analiza IT

JAK DOSTARCZYĆ WARTOŚĆ BIZNESOWĄ SYSTEMEM IT?

Jak dostarczyć wartość biznesową systemem IT?

Witam Cię w drugiej części serii materiałów poświęconych temu, żeby jak najlepiej poznać biznes i zrozumieć procesy biznesowe.

W poprzednim wpisie mówiliśmy o tym, w jaki sposób zostać ekspertem analizy biznesowej i jakie główne przekonanie nas przed tym blokuje. Pod tym materiałem znalazło się mnóstwo komentarzy, bardzo dziękuję Wam za zaangażowanie i za komentowanie. Lekcje, które wynieśliście się z poprzedniej części były dla mnie bardzo inspirujące i bardzo dużo wniosły. Niezwykle ciekawie się je czyta, dziękuję za tak liczny odzew. Mam nadzieję, że prezent, który otrzymaliście - bonus, który pojawił się po umieszczeniu komentarza pod ostatnim wideo, również Wam się podobał i pomógł Wam pozbyć się tego blokującego przekonania.

Jeśli jeszcze nie widziałeś materiału nr 1 w formie wideo lub wpisu, zachęcam Cię do tego, żebyś teraz go sprawdził. Jest to baza do tego, żebyś mógł wykonywać kolejne kroki, a nawet do tego, żebyś zrozumiał o czym będziemy mówić dzisiaj. Jeśli nie widziałeś pierwszego nagrania, przerwij tę lekturę, przejdź do nagrania lub materiału w formie tekstu czy pdf'u nr 1 (znajdziesz je TUTAJ) i po zapoznaniu się z nim, kontynuuj lekturę.

Wartościowe biznesowo rozwiązanie IT

Dziś omówimy sobie, jak najlepiej przygotować wartościowe biznesowo rozwiązanie IT, czyli w jaki sposób dostarczyć wartość biznesową. Tutaj potrzebne jest **zrozumienie klienta**. Jak to zrobić? Tego właśnie dowiesz się z tego materiału, natomiast z kolejnej części, która zamknie całą serię, dowiesz się jeszcze jak sobie poradzić w momencie, kiedy tych procesów biznesowych będzie bardzo dużo oraz w jaki sposób szybciej modelować procesy biznesowe.

Wygraj kurs "Poznaj procesy biznesowe" za darmo!

Jak wiesz, przygotowuję właśnie kolejny kurs, w którym omówię procesy biznesowe. Jak poznać procesy biznesowe, jak wykonywać je różnymi technikami. W trakcie czytania tego tekstu dowiesz się jak dołączyć do tego kursu **za darmo**. Dowiesz się co to za konkurs, co zrobić, żeby wziąć w nim udział i otrzymać do niego darmowy dostęp.

Skoro doszedłeś do tego momentu, to wierzę, że materiał nr 1 został już przez Ciebie przejrzany - wiesz już o co tam chodziło, pozbyłeś się blokującego przekonania i możemy jechać dalej.

Zapraszam!

Znasz Scrum? Wiesz JAK pracować. Dowiedz się CO dostarczać

Obiecałam Ci, że w tej części dowiesz się, w jaki sposób dostarczać wartość biznesową naszymi systemami IT. Obecnie mamy wiele możliwości. Od jakiegoś czasu coraz bardziej popularnym podejściem w branży IT w projektach informatycznych jest podejście zwinne, w szczególności Scrum. Uczy on nas, w jaki sposób możemy wytwarzać oprogramowanie, że możemy robić to w Sprintach. Koncentrujemy się na tym, żeby przygotowywać poszczególne wydania, odsuwamy się od tego, co mieliśmy w Waterfallu, czyli przygotowywanie takiego jednego wielkiego opracowanego systemu IT, który często na końcu okazuje się nie do końca trafiony. Jesteśmy coraz bardziej skłonni do tego, żeby **dzielić nasze systemy na porcje**. Opracowujemy Sprinty, przygotowujemy wersje MVP, coraz więcej się uczymy, zanim dojdzie do ostatecznego przekazania. Wiele zespołów już pracuje w Scrumie, więc my już wiemy JAK PRACOWAĆ w ten sposób, a wyzwaniem jest CO DOSTARCZAĆ.

Skoro już wiemy JAK – ok, dzielimy na kawałki, robimy Sprinty, możemy często iterować i pozyskiwać feedback, to nadal pytanie pozostaje - CO tak naprawdę dostarczać w kolejnych sprintach, kolejnych wydaniach, po to, żeby wartość biznesowa dla klienta była jak najbardziej przekazywana.

Klient już chciał zrezygnować ze współpracy, ale...

Przytoczę Ci historię, która świetnie obrazuje problem.

Wyobraź sobie sytuację - trwa projekt, programiści programują, klient czeka na zamówione rozwiązanie.
W pewnym momencie dochodzi do wymiany zdań:
- Projekt będzie gotowy jednak dopiero w połowie listopada.
- Ale jak to w połowie listopada?! – klient nie kryje wzburzenia - Przecież na początku listopada mamy akcję sprzedażową, na którą potrzebne jest nam to oprogramowanie! W połowie listopada to nam się już do niczego nie przyda. Początkiem listopada mamy sprzedaż i tylko wtedy będzie to dla nas miało wartość.
- OK, ale no nie damy rady, zakres jest duży. Nie zdążymy ze wszystkim.

Klient już chce rezygnować z kontraktu, bo skoro nie dostanie tego, co potrzebuje na początek listopada, to cała akcja nie ma sensu. Nie ma już później możliwości, żeby wykorzystać to rozwiązanie. Na szczęście zanim doszło do zerwania umowy, ktoś się orientuje:
- Dobra, ale czekajcie, czy my to wszystko musimy zrobić na początek listopada? Może **pewne rzeczy są ważniejsze od innych**, a niektóre są mniej ważne?

No i tak, oczywiście to prawda. Nie wszystkie wymagania są jednakowo istotne. Dlatego klient z dostawcą siada, zastanawia się co można dostarczyć wcześniej, a co później. Od takiego stwierdzenia, że tego się nie da, albo że będzie za późno, czy że tego jest za dużo, przechodzimy do sytuacji, w której zastanawiamy się co może być wydane jako pierwsze, co jako drugie. Krytyczne elementy, które muszą być wykonane, będą zrobione na początek listopada.
To totalnie odwraca sytuację, w której klient chce zrezygnować i doprowadza ją do stanu - to co jest konieczne to będzie, a później będziemy dorabiać kolejne elementy.

Zobacz, taka jedna mała zmiana w myśleniu. Zastanów się, czy Ty też doświadczyłeś takiej sytuacji, kiedy klient był niezadowolony, ponieważ nie otrzymał tego, czego najbardziej potrzebował, natomiast prace programistów były skupione na wytwarzaniu czegoś, co tak naprawdę nie było najważniejsze. I właśnie na tym będziemy się skupiać, zastanawiając się nad wartością biznesową dla klienta.
No bo pomyśl - **po co klient w ogóle zamawia oprogramowanie?** Najprawdopodobniej chce rozwiązać jakiś swój problem albo **chce osiągnąć jakiś cel**, czyli chce zapewnić sobie rezultat. Może to jest jakaś akcja sprzedażowa, może liczy na to, że zarobi pieniądze, może chce oszczędzić. Czyli do pewnego momentu w czasie nie chciałby wydawać więcej pieniędzy, szuka pewnej optymalizacji. Ocenia wartość biznesową rozwiązania w takim kontekście, czy ono pomoże mu rozwiązać jego problem albo osiągnąć możliwości, na które liczy.
Właśnie na tym powinniśmy się skupić.

Wartość biznesowa, a umowa o zdefiniowany zakres

W jaki sposób klient zamawia oprogramowanie? Tutaj mogą być znowu dwa warianty. Jeden jest taki, że mamy ofertę - mówimy jaki będzie zakres, termin realizacji, ile to będzie kosztowało i ile czego w ramach zamówienia dostarczymy. To jest tradycyjne podejście do umów. Kiedy klient złoży takie zamówienie, to wie, co dostanie. Może sobie odpowiedzieć na pytanie, czy jego problem zostanie rozwiązany, w jakiej cenie i w jakim terminie. To jest takie klasyczne podejście do oceny tego, czy mi się w ogóle to opłaca.

Tak samo możesz się zastanowić, kiedy Ty na przykład zamawiasz fachowca, żeby wyremontował Ci łazienkę, położył kafelki i różne elementy. Tak samo myślisz o tym – "no dobra, na kiedy to będzie gotowe, bo za miesiąc wchodzą inni fachowcy, którzy muszą mi zrobić wykończenie w innych częściach mieszkania" i zastanawiasz się też ile Cię to sumarycznie wyniesie. Po tym oceniasz, czy jest to wartościowe, czy nie.

Ale możliwe jest też inne podejście.

Wartość biznesowa, a iteracyjny czas i materiał

Patrząc na taki iteracyjny sposób, kiedy współpracujemy z klientem, moglibyśmy się umówić, że my będziemy pracować i na przykład rozliczamy się tydzień po tygodniu. Pokazujemy co już jest zrobione, klient płaci za nasz czas, w tym przypadku za tydzień naszej pracy i za wykorzystany materiał. W takim wypadku klient widzi na bieżąco gdzie jesteśmy już z wykonaną pracą. Żeby natomiast ocenić czy jemu się to wszystko opłaca, odnosi się do tego, jaki rezultat uzyskał. Analizuje czy jego problem został rozwiązany i w jakim stopniu, czy uzyskał już korzyść, na którą liczył. Na przykład ile teraz oszczędza pieniędzy, ile zarabia, ale też odnosi się do tego w jakim stopniu jest to wykonane.

Kiedy wartość biznesowa jest za mała lub jej brak

W obydwu przypadkach może nastąpić frustracja i wycofanie się. Często w tych takich tradycyjnych kontraktach, gdzie mamy po prostu zakres i czas, ktoś może powiedzieć "jeny, co to za oferta, przecież to jest tak drogie, że to mi się w ogóle nie opłaca, bo rezultaty, których się spodziewam, nie są tyle warte”.

Często te historie się kończą już przy pierwszej weryfikacji – projekt jest za drogi i klient
nie decyduje się na współpracę. Ale w drugiej sytuacji, kiedy mamy czas i materiał, to można ocenić: "Pracujecie już 3 tygodnie, tyle już wydałem, efekt jakiś tam jest. Może nie doszliśmy tak daleko jak zakładałem, natomiast na bieżąco mogę sprawdzać jak to się odnosi do mojego celu i do mojego problemu". W tym przypadku ta frustracja też może się pojawić, że już pracujemy za długo, a efekt jest zbyt mały albo nie ma go wcale.

Poznaj procesy, dobierz zakres i priorytety

Aby nie doprowadzać do sytuacji, w której klient będzie miał projekt za późno albo pomimo upływu czasu jego problem nie zostanie rozwiązany, czy cel osiągnięty na określonym poziomie, Ty, jako analityk biznesowy, powinieneś ogarniać **jaki jest zakres i jakie są priorytety**. Czyli co i na kiedy potrzebuje ten klient uzyskać. Bardzo pomogą tutaj **procesy biznesowe**. Jeśli zrozumiesz, z jakich czynności składa się osiągnięcie danego rezultatu w biznesie Twoim czy Twojego klienta, to będziesz wiedział, który z tych kroków jest najbardziej istotny.

Nie musisz informatyzować wszystkiego na raz, nie wszystko jest równie istotne. Trzeba się tylko zastanowić.

- Jeśli celem jest na przykład skrócenie czasu, to który z tych kroków procesu zajmuje najwięcej czasu? Usprawnienie którego da największe rezultaty? I przykładowo - zmieniając 20% tego procesu, możesz uzyskać jednocześnie 80% korzyści, chociażby przyspieszenia.

- Jeśli klientowi zależy na tym, żeby mieć jak największe możliwości sprzedażowe, to zastanów się, który z tych kroków procesu generuje w największym stopniu ten rezultat. Który z kroków procesu biznesowego pomoże mu w największym stopniu w kolejnej iteracji?

Rozumiejąc, w jaki sposób zbudowane są procesy biznesowe, które kroki w największym stopniu przekładają się na rezultat, będziesz mógł skupić swój zakres i priorytety w kolejnym wydaniu tylko na tym fragmencie, który jest najbardziej istotny. Ale oczywiście nie zrobisz tego, nie wiedząc jak wygląda proces biznesowy.

Musisz wiedzieć **jaki jest cel biznesowy** i jak ma się jedno do drugiego, czyli który zakres wymagań powinniśmy atakować w pierwszej kolejności.

Jak ogarniać wiele procesów biznesowych?

OK, mamy już za sobą pierwsze dwa kroki. W poprzedniej części pozbyliśmy się tego podstawowego blokującego przekonania, że skoro szef nie zleca Ci modelowania procesów biznesowych, to tego nie robisz. Dzisiaj dowiedzieliśmy się w jaki sposób klient ocenia wartość rozwiązania i że Ty też powinieneś skupić się na tym, żeby dostarczać mu odpowiedni zakres w odpowiedniej kolejności, jeśli chodzi o priorytety, o terminy ważne w biznesie.
W kolejnym wideo dowiesz się **w jaki sposób możesz ogarniać wiele procesów biznesowych**, jeśli z tak wieloma masz do czynienia.

Zdobądź kurs o poznawaniu procesów biznesowych za free

Na początku wspominałam, że jest możliwość, żebyś dołączył do kursu poznawania procesów biznesowych za darmo. Jeśli chciałbyś to zrobić, to napisz w komentarzu pod tym postem na blogu, **dlaczego to właśnie Ty** powinieneś taki kurs związany z poznawaniem procesów biznesowych otrzymać za darmo. Napisz kim jesteś, co robisz, jakie są Twoje motywacje, dlaczego to właśnie Ciebie powinnam wybrać. Zostaną wybrane **trzy osoby**, które jak najlepiej to uzasadnią.

Wyniki tego konkursu poznasz na darmowym szkoleniu online, na które również wszystkich zapraszam. To szkolenie na temat "**7 sposobów jak szybciej modelować procesy biznesowe**" odbędzie się 09.11.2021 r. o 19:00. Poznasz na nim różne triki, jak przyspieszyć pracę z procesami biznesowymi, żeby nie zajmowała dużo czasu, a dawała maksimum wartości.
Na szkolenie możesz zapisać się TUTAJ.

Zapraszam na ostatnią część z serii, która pojawi się już wkrótce!