

Spis treści

Podziękowania	7
Przedmowa — Karl Wieggers	9
Przedmowa — Tom Gilb	11
Skąd ten pomysł?	13
ROZDZIAŁ 1. Wprowadzenie	15
Czym jest analiza biznesowa?	15
Czym zajmuje się analityk biznesowy? Jaka jest jego rola?	18
Analiza biznesowa — tylko IT?	22
Problemy z analizą	24
Czego mogę się dowiedzieć z tej publikacji?	27
Model pojęciowy	28
ROZDZIAŁ 2. Analiza strategiczna	30
Otoczenie organizacji	32
Aby mówić tym samym językiem — ustal słownik	32
Zrozum otoczenie organizacji	36
Model motywacji biznesowej a analiza strategiczna	38
Określ produkty i usługi	42
Poznaj ofertę konkurencji	43
Zrozum strategię organizacji	46
Zrozum cele biznesowe	48
Aby cele były celami... ..	51
Modelowanie procesów biznesowych	54
Przedstaw działanie organizacji w postaci modelu procesów biznesowych	54
Mapowanie procesów a modelowanie procesów — nie myl pojęć	57
Poznaj zasady tworzenia modeli procesów biznesowych	59
Jak właściwie dokumentować procesy biznesowe?	63
Jeśli stosujesz standard, stosuj go prawidłowo	66
Nie zawsze potrzebujesz BPMN	72
Analiza interesariuszy	73
Zrozum koncepcję interesariuszy	74
Analiza interesariuszy to nie tylko identyfikacja	75
Zrozum motywację interesariuszy	81
Poznaj perspektywy interesariuszy	83

Identyfikacja potrzeb biznesowych	86
Pytaj. Zdobywaj informacje. Wyciągaj wnioski	86
Analiza przyczyn podstawowych jako źródło potrzeb biznesowych	88
Technologia jako wyzwalacz zmian	92
Naucz się specyfikować potrzeby biznesowe, tak samo jak specyfikujemy wymagania dotyczące oprogramowania	94
AI w analizie strategicznej	97
Określenie i ocena opcji rozwiązania	100
Innowacja — Portfolio — Development	100
Jedna potrzeba, wiele rozwiązań	104
Która propozycja rozwiązania jest najlepsza? Zbuduj uzasadnienie biznesowe	107
Uwzględnij ryzyko	110
Model biznesowy w opracowaniu koncepcji rozwiązania	112
Opracuj strategię zmiany	114
ROZDZIAŁ 3. Planowanie procesu analizy biznesowej	117
Planowanie podejścia do prac analitycznych	118
Nie ma najlepszych praktyk, nie ma najlepszych metodyk	119
Zrozum swoją rolę	121
Zrozum ograniczenia	124
Framework do planowania procesu analizy biznesowej	126
Zaplanuj rezultaty prac	131
Planuj na tyle, na ile to potrzebne	133
Planowanie to praca zespołowa. Nie planuj sam	137
Nie śpiesz się z wyborem narzędzi	139
Nie bój się używać metryk	141
Ucz się na błędach. Najlepiej cudzych	144
Monitoruj postęp i wyniki prac	148
Planowanie zaangażowania interesariuszy	152
Komunikację się planuje	152
Ustal role i zakresy odpowiedzialności	154
Określ Single Point of Contact (SPoC)	157
Ustal źródła oporu	160
Buduj relacje i zaangażowanie	161
Znaczenie komunikacji bezpośredniej	170
Planowanie architektury i zarządzania informacją	174
Po co tyle rodzajów wymagań?	174
Dobierz właściwą klasyfikację wymagań	177
Wymagania duże czy małe — ustal poziom granularności wymagań	181
Aby móc zarządzać informacją — ustal atrybuty wymagań	186
Wybór repozytorium analitycznego	189
Case study	193
Przykład planu dla procesu pozyskiwania wymagań realizowanego w ramach Discovery projektowego	193
Dodatek: przykład listy kontrolnej do planowania procesu analizy biznesowej	196

ROZDZIAŁ 4. Inżynieria wymagań.....	203
Pozyskiwanie wymagań	207
Ustal podejście do pozyskiwania wymagań	207
Znajomość kontekstu jest kluczowa	208
Nie zbieraj wymagań. Pozyskuj je	210
Pozyskiwanie — ale czego?	211
Ustal źródła wymagań	213
Dobierz właściwe techniki	214
Dostosuj technikę do potrzeb	215
Wymagania jakościowe to też wymagania	216
Trudna sztuka aktywnego słuchania	218
Dyskusje z „trudnym klientem”	222
Analiza i specyfikacja wymagań	225
Ustal podejście do analizy wymagań	225
Ustal powiązania i zależności	226
Nie pisz wymagań. Zaczynij je specyfikować	227
Zaczynij od planowania informacji	229
Zrozum wartość dokumentacji	230
Ustal jedno źródło informacji	232
Nie bój się używać szablonów	234
Uważaj na słowa	237
Mierzalność, mierzalność...	240
Oczywiste oczywistości...	246
Nie zawsze historyjka użytkownika...	250
Przypadki użycia w specyfikacji wymagań	252
Obraz wart więcej niż tysiąc słów	259
Nie próbuj być idealny	263
Dodatek: specyfikacja wymagania krok po kroku	266
Zarządzanie wymaganiami	268
Aby nie było chaosu — ustal strukturę informacji	268
Określ cykl życia wymagań	270
Aby zarządzać zakresem, pokryciem — utrzymuj śledzenie powiązań	273
Opracuj strukturę dla śledzenia powiązań	278
Zmiany, zmiany...	281
Obsługa zmiany — nie śpiesz się z podejmowaniem działań	282
Zapewnienie jakości wymagań	284
Wymagania się testuje	284
Jak zdefiniować jakość wymagań?	286
Kryteria jakości — zapewnij jakość wymagań	287
Stosuj przeglądy — podstawowe narzędzie kontroli jakości	294
Dodatek: lista kontrolna do opracowywania wymagań	297
Case study	303
Przykład zastosowania techniki badania kontekstowego	303

ROZDZIAŁ 5. Realizacja rozwiązania	306
Projektowanie rozwiązania	307
Czy analityk projektuje rozwiązania?	307
Projektowanie koncepcji rozwiązania a projekt techniczny — w którym momencie kończy się odpowiedzialność analityka biznesowego?	309
Analityk w zespole wytwórczym	311
Rola analityka w procesie wytwórczym	311
Wsparcie właściciela produktu	314
Dołączasz do już rozpoczętego projektu	318
Analityk a planowanie testów	321
Walidacja scenariuszy testowych	325
ROZDZIAŁ 6. Podsumowanie	329
Poślowie	331
Bibliografia	332
Skorowidz	335