

# Steigerung der Nachhaltigkeit und Kundenbindung mittels Release-Notes

Studiengang: MAS Digital Health

Das Ziel dieser Arbeit ist eine Steigerung der Nachhaltigkeit und der Kundenbindung durch eine Neupositionierung der Release-Notes von synedra IT GmbH. Der Autor hat in Erfahrung gebracht welche Anforderungen von Seiten Kunden ausgehen, welches Optimierungspotential bei dem Arbeitsprozess besteht und welche Änderungen für die Zielerreichung erforderlich sind.

Der Themensponsor dieser Arbeit ist die synedra IT GmbH. Sie ist eine Softwareentwicklungs Firma mit der Grundidee eine Plattformlösung zur Archivierung jeglicher Daten im Gesundheitswesen auf den Markt zu bringen. Dabei soll die Lösung allen disziplinspezifischen Anforderungen und Wünschen für eine krankenhausweite optimale Nutzung gerecht werden. Die Produkte von synedra werden stets weiterentwickelt und in einem jährlichen Release-Intervall upgedatet. Zudem folgt zum Release die Erstellung der sogenannten Release-Notes. In diesen Release-Notes sind die wichtigsten und erwähnenswertesten Neuerungen und Features aufgeführt und erklärt. In einem ersten Schritt wurde der IST-Zustand analysiert. Dabei hat der Autor mit einer Prozessanalyse bei synedra gestartet. Somit konnte der gesamte Arbeitsprozess hinter den Release-Notes beleuchtet und in einer Prozesszeichnung dargestellt werden. Parallel dazu wurde mit den beteiligten Personen von synedra eine SWOT-Analyse durchgeführt. Dies half bei der Erkennung der Eigenschaft der Release-Notes. In einem nächsten Schritt wurden die Kunden der synedra angefragt bei der Stakeholder-Analyse teilzunehmen. Die Ergebnisse wurden im Nachgang analysiert und in einer Konklusion dargestellt. Dies half dem Autor ein Kontextdiagramm der Release-Notes in der aktuellen Situation zu erstellen. Im darauffolgenden Schritt erstellte der Autor verschiedene Soll-Varianten. Mit Hilfe der bereits erworbenen Daten war es dem Autor möglich drei Soll-Varianten zu erstellen. Diese wurden anschliessend von Kunden der synedra bewertet. Die Resultate der Verifikation der Soll-Varianten wurde analysiert und in einer Konklusion aufgeführt. Die Ergebnisse dieser zweiten Umfrage verhalfen dem Autor dabei eine gewichtete Nutzwertanalyse zu erstellen. Im Anschluss folgte die Definition der Siegervariante. Als letzten Schritt folgte die Anpassung des Kontextdiagrammes mit der Umsetzung der Siegervariante. Zudem verfasste der Autor eine Empfehlung für den Themensponsor, welche auch die möglichen «next steps» enthielt.

Es hat sich gezeigt, dass hinter den Release-Notes ein aufwändiger Arbeitsprozess steht. Dieser wurde mit einer Prozessanalyse in Erfahrung gebracht und in einer Prozesszeichnung veranschaulicht. Des Weiteren hat die SWOT-Analyse ergeben, dass trotz den Stärken auch viele Gefahren, Schwächen und auch Chancen vorhanden sind.

Die Resultate der Stakeholder-Analyse haben gezeigt, dass die Release-Notes bereits in der aktuellen Version gut bei den Kunden ankommen, dennoch ein gewisses Verbesserungspotential aufweisen. Zusätzlich zu dieser Analyse wurden die Release-Notes in einem Kontextdiagramm abgebildet. Dieses Diagramm unterstützt die Prozesszeichnung hinsichtlich der vielen Vernetzungen.

Aus der Analyse und Konklusion der Stakeholder-Analyse erstellte der Autor drei Soll-Varianten, welche es in einer Verifikation der Kunden einzustufen gab. Die Ergebnisse dieser Verifikation wurden in einer Analyse und Konklusion festgehalten. Diese haben ergeben, dass die Kunden gerne diverses Optimierungspotential ausgenutzt haben möchten, wie die Wahl der Zustellungsart oder die userspezifische Schreibweise und Aufteilung der Release-Notes. Kurz gesagt, die Kunden möchte ein auf den Empfänger abgestimmtes, einfach erklärendes Dokument, welches zielgerichtete Bilder und Erklärungen vom Anwendungsfall aufweist. Nebenbei sind die Informationen über eine Schulung nur für die AIM-Administratoren (AIM = Archiv Information Management) von Bedeutung.

Aus diesem Grund wurde die Maximal-Variante als Sieger definiert. Diese Siegervariante wurde in der Empfehlung für den Themensponsor aufgeführt und begründet. Dennoch wurde ergänzt, dass diese Variante nicht in allen Aspekten am besten abgeschnitten hat und sich das Resultat nur auf die Kunden der Schweiz orientiert. In den möglichen «next steps» wurden deshalb zwei Möglichkeiten zur Fortführung dieser Thesis aufgeführt.



Nicolas Simon