Wszystko, co musisz wiedzieć o wdrożeniu systemu CRM

zanim wybierzesz rozwiązanie dla Twojej firmy

evolpe

Spis treści

Rozdziały

9 pytań, na które musisz się przygotować, zanim zadzwonisz do firmy wdrożeniowej

Maciej Jankiewicz, *Presales CRM Engineer* str. 3

7 pytań, które powinieneś zadać dostawcy CRM, zanim rozpoczniecie współpracę

Sławomir Wnuk, *Head of Sales* str. 7

8 informacji, które warto zawrzeć w zapytaniu ofertowym (RFP)

Maciej Jankiewicz, *Presales CRM Engineer* str. 12

10 kroków, które musisz podjąć zanim rozpoczniesz współpracę z zespołem programistów

Bartosz Burzyński, *IT Business Analyst* str. 13

6 (cyklicznych) etapów, które czekają Cię podczas implementacji systemu IT

Bartosz Burzyński, *IT Business Analyst* str. 17

9 cech dobrego Product Ownera, czyli jak skutecznie współpracować z zespołem deweloperskim

Bartosz Burzyński, *IT Business Analyst* str. 21

5 rzeczy, na które trzeba się przygotować po wdrożeniu systemu CRM

Sławomir Wnuk, *Head of Sales*

Redakcja

Joanna Radecka, *Marketing Team Leader*

Michał Dudziński, *Graphic Designer & Web Developer*

9 pytań, na które musisz się przygotować, zanim zadzwonisz do firmy wdrożeniowej

Maciej Jankiewicz

1. Czy posiadasz już jakieś rozwiązanie CRM?

Doświadczony partner biznesowy, będzie chciał wiedzieć, czy zaczynacie współpracę od zera a może Twój kontakt wynika z niezadowolenia z dotychczas wykorzystywanego narzędzia.

Wykaże się również zrozumieniem, że funkcję CRM w organizacji mogły do tej pory pełnić Outlook, Excel czy papierowy kalendarz. Taką informację należy koniecznie uwzględnić podczas analizy przedwdrożeniowej oraz tworzenia oszacowania projektu!

wskazówka:

> **Szukaj firmy wdrożeniowej, która pyta o oczywistości.** Korzyść takiego podejścia jest obopólna. Ty zaoszczędzisz pieniądze, a dostawca zyska zadowolonego klienta, z którym najpewniej wejdzie w długotrwałą, opartą na zaufaniu współpracę.

2. Czy korzystasz z innego typu oprogramowania IT?

Doświadczony dostawca będzie chciał wiedzieć, jak wygląda cała infrastruktura IT w Waszej firmie.

Narzędzie Marketing Automation czy system ERP to tylko przykłady innego typu oprogramowania, które można zintegrować z planowanym rozwiązaniem CRM. Postępując w ten sposób, uzyskasz kompleksową platformę do obsługi klienta na każdym etapie zaawansowania Waszej relacji biznesowej.

wskazówka:

> Od dostawcy CRM możesz uzyskać **wsparcie także podczas migracji danych między systemami**. Porozmawiaj o tym z przedstawicielem firmy wdrożeniowej. Zaoszczędzisz mnóstwo czasu potrzebnego na wprowadzenie informacji do systemu po jego starcie produkcyjnym.

> **Współpracuj z wdrożeniowcem, który zwraca uwagę na tzw. „bigger picture”**, a nie tylko zlecone zadanie oraz pospieszne rozliczenie projektu. Zyskasz narzędzie, które nie tylko działa, ale przede wszystkim - jest użyteczne.

3. Czy Twoja organizacja ma doświadczenie we wdrażaniu systemów informatycznych?

Dostawca może próbować ustalić, jak dużo już wiesz o wdrożeniu systemu CRM i jakie tematy warto w związku z tym jeszcze poruszyć.

Nie chodzi tutaj o ładunek merytoryczny, ale poziom szczegółowości przekazywanej informacji. Jeżeli masz już jakieś doświadczenie, to pewnie nie trzeba Ci tłumaczyć czym różnią się od siebie metodyki wdrożeniowe. Zamiast marnować godziny na „wykłady akademickie” o wadach i zaletach podejścia zwinnego i tradycyjnego – być może wystarczy po prostu zapytać Cię o preferencję.

wskazówka:

> **Doceń rozmówcę, który dba o oszczędność Waszego czasu** i zamiast zarzucać Cię masą niepotrzebnej wiedzy – skaluje szczegółowość informacji do poziomu Twojego zorientowania w temacie. Im szybciej się dogadacie, tym szybciej zaczniecie pracować nad systemem, który przyniesie zyski przedsiębiorstwu.

4. Jak duża jest Twoja firma?

5. Ilu pracowników Twojej firmy powinno mieć dostęp do systemu CRM?

6. Jaki budżet przewidujesz na wdrożenie systemu CRM?

Tego typu pytania raczej na pewno służą kwalifikacji klienta.

Nic w tym z resztą dziwnego, że firma wdrożeniowa stara się ustalić potencjał procedowanej szansy sprzedażowej. Jeśli masz do czynienia z doświadczonym partnerem, pytanie o rozmiar Twojej organizacji oraz planowany budżet będzie miało także drugie dno.

Im większe przedsiębiorstwo, tym bardziej skomplikowane czeka Cię wdrożenie. Sprzedawca, z którym rozmawiasz powinien wziąć to pod uwagę. Pewnie ucieszy się na informację o dużym kliencie ze względu na aspekt finansowy takiego przedsięwzięcia. Miejmy nadzieję, że pytanie o pieniądze posłuży także oszacowaniu zasobów potrzebnych przy projekcie.

wskazówka:

> Po tym jak udzielisz odpowiedzi na pytanie o rozmiar Twojego przedsiębiorstwa, najlepiej **dopytaj czy firma, z którą rozmawiasz jest w stanie podjąć się takiego projektu**. Zainteresuj się, czy dysponują odpowiednio licznym zespołem deweloperskim. Doświadczony partner wdrożeniowy na pewno prowadzi również ewidencję zaangażowania projektowego poszczególnych osób.

wskazówka:

> **Współpracuj z ludźmi, którzy dociekają, z jak dużym projektem będą musieli się zmierzyć**. Unikniesz opóźnień spowodowanych brakiem sił przerobowych we wskazanym terminie.

7. W jakim modelu prowadzisz swoją działalność?

8. Jak oceniasz skomplikowanie Twojego procesu sprzedażowego?

Przedstawiciel firmy wdrożeniowej powinien wypytać Cię o charakterystykę Twojego biznesu. Jeśli interesuje go Twój indywidualny przypadek, nastawił się na zebranie wiedzy o specyfice Waszych procesów – to bardzo dobrze wróży przyszłej współpracy.

Dzięki tego rodzaju informacjom, ustali, które rozwiązanie ze swojej oferty powinien Ci zaproponować. Innego typu system jest przydatny organizacji prowadzącej działalność wyłącznie w Internecie, jeszcze inny – dużej korporacji o skomplikowanym, długotrwałym procesie sprzedażowym.

Uwaga także na symbole B2B, B2C, B2B+B2C! Mają ogromne znaczenie dla projektu!

9. Jakie są Twoje potrzeby i oczekiwania wobec systemu CRM?

Unikaj współpracy z ludźmi, którzy zamiast zbadać Twoje potrzeby nie przestają mówić o sobie. Doświadczenie partnera wdrożeniowego jest oczywiście bardzo istotne, ale jeżeli słuchasz opowieści sięgających założenia firmy i nikogo nie interesuje, w jaki sposób prowadzisz swój biznes – jedyne na co możesz liczyć to standardowy CRM, daleki od indywidulanie skrojonej aplikacji, jaką zaoferują zainteresowani Twoim modelem biznesowym specjaliści.

evolpe

7 pytań, które powinieneś zadać dostawcy CRM, zanim rozpoczniecie współpracę

Sławomir Wnuk

1. W jaki sposób dbacie o bezpieczeństwo danych?

Po tym, jak w życie weszły przepisy Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych (RODO), pytanie o bezpieczeństwo informacji trafiło do czołówki najczęściej pojawiających się wątpliwości zgłaszanych przed zakupem oprogramowania IT.

Koniecznie i Ty zainteresuj się tematem w kontekście systemu CRM dla Twojej organizacji.

wskazówka:

Zanim wybierzesz system CRM oraz firmę wdrożeniową, **dowiedz się jakie wymogi bezpieczeństwa danych Cię obowiązują i jakie dodatkowe chcielibyście spełniać**. Od partnera wdrożeniowego oczekuj pełnej, transparentnej informacji na temat miejsca hostowania systemu oraz wykorzystywanych zabezpieczeń.

wskazówka:

Ustal preferowany sposób hostowania systemu.

- Posiadasz własne serwery i chcesz je wykorzystać? Na starcie odrzuć oprogramowanie dostępne wyłącznie w modelu SaaS.
- Chętnie oddasz obowiązek utrzymania serwerowni oraz administrowania systemem? Skorzystaj z rozwiązania w chmurze.

wskazówka:

Współpracuj z ludźmi, którzy mówią o RODO w ujęciu procesowym. Nie ma gotowych systemów gwarantujących zgodność z rozporządzeniem. Do tematu należy podejść od strony analitycznej i zadbać o możliwość dopełnienia odpowiednich procedur poprzez właściwy obieg informacji, konfigurację systemu i ograniczenia dostępów. Nie bez znaczenia są też fizyczne zabezpieczenia serwerów oraz kwestie, takie jak: kopie zapasowe bazy czy szyfrowanie połączeń.

2. Czy macie doświadczenie w projektach realizowanych dla podmiotów z mojej branży?

Zanim rozpoczniesz współpracę z firmą wdrożeniową, zweryfikuj jej doświadczenie w realizacji projektów dla podobnych organizacji. Wiedza zdobyta podczas realizacji wdrożenia dla innego przedsiębiorstwa z branży przyspieszy współpracę oraz podniesie poziom wzajemnego zrozumienia.

wskazówka:

Partnera wdrożeniowego **poproś o dostęp do Case Study zrealizowanych projektów, referencji oraz listy dotychczasowych klientów**.

Jeżeli firma, z którą rozmawiasz nie realizowała projektów

wskazówka:

w obrębie Twojej branży, **poproś o informację na temat wykorzystania systemu w różnych podmiotach na świecie**. Być może wśród nich odnajdziesz bliźniaczą organizację i przekonasz się do oferowanego narzędzia.

3. Kiedy mogę się spodziewać oddania systemu?

Popularna w realiach projektów IT metodyka pracy polega na zwinnym realizowaniu zagadnień zebranych w Backlogu. Oznacza to pewną mglistość definicyjną gotowego produktu. W ujęciu agile system może być cały czas rozwijany, uzupełniany o kolejne przyrosty funkcjonalne w następujących po sobie iteracjach (tzw. Sprintach). Ciężko wówczas określić termin oddania projektu. W gruncie rzeczy wszystko zależy od inwestora (czyli od Ciebie). Im więcej zadań zlecasz – tym później uzyskasz produkt, który je wszystkie uwzględnia.

Poszukaj partnera biznesowego, który po analizie przedwdrożeniowej określi przybliżony termin oddania systemu zgodnego z koncepcją wypracowaną na warsztatach.

Współpracuj z organizacją, która oferuje opcję MVP systemu a następnie tylko dołącza zamówione funkcje do już działającego narzędzia. Bardzo dobrze sprawdzają się do tego rozwiązania Open Source. W takiej sytuacji możesz korzystać z sytemu praktycznie od razu, a tylko co jakiś czas (zwykle co 2 tygodnie) „dostawiać" do niego kolejne elementy.

4. Czy system, który mi proponujecie wiąże się z jakimiś dodatkowymi opłatami (oprócz kosztu wdrożenia)?

Usługa wdrożenia to często nie jedyny koszt pozyskania sytemu IT. Musisz się liczyć z tym, że w niektórych przypadkach dodatkowo zapłacisz za licencje, wywołania API, paczki z funkcjonalnością out-of-box, szkolenia, serwis czy hosting. Rozmawiając z wdrożeniowcem koniecznie dopytaj o tę kwestię.

wskazówka:

Darmowy CRM a system bez opłat licencyjnych to dwa różne pojęcia. Jeżeli oprogramowanie nie wiąże się z jawnymi kosztami dostępu dla użytkowników (popularne licencje) to najpewniej zapłacisz albo za wdrożenie, albo za przekroczenie pewnej ilości wykorzystywanych zasobów serwera, albo za dostęp do paczek out-of-box (np. paczki językowej, integratora z pocztą elektroniczną). Żeby dobrze obliczyć budżet koniecznie dopytaj o wszystkie dodatkowe opłaty.

Wymagaj wskazania górnej granicy budżetu na sys-

wskazówka:

tem (w uzgodnionej formie). Od doświadczonego partnera wdrożeniowego uzyskasz nie tylko sumaryczną kwotę, ale także zestawienie szacunkowych wydatków na poszczególne funkcje (przewidziane podczas analizy przedwdrożeniowej).

wskazówka:

Zapoznaj się z zasadami modelu Time & Material. Skorzystaj z opcji rozliczania się wyłącznie za czas i zasoby poświęcone podczas realizowania projektu. Pamiętaj, że jako Product Owner swobodnie sterujesz tym, co trafia do kolejnego Sprintu. Decyzję podejmujesz na podstawie oszacowania zgłaszanego przez programistów jeszcze przed rozpoczęciem pracy nad zagadnieniem.

5. Czy możecie pomóc z migracją danych do systemu?

Jak się okazuje, piętą achillesową wielu wdrożeń jest etap przeniesienia danych do CRM z innych źródeł. Zwykle jest to też jeden z ostatnich kroków przed tzw. startem produkcyjnym. W celu skutecznego uruchomienia nowego narzędzia należy dopilnować następujących kwestii:

- uwzględnienie ukrytych pól wykorzystywanych wyłącznie do raportowania
- wskazanie nieużywanych pól, które nie powinny być powielone w nowym systemie
- przeanalizowanie predefiniowanych wartości pól i zasadności ich przenoszenia do CRM
- określenie zakresu zmian, gdy migracja nie została zaplanowana w formule 1:1

- uwzględnienie wielkości bazy danych i czasu potrzebnego na migrację
- odsianie informacji, które nie wnoszą wartości biznesowej, np. maile z kategorii SPAM
- sprawdzenie jakości bazy danych przeznaczonej do migracji

wskazówka:

Na zabezpieczenie procesu migracji danych **zaplanuj przynajmniej jeden dodatkowy tydzień.**

wskazówka:

Zanim pozwolisz na przeniesienie danych „na produkcję", **przeprowadź próbę na instancji testowej**. Doświadczony partner wdrożeniowy raczej na pewno sam zaproponuje Ci taki scenariusz.

6. Czy możecie przeszkolić użytkowników z obsługi wdrożonego narzędzia?

Planując wdrożenie IT warto rozważyć etapy, które następują po starcie produkcyjnym systemu. Nie po to wydajesz pieniądze na nowe oprogramowanie, aby później z niego nie korzystać.

User Adoption to aspekt, który bezpośrednio wpływa na ROI. Koniecznie zorientuj się, czy dostawca oprogramowania, z którym rozmawiasz podejmie się przeszkolenia użytkowników z obsługi nowego narzędzia.

wskazówka:

> Aby system przyniósł założone korzyści biznesowe, konieczna jest pełna świadomość oferowanych funkcji; zwłaszcza wśród pracowników firmy, którzy nie byli zaangażowani we wcześniejsze fazy projektu. Z firmą wdrożeniową **ustal warunki teoretycznego oraz praktycznego przeszkolenia Twoich pracowników z obsługi narzędzia**.

7. Czy mogę liczyć na wsparcie serwisowe po zakończeniu wdrożenia?

Jak już ustaliliśmy, nie ma czegoś takiego jak „gotowy system". Nawet po oficjalnym zakończeniu projektu i rozpoczęciu pracy z narzędziem – możesz do niego dołączyć kolejne mechanizmy.

Zlecenia dotyczące tzw. „małego rozwoju" najlepiej realizować na zasadach współpracy serwisowej z firmą wdrożeniową. Serwis załatwia także kwestię naprawy ewentualnych błędów oraz dalszych konsultacji z zespołem deweloperskim. Wsparcie techniczne może dotyczyć: konfiguracji dostępów dla nowego pracownika, zmiany ustawień poczty, integracji z dodatkową aplikacją, rozwoju istniejącej lub dołączenia zupełnie nowej funkcji itd.

Pamiętaj! Zmiana to coś naturalnego w świecie IT. Twój system powinien się rozwijać wraz z rozwojem Twojego przedsiębiorstwa.

wskazówka:

> Nie musisz wiedzieć jak działają systemy IT, aby wymagać by działały poprawnie i adekwatnie do aktualnych wymagań. SLA to narzędzie w Twoim ręku, żeby to wyegzekwować.

wskazówka:

> **Zawrzyj umowę serwisową (Service Level Agreement) z dostawcą oprogramowania.** Dokument określi zasady współpracy po starcie produkcyjnym i przejściu w fazę utrzymania systemu. Na podstawie tego porozumienia będziecie realizować dodatkowe zgłoszenia (w tym: naprawy błędów, konsultacje, rozwój funkcjonalności systemu).

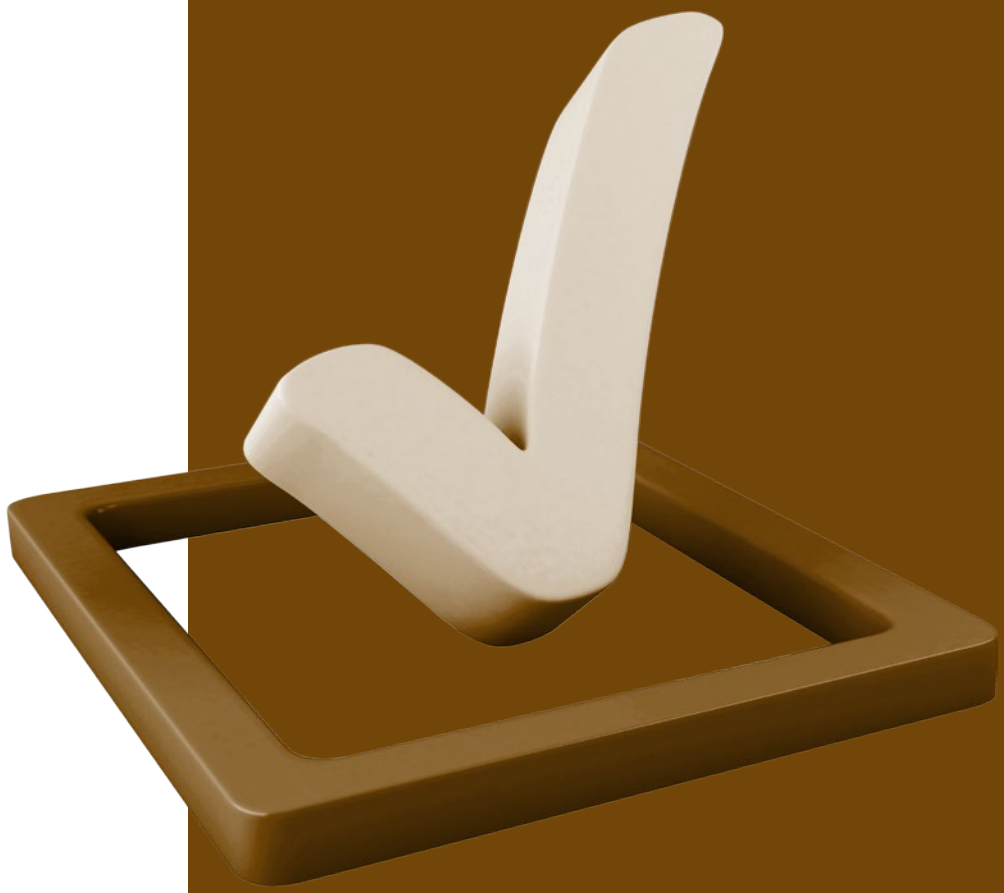
evolpe

8 informacji, które warto zawrzeć w zapytaniu ofertowym (RFP)

1. Informacja o firmie, branży oraz usługach i/lub produktach, które oferujesz.
2. Krótki opis przedmiotu zapytania ofertowego na podstawie, którego dostawca może określić, czy jest w stanie podjąć się projektu.
3. Opis stanu obecnego w kontekście posiadanej infrastruktury IT oraz narzędzi spełniających rolę CRM.
4. Opis rozpoznanych wymagań wobec systemu CRM.
5. Wstępny harmonogram projektu.
6. Wskazany termin odpowiedzi na zapytanie.
7. Szacunkowy budżet do wydania na system.
8. Kryteria oceny dostawcy.

Maciej Jankiewicz

10 kroków, które musisz podjąć zanim rozpoczniesz współpracę z zespołem



Bartosz Burzyński

1. Rozważ własne potrzeby i procedury w obszarze zarządzania relacjami z klientami

Żeby wdrożyć odpowiednie narzędzie, trzeba mieć świadomość własnych potrzeb. Zamiast zastanawiać się, który system jest najlepszy, skup się na własnych wymaganiach. Dzięki współpracy z firmą wdrożeniową możesz uzyskać oprogramowanie całkowicie zgodne z wewnętrznymi procedurami. Nie potrzebujesz narzędzia, do którego trzeba będzie dostosować całą organizację. Lepiej, żeby było na odwrót.

2. Zdefiniuj wymagania wobec systemu

Skoro już wiesz, jakie są Twoje indywidualne potrzeby, zamień je na wymagania wobec systemu. Doprecyzowaniu listy posłuży analiza przedwdrożeniowa z udziałem profesjonalnego analityka biznesowego. Na dobry początek warto sobie chociaż zdawać sprawę z tego, czy system powinien oferować funkcje z pogranicza marketingu i sprzedaży, ofertowania, obsługi klienta a może służyć wyłącznie rejestrowaniu zapytań.

3. Zgłoś się do firmy wdrożeniowej po propozycję współpracy

Im lepiej się przygotowałeś do rozmowy, im więcej zebrałeś informacji, tym sprawniej porozumiesz się z wdrożeniowcem. Dobrą praktyką jest przygotowanie dokumentu RFP (Request for Proposal), czyli po prostu – zapytania ofertowego w formie pisemnej.

4. Ustal konieczny zakres funkcjonalny oprogramowania

We współpracy z firmą wdrożeniową będziesz w stanie ustalić konieczny zakres funkcjonalny oprogramowania. Dzięki analizie przedwdrożeniowej wypracujecie tzw. Product Backlog, do którego trafią pomysły na konkretne usprawnienia systemowe. Wyznaczony Product Owner (koordynator projektu) priorytetyzuje je i dobiera do realizacji w trakcie prac implementacyjnych.

5. W razie potrzeby weź udział w warsztatach

Jeżeli borykasz się ze zrozumieniem idei Customer Relationship Management albo zasad pracy w systemie tej klasy, możesz zdecydować się na dodatkowe warsztaty. System Overview odkryje przed Tobą możliwości narzędzia CRM. Product Discovery odpowie na pytania: Co? Dla kogo? i Jak? ma zostać zrealizowane.

6. Wybierz odpowiednią metodykę wdrożeniową

Istotny aspekt projektu to metodyka, w której prowadzone są prace wdrożeniowe. **Wyróżnia się dwa główne nurty: tradycyjny (tzw. Waterfall) oraz zwinny (Agile).** Sednem metodyki Waterfall jest szczegółowy plan zakładający sekwencyjną realizację poszczególnych etapów. W modelu tradycyjnym fazy projektowe rozumiane są jako następujące po sobie, odrębne czynności. Ze względu na podstawową cechę tego sposobu działania, tj. określony budżet - kluczowym etapem

projektu jest sporządzenie szczegółowej specyfikacji wymagań (ang. Software Requirement Specification), w tym listy koniecznych do zrealizowania prac mieszczących się w uzgodnionej z wdrożeniowcem cenie (fixed price).

Sztywna struktura procesu jest jednocześnie zaletą, jak i najpoważniejszą wadą tradycyjnego podejścia. Wybór tego typu metodyki następuje najczęściej w przypadku przedsiębiorstw i organizacji, w których inwestor nie ma czasu pozostawać w stałym kontakcie z firmą wdrożeniową. Niezwykle istotne w tym przypadku jest jednak to, by klient jasno określił swoje oczekiwania - jeszcze zanim prace implementacyjne zostaną uruchomione!

W odróżnieniu od podejścia tradycyjnego, techniki zwinne nie wymagają pieczołowicie przygotowywanej dokumentacji, która na kilkuset stronach opisuje szczegółowe zasady działania abstrakcyjnego systemu. Podczas analizy przedwdrożeniowej określane są główne cele biznesowe oraz kluczowe funkcje systemu odpowiadające biznesowym potrzebom inwestora. Nie ma jednak potrzeby definiowania finalnego efektu prac już na samym początku wdrożenia – koncepcja poszczególnych funkcji realizowana jest z zastosowaniem zasady małych kroków, dzięki czemu z przyrostu na przyrost użytkownicy mogą eksperymentować z różnymi opcjami i na bazie swoich doświadczeń wybrać idealną dla siebie drogę.

To, czy prace implementacyjne będą prowadzone z wykorzystaniem metodyki tradycyjnej, czy zwinnej, w większości przypadków zależy więc od podejścia zleceniodawcy do kwestii aktywnego udziału we wdrożeniu, stanowiska dotyczącego „twardej" dokumentacji oraz swobody w sterowaniu budżetem przez Product Ownera.

7. Wynegocjuj i zawrzyj umowę wdrożeniową

Kiedy już wiesz, w jakiej metodyce będziecie realizować wdrożenie – czas to usankcjonować podpisując odpowiedni dokument. Umowa z wdrożeniowcem to Twoje zabezpieczenie na wypadek rezygnacji z projektu. Standardowo nakazuje uregulowanie płatności wyłącznie za już wykonane prace. W przypadku rezygnacji z projektu, system w aktualnym stanie pozostanie do Twojej całkowitej dyspozycji.

8. Skonsultuj się z analitykami i wspólnie wypracujcie koncepcję systemu

Etap konsultacji z analitykami to nic innego, jak wspomniana już wielokrotnie analiza przedwdrożeniowa. Służy ona rozpoznaniu najważniejszych aspektów funkcjonowania Twojego przedsiębiorstwa. W ramach takiego spotkania omawia się nadrzędne cele przyświecające implementacji systemu, główne potrzeby biznesowe poszczególnych grup beneficjentów, a także procesy zachodzące w przedsiębiorstwie. Dobrze zorganizowany warsztat pozwala na ujawnienie kluczowych potrzeb oraz sporządzenie Backlogu i oszacowanie projektu.

9. Zapoznaj się z Backlogiem zagadnień do zrealizowania oraz oszacowaniem projektu

Product Backlog to uporządkowana według priorytetu lista wymagań wobec systemu. Jego kształt ma wpływ na oszacowanie projektu wdrożeniowego. Każde zagadnienie, które do niego trafia podlega osobnej „wycenie" oraz priorytetyzacji. Dzięki temu narzędziu jesteś w stanie dokładnie stwierdzić na co, kiedy i ile wydajesz pieniędzy oraz określić realną wartość Twojej inwestycji.

10. Wybierz Product Ownera i podejmij decyzję o rozpoczęciu prac implementacyjnych

Podczas prac implementacyjnych będziesz się często komunikować z zespołem deweloperskim. Ważne, aby wyznaczyć do tego odpowiednią osobę. Kiedy już wiesz, kto zostanie koordynatorem projektu po Twojej stronie – czas na decyzję o rozpoczęciu wytwarzania autorskich elementów kodu. Wszystko, co powstanie w ramach Twojego projektu jako dodatek do standardu – jest Twoją własnością i możesz tym samodzielnie dysponować.

evolpe

6 (cyklicznych) etapów, które czekają Cię podczas implementacji systemu IT

Bartosz Burzyński

wskazówka:

> Przygotuj się na aktywne uczestnictwo w procesie wdrożenia na każdym z jego etapów. **Wyznacz koordynatora projektu** (Product Owner), który zadecyduje o dobraniu kolejnych User Stories do realizacji, przetestuje oraz zaakceptuje przedstawione przez zespół deweloperski rozwiązania.

1. Prace programistyczne realizowane w Sprintach przez zespół deweloperski

Rekomendowaną we współczesnych realiach metodyką wdrożeniową jest podejście zwinne. W eVolpe działamy we frameworku o nazwie Scrum. Polega on na realizacji projektu w iteracjach, czyli trwających dwa tygodnie Sprintach.

Jedna z podstawowych zasad brzmi: Plan-Do-Check-Act. Oznacza to, iż system powstaje po kawałku i w krótkich odstępach czasu, podlegając ciągłym ulepszeniom. Scrum pozwala skracać pętlę uczenia się, maksymalizować wartość biznesową oraz minimalizować ryzyko występowania błędów. Efektem końcowym Sprintu jest gotowy do użycia przyrost, zawierający wszystkie ukończone elementy systemu wykonane w trakcie iteracji.

W procesie wytwórczym aktywny udział bierze również przedstawiciel klienta – Product Owner.

2. Cykliczne spotkania z zespołem deweloperskim

Każda iteracja rozpoczyna się od spotkania o nazwie Planning. W jego trakcie ustalany jest nadrzędny cel nadchodzącego Sprintu. Następnie dobierane są User Stories (historyjki z życia użytkownika), których rozwiązanie pozwala na osiągnięcie nowego przyrostu. Wszystkie razem tworzą tzw. Sprint Backlog. Druga część spotkania polega na dokładnym zaplanowaniu prac przez zespół deweloperski, tak by gotowe zagadnienia spełniały ustalone wcześniej kryteria ukończenia (definition of done).

W trakcie Sprintu deweloperzy spotykają się też samodzielnie, aby na około 15-minutowych Daily Stand-Upach omawiać bieżące postępy i w razie potrzeby adaptować się do zmienionych warunków.

W trakcie Sprintu odbywa się również tzw. Refinement. Takie spotkanie jest dedykowane nowym wymaganiom, które zgłasza klient. Służy ono doprecyzowaniu, podzieleniu oraz oszacowaniu zagadnień, które trafią do tzw. Product Backlogu. Będą one konsekwentnie realizowane, zgodnie z nadanym priorytetem w kolejnych Sprintach.

Z programistami spotkasz się jeszcze raz w ramach tzw. Sprint Review. Zespół oddaje wtedy uzyskany przyrost, pokrótce prezentując to, co zostało wykonane. Jest to również odpowiedni moment na dyskusję na temat nowych wymagań (które mogły zostać zainspirowane obecnym kształtem produktu), in-

nych przekształceń, a także oczekiwań dotyczących kolejnego Sprintu. Następuje inspekcja wykonanych prac, a także adaptacja wymagań do sytuacji, w której się znajdujemy.

Warto wspomnieć, że zespół spotka się też samodzielnie na tzw. Retrospektywie. Dokonają wówczas inspekcji sposobu, w jakim pracują, przyjrzą się relacjom międzyludzkim oraz ustalą cele do osiągnięcia, tak, aby usprawnić swoje działanie.

Jak już wspomniałem, każdy projekt może składać się z wielu następujących po sobie Sprintów. Zazwyczaj jest ich od kilku do kilkudziesięciu. To Ty decydujesz, kiedy produkt jest skończony. Może to nastąpić po wyczerpaniu Product Backlogu albo np. po osiągnięciu określonego budżetu.

3. Stała komunikacja z zespołem deweloperskim

Podczas wdrożenia czeka Cię wiele spotkań z zespołem. Dobra informacja jest taka, że nie muszą się one odbywać osobiście. Doskonale nada się do tego system do telekonferencji. Odpowiedni dostęp z pewnością otrzymasz nieodpłatnie od wybranej firmy wdrożeniowej.

Poza spotkaniami, najwygodniej komunikować się w systemie projektowym. W ten sposób cała komunikacja pozostaje transparentna. Informacje przekazane telefonicznie, albo drogą mailową mogłyby się zagubić. Zdecydowanie lepiej posłużyć się rozwiązaniem, które agreguje wiedzę o postępach w projekcie i pozwala na swobodną wymianę komentarzy. To, co napiszesz w widoku konkretnego zagadnienia, trafi też na skrzynki maliowe odpowiednich osób. Będziesz też w stanie łatwo odszukać historię poczynionych ustaleń.

4. Testy funkcjonalne

Oczywiście zanim zadecydujesz o przyłączeniu kolejnej funkcji do wykorzystywanego systemu – otrzymasz możliwość jej przetestowania. Bez Twojej akceptacji nic nowego nie trafi do zamówionego oprogramowania.

5. Bieżąca akceptacja przyrostów (nowych elementów systemu)

Po każdym ze Sprintów możliwa jest instalacja paczek tworzących przyrost na tzw. „produkcji". Oczywiście nie każdy Sprint musi kończyć się takim wydaniem. Jest to w pełni zależne od Twojej decyzji.

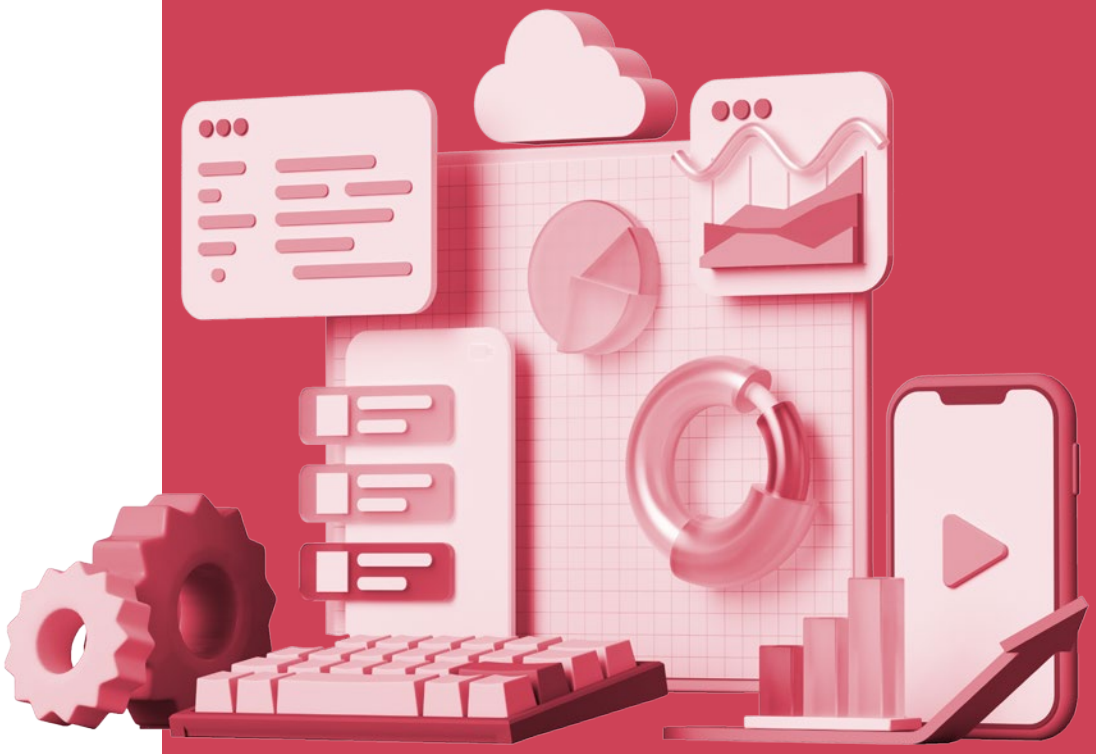
Pamiętaj! Masz możliwość zapoznania się z nowymi funkcjami w przygotowanym dla Ciebie środowisku testowym. Na tej podstawie następuje ostateczna akceptacja zagadnień z wcześniejszego Sprintu.

evolpe

6. Dobór zagadnień do realizacji na podstawie aktualnych potrzeb użytkowników

Poduct Backlog może ewoluować w trakcie wdrożenia. To, co do niego trafiło po analizie przedwdrożeniowej, podczas spotkań z zespołem deweloperskim, czy na skutek komunikacji w systemie projektowym – może w każdej chwili ulec zmianie, zostać przeprojektowane, oznaczone innym priorytetem. To Ty decydujesz, co trafia do realizacji. Przygotuj się na taką odpowiedzialność i wyznacz kompetentnego Product Ownera!

9 cech dobrego Product Ownera, czyli jak skutecznie współpracować z zespołem deweloperskim



Bartosz Burzyński

1. Znajomość zasad i etapów pracy w wybranej metodyce wdrożeniowej

Product Owner to osoba, która ściśle współpracuje z zespołem deweloperskim podczas wytwarzania zamówionych usprawnień. Ważne, żeby pracownik, który przejmie tę funkcję zapoznał się z zasadami uzgodnionej metodyki wdrożeniowej. Nie zaskoczą go wtedy typowe dla wytwarzania oprogramowania pojęcia, procedury czy zdarzenia.

2. Znajomość warunków zawartych w podpisanych umowach

Dobry Product Owner zdaje sobie sprawę z zapisów zawartych w umowach czy w specyfikacji systemu (jeżeli taka powstała). Doskonale wie, co może uzyskać od firmy wdrożeniowej i umiejętnie korzysta z tej wiedzy. Znajomość wynegocjowanych zapisów sprawia, że może być wymagający w dążeniach do ich realizacji. Zyskuje przewagę w negocjacjach, ponieważ potrafi umiejętnie dobierać argumenty zgodne z obustronnymi ustaleniami.

3. Znajomość ustaleń poczynionych podczas analizy przedwdrożeniowej

Świadomość ustaleń poczynionych podczas analizy przedwdrożeniowej pomaga zachować przewodnią koncepcję projektu. Product Owner ma wszelkie uprawnienia potrzebne, aby „utrzymać odpowiedni kurs". To on (w imieniu całej organizacji) dobiera User Stories do zrealizowania w konkretnym Sprincie. Dla dobra projektu ma władzę zrezygnować z pewnych pomysłów albo zgłosić nowe.

4. Znajomość specyfiki biznesowej oraz procesów zachodzących w organizacji

Koordynator projektu powinien być bardzo dobrze zorientowany w wewnętrznych procedurach. Wiedza o procesach zachodzących w organizacji pomoże odpowiednio zaprojektować nową funkcjonalność, zwłaszcza taką, która nie została zaprojektowana podczas analizy przedwdrożeniowej, a która wynika ze zmienionych, aktualnych potrzeb użytkowników.

5. Dostępność

Wyznaczając koordynatora projektu wdrożeniowego musisz wziąć pod uwagę jego plan pracy. Product Owner poświęca czas na konsultacje, testy i spotkania z zespołem deweloperskim. Nie są to zadania dodatkowe, a ważna część dnia pracy tej osoby. Koniecznie wyznacz kogoś, kto będzie dostępny dla zespołu deweloperskiego.

Pamiętaj! Im szybciej zareagujecie na komentarze w systemie projektowym – tym sprawniej pójdzie praca programistów. Będziecie też bardziej zadowoleni ze współpracy z firmą wdrożeniową i uzyskacie system zgodny z aktualnymi potrzebami.

evolpe

6. Konsekwencja w doborze kanału komunikacji

Z firmą wdrożeniową najlepiej komunikować się w systemie projektowym, w widoku konkretnych zagadnień. Dzięki takiemu narzędziu utrzymasz porządek, poprowadzisz transparentną dyskusję, zawsze w kontekście odpowiedniego problemu. System skieruje komunikację z zespołem deweloperskim także na odpowiednie skrzynki mailowe. Dostęp do aplikacji powinieneś uzyskać nieodpłatnie.

7. Umiejętność zarządzania zmianą

Prowadzisz biznes, żeby zarabiać. A kiedy zarabiasz to się rozwijasz. W związku z tym potrzeby rozpoznane podczas analizy przedwdrożeniowej, mogą się zdezaktualizować jeszcze przed zakończeniem projektu.

Product Owner powinien rozumieć wartość płynącą ze zwinnego podejścia do wdrożeń IT. Aby dobrze wypełniać swoje obowiązki musi stale obserwować ewolucję potrzeb biznesowych i dbać, aby system w ostatecznej formie był zgodny z aktualnymi wymogami i procesami.

8. Decyzyjność i umiejętność zarządzania budżetem

Po analizie przedwdrożeniowej otrzymujesz informację o wstępnym oszacowaniu projektu w uzgodnionej formie. Analityk (po konsultacji z zespołem deweloperskim) ustala górną granicę kosztów na taki produkt oraz poszczególne jego elementy.

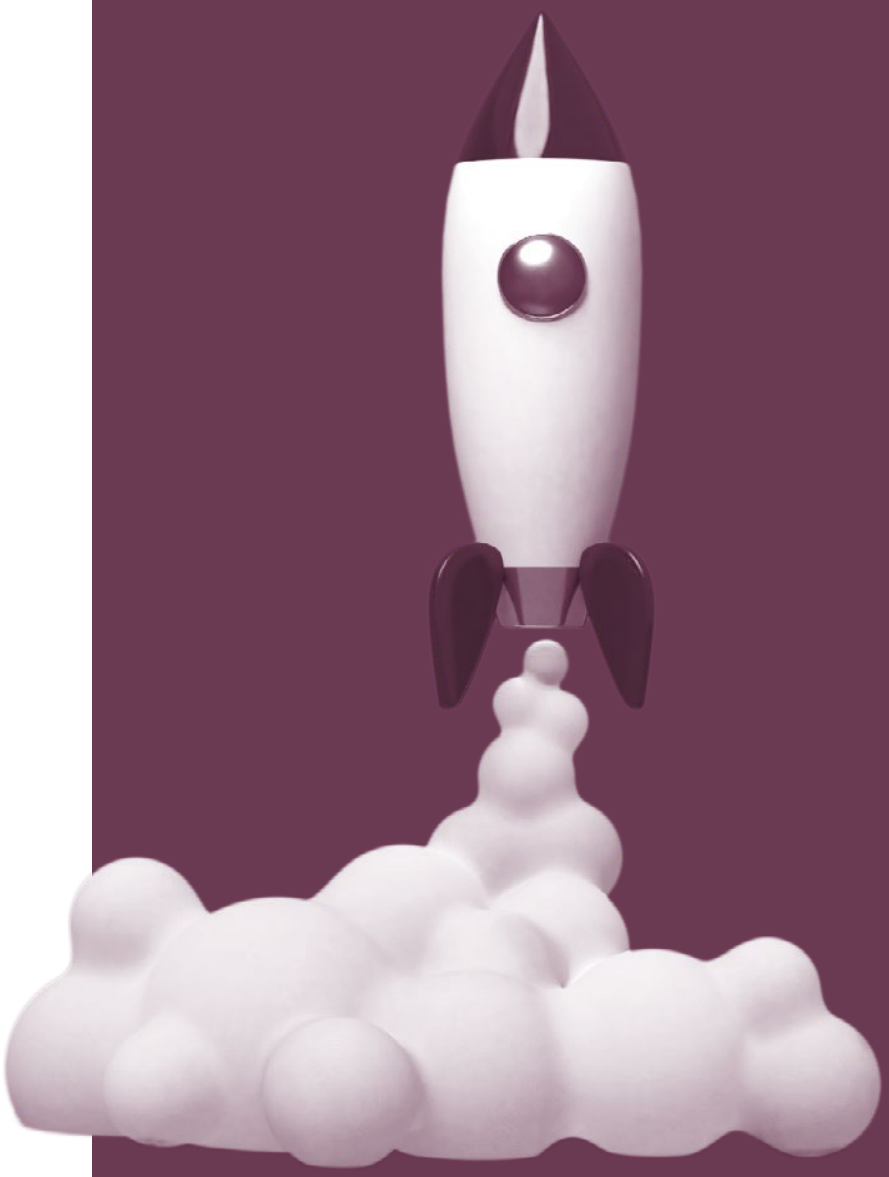
Dodatkowo w czasie implementacji systemu możesz dowolnie dobierać zagadnienia i sterować budżetem na najpilniej potrzebne funkcje. Ważna rola Product Ownera polega na decyzyjności w tym zakresie. Koniecznie wyznacz osobę, która ma wystarczające uprawnienia oraz umiejętność ferowania takich wyroków.

9. Zorientowanie technologiczne

Podczas wdrożenia systemu spotkasz się z pojęciami dotyczącymi metodyki wdrożeniowej oraz wykorzystywanej technologii. Na koordynatora projektu warto wyznaczyć osobę zorientowaną w typowej dla świata IT nomenklaturze. Taki technologiczny żargon skraca komunikację z zespołem deweloperskim, dlatego nie należy się go obawiać. Oczywiście w miarę możliwości wypada stosować język biznesowy zrozumiały dla „zwykłego śmiertelnika".

Czasami jednak niektórych technicznych aspektów całego przedsięwzięcia nie da się określić inaczej niż za pomocą bardzo specyficznych pojęć. Jeśli masz w zespole kogoś, kto już się nimi posługuje – rozważ wyznaczenie tej osoby na Product Ownera w projekcie. Dodatkowo przyda się znajomość działania systemów CRM oraz świadomość wątków takich jak hosting, integracje, migracja danych itp.

5 rzeczy, na które trzeba się przygotować po wdrożeniu systemu CRM



Sławomir Wnuk

1. Działający system CRM

To chyba żadne zaskoczenie. Dokładnie w tym celu zgłaszasz się do firmy wdrożeniowej. Na działający system musisz się jednak przygotować. Po wprowadzeniu narzędzia do organizacji, zmieni się dzień pracy zatrudnionych osób. Mimo wielu automatyzacji, są rzeczy, które będą musieli wprowadzać samodzielnie.

Ważne, aby wszyscy mieli świadomość dostępnych funkcji oraz korzyści płynących z wykorzystania systemu. Zarządzający zespołami zostaną zalani wcześniej niedostępnymi informacjami. Oprócz pracy operacyjnej musisz się więc przyzwyczaić do mierzenia KPI i reagowania na trendy rynkowe.

2. Szkolenia dla użytkowników

Szkolenia to zatem etap wdrożenia, którego nie wolno pominąć! Koniecznie zaangażuj członków swojego zespołu i pokaż im narzędzie, z którego od teraz muszą korzystać. W trakcie szkoleń będą mogli nie tylko wysłuchać wykładu i zadawać pytania, ale przede wszystkim przetestują narzędzie pod okiem specjalistów z firmy wdrożeniowej. Tylko w ten sposób zapewnisz najwyższą efektywność od pierwszych minut użytkowania systemu.

3. Zawarcie umowy SLA

Service Level Agreement zawiera informacje dotyczące dalszej współpracy w celu utrzymania oraz ewentualnej rozbudowy wdrożonego sytemu. Dokument zwykle określa ile czasu powinna zająć naprawa błędów oraz na jakich warunkach realizowane będą zgłoszenia dotyczące konsultingu, małego rozwoju czy wsparcia technicznego. Po zakończonym projekcie czekają Cię negocjacje dokładnych zapisów. Warto sobie zdawać sprawę z takiego etapu i odpowiednio się do niego przygotować. Firma wdrożeniowa może Ci przedłożyć taki dokument do wcześniejszego zapoznania się.

Polecam rozważyć kwestię serwisu już na samym początku projektu. Może być to jeden z ważniejszych argumentów za lub przeciw współpracy z konkretnym wdrożeniowcem.

4. Dalsza partnerska współpraca z dostawcą systemu

Po tym, jak wynegocjujesz i zawrzesz umowę serwisową, czeka Cię etap utrzymania oraz rozbudowy wdrożonego systemu. Działania z tym związane zwykle odbywają się ad-hoc; kiedy pojawi się taka potrzeba. Możesz też zadecydować o powrocie do pracy w Sprintach.

Doświadczony partner gwarantuje, że serwisem Twojego systemu zajmuje się zawsze ten sam, wyznaczony do tego celu zespół. Nie musisz każdorazowo tłumaczyć sytuacji nowym, niezorientowanym w projekcie programistom. Takie podejście sprzyja długotrwałej, opartej na zaufaniu relacji oraz bezproblemowej komunikacji na temat pojawiających się potrzeb.

evolpe

Wszystko to w kontekście wiedzy o już funkcjonujących mechanizmach.

5. Zwrot z inwestycji

Badania instytutu Nucleus Research wykazały, że każdy dolar zainwestowany w system CRM ma szansę przynieść firmie 8,71 USD zwrotu z poczynionej inwestycji. Jeśli zaczniesz skrupulatnie korzystać z narzędzia, powinieneś się przygotować na taki dopływ środków do Twojej organizacji. Już teraz pomyśl, gdzie zainwestować te pieniądze.

Masz pytania dotyczące systemów CRM i ich możliwości?

Skontaktuj się z eVolpe!

eVolpe Consulting Group

biuro@evolpe.pl