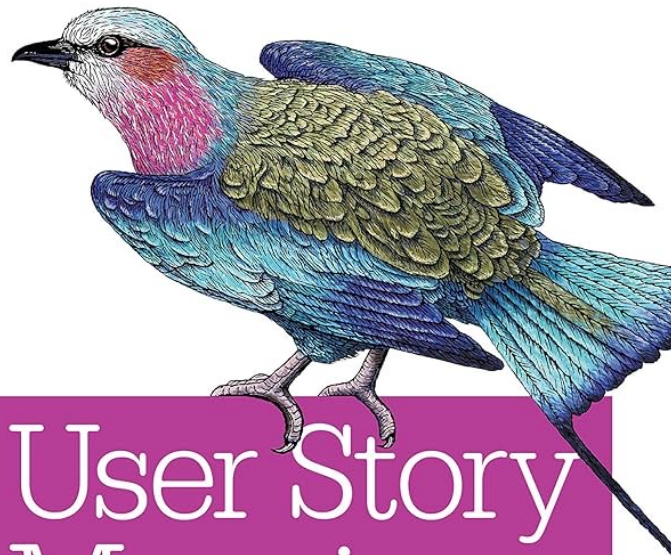


A long, straight asphalt road stretches from the foreground into the distance, vanishing at the horizon. The road is flanked by dry, yellowish-brown grass and low-lying vegetation. In the far distance, a range of mountains is visible under a dark, overcast sky. The overall mood is somber and contemplative. The text "User stories mapping" is overlaid in the center of the image in a large, white, serif font.

User stories mapping

...

O'REILLY®



User Story Mapping

DISCOVER THE WHOLE STORY,
BUILD THE RIGHT PRODUCT

Jeff Patton
with Peter Economy
Forewords by Martin Fowler,
Alan Cooper, and Marty Cagan

ÉTUDES, DÉVELOPPEMENT & INTÉGRATION

LE STORY MAPPING

Visualisez vos user stories
pour développer le bon produit



Jeff Patton

Préface de Claude Aubry

DUNOD

Traduction française

Rappel



INVEST et User Story Mapping (USM)

Le **but** est d'avoir une US qui suive les recommandations INVEST



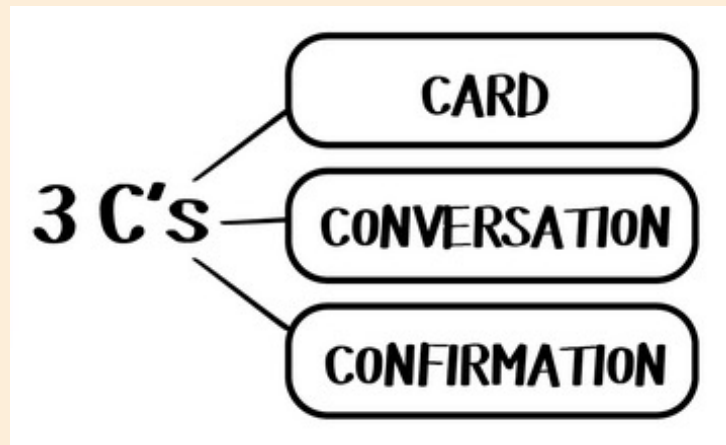
Un **moyen** d'y arriver est d'utiliser les ateliers USM

L'idée de USM



L'idée

« Une story c'est
write something on a card,
talk about it,
and agree on what to build »



Bien se comprendre !!



Si j'écris une idée que j'ai derrière la tête et que je vous demande si vous êtes d'accord alors vous allez tous me répondre *oui*

Bien se comprendre !!



Cependant, si nous nous rencontrons et discutons, vous pourrez me dire ce que vous pensez et je pourrai vous poser des questions

Bien se comprendre !!



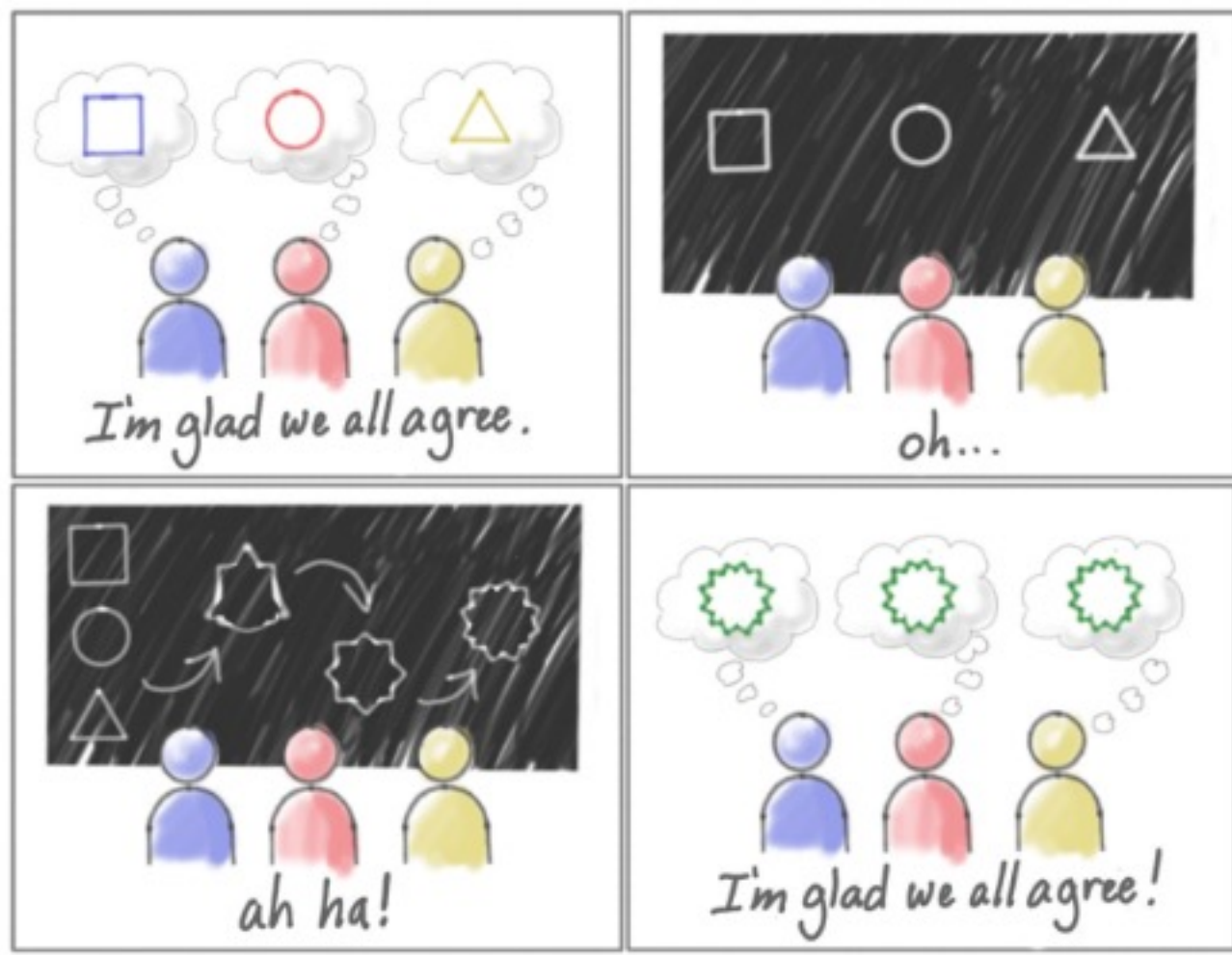
Chacun d'entre nous va comprendre des choses différentes, voir des aspects importants différents. Nous exposons aux autres nos pensées pour parvenir à une compréhension commune

Bien se comprendre !!



Nous nous sentons maintenant alignés et confiants dans le fait que nous avançons ensemble.

L'idée



« Les conversations améliorent la **compréhension** d'un problème où chacun va pouvoir apporter son point-de-vue afin de parvenir à un consensus commun »

Principes de USM



Discuter au lieu de rédiger une documentation

« Le but réelle d'une user-story est la compréhension »



- Lorsque des personnes lisent des documents et en retirent des compréhensions différentes
- C'est soit la faute du lecteur, soit celle du document.
- A la place, privilégier des conversations avec des mots, des images pour construire une compréhension commune.

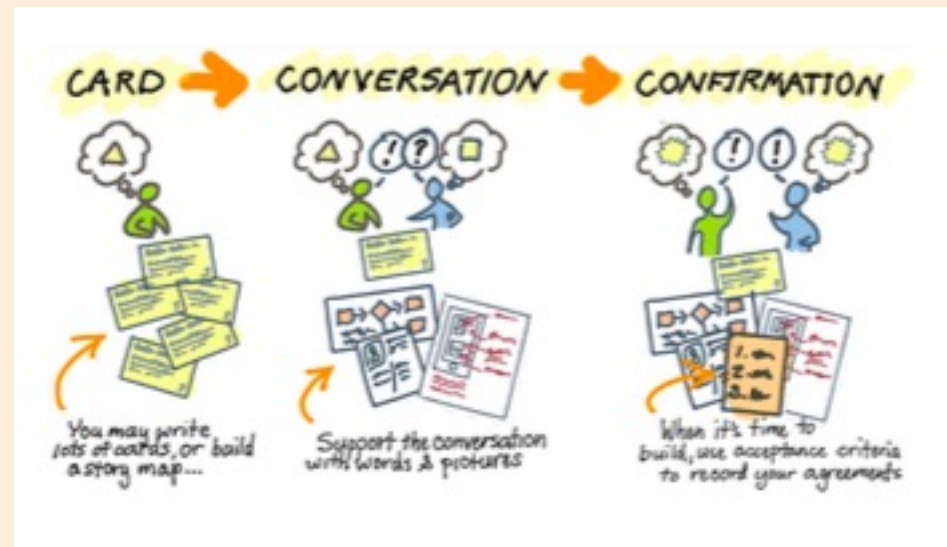
Des documents pour se rappeler

« Les choses les plus importantes ne sont pas celles écrites mais celles que nous nous rappelons lorsqu'on les voient. »

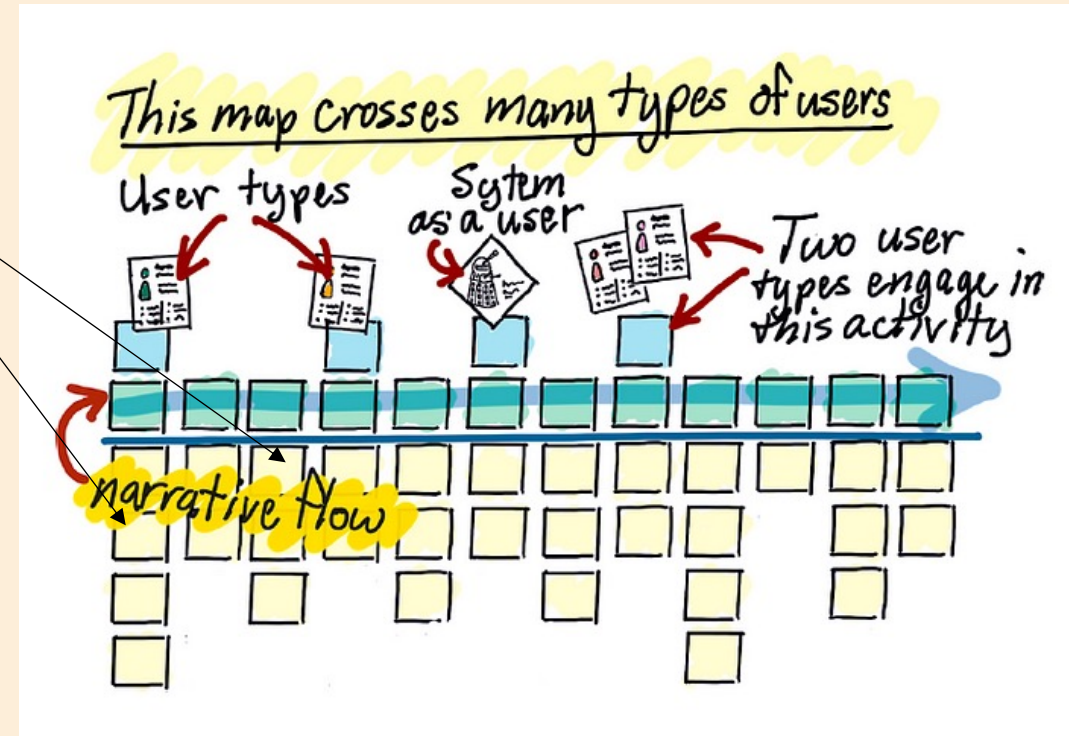
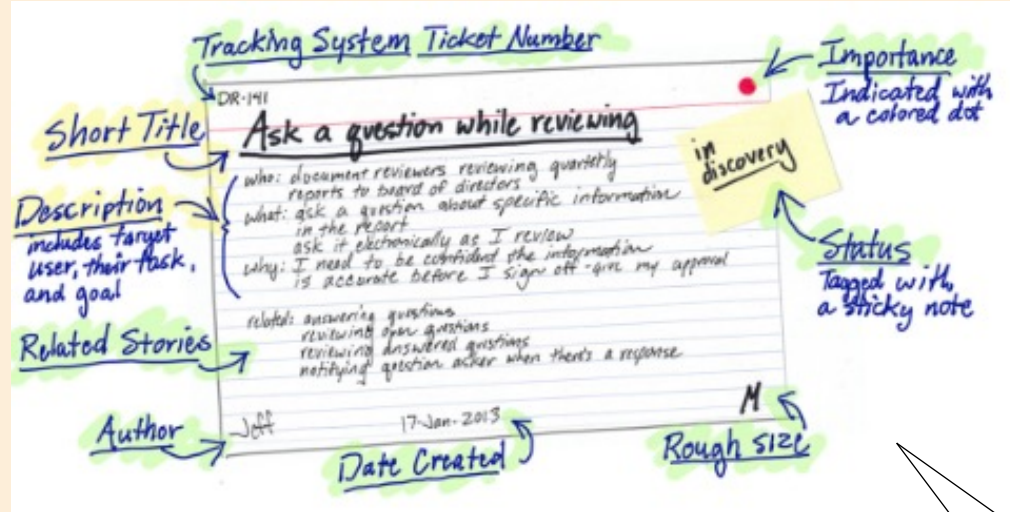
Note : Lorsqu'on raconte une histoire pas besoin de rédiger un roman, quelques notes, dessins, stickers pris en photo suffisent pour que l'ensemble de l'équipe se rappelle de l'échange.

Se rappeler [...] D'où les 3C

« Une *User story* comportent trois aspects essentiels.
Nous pouvons les appeler **Carte**, **Conversation** et **Confirmation** »

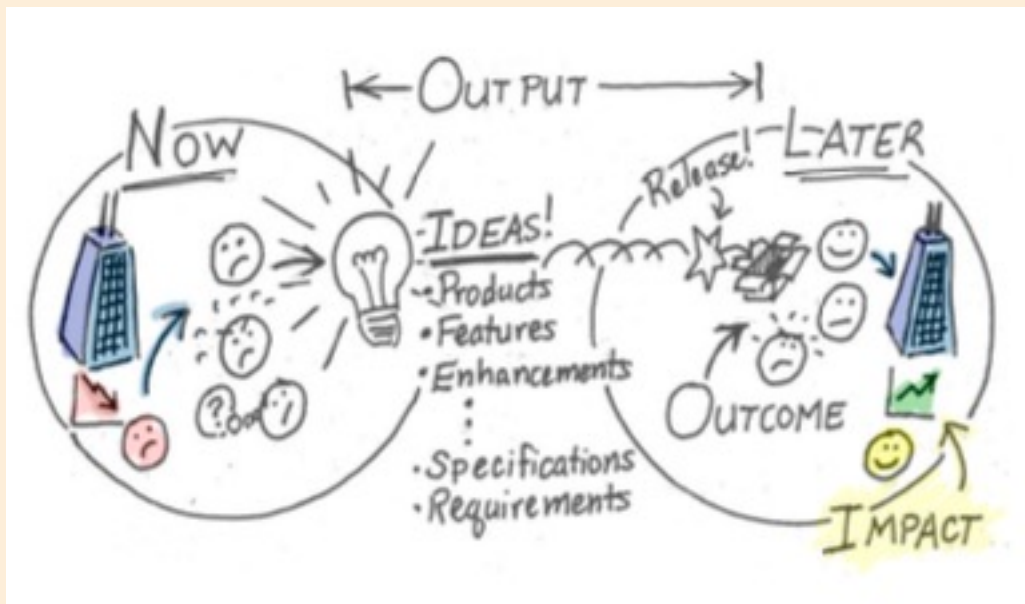


Comment écrire une carte ?



Le logiciel est la finalité

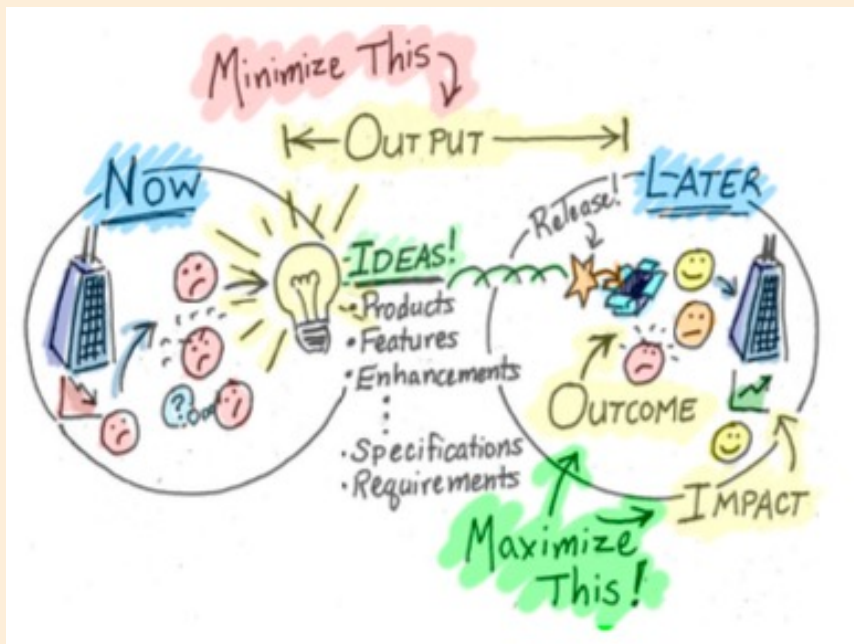
« Une bonne histoire concerne les *pourquoi* et les *pour qui*, et non juste les *quoi* »



Le logiciel est le résultat final. Quand on parle des fonctionnalités de notre produit on va parler du *pour qui* et *pourquoi* on le fait.

Construire moins mais mieux

« Dans le développement logiciel on a toujours plus à construire que nous n'avons le temps et les ressources alloués. »



Minimiser la production tout en maximisant le résultat (== produire moins et mieux)

=> prendre les décisions le plus tard possibles

Résumé des principes

- Les stories ne sont pas une forme écrite des exigences. Raconter des stories avec les mots, des schémas permet une meilleure compréhension.
- Les stories ne sont pas des exigences. Ce sont des discussions sur la résolution de problèmes de notre organisation, de nos clients et de nos utilisateurs qui conduisent à des accords sur ce qu'il faut construire.
- Votre travail ne consiste pas à créer plus de logiciels plus rapidement : il consiste à maximiser le résultat et l'impact que vous obtenez de ce que vous faites.

*The best solutions come from collaboration
between
the people with the problems to solve
and
the people who can solve them.*

Atelier USM



Pourquoi le faire ?

« L'user map permettent de décomposer les idées au fur et à mesure qu'on l'a raconte »



L'équipe entière va se rendre compte de problématique sous-acescente et cela va entraîner la création de nouvelles users-stories.

USER STORY MAPPING



https://youtu.be/dvnU_R0mu98

Story Map Process

The story map evolves with your understanding of your users and your product solution



1 Frame

Before mapping, create a short product or feature brief to frame and constrain what you map. Think of this as the big story.

What names the product, feature to add to a product, or problem you'd like to solve.

Who names the different types of users who will use the product, and the "choosers" or customers who will buy it. For each user and chooser state the benefit they get from using the product.

Why describes the benefit your organization gets by building the product or feature. Say what users do and how their use leads to increased revenue or reduced costs.



2 Map the Big Picture

Focus on getting the whole story. Think "mile-wide, inch deep." The activities and high-level user tasks that tell the whole story form the backbone of your story map.

Start with the user type most critical to your product's success. Imagine a typical day in your user's life with your new product. Map the steps they take as user tasks left to right.

Identify user activities – groups of tasks that work together to support a common goal. Activities often emerge after you see more of the story.

Add in additional users. As you follow the typical use of your product, you may find other types of users enter your story. Continue modeling their story left to right.



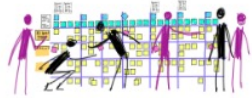
3 Explore

Fill the body of your story map by breaking down larger user tasks into smaller subtasks and user interface details. During this phase you'll add cards, split one card into two, rewrite cards, and reorganize them.

Use this phase to think "blue sky" about all the great possibilities. Use this time to think of everything that could go wrong. Don't worry if your ideas are "in or out of scope." You'll deliberately move things out of scope later.

- **Play "wouldn't it be cool if..."** to help think of great product ideas.
- **Look for variations:** What else might users of the system have done?
- **Look for exceptions:** What could go wrong, and what would the user have to do to recover?
- **Consider other users:** What might other types of users do to reach their goals?
- **Add in other product details** like: Description of proposed UI; Business rules; Data elements

Involve others. Tell your product's story to others that understand users and use. They'll find holes in your story and help build it up. Tell your product's story to software developers. They'll point out risky or expensive areas, and add in great technology solutions.



4 Slice Out Viable Releases

Slice your map into holistic product releases that span the users and use of the product. These slices form an incremental product release roadmap where each release is a minimal viable product release.

For each release name the target outcomes and impact. Outcomes and impact says how this release contributes to the overall goal in the "big why" that motivates building the product, and how users will behave in a way that helps us reach the goal.

For each release, identify product success metrics. Answer the question: "what would we measure to determine if this product was successful?" Ideally you'll find specific changes in user's behavior as they use the product the way your story map imagines.



5 Slice Out a Development Strategy

Slice the first release of your map into three or more delivery phases that allow you and your team to learn fast and avoid risk. Think of the opening, mid, and end-game phases of a chess game.

This development strategy will help you release the best product possible in the time constraints you have.

- **Opening Game builds a "functional walking skeleton"** – the simplest possible functional version of the product. As you finish "Opening game" vet the product with users and other stakeholders. Begin validating performance and scalability.
- **Mid Game complete all major functionality** and makes existing functionality richer and more complete. Continue user testing and leverage feedback to adjust the product. Continue testing performance and scalability.
- **End Game refines the product** in preparation for release. Continuously assess release readiness based on your release level product goals. Count on unforeseen work to emerge during this last stretch of development.

Plan the work necessary to refine stories.
Workshop stories with developers and testers to work through details and agree on acceptance criteria.
Plan development and testing.
Build and verify parts of working software.

Comment faire ?

https://jpattonassociates.com/wp-content/uploads/2015/03/story_mapping.pdf

1. Identifier les utilisateurs et leurs besoins (personas)
2. Décrire les activités principales de chaque utilisateurs (backbone)
3. Décomposer chaque activités en tâches (user task) + rédiger US
4. Organiser les cartes par priorités (MVP, release)

Personas

USM Persona

Robert, client



Contexte

- * 45 ans, chef d'entreprise père de 3 enfants
- * entreprise de 20 salariés de déménagement
- > on veut le fidéliser
- > on veut devenir son fournisseur officiel de carton

Buts et comportements

- * cherche à baisser les coûts sans baisser la qualité

Ce que cela implique

- * Lui montrer que la qualité est présente
- * Envoyer les produits très rapidement

Cyndie, gérante



Contexte

- * 35 ans, chef d'entreprise femme célibataire sans enfant
- * entreprise individuelle
- > on veut que l'outil soit simple pour elle
- > on veut augmenter sa productivité

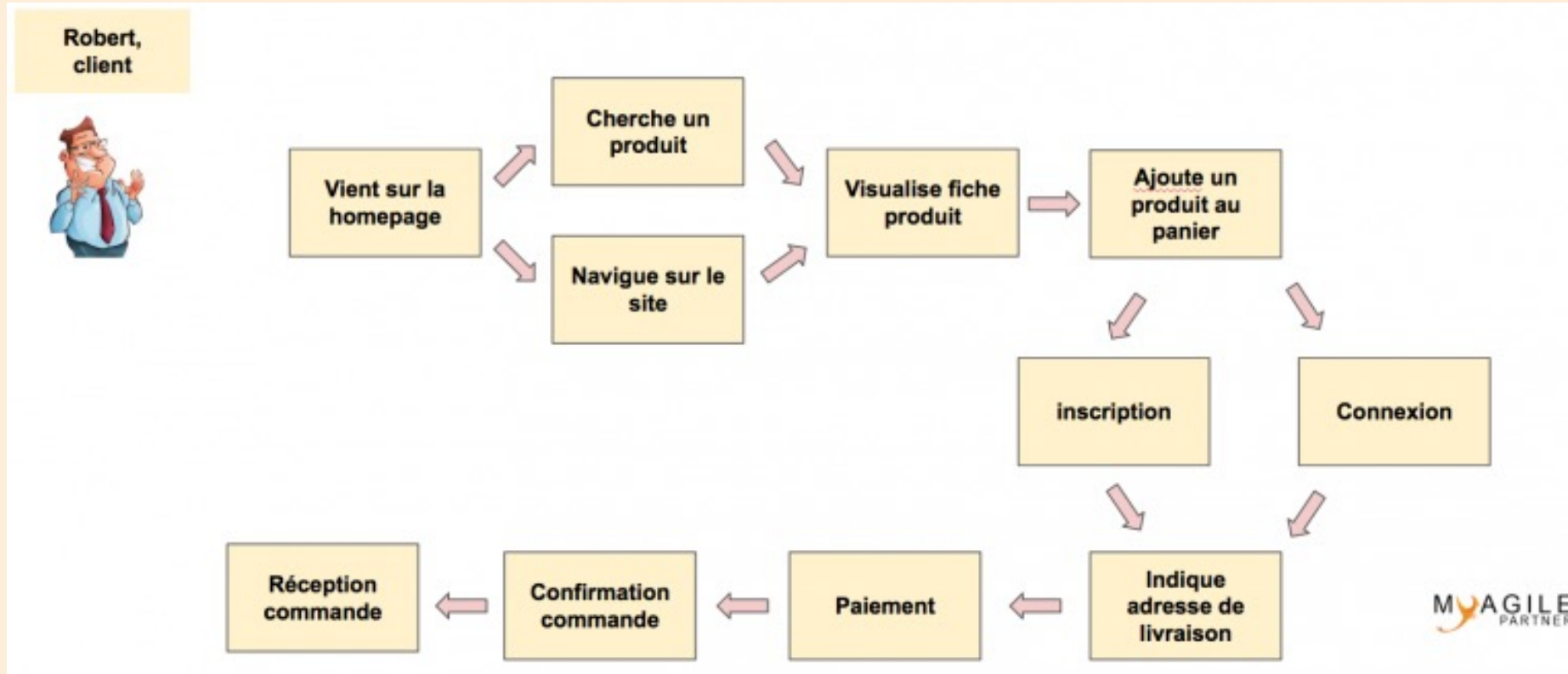
Buts et comportements

- * cherche à être capable de gérer encore plus elle-même
- * souhaite améliorer la qualité globale du site

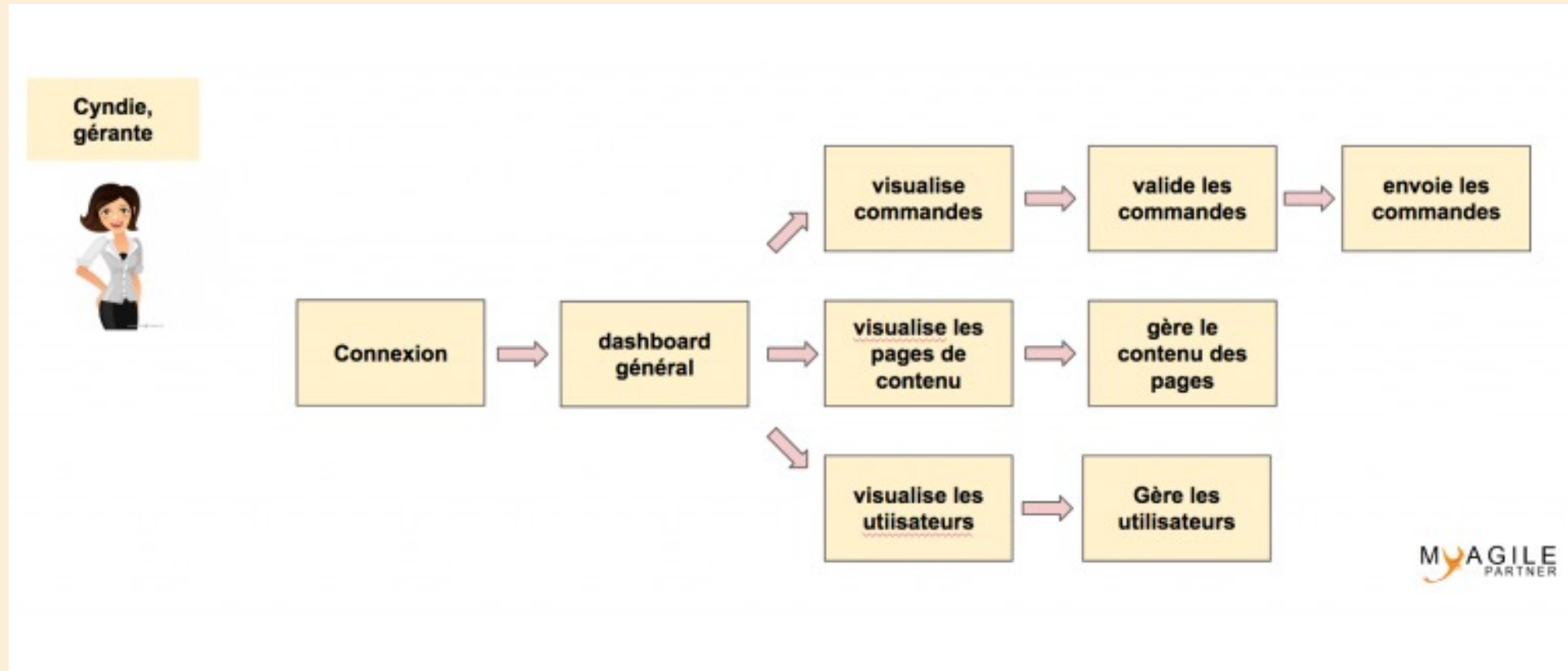
Ce que cela implique

- * Lui donner des outils qui améliore la productivité
- * Lui simplifier la vie avec l'outil
- * Lui offrir l'outil de ses rêves

User Journey

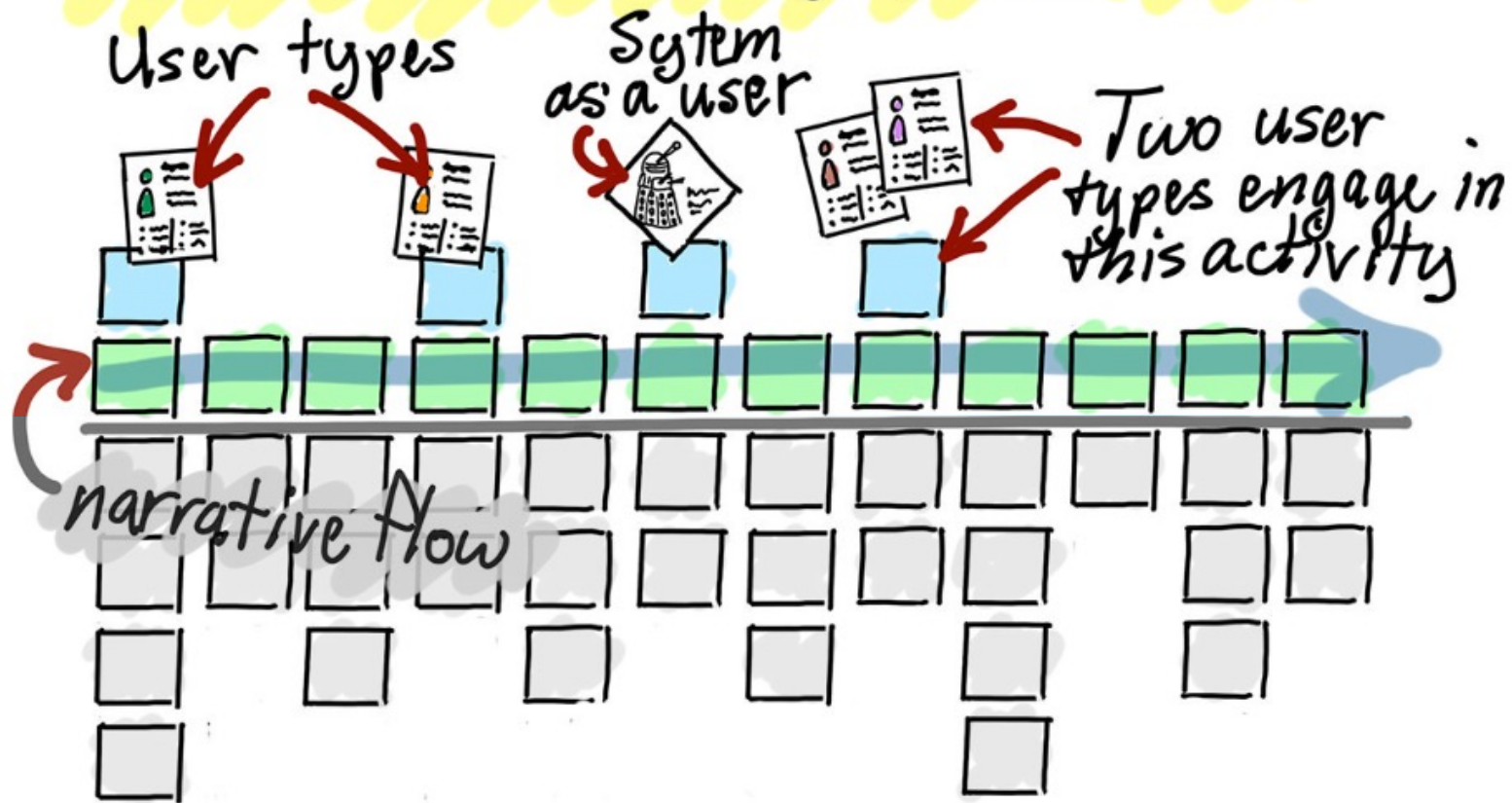


User Journey



Backdone

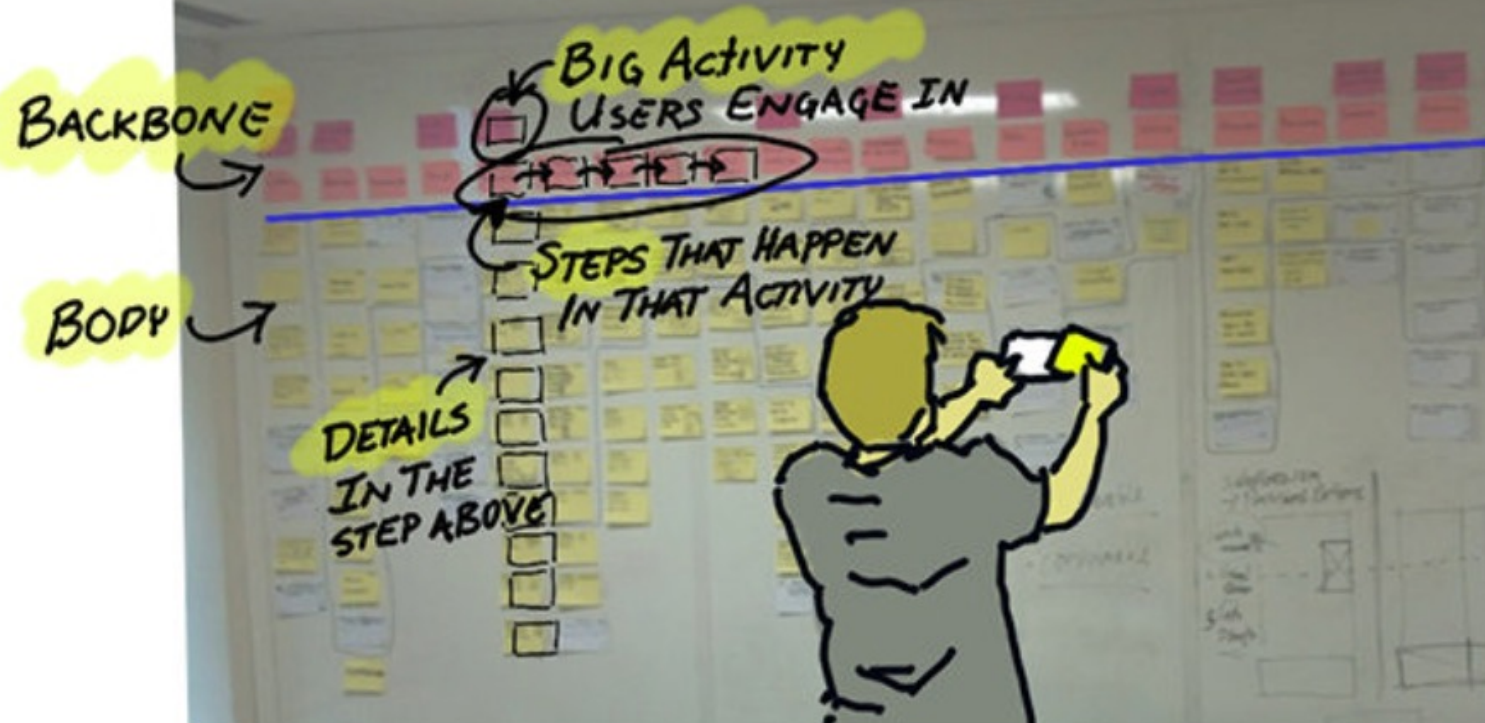
This map crosses many types of users



- Décrire les activités principales de chaque utilisateur en gardant un flux narratif (ordre)

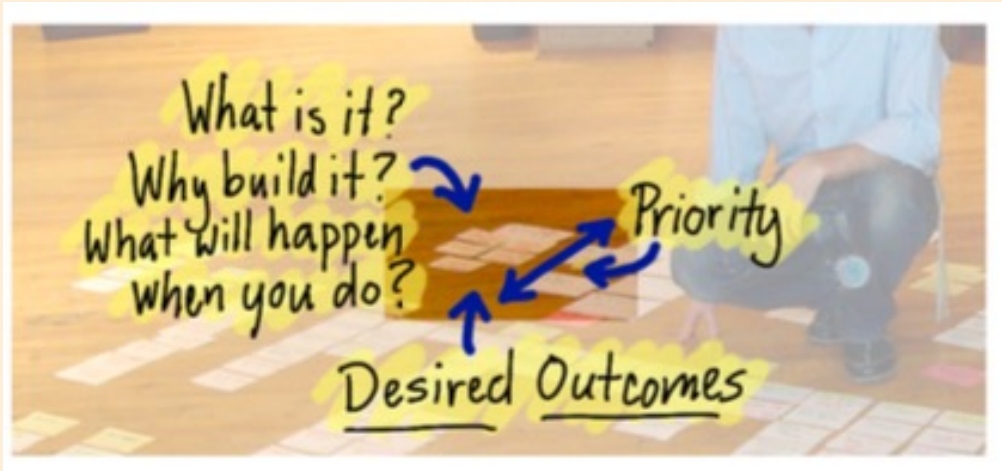
Explorer

Via les 3C



Ecrire des cartes

« Parlez et documentez : écrivez des cartes ou des post-it pour extérioriser votre pensée lorsque vous racontez des histoires »



1. Rédiger quelques mots sur un post-it après avoir pensé à l'idée
2. Expliquer son idée : mots, gestes, dessins. On raconte une histoire
3. Placer la carte

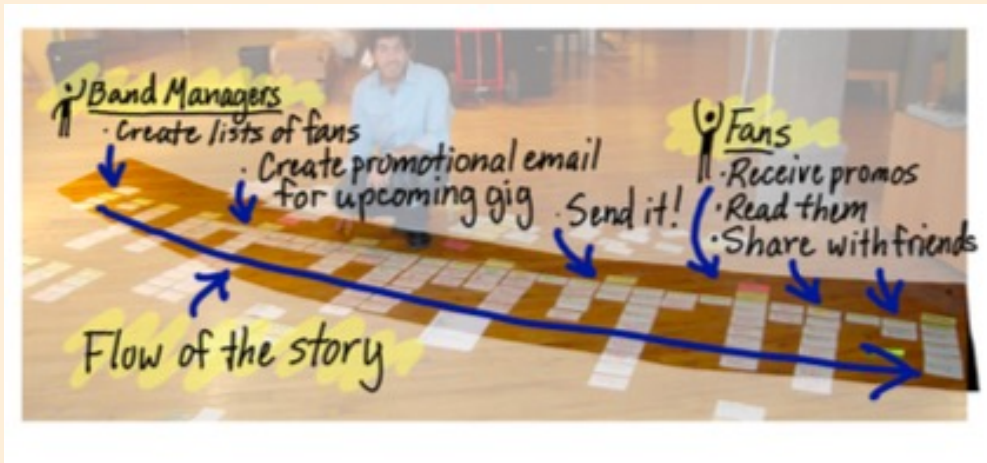
Réorganiser les cartes

« Réorganiser les cartes ensemble vous permet de communiquer sans dire un mot »

- Naturellement si on place une carte au dessus d'une autre alors cela signifie qu'elle est plus importante.
- Naturellement si on positionne une carte à gauche puis une à droite cela signifie une séquence.

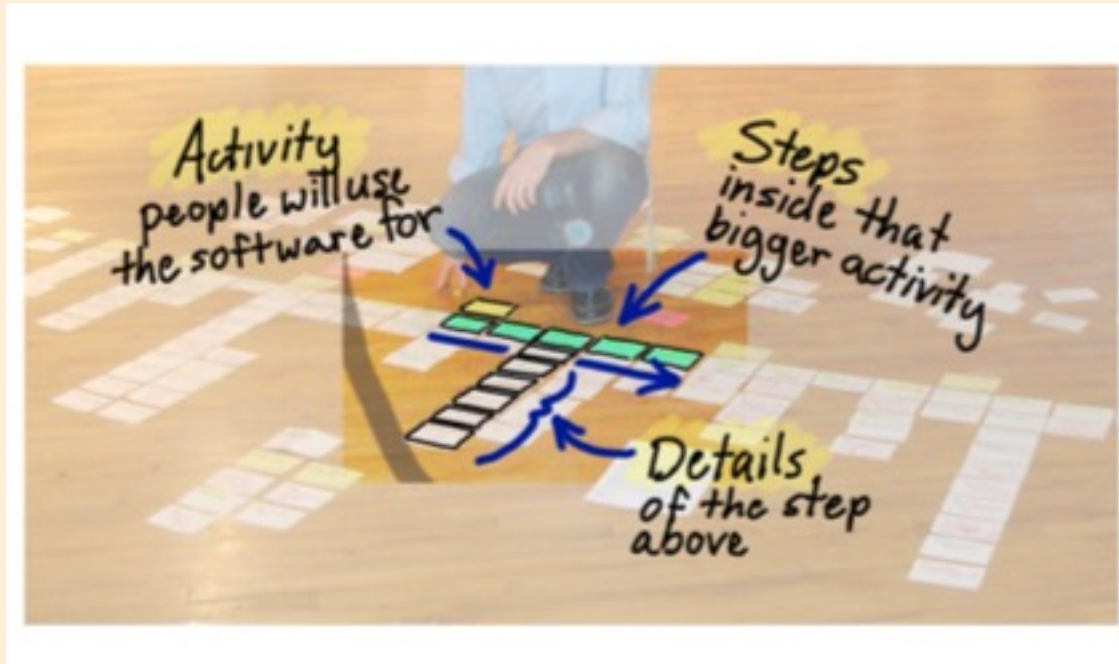
Réorganiser les cartes (2)

« Cartographier nos stories nous aide à voir les trous »



On partage sa compréhension, et les autres vont comprendre si nous avons le même point de vue du problème.

Explorer en détails les options

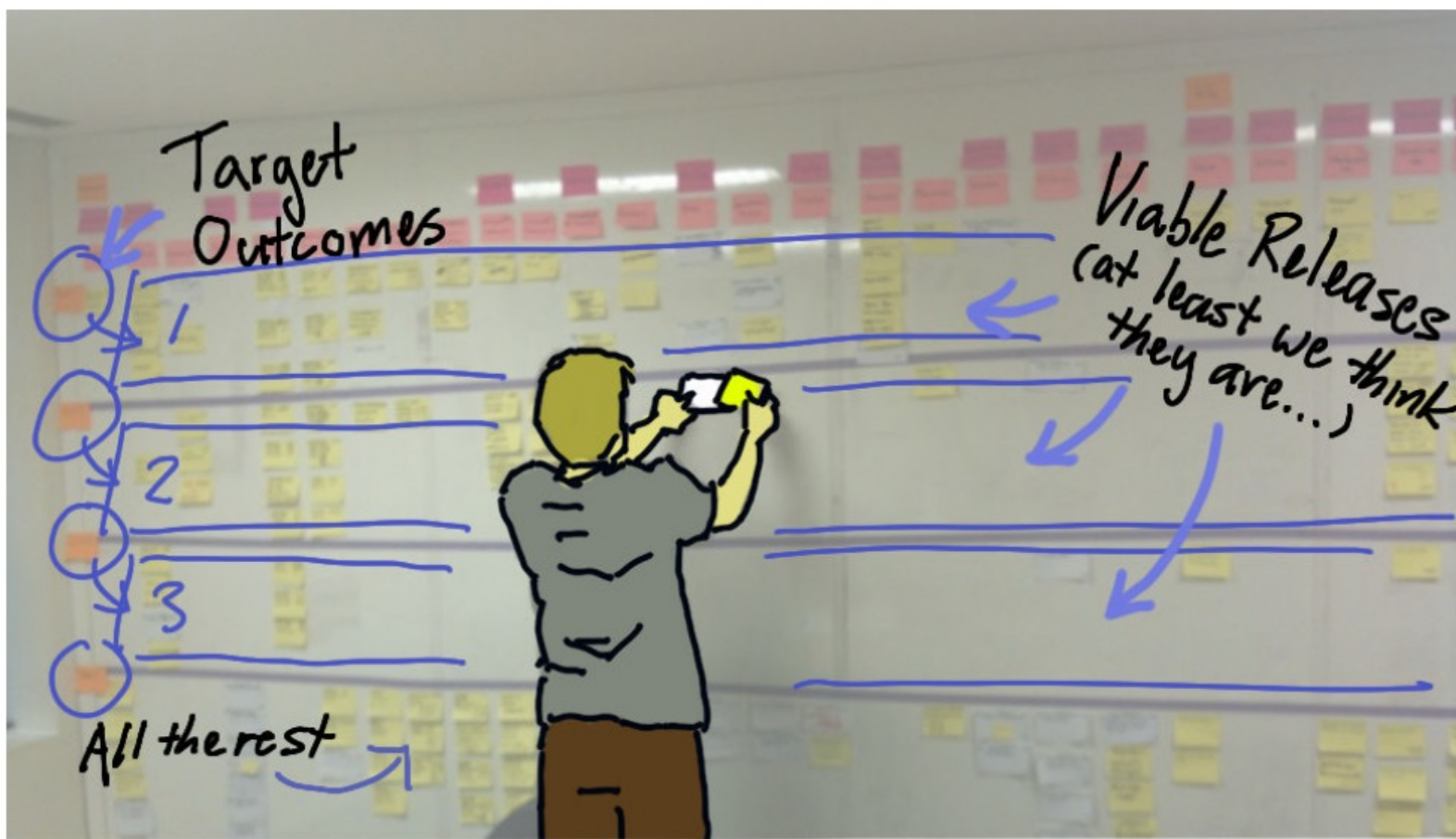


Les cartes que nous plaçons en haut de chacune des colonnes deviennent de **big things**. Puis les détails se répartissent en dessous en fonction de leur.

Nous nous arrêtons à chaque **étape** de la story et posons les questions suivantes :

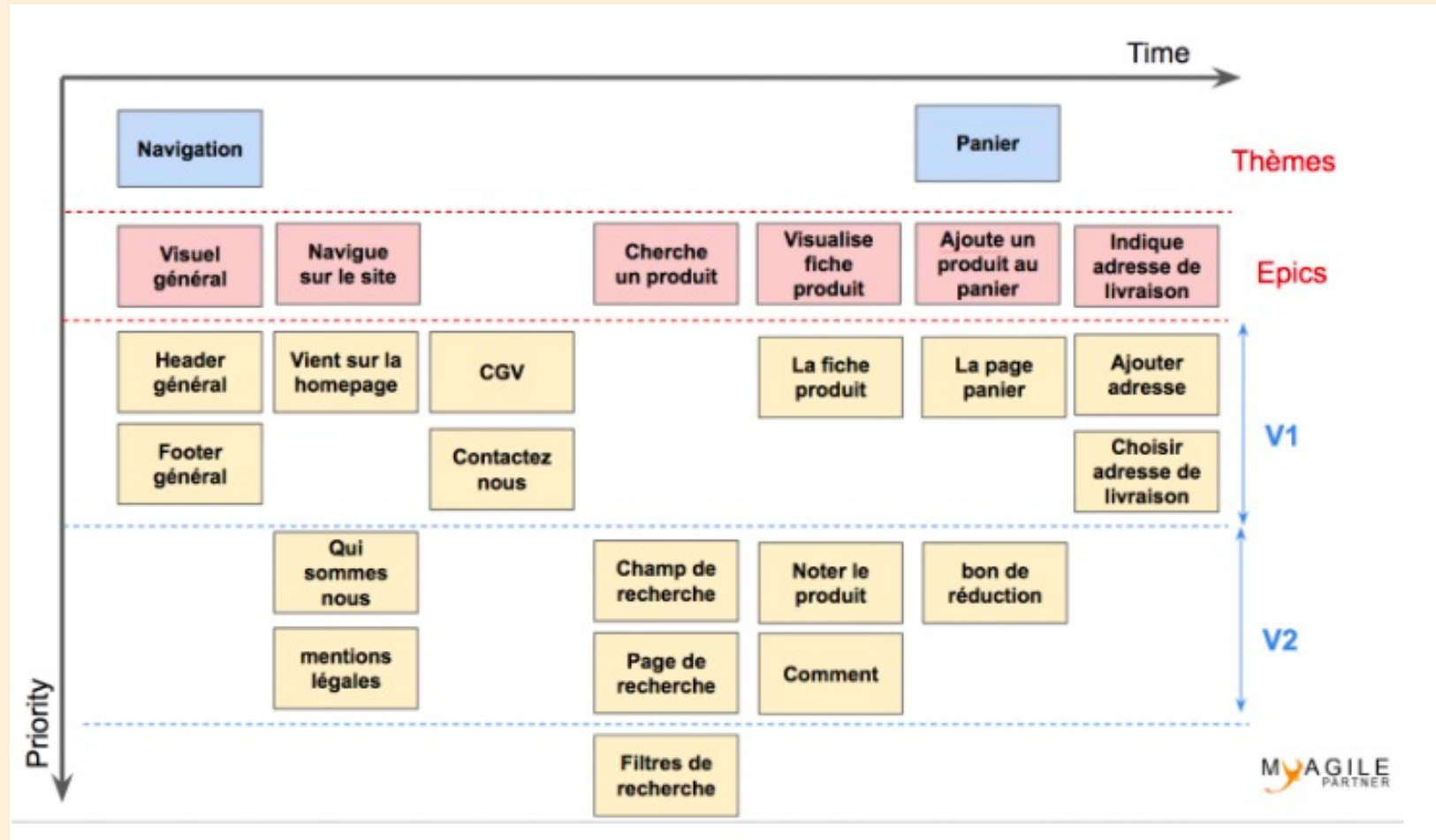
- Quelles sont les choses spécifiques qu'on fera ici ?
- Quelles sont les autres choses qu'on pourrait faire ?
- Qu'est-ce qui rendrait la chose vraiment cool ?
- Qu'en est-il lorsque les choses tournent mal ?

Release



Résultat final

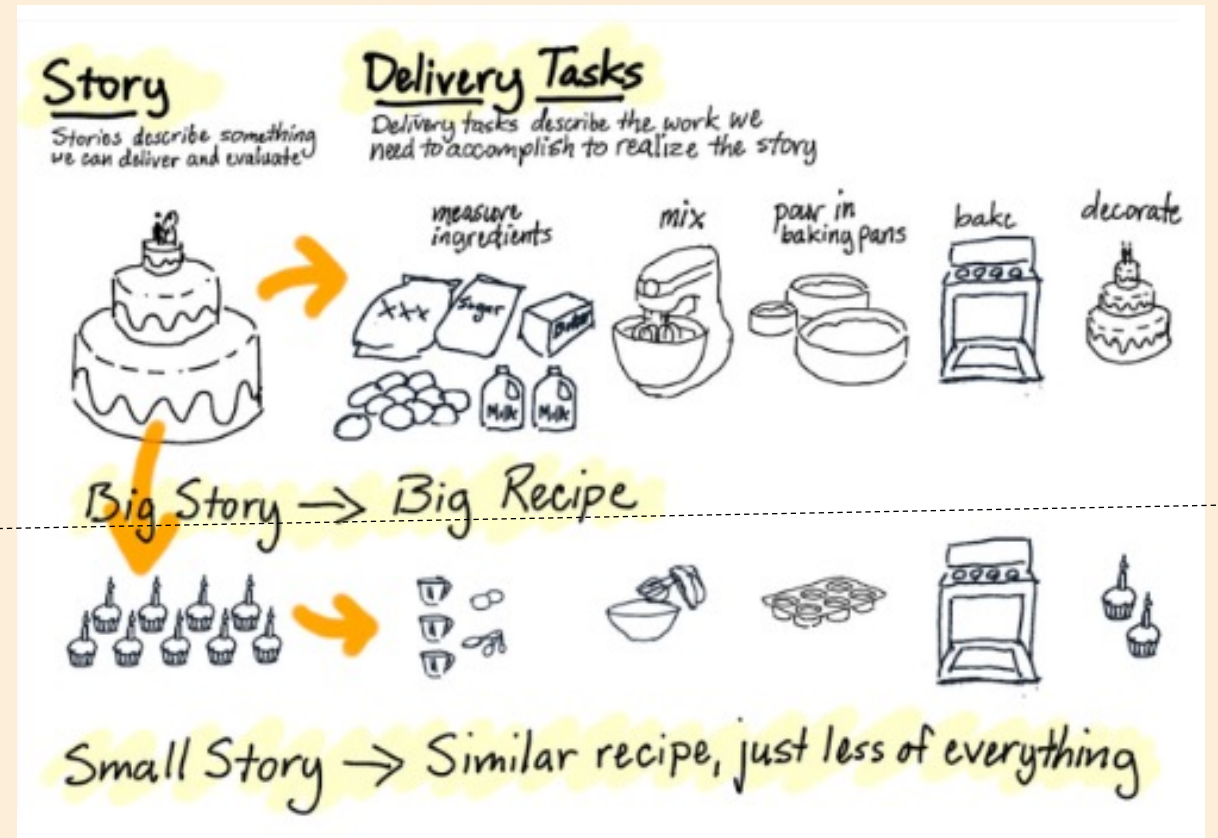
Résultat à la fin de l'atelier



Taille des US

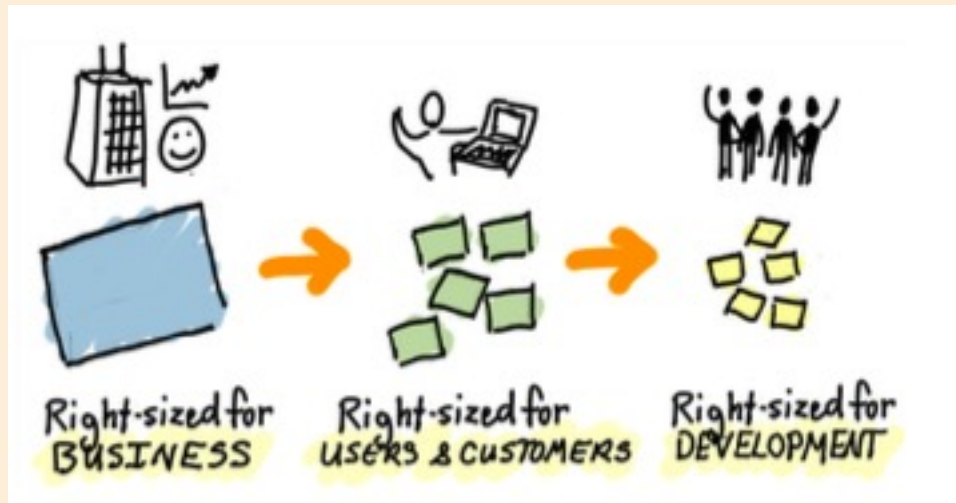


« Si la story décrit une solution abordable mais trop grosse, décomposez-la en parties plus petites qui vous permettront d'évaluer et de voir les progrès plus rapidement. »



Dans un logiciel, une part de gâteau serait une partie livrée du logiciel afin que l'utilisateur puisse l'évaluer et voir l'avancement du travail.

Epic, Story : le découpage

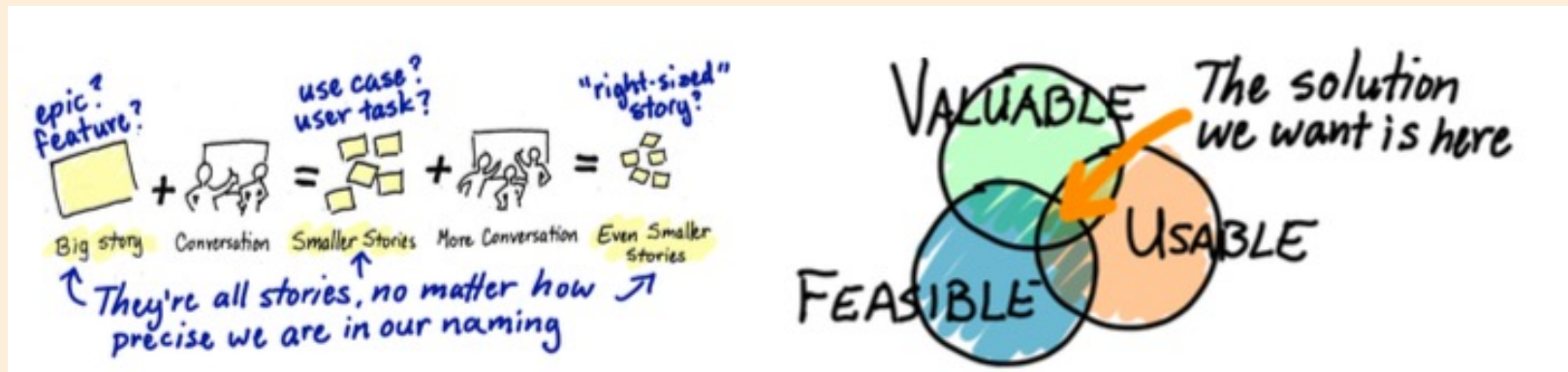


« Chaque acteur voit l'US avec une granularité différente ... »

- Business : aide l'entreprise à atteindre ses objectifs.
- Utilisateur : accomplit un besoin
- Développeur : prend quelques jours à dev et test

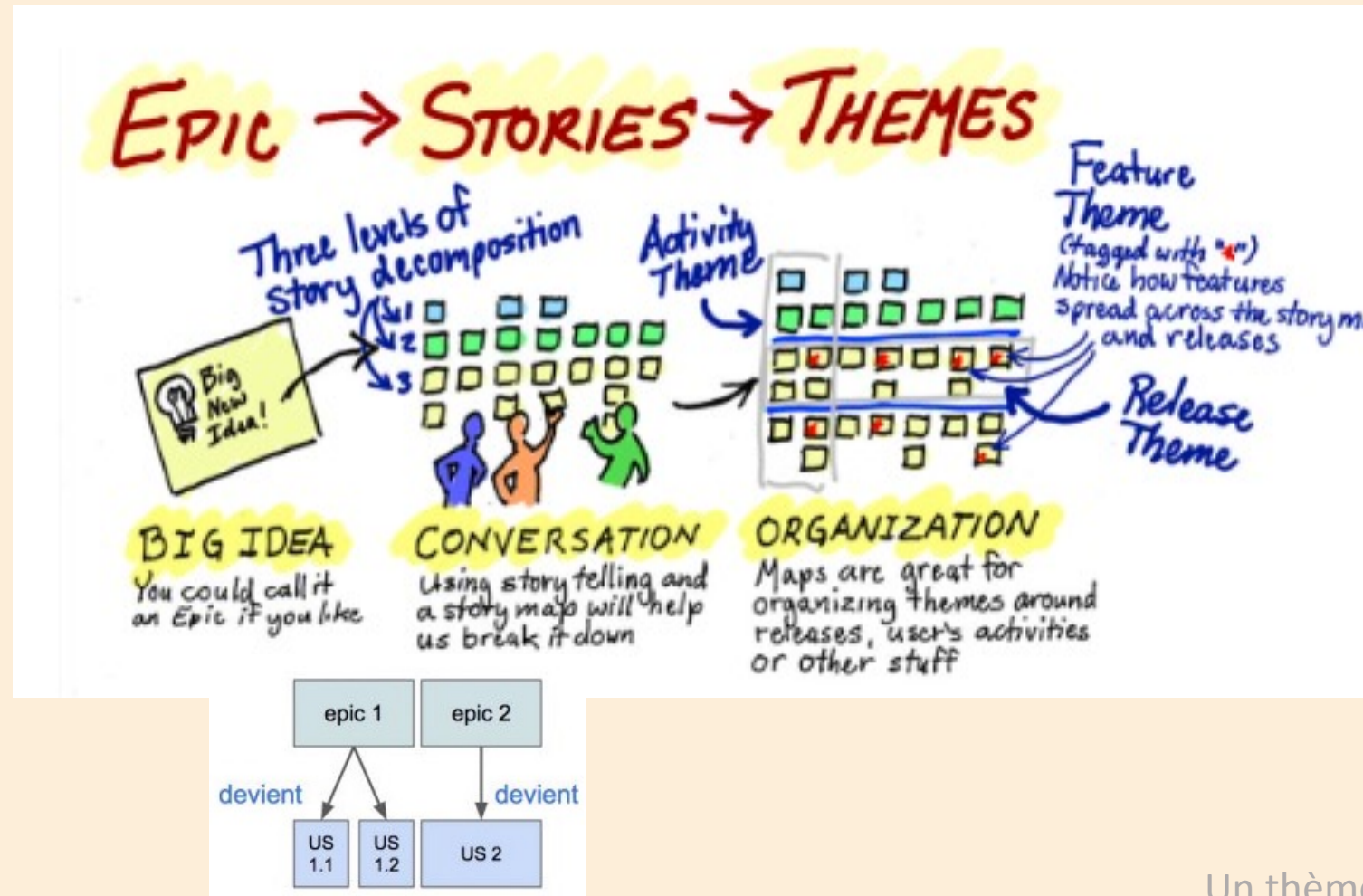
Epic, Story : le découpage

« La conversion est l'une des meilleurs choses pour découper de grosses stories »



=> Les Epic sont des grosses stories qui ont la bonne taille pour la partie business ou utilisateur mais inadaptées pour l'équipe de développement. Une story doit apporter de la valeur, être utilisable et faisable

Organiser les stories



Un thème est une collection d'US

Ici pas de tâches ! c'est durant le SP

Conclusion



Conclusion

- L'user story mapping est une technique qui vous permet de **partager une compréhension commune**
- La visualisation permet d'avoir une vue d'ensemble
- Elle donne une bonne occasion de **prendre des décisions** (priorisation : mvp, r1 r2 ...)