

第3章

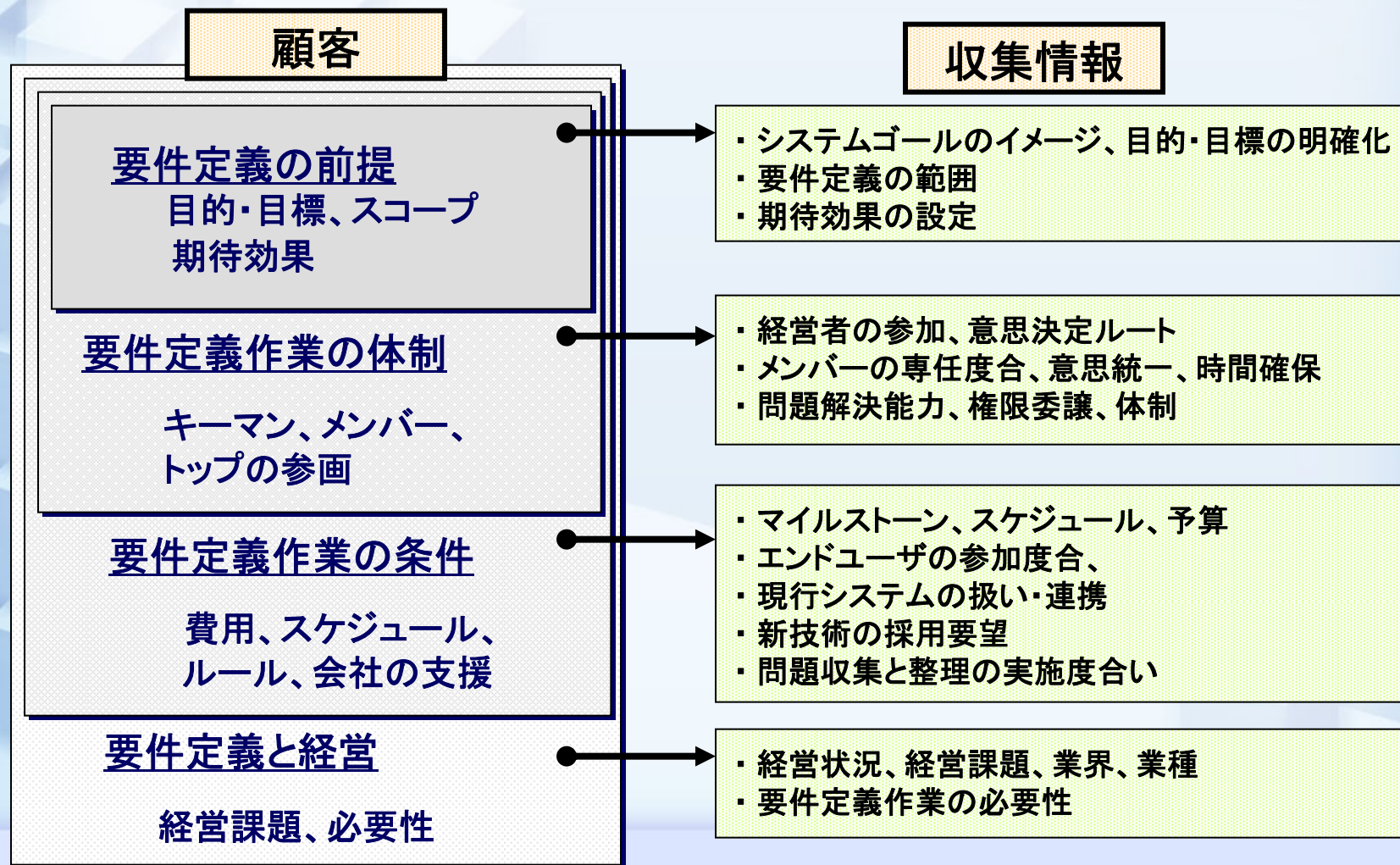
顧客情報と顧客ニーズへの対応

3-1 顧客情報の収集と評価

3-2 顧客ニーズの確認と分析

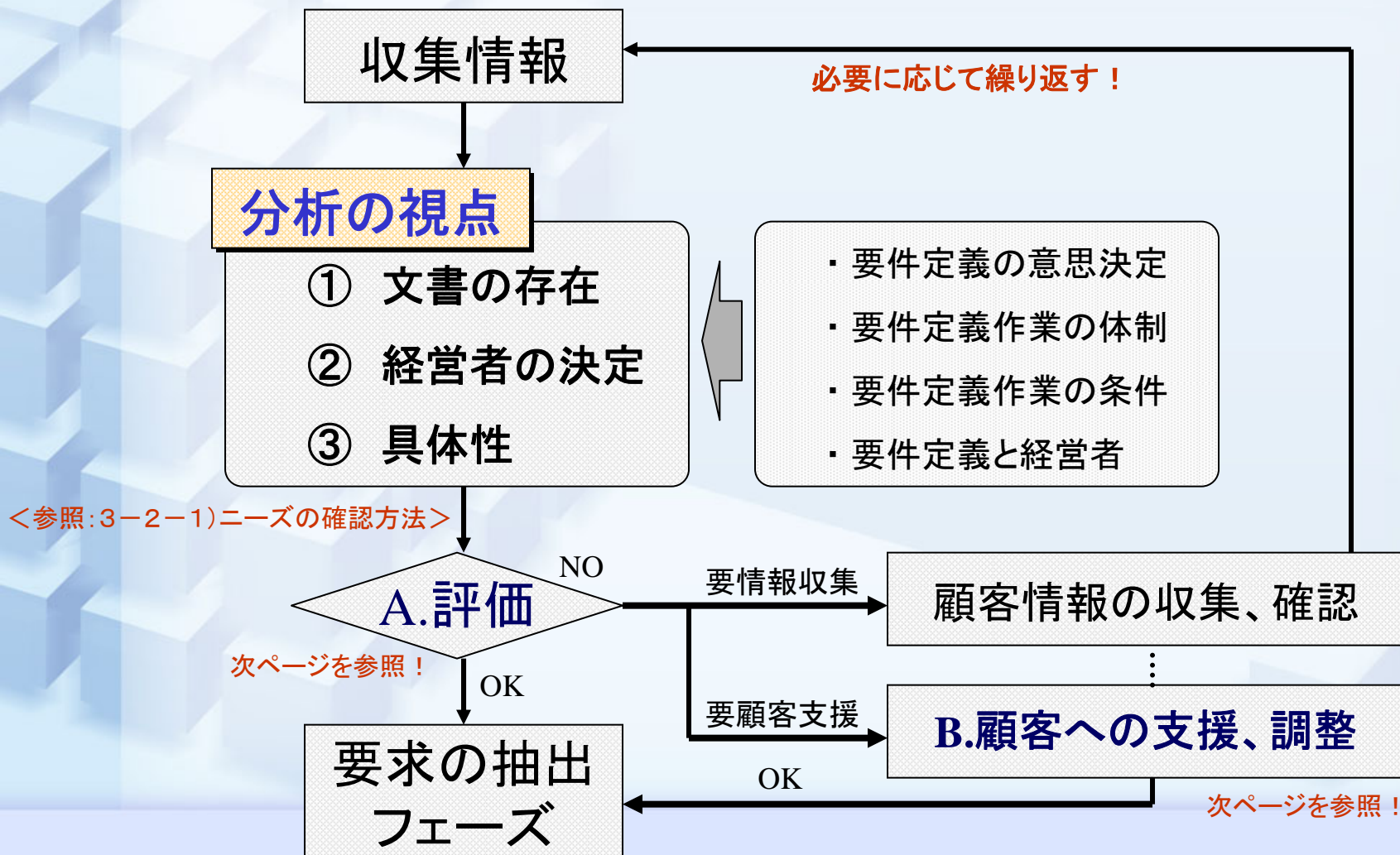
3-1 顧客情報の収集と評価

1) 顧客情報の収集



3-1 顧客情報の収集と評価

2) 顧客情報の分析



3-1 顧客情報の収集と評価

3) 顧客情報の評価

大事な行為です。
作業成果の成否を
決めます。

A.評価 ——— 情報分析の結果、次の点での評価を行う。

- ・ 要件定義作業における顧客の弱点を明らかにする。(参照:3-1-1)顧客情報の収集)
- ・ 今後の作業と成果物に関するリスクを整理する。
- ・ 要件定義の基本手順の組立て(作業詳細)を行う
- ・ 作業メンバーのアサイン条件(スキル・知識)を整える。

B.顧客支援 — 要件定義作業がスムーズに行えるための支援を行う。

a. 要件定義の意思決定、体制

- ・ 情報提供、事例紹介
- ・ 課題整理／「意思決定」整理、課題解決策

b. 研修カリキュラム

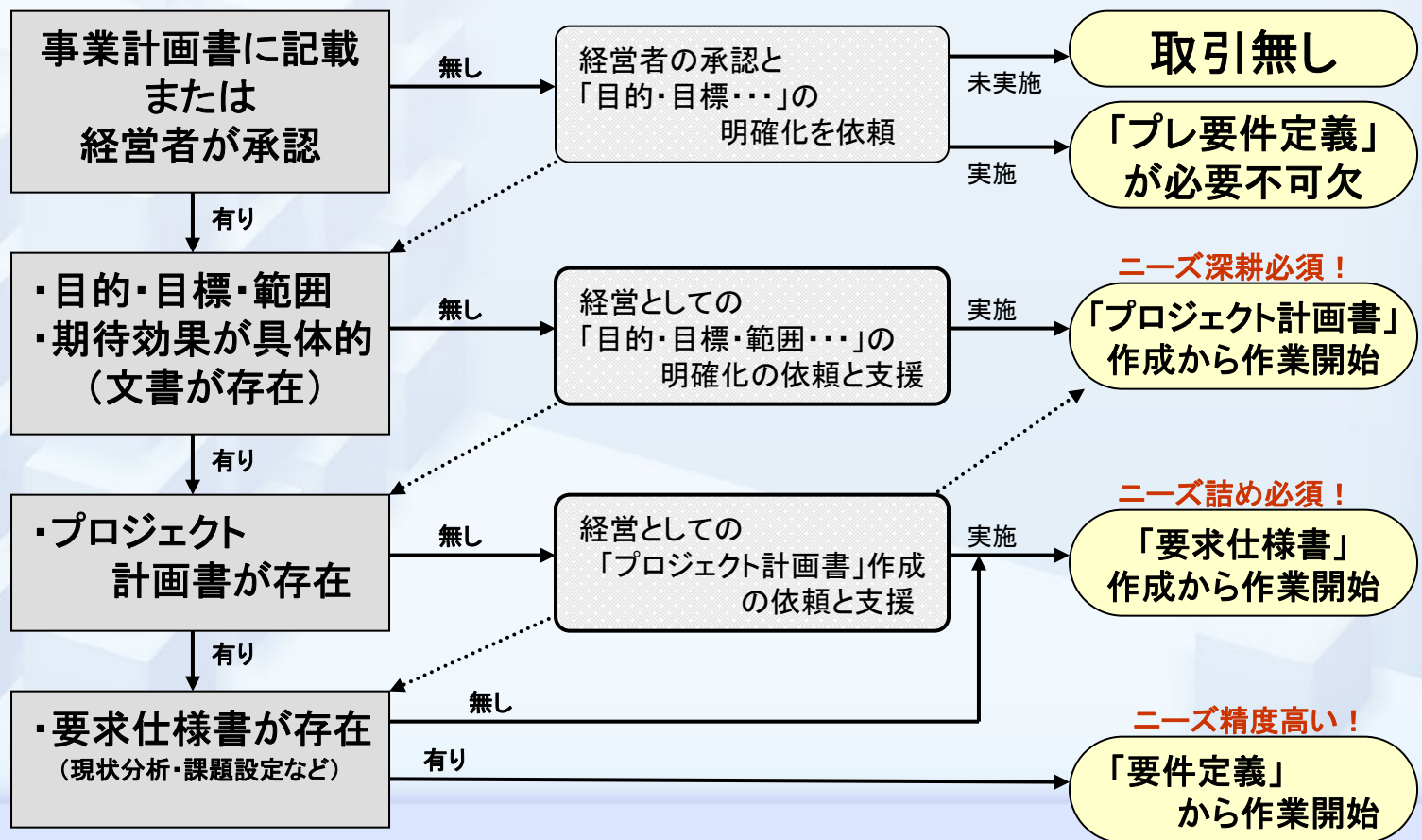
- ・ 経営者・管理者向け(情報処理の役割・他)
- ・ メンバー向け(成功事例・他)

第3章. 顧客情報と顧客ニーズへの対応

3-2 顧客ニーズの確認と分析

1) ニーズの確認方法

- 顧客のシステム構築計画(パッケージ導入を含む)に対する「意思の固さ」を確認することは、見積なり要件定義作業の内容を決める要因になる。



3-2 顧客ニーズの確認と分析

2) ニーズの背景・理由

- 「ニーズの精度」をより一層確かなものにするのと、システム構築の基本条件を押さえることも大事である。

① システム構築の動機

- ・ 事業競争力の強化(他社との差別化・業界変化への対応)
- ・ 事業基盤の強化
(業務の効率化・営業支援・顧客サービスの向上・情報活用)
- ・ 現行システムが古い
(事業・業務とのギャップ発生、社会条件への不適合)

② 起案者

- ・ 経営者の参画度合い
- ・ ユーザ部門(単一、複数)
- ・ 情報システム部門

③ RFP(Request For Proposal)の存在

- ・ RFP無し
- ・ コンペ(複数社への依頼、選択の理由)
- ・ 1社のみへの依頼(その理由)

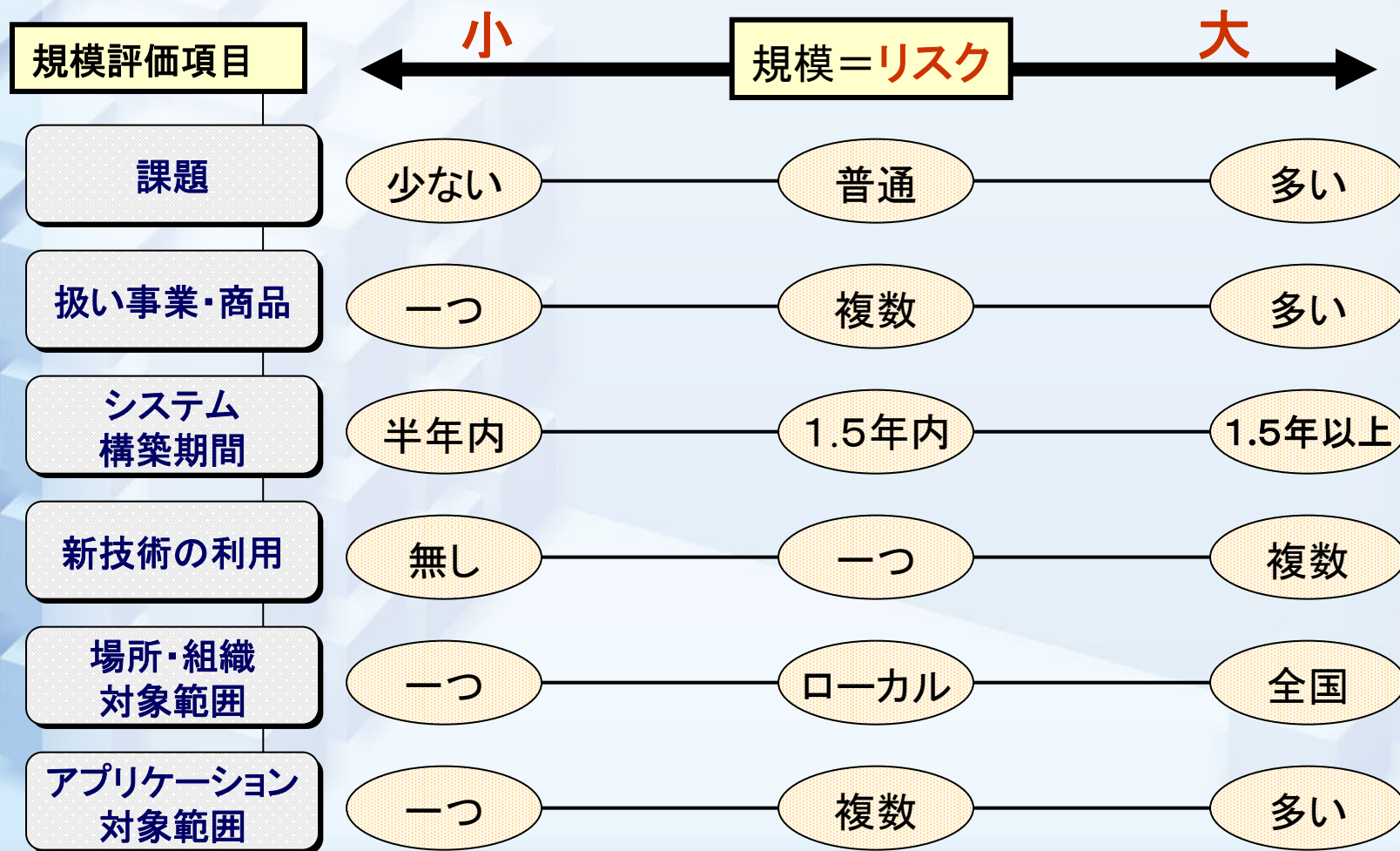
④ 現行システムの取扱い

- ・ スクラップ&ビルド、一部有効活用

第3章. 顧客情報と顧客ニーズへの対応

3-2 顧客ニーズの確認と分析

3) ニーズの規模



● 「右」の方の項目数が多くなればなるほど、危険要因=リスクが大きくなる。

3-2 顧客ニーズの確認と分析

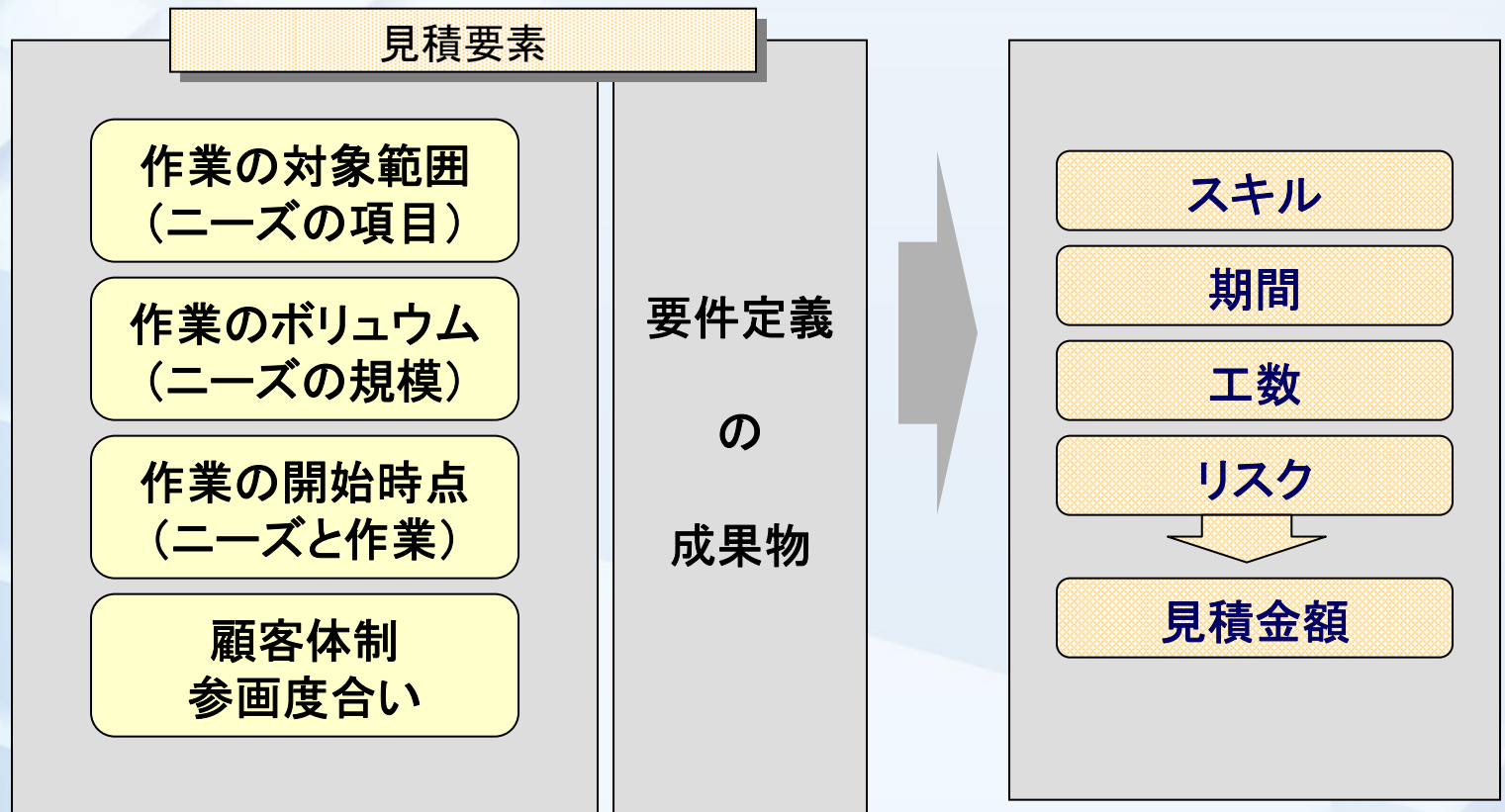
4) ニーズと作業開始時点

- 「ニーズの確認方法・項目・背景・規模」などの見極めをして、作業の開始 時点を決めることが、要件定義の成果物と見積にとって重要である。

作業フェーズ	内容	作業開始の時点			
		1	2	3	4
プレ顧客支援	<ul style="list-style-type: none"> ・「目的・・・」の明確化 ・経営承認の手助け ・プロジェクト計画の作成 	○			
ニーズの整理	<ul style="list-style-type: none"> ・目的達成のためのニーズ整理 	○	○		
要求仕様対象の特定	<ul style="list-style-type: none"> ・要件定義、問題解決の必要範囲と項目の整理 	○	○	○	
要件定義	<ul style="list-style-type: none"> ・要件定義の作業 	○	○	○	○
設計カスタマイズ	<ul style="list-style-type: none"> ・システム設計、カスタマイズなどの作業 	○	○	○	○

3-2 顧客ニーズの確認と分析

5) 見積の要素





定量的効果

- 人員削減、抑制、増員吸収
- 時間削減、抑制、増大吸収
- 費用削減、抑制、増大吸収
- 顧客サービスの向上(納品率・欠品率・・・)
- 作業生産性の向上(稼働率・歩留り・・・)
- 売上増大、利益増大、粗利増大

定性的効果

- 事業基盤の強化、事業拡張/新規事業の対応
- 競争優位の強化、差別化の実施
- 顧客満足度の向上
- 情報活用基盤の提供(情報共有・情報流通)
- 情報リテラシーの向上(情報統計・情報分析)
- 業界標準(例:EDI・取引条件)への対応