

# Business Process Engineering

Wintersemester 2021/2022

## Requirements Engineering

# Agenda

- Review – Gewerk vs. T&M
- Rollen im Projekt
- Personas
- Business Storytelling
- Customer Journey
- Design Thinking
- Customer Experience



# Review – Gewerk vs. T&M



# Die Rollen im Projekt - Übersicht

Berater

Entwickler

Testmanagement

Fachbereich

(Teil-)Projektleitung

Key User

PMO



# Die Rollen im Projekt

## Berater

- Problemlöser
- Prozessoptimierung
- Umstrukturierung
- Beratungskonzeption an die individuelle Erwartungshaltung und Aufgabenstellung des Kunden anpassen

## Entwickler

- Konzeption und Implementierung von auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnittener Software

# Die Rollen im Projekt

## Projektleitung

- für einen erfolgreichen Abschluss des Projekts verantwortlich
- erster Ansprechpartner des Auftraggebers
- Projektplanung
- Führung des Projektteams
- Ergebnissicherung

## Teil-Projektleitung

- Dem Projektleiter unterstellt
- Verantwortet einen abgegrenzten Teilbereich eines Projekts

# Die Rollen im Projekt

## Testmanagement

- Fertigt Testkonzept an
- Legt Teststrategie fest
- Sorgt dafür, dass Anforderungen in Testfälle umgesetzt werden
- Plant und dirigiert Testdurchführung

## PMO (Projektmanagement Office)

- Vereinheitlichung von Abläufen und Prozessen im Rahmen der Projektarbeit
- Unterstützung der Projektleitung im Tagesgeschäft
- Unterstützt alle Projekte im Betrieb
- Ziel: Steigerung Produktivität und Effektivität der Projektarbeit

# Die Rollen im Projekt

## Fachbereich

- Mitglieder des Fachbereichs verfügen über Spezialkenntnisse und besonderes Wissen in ihrem Gebiet
- „Interner Kunde“

# Die Rollen im Projekt

## Key User

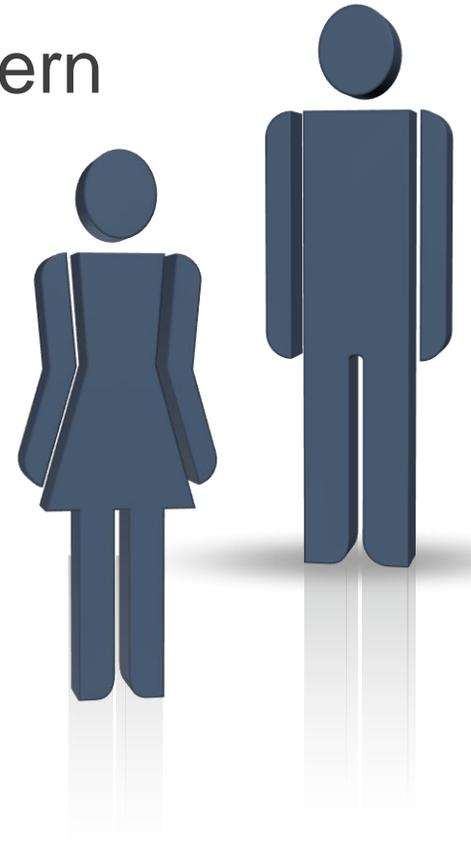
- Mitarbeiter des Unternehmens, welcher die Software einführt und diese im Anschluss oft fachlich betreut
- Spezialisiert sich in seinem Bereich auf die dort eingesetzte Software, bzw. auf entsprechende Software-Module
- Vertritt die Interessen des Fachbereichs im Projektteam
- Erstkontakt für das Projektteam zu allen fachlichen Fragen und Anforderungen
- Trainer für ein neues Tool

Typische Fragen aus einem Projekt an einen Key User:

- Zeig mir mal, wie Du eine Rechnungserfassung eingibst.
- Was passiert mit den Papieren, die bei der Buchung dabei waren?
- Wer legt bei Euch die Kundenstammdaten an?
- Wo und wie berechnest Du den Preis, den Du hier ins System eingibst?

# Personas

- Dokumentation von Anwenderattributen
- Eine Persona repräsentiert eine Gruppe von Anwendern
  - Ziele, Motivation, Werte und Erwartungen
- Konkrete Eigenschaften und spezifische Art und Weise mit einer Anwendung umzugehen
  - Name, Gesicht, Familie, Büro, Kollegen, Vorlieben etc.
- fiktive Anwender einer Entwicklung



# Personas

## Personas basieren auf Daten von zukünftigen Anwendern

unterstützen das  
Entwicklerteam im  
Entwicklungsprozess

sorgen dafür, dass alle  
relevanten Ziele einer  
Anwendung bedacht  
werden können

Werden oft in  
Workshops kreiert

### Ziel

Alle potenziellen Anwender einer Anwendung  
abdecken

# Beispiel-Persona



Jens Heine  
Geschäftsführer

„Unser Unternehmen war schon immer ausgestattet mit den neuesten Technologien. Wir müssen auch jetzt den Anschluss behalten.“

56 Jahre

Arbeitet gerne mit elektronischen Systemen. Den Wechsel zu digitalen Kassen empfindet er noch immer als einen der größten Fortschritte in der Branche und ist immer auf der Suche, nach neuen Technologien, die einen Einkauf für den Kunden noch angenehmer gestalten können.

## Über Jens

Jens ist gelernter Wirtschaftsingenieur. 2005 übernahm er die Leitung von FutureMarket von seinem Vater und führt das Unternehmen seitdem äußerst erfolgreich. In den letzten 16 Jahren konnte Jens mehr als 10 neue Filialen eröffnen. Jens kümmert sich um die Auswahl der angebotenen Produkte sowie wichtige Marketingentscheidungen.

Er ist davon überzeugt, dass auch mit den neuesten Technologien noch Mitarbeiter benötigt werden. Die Aufgaben ändern sich lediglich. Er sieht Technik nicht als Bedrohung, sondern als Erleichterung des Arbeitsalltags.

In seiner Freizeit fährt Jens gern Fahrrad und ist in der Natur. Er mag es auch mal das Smartphone zur Seite zu legen und für einige Tage analog unterwegs zu sein. Nichtsdestotrotz ist er auch privat Fan von neuen Technologien, sein Zuhause ist mit einem SmartHome-System ausgestattet.

## Probleme & Herausforderungen

- Zukunftsangst: seine Mitarbeiter fürchten immer mehr um ihre Jobs und sind daher weniger motiviert

## Bedürfnisse & Ziele

- Möchte seinen Kunden das angenehmste Einkaufserlebnis ermöglichen
- Gute Umsätze in allen Filialen

# Beispiel-Persona



Susanne Meier  
Verkäuferin im Einzelhandel (FutureMarket)

„Es kommen immer mehr Technologien. Bald muss ich gar nicht mehr zur Arbeit kommen.“

58 Jahre

Sie arbeitet sehr gerne bei FutureMarket, befürchtet aber, dass ihr Job bald überflüssig wird.

## Über Susanne

Susanne arbeitet schon seit vielen Jahren im Einzelhandel und ist seit acht Jahren bei FutureMarket angestellt. Sie arbeitet überwiegend an der Kasse, ist aber auch vereinzelt für das verräumen von Ware zuständig.

Susanne schätzt den Kundenkontakt sehr und hofft bis zu ihrem Ruhestand bei FutureMarket arbeiten zu können. Doch neue Technologien, wie neue Einkaufswagen mit Scanner oder Kassen ohne Mitarbeiter\*Innen, wie sie sie bei anderen Supermärkten vermehrt sieht, machen ihr Angst. Susanne befürchtet, dass Jens Heine auch bei FutureMarket bald einige dieser Technologien einsetzen wird, was ihren Job überflüssig machen würde.

## Probleme & Herausforderungen

- Zukunftsangst: Sie befürchtet, dass neue Technologien ihren Job überflüssig machen
- Alter: Sie hat Angst davor, in ihrem Alter eine neue Arbeit suchen zu müssen

## Bedürfnisse & Ziele

- Sicherheit des Arbeitsplatzes
- Sinnvolle Aufgaben und Wertschätzung ihrer Arbeit

# Beispiel-Persona

Ute



Name : Getrud  
Alter : 67  
Ort : Kassel  
Beruf : Lehrerin, A.D.  
Familie : Verheiratet, 3 Kinder

Eigenschaften

- \* Getrud liebt es sauber
- \* Getrud mag es wenn es ordentlich ist
- \* Getrud steht neuen Technik kritisch gegü.
- \* Getrud arbeitet ehrenamtlich beim Verbraucherschutz
- \* Getrud freut sich über Besuch und hält gern ein Pläuschchen
- \* Sie bewohnt eine 63 m<sup>2</sup> 3-Zimmer Wohnung

# Business Storytelling

- Einsatz in Unternehmensführung, Branding, Marketing, in Werbung, PR und Unternehmenskommunikation
- **Kurzformel:** Story = Figur + Zwangslage + angestrebte Befreiung
  - Eine Story hat drei Teile: Anfang, Mitte und Ende bzw. Ausgangssituation, Komplikation und Auflösung
- Kritik: angeblich manipulativer Charakter
- Studie besagt, Stories bleiben 22x besser in Erinnerung als Fakten



# Business Storytelling: Airbnb

- Geschichte erzählt von der Gründung des Start-Ups
- **Ausgangssituation:** Wir, die Gründer, haben ein gemeinsames Apartment.
- **Komplikation:** Die Miete wurde angehoben und wir konnten uns das Apartment nicht mehr leisten.
- **Auflösung:** Wir vermieteten ein Zimmer mit Luftmatratze und Frühstück, was uns auf die Idee von Airbnb brachte.



# Business Storytelling: Apple

- Ziel: ein neues innovatives Produkt einführen
- **Ausgangssituation:** Wir haben uns die vorhandenen Smartphones angesehen und sie haben uns nicht gefallen, da sie schwer bedienbar sind.
  - Wir haben die Herausforderung angenommen, ein reduziertes Smartphone zu bauen, welches trotzdem mehr kann
- **Komplikation:** Es war nicht einfach.
- **Auflösung:** Wir haben es trotzdem geschafft.



# Customer Journey

- ‚Reise‘ eines potenziellen Kunden über verschiedene *Touchpoints* mit einem Produkt, einer Marke oder einem Unternehmen, bis er eine gewünschte Zielhandlung durchführt
- Über mehrere Stunden oder Tage
- **Gängige Zielhandlungen:** Käufe, Bestellungen oder Anfragen
- **Touchpoints:** Werbung (Anzeigen, TV- oder Radiospots), Onlinemarketing, Meinung eines Freundes, Informationen auf Bewertungsportalen etc.
- Ziel ist nicht unbedingt ein Kauf, sondern z.B. auch die Eintragung in einen E-Mail Newsletter



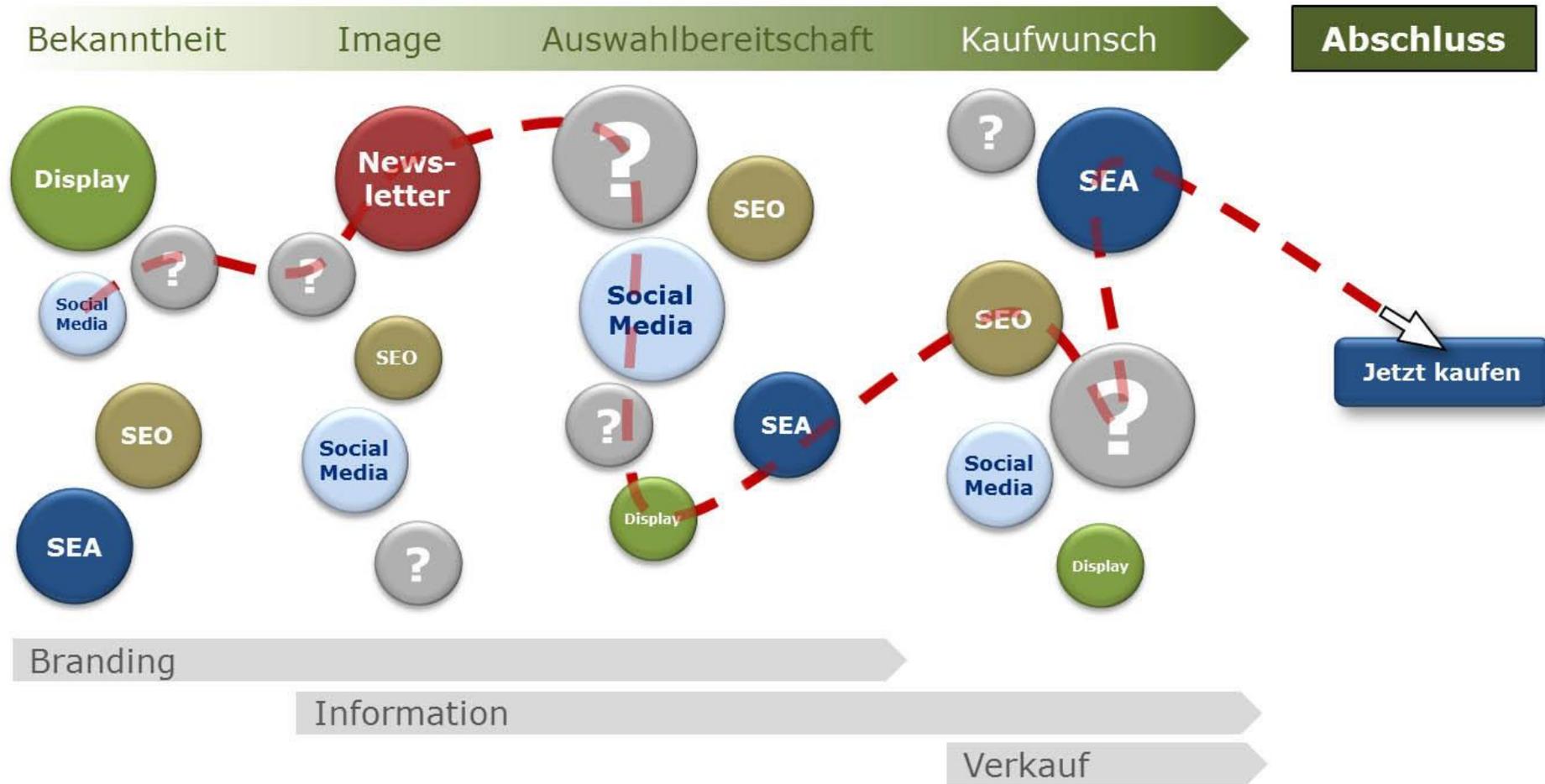
# Customer Journey – Phasen

Es gibt keine einheitliche Anzahl an Phasen, es wird jedoch oft von mindestens fünf ausgegangen:

1. Awareness – der Kunde ist auf ein Produkt/ Service aufmerksam geworden
2. Consideration – er wägt ab, ob er es in Anspruch nehmen soll
3. Conversion – Verwandlung des User in Customer durch Kauf
4. Retention – der Kunde erhält das Produkt und zeigt sich damit zufrieden
5. Advocacy – er teilt seine Customer Experience mit anderen



# schematische Darstellung einer Customer Journey



© Onlinemarketing-Praxis – [www.onlinemarketing-praxis.de](http://www.onlinemarketing-praxis.de)

# Customer Experience

- **Kundenerfahrung/ Kundenerlebnis** bei der Nutzung einer Dienstleistung/ eines Produkts
- Ein gutes Käuferlebnis ist fördernd für positive Customer Experience
- Vor dem Kauf: User Experience
- Stellt den Konsumenten und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt
  - Wünsche des Kunden sollen erfüllt und übertroffen werden



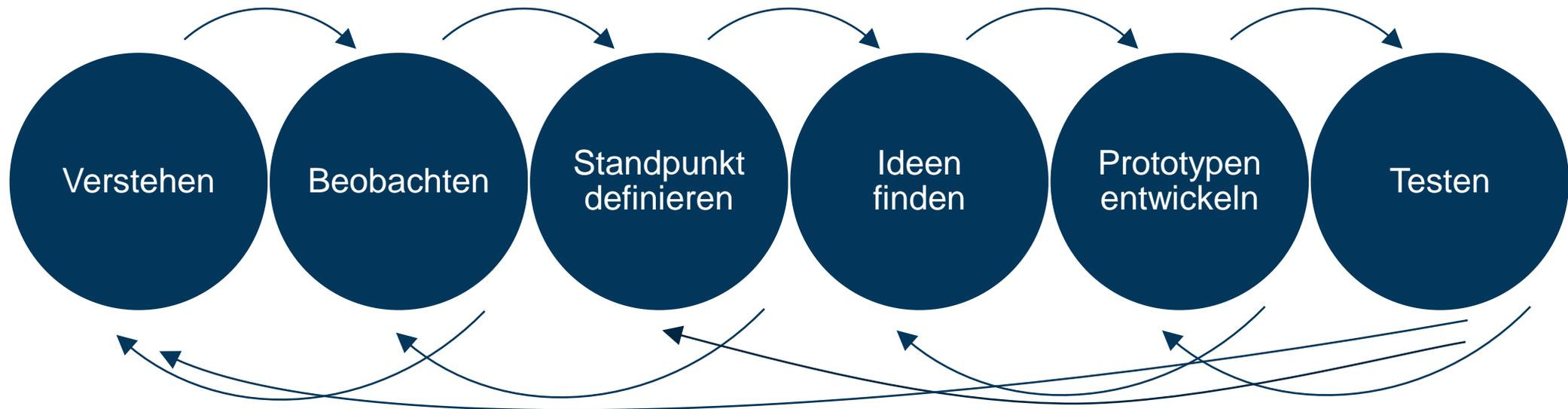
# Design Thinking

- Kundenzentrierte und iterative Methode für die Lösung von komplexen Problemen und die Entwicklung neuer Ideen
- Unter Abwägung von Wirtschaftlichkeit, Machbarkeit und Erwünschtheit eine aus Kundensicht überlegene Lösung entwickeln
- Offene, kreative und systematische Herangehensweise
- Bietet im Zuge der Digitalisierung eine geeignete Methode, um digitale Produkte, Services und Geschäftsmodelle zu entwickeln



# Design Thinking – der Prozess

- Start: „Beginners Mind“, das heißt man startet mit der Haltung, dass man nichts weiß
- Ende: man ist fertig, wenn eine Idee materialisiert und konkret implementiert ist



# Design Thinking – der Prozess

## 1. Verstehen

- Ausgangsposition definieren
  - Problem aus Kunden- und/oder Unternehmenssicht
  - Rahmenbedingungen des Auftraggebers
- **Ziel:** Definition der Problemstellung

## 2. Beobachten

- Direkte Auseinandersetzung mit dem Kunden
- Ziel, Bedürfnisse und Prioritäten analysieren und verstehen
- Aktuelle improvisierte Lösungen beachten

## 3. Standpunkt definieren

- Die gewonnenen Eindrücke auf den Punkt bringen
  - Erste Personas entwickeln
- **Ziel:** auf Basis der Annahmen und Beobachtungen einen konzeptionellen Rahmen entwickeln

# Design Thinking – der Prozess

## 4. Ideen Entwickeln

- **1. Sammlung:** möglichst viele Ideen sammeln
- **2. Bewertung:** Ideen ordnen, diskutieren und priorisieren
- **3. Priorisierung:** auf eine Idee festlegen

## 5. Prototyping

- Die präferierten Ideen in einen Prototypen übersetzen
- Nicht zu viel Zeit und Energie investieren
- Soll dem Kunden die Chance geben, sich in die Lösung rein zu versetzen, um Feedback geben zu können

## 6. Testen

- Präsentation des Prototyps vor dem Kunden
- **Ziel:** Feedback bekommen

# Aufgabe 5!

- Erstellt zwei Personas. Orientiert euch hierbei an den Beispielen für Jens und Susanne.
  1. Neukunde von FutureMarket. Alter: 25 Jahre
  2. Neukunde von FutureMarket. Alter: 64 Jahre

Eine Abgabe als Word-Datei ist ausreichend.



# Design Thinking

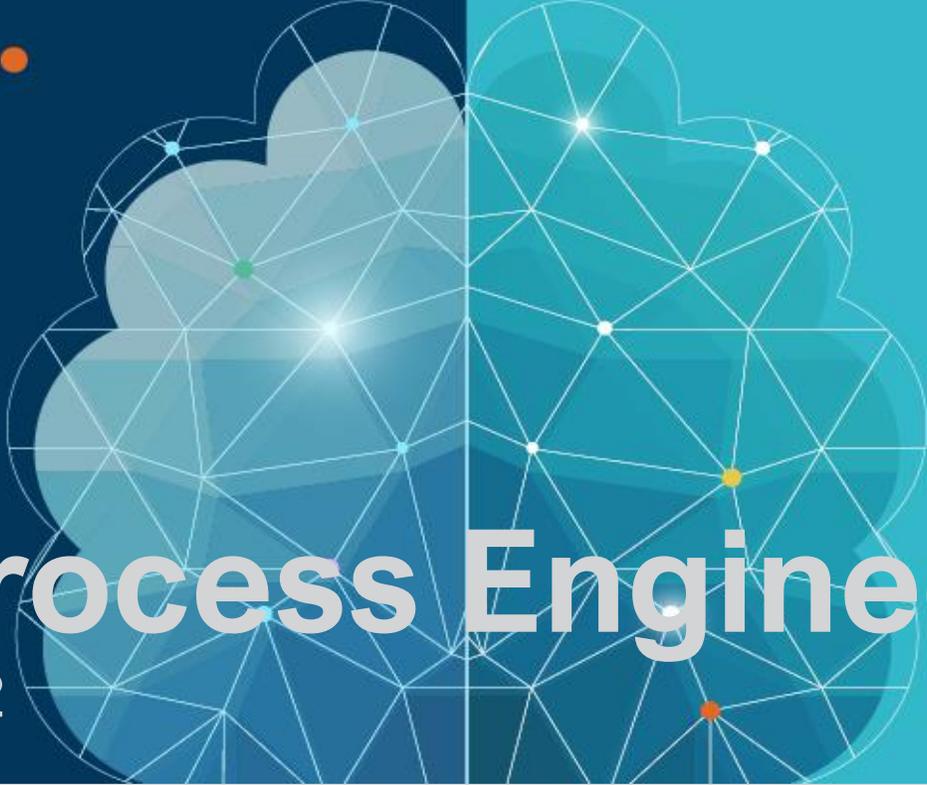
**Fotos**  
(ohne Videoaufzeichnung)



# Quellen

- <https://www.microtool.de/en/knowledge-base/what-are-personas/>
- <https://www.usability.de/leistungen/methoden/personas.html>
- <https://dieprojektmanager.com/rollen-und-verantwortung-in-projekten/>
- <https://www.qytera.de/blog/aufgaben-des-testmanagements-kurz-erlaeutert>
- <https://pampiloxa.com/was-macht-eigentlich-ein-key-user/>
- <https://dno.de/2JWg988>
- <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/customer-journey>
- [https://de.ryte.com/wiki/Customer\\_Journey](https://de.ryte.com/wiki/Customer_Journey)
- <https://www.sem-deutschland.de/inbound-marketing-agentur/online-marketing-glossar/customer-experience/>
- <https://www.strategisches-storytelling.de/was-ist-storytelling/>





# Business Process Engineering

Wintersemester 2021/2022

Dr. Andreas Scharf