

LE04-Ermitteln von Stakeholdern-ÜK223-Anushya&Ronja

Analyse der erwähnten Stakeholder:

Rollen der Stakeholder	Beschreibung	Konkrete Vertreter	Verfügbarkeit	Wissensgebiet	Begründung
Pilotkunde Typ 3	Grosshändler «Big Sales» wird der erste Tester der Software.	Keine Angaben	Keine Angaben	Lediglich Verkäufer	Anwender des Systems.
Geschäftsleitung Typ 4	Geschäftsleitung des Startups (Auftraggeber)	Keine Angaben	Keine Angaben	Domain expert	Geldgeber
Produktmanager Typ 2	Kommuniziert Produkt- und Projektziele	Keine Angaben	Keine Angaben	Domain & Projekt Expert	Trifft Entscheidung über die Realisierung
Chef-Softwarearchitekt Typ4	Kommuniziert zwischen Softwarearchitekten und Stakeholder	Keine Angaben	Keine Angaben	Direktes Fachwissen mit dem Dev.Team	Vertreter der Realisierer der Programmierung

Von uns nach SMART formulierte Projektziele:

- Umsatz:** <Der Umsatz soll um 50% steigen>
Der Umsatz, welcher mit den Lagerbeständen generiert wird, soll durch die Hilfe der neuen Auktionsplattform um 50% steigen.
- Verkauf:** <Es sollen 80% der Lagerbestände innert zwei Wochen verkauft werden>
Es soll zwei Wochen vergehen zwischen Ausschreibung der Produkte und einer Verkaufsquote von 80% der Produkte.
- Qualität:** <Es soll die Fehlerquote 20% nicht überschreiten>
Die Plattform sollte eine hohe Qualität haben. Die Fehlerquote darf nicht mehr als 20% sein, aber der Funktionsumfang kann dabei nach Absprache mit dem Kunden eher noch bescheiden sein.
- Termin:** <Das erste Release muss vor dem ersten Quartal von Jahr 2021 sein>
Das erste Release sollte spätestens Ende März 2021 sein. Dabei sollte es termingerecht fertig werden.
- Bewertung:** <Mindestens 45% der Anwender sollten zufrieden sein >
Sechs Monate nach dem Release sollten mindestens 45% der Anwender zufrieden sein. Vier und fünf Sterne werden als zufrieden wahrgenommen.
- Anwender:** <Bis Jahr 2023 sollten es mehr Benutzer geben>
50% mehr Anwender bis Jahr 2023 ist das Ziel.
- Händler:** <Es werden 50% mehr Händler erwartet>
Das Ziel ist, dass wir bis ende Jahr mehr Händler haben. Der Anzahl von Händler sollte verdoppelt werden.

Es ergibt eine hohe Chance, dass es bei Qualität und Temin zu Zielkonflikten führt. Wenn man ein Produkt rechtzeitig Veröffentlichen will, kann es sein das die Qualität nicht so gut genug wird. Es kann auch sein, dass man an die Qualität herum schraubt und dies führt zu verspätetem Release.

Wie muss man mit welchen Stakeholdern umgehen:

1	2	Motivation	1: Ein Stakeholder mit viel Motivation aber wenig Einfluss ist etwas schwierig. Man muss ihm auf eine klare und respektvolle Art sagen, dass man keine Zeit hat, um sich mit ihm zu beschäftigen. Auch wenn er gute Ideen hat ist er nicht genug wichtig.
3	4		2: Ein Motivierter und Einflussreicher Kunde ist sehr angenehm. Es ist wichtig nahe und so oft wie möglich mit ihm zusammen zu arbeiten.
Einfluss			3: Einem uninteressierten und Einflusslosem Stakeholder muss man keine Zeit widmen er ist nicht relevant für das Projekt.
			4: Wenn ein Stakeholder viel Einfluss aber keine Motivation hat, ist die Zusammenarbeit eher schwer. Am besten versucht man ihn für das Projekt zu begeistern und ihm das Gefühl etwas beizutragen zu vermitteln.