

Oscar A. Corbelli

LA NUEVA GESTIÓN DE SERVICIOS DIGITALES

GUÍA PRÁCTICA PARA EMPRESARIOS,
USUARIOS Y PROFESIONALES SEAN EFECTIVOS
EN LAS INTERRELACIONES DEL MUNDO DIGITAL

Osmar D. Buyatti
LIBRERIA EDITORIAL

CDD Oscar A. Corbelli
658.002 La Nueva Gestión de Servicios Digitales - guía práctica para
empresarios, usuarios y profesionales sean efectivos en las
interrelaciones del mundo digital
1a. ed. - Buenos Aires:
Osmar D. Buyatti - Librería Editorial, 2022.
290 p.; 22,5 x 15,5 cm.

ISBN 978-987-716-164-9
1. Tecnología Digital. I. Título.

© 2022 by **Osmar D. Buyatti**


Viamonte 1509 (C1055ABC) Buenos Aires - Argentina


Tel:(fax) (54-11) 4371-2512/4812-5492/4811-6173



Encontrá más
información
escaneando
este QR

www.osmarbuyatti.com

 libros@osmarbuyatti.com

 +549-11-3037-2396

 facebook.com/editorialbuyatti

 instagram.com/editorialbuyatti

Diseño de tapa: AIS

Composición y armado: Jonathan M. Lavaise - Andrés I. Silva

Edición: Noviembre 2022

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Reservado todos los derechos de la presente edición para todos los países. Este libro no se podrá reproducir total o parcialmente por ningún método gráfico, electrónico, mecánico o cualquier otro, incluyendo sistemas de fotocopia y duplicación, registro magnetofónico o de alimentación de datos, sin expreso consentimiento de la editorial. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.

Tirada: 500 ejemplares

I.S.B.N. 978-987-716-164-9

IMPRESO EN ARGENTINA

PRINTED IN ARGENTINA

- ITIL® is a registered trademark of the PeopleCert group
- Agile, COBIT, Lean son marcas registradas de sus respectivos propietarios
- Bluff Management es marca registrada de Oscar A. Corbelli

Se terminó de imprimir en el mes de noviembre de 2022, en la Gráfica **Imprenta Ya**, Alferez Hipólito Bouchard 4381, Munro, Buenos Aires.

ÍNDICE

Datos del Autor	7
Prólogo.....	9
Introducción	17

CAPÍTULO I MOMENTOS DE LA VERDAD

1. Las organizaciones de este siglo XXI.....	23
2. La gestión de servicios TI.....	26
3. Guías y cultura.....	33
3.1. Priorice todas las decisiones en base a la creación del valor en forma global.....	35
3.2. Trabaje en forma colaborativa y comunique todo lo que se hace..	37
3.3. Diseñe las soluciones alineadas a una necesidad de negocio y no en base a la tecnología	39
3.4. Mejore en forma natural y continuamente los servicios y haga sostenible su gestión.....	41
4. La Travesía de las relaciones	44
5. ¿Se pueden hacer cosas de manera diferente?	46

CAPÍTULO II CREACIÓN DE VALOR EN LOS SERVICIOS

1. Introducción	55
2. Edificar la creación de valor	59

3	Componentes del edificio virtual.....	63
3.1.	Guías, valores y políticas.....	63
3.2.	Estrategias de Gobierno y de Gestión	64
3.3.	Cadena y flujos de valor	67
3.4.	Mejora continua.....	74
3.5	Valor de un servicio.....	76
4.	Cómo diseñar la creación de valor.....	78
4.1.	Cultura, señales y emociones	80

CAPÍTULO III

LA TRAVESÍA DE LAS RELACIONES DE SERVICIO

1.	Introducción.....	89
1.1.	Relaciones.....	89
1.2.	Travesía y zona de visibilidad	95
1.3.	Un caso real	96
2.	¡A investigar!	100
2.1.	Análisis de mercado	103
2.2.	Marketing	106
2.3.	Necesidades empresariales	107
2.4.	Entender proveedores y sus servicios.....	109
2.5.	Momentos de la verdad	112
3.	¡A comprometerse!	113
3.1.	Colaboración y comunicaciones.....	116
3.2.	Interrelaciones	121
3.3.	Gestionar proveedores de servicios	123
3.4	Momentos de la verdad	125
4.	¡A ofrecer una solución!	126
4.1.	Diseño de soluciones y experiencia de usuarios.....	129
4.2.	Gestionar la demanda, los requerimientos y las oportunidades	131
4.3.	Acciones encaminadas a comercializar soluciones de servicio.....	136
4.4.	Momentos de la verdad	137
5.	¡A llegar a un acuerdo!	140
5.1.	Acordar la creación conjunta de valor.....	145

5.2. Negociar y cerrar un acuerdo	146
5.3. El gestor financiero enfocado en valor	147
5.4. Momentos de la verdad	152
6. ¡A crear la solución!.....	153
6.1. Proyectar, construir, probar y desplegar	155
6.2. Flujos de valor	156
6.3. Momentos de la verdad	161
7. ¡A subir a bordo!.....	162
7.1. Planificación	164
7.2. Relación con los usuarios y fomento de las relaciones	165
7.3. Habilitar a los usuarios para los servicios	167
7.4. Potenciar las capacidades	169
7.5. Momentos de la verdad	170
8 ¡A crear valor!.....	170
8.1. Fomentar la mentalidad de servicio al cliente	172
8.2. Interacciones de servicio continuas	176
8.3. Impulsar las comunidades de usuarios	180
8.4. Momentos de la verdad	181
9 ¡A controlar y mejorar!	182
9.1. Realización y seguimiento del valor del servicio en diferentes entornos	184
9.2. Evaluando e informando la realización de valor	187
9.3. Mejorar las interrelaciones	192
9.4. Obtener valor para el proveedor de servicios	194
9.5. Momentos de la verdad	196

CAPÍTULO IV LOGRANDO VALOR PARA TODOS

1. Gestión de recursos humanos y el talento.....	203
2. Cultura de equipo.....	206
3. Aspectos relacionados al aprendizaje	209
4. Aspectos relacionados al talento.....	214
5. Aspectos relacionados al liderazgo.....	219

6. Se necesitan líderes digitales superiores.....	225
7. ¿Cuál es el horizonte para los profesionales digitales?	227
8. Momentos de la verdad.....	232

CAPÍTULO V ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN TI

1. Creando activos estratégicos.....	235
2. Creando una estrategia para implantar la gestión.	242
3. Una experiencia de implementación del sistema de valor	245
Conclusiones	253

ANEXO I PROPUESTA DE ANÁLISIS DE MADUREZ EN EL SERVICIO Y LAS PRÁCTICAS DE SOPORTE PARA LA ORGANIZACIÓN.

Metodología a utilizar.	257
Alcance	257
Metodología de trabajo	258

ANEXO II SITUACIÓN ACTUAL

1. Organización y personas.....	263
2. Tecnología e información	264
3. Flujos de valor y procesos	264
4. Partners y proveedores.....	265

ANEXO III
CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN (MODELO)

Cuestionario de evaluación (Modelo) 267

ANEXO IV
INFORME FINAL EN LOS
SERVICIOS ENTREGADOS POR TRZ

1. Introducción..... 270
2. Niveles de análisis 270
3. Alcance del trabajo de evaluación 271
4. Cultura organizacional..... 273
5. Conclusiones y Recomendaciones..... 276
 5.1. Gestión de servicios..... 277
 5.2. Operaciones / service desk 278
 5.3. Cultura 282

ANEXO V
CÁLCULO DE ROI EN LA CAPACITACIÓN (EJEMPLO).

Cálculo de ROI en la capacitación (Ejemplo)..... 285

Bibliografía 287