

Marketing für Software Test

Jan Overbeck, aristid personalberatung

ATB Expertentreff, 10.9.2014

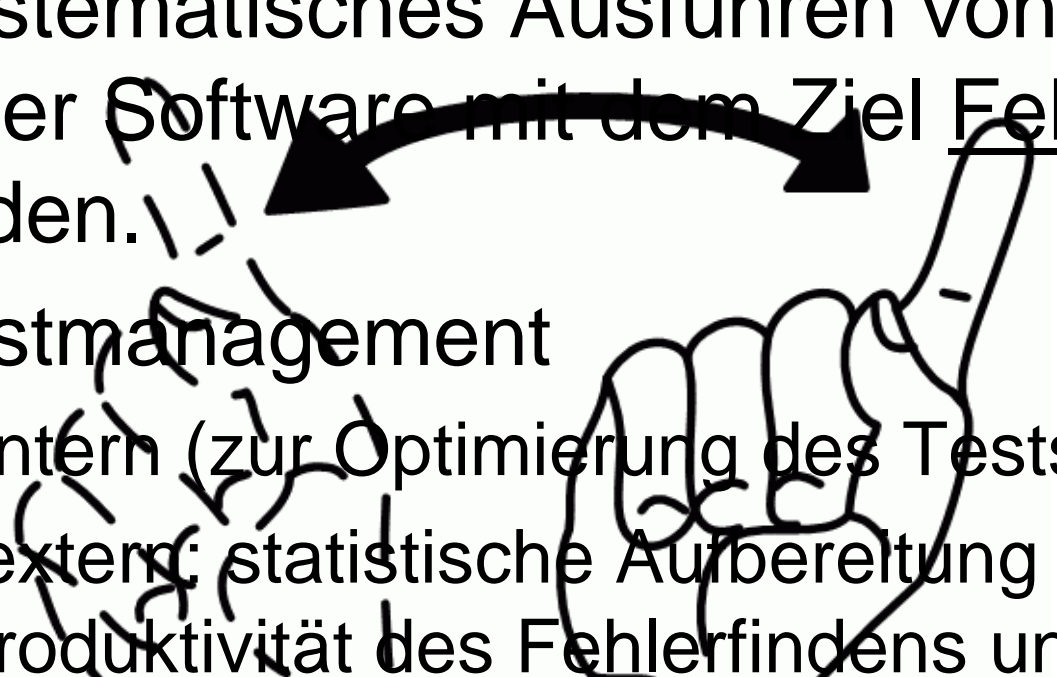
Jan Overbeck

- Informatik-Studium
 - Wieviel Testen kam vor?
- Dissertation „Integration Testing ...“
 - Warum dieses Thema?
- Berater in der Software Entwicklung
 - Wieviel Testprojekte?
- 1998 Gründer und Partner der ANECON
 - ab 2001 (?) Software Testen
 - Wann kaufen Kunden Test-DL?

- seit Ende 2013 Personalberater
 - Führungskräfte-Coaching
 - Management auf Zeit
 - **Personalvermittlung** (die **Richtige** finden)



Was ist Software Test?

- Systematisches Ausführen von (Teilen) einer Software mit dem Ziel Fehler zu finden.
 - Testmanagement
 - intern (zur Optimierung des Tests)
 - extern; statistische Aufbereitung der Produktivität des Fehlerfindens und -behebens
- 

Was ist Software Test?

- Die Möglichkeit, fehlertolerant Software-Projekte durchzuführen
- Die einzige Möglichkeit, Software-Projekte durchzuführen!
- Das Werkzeug, um Software mit einer definierten Qualität herzustellen
- Eine Methode um Projektkosten zu senken
- Eine Methode um die TCO zu senken
 - Beispiel [Ariane V](#)

Was ist Marketing?

- Eine Methode der Unternehmensführung
 - auf Basis der Optimierung der Befriedigung des Kundenbedarfs
- Eine Unternehmensfunktion
 - neben Planung, Einkauf, Produktion, ...
 - Vermarktung einschließlich Vertrieb
- Werbung (hüstel)



Fragen des Marketing

- Wer ist mein Markt / wer ist mein Kunde?
 - a. Anwender / Fachbereich (inkl. Linienmanagement)
 - b. Projektmanagement (inkl. Linienmanagement)
 - c. Entwickler
- Welchen Bedarf haben die Marktteilnehmer?
- Wie befriedigen die Marktteilnehmer den Bedarf aktuell?
- (Wie) kann ich die Situation für die Marktteilnehmer verbessern?
- (Wer macht Marketing?)
- Wo ist mein Markt?

Welchen Bedarf haben die Marktteilnehmer?

a. Anwender / Fachbereich

- kurze time to market
- Kosteneffizienz
- Sicherheit (!)
- nützliche Software
- System tut, was ich brauche UND System tut nicht, was es nicht soll!
- definierte Qualität

b. Projektmanagement

- kurze time to market
- Kontrolle
- Kosteneffizienz
- Sicherheit

c. Entwickler

- Effizienz
- Kreativität
- Innovation
- rasches, wertschätzendes, konstruktives Feedback

Unternehmensführungsmethode Marketing

➤ Testunternehmer

- Markt / Kunde: Projektmanagement, (Anwender)
- Produkt und Angebot daran ausrichten
- Dienstleistung daran ausrichten

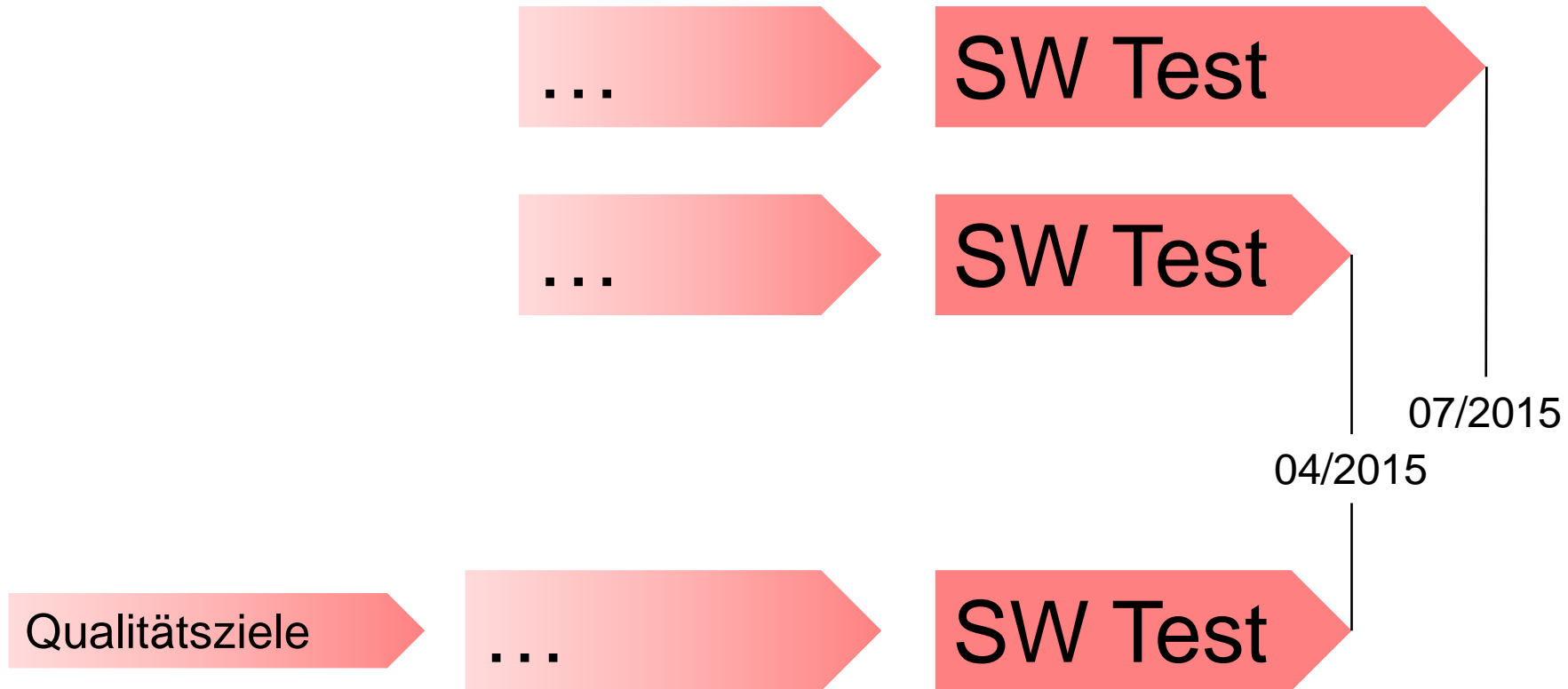
➤ Testmanager

- Markt / Kunde: Anwender, Projektmanagement, (Entwickler)
- Testplanung daran ausrichten
- Reporting daran ausrichten

➤ Tester

- Markt / Kunde: Entwickler, Anwender
- Testen daran ausrichten
- Feedback, Kommunikation daran ausrichten

Beispiel: Projektplan



Unternehmensfunktion Marketing

- systematische Informationsgewinnung über Marktgegebenheiten
- Marketing-Mix (4P)
 - Product (Produkt)
 - Price (Preis)
 - Promotion (Kommunikation)
 - Place (Vertriebspolitik)
 - +10P (Spezialwissen)

Marktforschung

- Wer ist mein Markt / wer ist mein Kunde?
- Welchen (veränderten) Bedarf hat er?
- Wie erkenne ich diesen Bedarf?

Product (Produkt)

- Die Produktpolitik bestimmt die Kombination und Variation der DL-Eigenschaften
 - Sortiment
 - Qualität
 - Verpackung
 - Innovationsmanagement
 - Markenmanagement

Price (Preis)

➤ im Rahmen dieses Vortrages nicht relevant

➤ Side step:

➤ Was kostet Testen?

➤ Was kostet nicht Testen?

Promotion (Kommunikation)

- Komponenten
 - Werbung
 - Verkaufsförderung
 - Verkauf
 - Sponsoring
 - Messen
 - Veranstaltungen
 - Öffentlichkeitsarbeit
- Kanäle
 - Social Media
 - PR
 - TV
- Corporate Identity, Marke, Gedächtnisanker

Werbung

- Kommunikation des Nutzens
- Kommunikation attraktiver Mythen
- bereits gute Praxis: Story Telling
 - Beispiel Ariane V
 - Beispiel Denver Koffer Debakel

- Wo soll die Werbung gehört werden?!?

Das Denver Koffer Debakel

- **Bei der Neueröffnung des Flughafens in Denver sollte voll automatisches Gepäcksystem verwendet werden. 300 Computer, Laserscanner, Photozellen, Ethernet-Netzwerk. Eröffnung des Flughafens wegen Fehler im Gepäcksystem um 16 Monate verspätet. Zerquetschte, verlorene Koffer usw. Wieder Gepäck-Sortierung per Hand nötig. Verlust: ca. 3.2 Milliarden Dollar.**

Teilursache:

Zu viele Nachrichten über Ethernet.

Sortier-Anweisungen kamen nicht rechtzeitig wegen Überlastung des Netzwerks (LAN).

Gesamtproblem zu komplex.

Sponsoring

- Teambuilding-Event für das Projektteam mit Spaghetti vom Test-Team
- kreativ sein
- wahrgenommen werden

Veranstaltungen

- Besuchen Sie keine Testkonferenzen!
- sondern andere!!
- Entwicklerkonferenzen
- Welche Konferenzen besuchen meine Anwender?

- Präsentieren Sie keine High-End Erkenntnisse sondern Basics plus Nutzen plus attraktive Mythen

Öffentlichkeitsarbeit

- Beiträge in Online-Communities
 - nicht Test-Communities, sondern andere!!
- Artikel
 - nicht in Test-Magazinen, sondern in anderen!!
- Print-Werbung
 - Geschicht'1 Der Standard

Marke

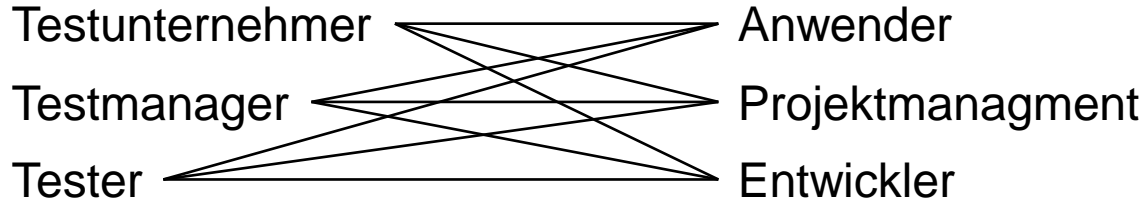


Corporate Identity / Marke / Anker

- Wer ist „wir“
 - Die MA einer Testfirma
 - Die Tester in einem Projekt
 - Die Mitglieder einer Organisation zum Thema Testen
- Seien Sie erkennbar
- Seien Sie wiedererkennbar
- Setzen Sie Anker
 - Beispiel Kleidung / Outfit / Black Team
 - Beispiel Hausbesetzer

Place (Vertriebspolitik)

- Vertriebspolitik bestimmt, wie die (Ergebnisse der) Dienstleistung zum Kunden gelangt.



- Offshoring
- Einbinden des Fachbereichs
- Kommunikation von Fehlern
- Kommunikation von Management-Informationen

Kernbotschaften

- Denken Sie nicht wie Tester, sondern wie Ihre Kunden!
- Machen Sie Marketing da, wo die Kunden sind!
- Machen Sie sich (wieder)erkennbar!
- Bleiben Sie in Erinnerung!
- Seien Sie kreativ!