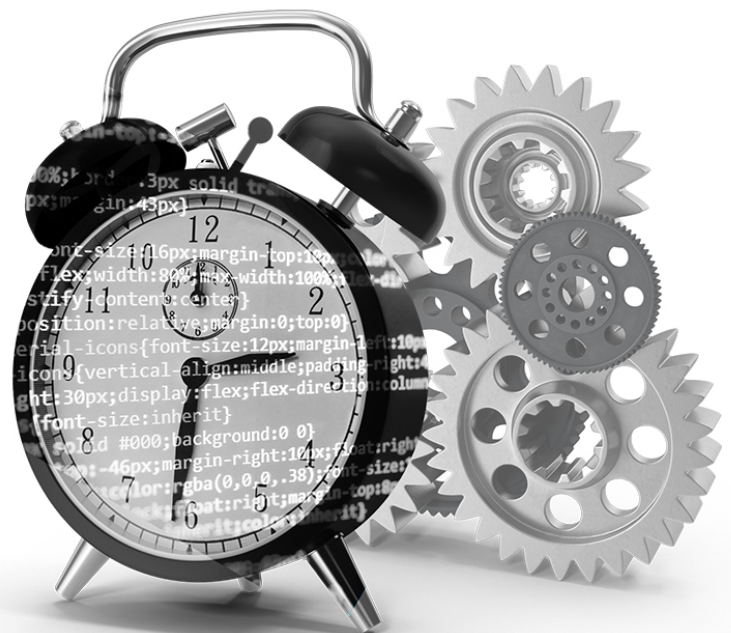




5 facteurs clés pour une automatisation réussie de votre activité de MSP

Table des matières

1	AUTOMATISER POUR VOUS DÉVELOPPER ET GAGNER EN EFFICACITÉ	3
1.	Automatiser les tâches répétitives	3
2.	Automatiser la résolution des problèmes courants	4
3.	Rationaliser l'intégration des clients	4
4.	Impressionner vos clients	5
5.	Facturer le travail automatisé	6



Automatiser pour vous développer et gagner en efficacité

L'automatisation est un sujet souvent abordé dans nos discussions avec les fournisseurs de services gérés (MSP). Et ce, quelle que soit la taille ou la maturité de leurs entreprises. Les MSP cherchent des moyens pour gérer leur activité efficacement. L'automatisation les aide à se libérer des tâches répétitives et à dégager du temps pour se concentrer sur leur développement.

Un argument de taille pour beaucoup. Gagner en efficacité signifie qu'ils pourront potentiellement libérer des capitaux pour investir dans d'autres domaines. La rationalisation des tâches manuelles permet de confier des missions à plus forte valeur ajoutée aux techniciens, et de les rémunérer en parallèle pour les travaux de maintenance automatisés.

Certains MSP connaissent déjà une croissance rapide et cherchent une solution pour rationaliser le processus d'intégration de leurs clients. L'élimination des opérations manuelles leur permet d'intégrer plus rapidement des clients et de leur fournir une meilleure expérience.

Chaque MSP a des besoins différents, mais nous avons identifié 5 moyens utilisés par des entreprises prospères pour automatiser leur activité.

1. AUTOMATISER LES TÂCHES RÉPÉTITIVES

La maintenance peut prendre beaucoup de temps aux techniciens. Les MSP doivent s'efforcer d'automatiser autant de tâches de maintenance quotidiennes que possible. En règle générale, si vous effectuez une tâche répétitive, qui reprend un ensemble d'étapes similaires de façon récurrente, vous devez l'automatiser.

Automatisez les tâches de base : l'une des premières choses (et probablement la plus simple) que vous devez automatiser est la maintenance préventive, telle que le nettoyage du bureau (suppression des fichiers temporaires, vidage du cache DNS, etc.). De nombreux MSP effectuent encore ces tâches de base manuellement, ce qui les éloigne des appels importants ou des projets à plus forte valeur ajoutée.

Automatisez les tâches spécifiques : certains de vos clients ont des besoins particuliers. Par exemple, s'ils possèdent de nombreuses bases de données SQL, vous pouvez automatiser les opérations de nettoyage et de maintenance afin que les performances de leurs serveurs restent optimales. Des centaines de possibilités s'offrent à vous. Votre objectif doit être de fournir à vos clients le plus de valeur possible via vos services automatisés. De cette manière, vous vous enracinez durablement dans leur activité. Et il sera plus difficile pour vos concurrents de vous évincer.

2. AUTOMATISER LA RÉOLUTION DES PROBLÈMES COURANTS

Les accords de niveau de service (SLA) jouent un rôle majeur dans les relations client-MSP. Vos clients ont besoin que leurs infrastructures soient toujours disponibles, et votre objectif est de minimiser les temps d'arrêt. De nombreux problèmes nécessitent un simple redémarrage de logiciel ou de matériel. Ces tâches banales éloignent les techniciens des problèmes plus urgents, qui demandent de l'expertise.

Dépannez automatiquement via votre outil RMM : votre solution de supervision et de gestion à distance (RMM) doit permettre d'effectuer des corrections automatiques. Si un appareil ou un service passe à un état d'avertissement ou d'erreur, le système doit être en mesure de lancer un processus automatisé pour corriger la situation. Les politiques d'automatisation courantes incluent le redémarrage des principaux services, le vidage du cache DNS et, parfois, le redémarrage des postes de travail ou des serveurs.

Surpassez les SLA : en automatisant les dépannages, vous apportez une réponse quasi-instantanée aux problèmes. Ces résolutions rapides permettent d'établir de bonnes relations avec vos clients. Les temps d'arrêt ne sont jamais appréciés. Si vos services corrigent les problèmes avant même que les clients ne les remarquent, la valeur ajoutée que vous apportez est considérable. Veillez à utiliser des rapports pour indiquer à vos clients le nombre de problèmes résolus, ainsi que le nombre d'heures ou de jours d'indisponibilité que vos services ont permis d'éviter.

3. RATIONALISER L'INTÉGRATION DES CLIENTS

L'automatisation est autant une question de bonnes pratiques que de technologie. Après avoir identifié les tâches de maintenance et de dépannage que vous souhaitez automatiser, ajustez votre offre de services. Vous proposerez à vos clients des calendriers de maintenance et des temps de réponse plus sûrs (et aurez une meilleure idée des marges que vous pouvez obtenir).

Déployez des sondes automatiquement : pour simplifier l'intégration des clients, vous devez disposer d'un système capable de détecter des appareils et de déployer des sondes automatiquement. Vous passerez ainsi beaucoup moins de temps à ajouter des appareils dans votre solution de gestion.

Programmez la maintenance automatisée : une fois la supervision configurée, planifiez vos stratégies d'automatisation pour le traitement de la maintenance courante. Ainsi, dans les premiers jours du processus d'intégration, vous passerez moins de temps sur des tâches de maintenance et serez disponible pour tout problème de support.

Programmez les corrections : automatiser la résolution des problèmes courants vous permettra d'impressionner vos clients, car vous surpasserez les délais d'intervention définis dans vos accords de niveau de service. Vous gagnerez des points dès les premiers jours.

4. IMPRESSIONNER VOS CLIENTS

Vos clients vous paient pour un service. Les informer de manière significative sur le travail que vous effectuez peut contribuer à gagner leur loyauté. Comme le dit le proverbe, « loin des yeux, loin du cœur ». Les rapports d'état vous aident à fournir des mises au point hebdomadaires sur la maintenance et d'autres sujets.

Il est conseillé de marquer davantage les esprits en planifiant des rendez-vous trimestriels avec vos clients afin de rappeler la valeur de vos services. Votre solution RMM doit vous permettre de générer des rapports graphiques et de programmer leur envoi. Les rapports graphiques ont souvent plus d'impact sur les clients que les résumés écrits.

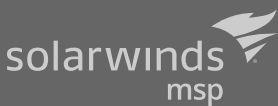
- » Les rapports de synthèse présentent l'état général du réseau, ainsi qu'une comparaison avec les performances de la semaine précédente.
- » Les rapports de sécurité montrent aux clients leur niveau de protection, et les problèmes qu'ils ont évités grâce à vos services.
- » Les rapports de sauvegarde contribuent à rassurer les clients en leur prouvant que leurs données sont protégées en cas d'incident potentiel.
- » Les rapports de mise à jour démontrent que les systèmes de vos clients sont équipés des versions les plus récentes.
- » Les rapports de service d'assistance permettent de justifier auprès des clients le coût de leurs services.

5. FACTURER LE TRAVAIL AUTOMATISÉ

Ce n'est pas parce que le système fait le travail pour vous que vous ne devez pas être payé. Les MSP ont le choix de réaliser leurs tâches manuellement ou d'investir dans des outils d'automatisation. En automatisant les tâches de maintenance et de correction, vous améliorez votre temps de réponse et fournissez à vos clients un meilleur service. Vous offrez toujours la même valeur, et peut-être même plus.

Automatisez votre système de ticketing : vos stratégies d'automatisation doivent être capables de mettre à jour le système de ticketing, afin d'enregistrer le temps passé sur une tâche une fois celle-ci terminée. Par exemple, vous pouvez attribuer une durée de 15 minutes aux petites tâches et une durée supérieure aux plus grandes. Avant même de vous en apercevoir, le système exécutera vos stratégies et calculera les heures facturables pour vous.

Offrez des remises pour renforcer la satisfaction de vos clients : une stratégie courante pour établir de bonnes relations avec vos clients est de leur accorder des remises sur les « heures d'automatisation » enregistrées par le système. Les coûts associés à ces heures sont quasi nuls, et faire un geste commercial est une manière simple et efficace de renforcer vos relations avec vos clients.



Pour en savoir plus,
consultez le site
solarwindsmsp.com/fr

SolarWinds est un acteur majeur dans l'offre de logiciels de gestion d'infrastructures informatiques performants et abordables. Nos produits permettent aux organisations du monde entier, quels que soient leur type, leur taille ou la complexité de leurs infrastructures, de superviser et de gérer les performances de leurs environnements sur site, dans le Cloud ou hybrides. Nous travaillons avec tous les types de spécialistes des technologies—professionnels des opérations informatiques, professionnels DevOps, fournisseurs de services gérés (MSP)—afin de comprendre les défis auxquels ils font face pour maintenir la disponibilité et les performances de leurs systèmes à un niveau élevé. Destiné aux MSP, le portefeuille de produits SolarWinds MSP propose des solutions de gestion de services informatiques évolutives, fondées sur une sécurité multicouche, une intelligence collective et une automatisation intelligente. Ces produits sont conçus pour permettre aux MSP d'offrir des services informatiques externalisés très efficaces à leurs PME clientes, et de mieux gérer leur propre activité.

© 2019 SolarWinds MSP Canada ULC et SolarWinds MSP UK Ltd. Tous droits réservés.

Les marques de commerce SolarWinds et SolarWinds MSP sont la propriété exclusive de SolarWinds MSP Canada ULC, SolarWinds MSP UK Ltd. et de leurs filiales. Toutes les autres marques de commerce citées dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Ce document est fourni à titre d'information uniquement. SolarWinds n'offre aucune garantie expresse ou implicite et n'assume aucune responsabilité légale quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou l'utilité des informations contenues dans ce document.