

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.....1.....	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
Posłowie.....	331
Bibliografia.....	332
Skorowidz.....	335