



Die Ermöglicher.

Anforderungsmanagement - Erfolg durch Innovation: So entwickeln Sie nachhaltige Daten- und Analytik- Lösungen.

Ein Fachbeitrag von Marius Wessel

Nachdem wir im letzten Fachartikel intensiv über die Relevanz und die Schritte für die Erarbeitung einer Datenstrategie gesprochen haben, möchten wir mit diesem Artikel tiefer eintauchen, wie man konkrete Anwendungsfälle konzipieren kann. Immer mit dem Ziel technische Analytik-Lösungen umzusetzen, die im Einklang mit unserer Datenstrategie und den festgelegten Prioritäten liegen.

Kultur ist Strategie zum Frühstück - warum Fachbereiche und Anwender von Anfang an integriert werden müssen.

Anwendungsfälle und realisierte technische Lösungen lassen Ihre Datenstrategie Wirklichkeit werden. Um erfolgreiche Analytik-Lösungen zu liefern, ist es notwendig, dass die Fachbereiche und Anwender von Anfang an, also bereits bei der Konzeption, beteiligt werden.

Nur durch den gemeinsamen Austausch von Anforderungen, Erfahrungen, Vorstellungen und Ideen kann ein nachhaltig genutztes Ergebnis erzielt werden. Für die Erstellung von Daten- und Analytik-Lösungen ist es daher wichtig, dass relevante Stakeholder am Prozess beteiligt sind.

Wenn man die Fachbereiche und Anwender zu Beginn einbezieht, erhöht dies signifikant die Chance relevante Ideen zu

erarbeiten, was wiederum die Akzeptanz der daraus entwickelten Analytik-Lösungen steigert.

Wo starten? Wie der Spagat zwischen Altbewährtem und Innovation gelingt.

„Wir haben da schon einen bestehenden Excel-Report. Den können wir ja einfach auf die neue Software übertragen“. Diesen Satz haben und hören wir immer noch sehr häufig. Diesen Ansatz pauschal als Falsch zu deklarieren, ist zu kurz gegriffen. Es gibt in Unternehmen altbewährte Lösungen, die durchdacht sind, wichtige Fragestellungen beantworten und einen klaren Zweck oder sogar rechtliche Pflichten erfüllen (z.B. Finanzanalysen: GuV, Bilanz, etc.).

Nichts ist jedoch so stetig wie der Wandel. Prozesse ändern sich, Positionen und Rollen gewechselt, Unternehmenssituationen und -strategien angepasst, wodurch sich fachliche Fragestellungen über die Jahre wandeln. Hinzu kommt, dass altbewährte Lösungen mit zunehmendem Alter nicht mehr hinterfragt oder „historisch gewachsen“ sind. Oft blickt man auf eine Ansammlung von Kennzahlen, bei der rückblickend kaum jemand noch sagen kann, für wen (Zielgruppe) und welche Fragestellung damit konkret beantwortet werden soll.

Deshalb empfehlen wir Unternehmen bestehende Lösungen zunächst bei Seite zu schieben, um in den offenen Dialog mit den Fachabteilungen (z.B. Vertrieb) und den jeweiligen Zielgruppen (z.B. Vertriebsleitung oder Außendienst) zu gehen. Somit ermöglicht man einen unvoreingenommenen Blick auf relevante Fragestellungen und vermeidet in potentiell festgefahrener Mustern zu verfallen. Dabei soll ein gemeinsames Grundverständnis über die strategischen Ziele und Aufgaben entwickelt werden, um auf dieser Basis Ideen zu identifizieren, welche dann priorisiert für eine mögliche technische Umsetzung ausgearbeitet werden.

In einen halbtägigen Workshop (3-4 Stunden) können effektiv tolle neue und nachhaltige Lösungen entwickelt und konkretisiert werden.

Best Practice: Schritt für Schritt zu innovativen Daten & Analytik-Lösungen

Wie kann ein solcher Workshop aussehen? Für unsere Daten-Projekte greifen wir immer wieder auf den Werkzeugkoffer von [Datentreiber](#) zurück. Mit Hilfe der frei verfügbaren Canvas-Modelle (vorstrukturierte Schaubilder) lässt sich ein solcher Workshop gut vorbereiten. Unter diesem Link können Sie sich unsere Best-Practice Struktur für einen Analytik-Anforderungsworkshop kostenfrei anschauen.

Miro board:

[Beispiel für einen Analytik-Anforderungsworkshop](#)

Password:

Anforderungsmanagement

Achten Sie auf unsere Hinweise und die Verweise auf die Datentreiber-Homepage für detaillierte Anleitungen zu den Canvas-Modellen. Ein strukturiertes Vorgehen ist extrem hilfreich, um als Moderator das Ziel des Workshops zu erreichen, die Erwartungen der Teilnehmer zu managen und in der angestrebten Zeit mit konkreten Ergebnissen aus dem Termin zu gehen.

Auf zu neuen Ufern: Legen Sie los und entwickeln Sie nachhaltige und relevante Lösungen

Sie haben sich innerlich bereits dafür entschieden das Thema anzugehen, um konkrete, nachhaltige Lösungen umzusetzen. Dann legen Sie los. Bringen Sie (Ihre) Analytik-Experten und Fachbereiche zusammen. Organisieren Sie einen gemeinsamen Workshop, der durch eine neutrale Person moderiert wird. Dem Moderator kommt dabei eine besonders wichtige Rolle zu. Er sollte souverän konstruktive Ideen & Diskussionen fördern und gleichzeitig

die richtige Flughöhe finden, um effektiv durch den Workshop zu leiten.

Hier lohnt es sich ggf. die ersten Workshops mit einem geschulten Moderator oder Datenstrategie-Experten durchzuführen. fördern und gleichzeitig die richtige Flughöhe finden, um effektiv durch den Workshop zu leiten. Hier lohnt es sich ggf. die ersten Workshops mit einem geschulten Moderator oder Datenstrategie-Experten durchzuführen.

BiTeam



B.i.Team

Gesellschaft für
Softwareberatung mbH
An der RaumFabrik 33c
76227 Karlsruhe

T +49 721 27662 0

F +49 721 27662 999

experten@biteam.de

www.biteam.de



Über den Autor

Marius Wessel ist Data Analytik Experte und Leiter des Data Intelligence Bereichs bei B.i.Team.

Als „Datenübersetzer“ konzipiert Marius seit vielen Jahren passende Datenstrategien und Analytik-Strukturen für Unternehmen. Methodik, Struktur und Nachhaltigkeit sind ihm hierbei besonders wichtig.

Mit viel Kreativität und einer besonderen Leidenschaft, Geschäftsanforderungen mit Daten zu lösen, begleitet er und sein Team mittelständische Firmen bei der Umsetzung auf dem Weg zum datengetriebenen Unternehmen.

