Dokument wizji i zakresu

projektu

<nazwa projektu>

Wersja 1.0 zatwierdzona

Przygotowany przez <autor>

<organizacja>

<data utworzenia >

Spis treści

Spis treści ii

Historia zmian ii

1. Wymagania biznesowe 1

1.1. Tło 1

1.2. Możliwości biznesowe 1

1.3. Cele biznesowe 1

1.4. Miary sukcesu 1

1.5. Deklaracja wizji 1

1.6. Ryzyko biznesowe 1

1.7. Założenia i zależności biznesowe 2

2. Zakres i ograniczenia 2

2.1. Główne funkcje 2

2.2. Zakres pierwszego wydania 2

2.3. Zakres następnych wydań 2

2.4. Ograniczenia i wyjątki 2

3. Kontekst biznesowy 2

3.1. Profile interesariuszy 2

3.2. Priorytety projektu 3

3.3. Uwagi na temat wdrożenia 4

Historia zmian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa** | **Data** | **Powód zmiany** | **Wersja** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Wymagania biznesowe

<Wymagania biznesowe stanowią podstawę i źródło dla szczegółowego opracowywania wymagań. Wymagania biznesowe można uzyskać od klienta albo wyższego kierownictwa organizacji tworzącej oprogramowanie, sponsora produktu, wizjonera projektu, kierownictwa produktu, działu marketingu lub innych, które dysponują dokładną wiedzą, dlaczego projekt został podjęty i jakie wartości przedstawia zarówno dla organizacji, jak i klientów.>

## Tło

< W tej sekcji znajduje się uzasadnienie tworzenia nowego produktu. Należy tu podać ogólną historię albo opis sytuacji, która doprowadziła do wniosku, że dany produkt powinien zostać opracowany.>

## Możliwości biznesowe

<Opisz istniejące możliwości biznesowe albo problem biznesowy, który zostanie rozwiązany. Opisz rynek, na którym produkt będzie konkurować lub środowisko, w którym system informatyczny będzie stosowany. Opis może zawierać krótką ocenę porównawczą istniejących produktów oraz potencjalnych rozwiązań, a także informację, dlaczego proponowany produkt jest atrakcyjny. Zidentyfikuj problemy, których nie można obecnie rozwiązać bez produktu, i wskaż, jak produkt wpasowuje się w trendy rynkowe albo strategiczne kierunki rozwoju firmy.>

## Cele biznesowe

<W ilościowy i mierzalny sposób opisz ważne cele biznesowe realizowane przez produkt. Sekcja ta powinna skupiać się na wartościach, które produkt wnosi dla firmy. Informacje te mogą obejmować oszacowania dochodów albo oszczędności, zwrot z inwestycji albo docelowe daty wydania produktu.>

## Miary sukcesu

< Określ, jak zostanie zdefiniowany i zmierzony sukces projektu, a także opisz czynniki, które z dużym prawdopodobieństwem będą wywierać największy wpływ na osiągnięcie tego sukcesu. Uwzględnij elementy znajdujące się pod kontrolą organizacji i czynniki zewnętrzne. Zdefiniuj mierzalne kryteria, które pozwolą ocenić, czy cele biznesowe zostały osiągnięte.>

## Deklaracja wizji

<Napisz zwięzłą deklarację wizji, która podsumowuje cel nowego produktu i opisuje, jaki będzie świat, gdy pojawi się na nim produkt. Deklaracja wizji powinna odzwierciedlać zrównoważony wizerunek produktu, który zaspokoi potrzeby różnych klientów, a także organizacji, która go opracowuje. Taki opis może być wyidealizowany, ale powinien być osadzony w realiach obecnego lub spodziewanego rynku, struktury organizacji, kierunków strategicznego rozwoju firmy, a także ograniczonych kosztów i zasobów.>

## Ryzyko biznesowe

<Podsumuj główne zagrożenia biznesowe związane z opracowaniem produktu, takie jak konkurencja na rynku, ramy czasowe, akceptacja użytkowników, problemy z implementacją albo ewentualny negatywny wpływ na działalność. Oszacuj stopień tych zagrożeń oraz zidentyfikuj działania zapobiegawcze, które można podjąć.>

## Założenia i zależności biznesowe

<Odnotuj wszelkie założenia poczynione podczas opracowywania projektu i pisania niniejszego dokumentu wizji i zakresu. Zapisz główne czynniki, od których zależy powodzenie projektu, takie jak określone technologie, dostawcy zewnętrzni, partnerzy, oraz wymień pozostałe związki biznesowe.>

# Zakres i ograniczenia

<Zakres projektu definiuje koncepcję i rozmiary proponowanego rozwiązania. Ważne jest także zdefiniowanie tego, co nie zostanie uwzględnione w produkcie. Zdefiniowanie zakresu i ograniczeń pomaga wielu interesariuszom wyrobić sobie realistyczne oczekiwania. Zakres i ograniczenia stanowią także punkt odniesienia, względem którego można weryfikować proponowane funkcje i zmiany w wymaganiach. Zgłaszane wymagania, które wykraczają poza zakres przyszłego projektu należy odrzucić, chyba że przynoszą takie korzyści, iż zakres projektu powinien zostać poszerzony (z czym będą wiązać się zmiany budżetu, harmonogramu i zasobów).>

## Główne funkcje

<Opracuj numerowaną listę głównych funkcji nowego produktu, akcentując te funkcje, które wyróżniają go spośród wcześniejszych bądź konkurencyjnych produktów. Wyspecyfikuj wymagania użytkowników i wymagania funkcjonalne, które można z tymi funkcjami powiązać.>

## Zakres pierwszego wydania

<Opisz planowane główne funkcje, które zostaną uwzględnione w pierwszym wydaniu produktu. Podaj korzyści, jakie przyniesie produkt różnym grupom klientów, i opisz w ogólnym zarysie funkcje produktu i jego cechy jakościowe, które umożliwią osiągnięcie tych korzyści. Oprzyj się pokusie uwzględnienia wszystkich możliwych funkcji, których każda potencjalna grupa klientów mogłaby kiedykolwiek zażądać. Skup się na tych funkcjach i cechach produktu, które przy możliwych do przyjęcia kosztach jego opracowania przyniosą maksymalne korzyści jak największej grupie odbiorców.>

## Zakres następnych wydań

<Jeśli stopniowa ewolucja produktu została rozłożona w czasie, wskaż, które z głównych funkcji zostały przeniesione do późniejszych wydań.>

## Ograniczenia i wyjątki

<Zidentyfikuj wszystkie funkcje i cechy produktu, których mógłby oczekiwać interesariusz, ale które nie zostaną uwzględnione w nowym produkcie. >

# Kontekst biznesowy

<W sekcji tej podsumuj niektóre z biznesowych zagadnień związanych z projektem, w tym profile głównych kategorii klientów; założenia, które weszły do koncepcji projektu, oraz priorytety zarządu dotyczące projektu.>

## Profile interesariuszy

<Interesariusze to osoby, grupy albo organizacje aktywnie uczestniczące w projekcie, mogące wpływać na wynik projektu lub na które projekt wywiera wpływ. Profile interesariuszy identyfikują klientów produktu oraz określają, dlaczego są oni zainteresowani produktem. Aby zmniejszyć prawdopodobieństwo późniejszego wyłonienia się nieoczekiwanych wymagań, które nie będą mogły zostać uwzględnione z powodu ograniczeń harmonogramu albo zakresu, scharakteryzuj klientów biznesowych, docelowe segmenty rynkowe, a także różne klasy użytkowników. Profil każdej kategorii interesariuszy powinien zawierać główne wartości albo korzyści, które zyskają oni dzięki produktowi, ich oczekiwane nastawienie do produktu, najważniejsze funkcje oraz cechy produktu, a także znane ograniczenia, które należy uwzględnić. Wśród ważnych dla interesariuszy wartości można wymienić:

* zwiększoną produktywność,
* zmniejszony zakres poprawek w pracy,
* oszczędności kosztów,
* usprawnione procesy biznesowe,
* automatyzacja zadań wcześniej wykonywanych ręcznie,
* możliwość realizowania całkowicie nowych zadań albo funkcji,
* dostosowanie do obecnych standardów albo przepisów,
* zwiększona użyteczność albo obniżony poziom frustracji w porównaniu z obecnie używanymi aplikacjami.

Przykład:>

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Interesariusz** | **Główna wartość** | **Nastawienie** | **Główne korzyści** | **Ograniczenie** |
| zarząd | zwiększony zysk | uważają produkt za drogę, która poprowadzi ich do 25% wzrostu w udziale rynkowym | bogatszy zbiór funkcji niż w produktach konkurencyjnych; więcej czasu na działania rynkowe | maksymalny budżet = 1,4 mln zł |
| redaktorzy | mniej błędów w pracy | bardzo oczekiwany; należy spodziewać się szerokiego wykorzystania | automatyczne korygowanie błędów, łatwość użycia, wysoka niezawodność | musi działać na mało wydajnych stacjach roboczych |
| doradcy prawni | szybki dostęp do danych | przyjęcie oporne, chyba że zostanie zachowana zgodność skrótów klawiaturowych z obecnym systemem | możliwość dostępu do znacznie większej bazy danych niż w obecnym systemie; łatwość nauki | brak budżetu na szkolenie |

## Priorytety projektu

<Opisz priorytety dotyczące harmonogramu, budżetu i wymagań związanych z projektem. Poniższa tabela może być przydatna podczas identyfikowania parametrów dotyczących głównych celów projektu, ograniczeń, w ramach których należy pracować, oraz aspektów, które należy zrównoważyć, aby w ramach znanych ograniczeń osiągnąć zakładane cele. Więcej informacji można znaleźć w rozdziale 2. książki Karla Wiegersa, Creating a Software Engineering Culture (Dorset House 1996). Przykład:>

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Aspekt** | **Driver (state objective)** | **Ograniczenie (state limits)** | **Stopień swobody (state allowable range)** |
| Harmonogram | wydanie 1.0 ma być dostępne 01.10; wydanie 1.1 01.12 |  |  |
| Cechy |  |  | w wersji 1.0 ma być dostępne 70 – 80% funkcji o wysokim priorytecie |
| Jakość |  |  | wersja 1.0 ma przejść 90 – 95% testów akceptacyjnych użytkowników, natomiast wersja 1.1 95 – 98% |
| Zespół |  | maksymalna wielkość zespołu to 1 menedżer produktu, 1 analityk biznesowy, 6 programistów i 3 testerów |  |
| Koszt |  |  | możliwe do przyjęcia przekroczenie budżetu bez konieczności dokonania przeglądu przez sponsora to 15% |

## Uwagi na temat wdrożenia

<Podsumuj informacje oraz wymień czynności, które są potrzebne do zagwarantowania skutecznego wdrożenia rozwiązania w środowisku roboczym. Opisz potrzeby w zakresie dostępu, które będą wymagane, aby użytkownicy mogli korzystać z systemu — na przykład czy użytkownicy będą rozproszeni po różnych strefach czasowych, czy może będą znajdować się obok siebie. Określ, kiedy użytkownicy z różnych lokalizacji będą musieli mieć dostęp do systemu. Opisz zmiany w infrastrukturze, które należy wprowadzić, aby zaspokoić potrzeby systemu w zakresie wydajności, dostępu do sieci, przechowywania oraz migracji danych. Zapisz wszelkie informacje, których będą potrzebować osoby przygotowujące szkolenia albo modyfikujące procesy biznesowe związane z wdrożeniem nowego rozwiązania.>