

# PRINCE2 Agile®-proefexamens

## De officiële proefexamens voor PRINCE2 Agile-accreditatie

### Gebruiksvoorwaarden

Door dit document te downloaden en/of te gebruiken, gaat u ermee akkoord de hieronder vermelde gebruiksvoorwaarden na te leven:

1. Alle proefexamens (in elektronische of papieren vorm) zijn uitsluitend bestemd voor persoonlijk gebruik.

2. De proefexamens zijn uitsluitend bestemd als:

- studiehulpmiddel voor kandidaten die aan een PRINCE2 Agile-examen wensen deel te nemen, of
- referentiemateriaal.

3. Door het downloaden van een gratis digitale versie van de PRINCE2 Agile-proefexamens, gaat u ermee akkoord om het document niet:

- te reproduceren of af te drukken (tenzij voor persoonlijk gebruik);
- door te sturen naar of te delen met een derde partij;
- te verkopen.

4. Indien u dit proefexamen geheel of gedeeltelijk wilt gebruiken voor enig ander doel dan voor zelfstudie of referentie, dient u contact op te nemen met het AXELOS Accreditation Team ([accreditation@axelos.com](mailto:accreditation@axelos.com)).



## ***Het PRINCE2 Agile® Practitioner-examen***

### ***Proefexamen 1 en 2***

### ***Scenarioboekje***

### **Multiple Choice**

**Examenduur: 2 uur en 30 minuten**

#### ***Instructies***

1. Lees het 'Projectscenario' aandachtig door. U hebt deze informatie nodig om de vragen in het *Vragenboekje* te beantwoorden.
2. Voor sommige vragen hebt u ook de 'Aanvullende informatie' nodig. Dit wordt voorafgaand aan de vraag in het *Vragenboekje* aangegeven.
3. Het 'Projectscenario' en de 'Aanvullende informatie' zijn niet gebaseerd op daadwerkelijke organisaties. Enige overeenkomst met bestaande organisaties is toevallig.

## Projectscenario – de Kaas van Chesterton

(Opmerking: De bedrijven en personen in het scenario zijn fictief)

### Inleiding

De familie Chesterton heeft een boerderij en begon vier jaar geleden met het succesvol maken en verkopen van een ruim assortiment van kazen. Ze hebben nu 80 mensen in dienst.

Chesterton verkoopt het grootste deel van de kaas aan nationale supermarkten ('handelsklanten' genoemd). Twee jaar geleden besloten ze echter om kaas rechtstreeks aan het publiek te verkopen via de telefoon of over de toonbank in de boerderijwinkel. Ze deden dit om een nieuwe markt te openen voor het geval hun handelsklanten minder winstgevend werden.

Een van hun kazen, de Chesterton Blue, is genomineerd voor de International Cheese of the Year Award. De winnaar van deze prijs wordt bekendgemaakt op het International Cheese Festival dat over drie maanden in Amsterdam wordt gehouden. Chesterton verwacht een aanzienlijke toename van de vraag als gevolg van de publiciteit.

Om aan de extra vraag te voldoen, heeft Chesterton besloten een project op te zetten dat ze 'The Golden Clog Project' noemen.

### Scope

De initiële scope van het project omvat:

- De rebranding van Chesterton-kaas;
- Een marketingcampagne opzetten om te benadrukken hoe succesvol Chesterton is en om hun nieuwe huisstijl te publiceren;
- Naar een nieuw bedrijfspand verhuizen, waardoor de productie van de kaas en het kantoor zich op één locatie bevinden;
- Een nieuwe website maken.

Het project is ontwikkeld met vier werkstromen om dit werk op te leveren:

1. Rebranding;
2. Marketingcampagne;
3. Website;
4. Het verhuizen naar een nieuw bedrijfspand

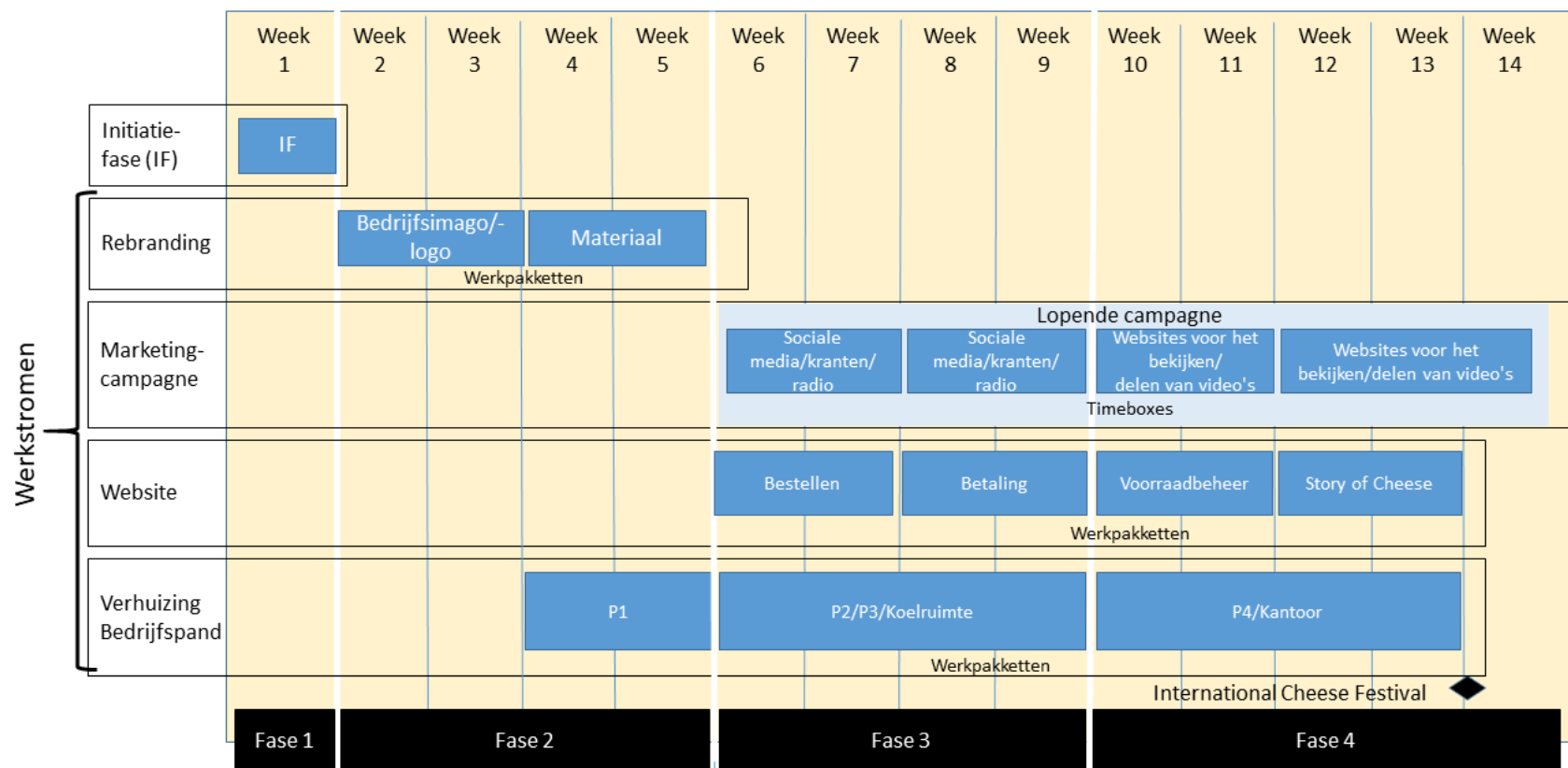
### Projectachtergrond

De meeste medewerkers van Chesterton zijn opgeleid in PRINCE2 Agile. Vorig jaar werd een projectbureau opgericht ter ondersteuning van de best practice voor de werkwijze van Chesterton.

Vanwege het belang van dit project hebben de Directeuren besloten de Directiekamer beschikbaar te stellen voor gebruik tijdens de duur van het project.

## Tijdlijn

Er is een initiële tijdlijn voorgesteld, die in het volgende diagram wordt weergegeven. De tijdlijn kan nog veranderen vanwege de agile manier van werken. De tijdlijn laat zien hoe werkstromen worden opgedeeld in werkpakketten en/of timeboxes.



## **Rebranding – Aanvullende informatie voor vragen 7 tot 18**

Chesterton maakt al vele jaren gebruik van het bedrijf Brand-u-Like. Ze hebben veel respect voor Brand-u-Like, want het bedrijf is professioneel, gemakkelijk om mee te werken en levert werk van hoge kwaliteit.

Brand-u-Like is goed in wat het doet. Het bedrijf vereist echter een zeer gedetailleerd voorstel van de campagne en gaat pas met het werk aan de slag zodra alles is gedocumenteerd en geautoriseerd. Doordat ze veel tijd investeren in het maken van het voorstel, brengt elke wijziging extra kosten met zich mee. Ze hebben onlangs geïnvesteerd in agile training om flexibeler en responsiever te worden in de manier waarop ze met klanten werken.

Deze werkstroom bevat drie werkpakketten:

### **1. Bedrijfsimago:**

- Het bepalen van de scope van doelstellingen en belangrijke boodschappen;
- Het opnieuw ontwerpen van het bedrijfsmerk/-imago en alle bedrijfsmerkstandaarden, zodat deze, na selectie van het nieuwe logo, daarop kunnen worden afgestemd.

### **2. Logo:**

- Herontwerp van het bedrijfslogo van Chesterton als voorbereiding op de uitbreiding van Chesterton naar een bredere markt met meer diverse klanten.

### **3. Materiaal:**

- Ontwerpen voor bedrijfsborden;
- De uitstraling van de website;
- Briefhoofden;
- Lettertypen en tone of voice;
- Ontwerpen van bedrijfskleding.

## **Marketingcampagne – Aanvullende informatie voor vragen 19 tot 26**

Chesterton heeft pas onlangs in marketing geïnvesteerd, omdat hun reputatie tot nu toe is gebaseerd op 'mond-tot-mondreclame'. Het Marketingteam bestaat nu ruim een jaar en de teamleden werken graag met elkaar samen. Ze waren in het verleden erg succesvol met de campagne: 'Kaas van Chesterton? Ja, graag!'

Het werk wordt over een aantal timeboxes verdeeld en de campagne wordt via verschillende kanalen verspreid, zoals:

- Sociale media;
- Kranten en vakbladen;
- Radio;
- Televisie.

Ze denken er ook aan om een reeks video's over kaas te maken en deze te plaatsen op een website voor het delen van video's. Een van de ideeën is om een leuke video te maken waarvan ze hopen dat deze viral gaat.

Het Marketingteam is getraind in PRINCE2 Agile en is onlangs begonnen het te gebruiken voor een deel van hun huidige werk. Ze willen het graag ook gebruiken voor dit project.

## **Website – Aanvullende informatie voor vragen 27 tot 38**

De huidige website is erg oud en bevat alleen foto's van de boerderij, eenvoudige details over hun kazen en contactgegevens. De website moet volledig worden vervangen.

Er zijn vier werkpakketten binnen deze werkstroom die worden opgeleverd in vier timeboxes:

### **1. Bestellen:**

- Account/login voor klanten;
- Aanmelden voor een nieuwsbrief;
- Klantgegevens wijzigen;
- Toepassen van nieuwe branding;
- Zoek- en filterfunctie voor kazen;
- Downloaden van kaascatalogus.

### **2. Betaling:**

- Veilige betaling;
- Betaling via creditcard mogelijk maken;
- Betaling via PayPal mogelijk maken.

### **3. Voorraadbeheer;**

- Voorraadniveaus bijwerken;
- Melding van lage voorraad;
- Waarschuwingen van houdbaarheidsdata.

### **4. Story of Cheese:**

- Toepassing van de nieuwe branding;
- De geschiedenis van kaas;
- De geschiedenis van Chesterton.

Voor het opleveren van de website zijn twee teams verantwoordelijk. Het Story of Cheese-werkpakket wordt opgeleverd door de eigen IT-afdeling (het IT-team) van Chesterton. Ze zijn redelijk goed in de agile manier van werken, maar hebben niet veel praktijkervaring opgedaan, omdat ze tot nog toe waren beperkt tot de basiswebsite van Chesterton.

De resterende werkpakketten worden opgeleverd door een IT-websiteontwikkelingsbedrijf dat is gespecialiseerd in online verkoop: Web&Go. Ze hebben veel ervaring met de agile manier van werken en gebruiken met name **Kanban** in alles wat ze doen. Hun kantoor ligt aan de smalle toegangsweg in de buurt van het nieuwe bedrijfspand van Chesterton.

## **Het verhuizen naar een nieuw bedrijfspand – Aanvullende informatie voor vragen 39 tot 50**

Chesterton bevindt zich momenteel op verschillende locaties en wil zo snel mogelijk naar één locatie verhuizen vanwege de verwachte toename van de vraag. Het nieuwe bedrijfspand is erg groot, waardoor Chesterton van mening is dat alle kaasproductie op één locatie kan worden samengebracht.

Het nieuwe bedrijfspand ligt echter aan een smalle toegangsweg waardoor parkeergelegenheid beperkt is, hoewel er alternatieve parkeermogelijkheden zijn. De eigenaar van het bedrijfspand woont in het buitenland, maar is ermee akkoord gegaan dat Chesterton zonder extra kosten de huur mag opzeggen als het nieuwe pand niet bevalt, mits ze dit binnen drie maanden na ingebruikname doen.

Chesterton maakt verschillende soorten kaas en hun doel is om alle vier de productielijnen zo snel mogelijk volledig operationeel te hebben.

Deze werkstroom bevat een aantal werkpakketten:

1. Productielijn:
  - Vier productielijnen naar het nieuwe bedrijfspand verplaatsen (weergegeven als P1-P4 op de tijdlijn).
2. Koelruimte:
  - Een koelopslag voor zowel onbewerkte producten als geproduceerde kaas.
3. Kantoor:
  - Kantoorruimte gereedmaken voor alle administratief medewerkers, inclusief medewerkers die werkzaam zijn op de IT-, facilitaire, operationele, verkoop-, marketing- en financiële afdeling.

Het team in het bedrijfspand weet niet hoe de agile manier van werken op zijn projecttaken van toepassing is, maar is bereid om te worden begeleid.