

kod szkolenia: ZP-ITIL4-DSV / PL DL 3d

ITIL® 4 Specialist: Drive Stakeholder Value (DSV) - akredytowane szkolenie z egzaminem

Szkolenie akredytowane z egzaminem ITIL® 4 Specialist: Drive Stakeholder Value (DSV) Certyfikat ITIL®

3-dniowe szkolenie **ITIL® 4 Specialist: Drive Stakeholder Value** (DSV) jest jednym z 4 zaawansowanych szkoleń na ścieżce do uzyskania tytułu ITIL® 4 **Managing Professional** (MP).

Szkolenie **ITIL® 4 DSV** jest czymś więcej niż tylko opisem praktyk lub procesów. Opisuje w jaki sposób **dostawca usług** powinien postrzegać budowanie wartości dla **konsumentów**. Omawiany jest również punkt widzenia konsumenta, sposób formułowania oczekiwań i budowania **relacji usługowych**.

Szkolenie jest praktycznym przewodnikiem, opisującym podróż konsumenta (**customer journey**) od uświadomienia sobie przez niego potrzeby pozyskania **nowej usługi** i aż po ocenę zrealizowanej wartości. Zawiera wskazówki, narzędzia i koncepty, umożliwiające dokonanie formalnego opisu oraz mierzenia, oceny i **doskonalenia interakcji** pomiędzy dostawcą a konsumentem.



Przeznaczenie szkolenia

Praktycy zarządzania **usługami IT**, którzy planują uzyskać tytuł **ITIL® Managing Professional** (MP)
Osoby odpowiedzialne za zarządzanie i integrowanie interesariuszy.

Osoby skupione na doświadczeniu klienta i/lub zajmujące się podtrzymywaniem relacji i z partnerami i dostawcami.

Typowe role w organizacji: Opiekun klienta kluczowego, **Manager** ds. Marketingu i promocji, Manager sprzedaży, Manager ds. podwykonawców, Manager Działu Obsługi Klienta, **Projektant UX/CX**, Manager ds. Zarządzania Poziomem Usługi.



Korzyści wynikające z ukończenia szkolenia

Uczestnik który zdał egzamin otrzymuje międzynarodowy certyfikat w formie elektronicznej. Certyfikat ITIL 4 Drive Stakeholder Value ważny jest przez 3 lata.

Szerokie zrozumienie narzędzi zwiększania satysfakcji interesariuszy jako integralnej części sukcesu biznesowego w bieżącym otoczeniu konkurencyjnym.

Zrozumienie, w jaki sposób odpowiednie **praktyki ITIL** przyczyniają się do tworzenia **wartości dla interesariuszy**.



Metoda egzaminowania

Uczestnicy szkolenia otrzymają voucher na egzamin w formie online. Voucher jest ważny 6 miesięcy. Po szkoleniu uczestnik dostaje maila z wytycznymi, jak zarejestrować się na egzamin. Termin ustala bezpośrednio z PeopleCert, używając swojego konta.

Egzamin online przeprowadzany jest w obecności proktora – osoba z firmy PeopleCert, który podpina się zdalnie pod pulpit kursanta i obserwuje przebieg egzaminu przez kamerkę.

Zdający jest zobowiązany pokazać proktorowi za pośrednictwem kamery pomieszczenie, w którym będzie zdawał egzamin. Proktor sprawdza, czy nie ma w pokoju osób trzecich i pomocy naukowych.



Opis egzaminu

- Czas trwania egzaminu 90 minut (113 dla zdających w języku obcym)
- Test jednokrotnego wyboru
- Minimalny próg zaliczenia to 70% (28 z 40 poprawnych odpowiedzi)
- Brak możliwości korzystania z podręczników i materiałów szkoleniowych.



Oczekiwane przygotowanie słuchaczy

Wymagany ważny [certyfikat ITIL®4 Foundation](#)



Język szkolenia

- **Szkolenie:** polski
- **Materiały:** angielski
- **Egzamin:** angielski

Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenia wliczone są:

- Akredytowane materiały szkoleniowe
- Voucher na egzamin online ITIL® 4 DSV
- Autoryzowany podręcznik ITIL® 4 DSV w wersji online

Dodatkowe opcje:

- powtórka egzaminu Take2 re-sit exam: 200 zł

Czas trwania

3 dni / 21 godzin

Agenda szkolenia

1. Szkolenie **ITIL®4 DSV** przedstawia najważniejsze kroki podróży konsumenta od rozpoznania rynku, po ocenę [zrealizowanej wartości](#). Program szkolenia obejmuje koncepty i praktyki ITIL®4, które są niezbędne do budowania wartościowych relacji z konsumentami, partnerami, dostawcami i innymi interesariuszami:

- Podróż konsumenta (customer journey)
- Rynki i interesariusze – techniki marketingowe, potrzeby interesariuszy, propozycja wartości
- Sprzyjanie relacjom z interesariuszami – wzajemna gotowość i dojrzałość, typy relacji podwykonawczych, techniki komunikacji i kolaboracji
- Praktyka zarządzania relacjami (Relationship management)
- Praktyka zarządzania podwykonawcami (Supplier management)
- Pobudzanie popytu i definiowanie ofert usługowych
- Dopasowywanie i uzgadnianie oczekiwań i szczegółów usług

- Zawiązanie i rozwiązanie relacji z klientem i użytkownikiem
- Wspólne działania zapewniające ciągłe współtworzenie wartości (konsumpcja i dostarczanie usług)
- Realizacja i ocena wartości usług