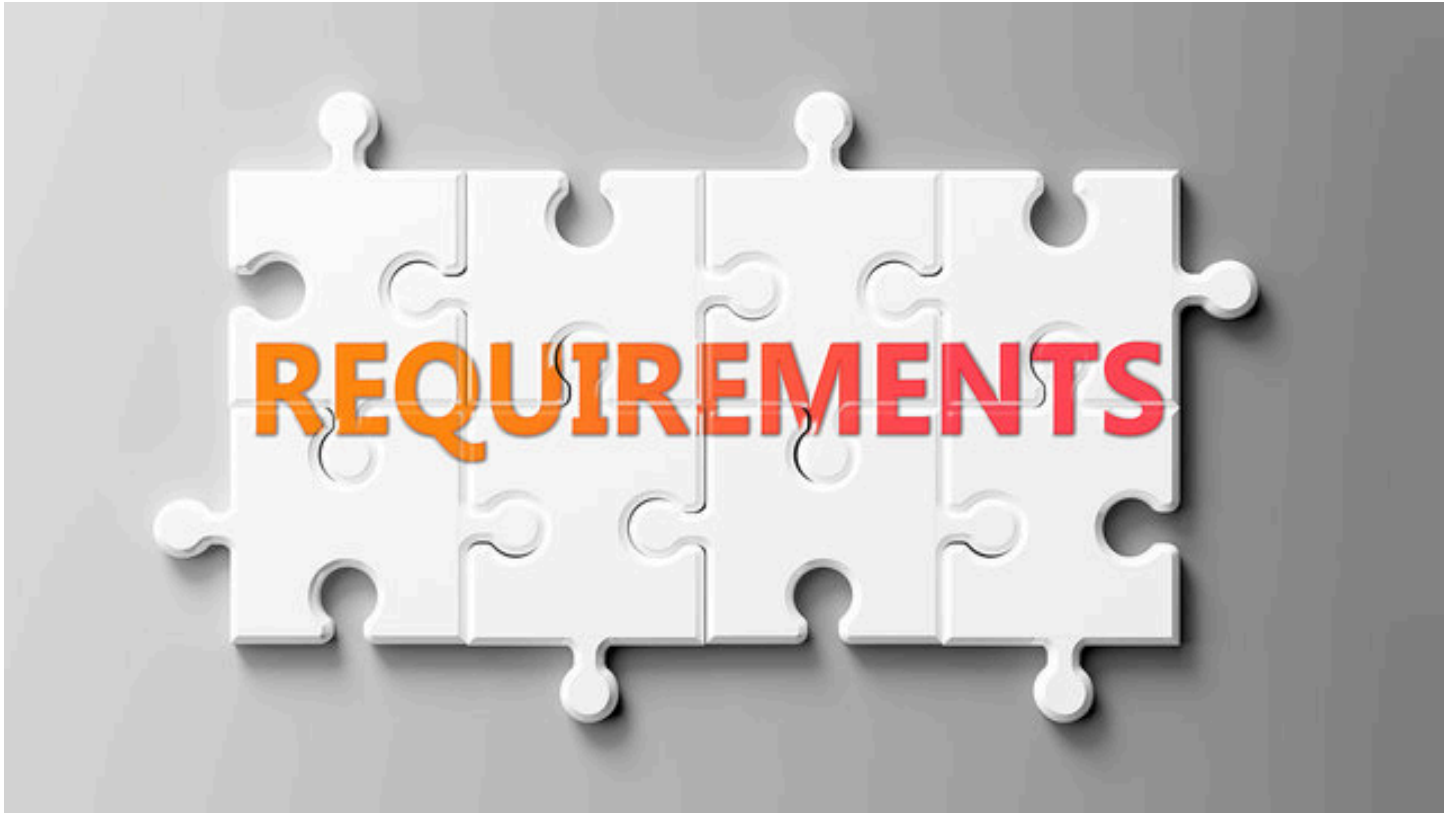


Hiểu về Requirement thế nào cho đúng?



Chào 500 ae nhé! Ai cx biết là requirement là 1 thứ rất quan trọng. Và hầu như được quan tâm nhiều nhất trong các dự án.

Đối với BA thì requirement là một trong những yếu tố thể hiện được performance. Requirement có: rõ ràng không? sát thực tế? đảm bảo đúng scope? ...

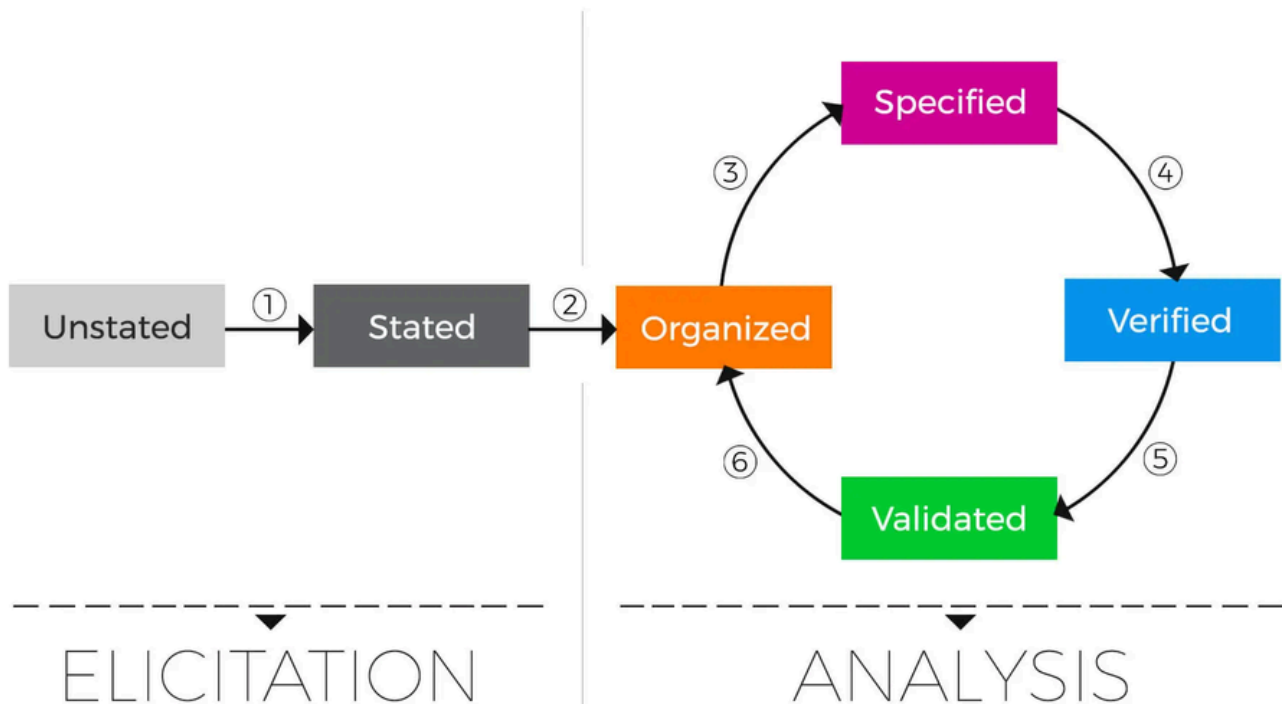
Vs requirement thì ko tự nhiên có mà phải lấy nó về, nói thực tế hơn là **phải “mòi móc, gợi mở” nó về.**

Lấy về rồi thì làm gì? Đương nhiên là xử lý rồi! Vậy thì lấy như nào? xử lý như nào? thì tiếp sau chúng ta sẽ cùng giải đáp nhé.

Các câu hỏi cần chú ý để tìm ra requirement thực sự của khách hàng. **Nó tồn tại như nào? Và làm thế nào để nhận biết được đó có phải thật sự là requirement của khách hàng hay không?**

Trạng thái và các bước xử lý requirement trong Business Analyst được thể hiện ở

hình sau:



Requirement trong Elicitation và Analysis

Trong hình trên, Requirement trong BA tồn tại 2 giai đoạn chính:

Elicitation: giai đoạn moi móc thông tin

Analysis: giai đoạn phân tích

Ở mỗi giai đoạn, requirement sẽ có những đặc tính riêng và có cách xử lý riêng.

Ở giai đoạn Elicitation

Ví dụ có một công ty đang gặp vấn đề → Team triển khai xuất hiện để giải quyết vấn đề của họ. Khi đó BA cần hiểu họ đang gặp cái gì → biết đúng đường mà solve

Một điều đương nhiên là công ty khách hàng sẽ không tuôn ra tất cả những vấn đề của họ ko phải do không muốn mà là họ không thể.

Cụ thể hơn do họ chưa hệ thống hóa được hiện trạng và vấn đề của họ → BA cần phải elicit (moi móc) thông tin để lấy requirement từ họ.

Qua nhiều lần trao đổi, workshop hay làm việc với khách hàng → BA sẽ nắm được những yêu cầu cụ thể từ phía khách hàng (lần các stakeholders). Từ đó ta sẽ hệ thống hóa lại và cung cấp cho khách hàng một góc nhìn nó tổng quan hơn về thông tin cx như các requirements của họ.

Điều này có nghĩa là requirement ban đầu chưa được khách hàng nói ra, *chưa được phát biểu ra (unstated)*. Sau khi BA moi móc, requirement đó mới *được nói ra và phát biểu ra bởi khách hàng (stated)*

Đó là mục đích của việc moi móc thông tin (elicitation). Và requirement sẽ từ **unstated** → **stated** 😊

Đây là một cách nghĩ rộng và tổng quan cho mọi vấn đề. Kích thích câu hỏi: **“Tại sao khách hàng lại muốn như vậy?”**. Đây là một câu hỏi cực kỳ quan trọng. Không phải requirement nào cũng nên ôm vào. Và không phải requirement nào cx đáp ứng đc cái mức độ hài lòng của khách hàng.

Khi tiếp nhận một requirement thì đầu tiên nên nghĩ đến là khách hàng họ có thực sự cần cái này hay không? Hay chỉ là cơn mưa ngang qua mang e đi xa 🌧️.

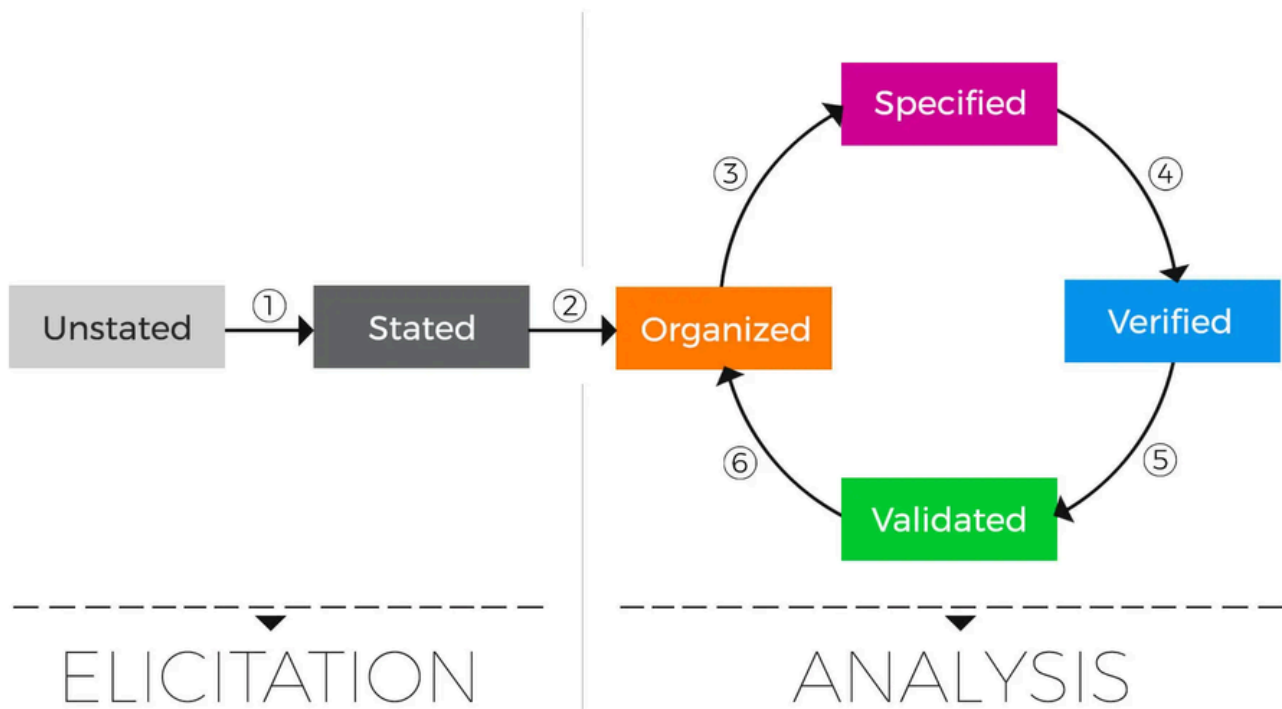
Câu chuyện requirement từ unstated sang stated là cả một quá trình. Sẽ có lý do để khách hàng nói ra yêu cầu của họ cho mình nghe. Do đó, cần phải nhận diện đúng để biết đâu mới là requirement thật sự và trong số chúng cái nào nên ưu tiên hàng đầu.

Ở giai đoạn Analysis

Requirement sau khi được lấy về thì? Những requirement khi lấy về thường rất lộn xộn và hỗn tạp nhiều loại.

Có thể là biên bản họp. Or maybe 1 tấm hình sketch lại quy trình kinh doanh. Có thể là một vài tấm hình chụp những gì đã thống nhất trên bảng. Hoặc thậm chí có thể là file ghi âm (gián điệp: he he bờ rai) trong quá trình moi móc thông tin từ phía khách hàng. Nói chung là nhiều. Rất đa dạng và thường rất hỗn độn để anh em hệ thống lại.

Do đó, quá trình phân tích - Analysis sẽ giúp BA làm chuyện này. Nó thực ra không phải là phân tích hay suy luận ghê gớm gì mà đơn thuần là đi hệ thống lại thông tin một cách phù hợp mà thôi. Cụ thể nó là chuỗi các hoạt động như cái hình lúc nãy, đoạn 3,4,5 và 6:



(3) **Organized**: Sắp xếp và tổ chức lại dữ liệu một cách có cấu trúc

Hình ra hình, file word ra file word, excel ra excel. Đoạn ghi âm cx cần tài liệu hóa lại. Những phần nào là nháp thì note riêng ra. Những phần nào để chốt, quan trọng thì phải ghi nhận kỹ.

Thông tin nó arrange theo chiều nào? Đi theo quy trình kinh doanh hay đi theo hành vi của người dùng? Bước Organized cần phải xác định rõ những điều này.

(4) **Specified**: ý nghĩa như cái tên 😊

Trả lời các câu hỏi *dữ liệu nào được xác định và phân loại dùng để làm gì, dùng như thế nào và dùng cho đối tượng nào?*

Đối với end-user thì họ quan tâm cái gì? Họ liên quan đến thông tin nào, chức năng nào? Các stakeholders còn lại thì sao? Khách hàng họ quan tâm gì, cần theo dõi thông tin gì? Trả lời càng rõ ràng thì việc specify tài liệu sẽ dễ thở hơn. Sau này khi cần anh em cũng dễ lục lại

(5) **Verified**: Bước này đảm bảo các tài liệu của mình đúng hay chưa

Chú ý: bước này là để verify với *team nội bộ*, chứ không phải khách hàng. Dữ liệu sẽ được internal team kiểm tra xem thử việc đã chính xác và đảm bảo đúng logic hay chưa. Ví dụ các tài liệu đặc tả đã viết đúng trình tự hay chưa? Đã thể hiện đầy

đủ nội dung cần truyền tải hay chưa? Đảm bảo tất cả mọi thứ ok trước khi deliver cho khách hàng.

(6) Validated: Nói dễ hiểu là *confirm các thông tin trao đổi với khách hàng đã chính xác, có sự **đồng thuận** giữa các team phần mềm và khách hàng nhé ae*

Dữ liệu sẽ được xác nhận với các stakeholder là đã đúng như yêu cầu của người ta hay chưa. Mỗi cái meeting đều cần 1 người chốt lại biên bản họp. Thường thì vô họp chém ghê lắm, mà họp xong cũng thường là quên hết bà. 🤔

Nói thêm về bước Specify, anh em BA cần phải làm tài liệu rất nhiều để gửi cho bên stakeholders. Note lại mấy điều cần chú ý nè:

Biết stakeholder là ai để bàn giao tài liệu cho phù hợp. Mình chỉ nói cái người khác muốn nghe. Không ai đi gửi tài liệu kỹ thuật cho end-users xem cả. Giống như không ai đưa bản vẽ thiết kế đường ống nước cho thợ điện xem hết.

Anh em nên nắm vững ngôn ngữ của mình, đó là **Modeling**.

Modelling vẫn là một phương thức truyền đạt thông tin vô cùng bá đạo. Lời khó nói thì mình vẽ ra, mô hình hóa nó lại rồi lưu thành tài liệu. Mai mốt bà con có hỏi thì có sẵn mà show liền. Đỡ mắc công tam ngôn tứ .

Ví dụ nè ae 😎

Có một cô gái cần mua một cái túi xách tay để đi làm.

Cô này có 300.000đ tiền để dành để mua một cái túi LV. Cô đến 1 cửa hàng chuyên bán túi thời trang nữ.

Người bán hàng hỏi cô gái: "*Chị cần em tư vấn gì không ạ?*"

Cô gái trả lời: "*Dạ em đang muốn mua 1 cái túi xách tay để đi làm, em có xem mấy mẫu LV trên website của mình ...*"

Giả sử cô gái là khách hàng còn người bán hàng là BA (Vì người bán hàng đang đóng vai trò là người giải quyết vấn đề cho cô gái).

Vậy thì vấn đề của cô gái là gì? Hay nói cách khác, **requirement của cô gái là gì?**

Đó là cần mua một túi xách tay để đi làm. Ngay lúc đầu, requirement này của cô gái có được nói ra, hay được phát biểu ra không?

không, vì chỉ có mỗi cô gái mới hiểu được cô muốn gì. Khi cô bước vào tiệm bán túi, người bán hàng hỏi thì cô mới trả lời là tôi cần mua cái túi LV. Đó là khi requirement được phát biểu ra.

Và BA(ở đây là người bán hàng) đã hỏi cô gái để có được thông tin là : *à, cô gái này đang cần 1 cái túi đi làm và cô mua túi LV*. Đây đúng là requirement của cô gái, do cô phát biểu ra. Nhưng thường thì nó đâu có dễ ăn như vậy 😊 với trường hợp này thì mọi thứ không chỉ dừng lại ở đó.

Với 300k thì ae nghĩ có thể mua đc cái túi LV không. Mình không rành túi nhưng cũng biết chắc chắn là không kể cả hàng fake.

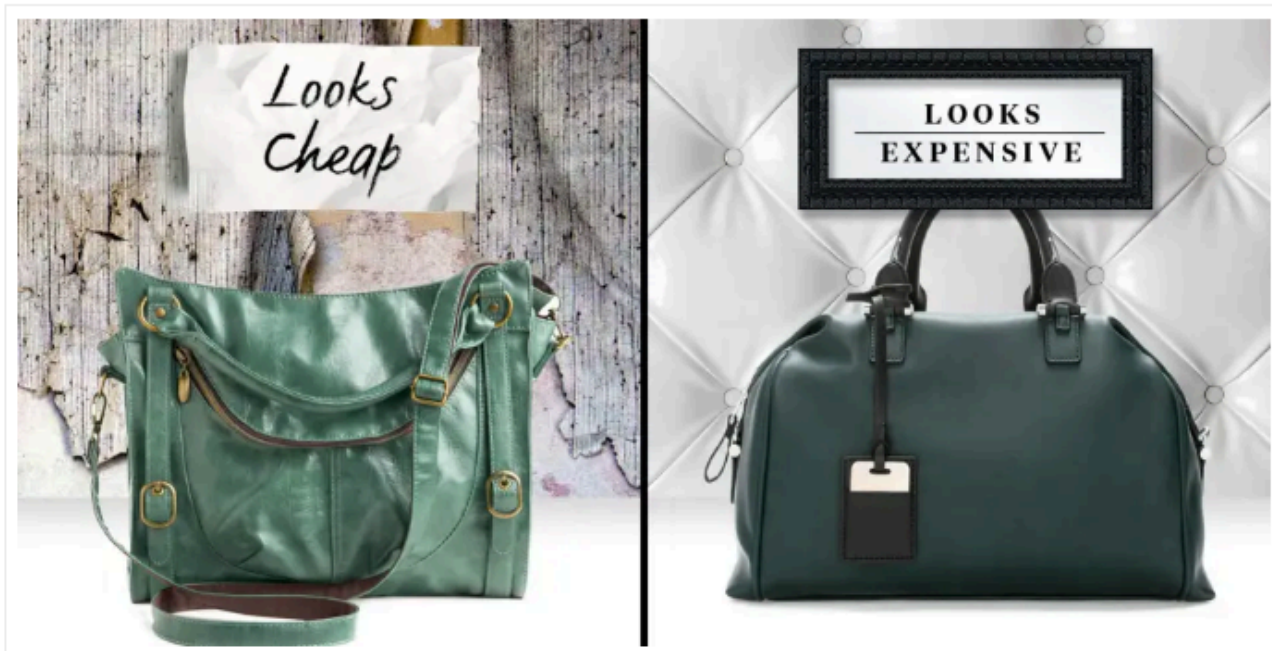
Với số tiền đó trong tay và đang cần 1 cái túi đi làm, nhu cầu thật sự của cô gái (requirement thật sự của cô gái) là: mua một cái túi xách tay hàng Việt Nam, bền chắc và chất lượng, với mức giá tối đa là 300.000 đ.

Đó mới thực sự là **requirement phù hợp nhất** với cô gái!

Và requirement này không chỉ đơn giản là từ *unstated*, hỏi một cái, chuyển thành *stated* là thôi. Mà người BA (Hay người bán hàng) cần phải tiếp tục elicit thêm thông tin. Như hỏi thêm: túi LV ở chỗ em có 3 mức giá là 850.000đ, trên 1.550.000đ và trên 4.200.000đ. Chị muốn xem mức gì. Lúc này, cô gái cảm thấy không đủ ngân sách thì sẽ chuyển hướng sang một mẫu túi xách khác. Rẻ và phù hợp với mình hơn.

Elicitation không chỉ đơn thuần là lấy thông tin từ khách hàng mà còn phải **khơi gợi và hướng khách hàng đi đúng hướng họ cần**, gài đúng chỗ họ ngứa. Và đó phải là hướng đi phù hợp với họ nhất trong thời điểm hiện tại. Đâu đó sẽ có thêm hàm lượng business consultant vào quá trình này nữa.

À thì Business Consultant (Tư vấn kinh doanh) là người chuyên cung cấp **giải pháp chiến lược và cải tiến hoạt động kinh doanh** cho doanh nghiệp



Một cái túi ít tiền hơn chắc chắn sẽ là một giải pháp phù hợp hơn với cô gái lúc này

Trong thực tế khách hàng nhiều khi cũng không biết mình đang thực sự muốn cái gì. Hay trớ trêu hơn, cái họ thực sự muốn là quả táo nhưng khi elicitation thì họ cứ đòi quả chanh. Đơn giản là họ đang không thực sự nhận thức được là họ đang cần quả táo chứ không phải quả chanh.

Họ chưa nhận thức ngay được điều đó và BA sẽ giúp họ hệ thống lại toàn bộ mọi thứ. Khi đó, chính khách hàng sẽ tự trả lời được họ muốn gì một cách rõ ràng nhất.

Do đó, việc elicit thông tin để ra được requirement từ trạng thái unstated sang trạng thái stated là không hề đơn giản chút nào. Đòi hỏi kinh nghiệm lão luyện mấy năm trời thì làm mới êm được.

Tóm gọn, requirement trong Business Analyst sẽ có 2 trạng thái: **chưa được phát biểu và đã được phát biểu.**

Nhiệm vụ của người BA là phải thật cẩn thận trong việc **MOI MÓC (ELICIT)** thông tin. Để biến những requirement từ trạng thái chưa được phát biểu thành trạng thái đã được phát biểu. Requirement chính xác thì làm ra cái phần mềm mới chính xác, mới khớp với nhu cầu sử dụng của người ta. Không thì cũng banh chành.

Tiếp đến, BA cần **PHÂN TÍCH (ANALYSIS)** những requirement này. Ý là hệ thống, sắp xếp lại thôi.

Quy trình analysis cứ lặp đi lặp lại cho đến khi nào đã đầy đủ các loại requirement cần có trong dự án thì thôi. Bao gồm: **Business Objective Requirement** (cái này quan

trọng), **Stakeholder Requirement** (cái này cũng rất quan trọng), **Solution Requirement** (cái này thì lại càng quan trọng) và **Transition Requirement** (cái này cũng quan trọng nốt).