

Выявление, сбор и анализ требований



План курса

1

Роль БА в процессе разработки. Этапы проектной и продуктовой работы.

2

Определение целей проекта. Проведение сравнительного анализа. Формирование гипотез и их валидация.

3

Виды требований и их применение

4





Выявление, сбор и анализ требований

5

Основная проектная документация в работе БА:
V&S, BRD, SRS, T3



Что будет на уроке сегодня

-  Процесс выявления требований для продукта, а также цели этого процесса;
-  Роль бизнес-аналитика в процессе работы с требованиями;
-  Использование различных методов и техник для сбора требований;
-  Анализ и валидация требований.



Термины, используемые в лекции

PDLC (Product Development Life Cycle) – это стандартный цикл разработки продукта, который включает в себя несколько этапов: планирование, проектирование, разработка, тестирование, релиз и сопровождение.

Выявление требований – это процесс сбора, анализа и документирования информации о том, что должна делать система, как ее должны использовать пользователи и какие функциональные и нефункциональные требования должны быть учтены для создания качественного продукта.

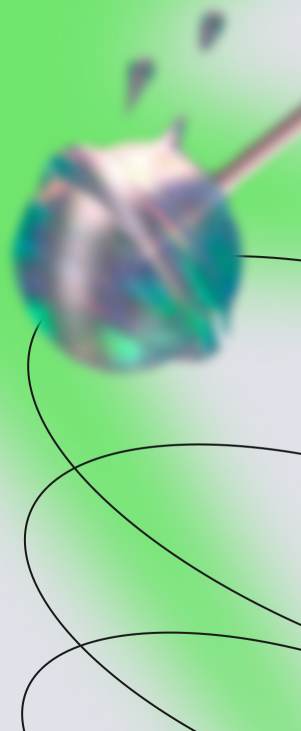
Валидация требований – это важный этап в процессе разработки любого продукта или сервиса. Этот шаг помогает убедиться, что все требования правильные, понятные и удовлетворяют потребностям всех заинтересованных сторон.

Приоритизация требований к продукту – это процесс определения наиболее важных и необходимых функций, которые должны быть реализованы в продукте, чтобы обеспечить наивысший уровень удовлетворения потребностей пользователей и достижения бизнес-целей.

Оценка трудозатрат на реализацию требований – это процесс определения необходимого количества времени, ресурсов и усилий для того, чтобы реализовать каждое требование.



Что такое требования
к продукту?





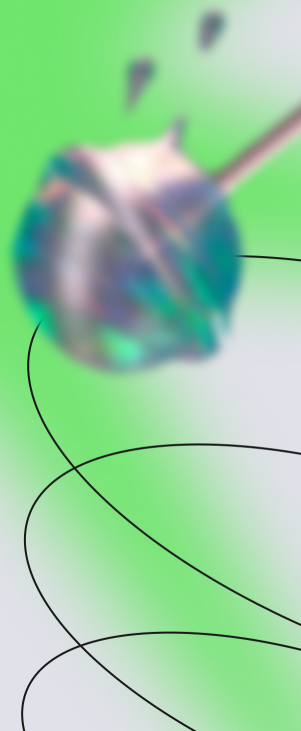
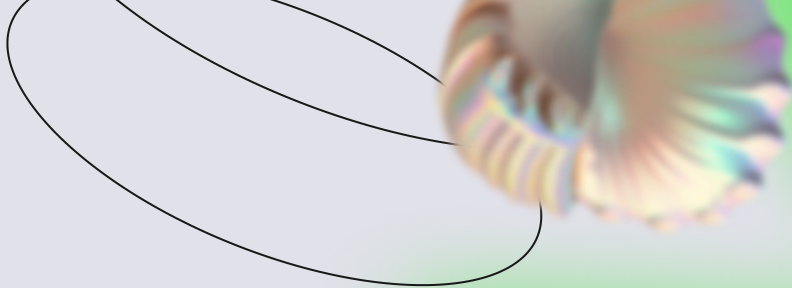
Что такое требования к продукту?

В общем понимании, **требования** – это описание того, что должен делать продукт и каким должен быть его функционал, чтобы удовлетворить потребности заказчика и пользователей. Требования определяют функциональность, производительность, надежность и другие характеристики продукта или проекта.





Выявление требований





Выявление требований

Выявление требований – это процесс сбора, анализа и документирования информации о том, что должна делать система, как ее должны использовать пользователи и какие функциональные и нефункциональные требования должны быть учтены для создания качественного продукта.





Цели процесса выявления и сбора требований

Основная цель выявления требований заключается в том, чтобы **понять потребности и ожидания пользователей, бизнеса и других заинтересованных сторон**, и преобразовать эту информацию в понятный и недвусмысленный формат для дальнейшей разработки и тестирования продукта.

Давайте разберем основные причины, по которым необходимо проводить выявление требований:

- **Определение бизнес-целей:** Выявление требований помогает определить бизнес-цели проекта, что позволяет оценить целесообразность инвестирования в проект и планировать дальнейшие шаги.
- **Понимание потребностей пользователей:** Выявление требований помогает понять потребности пользователей и выработать продукт, который будет их удовлетворять. Отсутствие этой информации может привести к созданию продукта, который не будет использоваться или будет использоваться неправильно.
- **Улучшение качества продукта:** Если требования определены правильно, то это позволяет создать продукт, который будет соответствовать потребностям пользователей и иметь высокое качество. Это в свою очередь увеличивает удовлетворенность пользователей и может привести к масштабированию продукта.



Цели процесса выявления и сбора требований

Давайте разберем основные причины, по которым необходимо проводить выявление требований:

- **Уменьшение рисков и ошибок:** Если требования не выявлены правильно, то это может привести к ошибкам и неправильным решениям в ходе проекта. Выявление требований позволяет уменьшить риски, связанные с разработкой продукта, и увеличить вероятность создания продукта, который будет соответствовать ожиданиям заказчика и пользователей.
- **Эффективное планирование:** Выявление требований позволяет лучше планировать проект и выработать оптимальную стратегию разработки. Это позволяет сократить время и затраты на разработку, а также уменьшить вероятность отката к предыдущим этапам проекта.
- **Эффективная коммуникация внутри команды:** Выявление требований позволяет всем заинтересованным сторонам понимать друг друга и быть на одной волне. Это помогает поддерживать коммуникацию между заказчиком, разработчиками и пользователем, что в свою очередь способствует более эффективной работе над проектом.



Что такое PDLC и на каком этапе необходимо выявлять требования?

PDLC (Product Development Life Cycle) – это стандартный цикл разработки продукта, который включает в себя несколько этапов:

- 1. Планирование (Planning):** на этом этапе определяются бизнес-требования к продукту, составляется план проекта по разработке, определяется бюджет и ресурсы, а также оцениваются риски.
- 2. Проектирование (Design):** на этом этапе происходит проектирование продукта, создаются технические спецификации (в том числе функциональные и нефункциональные требования), разрабатывается архитектура и интерфейс продукта.
- 3. Разработка (Development):** на этом этапе происходит непосредственная разработка продукта, создание программного кода и интеграция всех компонентов.



Что такое PDLC и на каком этапе необходимо выявлять требования?

PDLC (Product Development Life Cycle) – это стандартный цикл разработки продукта, который включает в себя несколько этапов:

4. **Тестирование (Testing):** на этом этапе происходит тестирование продукта на соответствие требованиям и оценивается его качество. В этом процессе используются различные методы тестирования, например, модульное тестирование, интеграционное тестирование, системное тестирование, приемочное тестирование.
5. **Релиз (Release):** на этом этапе выпускается готовый продукт на рынок, выполняются последние проверки, устанавливается и настраивается программное обеспечение, создается документация и проводится обучение пользователей.
6. **Сопровождение (Maintenance):** на этом этапе продукт поддерживается и обновляется, исправляются ошибки, добавляются новые функции и выпускаются новые версии продукта.



Что такое PDLC и на каком этапе необходимо выявлять требования?

В рамках PDLC, **выявление бизнес-требований** является одним из первых и самых важных шагов создания продукта, который **обычно происходит на этапе планирования**. Выявление бизнес-требований позволяет команде определить, **какой продукт необходимо создать и какие функции и возможности он должен включать**.

- На этом этапе команда разработки проводит множество встреч с заказчиком и другими заинтересованными сторонами, чтобы получить понимание того, что именно требуется от продукта.
- Этот процесс может включать в себя проведение маркетинговых исследований и анализ конкурентов, чтобы определить потенциальный спрос на продукт и узнать, какие функции и возможности уже предлагаются на рынке.
- Кроме того, команда должна понимать целевую аудиторию продукта и ее потребности, чтобы создать продукт, который удовлетворит или даже превзойдет ожидания.

После того, как бизнес-требования были определены, команда разработки переходит к следующему этапу PDLC – **Проектирование**. Именно на этом этапе детально описываются **функциональные и нефункциональные требования** к продукту.



Что такое PDLC и на каком этапе необходимо выявлять требования?

Давайте вспомним определения этих двух видов требований:

Функциональные требования – это описание того, что должен делать продукт или система. Они определяют функции, возможности, сервисы и особенности продукта, которые должны быть реализованы. Функциональные требования описывают, как продукт должен работать и какие задачи он должен выполнять.

Пример ФТ:

- Система электронной коммерции должна позволять пользователям добавлять товары в корзину.
- Мобильное приложение для заказа еды должно позволять пользователям просматривать список ресторанов, из которых можно сделать заказ.



Что такое PDLC и на каком этапе необходимо выявлять требования?

Давайте вспомним определения этих двух видов требований:

Нефункциональные требования – это требования, которые не связаны напрямую с функциональностью продукта или системы, а определяют другие характеристики и свойства продукта, такие как производительность, надежность, безопасность, удобство использования и т.д.

Пример НФТ:

- Система управления заказами должна обрабатывать не менее 100 заказов в минуту при максимальной нагрузке.
- Программное обеспечение для банковской системы должно быть доступно не менее 99,99% времени (т.е. время простоя – не более 53 минут в год)

Все эти требования собираются, документируются, анализируются и согласовываются на этапе проектирования, после чего команда может переходить к следующему этапу – **непосредственной разработке продукта.**



Как бизнес аналитик участвует в процессе выявления требований?

Бизнес-аналитик является ключевым участником процесса выявления требований.

Вот как он участвует в этом процессе:

- **Сбор информации:** Бизнес-аналитик собирает информацию о бизнес-процессах и существующих системах, которые могут быть затронуты новым продуктом (или функционалом). Это может включать интервью с заинтересованными сторонами, анализ документации и изучение данных.
- **Анализ данных:** На основе собранной информации бизнес-аналитик анализирует существующие процессы и системы, чтобы выявить возможности для улучшения и оптимизации. Он также анализирует данные, чтобы понять требования пользователей и бизнеса.
- **Определение требований:** Бизнес-аналитик определяет функциональные и нефункциональные требования для новой системы или проекта. Он работает с заинтересованными сторонами, чтобы определить их потребности и требования, а затем документирует их.



Как бизнес аналитик участвует в процессе выявления требований?

Бизнес-аналитик является ключевым участником процесса выявления требований.

Вот как он участвует в этом процессе:

- **Разработка и валидация:** Бизнес-аналитик разрабатывает прототипы, диаграммы потоков данных, пользовательские истории и другие документы, чтобы проиллюстрировать требования. Он работает с командой разработчиков и тестировщиков, чтобы убедиться, что требования являются реалистичными и могут быть реализованы.
- **Управление изменениями:** В процессе разработки проекта могут возникнуть изменения в требованиях. Бизнес-аналитик управляет этими изменениями, обеспечивая их документирование, оценку и утверждение заинтересованными сторонами.

Таким образом, бизнес-аналитик играет важную роль в выявлении требований, работая с заинтересованными сторонами, чтобы понять их потребности и определить, как новый проект или система может помочь им достичь своих целей.



Методы и инструменты сбора требований

Для проведения качественного сбора требований **бизнес-аналитик должен правильно подобрать методы и инструменты, которые помогут эффективно собрать и управлять требованиями.**

Существует множество методологий, которые могут помочь бизнес аналитику собрать требования к новому функционалу или продукту.

Вот несколько методов и инструментов, которые могут быть использованы для сбора требований:

- **Интервью:** Это метод, при котором бизнес-аналитик задает вопросы заинтересованным сторонам и записывает их ответы. Интервью могут проводиться как индивидуально, так и в группах. Этот метод позволяет бизнес-аналитику получить глубокое понимание требований заинтересованных сторон и задать дополнительные вопросы для уточнения информации.
- **Фокус-группы (или Design Thinking сессии):** Это метод, при котором группа заинтересованных сторон собирается вместе, чтобы обсудить определенные аспекты проекта. Фокус-группы могут помочь бизнес-аналитику понять мнения и точки зрения разных пользователей.



Методы и инструменты сбора требований

Вот несколько методов и инструментов, которые могут быть использованы для сбора требований:

- **Мозговой штурм:** Это метод, при котором группа людей собирается вместе, чтобы генерировать идеи. Этот метод может помочь бизнес-аналитику получить много разных идей и возможностей для проекта.
- **Наблюдение:** Это метод, при котором бизнес-аналитик наблюдает за пользователями продукта или системы, чтобы понять как они используют текущую систему или процесс. Этот метод позволяет получить более глубокое понимание процесса, которое может быть недоступно при интервью.
- **Анкетирование:** Это метод, при котором бизнес-аналитик отправляет стандартные вопросы заинтересованным сторонам, которые заполняют их и возвращают обратно. Этот метод может быть эффективен для получения большого количества информации от сразу нескольких стейкхолдеров.
- **Прототипирование:** Это инструмент, при котором создается прототип системы или интерфейса. Бизнес-аналитик может использовать этот метод, чтобы продемонстрировать заинтересованным сторонам, как будет работать система, и получить обратную связь для уточнения по требованиям.



Методы и инструменты сбора требований

Вот несколько методов и инструментов, которые могут быть использованы для сбора требований:

- **Диаграммы потоков данных:** Это инструмент, который используется для визуализации потоков данных в системе. Бизнес-аналитик может использовать этот метод, чтобы проиллюстрировать, как данные будут передаваться и обрабатываться в системе, что может помочь выявить потенциальные проблемы и уточнить требования.
- **Анализ конкурентов:** это метод, при котором исследуются продукты, предлагаемые конкурентами, чтобы понять, что может быть использовано в вашем продукте.
- **Моделирование бизнес-процессов:** это метод, при котором анализируются бизнес-процессы, связанные с продуктом, чтобы определить, какие функции необходимы для его успешного использования.
- **CJM (Customer Journey Mapping):** это метод, при котором команда разработки анализирует, как пользователи взаимодействуют с продуктом на разных этапах его использования, чтобы определить, какие функции необходимы для улучшения пользовательского опыта.



Методы и инструменты сбора требований

Задача бизнес-аналитика правильно определить, **какой метод сбора требований может подойти для того или иного продукта.**

- Например, для продукта, который только создается и не имеет существующего функционала и рабочих процессов, могут подойти анализ конкурентов, проведение мозговых штурмов и прототипирование. Эти методы помогут нам с генерацией новых идей по реализации продукта.
- Для уже существующего продукта мы можем использовать моделирование и анализ бизнес-процессов, а также наблюдение. Так мы сможем лучше понять, как пользователи используют продукт и получить больше идей для его улучшения.



Методы и инструменты сбора требований: интервью

Далее предлагаю детально разобрать **несколько подходов** к сбору требований, **которые бизнес-аналитик использует почти на каждом своем проекте.**

Интервью является одним из наиболее распространенных методов сбора требований в процессе разработки продукта.

Бизнес-аналитик может использовать интервью, чтобы получить информацию от разных заинтересованных сторон, включая заказчиков, пользователей, экспертов в отрасли и других заинтересованных лиц.



Методы и инструменты сбора требований: интервью

Процесс интервью может быть **структурированным** и **неструктурированным**:

- В структурированном интервью бизнес-аналитик следует заранее подготовленному списку вопросов, которые позволяют получить информацию о конкретных аспектах продукта
- Неструктурированные интервью, с другой стороны, могут быть более гибкими, позволяя бизнес-аналитику задавать вопросы, основанные на ответах, полученных от интервьюируемых

Интервью могут проводиться как в личной беседе, так и посредством телефонных или видео-конференций. Важно понимать, что **эффективность интервью зависит не только от самого процесса, но и от подготовки и подхода бизнес-аналитика.**



Методы и инструменты сбора требований: интервью

При использовании интервью в процессе сбора требований, **бизнес-аналитик может получить следующую информацию:**

- Цели и потребности заказчика или пользователей продукта;
- Функциональные требования к продукту, которые необходимы для достижения целей заказчика или пользователей;
- Ограничения и требования к качеству, такие как производительность, безопасность, надежность и т.д.;
- Предпочтения пользователей, связанные с интерфейсом и функциональностью продукта;
- Требования к интеграции продукта с другими системами и приложениями;
- Информацию об индустрии и конкурентной среде, которая может повлиять на продукт.



Методы и инструменты сбора требований: интервью

Интервью является отличным инструментом для получения информации о требованиях к продукту. Однако, чтобы добиться успеха, **бизнес-аналитик должен подготовиться заранее:**

- Составить список вопросов;
- Выбрать правильных участников (интервьюируемых);
- Определить роли других участников своей команды (заметки, тайминг, демонстрация материалов и пр.);
- Определить время и место проведения интервью, забронировать слот в календарях участников.

После интервью крайне важно поблагодарить всех участников интервью и **отправить резюме проведенной встречи**, чтобы исключить некорректную интерпретацию ответов интервьюируемых.



Методы и инструменты сбора требований: моделирование БП

Еще один распространенный инструмент, который часто используется бизнес-аналитиками для сбора требований – **моделирование бизнес-процессов**.

- Бизнес-процессы могут помочь уточнить требования и предоставить более детальную информацию о том, что необходимо реализовать в продукте. **Моделирование может помочь вам определить все условия, исключения и дополнительные функции**, которые могут быть не очевидны при первоначальном сборе требований.
- Кроме того, моделирование процессов может помочь вам **согласовать требования с заинтересованными сторонами**. Разработка модели помогает убедиться, что все заинтересованные стороны имеют ясное понимание того, как работает процесс, и что все требования к продукту удовлетворены.



Методы и инструменты сбора требований: моделирование БП

Ниже приведены **шаги**, которые могут помочь **смоделировать бизнес-процесс** и извлечь из него требования к продукту:

1. Определите специфику процессов (зону функционала), которую хотите описать с помощью бизнес-процесса;
2. Ознакомьтесь с процессом as-is (если хотите описать процесс to-be) и существующей документацией, затрагивающей процесс;
3. Определите источники, от которых вы планируете получать информацию о процессе: это могут быть пользователи, стейкхолдеры, эксперты в вашей области;
4. Сделайте драфт процесса и завалидируйте его с командой;



Методы и инструменты сбора требований: моделирование БП

5. Определите, на каких шагах процесса используется (будет использоваться) ваш продукт и какой функционал необходим для выполнения процесса (или для повышения его эффективности);
6. ЗадOCUMENTИРУЙТЕ полученные требования, обязательно ссылаясь на конкретные шаги процесса.



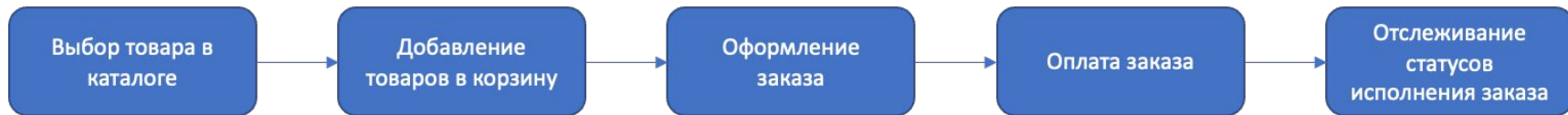
Методы и инструменты сбора требований: моделирование БП

Бизнес-процессы помогают сформулировать требования к продукту, потому что они описывают, как работает бизнес и каким образом продукт будет использоваться в этом процессе.

Давайте разберем на примере: представим, что у вас есть бизнес-процесс, связанный с онлайн-магазином, который продает товары через интернет.

Бизнес-процесс: Заказ товара через интернет-магазин.

Опишем высокоуровневый процесс оформления заказа в интернет-магазине:





Методы и инструменты сбора требований: моделирование БП

Из полученных шагов процесса, определим необходимый функционал, которым должен обладать наш продукт (платформа маркетплейса).

Требования к продукту:

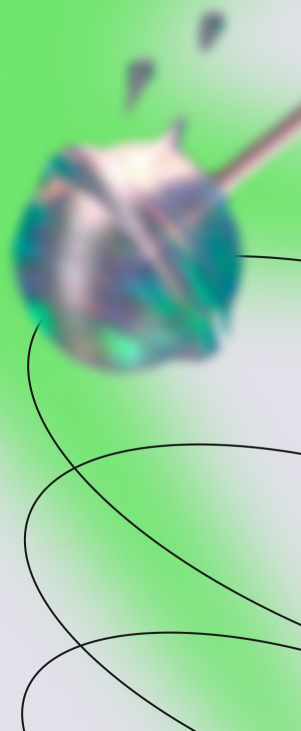
- Продукт должен иметь возможность создания онлайн-каталога товаров;
- Продукт должен иметь возможность обработки заказов из онлайн-магазина;
- Продукт должен иметь возможность интеграции с платежными системами;
- Продукт должен иметь возможность уведомлять клиентов о статусе их заказов.

Далее этот простейший процесс можно декомпозировать на десятки и даже сотни более детальных процессов, которые помогут сформулировать более точные функциональные и нефункциональные требования к продукту.

Таким образом, используя бизнес-процессы, можно определить, какие функции должен выполнять продукт и как он будет использоваться в рамках бизнеса.



Анализ требований

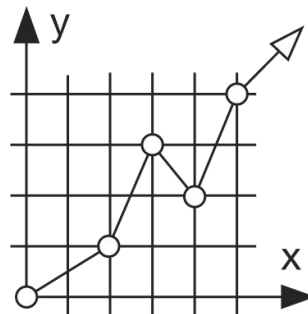




Что такое анализ требований? Как анализировать требования?

Анализ требований – это процесс изучения и понимания требований, которые должны быть реализованы в продукте.

Цель анализа требований – определить, что должен делать продукт, какие функции и характеристики он должен иметь, каким образом он будет использоваться, а также установить, что является наиболее важным для пользователя и бизнеса. Также во время анализа требований проводится оценка трудоемкости реализации этих требований.





Что такое анализ требований? Как анализировать требования?

Чтобы провести анализ требований к продукту, необходимо выполнить следующие шаги:

- 1. Собрать и классифицировать все требования.** Разделите требования на функциональные и нефункциональные, на основе того, как они определяют поведение системы.
- 2. Проверить требования на полноту и консистентность.** Проверьте, что все требования присутствуют, описываются однозначно и не противоречат друг другу.
- 3. Определить зависимости между требованиями.** Определите, какие требования зависят от других, и какие могут быть реализованы параллельно.
- 4. Приоритизировать требования.** Оцените важность каждого требования для пользователя и бизнеса. Это поможет определить приоритеты и понять, какие требования следует реализовать в первую очередь.



Что такое анализ требований? Как анализировать требования?

Чтобы провести анализ требований к продукту, необходимо выполнить следующие шаги:

- 5. Оценить требования.** Оцените каждое требование на основе его сложности, трудозатрат и рисков. Это поможет определить, какие требования могут потребовать дополнительных ресурсов и времени для их реализации, а также позволит спланировать бюджет проекта на основе этих оценок.
- 6. Составить план реализации требований.** Добавьте требования в бэклог продукта (а затем спринта) для их реализации.

Наиболее важными и сложными для бизнес-аналитика являются шаги по **приоритизации** и **оценке** требований. Далее мы разберем эти 2 шага более подробно.



Анализ требований: приоритизация

Приоритизация требований к продукту – это процесс определения наиболее важных и необходимых функций, которые должны быть реализованы в продукте, чтобы обеспечить наивысший уровень удовлетворения потребностей пользователей и достижения бизнес-целей.

Существует много различных техник и методов приоритизации функционала, наиболее известные и распространенные из которых:

1. RICE
2. Value vs Effort («ценность против усилия»)
3. Модель Кано
4. MoSCoW



Анализ требований: приоритизация

RICE

Эта система оценки измеряет каждую фичу или инициативу по четырем параметрам: охват (R – reach), влияние (I – impact), достоверность (C – confidence) и усилия (E – effort).

Ниже можно увидеть что означает каждый из параметров и как его можно оценить количественно:

Reach Охват	Impact Влияние	Confidence Уверенность	Effort Усилие
Какое количество людей затронет это изменение в течение заданного периода времени?	Насколько сильно изменение затронет индивидуального пользователя?	Насколько мы уверены в оценке охвата и влияния? Много ли у нас данных, подтверждающих эти оценки?	Сколько потербуется инвестировать в инициативу, чтобы довести её до этапа реализации?
Пример: — клиентов в квартал; — транзакций в месяц.	Используйте шкалу: 3 = очень сильное влияние; 2 = существенное влияние; 1 = умеренное влияние; 0.5 = небольшое влияние; 0.25 = минимум влияния.	Используйте процентную шкалу, где: 100% = высокий уровень уверенности; 80% = умеренный уровень уверенности; 50% = низкий уровень уверенности.	Показатель измеряется в человеко/месяцах (сколько работы может сделать один член команды в месяц).



Анализ требований: приоритизация

Value vs Effort («ценность против усилия»)

Для использования данного метода приоритизации необходимо создать список функций и инициатив, а затем оценить каждую из них с точки зрения их **ценности** и **трудозатрат**. Важно учитывать, что финальная оценка будет являться субъективной и будет основываться на мнениях и предположениях с учетом имеющихся данных.

Главным вопросом, на который нужно ответить, является: **"Поможет ли это достичь поставленных целей и метрик? И можем ли мы воплотить это в жизнь своими силами?"**.

Насколько это важно?	Насколько сложно реализовать?
<p>Ценность</p> <ul style="list-style-type: none">• Потенциальная выручка <p>Выгода</p> <ul style="list-style-type: none">• Текущим пользователям• Потенциальным пользователям <p>Влияние</p> <ul style="list-style-type: none">• На текущие цели• На стратегические цели	<p>Цена</p> <p>_____</p> <p>Усилия</p> <ul style="list-style-type: none">• Усилия на разработку• Усилия на оперирование• Усилия на внедрение <p>_____</p> <p>Риск</p> <p>_____</p> <p>Сложность</p> <p>_____</p>



Анализ требований: приоритизация

Модель Кано

Идея, которая лежит в основной модели Кано состоит в том, что чем больше времени, денег и усилий вы тратите на то чтобы создать, внедрить и улучшить функции из каждой категории, тем выше должен быть уровень удовлетворенности пользователей.

Анализ требований: приоритизация

Модель представляет собой систему координат, где на горизонтальной оси отражены потребности клиента, которые могут быть разделены на три пункта:

- a. **Обязательные или базовые фичи:** если у вас нет этой функции, клиент не станет рассматривать ваш продукт.
- b. **Фичи производительности:** чем больше вы инвестируете в их развитие, тем выше будет уровень пользовательской удовлетворенности.
- c. **Восхищающие фичи:** пользователь их не ожидает, но они вызывают у него восторг.





Анализ требований: приоритизация

MoSCoW

Данный метод позволяет определить, что важно для стейкхолдеров и клиентов с помощью разделения требований на **четыре категории**:

- Must-Have (критически необходимые)
- Should-Have (важные)
- Could-Have (полезные, но не критичные)
- Won't-Have (необязательные)



Анализ требований: оценка

- **Оценка ресурсов.** Необходимо определить, какие ресурсы будут необходимы для реализации каждого требования, включая сотрудников, необходимое оборудование, программное обеспечение и т.д.
- **Составление бюджета.** На основе оценки времени и ресурсов, можно составить бюджет на реализацию каждого требования.
- **Проверка и корректировка.** Важно проверить, что оценки трудозатрат не противоречат друг другу и соответствуют общей стратегии проекта. При необходимости оценки можно скорректировать.



Анализ требований: оценка

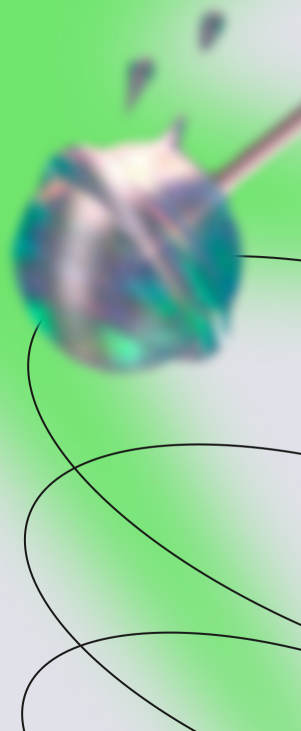
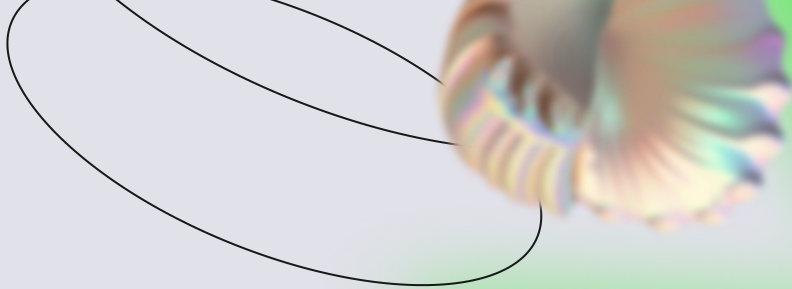
Оценка трудозатрат на реализацию требований – это процесс определения необходимого количества времени, ресурсов и усилий для того, чтобы реализовать каждое требование.

Ниже приведены шаги, которые помогут провести оценку трудозатрат:

- **Определение объема работы.** Бизнес-аналитик должен определить, какие конкретно задачи и действия нужно выполнить для реализации каждого требования. Важно учитывать все возможные факторы, которые могут повлиять на объем работы, такие как интеграция с другими системами, необходимость проведения тестирования и т.д.
- **Оценка времени.** Необходимо определить, сколько времени потребуется для выполнения каждой задачи, связанной с реализацией требования. Эту оценку можно проводить вручную, используя опыт прошлых проектов, или с помощью специальных инструментов для оценки трудозатрат.



Основные артефакты этапа





Основные артефакты этапа

На этапе выявления, сбора и анализа требований бизнес-аналитик создает **различные артефакты**, которые помогают сформулировать требования к продукту и их приоритеты.

Некоторые из наиболее распространенных артефактов включают:

- **Описание требований.** Это документ, который содержит детальное описание требований к продукту, включая бизнес, функциональные и нефункциональные требования, ограничения и прочие особенности.
- **Список требований с приоритетами.** Это список всех требований, отсортированный по приоритетам. Такой список помогает определить, какие требования являются наиболее важными для бизнеса и клиентов.
- **Матрица требований.** Это таблица, которая помогает связать каждое требование с соответствующими бизнес-целями, метриками и бизнес-процессами, чтобы понять, как каждое требование влияет на достижение общих целей.



Основные артефакты этапа

- **Оценка трудозатрат на реализацию требований.** Это документ, который содержит оценку трудозатрат на реализацию каждого требования, включая оценку времени, необходимых ресурсов и стоимости.
- **Диаграммы и модели.** Бизнес-аналитик может использовать диаграммы и модели, чтобы визуализировать требования и отношения между ними, например use-кейсы, диаграммы последовательности, ER-модели и др.
- **Прототипы.** Бизнес-аналитик может создавать прототипы продукта, чтобы проиллюстрировать, как должен выглядеть и работать продукт, и дать пользователям возможность проверить, соответствует ли продукт их ожиданиям.



Как правильно документировать требования? Виды документации.

Документирование требований является важной частью процесса разработки программного обеспечения, так как это позволяет установить общее понимание между заказчиком и командой разработчиков.

Существует несколько видов формальной документации, которые можно использовать для документирования требований:

- **Business Requirement Document (BRD)** – это документ, который описывает бизнес-требования для конкретного продукта или его части. BRD готовится на самом первом этапе работы над продуктом и включает в себя описание проблем, которые этот продукт / сервис / система пытается решить, а также описание верхнеуровневых бизнес-требований в привязке к потребностям пользователя.
- **Functional specification document (FSD)** – это документ, который описывает требования к функциональности, которую должен иметь продукт. FSD является одним из ключевых документов, используемых в процессе разработки программного обеспечения и является важной частью процесса создания продуктов. На его основе разработчики создают дизайн, планируют тестирование и разработку, а также определяют необходимые ресурсы и сроки для реализации проекта.



Как правильно документировать требования? Виды документации.

Документирование требований является важной частью процесса разработки программного обеспечения, так как это позволяет установить общее понимание между заказчиком и командой разработчиков.

Существует несколько видов формальной документации, которые можно использовать для документирования требований:

- **Software Requirements Specification (SRS)** и **Техническое задание (ТЗ)** — это документы, которые максимально детально описывают требования заказчика и определяют, каким образом должна быть выполнена работа. ТЗ может содержать разделы, такие как введение, общие требования, функциональные требования, требования к интерфейсу пользователя, требования к производительности, безопасности, надежности и т.д.

Необходимый состав документов **всегда определяется в самом начале работы над продуктом** и помогает бизнес-аналитику понять, какие документы от него будет ожидать команда для начала эффективной разработки продукта.



Как правильно документировать требования? Виды документации.

Важно запомнить, что основными форматами, с которыми так или иначе сталкивается в своей работе над проработкой требований любой бизнес-аналитик включают в себя:

- **Текстовое описание требований**
- **Use кейсы** – или сценарий взаимодействия пользователя с продуктом
- **Модели и диаграммы процессов**, которые помогают визуализировать требования, которые описал бизнес-аналитик
- **User stories**, включая критерии приемки – формальная постановка задачи для команды разработки

Все эти форматы и являются основными артефактами работы бизнес-аналитика.



Валидация требований

После того, как бизнес-аналитик подготовил требования, их нужно валидировать с командой и основными стейкхолдерами продукта.

Валидация требований – это важный этап в процессе разработки любого продукта или сервиса. Этот шаг помогает убедиться, что все требования правильные, понятные и удовлетворяют потребностям всех заинтересованных сторон.

Чтобы корректно выполнить валидацию требований, бизнес-аналитик должен:

- **Первый шаг.** Проверить, что требования понятны и прозрачны для всей команды. Это означает, что они должны быть написаны понятным языком, содержать всю необходимую информацию и быть доступными для всех заинтересованных сторон.
- **Второй шаг.** “Почелленджить” требования внутри своей команды. Это важно, чтобы убедиться, что все требования соответствуют целям продукта или сервиса и что они выполнимы. Внутренние эксперты могут помочь идентифицировать проблемы и риски, которые могут быть связаны с реализацией определенных требований.



Валидация требований

Чтобы корректно выполнить валидацию требований, бизнес-аналитик должен:

- **Третий шаг.** Вовлечь команду клиента (заказчика) в процесс валидации требований. Это может быть сделано с помощью опросных листов или интервью. Этот шаг поможет убедиться, что все требования удовлетворяют потребностям клиента и его команды. Важно, чтобы в этом процессе были задействованы все заинтересованные стейкхолдеры и чтобы они одобрили (желательно формально) все требования.

Если бизнес-аналитик пропустит этап валидации, то это может привести к проблемам при разработке продукта. Некорректные требования могут привести к тому, что продукт или сервис не будет работать должным образом, а также к увеличению затрат и времени на их исправление.



Поэтому важно уделять внимание валидации требований и убедиться, что они описаны корректно и понятны всей команде.



Заключение

- **Выявление, сбор и анализ требований – это важные шаги в процессе разработки любого продукта** или сервиса. Они помогают определить цели и потребности клиентов, а также убедиться, что разрабатываемый продукт или сервис соответствует этим требованиям.
- Важно понимать, что выявление, сбор и анализ требований – это процесс, который требует от бизнес-аналитика внимания, времени и ресурсов. Но в итоге это помогает убедиться, что разрабатываемый продукт или сервис будет полезным и успешным.
- **При выявлении, сборе и анализе требований важно учитывать интересы всех заинтересованных сторон**, включая клиентов, пользователей и экспертов в соответствующей области. Необходимо убедиться, что все требования ясны и конкретны, а также что они могут быть реализованы в пределах доступных ресурсов.




Итоги урока

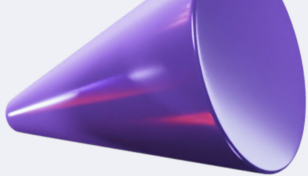
- ✚ Подробно разобрали процесс выявления требований для продукта, а также цели этого процесса;
- ✚ Рассмотрели роль бизнес-аналитика в процессе работы над требованиями;
- ✚ Познакомились с различными методами и техниками для сбора требований;
- ✚ Узнали, из каких шагов состоит процесс валидации требований.





На следующем уроке мы узнаем про:

-  Основную документацию, которую бизнес-аналитик использует в своей работе;
-  Из чего состоят разные форматы документов, за подготовку которых отвечает БА;
-  Как выбор документации зависит от целей и задач проекта.



Спасибо за внимание

