



Přípravné činnosti projektu

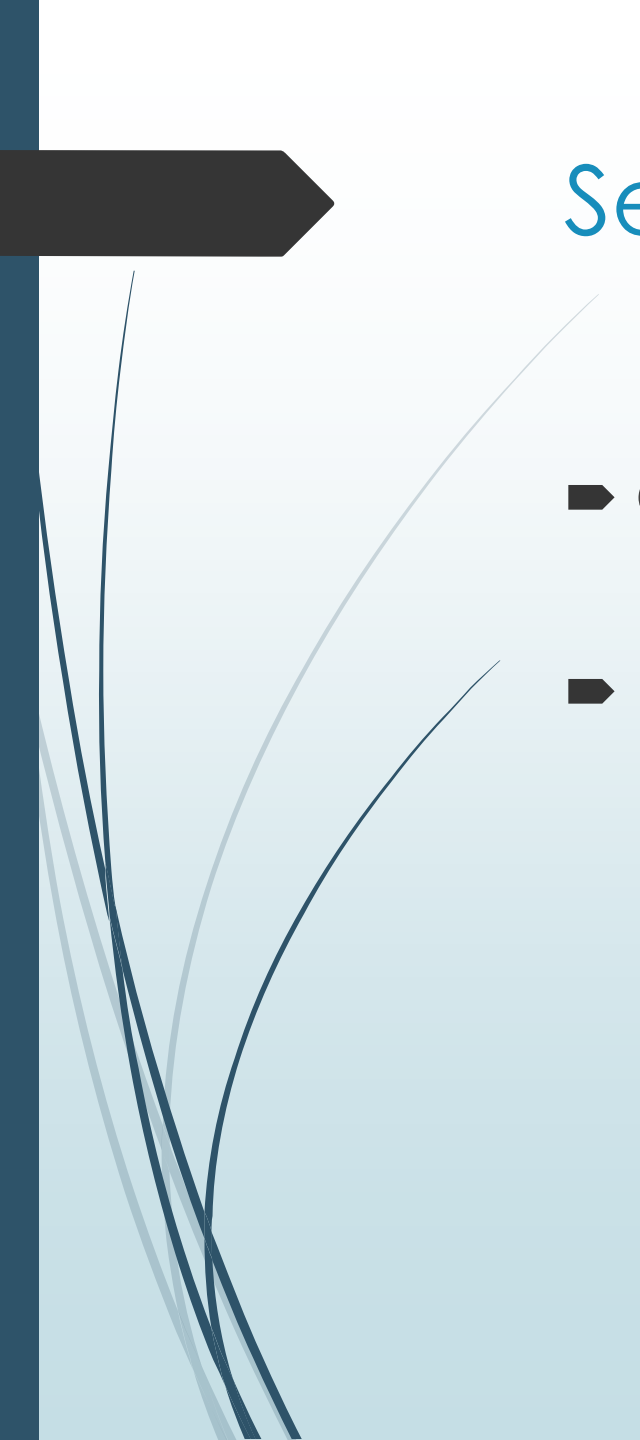
Mgr. Lenka Svrčinová

Ing. Jan Ministr, Ph.D.



Obsah prezentace

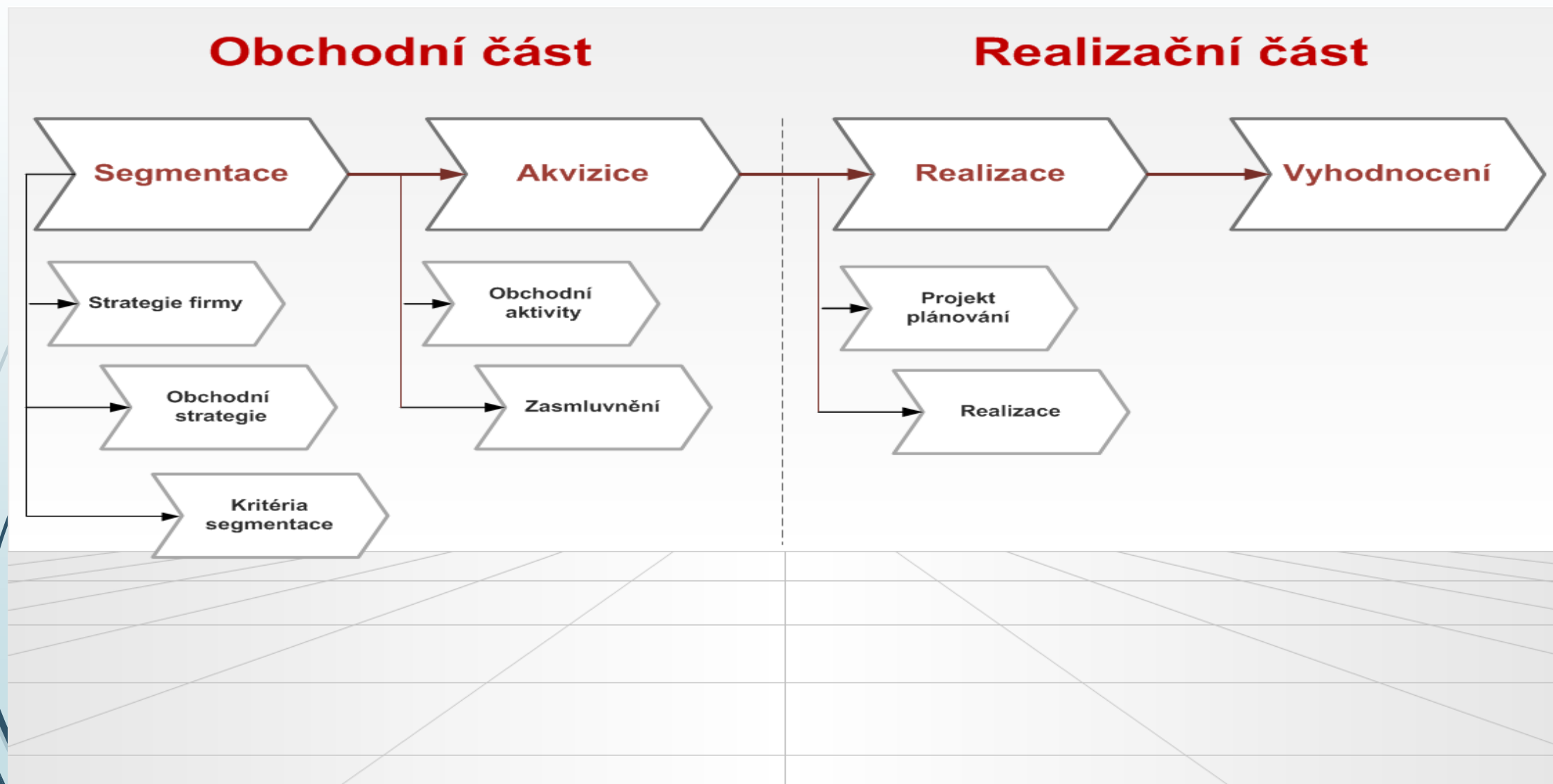
- Seznámení s problematikou
- Procesy a roviny před implementací projektu
 - Obchodní rovina
 - Implementační rovina
- Řešení vzniklých problémů
- Vyhodnocení aplikace řešení

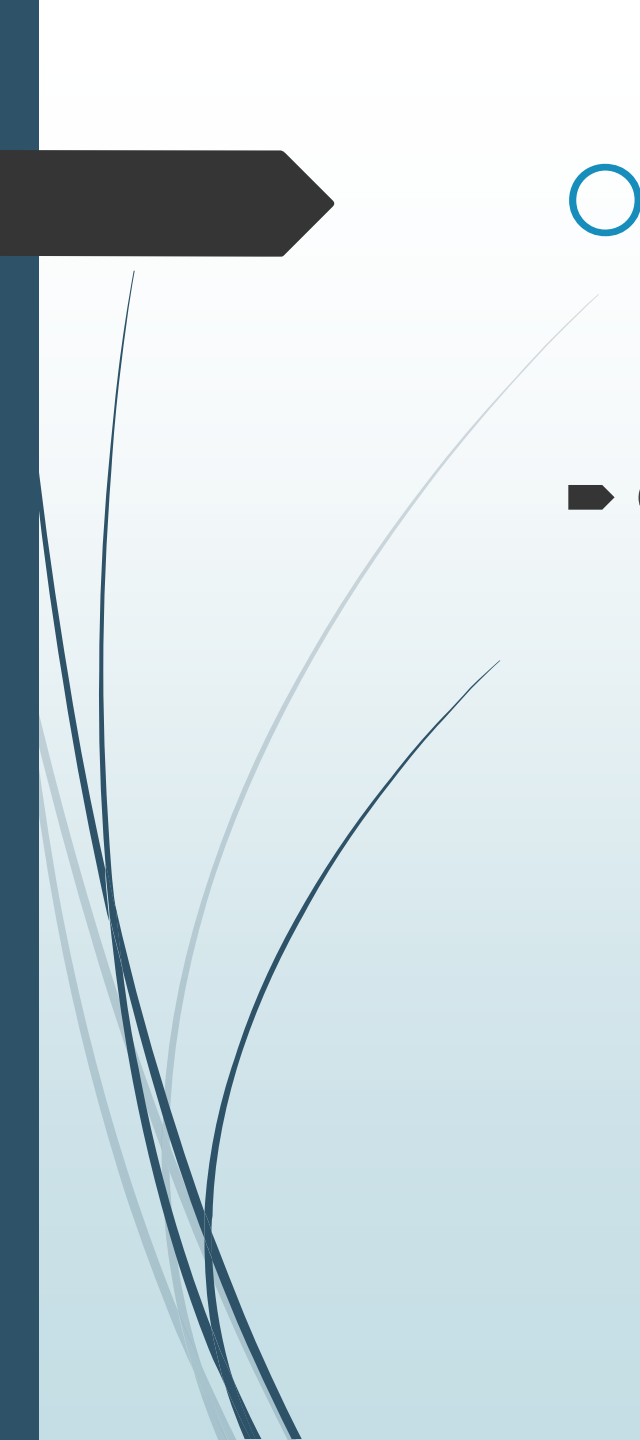


Seznámení se s problematikou

- Obecný proces implementace projektu
 - Fáze (analýza, návrh....), metodiky (agilní, vodopád...),
- Přípravné fáze projektu
 - Smlouvy, podkladu pro implementaci
Obchodník→Realizace
 - Přechodový můstek Produktový manažer

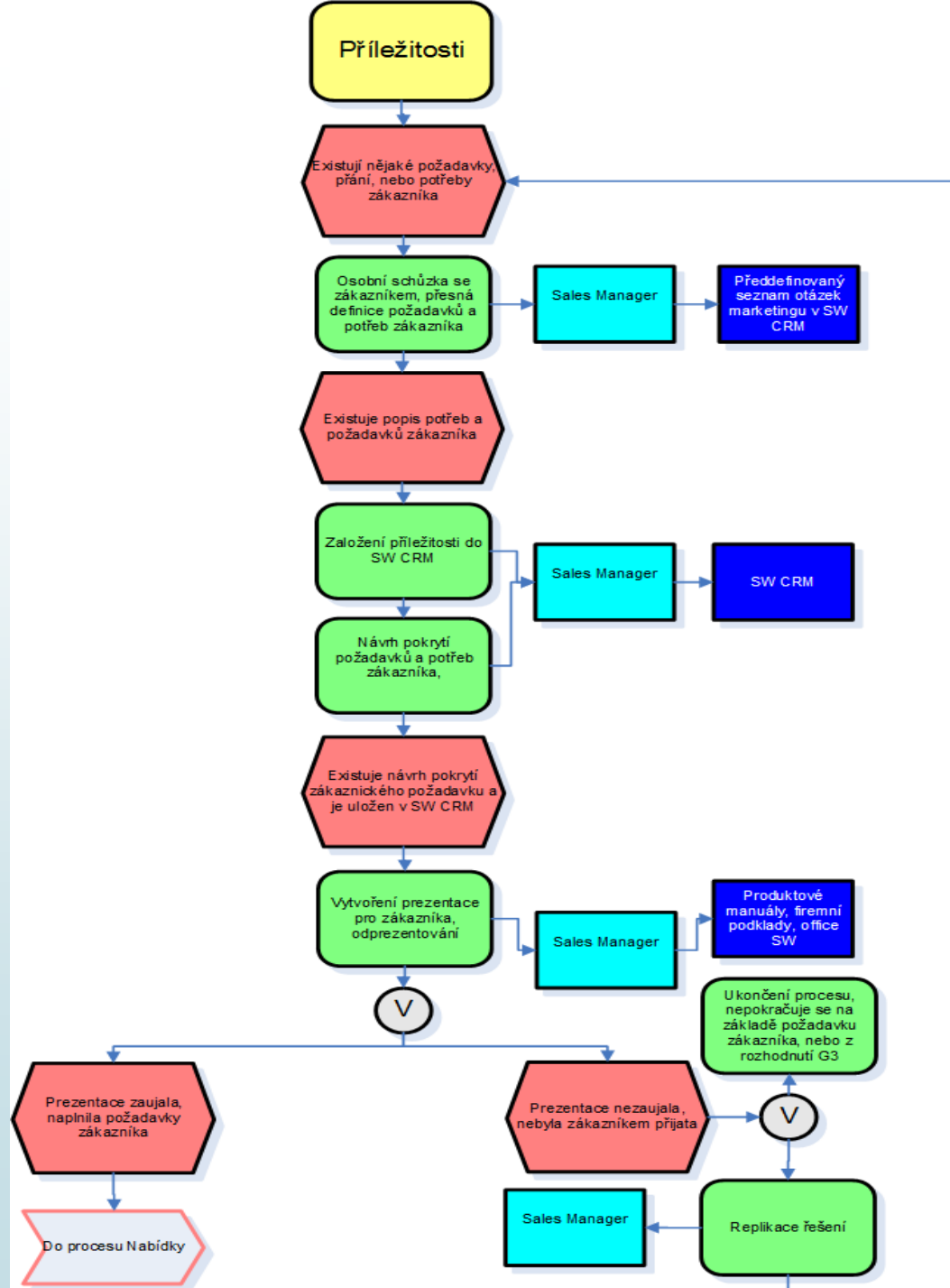
Procesy a roviny před implementací





Obchodní rovina - proces

- Obecný proces obchodu
 - Segmentace zákazníků (dohledání, posouzení vhodnosti),
 - Segmentace zákazníků dle kritérií,
 - Akvizice (potenciálních i stávajících zákazníků),
 - Marketingová kampaň (produkt, firma, atd.),
 - Cenové vyjednávání (implementace, služba, sleva, atd.),
 - Proces uzavření smlouvy (licenční, servisní a implementační smlouva),
 - Marketingové prezentace produktů.



Obchodní rovina – rizika a jejich důsledky

■ Rizika

- Neporozumění klíčovým potřebám zákazníka (core needs),
- Zákazník primárně neřeší 20% klíčových funkcí,
- Obchodník nezná svůj produkt,
- Obchodník nepochopil zadání zákazníka a chtěl za každou cenu prodat.

■ Důsledky

- Rozsah projektu nebyl přesně definován/pochopen – rozdíl mezi zákaznickým a dodavatelským chápáním projektu/řešení,
- Nedodržení harmonogramu projektu – harmonogram odpovídá původnímu rozsahu projektu,
- Špatná vyjednávací pozice dodavatel o tzv. vícepracích/rozvojových projektů,
- Zvýšení nákladovosti projektu – dlouhá implementace,
- Demotivace zaměstnanců dodavatele – odměny, krizové řízení a situace,
- Negativní reference dodavatele.

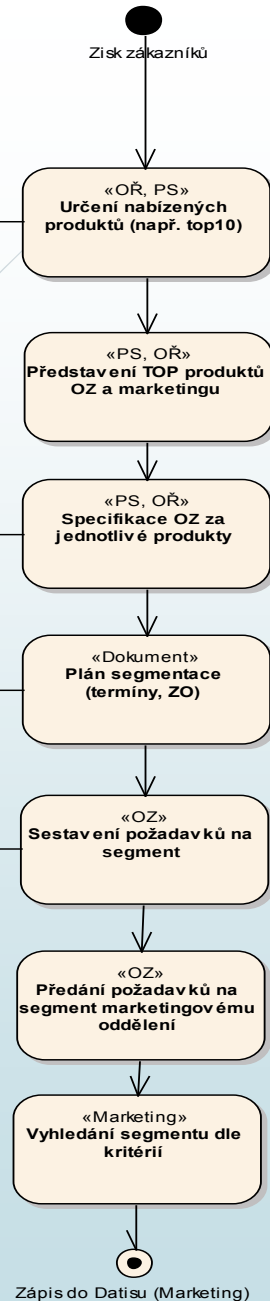
Obchodní rovina – řešení problémů

■ Role a procesy - Produktový manažer

- Znalost produktů na úrovni konzultanta (customizace, nastavení systému),
- Obchodní dovednosti (akvizice, licence, smlouvy, znalost ceny produktu),
- Kompletní správa produktů (návrhy na rozvoje, trendy),
- Znalost konkurence a jejich výhod/nevýhod (náměty na nové funkce),
- Pochopení základních odhadů činnosti při realizaci požadavků (náklad vs. Cena),
- Znalost technologického zázemí produktu a vývoje,
- Informovanost z pohledu časových možností implementačního oddělení.
- Produktový manažer se tedy podílí v procesu obchodním i realizačním:
- Segmentace trhu,
- Vývoj na míru u zákazníka - Nová poptávka zákazníka,
- Realizace zakázky u zákazníka,
- Marketing a prezentace produktů.

Na této schůzce jsou specifikovány produkty, utvářeny dle aktuální poptávky trhu.

OZ - obchodní zástupce
PM - project manager
PS - product specialist
OŘ - obchodní ředitel



Proces segmentace

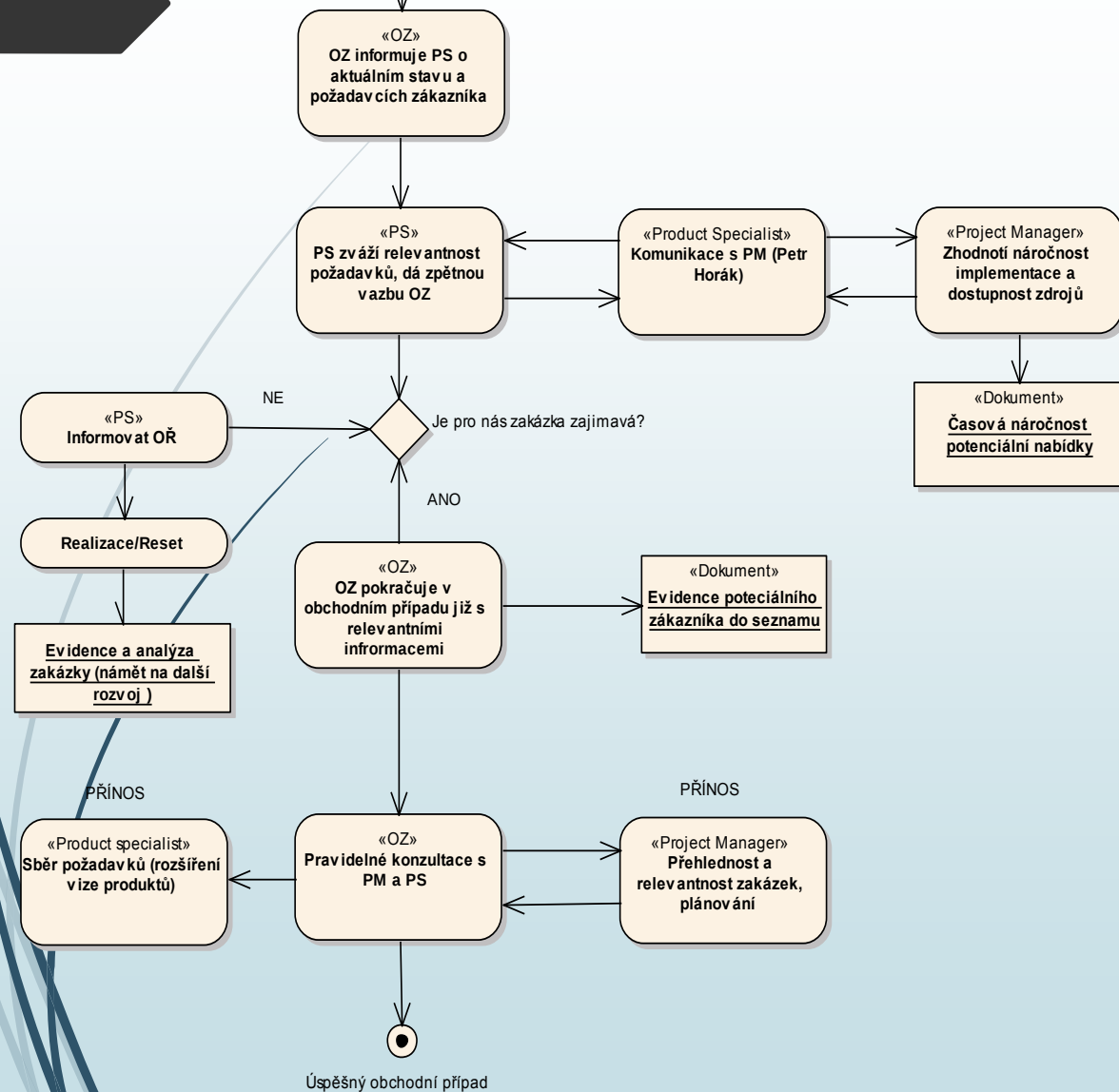
Činnosti produktového manažera v procesu segmentace:

- Přidělení Produkt – Obchodník,
- Proškolení a dodání potřebných informací obchodníkovi,
- Definice kritérií pro vyhledání zákazníků dle produktu a trhu,
- Tvorba konkurenčních listů (výhody/nevýhody, ceny),
- Argumentační databáze obchodníka.

Tento diagram demonstruje postup, jakým bude realizován proces při evidenci nové poptávky od zákazníka.

Potenciální zakázka

OZ - obchodní zástupce
PM - project manager
PS - product specialist
OR - obchodní ředitel



Vývoj na míru

Činnosti produktového manažera

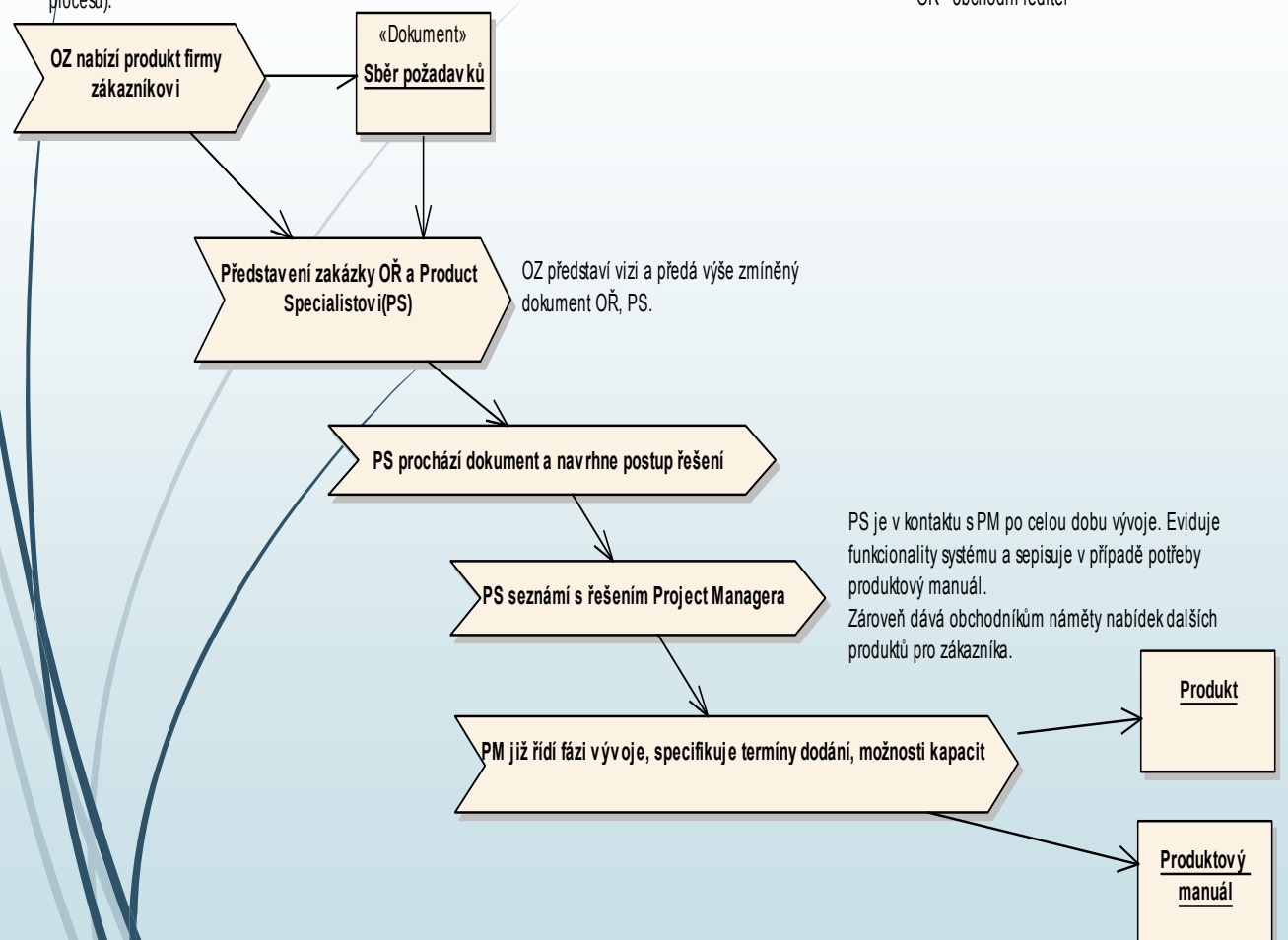
- Evidence potenciálních zákazníků – podklad informací pro implementaci,
- Zajištění odhadu nákladovosti (pracnosti) projektu/funkce,
- Hodnocení dalšího potenciálu k prodeji funkce/řešení,
- Podílení se na tvorbě závazné nabídky směrem k zákazníkovi,
- Realizace vstupní analýzy (quick analýzy u zákazníka,
- Garance termínů a harmonogramu projektu

od Proces nové zakázky detail

V případě první schůzky je obchodní zástupce zodpovědný za sepsání dokumentu (nikoli ústní předání) požadavků, které měl zákazník na systém.

Dokument bude postupně rozšiřován (suplování projektového plánu v obchodním procesu).

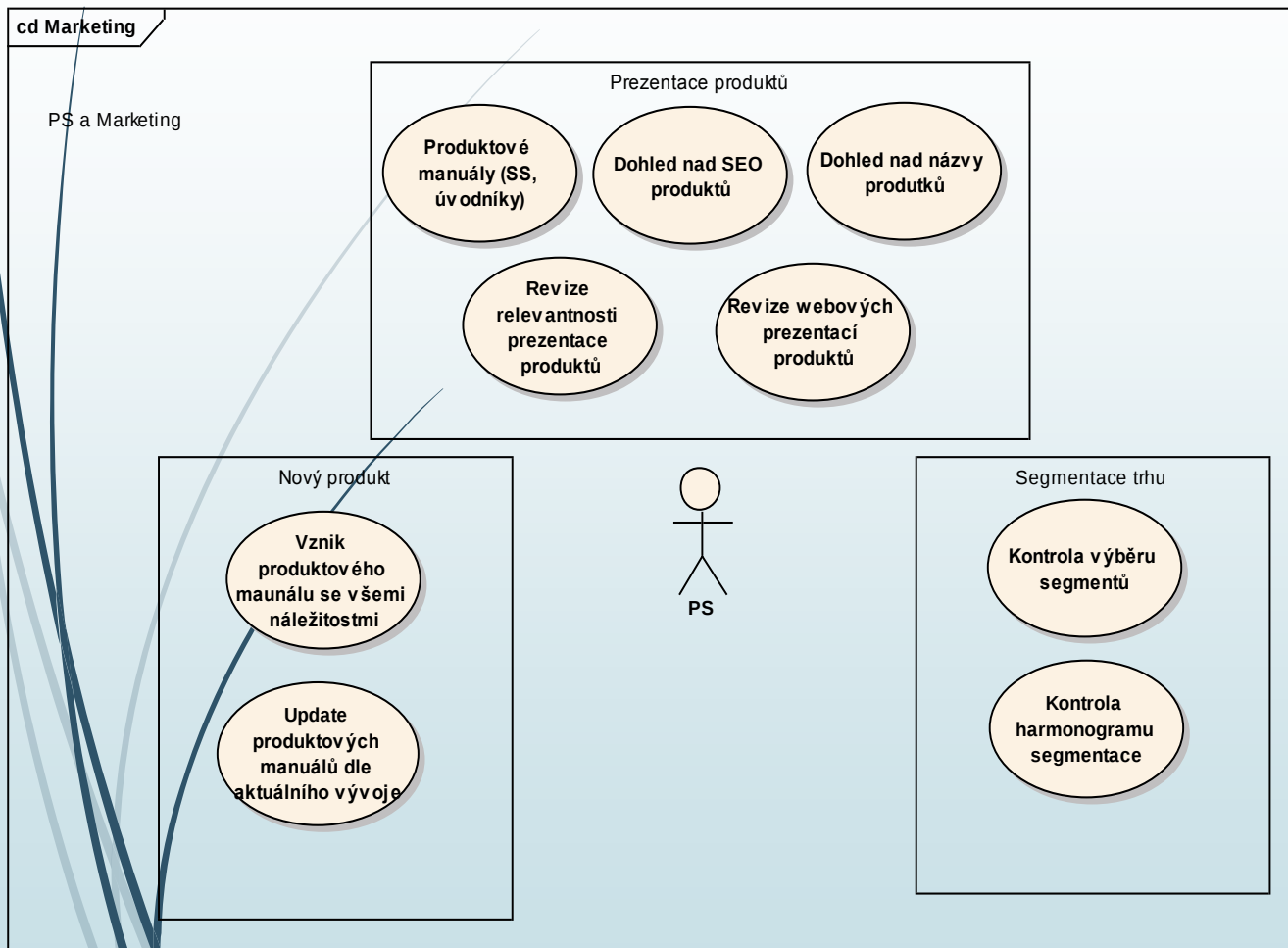
OZ - obchodní zástupce
PM - project manager
PS - product specialist
OŘ - obchodní ředitel



Realizace zakázky u zákazníka

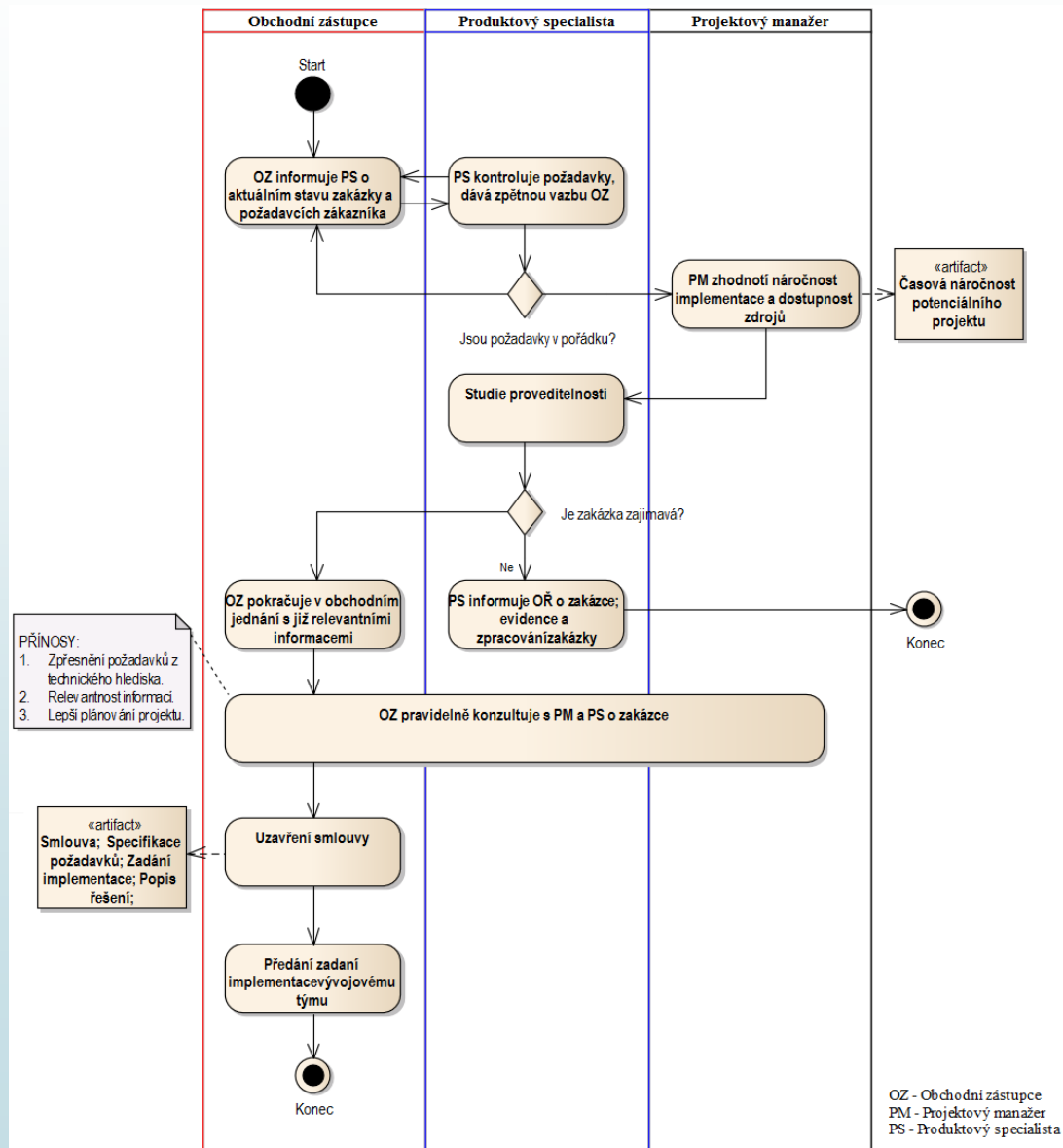
- Z pohledu začlenění produktového manažera do procesu je následující:
- Realizace a tvorba seznamu požadavků,
- Komunikace se zákazníkem,
- Návrh řešení – výběr vhodnosti produktu,
- Procesní dohled nad realizací společně s produktovým manažerem,
- Pravidelné kontrolní dny se zákazníkem (dodání verze, rozsah řešení),
- Tvorba produktového manuálu (náročnost implementace, popis produktu, reference, silné a slabé stránky produktu).

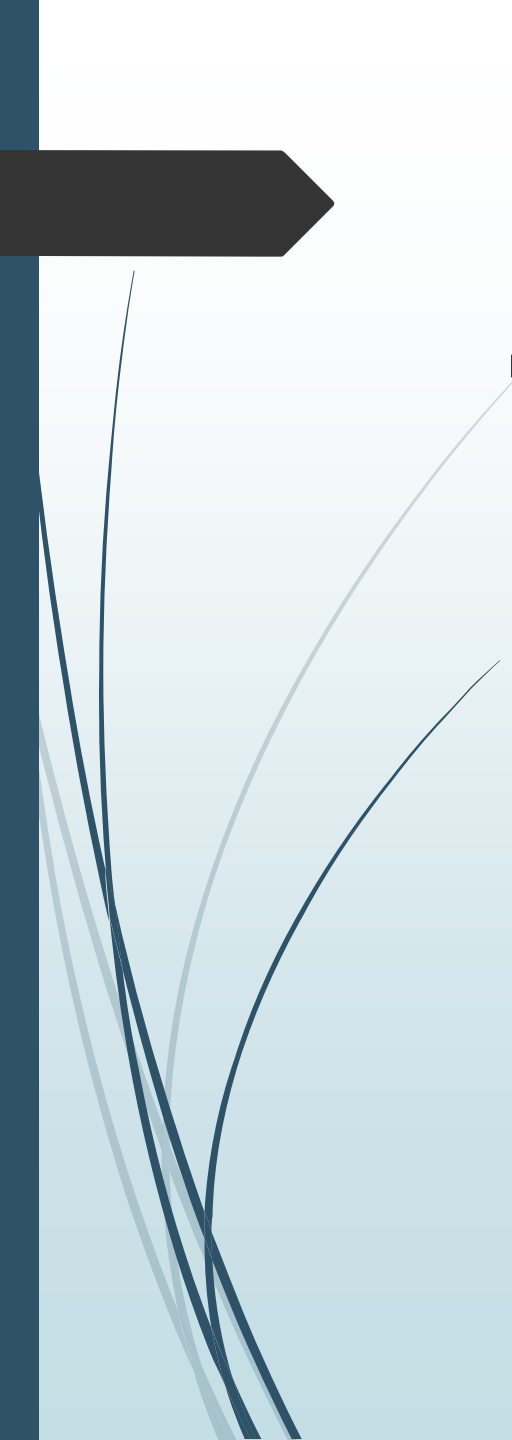
Marketing a prezentace produktů



- Tvorba marketingových materiálů.
- Tvorba produktových listů,
- Spolupráce na realizaci webových prezentací produktu.

Obchodní proces s produktovým manažerem





Vyhodnocení existence role produktového manažera v přípravné fázi projektu

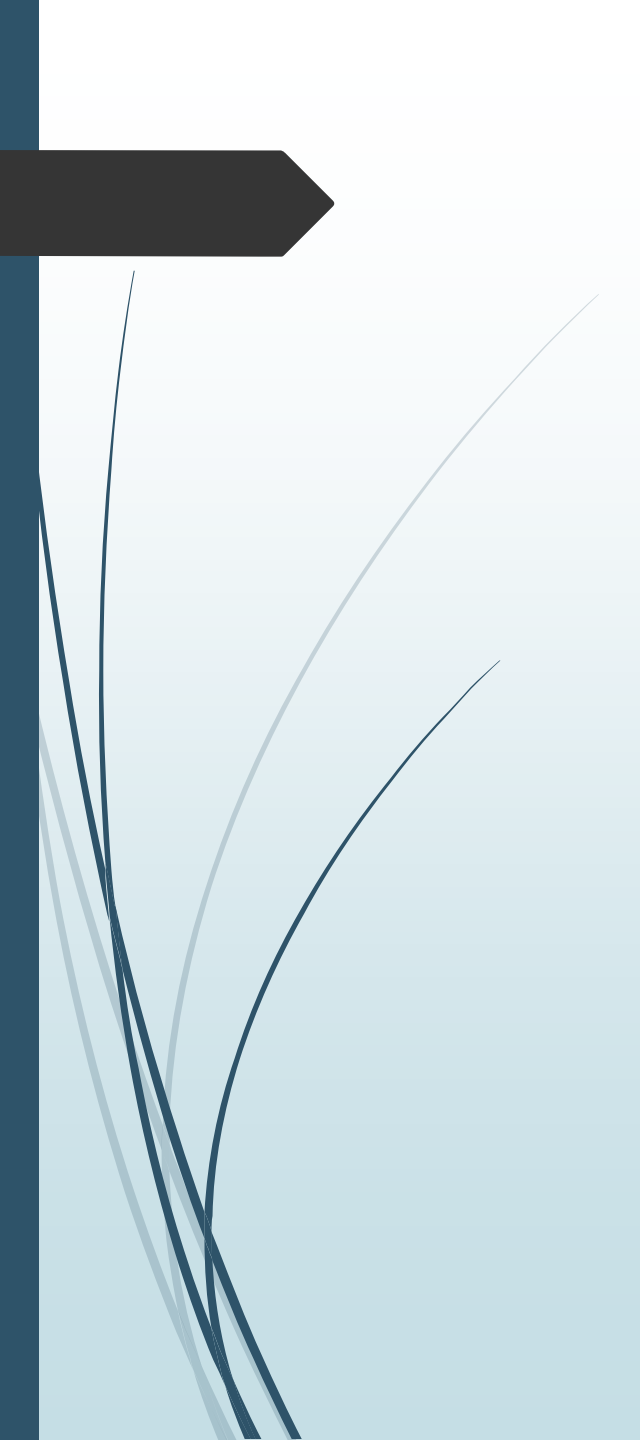
► Přípravní fáze projektu

- Definice rozsahu projektu
 - Rozsah projektu,
 - Nákladovost projektu
- Specifikace realizačního týmu (zákazník/dodavatel),
 - Projektový manažer,
 - Senior konzultant, junior konzultant,
 - Programátorský tým (solution architekt, senior/junior programátor, tester),
- Plánování harmonogramu projektu
 - Iterace, milníky,
 - Zodpovědné osoby,
 - Časové náročnosti jednotlivých fází,
- Definice rizik projektu
 - Hlavní/vedlejší rizika,
 - Řešení rizik dle použité metodiky.

Vyhodnocení existence role produktového manažera v přípravné fázi projektu

- Srovnání bylo prováděno v následujících oblastech:
 - Specifikace rozsahu projektu (zasmluvněno vs. realita),
 - Plánování a dodržení harmonogramu projektu,
 - Plánování a dodržení lidských zdrojů,
 - Průběh akceptačního řízení,
 - Dotazník spokojenosti zákazníka.

Metrika	Bez PM	S PM
Shoda smluvního rozsahu projektu a dodávky	60%	91%
Zlepšení plnění zasmluvněných termínů	84%	89%
Zlepšení dodržení alokace zdrojů	78%	82%
Zvýšení úrovně kvality produktu	79%	89%



Q & A