6. Організація роботи Service Desk

Service Desk - це - деяка диспетчерська служба, що у повною мірою відповідальна перед клієнтом чи користувачем іншого за надання узгоджених з нею сервісів, є центром всіх скарг, і пропозицій, здійснює поточного стану сервісів і має повноваження у видачі нарядів усунення можливих збоїв, і навіть для контролювання процесу усунення несправностей. У узагальненому вигляді дана служба може здійснювати перелічені функції щодо всіх сервісів (Не тільки інформаційно-технологічних), наданих організацією та її окремими підрозділами. Виділяється рівні складності служби типу Service Desk:

a. "Центр прийому повідомлень" (Call Centre)

b. "Диспетчерська допомоги клієнтам" (Help Desk)

з. "Сервис-диспетчерская" (Service Desk)

У 1999 у Європі було виплачено близько 12 750 різноманітних "центрів прийому повідомлень", при тенденцію збільшення їхньої кількості до 28 300 2006 року.

У 1999 року їх було 69 500 і до 2003 року очікується порядку 78 000.

У узагальненому вигляді Service Desk забезпечує єдину точку контакту для користувачів, клієнтів - і можливих "зовнішніх" організацій. Service Desk відстоює інтереси клієнта перед іншим персоналом. Далі, Service Desk відповідає ліквідовувати виниклого інциденту. Навіть якщо взяти реально роботи виконуються фахівцями інших підрозділів (зокрема - і "зовнішніми" партнерами), найповніше врахування часу усунення інциденту, контролю над процесом усунення, інформування користувача про стан проблеми, інформування керівництва про затримках в усуненні їх причинах, усе це - обов'язки служби Service Desk. Як можна і попередня, цю функцію більшою мірою орієнтована на імені клієнта й якість що надаються їй сервісів. У цьому зайве забувати, що службі мають бути надані відповідні права.

Крім цього, Service Desk формує різноманітну управлінську інформацію, зокрема про рівнях завантаженості ресурсів; продуктивності та ефективності надання послуг; необхідності навчання клієнтів - і персоналу; сукупної високій вартості послуг тощо.

Будь-який вид бізнесу, повинен приносити задоволення споживачам. Намагайтеся не залишати скарги клієнтів поза увагою. Робіть правильні висновки, оперативно усувайте причини невдоволення Ваших клієнтів, і цього Ви зумієте зберегти довіру своїх покупців.