

# "הביקוש למוקדי שירות ותמיכה אינטגרטיביים ילך ויגדל"

מאות מעובדי NESS, המפעילה מוקדי שירות ותמיכה עבור עשרות לקוחותיה, מעניקים פתרון מקצה לקצה לעולם התמיכה והשירות לכל צורך ארגוני, הן לעובדי הארגון והן ללקוחותיו. כיצד הם עושים זאת, ומדוע יותר ויותר ארגונים מוסרים לידיהם את המלאכה החשובה? // יואל כץ



צילום: יובל קנטור  
רוני טברסקי, סמנכ"ל בכיר ומנהל קו העסקים מיקור חוץ ב-NESS

**במה נמדדת איכותו של מרכז תמיכה ושירות?**  
"אחד היעדים המשמעותיים של מרכז תמיכה הוא להיות מסוגל לתת כמה שיותר פתרונות לכמה שיותר תקלות, וכמה שפחות להבטיח 'נחזור אליך'. סוג זה של שירותים מתאפיין בתהליך של שיפור הדרגתי. אחד המדדים לבחינתו הוא ביכולתו של המוקד לתת מענה, ובזה אנחנו מגיעים לאחוזים ניכרים של פתרון תקלות על-ידי המוקד, על בסיס הידע שהוא רכש ומנהל לעצמו. בנושאים שייחודיים לארגון זה לא קורה מיידית, אבל עם הזמן רואים שיפור משמעותי גם בהם."

## עם הפנים לעתיד

"מתוך היכרות עם צורכי הלקוחות המשתנים וכניסת טכנולוגיות ותשתיות הענן, אנו הבנו כי חלק בלתי נפרד ממומחיות מרכזי התמיכה שלנו, חייבת לתת מענה מקצועי לצורך זה של תמיכה במערכות הענן הארגוניות. ולמעשה כל לקוח היום בין אם הוא נשען על מרכז התמיכה של נס בקבלת שירותי תמיכה מכל סוג שהוא, ובין אם אנו מספקים לו מרכז תמיכה יעודי לו במיקור חוץ מלא, מקבל היום צוות מומחי תשתיות ענן מיומן אשר ינהל, יבקר ויתמוך בכל צורכי הענן הארגוני". מוסיף טברסקי.

## תחום השירות נחשב לחלון הראווה של הארגון. מדוע, בעצם, דווקא הוא יוצא החוצה?

"מערך שיקוליהם של הארגונים לבצע מיקור חוץ הוא מורכב. פעמים רבות, הם נוטים להוציא החוצה את מה שאיננו בליבת העסקים, ותחת הקטגוריה הזו יושבים לכאורה מוקדים ומרכזי שירות. עם זאת, גם כשהארגונים נוכחים בערכים המוספיים ומתרגלים אליהם, הם לרוב לא נוטים להכניס את מרכז השירות פנימה. הסיבה, לדעתנו, נובעת מכך שהמרכז לא נתפש בעיניהם כפעילות ליבתית. אבל גם כשהם בוחנים את כל האינטראקציות שיש לו עם הלקוחות הפנימיים, העובדים והמשתמשים, ולעיתים גם עם הלקוחות החיצוניים, ומתברר להם שהוא אסטרטגי ומשמעותי יותר משחשבו, הם עדיין יבחרו לרוב להשאיר את מרכז השירות בחוץ. זאת, משום שהם מבינים את הערך המוסף שגוף חיצוני ומיומן בתחום, כדוגמת NESS, מעניק להם, לעובדים, ללקוחות ומכאן - לארגון."

על כן, אנו רואים בפירוש גידול בביקוש למוקדים האינטגרטיביים שמסוגלים להעניק תמיכה פנימה והחוצה, ובמקביל לתת מימד נוסף פרואקטיבי של ניהול מרכזי המחשוב ומתן מענה לדרישות הארגון."

הבנה מהירה של פתרונות ומוצרים שהארגון מספק ללקוחותיו. אנחנו לומדים בתהליך מאוד מהיר להכיר את השירותים, הפתרונות והמוצרים של הארגון, ומקיימים מערך תמיכה - גם ללקוחות בפריסה גלובאלית, במיוחד של חברות הייטק, שזוכים למענה בכל שעות היממה (24/7) ובשפות שונות.

"תמיכת העובדים, מאידך, באה לביטוי בפתרון בעיות מחשב כלליות ובמידה רבה גם במצב בו העובד לא יודע לתפעל מערכת מסוימת. יש לנו, למשל, חברת הייטק שהכניסה לשימוש מערכת ERP, ונדרשנו לתת תמיכה פרטנית בתפעול המערכת לעובדים רבים. כשהם נתקלו בקשיים או בבעיות, היה עלינו לדעת מהו הפתרון וגם לזהות אם האירוע המדווח נובע מחוסר ידע בתפעול המערכת או שהוא מצביע על תקלה כלשהי."

## למעשה, עליכם להתמקצע במגוון עצום של מערכות על-מנת לתת פתרונות

"כשמדובר בשימוש בטכנולוגיה סטנדרטית כמו דואר אלקטרוני למשל, אנחנו יודעים להדריך מראש את העובדים בפתרונות. אך כשמדובר במערכות או מוצרים שהם ייעודיים לארגון מסוים, אנחנו מייצרים תהליכי ניהול ידע שבאמצעותם אנחנו לומדים את המערכות של הארגון. לעתים אנחנו משתתפים בהדרכות שהארגון מעביר ולעתים עורכים הדרכות מיוחדות. אנו גם מייצרים תיעוד שדי דומה בחלקו לוויקיפדיה, הכולל מערך מידע עם קישורים למעבר בין נושאים - תהליך המסייע לאנשי התמיכה שלנו לתת מענה מקצועי ומהיר, כשמתקבלת קריאה בנושא ספציפי ולעיתים אף נישתי."

"המטרה היא שמרכז התמיכה המופעל על ידנו ידע לתת פתרון רחב ככל שניתן לבעיות, ולא רק לרכז ולהעביר הלאה. והתוצאות ניכרות בשטח. תמיד יהיו אירועים שמחייבים רמות תמיכה גבוהות יותר, כי יתכן שהם מעידים על תקלה או בעיה מורכבת. אבל לא פעם אותם מנהלי פיתוח או שירות לקוחות של לקוחותינו העידו שאם לפני כניסתנו לטיפול במערך השירות והתמיכה שלהם, הם טיפלו ב-50 אירועי תמיכה ביום, הרי שלאחר הפעלת מוקד התמיכה על ידנו, הם מטפלים בארבעה בלבד - ובכך מתאפשר להם להתמקד בעבודתם ובלייבת עסקיהם. וזהו שכרנו. במיקור חוץ של מוקדי תמיכה, העיקרון הוא לפנות את האנשים היקרים בארגון מעיסוק בבעיות שלא מצריכות אותם. להפחית עומסים מיחידות שבהגדרתן הן מקצועיות ויקרות, ולהעביר את הטיפול לגוף המתפעל את המוקד."

בידן בו התחרות העסקית מתמקדת יותר ויותר באיכותו של השירות ללקוח, בולטת מתמיד פעילותה של NESS בתחום מיקור החוץ של מוקדי התמיכה ושירותי הלקוחות. מאות מעובדי החברה תומכים ומטפלים במאות אלפי משתמשי קצה, של עשרות לקוחות בכלל המגזרים - הציבורי, הפיננסי, התעשייתי ובמיוחד בהייטק. "אנחנו מבצעים פעילויות מיקור חוץ ענפות מאוד", אומר רוני טברסקי, סמנכ"ל בכיר ומנהל קו עסקים מיקור חוץ ב-NESS, "הן של מוקדים ומרכזי תמיכה ושירות והן בתחומים של ניהול תשתיות, אפליקציות, מערכות ענניות וכמובן מיקור חוץ מלא של כלל עולם מערכות המידע באשר הן."

NESS, הינה כיום הגוף המוביל בתחום מיקור החוץ. כחברה שמנהלת עבור לקוחותיה עשרות מרכזי תמיכה פנים וחוץ ארגוניים במודל מיקור חוץ, מזהה החברה לאחרונה מגמות של חדשנות בעולמות אלו. לדברי טברסקי, "אנחנו מספקים פתרונות ללקוחות הארגון, הן הפנימיים והן החיצוניים, בהיקף רחב ובמגוון שירותים שמהווים מוקד משמעותי של תמיכה תפעולית - גם במענה לתקלות ובקשות, גם לביצוע שליטה ובקרה על תשתיות וגם לניהול מרחוק של משאבי הארגון, בין שהם משאבי מחשוב או נמצאים בתארי מחשוב פנימיים או ענניים."

## כיצד מנותבות הפניות אל המענה המתאים?

"ראשית חשוב להבחין בין משתמשים חיצוניים, דהיינו- לקוחות הארגון. לבין משתמשים פנימיים, שהם עובדי הארגון. הלקוחות החיצוניים עושים שימוש במוצרים ובשירותים של הארגון בעוד שהתמיכה בלקוחות הפנימיים - העובדים, היא לרוב באוריינטציה של תמיכה במערכות ה-IT של הארגון. "ומכאן, שניתוב הפניות ומערך התמיכה מותאם ראשית לסוג קהל היעד ולצרכיו. אך קבלת פניות היא רק צד אחד של יכולות מרכז התמיכה והשירות-אותו מוקד תמיכה ללקוחות החיצוניים והפנימיים יכול להיות פרואקטיבי בכך שבנוסף למענה לפניות, הוא גם יודע לנטר את המערכות ולפעול כשהוא מזהה תקלה. כלומר, לתת שירות פרואקטיבי עוד לפני שמתקבלת שיחת הטלפון ולנו ב-NESS יש את המערכות, הכלים והמתודולוגיות להפוך את מרכז התמיכה לכזה."

## מהם ההבדלים בתמיכה בשני סוגי הלקוחות?

"בתמיכה ללקוחות החיצוניים של הארגון, אנחנו מתמקדים בנושא של ניהול ידע שבו יש לנו יכולת