



**Wir stehen guten Anforderungen
selbst im Weg – wie das?**

**Dr. Heide Walke
30. Januar 2013**



Agenda

- ▶ Warum machen wir Anforderungsanalysen ?
- ▶ Welchen Einfluss haben Anforderungen auf die Kundenzufriedenheit ?
- ▶ Wie finden wir die Anforderungen, die unsere Angebote vom Wettbewerb abheben ?



Warum Anforderungsanalyse ?

verstanden	A 30%	B 20%
nicht verstanden	C 20%	D 30%
	bekannt	nicht bekannt

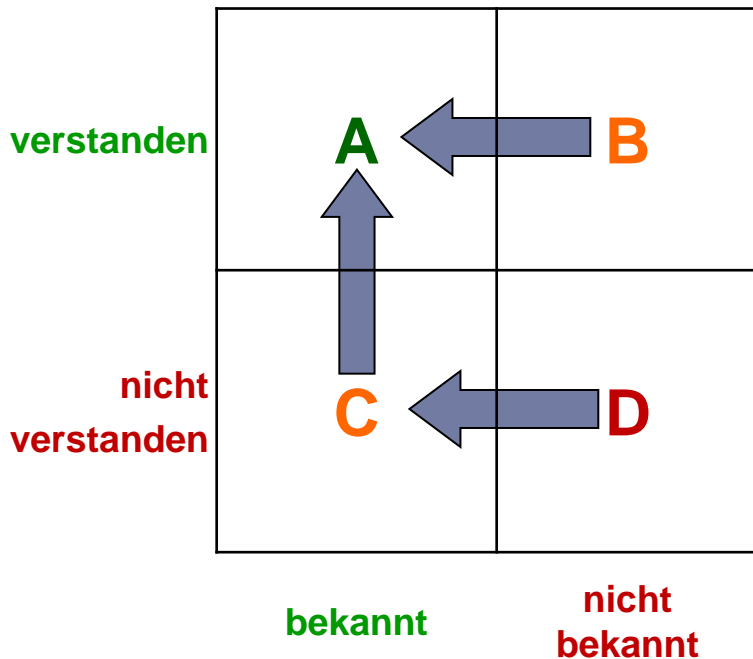
A
während der Anforderungserhebung bereits entdeckt & es ist klar, was sich der Kunde vorstellt.

B
bisher zwar noch nicht dran gedacht, Art und Funktionsweise jedoch klar

C
durch die Anforderungserhebung entdeckt, aber es ist nicht klar, was sich der Kunde vorstellt.

D
bisher noch nicht identifiziert & auch nicht klar, wenn sie bekannt wären

Anforderungen erarbeiten.



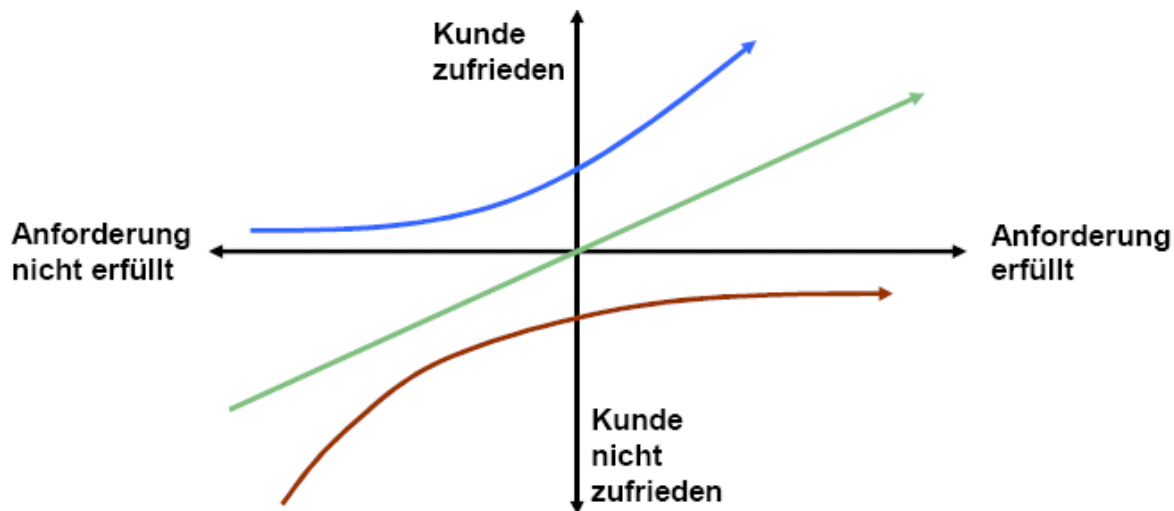
Massnahmen

B → A: Checklisten, Leitfäden, Fragenkatalog etc.

C → A: Simulation, Prototyping

D → C: Marktforschung, Deep Dive

Erkennen was zählt.



Grundanforderungen:

Kunde bei Nicht-Erfüllung unzufrieden

Leistungsanforderungen:

Kundenzufriedenheit wächst mit Erfüllungsgrad

Begeisternde Anforderungen:

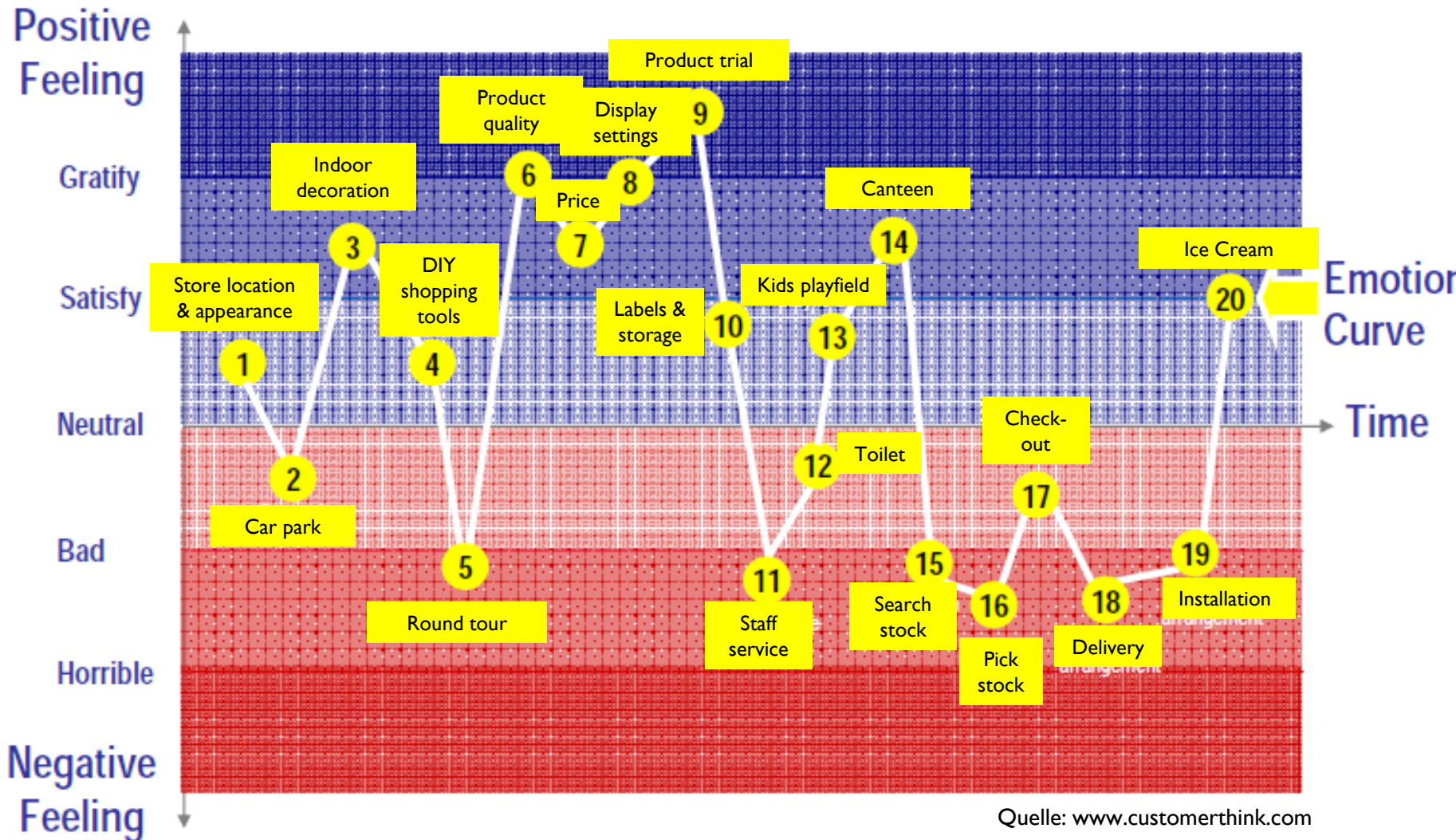
Fehlen stört nicht, Erfüllung stellt überproportional zufrieden

Wirkung prüfen.



- ▶ **Klassisch: Excelliste, Designbeispiele, Screenshots**
 - ▶ Punktuelle Sicht: ok / nok ?
 - ▶ Zusammenhänge, Konsistenz, Abhängigkeiten unbekannt
- ▶ **Kundenorientiert: Alles zusammen wirkt als ein Erlebnis**
 - ▶ Konzept der Emotioncurves

Emotion Curve



Anregungen aufnehmen.



- ▶ Nicht alle Anforderungen sind klar und bekannt. Treffen Sie keine Vermutungen, fragen Sie nach.
- ▶ Hygiene muss sein. Kümmern Sie sich besonders um die Anforderungen, die Kunden für IHR Angebot begeistern.
- ▶ Nicht alles ist wichtig. Designen Sie ein ausgewogenes Erlebnis mit bewussten Highlights.



Merci für Ihre Aufmerksamkeit

Ich freue mich auf unsere Diskussion