

ITIL™ 4 Specialist : Drive Stakeholder Value

Date et durée
Code formation : ITILDSV Durée : 3 jours Nombre d'heures : 21 heures
Formation avec certification
ITIL™ 4
Description
La formation de spécialiste ITIL™ 4 : Drive Stakeholder Value (DSV) vous forme à gérer les interactions et relations avec les parties prenantes. Apprenez à maximiser la valeur des services IT en renforçant la collaboration et la satisfaction client. Composée de plusieurs modules d'apprentissage, le programme vous aidera à gérer efficacement les parties prenantes et à établir des relations de confiance. Il vous permettra de façonner la demande des clients tout en intégrant une réflexion conceptuelle efficace, et vous donnera les outils nécessaires pour optimiser l'expérience utilisateur et l'expérience client. A la fin de cette formation de 3 jours, vous serez également préparé pour passer l'examen officiel ITIL™ 4 Specialist : Drive Stakeholder Value inclus dans notre offre (<i>plus d'infos dans l'onglet Certification</i>).
Objectifs
À la fin de cette formation de spécialiste ITIL 4, vous atteindrez les objectifs suivants : • comprendre le parcours des clients ; • cibler des marchés et des parties prenantes ; • renforcer des relations avec des parties prenantes ; • appliquer des méthodes pour orienter la demande et définir des offres de services ; • aligner des attentes et définir des modalités de service ; • intégrer et désintégrer des clients et des utilisateurs ; • assurer une co-crédation de valeur continue pour les services consommation et fourniture de services ; • créer et valider une valeur de service ; officiel ITIL™ 4 Specialist : Drive Stakeholder Value.  ACCREDITED TRAINING ORGANISATION  Oo2 est un ATO accrédité par AXELOS® et PeopleCert pour délivrer les formations ITIL™. Ce statut vous garantit de suivre des cours avec un formateur agréé et des supports

officiels.

Points forts

Une formation dispensée par un formateur agréé ITIL™ 4 ; des études de cas pratiques et le passage de l'examen ITIL™ 4 Specialist : Drive Stakeholder Value inclus dans notre offre.

Certification

À la fin de cette formation, vous recevrez un voucher (bon d'échange) qui vous permettra de **planifier votre examen ITIL™ 4 Managing Professional Specialist : Drive Stakeholder Value (DSV)**, disponible en ligne à tout moment.

Disponible en plusieurs langues (français inclus), cet examen consiste à **répondre à un QCM de 40 questions**. Vous disposerez de 1h30 maximum et devrez obtenir un minimum de 28 réponses correctes (livre fermé) pour le réussir. Les objectifs de cet examen sont d'évaluer votre niveau de compréhension dans la mise en œuvre d'ITIL 4 concernant toute forme d'engagement et d'interaction entre un fournisseur de services et ses clients, ses utilisateurs, et partenaires.

Une fois cet examen réussi, vous recevrez votre **certification ITIL™ 4 Specialist : Drive Stakeholder Value**. Celle-ci est soumise à un **renouvellement de 3 ans** à compter de sa date de délivrance.



Notre offre inclut la possibilité de repasser l'examen, sans frais supplémentaires, en cas d'échec au premier passage.

Modalités d'évaluation

Travaux Pratiques
Etude de cas

Pré-requis

Pour suivre cette formation, vous devez **être certifié ITIL™ 4 Foundation** afin de pouvoir vous présenter à l'examen ITIL™ 4 Specialist : Drive Stakeholder Value (DSV).

Formation recommandée :

Les formations ci-dessous sont recommandées.

ITIL® 4 Foundation avec certification

Public

Cette formation s'adresse aux publics suivants :

- les praticiens ITIL et les responsables informatiques qui favorisent les relations avec les parties prenantes pour créer de la valeur ;
- toute personne chargée de suivre le parcours, l'expérience ou les attentes des clients dans un service IT.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Directeur des Systèmes d'Information (DSI)

Manager

Chef d'entreprise / Dirigeant

Programme

1. Compréhension du parcours client

- Qu'est qu'un parcours client ?
- Les méthodes de conception et d'amélioration des parcours clients.

2. Ciblage des marchés et des parties prenantes

- Les spécificités des marchés.
- Les activités et les techniques de marketing.
- Les besoins des clients et les facteurs internes comme externes qui les influencent.
- L'identification des prestataires de services et leurs propositions de valeur.

3. Amélioration des relations avec les parties prenantes

- Les concepts de préparation et de maturité mutuelles.
- Les différents types de relations avec les fournisseurs et les partenaires ainsi que leur mode de gestion.
- Le développement des relations avec les clients.
- L'analyse des besoins des clients.
- L'utilisation d'activités et de techniques de communication ou de collaboration.
- La mise en place d'une pratique de gestion des relations pour contribuer au développement des échanges commerciaux.
- La mise en place d'une pratique de gestion des fournisseurs pour contribuer au développement des échanges avec les fournisseurs et les partenaires.

4. Orientation de la demande et fixation des offres de services

- Les méthodes de conception d'expériences de services numériques basées sur la valeur, les données et l'utilisateur.
- Les stratégies pour vendre et négocier des offres de services.
- Les méthodes pour capter, influencer et gérer la demande et les opportunités.
- Les méthodes pour collecter, spécifier et hiérarchiser les exigences d'un large éventail de parties prenantes.
- La mise en place de pratique analytique pour contribuer à la gestion des exigences et à la conception des services IT.

5. Alignement des attentes et validation des détails des services

- La planification de la co-crédation de valeur.
- La négociation et l'accord sur l'utilité du service, la garantie et l'expérience.
- La mise en place d'une gestion des niveaux de service pour contribuer à la gestion des attentes en matière de services.

6. Intégration et désintégration des clients et des utilisateurs

- Les principales activités de transition, d'intégration et de désintégration.
- Les méthodes pour établir et entretenir des relations avec les utilisateurs.
- L'autorisation des utilisateurs et leur droit pour bénéficier des services.
- Les différentes approches de l'élévation mutuelle des capacités du client, de l'utilisateur et du fournisseur de services.
- La préparation des plans d'intégration et de désintégration.
- Le renforcement de l'engagement de l'utilisateur et les canaux de distribution.
- La mise en place d'une gestion de catalogue de services pour contribuer à l'offre de services utilisateurs.
- La mise en place d'un service desk pour contribuer à l'engagement des utilisateurs.

7. Mise en place d'une co-création de valeur continue

- La gestion des demandes de services par les utilisateurs.
- Les méthodes de triage pour les demandes des utilisateurs.
- La compréhension du concept de communautés d'utilisateurs.
- Les méthodes pour encourager et traiter les feedbacks des clients et des utilisateurs.
- L'encouragement à un esprit de service (attitude, comportement et culture).
- L'utilisation de différentes approches pour la fourniture de services aux utilisateurs.
- Les méthodes pour saisir et gérer les moments de vérité des clients et des utilisateurs.
- La mise en place d'une gestion des demandes de service pour contribuer à l'utilisation des services.

8. Création et validation de la valeur des services

- Les méthodes de mesure des usages des services, de l'expérience et de la satisfaction des clients ou des utilisateurs.
- Les méthodes de suivi et de contrôle de la valeur des services (résultats, risques, coûts et ressources).
- Les différents types de rapports sur les résultats et la performance des services.
- La compréhension des systèmes de tarification.
- Les méthodes de validation de la valeur d'un service
- Les méthodes pour évaluer et améliorer le parcours client.
- La mise en place d'une gestion de portefeuille pour contribuer à la création de la valeur des services.

*ITIL™ est une marque déposée d'Axelos Limited.
Tous droits réservés.*