Wat nemen we wel en niet mee?

De CDTV-doelstellingen zijn bepaald. Wat is het aandachtsgebied van het CDTV-Initiatief? Bijvoorbeeld:

- een of meerdere (agile) teams
- een testsoort, zoals unittesten, acceptatietesten, ketentesten
- een project, een afdeling, een organisatie, een bedrijf
- testcentrum
- testautomatisering
- mobile testen

Nu we de doelstellingen weten en het aandachtsgebied is bepaald, oriënteren we ons verder op de context.

Heuristiek | Representativiteit | Beste-van-de-klas
Organisaties schuiven soms hun beste afdeling naar voren voor onderzoek om zo goed mogelijk te 'scoren'. Dit beïnvloedt de representativiteit en is een risico voor de integriteit van het CDTV-initiatief.

Heuristiek | Representativiteit | Aandachtsgebied te klein
Organisaties die problemen willen oplossen, richten zich vaak vooral op het probleemgebied.

- Daarmee mist men een kans om inspiratie op te doen bij andere delen van de organisatie: hun werkwijzen bevatten misschien elementen voor een oplossing.
- Of andere delen van de organisatie worstelen met vergelijkbare vraagstukken: ook dan is het handig om het aandachtsgebied uit te breiden en samen op te trekken.
- Het kan ook zijn dat de achterliggende oorzaak van de problemen zich buiten het probleemgebied bevinden. Ook dan is het onhandig als het aandachtsgebied te klein wordt gekozen.

Heuristiek | Representativiteit | Aandachtsgebied verkeerd
Organisaties laten soms bepaalde afdelingen buiten beschouwing, terwijl zich daar juist belangrijke verbetermogelijkheden bevinden. Bijvoorbeeld: We nemen het off-shore team niet mee omdat het te duur of onpraktisch is. Daarmee laat men belangrijke verbeterpotentie liggen.

Terug naar Context Driven Testverbetering.