

Customer Success Practice Build

Рекомендации по написанию
Customer Success Plan/Customer
Reference



Рекомендации по написанию Success Plan

Как минимум CS Plan должен включать следующее:

- Какие решения и продукты были проданы. SO/PO
- Описание бизнес-результатов и достижений
- Распределений основных ролей и закрепление ответственности за каждым участником проекта
- Выставление KPI (начальный этап, к чему хотим прийти и чего достигнуть, а также способы измерения достижений)
- Описание кейса и ответственных лиц
- Трудности, с которыми столкнулись во время внедрения
- План по внедрению и стратегия реализации и достижения бизнес-результатов клиента
- Интеграция бизнес-процессов - этапы управления изменениями
- Коммуникация. Обучение. Сроки
- Измерение - результаты (бизнес-результаты, KPI, деятельность, история успеха)

Проданное решение

- Важно задокументировать все элементы проданного заказчику решения: BOM, лицензии, серийные номера, версии софта, статус покрытия сервисными контрактами.
- Определите все портфолио продуктов и решений, проданных заказчику
- Рассмотрите зависимости от продуктов других вендоров
- Определите какие успешные практики должны быть внедрены у заказчика, а такие действия необходимо прекратить
- Начните выстраивать бизнес кейс: Почему заказчик приобрел это решение? Чего он хочет достичь?
- Опишите как предложенное решение поможет реализовать бизнес задачи и достичь результатов для заказчика
- Опишите основные компоненты проданного решения, что будет фокусом внедрения?

Пример решения	Бизнес кейс: почему было куплено это решение
Cisco Collaboration http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collaboration/index.html	Краткое изложение того, как решение будет способствовать бизнес-результатам
Cisco WebEx® http://www.cisco.com/c/en/us/products/conferencing/web-conferencing/index.html	Краткое изложение того, как решение будет способствовать бизнес-результатам

Бизнес результаты

- Определите бизнес результаты с командой по проектам заказчика и ответственными людьми
- Утвердите их с основными участниками бизнеса, так чтобы они соответствовали бизнес потребностям
- Напишите 2-3 параграфа с коротким саммари, которое описывает основные этапы выполнения и цели
- Определите все важные и приоритетные факторы, которые влияют на бизнес результат. Вы можете определить степень приоритета для каждого из них

Бизнес результат	Стратегический приоритет/инициатива	Приоритет для клиента
Эффективность затрат	Уменьшить затраты на командировки на 20%	2
	Уменьшить Орех. на 3%	3
	Уменьшить бюджет на телефонию на \$1M	4
Корпоративная репутация	Уменьшить атаки на безопасность на 40%	1

Примеры основных бизнес результатов:

- Эффективность затрат
- Рост бизнеса
- Безопасность
- Управление рисками
- Удовлетворенность сотрудников

Business Outcomes – Examples

What Are The Customer's Expected Outcomes	Critical Success Factors	Current Status	Goal
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Employee satisfaction 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Easy Access to Meet: User experience is inconsistent between global clusters and users, ie. WebEx versions. 2. High Quality Interaction: Technical issues existed in the Network impacting voice quality. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. All users are now active on Cloud WebEx for a consistent and improved experience. Help Desk calls reduced by 75% on WebEx related issues. 2. The ability to add additional expressway and servers has fixed these technical issues. 	Completed
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Time to Market 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reduce time to Market: Frustrations exist with the IT staff on ordering licensing for CUCM and WebEx have drawn out for months. Lead times are not supporting construction timelines and deadlines are being missed. 2. Easy Access to Partners and Suppliers: Company subsidiaries are on disparate voice and conference platforms, not allowing for efficient collaboration. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lead times have been eliminated on licensing and ordering for new site deployments from several months to weeks. 2. All company subsidiaries are 100% on the same voice and WebEx platform. 	Completed
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Business growth 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faster Enablement of Services: Company continues to replace voice and conference technologies within their entity and subsidiaries. As we replace these services third party costs continue to drive downward. 	We have converted over 25% of the non-Cisco voice sites and deployed (2) greenfield sites.	In-Progress
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cost Efficiency 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reduce Maintenance Costs: New Agreement to yield reduction in monthly spend of \$15,000 related to WebEx and Collaboration overages. 2. Reduce Maintenance Costs: Eliminate annual support renewal configuration, quote and ordering process. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monthly reduction by 25% has occurred and we continue to monitor to drive further reduction. 2. Annual renewal process eliminated saving countless staff hours(40+ per year) 	Completed

Управление командой

Определите основных участников проекта, укажите должность, ФИО, ответственность.

Из этой группы вы выберите людей, которые вместе с вами будут работать над кейсом и реализовывать внедрение

Name	Group	Role
A.N.Other	Project Team	IT Project Manager
A.N.Two	Project Team	Deployment Manager
A.N.Three	LoB	HR

- Определите основную команду по вашему проекту (минимум 1 участник)
- Определите список основной участников, которые будут влиять и попадут под влияние самого внедрения из ИТ команды
- Определите основных игроков из Эккаунт команды(Sales, SE, BDMs), которые устанавливают ожидания и задачи
- Определите customer sponsor
- Определите конечных пользователей, которые будут извлекать преимущества от внедренного решения

Ключевые показатели эффективности бизнеса - KPI

Должны соответствовать критериям «SMART»:

- **Specific:** Конкретная цель и ожидания для достижения желаемого результата
 - **Measurable:** конкретные измерения, используемые для достижения желаемого результата
 - **Attainable:** желаемый результат должен быть выполним и посильным
 - **Relevant:** должен соотноситься с бизнес целями компании
 - **Time-bound:** Определен во времени
-
- a. Определите Бизнес KPI/метрики заказчика
 - b. Обдумайте важные факторы, которые будут влиять на достижение успеха в процессе
 - c. Зафиксируйте исходные данные, чтобы вы могли сравнить и показать прогресс, рост или падение %
 - d. Прикрепите доказательства с аналитики по софту/метрики/субъективные данные/объективные данные

KPI – Example

Business Outcome	Strategic priority /Initiative	KPI Description	Baseline Metric	How	When	Who
Cost Efficiency (OpEx. by 2%)	Reduce Travel Budget by 20% within 12 months	Travel costs per Quarter	2016 \$86k/year Spend	Financial reports by Organisation	Monthly	ANO

Tips:

- Example: How do you measure the value of features switched on ? Maybe you need to build a health score
- Prioritise features to Business outcomes, are they aligned ? Which ones to measure ?
- Are the metrics repeatable ? – can you scale, automate the process – **Efficiency** lens
- Do you have buy-in from the owner of the process to measure ? – **Disruption** lens
- What is the impact to the Business process ? **Productivity** lens

Описание кейса и ответственных лиц

Определите следующие группы:

Пилотная группа, отделы, конкретные люди, региональные группы, определите чемпионов в группах, руководителей по внедрению, убедитесь, что все лица идентифицированы и кейсы задокументированы.

Распишите детали и пожелания от разных исполнителей.

Например:

Ответственный	Описание кейса
Retail Store Manager	As a Store Manager, I want to access store business applications remotely in order to check daily sales reports and inventory levels, remotely and securely.
Manager	As a Manager, I want the ability to effectively communicate with employees when I am remote in order to manage my employees.
User	As a user I want to so I can/in order to

Use Case & Persona Identification

Подсказки:

- Участниками проекта могут быть коллеги внутри организации клиента с определенным набором задач (генеральный директор, директор по правовым вопросам, отдел кадров, пользователь и т. д.) или вне организации клиента, на которых влияет деятельность компании (бывший пользователь, реселлер, деловой партнер)
- Очень распространенным видом деятельности является проведение собеседований с разными людьми, чтобы вы могли получить их точку зрения о том, как технология может быть использована для удовлетворения их конкретных потребностей бизнеса, что в конечном итоге будет отвечать потребностям бизнеса компании.
- Для успеха клиента CSM может работать параллельно в одном или нескольких кейсах с разными участниками проекта или с несколькими кейсами с одним ответственным, если это важно для конкретного клиента, идентифицируя различные бизнес-результаты и KPI для каждого кейса.

Трудности, с которыми столкнулись в процессе внедрения

Проблемы на этапе внедрения	Статус	Временные рамки
<p>Примеры:</p> <ul style="list-style-type: none">• Отдел продаж сопротивляется взаимодействию• Клиент не измеряет значение ELA• Клиент не сообщает о стоимости ELA• Развертывание не завершено• Конкурентоспособный продукт в использовании• Отсутствие бизнес-спонсора• Конечные пользователи не знают о преимуществах функций• У клиента не хватает ресурсов для развертывания / поддержки функций• Сеть не подходит для поддержки функций• Проблемы технической интеграции или несовместимость• Отсутствие документации для функции• У клиента нет исполнительного спонсора для внедрения• Продукт слишком сложен в использовании	<p>Примечание: барьеры внедрения должны всегда отслеживаться. Пути разрешения также должны быть описаны</p>	

**** Барьеры внедрения могут быть техническими или бизнес

Интеграция бизнес-процессов - этапы управления изменениями

Поскольку CSM анализирует и выполняет план успеха клиента, он может определить области, в которых необходимо изменить бизнес-процесс. Так, может понадобиться, например, изменение или оптимизация существующего процесса.

Шаги и этапы, которые нужно изменить, а также взаимодействие с пользователями и их использование новых процессов следует описать в customer success plan.

CSP динамический документ, он может меняться во время внедрения и чем больше вы узнаете информации о внутренних практиках заказчика

Рекомендации в следующих слайдах:

Изменение бизнес процессов – внедрение изменений

- Определите главного руководителя процесса
- Опишите или попросите описание существующего процесса
- ЗадOCUMENTИРУЙТЕ какие изменения бизнес процессов требуются и будут в зоне ответственности CSP
- Проверьте и обеспечьте согласование изменений с руководителем и основными пользователями

Советы:

- a. Разбейте бизнес-процесс на подпроцессы
- b. Учтите, что у подпроцессов могут быть разные владельцы
- c. Наблюдайте за изменениями и влиянием на пользователей и собственника
- d. Подумайте над запуском нового пилотного процесса в маленькой группе для теста возможных челенджей и общего принятия и согласия на внедрения нового процесса
- e. Посмотрите включен ли этот процесс в обучение, каждый должен знать какую роль он играет в этом процессе для бизнеса

Business Process Change – Embed General Considerations

- Поделитесь лучшими практиками между департаментами
- Убедитесь, что предыдущие модели были удалены или сняты с эксплуатации
- Определите кто вас поддерживает у заказчика – ваш адвокат
- Разработайте внутренние и внешние кейсы и истории успеха
- Обсудите с клиентом, как внутренние политики могут помочь внедрить ценность во всей компании
- Проводите семинары по инновациям, чтобы обучить ценности бизнес-процессов

Key Win	Description
Policy and Governance Change	<ul style="list-style-type: none"> • Travel Policies • HR Policies • Financial Governance • Employment Contracts • Health and Safety policies • Security Policies
Expand Opportunity	Use stories to highlight value Integration - workflow and user experience
Customer Celebration	High usage, best practice leaders, Innovation Organization value awards
End of Life products	Retirement and removal, consolidation
Customer Advocates	Advocates will create more opportunities and enhance reputation in the market
Case Studies	Celebrate the customers value be a differentiator to their competitors

Коммуникация. Обучение. Сроки

Тренинги и коммуникация являются важными и критичными компонентами всего процесса внедрения, так как они обучают пользователей использовать новые практики, пока они не станут привычкой.

- Разработайте коммуникационную стратегию с основными участниками процесса
Определите маркетинговую кампанию (emails, videos, posters, banners. Magazines, Social Media, Newsletter, etc.)
- Обратите внимание на влияние внедрения нового решения для каждого вида деятельности компании с измеримыми результатами.
- Переведите успех в прибыльность, где это возможно
- Используйте стандартные шаблоны связи для мониторинга, отслеживания и документирования результатов по конкретным действиям

Communication & Training Activities Template Example

Activity	Description	When	Who	Objectives	Develop by	Delivered by
Executive Message	Executive project kick start	20/1/2017	Sponsor	Awareness of project and set expectations	Project Team	Executive assistant
Posters	Awareness of new process	20/1/2017	All	Awareness	Project team	Project team
Digital signage	Ease of use	25/1/2017	All	Awareness and simple getting started	Communication team - Business	Project team
Email	Introduction to the service	31/1/2017	Phase 1	Getting started guide	IT Manager	Project team

Customer Success Practice Build

Рекомендации по написанию
результатов внедрения Customer
Success Plan - Примеры



Измерения результатов

Вы можете разделить измерения по внедренным активностям на один или несколько шаблонов, чтобы предоставить результаты и сообщить о достижениях

- Измерения KPI: достижения VS начальное состояние
- Коммуникация и тренинги: что случилось, что было достигнуто

Измерения результатов – Подсказки

Бизнес результаты:

- Краткое описание проекта и какие выгоды получил бизнес от использования решения
- Предоставьте документ successful business plan, в котором вы описываете достигнутые бизнес результаты

KPIs :

- Проанализировать основные задачи, которые были поставлены vs достижения
- Предоставьте KPI – Бизнес метрики по заказчику до и после
- Объективная информация – Telemetry и аналитика до и после
- Субъективная информация – CSM прилагает анкету, опросник до и после

Коммуникация и тренинги:

- Проанализируйте эффективность тренингов и обучения
Например: Training skills for product use – оцените навыки сотрудников
- Образование и обучение ценностям, которые будут получены в процессе работы

Measure results – Business Outcome Example

Business Outcome	Business Initiative	Executive Statement of Outcome Achieved
Security (credibility and reputation 100% usage)	Protect all remote network access via the corporate approved VPN solution	Express how the business experiences the value, the benefit to the organisation and changes in working processes and culture

Measure results – KPIs Example

Date	Business Outcome	Business Initiative	Baseline Metric	Progress Metric	How (Data Analytics, Survey etc.)
Date	Security (credibility and reputation 100% usage)	Reduce Travel budget by 20%	2018 20% old VPN solution 80% not able to access	Remove old VPN 70% able to access	VPN platform reporting analytics Pulse survey
Date			30% new VPN 70% not able to access	30% increase in usage	Analytics # licenses used # licenses spare Duration of VPN connections # of drop outs
Date			70% new VPN 30% not able to access	40% increase in usage	Analytics # licenses used # licenses spare Duration of VPN connections # of drop outs Voice of the customer survey

Measure results – Communication & Training

Example

Activity	Description	Publish Date	Objectives	Evidence	Date completed
Exec Launch	Launch Email	Q1M1	Awareness Expectation setting Adoption timing	Email sent on 1000 recipients	Q1M1
Exec Launch	All Hands	Q1M1	Awareness Expectation setting Adoption timing	500 people attended	Q1M1
Drop in clinics	Time to experience new products and have 1:1 technical and usage sessions	Q1M1	To create awareness and resolve initial startup issues	62/100 people attended	Q1M1
Training Live Virtual	Training to use the features in workflow	Q1M2	Education on value and feature usage	81/100 Attended 4.5/5 rating	Q1M2