

User stories и job stories

Ксения Шипина
Системный аналитик

Курс “Системный аналитик”



Что изучим на вебинаре?

1

Персоны

2

User stories

3

Job stories



Цель вебинара

**Познакомиться с методами
описания персон и
пользовательских
историй**



Персоны

1



Персоны

Персона — это обобщенное, но реалистичное описание типичного или целевого пользователя продукта, то есть архетип, описанный, как реальный живой человек, при этом не существующий на самом деле.

Описание персоны должно фокусироваться на тех характеристиках, которые влияют на то, что разрабатывается.



Персоны

Какими деталями должна обладать персона?

- Имя, возраст, пол и фотография
- Ключевые слова, описывающие, что она делает в «реальной жизни»
- Уровень опыта в области использования вашего продукта или продуктов конкурентов
- Контекст того, как они будут взаимодействовать с вашим продуктом? Как часто они будут использовать его?
- Цели и проблемы, для решения которых будут использовать ваш продукт



Пример персоны приложения для хранения бонусных карт

Анастасия, 34 года, экономист в магазине

Замужем, мама двоих детей

Живет с семьей в спальном районе Москвы


Имеет средний доход

По вечерам помогает детям с домашними заданиями и смотрит сериал “Великолепный век”

- Часто посещает торговые центры, т.к. дети быстро растут
- Участвует во всех бонусных программах, т.к. пытается сэкономить
- Совершает покупки ~ в 15 различных магазинах
- Иногда отказывается от совершения покупки, если забывает дома бонусную карту



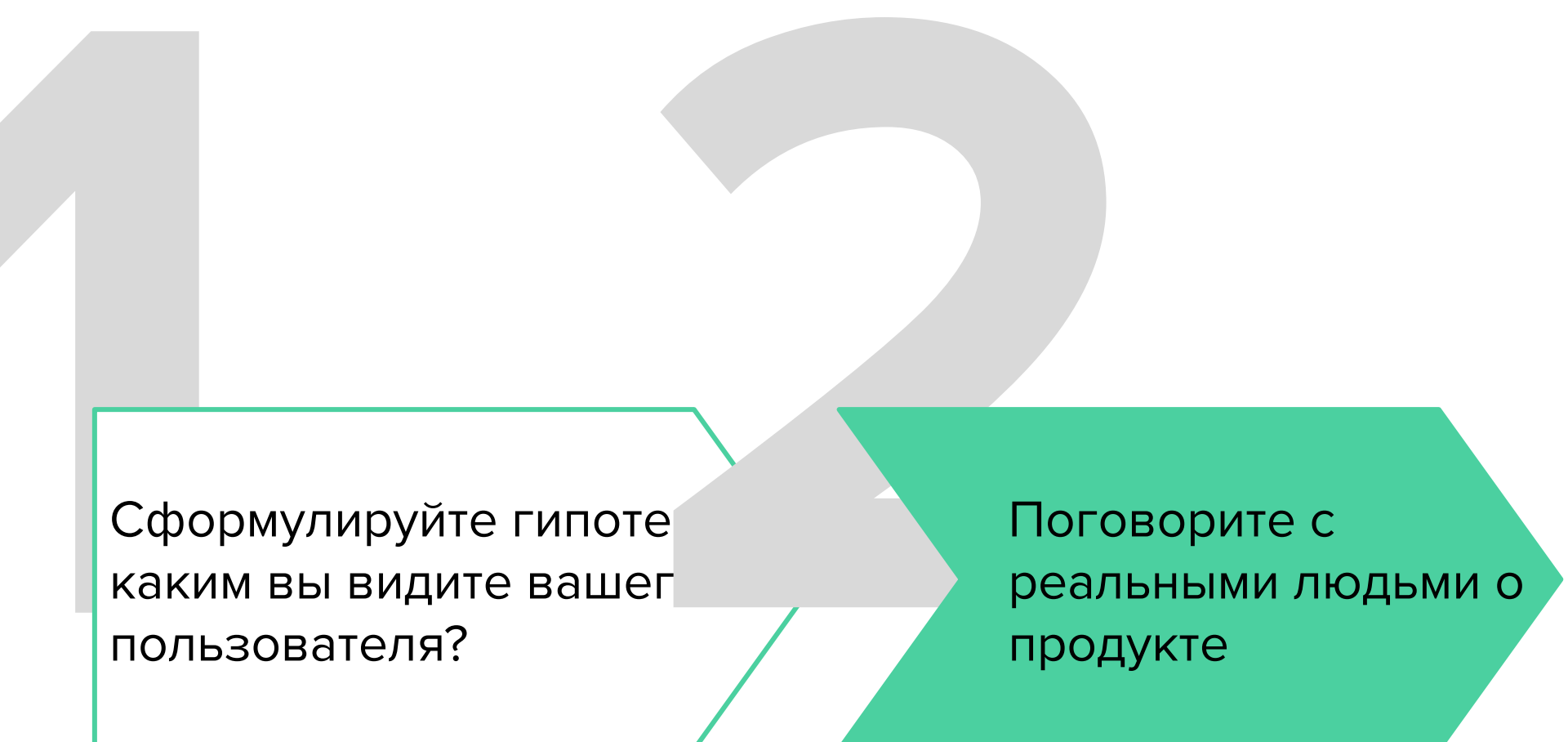
Как описать персоны?



Сформулируйте гипотезы:
каким вы видите вашего
пользователя?



Как описать персоны?



1
Сформулируйте гипотезу, каким вы видите вашего пользователя?

2
Поговорите с реальными людьми о продукте

Это могут быть пользователи конкурирующих продуктов, ваша уже существующая аудитория или просто группы людей, которые, как вам кажется, могут быть заинтересованы в продукте



Как описать персоны?

1
Сформулируйте гипотезу, каким вы видите вашего пользователя?

2
Поговорите с реальными людьми о продукте

3
Систематизируйте полученную информацию

Необходимо объединить схожие поведенческие паттерны в одну персону



Как описать персоны?

1
Сформулируйте гипотезы, каким вы видите вашего пользователя?

2
Поговорите с реальными людьми о продукте


3
Систематизируйте полученную информацию

4
Проведите разумную оценку результатов

- Все ли гипотезы мы отработали?
- Со всеми ли мы поговорили?
- Отражает ли информация то, что мы услышали?
- Помогут ли собранные данные в разработке продукта?



Как описать персоны?



Опишите все полученные
персоны



Как описать персоны?

Опишите все полученные персоны

Покажите карточки реальным людям и спросите, видят ли они в них себя?

Если люди не находят себя, значит работа по определению персон проведена некачественно, и ее нужно повторить, потому что вы что-то упустили.



Зачем нужны персоны

Персоны помогают:

- Правильно выстроить карту развития продукта, выбрать именно те вехи развития, которые нужны пользователям
- Снизить нагрузку на разработчиков, так как не нужно разрабатывать функциональности, не востребованные целевыми пользователями продукта
- Понять, кому продается продукт, каким образом стоит выстраивать позиционирование продукта и коммуникацию с потребителем
- Выстроить эффективную стратегию привлечения аудитории за счет понимания, как можно “достучаться” до пользователей
- Повысить качество сервиса поддержки, за счет понимания “болей” пользователей



Как использовать персоны в анализе требований?



Как использовать персоны в анализе требований?

Персоны \neq Роли



Как использовать персоны в анализе требований?

Персоны \neq Роли
НО

Анализируя поведение персон в продукте, мы можем объединить их в группы пользователей, на основании которых будет реализована ролевая модель сервиса и описаны варианты использования или пользовательские истории



User story

2



Что такое user story?

User story (пользовательская история) — это короткая формулировка намерения, описывающая что-то, что система должна делать для пользователя



Что такое user story?

User story (пользовательская история) — это короткая формулировка намерения, описывающая что-то, что система должна делать для пользователя

Структура пользовательской истории:

Как <роль/персонаж юзера>, я <что-то хочу получить>, <с такой-то целью>



Что такое user story?

User story (пользовательская история) — это короткая формулировка намерения, описывающая что-то, что система должна делать для пользователя

Структура пользовательской истории:

Как <роль/персонаж юзера>, я <что-то хочу получить>, <с такой-то целью>

Пример:

Как покупателю интернет-магазина, мне удобно искать книги по жанрам, чтобы быстрее найти те, которые я захочу прочитать.



Что такое user story?

User story (пользовательская история) — это короткая формулировка намерения, описывающая что-то, что система должна делать для пользователя

Структура пользовательской истории:

Как <роль/персонаж юзера>, я <что-то хочу получить>, <с такой-то целью>

Пример:

Как покупателю интернет-магазина, мне удобно искать книги по жанрам, чтобы быстрее найти те, которые я захочу прочитать.



Что такое user story?

User story (пользовательская история) — это короткая формулировка намерения, описывающая что-то, что система должна делать для пользователя

Пример:

Как **покупателю интернет-магазина**, мне удобно **искать книги по жанрам**, **чтобы** **быстрее найти те**, которые я захочу прочитать.

- Есть одна персона/роль
- Есть одно действие
- Есть одна ценность



Персона/роль

- Разделите всех персон на группы: целевая группа, важная группа, менее важная группа и тп
- Дайте уникальные названия персонам в этих группах. Даже если в системе у них будет одинаковые роли “Пользователя системы”
- Пишите истории с точки зрения этих персон, указывая их уникальные названия

Пример:

Вы можете выделить 3 персоны для книжного интернет-магазина, но объединить их в группу “Покупатель интернет-магазина”

В результате вы сможете визуально увидеть, какие истории необходимы для персон целевой группы, какие — для каждой группы и тп.

Это позволяет назначить историям приоритеты, так как истории персон целевой группы являются более важными



Действие

- Необходимо описать одно основное действие
- Действие должно быть описано с точки зрения “что делает пользователь?”, а не “как делает пользователь?”. Постарайтесь описать проблему, а не ее решение.

Пример:

Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, **я хочу воспользоваться поиском в приложении**, чтобы найти ближайшую хорошую заправку.

Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, **я хочу быстро найти ближайшую хорошую заправку**, чтобы заправиться качественным бензином.



Ценность

- Ценность истории определяется ценностью для пользователя
- Ценность всегда отражает проблему, которую хочет решить пользователь
- Некоторые истории могут не иметь прямой ценности
 - Напишите историю с ценностью
 - Мысленно уберите ценность
 - Если история не потеряла свой смысл, то можно отказаться от ценности в формулировке истории
 - Однако приоритет у такой истории будет низким, так как её ценность для пользователя не очевидна



User story ≠ требования

- Не являются детальным описанием требований (то-есть того, что система должна бы делать), а представляют собой скорее **обсуждаемое представление намерения** (нужно сделать что-то вроде этого)
- Являются **короткими и легко читаемыми**, понятными разработчикам, стейкхолдерам и пользователям
- Представляют собой небольшие **инкременты ценной функциональности**, которая может быть реализована в рамках нескольких дней или недель



User story ≠ требования

- Относительно легко поддаются оценке
- Не занимают огромных, громоздких документов, а скорее организованы в списки, которые легче упорядочить и переупорядочить по ходу поступления новой информации
- Не детализированы в самом начале проекта, а уже более детально разрабатываются «точно в срок», избегая таким образом слишком ранней определенности, задержек в разработке, нагромождения требований и чрезмерно ограниченной формулировки решения



Как написать хорошую user story?

Билл Вейк ввел в оборот аббревиатуру **INVEST**:

- Independent — независимая
- Negotiable — обсуждаемая
- Valuable — ценная
- Estimable — оцениваемая
- Small — небольшая (возможно реализовать в рамках одной итерации (спринта))
- Testable — тестируемая



INVEST

- I** Историю можно выполнить отдельно от других пользовательских историй продукта
- N** Историю уже обсудили с заказчиком, внести корректировки и уточнения
- V** Выполнение истории позволит приблизиться к глобальной цели продукта
- E** Историю можно оценить в человеко-часах, story-points, идеальных днях
- S** Оценка сроков реализации не превышает длительности спринта
- T** Критерии приемки описаны, по ним можно составить сценарии тестирования



Критерии приемки

- Формируются после обсуждения истории
- Звучат так, как будто функциональность уже реализована и доступна пользователю
- Помогают понять, что пользователь получит в результате реализации истории
- Помогают составить план тестирования разрабатываемой функциональности



Критерии приемки

Пример:

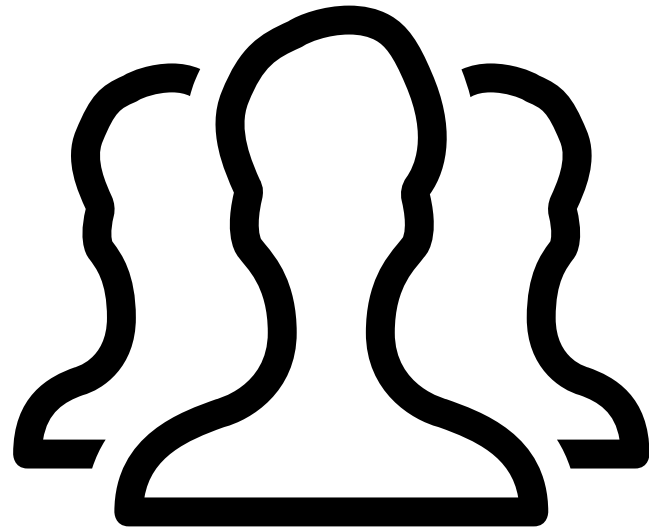
Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, я хочу быстро найти ближайшую хорошую заправку, чтобы заправиться качественным бензином.

Критерии приемки:

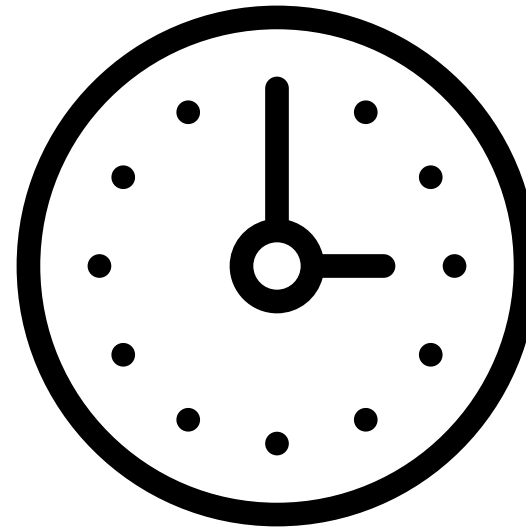
- Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, я могу просмотреть все ближайшие заправки.
- Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, я могу выбрать заправки подходящих мне брендов.
- Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, я могу видеть ближайшие заправки выбранных брендов в виде списка.
- Как водитель автомобиля, у которого заканчивается бензин, я могу видеть ближайшие заправки выбранных брендов на карте.



Приоритизация историй и требований



Ответственные — product owner или заказчик



Когда — перед стартом проекта и перед началом каждого спринта



Как — принцип MoSCoW



MoSCoW

Must have — мы обязаны иметь эту функциональность

Should have — нам следует иметь эту функциональность

Could have — было бы здорово иметь эту функциональность

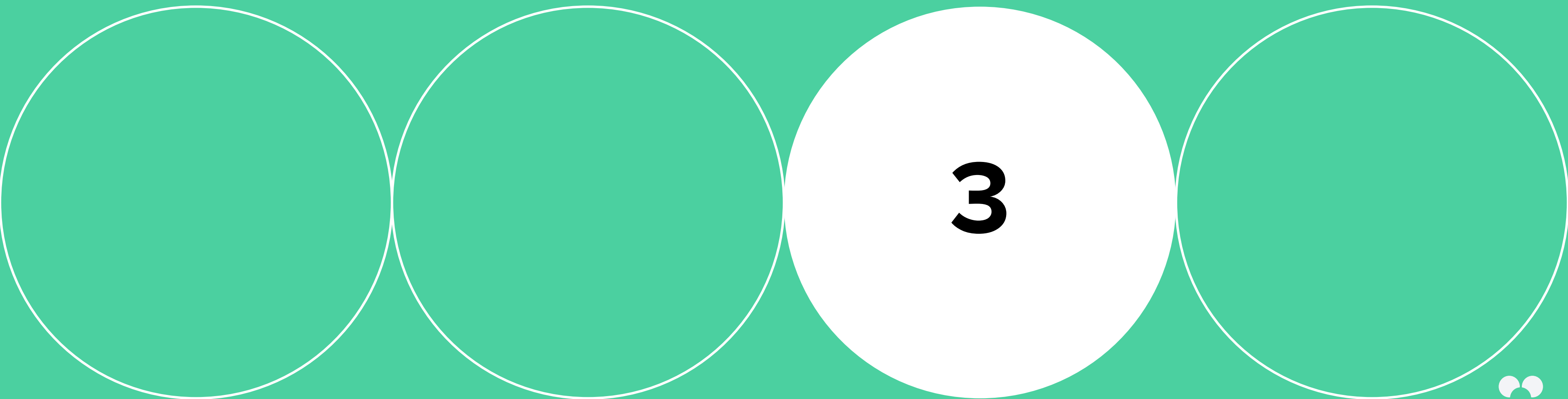
Won't have — не будем это реализовывать в этот раз

ИЛИ

Wish — хотелка, хотели бы, но не уверены, успеем ли, хватит ли ресурсов



Job story



Что такое job story?

Job story — это способ описания потребности человека, позволяющий фиксировать инсайты от пользователей в результате проведенных исследований и доносить ценность инсайтов без искажений

Job story описывают по формату:

- Ситуация, в которой возникла проблема (Ситуация)
- То, что, по мнению человека должно произойти, чтобы проблема решилась (Мотивация)
- То, что человек получит, когда проблема будет решена (Ауткам)



Что такое job story?

Job story описывают по формату:

- Ситуация, в которой возникла проблема (Ситуация)
- То, что, по мнению человека должно произойти, чтобы проблема решилась (Мотивация)
- То, что человек получит, когда проблема будет решена (Ауткам)

Пример:

Когда я захожу на незнакомый интернет-магазин и он вызывает подозрение, я хочу узнать можно ли ему доверять, чтобы не оставить им платежные данные и не стать жертвой обманщиков.



Как написать job story?

Job story можно написать по шаблону:

[Когда_____] [Я хочу_____] [чтобы_____]

[Когда_____] [Мне нужно_____] [чтобы_____]

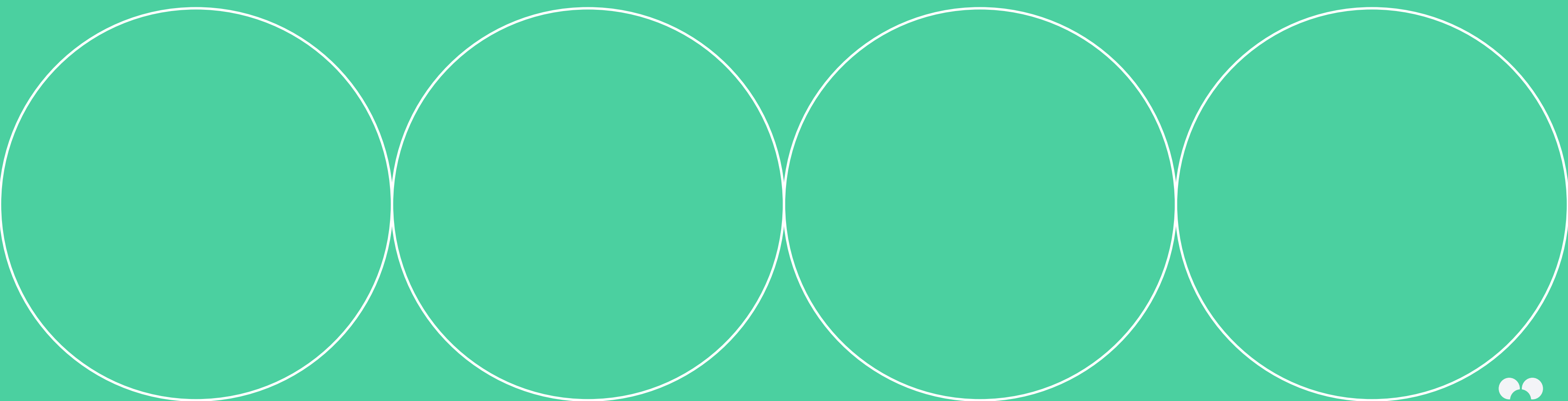
[Когда_____] [Я хочу чтобы_____] [чтобы я мог_____]

Хорошая job story:

- Описывает мотивацию пользователя
- Не упоминает решение
- Не описывает действие
- Не описывает задачу



Практическое задание



Чего не хватает?

Как рекламодатель, я хочу чтобы у меня была возможность фильтровать мои объявления.



Чего не хватает?

Как рекламодатель, я хочу чтобы у меня была возможность фильтровать мои объявления.

Комментарий:

В истории потерялась ценность:

Как <роль/персонаж юзера>, я <что-то хочу получить>, <с такой-то целью>

Из-за этого не понятно, какой результат хочет получить пользователь.



Что не так с историей?

Как администратор, я хочу удалять фотографии пользователей через кнопку удалить, чтобы весь контент сайта был легальным.



Что не так с историей?

Как администратор, я хочу удалять фотографии пользователей **через кнопку удалить**, чтобы весь контент сайта был легальным.

Комментарий:

Когда в истории есть указания на части интерфейса, это уже решение, а не проблема. В историях, как и в требованиях в целом, лучше избегать упоминания конкретных частей интерфейса, так как вы можете заиклиться на решении с кнопкой, а оно может оказаться не самым удобным для пользователя.



Что не так с историей?

Как куратор онлайн-курса, я хочу знать имя и контакты заинтересовавшихся курсом посетителей сайта, чтобы направить им по e-mail информацию о старте курса, зарегистрировать их в системе, сгенерировать и выслать пароль от личного кабинета.



Что не так с историей?

Как куратор онлайн-курса, я хочу знать имя и контакты заинтересовавшихся курсом посетителей сайта, чтобы **направить им по e-mail** информацию о старте курса, **зарегистрировать их в системе, сгенерировать и выслать пароль от личного кабинета.**

Комментарий:

Описано больше одного действия, что осложняет возможность оценки и тестирования истории.



Попробуйте написать пользовательскую историю

Анастасия, 34 года, экономист в магазине

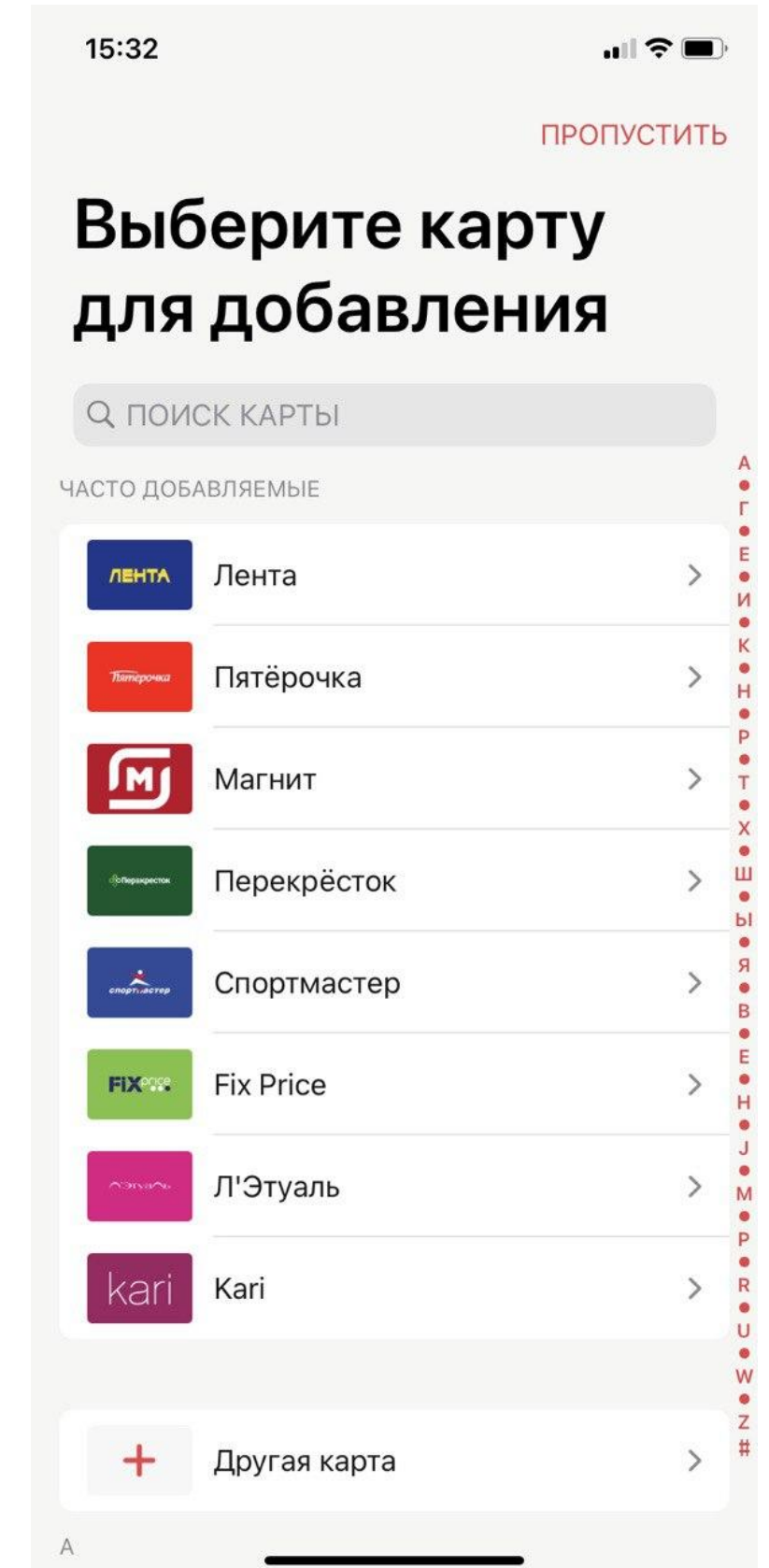
Замужем, мама двоих детей

Живет с семьей в спальном районе Москвы

Имеет средний доход

По вечерам помогает детям с домашними заданиями и смотрит сериал “Великолепный век”

- Часто посещает торговые центры, т.к. дети быстро растут
- Участвует во всех бонусных программах, т.к. пытается сэкономить
- Совершает покупки ~ в 15 различных магазинах
- Иногда отказывается от совершения покупки, если забывает дома бонусную карту



Итоги занятия

1

Узнали, что такое персоны, и как их описать



Итоги занятия

1

Узнали, что такое персоны, и как их описать

2

Рассмотрели, как описывать пользовательские истории



Итоги занятия

1

Узнали, что такое персоны, и как их описать

2

Рассмотрели, как описывать пользовательские истории

3

Обзорно рассмотрели подход описания job stories



Итоги занятия

1

Узнали, что такое персоны, и как их описать

2

Рассмотрели, как описывать пользовательские истории

3

Обзорно рассмотрели подход описания job stories

4

Потренировались в описании пользовательских историй



Домашнее задание



Цель

Потренироваться в написании пользовательских историй и проверке историй на соответствие принципам INVEST

Задание

Прочитать [статью](#) о принципах INVEST.
Описать 3 пользовательские истории для проектов “Будильник”/“Погода”/“Заметки” из домашнего задания “Методы формализации требований” (описывать только для того проекта, над которым вы работали в домашнем задании по методам формализации требований)

Результат

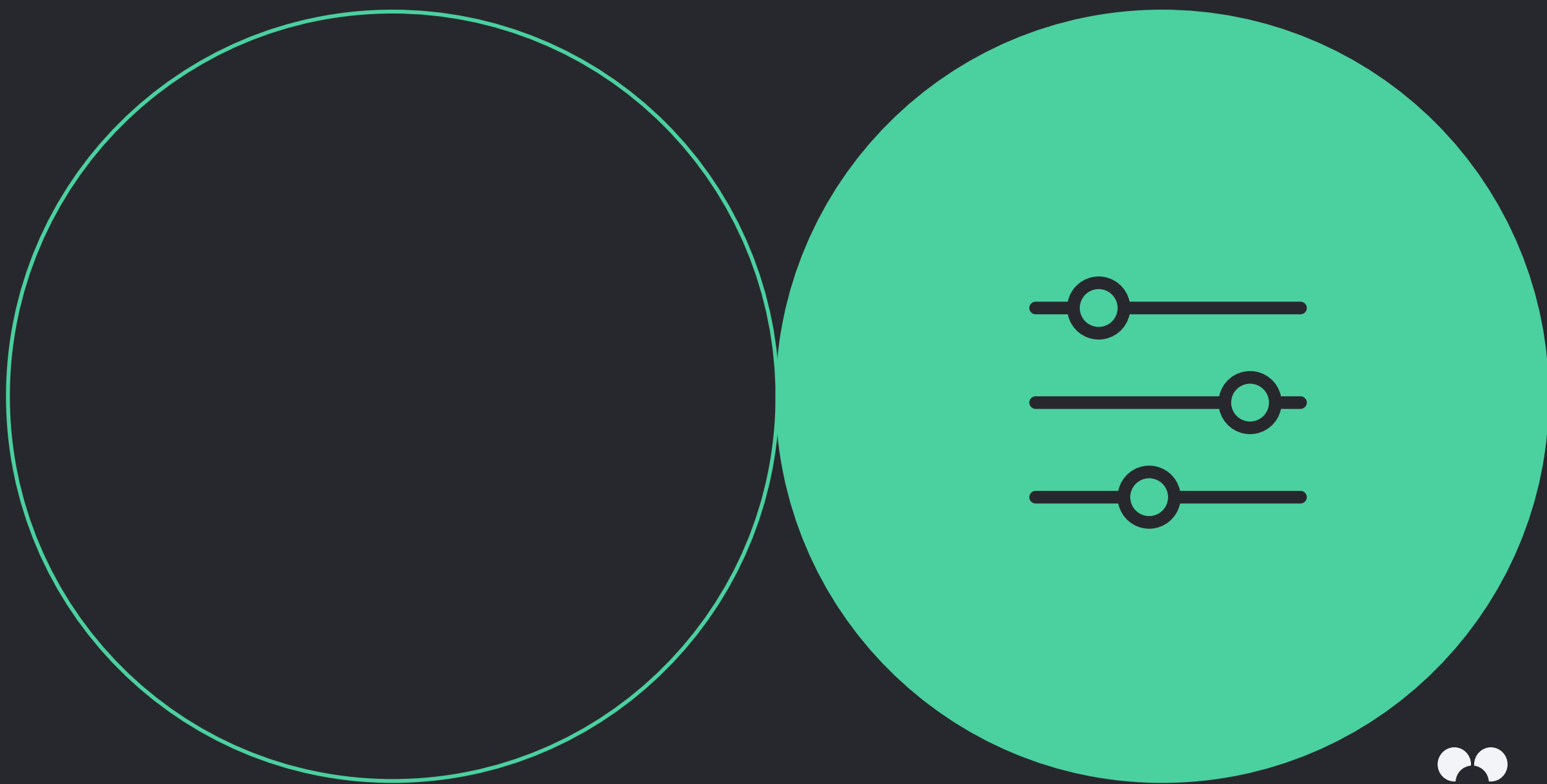
Написаны 3 пользовательские истории

Инструменты

Google docs



Дополнительные ресурсы



Что почитать, посмотреть, вдохновиться

1. Майк Кон “Пользовательские истории. Гибкая разработка программного обеспечения”
2. Юлия Билинчис “Об использовании персон (персонажей) пользователей при разработке продуктов”
3. Василий Рудоманов “Пользовательские персоны”
4. Как разделить слишком большие пользовательские истории?
5. Принципы INVEST (видео)
6. Дмитрий Капаев “Гайд по Job Stories”



User stories и job stories

Ксения Шипина
Системный аналитик

Курс “Системный аналитик”

