

Osnove IIBA Core Concept Modela (BACCM)

Povzetek:

BACCM je osnovni koncept v IIBA poslovnih pristopih. Sestavljen je iz šestih enakovrednih elementov / pojmov / področij, ki tudi določajo, kaj je IIBA poslovna analitika.

Ključne besede: zahteva, potreba, BACCM, Business Value, Business Need

Vloga: BA, PM, BPM, CEO, CIO, BI

Če je BABOK (<http://www.iiba.org/babok-guide.aspx>) temeljna knjiga BA znanj, predstavlja BACCM metodološki koncept oziroma model delovanje poslovnih analitikov. Namreč na njegovi osnovi lahko gradimo in analiziramo praktično vsak primer iz poslovne prakse, npr. 3D tiskanja v medicini, ki bo prikazan v naslednjem članku. BACCM™ sestavlja 6 enakovrednih elementov:

1. **Need** - Potreba
2. **Stakeholder** - Deležniki
3. **Value** – Vrednost/koristi
4. **Solution** - Rešitev
5. **Context** – Kontekst iz katerega analiziramo + neposredno okolje spremembe
6. **Change** – Sprememba, ki jo povzroči rešitev

Običajno so prikazani v obliki enakokrakega šestkotnika (glej sliko spodaj), kar pomeni, da je njihova uporaba v procesu poslovne analize odprta. Vendar so nas naše praktične izkušnje iz realnih projektov privedle do tega, da smo ga razdelili na **dva (časovna in vsebinska) sklopa**:

1. v prvem sklopu so **NEED – STAKEHOLDER - VALUE** (načrtovane koristi za vsakega deležnika) in
2. v drugega sklopu **SOLUTION - CONTEXT – CHANGE**, ki se ponovno zaključijo z **VALUE** (realizirane koristi).

Slika: IIBA Business Analyst Core Concept Model™ (BACCM™)



Poglejmo zakaj

Praksa (slaba) projektov poslovne analize je pokazala, da prehitro zdravimo v območje rešitve in se ukvarjamo s tehničnimi ter funkcionalnimi zahtevami, ki jih mora imeti rešitev. Premalo časa pa se posvečamo poslovnim potrebam, ki jih moramo izpolniti in iz katerih potem izhajajo tehnične ter funkcionalne zahteve.

Torej, v **prvem krogu** naredimo analizo potreb (Need) in sicer za vsakega identificiranega deležnika v poslovanju. To pomeni, da je potrebno pogledati širše ter zajeti v analizo zunanje in notranje deležnike vseh področij, ki jih vključuje projekt oziroma iniciativa. Ko odkrijemo potrebe vseh deležnikov, pristopimo k analizi in definiciji vrednosti / koristi, ki jih bodo z izpolnitvijo teh potreb (pri)dobili. Poiščemo kvantitativne in kvalitativne vrednosti, mnogokrat tudi opredmetene (tangible) in ne opredmetene (intangible) koristi, ki jih pričakujejo na podlagi initiative oziroma projekta. Določimo tudi kazalnike, ki bodo to vrednost pokazali ter določimo njihove izhodiščne vrednosti.

V **drugem krogu** se nato lotimo oblikovanja oziroma iskanja rešitve, s katero bi »pokrili« identificirane potrebe ter zagotovili načrtovano vrednost / koristi. Pri iskanju rešitve si seveda pomagamo tudi z drugimi tehnikami, kot so npr. LEAN, BPM ali Customer Journey, da najdemo čim več možnih predlogov inboljšav / koristi, izhajajočih iz sprememb s projektom povezanih procesov.

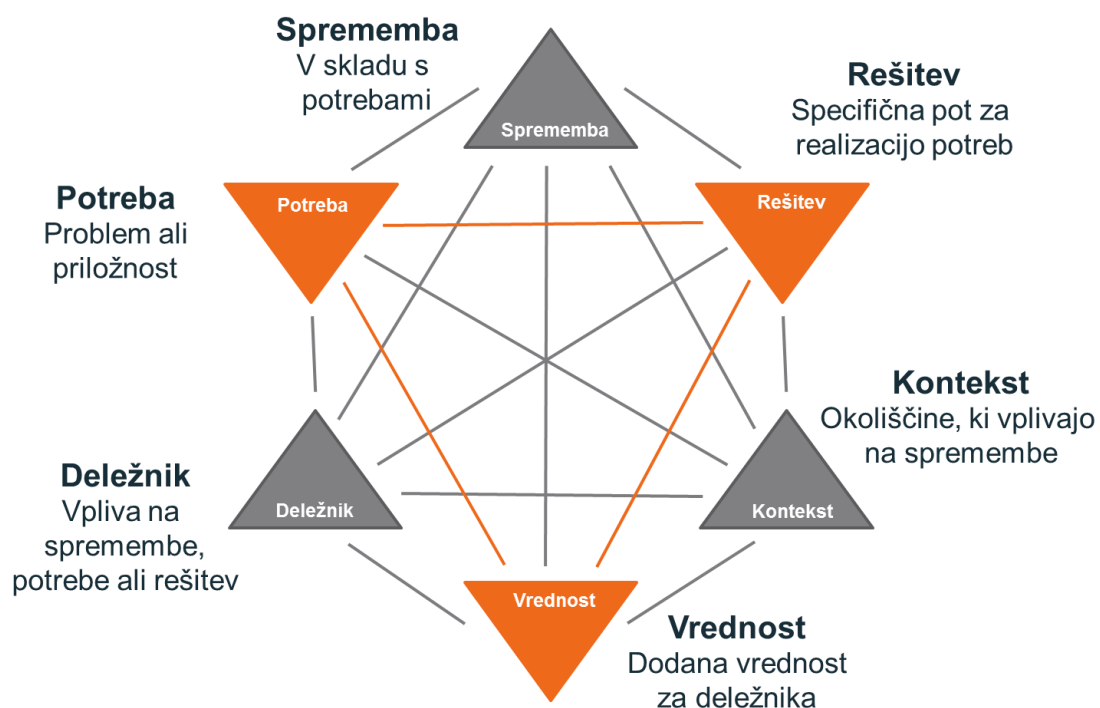
Posebej pozorno identificiramo točke sprememb, ki se v organizaciji zgodijo ob prenovi, tako na organizacijskem in procesnem, kot na IT delu ter še posebej pri vedenju posameznikov, ki so povezani s spremembo. Ključna za to, da bodo

deležniki sprejeli rešitev in spremembe, ki jih ta prinaša, je vidnost uresničevanja načrtovanih koristi zanje.

Po uvedbi rešitve, skozi njeno uporabo in na podlagi izhodiščnih kazalcev, preverjamo razmerje med načrtovano in dejansko realizirano vrednostjo, kar nam, ob upoštevanju stroškov investicije, da končno donosnost projekta.

V primeru odstopanj ali neizpolnjevanja pričakovanj, je potrebno drugi krog ponoviti in dopolniti rešitev ali potrebne spremembe, oziroma preveriti, če se je v času morda spremenilo poslovno okolje, zakonodaja, konkurenca, navade strank ali kaj podobnega, kar je onemogočilo realizacijo načrtovanih koristi.

Slika: IIBA Business Analyst Core Concept Model™ (BACCM™)



Več o **IIBA Business Analyst Core Concept Model™ (BACCM™)** si lahko preberete na spodnji povezavi:

<https://www.iiba.org/ba-connect/2012/October/Creating-the-Business-Analysis-Core-Concept-Model.aspx>

ali izveste v [šoli IIBA poslovnih pristopov](#).