ROOT CAUSE ANALYSIS (RCA) V PRAXI

PRAKTICKÝ PRŮVODCE & CASE STUDY B2B CVM

ÚČEL & DVA REŽIMY POUŽITÍ

RCA identifikuje skutečné příčiny problémů na jejich počátku jako primární bod nápravy, místo pouhého potlačování symptomů. Pomáhá strukturovat fakta a oddělit emoce od dat.

Reaktivní RCA
Řešení nastalé havárie

Proaktivní RCA
Prevence hrozících rizik

Zlaté pravidlo RCA: "Symptom ukazuje, KDE to bolí. Root Cause Analysis odhaluje, PROČ k problému došlo."

POSTUP REALIZACE RCA VE 4 KROCÍCH

1. Definice problému
Popište přesně událost, její rozsah, čas a dopad (např. v Kč či ztrátě klientů).

2. Sběr dat
Získejte data z CRM/logů, časovou osu událostí a fakta z rozhovorů.

3. Analýza příčin
Použijte kategorizaci (Ishikawa) a jděte do hloubky pomocí 5 Why.

4. Nápravné akce
Navrhněte procesní/IT změny a určete vlastníka a termín kontroly.

ISHIKAWA – ROZPAD DO KATEGORIÍ

Roztřiďte nápady z brainstormingu do 4 větví:

People (Lidé)
Nedostatek tréninku, chyby obsluhy, špatná komunikace.

Processes (Procesy)
Chybějící kroky, složité schvalování, nejasné SLA.

Tools / Physical (IT a Nástroje)
Pomalé CRM, chyby v integraci, neaktuální data.

Policies / Org (Pravidla)
Špatně nastavené KPI, demotivující provize.

CASE STUDY: 5 WHY V B2B CVM

Problém: Pokles prodloužení smluv u TOP B2B zákazníků o 15 % za Q2.

1. Proč klienti neprodlužují smlouvy?
Dostávají retenční nabídku příliš pozdě (až v době výpovědi).

2. Proč dostávají nabídku tak pozdě?
CVM tým generuje seznamy ohrožených účtů až na konci měsíce.

3. Proč se seznamy generují až na konci měsíce?
CVM analytik musí ručně spojovat data z CRM a účetnictví v Excelu.

4. Proč to analytik doplňuje a spojuje ručně?
Datový most mezi CRM a Billingem byl při minulém releasu zrušen.

5. Proč byl datový most zrušen bez náhrady? (Root Cause)
V IT zadání chyběla akceptační kritéria pro CVM datové toky.

TIPY PRO FACILITACI RCA WORKSHOPU

Neviníci, ale procesy
Hledejte selhání v systému. U "chyby obsluhy" se ptejte: *Proč to systém umožnil udělat špatně?*

Počet "Proč?" není fixní
Někdy stačí 3 dotazy, jindy 7. Končíte tam, kde se dostanete k příčině, kterou lze změnit.

Ověřte fakta hypotéz
Fishbone tvoří hypotézy. Před investicí do opravy ověřte fakta a reálná data (např. v CRM logu).