто без бортового компьютера, вы должны верить, что количество топлива, вылитого из заправщика, априори равно количеству топлива, залитого в бак. Ни договор, ни мобильное приложение, ни переговоры с менеджером не дают таких гарантий

и заправщик открывает лючок. В моём же случае разрешается открывать только бак. Сами понимаете, между процедурой установки в первый раз и в сотой может быть просто океан. Вам, конечно, будет проще, мы этот океан уже переплыли. Мастер Александр, по совместительству Колумб, все сделал аккуратно, хоть и эмоционально. За время установки я пару раз представлял кейс с эвакуатором, заказом «опля-блока» с АлиЭкспресс.

Но все обошлось благополучно, по плану. Правда, формально не тому, что мне обещали на шаге Offer.

Так называемые «моменты истины» на этом шаге формируют позитивный или негативный опыт. Это ситуации, в которых, вступая во взаимодействие, у потребителя формируется мнение об услуге и провайдере.

Чтобы пользоваться сервисом на авто без бортового компьютера, вы должны верить, что количество топлива, вылитого из заправщика, априори равно количеству топлива, залитого в бак. Ни договор, ни мобильное приложение, ни переговоры с менеджером не дают таких гарантий.