

Kullanıcı Özellikleri

Bir gereksinim mühendisi, bireylerin, aynı kullanıcı sınıfındaki bile, hesaba katılması gereken farklı özelliklere sahip olabileceğinin farkında olmalıdır. Örneğin bagaj taşıma sisteminde yaşlı yolcuların ihtiyaçları çocuklardan veya yetişkinlerden farklıdır. Belirli engelleri olan kişilerin farklı ihtiyaçları olacaktır. İngilizce bilmeyenlerin başka ihtiyaçları olacaktır. Çoğu durumda, kullanıcı sınıflarını bu özel ihtiyaçlara ve özelliklere göre alt sınıflara bölmek anlamlıdır.

Ayrıca, bu alt sınıflardaki bireyler veya gruplarla iletişim kurmak, muhtemelen farklı tekniklerin kullanılmasını ve büyük olasılıkla gelişmiş empatiyi (örneğin, çocuklar veya yaşlılar söz konusu olduğunda) gerektirir. Newell et al. (2006), bu zorluklardan bazılarına ve bunların çözümlerine ilişkin yararlı bir genel bakış sağlar.

Farklı ülkelerden paydaşlarla etkileşimde bulunurken kültürel özelliklerdeki farklılıklar da göz ardı edilemez. Sosyolog Geert Hofstede (2001) tarafından yapılan ufuk açıcı çalışma, ülkeler arasındaki kültürel farklılıkların algılanabileceği beş boyut olduğunu bulmuştur: otorite ile başa çıkmada rahatlık (güç mesafesi), bireycilik, erkeksi bir dünya görüşüne eğilim (erkeklik endeksi), belirsizlikten kaçınma ve uzun vadeli yönelim.

Bu farklılıklar gereksinim mühendisi için önemlidir. Örneğin, yüksek güç mesafesine sahip bir ülkeden bir kişi, üstünü utandırabilecek önemli bir konuyu gündeme getirmek konusunda isteksiz olabilir. Veya erkeklik endeksi yüksek bir ülkeden bir kadın, erkeklerin bulunduğu bir toplantıda konuşmaktan korkabilir. Dolayısıyla bu durumlarda farklı etkileşim tekniklerine ihtiyaç duyulabilir. Bu konularla ilgili eğlenceli bir tartışma Laplante'de (2010) bulunabilir. Son olarak, çıkar çatışması veya "kurum sorunlarının" farkında olun, çünkü bunlar ön yargılı olabilir ve paydaşlarla iletişimi belirsizleştirebilir. Yani, bir paydaş sınıfının üyesi, başka bir paydaş sınıfının üyesi olabilir. Örneğin pet shop POS sistemi için bir kasiyer müşteri de olabilir. Bu nedenle, bu kişiyle bir işlemin en iyi şekilde nasıl yürütüleceği konusunda iletişim kurarken, gereksinim mühendisi bir müşterinin çıkarlarının mı yoksa kasiyerin mi daha iyi olduğunu bilemez ustaca temsil edildi. Gereksinim mühendisi, bu olası önyargıların farkında olmalı ve paydaşlarla her türlü iletişimde bunları kontrol etmelidir.

Müşteri İstekleri ve İhtiyaçları

Gereksinim mühendisinin birincil amacının müşterilerin ne istediğini anlamak olduğundan bahsetmiştik. Ancak bu istekleri veya arzuları keşfetmek zordur. Ayrıca, gereksinimler mühendisi olarak müşteriye neye ihtiyacı olduğunu önermeniz gerektiğini düşünebilirsiniz, ancak kendi değer sisteminizi başkasınınkinin yerine koymaya ilişkin nasihati hatırlayın—ne düşündüğünüz müşterinin ihtiyacı, istemediği bir şey olabilir. Bununla birlikte, ihtiyaç duydukları ancak dikkate almadıkları özellikler olup olmadığını belirleyebilmeleri için müşterilere yeni işlevsellikleri ortaya çıkarmak her zaman yararlıdır. Bu durum, özellikle müşterinin, gereksinim mühendisinden daha az alan bilgisine sahip olduğu durumlarda geçerlidir. Bir noktada, ancak istek ve ihtiyaçları uzlaştırmanız gerekecek—gereksinimlerin önceliklendirilmesi o zaman çok faydalı olacaktır. İstenenleri belirlemek için paydaş katılımına ilişkin çok iyi bir tartışma Hull ve diğerleri tarafından verilmektedir. (2011).

Müşteriler Ne İstiyor?

Gereksinim mühendisi, müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya çalışır, ancak bunların ne olduğunu bilmek her zaman kolay değildir. Niye ya? Müşterilerin istek ve ihtiyaçları birçok düzeyde var olduğundan—pratik (örneğin, sistemin minimum işlevselliği), rekabetçi (X markasından daha iyi olmalıdır), bencil (göstermek isterler) ve tout sistemin özellikleri ve daha fazlası. Ve bazen müşteriler "hepsini" ister ve fazla ödeme yapmak istemezler. Bu nedenle gereksinim mühendisleri, müşterilerin kurulacak sistem için gerçekçi hedefler belirlemelerine yardımcı olmalıdır. Müşterilerin ihtiyaç düzeylerini anlamamanın bir yolu, Maslow'un kendini gerçekleştirme hiyerarşisi (Şekil 2.2) tekrar ziyaret etmektir.

Maslow, insanların ihtiyaçlarını karşılamaya (gerçekleştirmeye) çalışacaklarını kuramlaştırdı en temelden (piramidin alt kısmı) başlayarak ve en zor, ezoterik ve manevi olana doğru ilerleyin. Ancak, önce alt düzeydeki ihtiyaçlar/istekler karşılanmazsa, asla piramidin çok yukarılarına çıkamazlar (ya da daha yüksek bir seviyede kalamazlar).

Temel ihtiyaçlar yemek, su ve uykuyu içerir. Bunlar, kişinin fiziksel güvenliğinden önce gelir; ancak açlıktan ölüyorsanız, diğer taraftaki yiyecek almak için çok yoğun bir sokağı geçme riskiniz vardır. İnsanlar ekmek çalarak hapse girme riskini alıyor. Maslow'un piramidinde daha yüksekte, sevilme ve bir gruba ait olma ihtiyacı vardır, ama bu ihtiyaçların temelde fiziksel güvenlik ihtiyacına tabi olduğunu varsayar. Bunun hakkında tartışabilirsiniz.

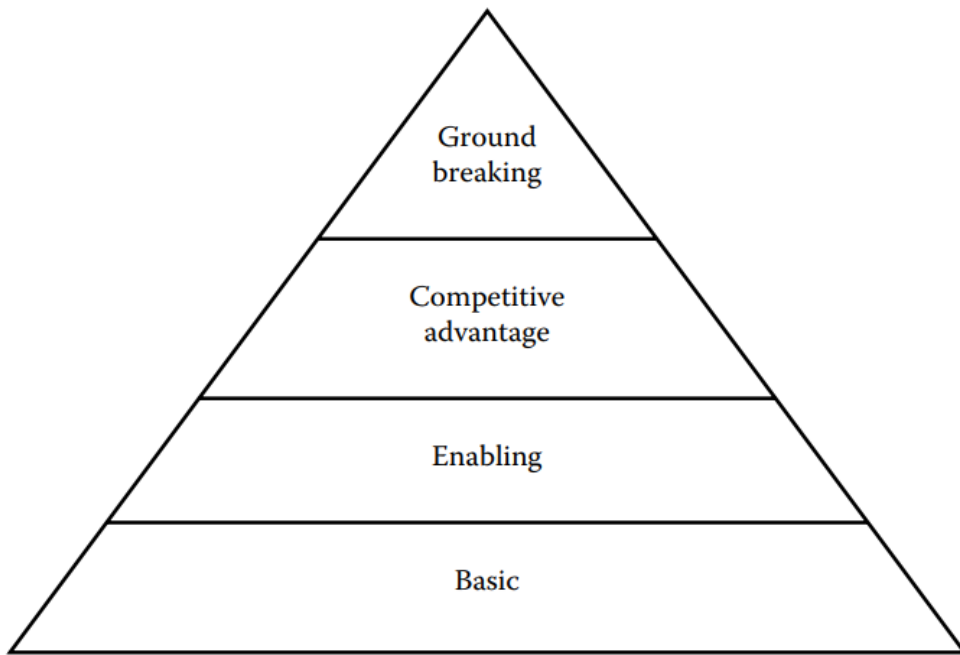


Şekil 2.2 Maslow'un hiyerarşisi

(Sırf üyelerinden birini sevdiğiniz için Sky Diving Club'a üye olmaya devam eder miydiniz?). Daha sonra, kişinin özsaygısı önemlidir, ancak ait olma ve sevilme ihtiyacı kadar önemli değildir (bu yüzden kendinizi küçük düşürecek ve çılgın kız kardeşiniz için bir Roma kostümü giyineceksiniz). kanunun düğünü). Son olarak, Maslow kendini gerçekleştirme "insanın kendini gerçekleştirme arzusu, yani potansiyel olarak neyse o hale gelme eğilimi: kişinin olabildiği her şey olma olma eğilimi" olarak tanımladı. ..." (Maslow 1943).

Şekil 2.3'te gösterilen Maslow hiyerarşisinin bir varyasyonu, müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini açıklamaya yardımcı olabilir.

Burada en düşük seviye temel işlevselliktir. Satış noktası sistemi olmak anlamına gelir indirim oluşturma, bir öğeyi iade etme, envanteri güncelleme vb. gibi belirli işlevlerin mevcut olması gerekir. Etkinleştirme düzeyinde, müşteri, kuruluş içindeki diğer sistemlere (yazılım, donanım veya süreç) göre etkinleştirme yetenekleri sağlayan özellikler ister. Bu nedenle, POS sistemi, satış verilerinin yöneticiler tarafından tahmin veya envanter kontrolü amacıyla izlenmesine izin veren bazı yönetim yazılımlarına bağlanır. Etkinleştirme düzeyindeki işlevsellik, rakiplerin yeteneklerini karşılamayabilir veya aşmayabilir. Bu işlevsel ihtiyaçlar, rekabetçi avantaj düzeyinde karşılanır. Burada müşteri, bu yeni sistemin rekabeti aşan veya başka bir şekilde bir iş avantajı yaratan yetenekler sağlamasını istiyor. Son olarak, çığır açan arzular, mevcut teori veya pratiği aşan ve söz konusu sistemin ötesinde etkileri ve uygulamaları olan teknoloji gelişimini ima edecektir. Örneğin, mevcut teknolojileri aşan bir tür yeni veri madenciliği teknolojisi istenebilir. Maslow hiyerarşisinde olduğu gibi, fikir şudur: daha yüksek işlevsellik düzeylerini karşılamak için alt düzey işlevsellik feda edilmemelidir.



Şekil 2.3 Müşteri ihtiyaç/istek hiyerarşisi.

Bu hiyerarşi, ihtiyacın dört önem düzeyi anlamına gelse de, herhangi bir durumda daha fazla veya daha az düzey olması muhtemeldir. Ancak temel fikir, müşterilerin ihtiyaçlarını belirli bir anlamlı hiyerarşiye göre keşfetmek ve düzenlemektir; bu, daha sonra gereksinimlerin önceliklendirilmesine en çok yardımcı olacaktır.

Bu, Maslow'un teorisinin sahip olduğu ilk şey değildir. müşterilerin veya kullanıcıların ihtiyaçlarını aydınlatmak için kullanılmıştır. Örneğin, Valacich ve ark. (2007), Web tabanlı kullanıcı arayüzlerinde kullanıcı tercihlerini tanımlamak için değiştirilmiş dört seviyeli bir Maslow hiyerarşisini tanıttı. Hunter (2015), nesnelerin internetindeki gereksinim türlerini açıklamak için hiyerarşinin bir sürümünü de kullandı.

Her durumda, bazı istekleri değerlendirmek için çalışan örneklerimize dönelim

Sorun şu ki, ancak, bu ihtiyaçların memnuniyetini nasıl ölçeceğiz? Çünkü eğer bu istekler ve arzular ölçülemiyorsa, o zaman onlara ulaşım ulaşmadığımızı asla bilemeyiz. Ölçülebilir gereksinimler konusunu Bölüm 5'te tartışacağız.

Müşteriler Ne istemiyor?

Bazen müşteriler sistemin ne yapmasını istemedikleri konusunda çok açık konuşurlar.

Bu özel istenmeyen özellikler veya "istemiyor" veya "istememeli" gereklilikleri

gereksinimler mühendisi tarafından sıklıkla göz ardı edilir. İstenmeyen özellikler şunları içerebilir

- ◆ İstenmeyen performans özellikleri
- ◆ Estetik özellikler
- ◆ Altın kaplama (müşteri istemeden projeye eklenen aşırı ve gereksiz özellikler)
- ◆ Güvenlik kaygıları (tehlikeler)

"Kabul" şartları sık sık yakalamak çok zordur. Bazen müşteriler görene kadar ne istemediklerini bilmezler. Örneğin, gördükten sonra

teslim edilen sistem (veya bir prototip), haykırıyorlar:

"Bunu yapmasını istediğimi söylediğimi biliyorum, ama sanırım gerçekten bunu demek istemedim ."

Açıklayıcı amaçlar için, aşağıda istenmeyen özelliklerin bazı örnekleri verilmiştir.

bagaj taşıma sistemi:

- Ana havalimanı elektriği kesilirse sistem kapanmayacaktır.
- Sistem, ana havayolu bilgisayar sisteminde bir arızaya neden olmayacaktır.
- Sistem, bagajın dakikada bir çantadan daha yüksek oranda imha edilmesine neden olmayacaktır.

Sistemin yapmaması gereken şeyi tanımlamanın ne kadar zor olduğunu görebilirsiniz. İstenmeyen davranış konusunu daha sonra inceleyeceğiz. Bu arada, noktasını göstermek için, evcil hayvan mağazası POS sistemi için bazı "yapılmaması gereken" gereksinimler şunlardır:

- Kayıt bandı biterse sistem çökmez.
- Ürün kodu bulunamazsa sistem çökmez.
- Envanter mutabakat kodunda sorun bulunursa, mevcut işlem iptal edilmeyecektir.

Bu "yapmamalı" gereklilikler, genellikle "olmalı"

gereksinimler olarak olumlu olarak yeniden ifade edilebilir. Bu konu Bölüm 4'te daha ayrıntılı olarak tartışılmaktadır.

Bir sonraki bölümde tartışacağımız ortaya çıkarma tekniklerinin çoğu, istenmeyen özellikleri ortaya çıkarma eğiliminde olacaktır, ancak gereksinim mühendisi her zaman neyin ne olduğunu keşfetmeye çalışmalıdır. müşteri, müşterinin istediği kadar güçlü bir şekilde istemiyor

