

# Een schot in de roos

Je volgende IT project  
wordt een succes



Luc

# Voorwoord

Dit e-book is geschreven voor iedereen die geen gebruik kan maken van mijn service maar wel zijn volgende projecten wil laten slagen.

De aankondiging van dit boek op LinkedIn luidde als volgt:

Genoeg heb ik ervan...

Voor de zoveelste keer hoor ik van iemand dat hij veel geld heeft uitgegeven aan een stukje IT, in dit geval een website, zonder het gewenste resultaat. Laat nu "het gewenste" maar weg, hij had het geld beter in een put kunnen gooien. Dat had hem minder tijd gekost en het resultaat was hetzelfde geweest.

Ik weet dondersgoed waardoor dit komt en weet dit soort situaties te voorkomen bij mijn klanten door een andere aanpak van softwareprojecten. Omdat ik niet iedereen kan helpen, maar wel iedereen succesvolle projecten toewens ben ik bezig om mijn werkwijze op papier (digitaal) te zetten. Binnenkort kan iedereen mijn kennis, zonder kosten, downloaden.

# Inleiding

## Probleem

Te veel betaald voor een website die tegenvalt?  
Snapt de IT'er niet wat je nodig hebt? Een softwareproject dat veel te duur is geworden?  
Helaas gebeurt dit veel vaker dan nodig, tussen de 35% en 50% van alle IT projecten mislukken en dat terwijl de oplossing vrij eenvoudig is. Benieuwd? lees dan verder.

## Voor wie is dit document

De methode die beschreven wordt in dit document is bruikbaar voor iedereen die een IT project wil laten uitvoeren. Van een simpele website, een maatwerk koppeling tot een compleet ERP systeem.

# Wat kan ik voor jou doen

In de tijd dat ik in loondienst zat heb ik vele projecten zien falen of veel duurder en groter zien worden dan initieel begroot. Dat vond ik toen al bizar en ik snapte nooit waar dat vandaan kwam. In loondienst zie je dat niet zo snel omdat je slechts een klein deel van het project onderhanden neemt. Als ZZP'er ligt de hele verantwoordelijkheid bij jezelf, van het inventariseren van de wensen en eisen tot en met de oplevering en ondersteuning. Dat geeft veel vrijheid en gaf mij ook inzicht in de oorzaken van bovenstaande problemen. Deze inzichten heb ik, samen met kennis opgedaan van IT'ers, marketeers, verkopers en eigen ervaring, gebruikt om een eenvoudig framework te maken om softwareprojecten succesvol te laten opleveren binnen de geoffreerde prijs. **Gegarandeerd.**

# Geheel andere aanpak

De aanpak die ik beschrijf wijkt best af van de reguliere aanpak bij IT projecten. Waar de reguliere aanpak uitgaat van features (functies) en de prijs gebaseerd is op uren is mijn aanpak 100% gebaseerd op resultaten en de waarde daarvan. Iedereen houdt zich met zijn eigen specialiteit bezig waardoor de kwaliteit en tevredenheid stijgt, daarnaast wordt de leverancier beloond voor efficiënt werken.

# Duidelijk voorbeeld

In dit hele document wordt de bouw van een website als voorbeeld genomen, dit is gedaan omdat iedereen zich hier een voorstelling van kan maken. De opdracht betreft het maken van een mooie frisse website terwijl deze eigenlijk bedoeld is om extra omzet te genereren en nieuwe inschrijvingen voor de nieuwsbrief aan te leveren. Voor andere IT opdrachten zijn deze doelen natuurlijk totaal anders maar de ideeën en principes blijven hetzelfde.

# Oorzaak

## Waarom gaat het vaak mis

Geen heldere doelen. De oorzaak van eeuwig durende projecten en falende projecten is bijna altijd dat het doel van het project niet duidelijk is. De klant heeft dit niet helder en kan deze daarom ook niet overbrengen op de leverancier. Omdat de leverancier geen algeheel beeld vormt "doet hij gewoon wat gevraagd wordt". De verwachtingen worden niet duidelijk uitgesproken waardoor iedereen vanuit zijn eigen denken bepaalde aannames doet.



# Informatie gesprek

Hieronder volgt een fictief gesprek tussen een opdrachtgever en een website bouwer, de leverancier. Naast wat gepraat over koetjes en kalfjes volgen de meeste gesprekken over een nieuwe website dezelfde flow.

Opdrachtgever: Ik wil graag een nieuwe website, met een frisse uitstraling.

Leverancier: Dat is mijn specialiteit, heb je een huisstijl en wat voorbeelden van websites die je mooi/goed vindt?

Opdrachtgever: Huisstijl laat ik aanleveren, kijk deze 4 websites zou je voor de look-and-feel kunnen gebruiken

Leverancier: Duidelijk, die zien er inderdaad goed uit :). Even over de inhoud, welke pagina's wil je graag hebben?

Opdrachtgever: Home pagina, over ons, natuurlijk moet onze bedrijfsfilm in beeld komen en nog een pagina met producten die wij op dit moment in de aanbieding hebben.

Leverancier: Bij die producten maak ik een linkje naar jullie webshop. Hebben jullie al teksten of zal ik een voorzetje maken?

Opdrachtgever: Maak maar een voorbeeld, op onze huidige site kun je inspiratie opdoen. Daar kun je ook de foto's vanaf halen. Slim van je om vanuit de aanbiedingen een linkje naar de webshop te maken. Kun je ons een offerte opsturen?

Leverancier: Ja, ik denk altijd met de klant mee. Offerte krijg je komende vrijdag in de mail.

# Offerte

De offerte die de leverancier aanlevert bevat of een vaste prijs of een schatting op basis van het verwachte aantal uren en zijn uurtarief. De gewenste functionaliteiten worden benoemd. Daarnaast wordt ook de gebruikte techniek, het gebruikte framework en een opsomming van de te gebruiken bijzondere elementen. Enkele zinnen uit deze offerte kunnen als volgt luiden "De website wordt gebouwd middels een maatwerk CMS gebouwd in PHP", "Door gebruik te maken van ReactJS is de site waar nodig interactief" en "De hoofdpagina bevat een carrousel met 4 afbeeldingen die eens per kwartaal gewisseld worden".

# De oplevering

Nadat akkoord gegaan is met de offerte gaat de leverancier aan de gang en bouwt de gevraagde website. Bij de demo vallen nog een paar zaken op, die worden opgepakt door de leverancier. Met een beetje geluk valt dit nog binnen de offerte. Als de opdrachtgever tevreden is wordt de site live gezet. Bij de 2e demo heeft de opdrachtgever het leuke idee om een contact pagina met chatbot toe te voegen. Hierdoor wordt de prijs al hoger dan de offerte. Bij een offerte met een vaste prijs zal een toeslag berekend worden, anders gewoon meer uren.



# Resultaat

De website wordt opgeleverd, de opdrachtgever is trots want hij heeft een mooie site. En dan gebeurt er iets bijzonders. Er gebeurt namelijk niets, helemaal niets. Er wordt geen enkele keer vanuit de aanbiedingen pagina doorgeklikt naar de webshop en er komen helemaal geen nieuwe inschrijvingen voor de nieuwsbrief? Shit die pagina waren we vergeten, snel nog even laten toevoegen. Nu begint de teller bij de leverancier te lopen en gaat de prijs ver boven de offerte komen. Klant is niet blij, begint te morren, leverancier niet blij want die heeft een zeurende klant.

# Oorzaak

Zie je al waar het mis gaat? De leverancier heeft een mooie site gebouwd die de opdrachtgever goedgekeurd heeft. De opdrachtgever ging er vanuit dat een mooie site genoeg was om zijn doelen te behalen. De leverancier was helemaal niet op de hoogte van die doelen. Had de opdrachtgever aangegeven dat hij 50% meer conversie van zijn website naar de webshop wilde en 30% meer inschrijvingen op de nieuwsbrief dan had de website er waarschijnlijk anders uitgezien en was er misschien geadviseerd om wat reclame of social media uitingen te doen.

# Oplossing

## Duidelijk krijgen doelen

Het is natuurlijk logisch dat duidelijke doelen absoluut noodzakelijk zijn voor goed eindresultaat. Als opdrachtgever denk je te weten wat je doelen zijn, je hebt deze al geanalyseerd en zelfs al nagedacht over de oplossing. Als de oplossing bestaat uit een stuk software of website wordt een IT'er gezocht, er wordt verteld wat de opdracht is. De IT'er, leverancier, stelt wat vragen en begint te bouwen. Met regelmatig overleg wordt een oplossing gebouwd die voldoet aan de vraag maar waarmee het probleem niet helemaal of helemaal niet opgelost wordt. Uitdrukking als "In de IT gaat alles automatisch maar niets vanzelf" en "Hij (m/v) snapt mij niet" zijn er niet voor niets.

Dit hoofdstuk beschrijft hoe deze situatie voorkomen kan worden.

# De oplossing

De oplossing van dit probleem bestaat uit een paar delen. Als eerste moet de opdracht met alle doelen op papier gezet worden, daarvoor worden tips gegeven en achterin dit boek staat een template die hiervoor gebruikt kan worden. Daarna moet de opdracht duidelijk gemaakt worden aan de leverancier, dit kan met behulp van de template. Hierna moet de leverancier deze doelen realiseren, zonder bemoeienis van de opdrachtgever.

Vertrouwen van beide partijen is hierbij van groot belang, ieder zijn vak. Het resultaat is **succes**

## Doel

Het doel van een onderneming is altijd om geld te verdienen. Dat kan voor de eigenaar/aandeelhouders zijn maar ook voor een goed doel. Zonder geld geen onderneming. Een IT opdracht is altijd bedoeld om, direct of indirect, geld op te leveren. Dat kan zijn door extra omzet, het verminderen van de benodigde manuren, het verhogen van de nauwkeurigheid. De kunst is de om de opdracht zodanig duidelijk te krijgen dat de leverancier snapt wat nodig is.

# Bepalen doelen

Laat je idee los. Begin met het bepalen van het uiteindelijk doel. Dat lijkt eenvoudig maar vaak zit dat toch dieper verstopt dan je denkt. Je wilt een nieuwe website, waarom?

1. Omdat je huidige al een paar jaar oud is
2. Iedereen in de markt heeft pas een nieuwe website
3. Je hebt gehoord dat foto's van personeel zorgen voor een betere band met je klanten
4. De website kan gebruikt worden om meer mensen naar de nieuwsbrief te lokken
5. Je kunt nieuwe producten op de website showen
6. De stijl van je webshop en website verschillen te veel

Per punt moet je nu gaan kijken of dit daadwerkelijk bijdraagt aan een beter bedrijfsresultaat, want daar draait het om. Punten 1, 2, 3 en 6 zorgen niet of hooguit marginaal voor een beter bedrijfsresultaat. Puntje 3 en 6 laat je dus meenemen in de opdracht maar zijn niet het doel. Blijven over de nieuwsbrief en het pushen van producten.

Levert een nieuwsbrief geld op? In een aantal gevallen is dat inderdaad het geval. Als dat bij jou bedrijf zo is of je het een model bedacht waarbij dat zo gaat worden dan is dit een correct doel.

Levert het tonen van producten geld op? Nee niet echt, behalve als deze producten gekocht worden door klanten. Dit zal dus direct, link naar webshop, of indirect via een marketing campagne of zo moeten.

# Concreet maken

Nu we de doelen bepaald hebben kunnen we verder met het concreet maken van de doelen. Dat is nodig om aan het einde te beoordelen of de opdracht succesvol opgeleverd is of niet. Daarnaast is dit ook bepalend voor het budget, als je 10% extra omzet verwacht op de producten die je aanprijst via je website kun je vrij nauwkeurig je extra winst bepalen en daarmee ook de maximale prijs van deze opdracht. Is de opdracht duurder dan de verwachte maximale winst dan zorgt deze opdracht voor verlies en moet het doel aangepast worden of de opdracht zal goedkoper of zelfs geannuleerd moeten worden.

# Nice to haves en Must haves

Bij klassieke project inventarisaties wordt vaak gesproken over "must haves" en "nice to haves" wat eigenlijk heel raar is als je erover nadenkt. "Nice to haves" zijn zaken die wenselijk zijn maar niet noodzakelijk. Deze zaken echter zijn niet voor niets wenselijk. Ze verbeteren het product op de een of andere manier waarmee ze bijdragen aan het realiseren van het doel. Daarom moeten ze gewoon opgenomen worden in het project. Dragen ze niet bij aan het gewenste resultaat maar vormen ze wel een verbetering van het product op een andere manier dan moeten ze in een ander project opgenomen worden.

# Controle

De volgende stap is controleren of we nog op de goede weg zijn. Dit lijkt overbodig omdat de doelen van het project bepaald en concreet gemaakt zijn. Toch komt het geregeld voor dat je van het ene idee in het andere rolt en uiteindelijk helemaal afdwaalt van het werkelijke doel. De controle is vrij eenvoudig.

Stel de volgende vraag "Wanneer is dit project een schot in de roos?" En wees dan heel eerlijk; het antwoord zal iets zijn als "Bij 700 aanmeldingen voor onze nieuwsbrief binnen 6 maanden", "10% extra omzet uit de webshop", "Als ik spontane complimenten krijg van klanten". Houd deze antwoorden eens tegen de doelen aan en kijk of deze overeenkomen? Zo ja, ga verder je bent op de goede weg. Zo nee, begin opnieuw met het bepalen van de doelen.

# Randvoorwaarden

Nadat de doelen van een project bepaald zijn volgt het vastleggen van de randvoorwaarden. Dit zijn zaken die niet bijdragen aan het doel maar wel noodzakelijk zijn. Het is belangrijk om alle randvoorwaarden op te nemen in de opdracht. Ten eerste zorgt dat voor duidelijkheid, voorkomt het verrassingen en het zorgt ervoor dat deze zaken makkelijk gecontroleerd kunnen worden.

## Wat zijn randvoorwaarden

Randvoorwaarden zijn zaken waaraan het project moet voldoen maar die niet uit het doel blijken. Dit kan op ieder willekeurig gebied zijn, totaal afhankelijk van het type project en de omstandigheden. Deze zijn onder te verdelen in verschillende gebieden die hieronder besproken worden met enkele voorbeelden.

# Wetgeving

In sommige gevallen legt de wetgever bepaalde eisen op waaraan producten moeten voldoen, deze dragen vaak niet bij aan een beter financieel resultaat, in tegendeel, maar ze zijn weldegelijk heel belangrijk. Toch moeten deze zaken opgenomen worden bij de uitvoer van het project. Hier volgen enkele voorbeelden waar iedereen zich wel een voorstelling bij kan maken:

1. Toegankelijkheid eisen van een website. In sommige landen/diensten moet een website aan richtlijnen voldoen voor mensen met verminderde oogfunctie, dit kan relatief duur zijn om te bouwen en weinig tot geen extra omzet leveren.
2. Voedselveiligheid, producten die gebruikt worden in de voedselindustrie moeten aan diverse eisen voldoen. Denk aan traceerbaarheid van geleverde producten.

Dit zijn zaken die voor een opdrachtgever volkomen logisch zijn, maar voor een leverancier vaak niet. Controleer zelf goed wat relevant is voor een opdracht, dat is veel gemakkelijker voor de opdrachtgever vanwege de bekendheid in de sector.



# Bedrijfsregels

Bij ieder bedrijf gelden regels en stijlen waaraan opdrachten moeten voldoen. Bij grotere bedrijven is dat vaak formeel geregeld bij kleinere bedrijven zit het in het hoofd van de mensen. Hierbij valt te denken aan:

1. Huisstijlen, de website moet natuurlijk dezelfde look and feel hebben als de webshop.
2. Vertalingen, in welke talen moet een product beschikbaar zijn.
3. Beschikbaarheid, welke beschikbaarheid moet een dienst hebben. Is het erg als een website 10 minuten offline is bij een update?
4. Techniek, vaak is het gewenst dat de gebruikte techniek aansluit op de in het bedrijf reeds gebruikte technieken. 1 Linux server in een bedrijf dat verder volledig op Windows draait lijkt niet problematisch, echter is de beheer en onderhoudskennis voor Linux dan vaak niet op hetzelfde niveau als Windows waardoor het toch een probleem kan zijn.

Dit zijn vaak punten waar zowel de opdrachtgever als de leverancier aan denken, een leverancier zal misschien nog aan zaken denken waar de opdrachtgever niet aan gedacht heeft.

# Praktische vereisten

Hieronder vallen alle punten die belangrijk zijn voor het gebruik van een product. Een computer die in een productieomgeving geplaatst wordt zal bijvoorbeeld extra robuust zijn of moet gereinigd kunnen worden met bepaalde chemicaliën. Ook dit zijn punten die zowel door de opdrachtgever als de leverancier aangedragen kunnen worden.

# Overdracht

## Hoe verder

Als bekend is waarom we iets willen laten bouwen en waaraan dit moet voldoen is de volgende stap een leverancier zoeken die dit gaat uitvoeren. Hierbij is het even opletten, de meeste leveranciers zijn niet gewend om op deze manier te werken. Meestal wordt gewerkt op basis van uurtje-factuurtje of een "vaste prijs" + meerwerk, de hier beschreven methode gaat vragen opleveren. Hieronder beschrijf ik de verschillen met de reguliere aanpak. Deze kunnen met een leverancier besproken worden waardoor zijn ogen misschien ook geopend worden.

Als een leverancier niet op deze manier wil werken, geeft hij impliciet aan dat hij niet kan garanderen dat hij de opdracht succesvol kan volbrengen binnen een realistische tijd. Als de opdracht toch door deze leverancier uitgevoerd worden kan dat op 2 manieren tegenvallen:

1. Resultaat is niet naar verwachting
2. Prijs van de opdracht wijkt erg af van de offerte en dan niet in de gunstige richting

# Het grote verschil

Waarom rekenen de meeste leveranciers per uur? Dat gebeurt omdat klanten vaak dingen wijzigen of toevoegen tijdens een traject. Daardoor kan een leverancier geen goede inschatting maken en loopt hij dus een groot risico. Bij de beschreven methode kan dit niet gebeuren. We hebben immers beschreven wat we willen bereiken en de leverancier hoeft alleen dat uit te voeren. Als jij, als klant, bepaalde wensen hebt die niet vooraf beschreven zijn, bijvoorbeeld een carousel met verschillende afbeeldingen op de homepage, dan kan de leverancier vragen "Hoe zorgt dit voor 10% extra verkopen?". Is het antwoord "Tja weet ik niet, maar ik vind het gewoon mooi." dan gebeurt het niet. Is een doel "Zorgen de klanten de juiste informatie krijgen" en de klant wil deze OOK in PDF formaat krijgen, dan zorgt dit wel voor het beter halen van het doel en moet dit gebeuren. Dat is iets van de leverancier op voorhand had kunnen weten. Doordat de leverancier hier een redelijk hard veto in krijgt heeft hij de scope van het project zelf in de hand. Hierdoor kan hij een duidelijk offerte maken. Omdat de doelen allemaal te controleren zijn ontstaat achteraf geen discussie over de het resultaat. 10% extra omzet is meetbaar, extra inschrijvingen voor de nieuwsbrief zijn meetbaar, klanten die de juiste rapportages krijgen is verifieerbaar.

Doel gerealiseerd, project afgerond. Is het doel echter niet gerealiseerd dan kan de leverancier nog wat aanpassingen doorvoeren, uiteraard zonder extra kosten. Dit stimuleert de leverancier om jou als klant in 1x tevreden te stellen, iets waar beide partijen baat bij hebben.

## Verantwoordelijkheid

Bij de hier beschreven methode vertrouw je als klant 100% op de leverancier. Hij is de specialist die weet wat nodig is om het het doel te behalen. Door dit vooraf duidelijk te bespreken leg je de verantwoordelijkheid van het specificeren van het doel bij jezelf, het maken van de tools bij de leverancier. Natuurlijk is communicatie belangrijk en de leverancier kan misschien schaven aan de doelen VOORDAT de opdracht begint, net zoals de klant goede input kan leveren voor het behalen van de doelen, maar iedereen heeft zijn eigen verantwoordelijkheid. Als een van de doelen is extra verkopen te realiseren middels verwijzingen van de website naar de webshop, kan de leverancier aangeven dat gerichte reclames ervoor nodig zijn om de gewenste verkopen te halen. Dat dient dan uiteraard opgevolgd te worden.

Het is bij deze werkwijze van belang om de leverancier te vertrouwen en zijn gang te laten gaan, sommige klanten vinden dat moeilijk en het is ook niet intuïtief. Besef echter dat de leverancier afgerekend wordt op het behalen van de gestelde doelen en dat hij er alles om deze te behalen.

# De overdracht

Als je met de leverancier samenzit om de de opdracht te bespreken, maak dan in het begin duidelijk dat je doelen hebt en dat het project daarop gestuurd wordt. Het is voor een leverancier heel verhelderend als dit duidelijk wordt. Laat hem daarna de reis zien van eerste idee tot volledige beschrijving van de doelen, het template aan het einde van dit boek kan daarbij helpen. Door het laten zien van het proces krijgt de leverancier een veel beter begrip en is hij ook beter in staat om te beoordelen wat nodig is om doelen te halen.

Laat de leverancier vervolgens een offerte maken, altijd een vaste prijs vragen. Aangezien je van je doelen weet hoeveel deze opleveren kun je de offert heel snel beoordelen.

# Scrum

Geeft een leverancier aan volgens het Scrum principe te werken en daar niet vanaf te wijken dan kan deze opdracht niet met deze leverancier uitgevoerd worden. Scrum staat namelijk lijnrecht tegenover deze methode. Je geeft een leverancier een bepaald bedrag en die kijkt welke punten voor dat bedrag uitgevoerd kunnen worden zonder enige vorm van garantie. Waar gebeurd verhaal: een klant van mij wilde een app laten ontwikkelen, de gevraagde leverancier zei tijdens het gesprek letterlijk "We beginnen met 1 sprint, ongeveer 20K, dan zien we hoe ver we komen. Als het niet voldoende is plakken we er nog een sprint achteraan". Je geeft hiermee een leverancier carte-blanche om projecten op te blazen, want als het na 2 sprints nog niet klaar is ben je bijna verplicht om sprint 3 ook nog te pakken. Doe je dat namelijk niet, dan heb je 2 sprints betaald zonder resultaat. Uiteindelijk heeft een ZZP'er deze opdracht voor 6500 gedaan.

Dat een bedrijf intern met Scrum werkt is prima, bij sommige bedrijven geeft dat prima resultaat. Zolang jij maar een vaste prijs krijgt voor een vaststaand resultaat.



# Bepalen doelen

## Extra tips bij het bepalen van de doelen

Eerder hebben we het bepalen van de doelen al besproken. Soms is het inderdaad voldoende om een half uurtje na te denken om de daadwerkelijke doelen te bepalen. In andere gevallen is het niet zo eenvoudig als beschreven. Daarom volgen hieronder een paar tips die kunnen helpen.

## Beperk het aantal tot 1 max 2

Hoe minder doelen je stelt aan een project hoe beter. Meerdere doelen zorgen voor afleiding, onduidelijkheid en gebrek aan focus. Liefst 1 doel per opdracht, hoewel 2 soms ook kan als deze gerelateerd en verweven zijn. Zijn er meerdere doelen dan kun je de opdracht opsplitsen. Het laten bouwen van een website waarmee je de verkopen verhoogt, je medewerkers introduceert, je nieuwsbrief promoot, een live chat aanbied enz wordt al snel een allegaartje van losse zaken. Dit zou je kunnen opsplitsen in een aantal losse projecten:



1. Bouw website, met onderstaande doel en randvoorwaarden:

1. DOEL: Voorstellen bedrijf aan potentiële nieuwe klanten, zorgen dat bezoeker gemiddeld 1 minuut op de site blijven en minimaal 3 pagina's bezoeken. De waarde hiervan zijn extra klanten, per nieuwe klant minder druk op CS omdat het bedrijf al bekend is.

2. RANDVOORWAARDE: Basis leggen voor de uitbreiding van de digitale verkopen. De waarde hiervan is duidelijk, dit geeft de mogelijkheid tot extra verkopen en extra inschrijvingen voor de nieuwsbrief

3. RANDVOORWAARDE: Extra modules moeten toegevoegd kunnen worden

4. RANDVOORWAARDE: Teksten en foto's moeten zelf gewijzigd kunnen worden

5. RANDVOORWAARDE: Site moet aan de huisstijl voldoen

6. RANDVOORWAARDE: Site moet gebruik maken van de reeds gebruikte technologie

7. RANDVOORWAARDE: Site moet een beschikbaarheid hebben van 99.9%

Als dit project gereed is hebben we een website die op zichzelf nog niet veel kan maar wel de mogelijkheid geeft om uitgebreid te worden waar nodig.

## *2. Uitbreiden website*

1. DOEL: Promoten nieuwsbrief, zorg binnen 4 maanden na oplevering voor 30% extra inschrijvingen op de nieuwsbrief. De waarde hiervan zit in de mogelijkheid om informatie beter te delen en producten te kunnen promoten
2. RANDVOORDWAARDE: Telefoonnummer is bij inschrijven van de nieuwsbrief gewenst niet verplicht
3. RANDVOORWAARDE: Na inschrijving moet een welkomstmail gestuurd worden welke we zelf aan kunnen passen
4. RANDVOORWAARDE: Na inschrijving wordt een gratis e-book verstrekt, dit moeten we zelf kunnen aanpassen

Na dit project is de site al functioneel en begint waarde voor jou op te leveren, dit gaan we verder uitbreiden met stap 3.

## *3. Promotie webshop*

1. DOEL: 15% Extra omzet van artikel gepromoot op de website. Waarde hiervan spreekt voor zich.
2. RANDVOORWAARDE: Bijhouden via welke weg deze omzet gegenereerd worden. Rechtstreeks via de webshop, via advertentie of via de website.

Nu levert de website direct geld op en kunnen we de laatste functionaliteit gaan maken.

#### *4. Live chat*

1. DOEL: Per gebruiker 30% minder druk op customer service. Het toevoegen van live chat met enige vorm van intelligentie en verwijzing naar de juiste FAQ artikelen levert direct geld op

2. RANDVOORWAARDE: De klant (jij dus) levert een volledige FAQ aan, welke regelmatig bijgewerkt wordt.

Nu is de site in 4 stappen helemaal bijgewerkt en voldoet aan alle wensen en eisen. Doordat we het geheel hebben opgesplitst in losse delen is ieder deel goedgekeurd en succesvol opgeleverd.

## Waarom, waarom en waarom

Het uiteindelijk doel van een project is het oplossen van een probleem waardoor je organisatie meer waarde kan creëren. Omdat je zelf nagedacht hebt over een oplossing heb je al stappen gezet, hierdoor is het oorspronkelijke probleem niet altijd even duidelijk.

Voor jouzelf misschien nog wel, maar voor iemand die de opdracht moet uitvoeren misschien helemaal niet meer. Om het echte doel te bepalen is het vaak voldoende om herhaaldelijk de vragen "waarom?", "wat maakt dat uit?" te blijven beantwoorden.

We willen een nieuwe website

Waarom? *\*Onze grootste concurrent heeft ook een nieuwe website*

Wat maakt dat uit? *Nu lijkt onze site verouderd*

Wat maakt dat uit? *Hij komt nu hoger in Google*

Wat maakt dat uit? *Omdat hij zijn webshop promoot op zijn website gaat hij klanten van ons afpakken*

Nu zijn we in 4 stappen bij het doel, zorgen dat onze klanten niet overstappen naar de concurrent. Het doel van dit project is dus het op peil houden van de verkopen en je marktaandeel. Als middel heb je hiervoor een nieuwe website bedacht. Je schat dat de concurrent op deze manier 3000 euro per maand van je resultaat af weet te halen, een oplossing is dus het eerste jaar 36000 euro waard. Misschien is dat de oplossing, maar het kan ook heel goed dat de leverancier van deze opdracht met een ander idee komt. Zijn voorstel zou bijvoorbeeld kunnen zijn:

Zorgen voor 10% extra omzet door onderstaande punten aan te pakken:

1. Bij de integratie van website naar webshop duidelijkere call-to-action toevoegen
2. Webshop gebruiksvriendelijker maken waardoor bezoekers vaker hun koop afronden
3. Google reclames analyseren en verbeteren

Deze punten worden gerealiseerd voor 9000 euro waarbij de garantie wordt gegeven dat de 6 maanden na oplevering de omzet per maand 10% hoger ligt dan dezelfde maand 1 jaar eerder.

Uiteraard zitten er nog wat randvoorwaarden bij, wat betreft de artikelen en eventuele acties artikelen en acties om een eerlijk vergelijk te krijgen.

Dit is niet wat je in eerste instantie in gedachte had, je wilde immer een nieuwe website. Die website was een echter middel om je doel te realiseren. De leverancier, veel beter bekend met dit vakgebied, weet echter dat een nieuwe website dat probleem niet oplost en hij geeft aan welke 3 punten WEL de oplossing vormen. Doordat je een vaste prijs en een garantie afgesproken hebt, vraagt de leverancier meer dan hij eigenlijk op de offerte zou zetten en is de prijs van de offerte misschien hoger dan die van puur een nieuwe website. Echter heb je nu de garantie dat je omzet stijgt en deze investering zich op maximaal 3 maanden terugverdient.

# Maar ik wil een nieuwe website

Heb je geen business case voor een project, je wil gewoon een nieuwe website omdat je genoeg hebt van de oude. Weet je zeker dat dat de reden is en hoeft de nieuwe website op geen enkele manier een positieve bijdrage te leveren aan het bedrijfsresultaat? Dat kan, echter heb je dan niet veel aan de hier beschreven methode. Neem een budget, kies een leverancier hoop op het beste.

# Extra tips

Hieronder volgen nog wat extra tips die kunnen helpen bij het succesvol laten verlopen van IT projecten:

1. Gebruik de template uit het laatste hoofdstuk als hulpmiddel
2. Wees reëel, kijk wat een project kan opleveren.
3. Luister hierbij ook naar een leverancier. Als een ervaren iemand aangeeft dat een doel niet reëel is, dan is dat vaak de waarheid. Misschien kan een andere leverancier wel helpen.
4. Zorg voor een helder doel, dat bij iedereen bekend is en waar iedereen het over eens is
5. Zorg dat de leverancier het doel voor ogen houdt, dat is hetgeen waar hij op afgerekend wordt
6. Zorg dat alle informatie voor aanvang van het project beschikbaar is. Dit geldt voor foto's en teksten die op een website moeten komen maar ook bijvoorbeeld voor specificaties van koppelingen die gelegd moeten worden

Mocht je hulp nodig hebben, dan kun je altijd contact met mij opnemen. Per mail via [luc@feron.it](mailto:luc@feron.it) of per telefoon op 06-15411944.

Bedrijfsnaam

Projectnaam

Datum

Omschrijving

Doelen

1
2

Randvoorwaarden

1
2
3
4
5
6
7
8

Wat leveren wij aan

1
2
3
4
5