

A portrait of Alexander Goltsov, a man with dark hair and blue eyes, wearing a grey suit jacket, a white striped shirt, and a patterned tie. The background is a solid brown color. On the left side, there is a vertical red bar. Overlaid on the bottom left of the image is a grey box containing a yellow double-left arrow icon and the text "Александр Гольцов:". Below this, a red box contains the text "Развитие сервиса — ЭТО ИНВЕСТИЦИИ в будущее КОМПАНИИ" followed by a yellow double-right arrow icon.

Александр Гольцов:

Развитие
сервиса —
ЭТО ИНВЕСТИЦИИ
в будущее
КОМПАНИИ



По мере становления и насыщения рынка информационно-коммуникационных технологий становится все более востребованным оказание сервисных услуг для поддержки развернутой инфраструктуры. Если раньше эта составляющая бизнеса была, скорее, вспомогательной, то теперь становится определяющей, так как позволяет укрепить позиции компании на рынке. Характерным примером является «Энвижн Груп», создавшая путем консолидации всех своих сервисных подразделений единый Центр технической поддержки, который, по планам компании, должен стать одним из крупнейших в России. О стратегии развития сервисного направления в рамках интеллектуального интегратора CNews побеседовал с заместителем генерального директора, техническим директором «Энвижн Груп» Александром Гольцовым.

— **Как вы оцениваете ситуацию на российском рынке сервисных услуг в ИТ-секторе? Кризис подтолкнул его развитие или, напротив, замедлил?**

— Изменение экономических условий повлияло на структуру потребностей заказчиков в сервисе. Из-за возникших трудностей с операционными бюджетами они стали гораздо более избирательными в выборе услуг. В условиях ограниченного финансирования заказчик стал приобретать строго то, что ему нужно, отсекая избыточные услуги в сервисных предложениях, зачастую в ущерб своему бизнесу. Такая сервисная «диета» позволила оптимизировать структуру предложений, и, как следствие, привлекательность сервисного обслуживания выросла.

Однако в процессе оптимизации расходов не стоит увлекаться тотальной экономией, потому что игнорирование обязательных требований по обслуживанию приводит к повышению количества аварийных отказов оборудования, снижает качество и эксплуатационные характеристики технологической системы в целом. SLA — это всегда баланс между стоимостью обслуживания и получаемым результатом. Самый дешевый сервисный контракт может стоить ноль долларов. Вопрос только в том, нужен ли такой сервис заказчику?

— **Нет ли у вас опасения, что рынок достиг насыщения, и на нем сложно завоевать свои позиции?**

— Рынок очень переменчив. Ввиду того, что предоставление сервиса — высокотехнологичный образ деятельности, для его организации нужно время, компетенции, инвестиции в сотрудников и оборудование. А отдача от инвестиций

приходит не сразу, поэтому не у каждого предприятия хватает ресурсов и политической воли руководства на развитие данного направления. Сервис — это инвестиции в будущее компании.

— **Каков примерно годовой оборот рынка сервисного обслуживания? Насколько сильна здесь конкуренция?**

— Точно оценить объем сервисного рынка сложно, так как он сильно сегментирован и недостаточно прозрачен. IDC оценивает весь российский рынок ИТ-услуг в 3-3,5 млрд долл. в год, из которых на сервис и ИТ-аутсорсинг приходится около 30%. Безусловно, приведенные аналитиками цифры достаточно условны, так как на точность влияют нежелание компаний пуб-

ложению и реализации сервисного обслуживания. Кризис, как не парадоксально, сыграл на руку в решении этой задачи, потому что исключил все искусственные формы предоставления ненужных услуг и выделил объективные потребности в обслуживании. Это означает, что компания, которая сможет быстро перестроиться и предложить качество по разумной цене, станет лидером в сервисе.

ЭФФЕКТ ПОСТОЯННОГО ПРИСУТСТВИЯ У ЗАКАЗЧИКА

— «Энвижн Груп» с момента создания занималась оказанием технической поддержки поставляемых реше-



SLA – это всегда баланс между стоимостью обслуживания и получаемым результатом



ликовать реальные данные и отсутствие стандартного понятия ИТ-услуг. К ним причисляют и обслуживание рабочих мест, и поддержку ЦОДов, и консалтинговые проекты, и проекты по внедрению и др.

В настоящее время наблюдается рост конкуренции на сервисном рынке, однако он еще далек от насыщения. ИТ-компании охотно начинают работать по самым различным сервисным направлениям, и резерв здесь существует, скорее, не в новых, еще не занятых, сегментах, а в качественном изменении подхода к пред-

ний. Сегодня это направление выделено в самостоятельное бизнес-подразделение. Для чего создан Центр технической поддержки?

— Концентрация усилий на развитии сервисного направления бизнеса вполне естественна. До недавнего времени наша компания стремительно росла, и основной целью было расширение бизнеса — по максимуму закрепиться у заказчика, быстро увеличить оборот. Сегодня для усиления стратегических позиций компании на рынке необходимо



предлагать диверсифицированные решения и услуги, что, в том числе, требует активизации развития сервисной составляющей.

Проектная, а тем более поставочная деятельность подразумевает высокий уровень конкуренции и более низкую рентабельность, чем предоставление услуг. Поэтому наличие сервисного центра позволяет существенно укрепить позицию компании на рынке и расширить объемы бизнеса, так как хорошо поставленный сервис в ИТ — это коммерческий продукт, за который заказчик готов платить серьезные деньги.

— **В чем дополнительная привлекательность сервиса для развития основного бизнеса компании?**

— Сервис дает важный эффект постоянного присутствия у заказчика. Фактически ни один другой продукт не позволяет развивать долгосрочные от-

ношения — любой проект, а тем более поставка, когда-либо заканчивается. Сервис в идеале может оказываться десятилетиями, если это нормально организованная услуга. Сильный сервис дает больше возможностей для успешного вхождения к новым заказчикам, так как им более выгодно работать с сервисно-ориентированной компанией, чем с простым поставщиком решений.

— **Какие виды сервиса оказывает ЦТП «Энвижи Групп»?**

— Наш Центр технической поддержки оказывает поддержку по всему спектру из более чем 200 предлагаемых компанией решений. С точки зрения классификации мы делим сервис по видам обслуживаемых объектов — инфраструктурные решения, технологические системы, инженерные сети (кондиционирование, электропитание и др.). По структуре услуг это могут быть базовые сервисы, ориентированные на быстрые восстановительные работы в случае аварии. Существуют проактивные сервисы, которые преследуют цель не допустить аварию как таковую. Бывают интеграционные сервисы, которые позволяют обслуживать не отдельный набор компонентов, а систему в целом и отвечать перед заказчиком за ее работоспособность.

Очень важным является набор услуг, связанных с эксплуатацией, — это проведение изменений, управление конфигурациями и т. д. К услугам самого высокого уровня можно отнести организацию работы эксплуатационных служб. Важно, что сервисные предложения не могут рождаться сами по себе — они всегда должны быть ориентированы на решение проблем заказчика, тогда ему это интересно. Наше ключевое отличие заключается в том, что мы не предоставляем отдельные услуги, а делаем комплексное ИТ-предложение для каждой отрасли. Такой подход мы назвали «умный сервис». Он представляет собой интеллектуальную услугу на основе лучших ИТ-решений, идущую от реальных потребностей заказчика. Причем, в процессе сервис-



ной поддержки заказчик получает больше, чем описано в контракте, — дополнительный консалтинг по стратегическому развитию своей инфраструктуры в соответствии с ростом бизнеса.

«ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ЛИЦО» УСЛУГИ

— В чем особенность предоставления сервисных услуг?

— Сервис, как я уже говорил, является одним из высокотехнологичных продуктов, поэтому центр технической поддержки — это не просто грамотные сервисные инженеры, но и также развитая технология предоставления услуг, умение работать с заказчиком, наличие информационной системы для управления инцидентами, планирования и учета и многое другое. Помимо этого обязательным условием успешной сервисной деятельности является высокая культура сотрудников — клиента надо понимать и любить свое дело. Такой «набор» не может появиться «вдруг из ниоткуда»: организация сервисного бизнеса в ИТ всегда является результатом планомерной и очень кропотливой работы.

Если говорить о структуре услуг нашего ЦТП, то она определяется, прежде всего, потребностями заказчика. Это не только замена вышедших из строя компонент или устранение аварийных ситуаций по «железу», которые составляют, по статистике, только 20% от общего числа отказов систем. Прежде всего, это проактивные сервисы, которые минимизируют вероятность возникновения аварийной ситуации, решение проблем на стыке оборудования и программного обеспечения от разных производителей. И, конечно, предоставление высокоуровневых аутсорсинговых и консалтинговых услуг.

— Каким требованиям должен удовлетворять современный центр технической поддержки, чтобы быть конкурентоспособным?

— Отличительными характеристиками современного ЦТП являются круглосуточный режим работы, масштабируемость и такой важный фактор, как «человеческое лицо». При обращении в центр технической

поддержки не должно складываться впечатления, что вы общаетесь с роботом. К сожалению, в погоне за эффективностью фактор комфорта общения зачастую отодвигается на второй план. Но мы уделяем ему серьезное внимание. Важным требованием является также вариативность реагирования на события. Все заказчики уникальны по определению, и значит, надо быть готовым к тому, что клиент придет с нестандартной проблемой. Профессионализм сервисных инженеров как раз и определяется умением реагировать на нетиповые заявки и способностью находить решение в самых сложных и нестандартных ситуациях.

Безусловно, развитая технологическая база и информационная насыщенность системы, в которой работают специалисты центра, продолжают оставаться существенными требованиями. Ведь важным параметром обслуживания является время реагирования и фиксирования проблемы. Если после обращения оператор тратит время на сбор информации, значит, сервис уже несет в себе высокие риски неисполнения и неудовлетворенности заказчика.

Не случайно одним из приоритетных внутренних проектов по развитию нашего Центра технической поддержки является проект развития системы учета и управления сервисными обязательствами, которая построена на базе технологических решений BMC Remedy — HelpDesk, AssetManagement, SLM. Система позволяет управлять базой данных по сервисным обязательствам, составу поддерживаемого программного обеспечения и оборудования и обеспечивает качественное управление заявками на обслуживание заказчиков. Кроме того, благодаря ей ход работы максимально прозрачен для заказчиков: они могут самостоятельно открывать заявки на техническое обслуживание через web-консоль, контролировать ход исполнения и статусы сервисных заявок. Наличие такой системы значительно повышает эффективность работы службы и быстроту обработки заявки, так как при поступлении обращения дежурному инженеру сразу доступна вся информация о взаимодействии с заказчиком и ему не надо тратить время на сбор данных.

— На каких направлениях будет в ближайшее время фокусироваться ваш ЦТП?

— «Энвижн Групп» обладает сильными позициями в области предоставления сервисных услуг на телекоммуникационном рынке и в госсекторе. Сегодня мы расширяем спектр работы в корпоративном секторе. При развитии сервисного направления мы будем ориентироваться в первую очередь на те сегменты рынка, которые смогут дать наиболее быструю отдачу — это поддержка центров обработки данных, распределенных корпоративных сетей для федеральных структур и т.д. По этим направлениям мы предложим высокопрофессиональные сервисы, услуги аутсорсинга и интеграции решений под единый сервисный контракт. Такой подход очень удобен для заказчика, так как он получает единого исполнителя, ответственного за качество, надежность и производительность всей инфраструктуры. Например, наш крупный заказчик — оператор федерального масштаба — обладает сотней контрактов на сервисное обслуживание с десятками исполнителей по всей стране, что существенно затрудняет управление и контроль. Сейчас мы прорабатываем для него варианты миграции на единое сервисное обслуживание.

Присутствие «Энвижн Групп» в большинстве регионов России позволяет нам это сделать. Мы не делим сервис на федеральный и региональный — для заказчика существует единый сервисный центр, который распределен по всей территории РФ. Для этого разработаны единые сервисные пакеты, единая технология обслуживания, обеспечивающая высокое качество выполнения сервисных контрактов вне зависимости от регионального расположения заказчика. Такая модель реализации услуг наиболее привлекательна для крупных корпоративных клиентов.

Хочу отметить, что перед нами поставлена задача через три года выйти на оборот в 100 млн долл. продаж сервисных контрактов и аутсорсинговых услуг. То есть нынешний оборот (18 млн долл.) должен увеличиться более чем в 5 раз, и это нормальный рост. Вполне реально увеличить долю сервиса в ежегодном обороте компании с сегодняшних 3-4% до 15-20%. При этом, по нашим планам, доля Центра технической поддержки на российском рынке сервисных услуг составит не менее 10-15%. ●