**Programma van eisen en wensen**

Pakketselectie

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Titel | : | Programma van eisen en wensen |
| Datum | : | 10 december 2018 |
| Versie | : | 1 |
| Opstellers | : | * Wilco Burghgraef * Sybren Moes * Tom Coupe * Diederik van den Berg |

Inhoudsopgave

[1 Inleiding 2](#_Toc531867113)

[2 Weging 3](#_Toc531867114)

[3 Toelichting programma van eisen en wensen 4](#_Toc531867115)

[3.1 Requirements t.a.v. architectuur 4](#_Toc531867116)

[3.2 Requirements t.a.v. functionaliteiten 6](#_Toc531867117)

[3.3 Requirements t.a.v. Leverancier 8](#_Toc531867118)

[4 Invulformulier programma van eisen en wensen 10](#_Toc531867119)

[5 Literatuurlijst 12](#_Toc531867120)

[6 Bijlage Activity Diagrams 13](#_Toc531867121)

[7 Bijlage stakeholderanalyse 15](#_Toc531867122)

# Inleiding

Dit verslag is gericht op de eisen en wensen van WideWorldImporters met betrekking tot een pakket voor een videoportaal. Deze wordt opgeleverd door een derde partij. Deze derde partij, de leverancier, wordt gekozen aan de hand van een eindscore. Deze score is gebaseerd op eerder genoemde eisen en wensen die opgelegd zijn door WWI.

Bij dit verslag zitten twee bijlagen: Een bijlage met ‘activity diagrams’ en een bijlage met ‘stakeholderanalyse’.

# Weging

Voor het wegen van onderdelen van het product, is het belangrijk dat er een duidelijk onderscheid is tussen de wegingen. De leverancier moet weten waar de prioriteiten voor WorldWideImporters liggen en wat belangrijk is en niet. Om te voorkomen dat bedrijven met alleen laag wegende items een hoge totaalscore kunnen hebben, verdubbeld de score per niveau. Dit maakt de zwaarwegende items nóg belangrijker in verhouding met de laag- en gemiddeld-wegende items.

Figuur 1: Overzicht weging

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Niveau** | **Toelichting** | **Score in punten** |
| Knockout | Dit is een niet-onderhandelbare eis voor de leverancier. | **-** |
| Zeer Zwaar | Als een item essentieel is voor de werking en functionaliteit van het product, dan krijgt deze een zeer zware weging. | 8 |
| Zwaar | Als een item relevant is voor de essentiële werking van het product, dan krijgt deze een zware weging. | 6 |
| Gemiddeld | Als een item relevant is maar niet-essentieel is voor het product, dan krijgt deze een gemiddelde weging. | 4 |
| Laag | Als een item een beetje relevant is en een beetje essentieel is voor het product, dan krijgt het een lage weging. | 2 |
| Zeer Laag | Als een item niet relevant is en niet-essentieel is voor het product, dan krijgt deze een zeer lage weging. | 1 |

# Toelichting programma van eisen en wensen

## Requirements t.a.v. architectuur

De bron van onze architectuur principes is referentiearchitectuur.nl. Op deze website stonden talloze principes onder elkaar opgesomd. Aan de hand van de business case hebben wij een beeld gevormd van de eisen die WideWorldImporters stelt aan het video portaal. De volgende principes hebben wij gekozen:

Figuur 2: Overzicht requirements t.a.v. architectuur

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Issue** | **Toelichting** | **Weging** |
| 3.1.1 | **Applicaties hebben een gemeenschappelijke look-and-feel** | Het videoportaal wordt geïntegreerd in de webshop. Huisstijl van WWI is leidend. Het videoportaal moet goed aansluiten op de WideWorldImporters website, zo krijg je zo min mogelijk irritatie bij de gebruiker die gewend zijn aan de website. Als alles zoveel mogelijk op elkaar lijkt kunnen de gebruikers iets veel beter vinden. Denk hierbij aan de kleuren van knoppen en logische pop-ups. | Zeer zwaar |
| 3.1.2 | **Recente technologie** | Onderzoeken wijzen op de opmars van het gebruik van webvideo’s. Voorspeld wordt dat webvideo’s de primaire communicatie-manieren gaan worden. Daarom is het een grote stap om het gebruik van de webvideo te omplementeren. | Gemiddeld |
| 3.1.3 | **Denken vanuit de klantbehoefte** | Eén van de belangrijkste dingen in de service-wereld is het denken vanuit de klantbehoefte. WWI wil de klant zo veel mogelijk tegemoet komen met klantvriendelijkheid en een portaal die aan de eisen van de klant voldoet. | Gemiddeld |
| 3.1.4 | **Herleidbaarheid van handelingen** | Het is belangrijk om te weten wat er omgaat bij het uploaden en downloaden van informatie. Nog belangrijker is dat we weten waar deze informatie vandaan komt en waar het heen gaat. Als er misbruik van het systeem wordt gemaakt of er wordt fraude gepleegd, moeten we weten wie de bron is. Als we weten wie de schuldige is dan kunnen we hem ook aansprakelijk stellen voor zijn overtreding(en). | Zwaar |
| 3.1.5 | **Eigenaarschap gegevens** | Gegevens zijn belangrijk, zonder een vorm van gegevens zijn er geen processen mogelijk. Deze gegevens hebben een eigenaar nodig die verantwoordelijk is voor de beschikbaarheid en de betrouwbaarheid van zijn/haar gegevens. In dit specifieke geval zijn de gebruikers, die video’s uploaden, verantwoordelijk voor de content die zij sturen. De eigenaar van het videoportaal en WideWorldImporters zijn hier niet verantwoordelijk voor. Om dit in goede banen te leiden is er een uploadfilter nodig in de portal. | Gemiddeld |
| 3.1.6 | **Informatiepositie van de klant** | Het is van belang dat de klant gemakkelijk bij informatie (Lees: video’s) kan komen. Dit zorgt voor hoge verkoopratio’s. De behoeften van de klant staan voorop en daarom moet alles er aan gedaan worden om het de klant makkelijk te maken. | Zwaar |
| 3.1.7 | **Web-gebaseerde applicaties** | Voor het kijken of uploaden van video’s is het voor WWI en de bezoeker handig dat dit op de website kan gebeuren zonder dat hiervoor installaties aan te pas komen. Dit heeft als voordeel dat het ruimte bespaart op het apparaat van de bezoeker zelf omdat het online gehost wordt. | Zwaar |
| 3.1.8 | **Verminderd inloggen** | Op de website van WWI wordt er al om authenticatie gevraagd. Het is voor de bezoeker en WWI prettig dat er niet een apart account aangemaakt hoeft te worden voor het uploaden of bekijken van video’s. Om het videoportaal gebruiksvriendelijk te houden is het goed dat het account, dat voor de website van WWI aangemaakt wordt, ook gebruikt kan worden voor de videoportaal. | Zwaar |

## Requirements t.a.v. functionaliteiten

Het is van belang dat er wordt nagedacht over de functies die moeten worden geïmplementeerd.

Figuur 3: Overzicht van requirements t.a.v. functionaliteiten

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Issue** | **Toelichting** | **Bron** | **Weging** |
| 3.2.1 | Minimaliseren uploadproblemen | De grootte van de video’s die worden geüpload zijn maximaal 128 GB, dit voorkomt uploadproblemen met betrekking tot de hoeveelheid video’s die worden geüpload | Activity-diagram contentbeheerder | Zwaar |
| 3.2.2 | Toegang tot materiaal beheren | Toegang tot materiaal is goed te beheren (rechten zijn eenvoudig te regelen tot op het niveau van video’s (rechten per groep of per individu) o.b.v. “opt-in”). Dit maakt het beheer voor medewerker efficiënter. | Business Case video-portaal | Gemiddeld |
| 3.2.3 | Compatibiliteit standaardsystemen | Het is mogelijk om video’s op te nemen en af te spelen op standaard geïnstalleerde Microsoft en Apple devices. Dit leidt tot een groter bereik met betrekking tot klanten. | Business Case video-portaal | Zeer Zwaar |
| 3.2.4 | Snelle metadatering | Goede en snelle metadatering is mogelijk zodat de materialen optimaal vindbaar/herbruikbaar zijn. Met goede metadatering wordt bedoeld dat de salesmedewerker weet waar de informatie heen gaat, waar het vandaan komt en wat de grootte en type van het bestand is. | Business Case video-portaal | Gemiddeld |
| 3.2.5 | Capaciteit voor gelijktijdige afspeelsessies | Voldoende capaciteit voor honderden gelijktijdige unieke afspeelsessies. Dit moet schaalbaar zijn bij toename van gebruik. Dit leidt tot een groter bereik met betrekking tot klanten. | Business Case | Zeer Zwaar |
| 3.2.6 | Uptime | Het videoportaal moet een uptime hebben van minimaal 99%. Dit vergroot de conversie. | Hoofd-sales,  Activity-diagram | Zeer Zwaar |
| 3.2.7 | Salesmedewerkers beeldmateriaal toevoegen | Salesmedewerkers plaatsen beeldmateriaal bij producten. Alle door salesmedewerkers geplaatste materialen zijn het eigendom van WWI. Dit verbreedt het beheer van medewerkers en maakt het onderscheiden van eigenaren van video’s gemakkelijker. | Business Case | Gemiddeld |
| 3.2.8 | Open- en testomgeving | Er moet een open omgeving voor de klant zijn, en een testomgeving voor de Salesmedewerkers. Dit is belangrijk voor de uptime van de site. Als er een testomgeving is, dan hoeft de website voor de gebruikers niet offline te gaan wanneer deze wordt aangepast of geüpdatet. | Business Case | Zwaar |
| 3.2.9 | Salesmedewerkers kunnen livestreamen | Livestreaming moet mogelijk zijn om de interactie tussen de website en de gebruikers te verhogen. Dit leidt tot hogere conversie. | Business Case | Zwaar |
| 3.2.10 | Salesmedewerkers kunnen video’s monteren. | Salesmedewerkers hebben de mogelijkheid om gemakkelijk video’s in de portal te monteren. Dit versnelt het creëren en uploaden van video’s aan de kant van de medewerkers. | Business Case | Laag |
| 3.2.11 | Salemedewerkers kunnen video’s archiveren. | Salesmedewerkers kunnen video’s downloaden om extern te monteren of te archiveren. Dit verkleint de kans op dataverlies en maakt werk voor de medewerkers sneller en efficiënter. | Business Case | Laag |
| 3.2.12 | Eenvoudig uploaden | Het uploaden van video’s is voor medewerkers, eenvoudig. Een makkelijk en intuïtief systeem leidt tot de verhoging van de conversie. De gebruiker moet met minimaal 4 klikken een video uploaden. | Business Case | Zwaar |

## Requirements t.a.v. Leverancier

Omdat het doen en laten van de leverancier ook veel invloed heeft op de pakketkeuze, worden hier enkele eisen t.a.v. de leveranciers opgesomd.

Figuur 4: Overzicht van requirements t.a.v. de leverancier

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Issue** | **Toelichting** | **Bron** | **Weging** |
| 3.3.1 | Integriteit | Leverancier moet integer zijn: Daarmee wordt bedoeld dat hij zich niet laat beïnvloeden, omkopen of meedoet aan kantoorpolitiek. Dit leidt tot een kleinere kans op mislukking aan de kant van de leverancier. | Pakketselectie college 2: Organisaties en leveranciers | Zwaar |
| 3.3.2 | Succes/faal ratio | Leverancier moet relatief succesvol zijn en vaak aanbevolen zijn door andere klanten. Als de leverancier eerder succesvol was met opdrachten, dan is de kans groter dat hij ook succesvol is met de opdracht opgedragen door WideWorldImporters. | Pakketselectie college 2: Organisaties en leveranciers | Zeer Zwaar |
| 3.3.3 | Ethiek | Leverancier moet ethisch handelen. De leverancier moet eerlijk zijn met zijn onderneming. Als de leverancier ethisch is, betekent dit dat de kans aanzienlijk kleiner is dat de leverancier met maligniteit handelt. | Pakketselectie college 2: Organisaties en leveranciers | Zwaar |
| 3.3.4 | Financieel rendabel | De leverancier moet financieel sterk en rendabel zijn. De leverancier moet afgelopen twee kwartalen geen verlies hebben geleden. Als de leverancier faillissement zou leiden vóór de oplevering, dan wordt de planning van WWI verstoort en heeft WWI geen product. Dit wil WWI te allen tijde voorkomen. | Pakketselectie college 2: Organisaties en leveranciers | Zwaar |
| 3.3.5 | Transparantie | De leverancier moet transparant zijn in zijn handelen. De leverancier moet open zijn en niets verbergen. Als de klant van de leverancier, wil WideWorldImporters weten wat er achter de schermen gebeurt. Als deze schermen transparant zijn, dan kan WWI ook inzien wat er gebeurt en is dus voorbereid voor mogelijke complicaties. | Business case | Zeer laag |
| 3.3.6 | Ervaring | De leverancier moet minimaal 5 jaar hebben bestaan. Dit is om te garanderen dat de leverancier een grotere kans van slagen heeft vanwege de opgedane kennis en ervaring. De kans is ook groter dat de leverancier professioneel handelt. | Pakketselectie college 2: Organisaties en leveranciers | Laag |
| 3.3.7 | Support | De leverancier levert support in Engels of Nederlands. Als er geen support is in een taal dat de klant begrijpt, dan is het product dat de leverancier levert bijna nutteloos. Ook is communicatie onmogelijk als een leverancier niet in eerder genoemde talen levert/spreekt. | Pakketselectie college 4: Operationaliseren | Zeer zwaar |
| 3.3.8 | Certificaat | De leverancier is gecertificeerd om ons een passend product te leveren. Een certificaat vergroot de kans aanzienlijk dat de leverancier de kennis en het vermogen heeft om een goed product te leveren. | Ondernemersplein.nl | Zwaar |

# Invulformulier programma van eisen en wensen

Aan de had van alle opgestelde requirements, is er een lijst van eisen en wensen samengesteld. Deze worden hier opgesomd:

Figuur 5: Overzicht van programma van eisen en wensen

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| # | Volgnummer | Korte omschrijving | Weging | Aangeboden? | Score |
| 3.1.1 | 1 | Vormgeving videoportaal is aanpasbaar naar huisstijl | Zeer Zwaar | Ja/nee | 8 |
| 3.1.1 | 2 | Videoportaal maakt gebruik van een aanpasbare CSS | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.1.2 | 3 | De portal wordt opgebouwd uit recente technologie die up-to-date is. | Gemiddeld | Ja/nee | 4 |
| 3.1.3 | 4 | De portal bevat pictogrammen die de gebruiker informeert wat de functie is van een knop of veld. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.1.4 | 4 | Het is zichtbaar wie wat uploadt en hoe vaak video’s zijn bekeken. (Statistiek) | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.1.4 | 5 | Alle handelingen van gebruikers en medewerkers worden geregistreerd. (Beveiliging) | Gemiddeld | Ja/nee | 4 |
| 3.1.5 | 6 | Er komt een uploadfilter voor gebruikers. | Gemiddeld | Ja/nee | 4 |
| 3.1.6 | 7 | De gebruiker kan in 3 stappen bij video’s komen. | Gemiddeld | Ja/nee | 4 |
| 3.1.7 | 8 | Het is mogelijk om video’s te bekijken zonder hindering van externe applicaties/software. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.1.8 | 9 | Het videoportaal kan worden geïntegreerd met de inlogfunctie van de WWI website. | Gemiddeld | Ja/nee | 4 |
| 3.2.1 | 10 | De grootte van de video’s die worden geüpload zijn maximaal 128 GB | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.2.2 | 12 | Medewerkers van WWI kunnen videomateriaal en rechten van gebruikers beheren. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.2.3 | 13 | Het videoportaal is compatibel zijn met devices van Windows en Apple. | Zeer Zwaar | Ja/nee | 8 |
| 3.2.4### |  | Er is metadatering waarmee de salesmedewerker weet waar de informatie heen gaat waar het vandaan komt en wat de grootte en type van het bestand is. | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.2.4### |  | Er is metadatering dat zorgt dat de salesmedewerker weet waar informatie vandaan komt. | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.2.4### |  | Er is metadatering waarmee de salesmedewerker weet wat de grootte en type van verzonden en ontvangen informatie is. | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.2.5 | 14 | De portal heeft de capaciteit om tot 500 unieke afspeelsessies af te laten spelen op hetzelfde moment. | Zeer zwaar | Ja/nee | 8 |
| 3.2.6 | 15 | Het videoportaal heeft een uptime van minimaal 95% | Zeer zwaar | Ja/nee | 8 |
| 3.2.7 | 16 | Salemedewerkers kunnen beeldmateriaal bij producten plaatsen. | Gemiddeld | Ja/nee | 4 |
| 3.2.8 | 17 | Het videoportaal heeft een open en gesloten gedeelte. Voor testen en voor bezoekers. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.2.9 | 18 | Salemedewerker hebben de mogelijkheid om te livestreamen. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.2.10 | 19 | Salesmedewerker kunnen video’s in de portal monteren. | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.2.11 | 20 | Salesmedewerkers kunnen video’s downloaden om extern te monteren of te archiveren. | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.2.12 |  | De gebruiker kan met minimaal 4 klikken een video uploaden. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.3.2 | 23 | De leverancier heeft positieve recensies van voorgaande klanten | Zeer Zwaar | Ja/nee | 8 |
| 3.3.4 | 24 | De leverancier heeft van de afgelopen twaalf kwartalen, maximaal één kwartaal verlies geleden. | Zwaar | Ja/nee | 6 |
| 3.3.6 | 26 | De leverancier bestaat minimaal 5 jaar. | Laag | Ja/nee | 2 |
| 3.3.7 | 27 | De leverancier levert support in Engelse of Nederlandse taal. | Zeer zwaar | Ja/nee | 8 |
| 3.3.8 | 28 | De leverancier is gecertificeerd met het ‘ITIL expert certification’ | Zwaar | Ja/nee | 6 |

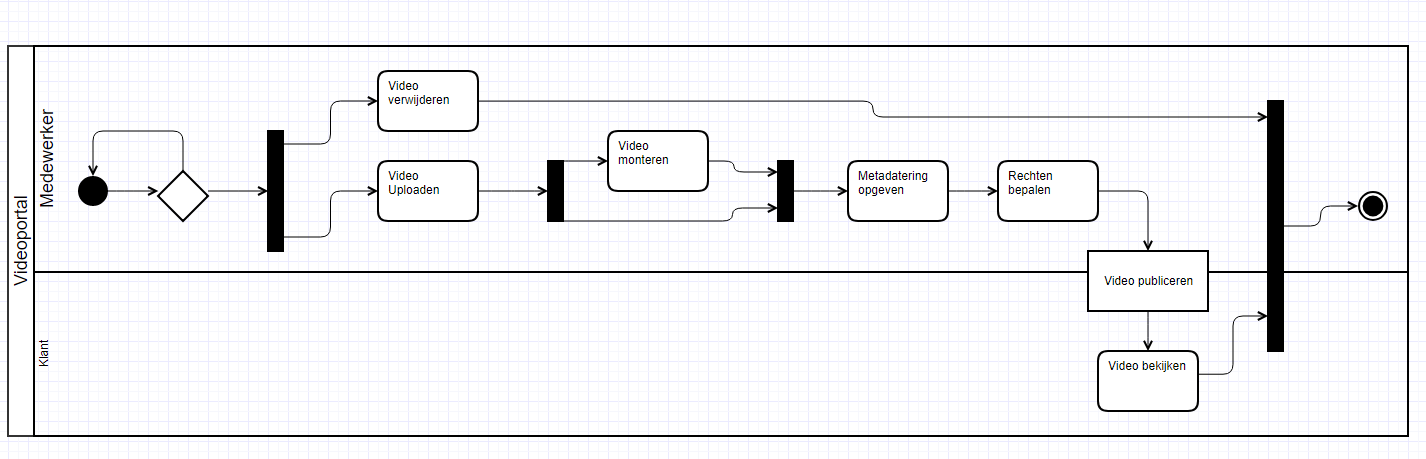
## Knockout criteria

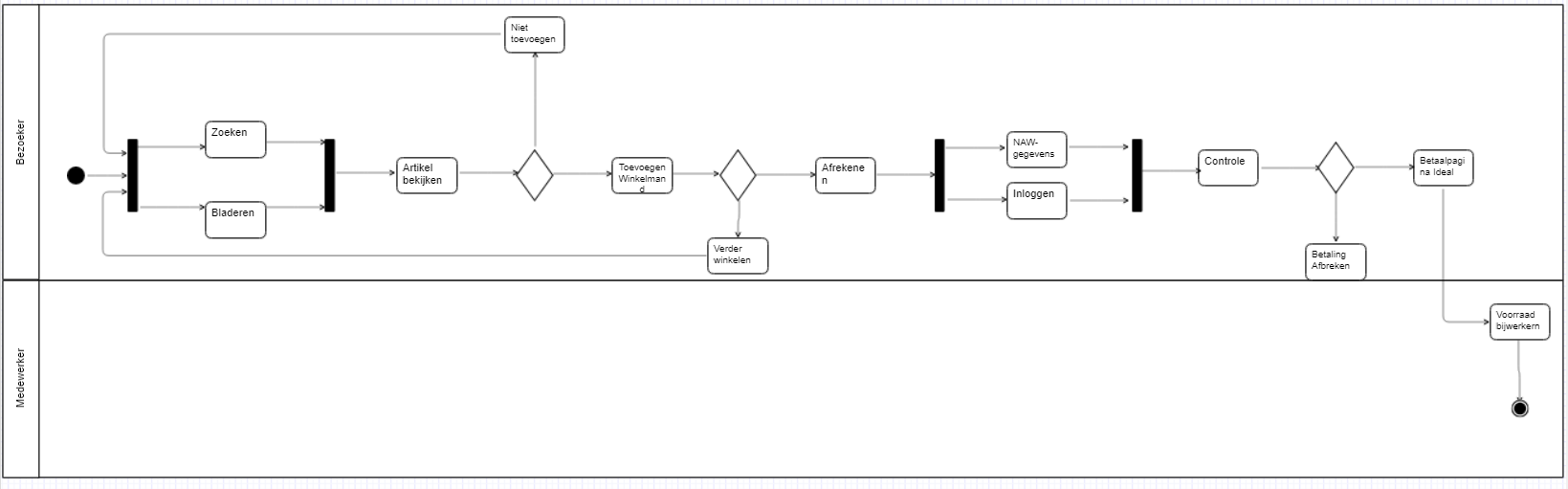
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| # | Volgnummer | Korte omschrijving | Weging |  | Score |
| 3.3.1 | 1 | De leverancier heeft geen reputatie met betrekking tot omkoping of verduistering | Knockout | Ja/nee | - |
| 3.3.3 | 2 | De leverancier heeft geen verleden gehad met justitie | Knockout | Ja/nee | - |
| 3.3.5 | 3 | De leverancier is transparant in zijn/haar handelen. | Knockout | Ja/nee |  |

# Literatuurlijst

* Certificaten en keurmerken. (z.d.). Geraadpleegd op 25 november 2018, van www.ondernemersplein.nl/regel/certificaten-en-keurmerken/
* Windesheim (Red.). (2018a). *Business case: video-portaal*. Geraadpleegd van elo.windesheim.nl
* Windesheim. (2018b). Pakketselectie College 2: Organisaties en leveranciers. In ORG. Windesheim (Red.), *Pakketselectie College 2: Organisaties en leveranciers* (pp. 1–33). Geraadpleegd van elo.windesheim.nl
* Windesheim. (2018c). Pakketselectie College 4: Operationaliseren. In ORG. Windesheim (Red.), *Pakketselectie College 4: Operationaliseren* (pp. 1–8). Geraadpleegd van elo.windesheim.nl
* Activity Diagram. (z.d.) Geraadpleegd op 1 december 2018, van elo.windesheim.nl

# Bijlage Activity Diagrams

Figuur 6: Activity Diagram van Videoportaal

Figuur 7: Activity Diagram van webshop

# Bijlage stakeholderanalyse

Stakeholders In figuur 8 zijn enkele belangrijke stakeholders geselecteerd. Deze zijn beschreven in de business case van WideWorldImporters. Om ze te analyseren wordt er gekeken naar de macht en interesse die ze hebben binnen WWI.

Figuur 8 - Overzicht

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Stakeholder | Concern | Analyse | Toelichting |
| WWI-ICT directrice | “B2C mogelijk maken.” | Include | Als directrice van WWI-ICT heeft ze veel belang bij de keuzes die WWI maakt, omdat zij de ICT-afdeling volledig stuurt. Daarom is er gekozen om de directrice volledig te betrekken bij de keuzevorming. |
| Hoofd Sales | “Diverse rapporten hebben met daarin o.a. statistieken over de producten, gebruik video’s.” | Include | Het hoofd van Sales heeft, net als de directrice, veel baat bij de keuzevorming van WWI. Haar managementfunctie zorgt ook voor veel macht. Hierom is er gekozen om haar volledig te betrekken bij de keuzevorming. |
| Training en support | “Zeker weten dat het winkelproces goed gedocumenteerd is vanaf het moment dat een klant op de website arriveert tot wanneer hij een orderbevestiging ontvangt na het afrekenen.” | Inform | Omdat Training en Support weinig macht heeft binnen WWI, maar toch zeker baat heeft bij de keuzevorming. Is er gekozen om ze te informeren over de keuzevorming van het videoportaal. |
| Marketing en communicatie | “Eigen look-and-feel. Zonder problemen eigen content kunnen aanbieden. Het hebben van een eigen rechtensysteem. Verantwoordelijk voor auteursrecht.” | Inform | Omdat Marketing en Communicatie weinig macht heeft binnen WWI, maar als marketing wel baat heeft bij de keuze. Is er gekozen om ze te informeren over de keuzevorming van het videoportaal. |
| Bezoeker | “Producten kunnen ervaren.” | Ignore | Bezoekers hebben geen macht binnen WWI. Wel staat de klant voorop. Omdat dergelijke toevoegingen, zoals een videoportaal, niet van directe invloed zijn op de webshop zelf, is er voor gekozen om ze te ‘negeren’ wat betreft de keuzevorming. Na de keuzevorming en implementatie kijkt WWI er zeker naar uit om haar klanten te introduceren aan een videoportaal. |
| ICT-architect | “Nieuwe toepassingen moeten passen binnen de totale informatiearchitectuur.” | Consult | De ICT-architect heeft verstand van vormgeving wat betreft ICT. Daarom is er voor gekozen om die te betrekken bij de keuzevorming in een consulterende vorm. |
| Salesmedewerker | “Ondersteuning van de gehele levenscyclus van gegevens. Bezoekers kunnen ‘vasthouden’.” | Ignore | Salemedewerkers hebben weinig macht binnen WWI. Salesmedewerkers doen hun werk, onafhankelijk van de werking van het systeem. Daarom is er voor gekozen om ze niet te betrekking bij de keuzevorming van het videoportaal. WWI kijkt er naar uit om na de implementatie van de videoportaal de Salesmedewerkers te introduceren aan de nieuwe functies van de webshop. |