

SS

1、v2的缺陷：

“IT服务跨行业、跨省份推广，该如何去做？”

服务产品化——服务营销

V3：服务战略——服务设计

2、ISO 20000与ITIL的联系：

1) ISO 20000：更关注条款，审计让你更关注哪些审核点（CHECKLIST）

——cobit是将来的发展方向

2) ITIL：更关注如何具体实践，流程——最佳实践。用它的流程去做，一般能符合条款

PPT P16

1、CM配置管理：设置CI项有六个部分考虑。服务——软件——硬件——building——人——文档
(位置)

V2有两个对外接口：

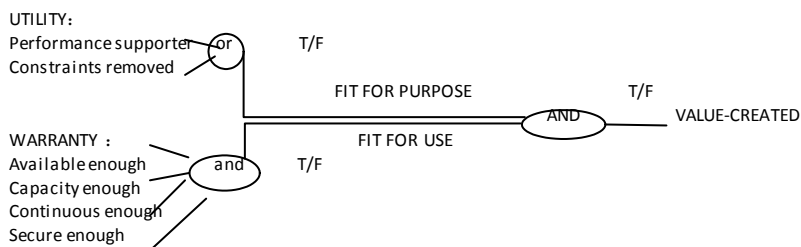
1、SD服务台——针对user

2、SLA（SLR客户服务需求，SLA分解OLA——对内部的管理（内包）和UC——引入供应商管理（外包））——针对customer

★ 服务是否有价值的衡量：

1、Utility功能

2、Warranty报障所提供的功能



T/F (TRUE/FALSE)

UTILITY两者的关系用OR体现

WARRANTY四者的关系用AND体现

可用性管理

容量管理——能力管理

连续性管理——更偏向于意外/灾难的情况下

安全管理



P23 （举装修为例子，能很好的记忆）

SERVICE STRATEGY战略管理（以装修为例子）：

财务管理（装修预算），战略生成（装修风格的想法），需求管理（倾听用户/住户的意见），服务组合管理（不是所有的功能都在当前实施）

DESIGN设计（与设计、文档相关）

可用性计划

信息安全框架要求
服务目录
连续性计划
.....

TRANSITION转换（施工，将纸面的东西变成实际东西）

变更管理
发布管理

OPERATION运营（住进去，水管漏水等故障）

- ★ 项目中有运营，运营中有项目，相互包容的情况：
项目如果很多，可复制性高——可以转成运营的模式
运营中发现故障，可以引入小项目进行问题的解决。

- ★ V3
在服务战略的“财务管理”部分引入了折现法

- ★ Resources & Capability
Resources: A generic term that includes IT Infrastructure, people, money or anything else that might help to deliver an IT Service. Resources are considered to be Assets of an Organisation.

Capability: The ability of an Organisation, person, Process, Application, Configuration Item or IT Service to carry out an Activity, Capabilities and intangible Assets of an Organisation.

9大有形无形资产：

Capabilities (无形资产)		Resources (有形资产)	
A1	MANAGEMENT	Financial Capital	A9
A2	ORGANIZATION	Infrastructure	A8
A3	PROCESSES	Application	A7
A4	KNOWLEDGE	Information	A6
	People	A5	People

- ★ goal: 总目标或者最终的目标，一般只有一个
objective: 行为的目标，比较具体
purpose: 意图，目的

- ★ 知识管理：放在服务转换中（知识的转换）

很多时候先实施的是服务的运营，因为他才是真正有价值的。

CSI（continual service improvement）关注3个方面：

关注整体的健康
服务的组合
流程的成熟度

- ★ 服务提供商在V3中分为三类（在V2中没有区分）：
 - 1、Internal service provider: 也可以认为是业务单元。通常以一种业务功能的形式嵌入在某一个业务部门中，是向组织的某个业务单元提供服务的提供商。
主要目标：实现卓越的业务功能和成本效益。对于客户的服务需求，他们所提供的服务相对狭窄，并高度定制。财务不独立。
每一个业务单元都配备一类这类服务提供商，成本很高。
 - 2、Shared service units: 共享业务单元。
从结构上来看，这一类服务提供商已业务单元的形式独立的运作，并统一管理，这样可令资源就会有效调配和协调，会有一些服务级别协议与服务目录的雏形。业务部门也会对其有一定的要求。这也是当前很多企业对于IT部门所采用的方式，由于在财务上相对独立，其中一部分这样的IT服务提供商在其所在的组织中会进行计价。定价未必采用市场定价，多采用成本定价。其具有高度自主权，提供跨业务单元的服务。采用市场定价的模式影响客户。

定价必然带来客户的对质量的追求，产生了挑战。如果不在服务质量和价格方面有更好的提升，必然更多地面对外部服务商的挑战。

- **3、External Service Provider:外部服务提供商:**

提供具有竞争力价格的并通过合并客户需求来降低单位成本。对于一些企业来说，他们的业务战略无法通过内部设置的两种类型服务提供商所提供的服务来实现。

前两种服务商都是来自于组织内部，因此风险仍保留于组织内部。采用第三类提供商，可以将风险转移到外部或是一个更大的价值网络中。相比前两类服务提供商，外部的服务提供商能承担更高的风险水平。

企业可以降低成本，降低风险，以及有效精简。未来越来越多的业务单元会由于自身具有领先性的业务水平而走出组织内部，积极参与外部市场的竞争。

★ 服务战略4P

- **Perspective:** 远景、发展方向以及和客户如何沟通。
- **Position:** 在价值网络value network或市场竞争的定位。
- **Pattern:** 模式，活动是否和自己的决定符合。
- **Plan:**

P74

- **PBA业务服务模式:** pattern of business activities
- **UP用户分类:** User Profile
- **SLP服务包**（可理解为套餐）：**Service Level Package**（LEVEL代表级别，一般用数字来显示）

不同的PBA对应不同的UP，再对应不同的SLP。今后服务目录就可以通过这种方式形成。