



Module Fondamentaux Agile

Speaker/Team/Other
Date - Place

Agenda

09h30	Introduction
09h45	Scrum / Kanban / Scrumban
10h45	Pause
11h00	Story Mapping
13h00	Déjeuner
14h00	Event Storming
15h30	Pause
15h45	Example mapping
17h15	Conclusion
17h30	Fin de la journée

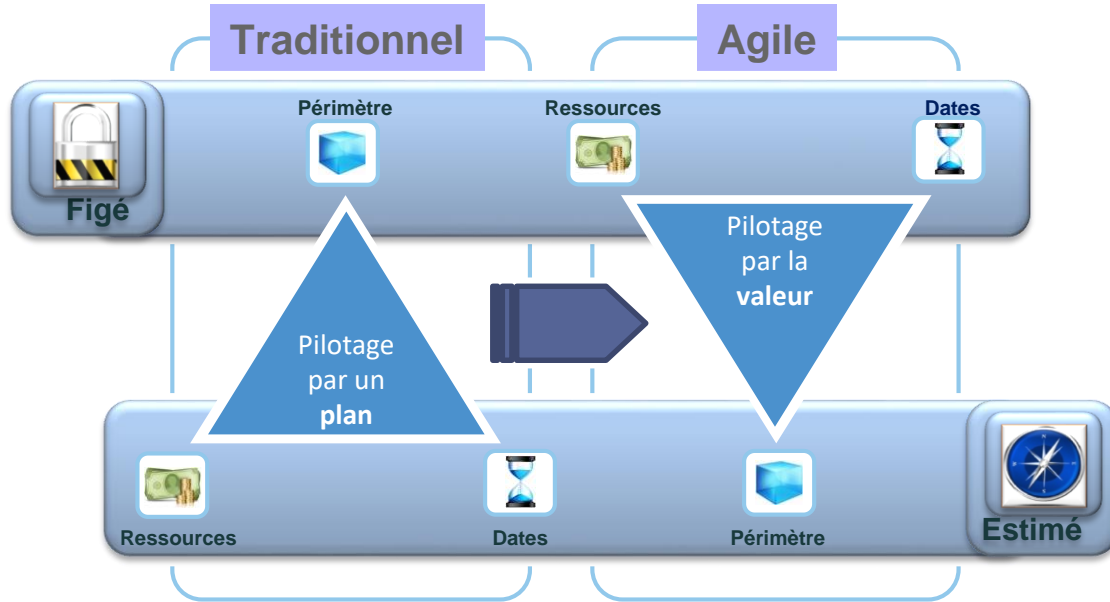




Concepts d'agilité

Speaker/Team/Other
Date - Place

Un pilotage centré sur la valeur métier





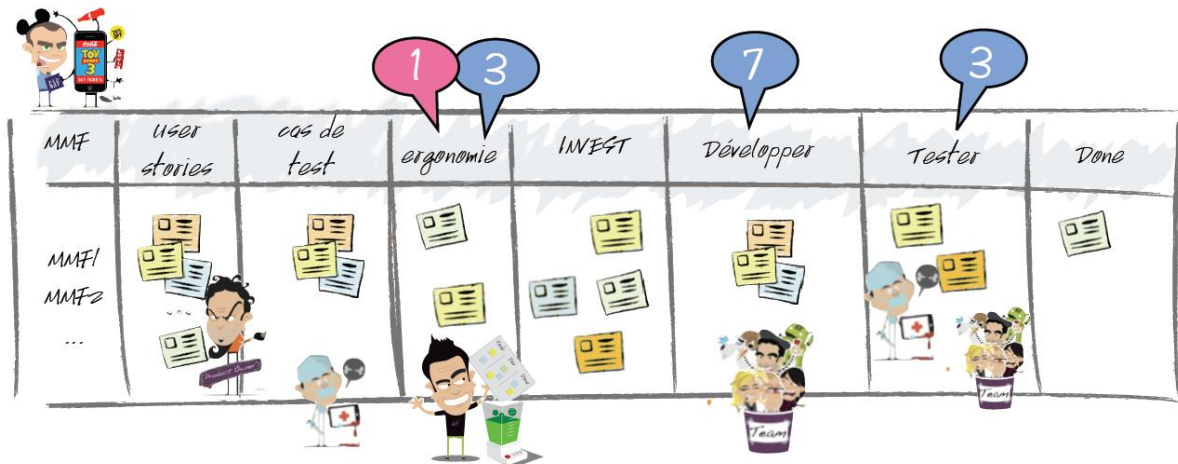
Scrum / Kanban / Scrumban

Speaker/Team/Other
Date - Place

Kanban

Système Kanban

- ➔ **Origine** : méthode japonaise apparue dans l'industrie automobile dans les années 60, afin de dimensionner les stocks au plus juste pour diminuer le coût.
- ➔ **Objectif** : équilibrer les demandes du client à la capacité à faire de l'équipe



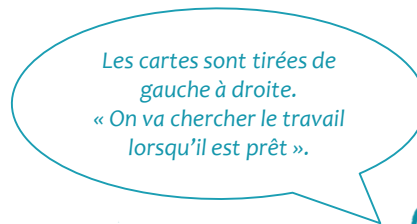
KANBAN

Flux poussé vs flux tiré



Flux poussé (Push)

Les éléments de travail sont poussés indépendamment de la capacité de l'équipe

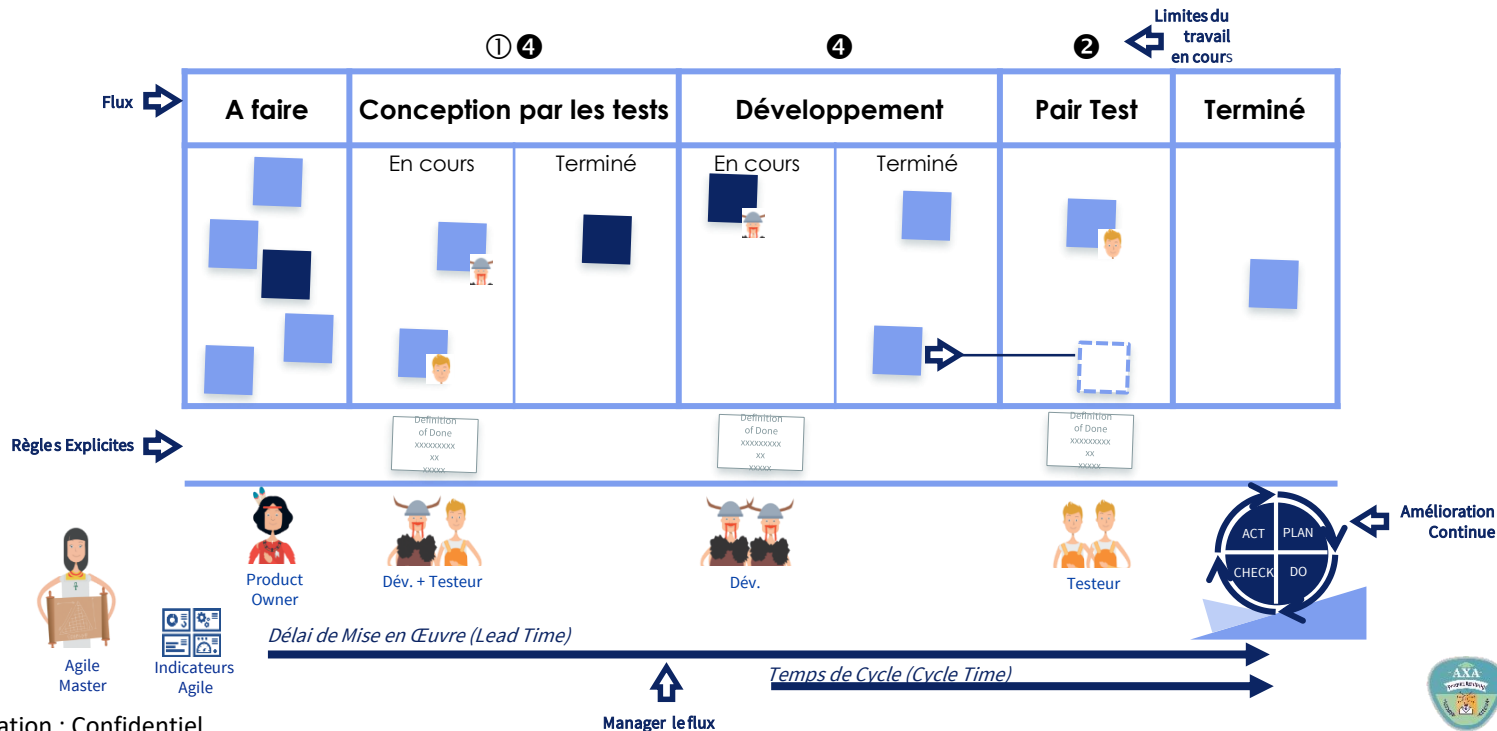


Flux tiré (Pull)

Les éléments de travail sont tirés par l'équipe selon sa capacité

KANBAN

Méthode orientée gestion de flux et des activités





2 SCRUM

SCRUM

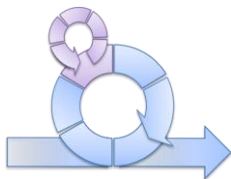
Définition

➔ **Scrum(n)** : Un cadre de travail (framework) dans lequel les personnes peuvent aborder des problèmes complexes et adaptatifs tout en livrant de manière efficace et créative des produits de la plus grande valeur possible.

➔ **Createurs**

➔ Jeff Sutherland

➔ Ken Schwaber



The Scrum Guide™

The Definitive Guide to Scrum:
The Rules of the Game

November 2017



Developed and sustained by Scrum creators: Ken Schwaber and Jeff Sutherland

Mis à jour en Nov 2020 : 15 pages

SCRUM

Caractéristique de Scrum



Diviser votre organisation
en petites
équipes pluridisciplinaires



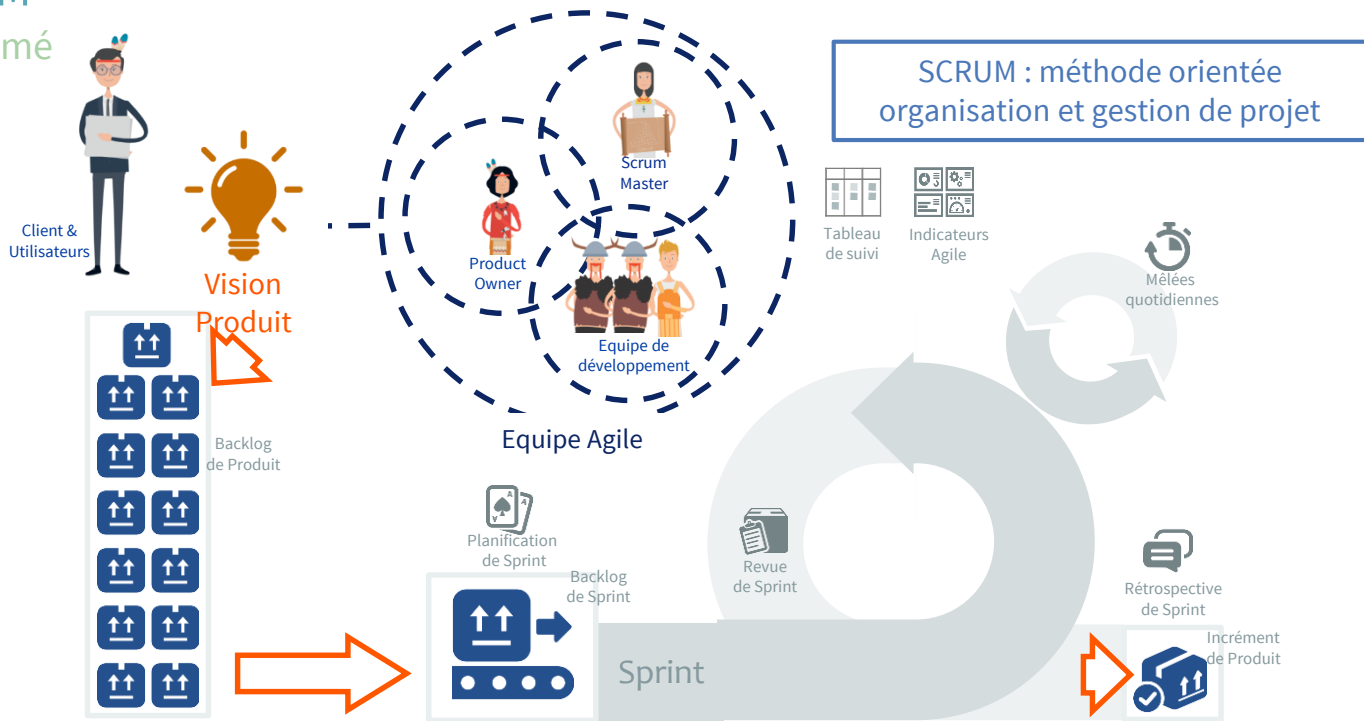
Diviser le travail
en petits
livrables opérationnels



Diviser le temps
en petites
itérations fixes

SCRUM

En résumé

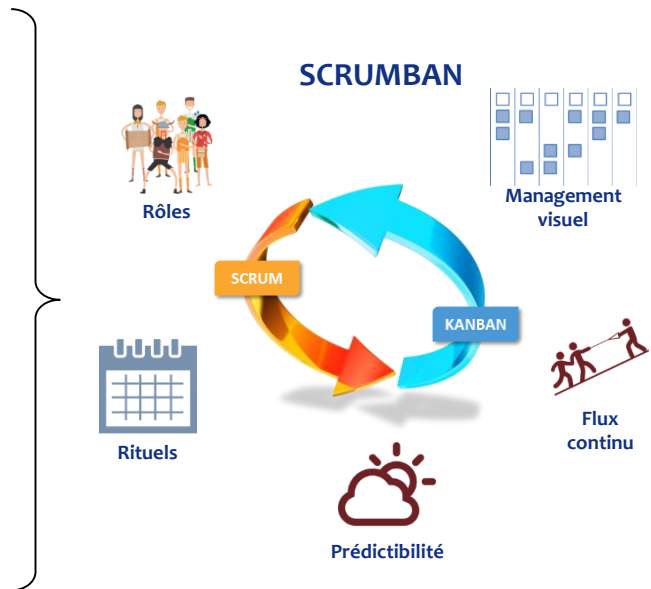
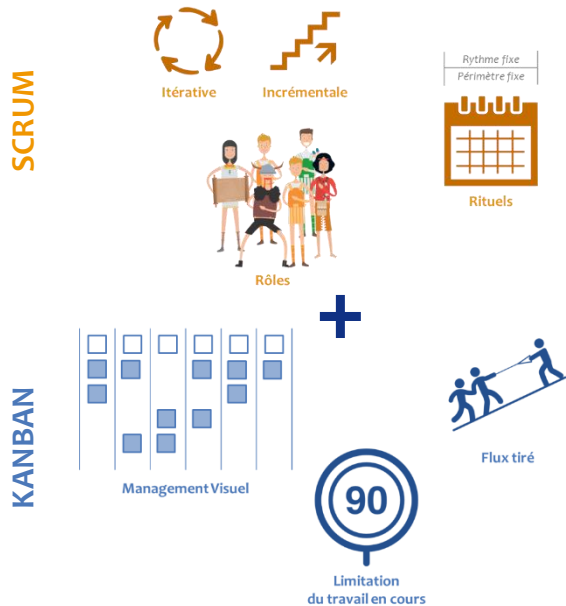




3 SCRUMBAN

SCRUMBAN

Scrum + Kanban = ScrumBan



Indicateurs à suivre

- ➔ Débit
- ➔ Prédicibilité
- ➔ TTM
- ➔ Ratio Bug/US
- ➔ Dette technique





Pause



Story Mapping

Speaker/Team/Other
Date - Place

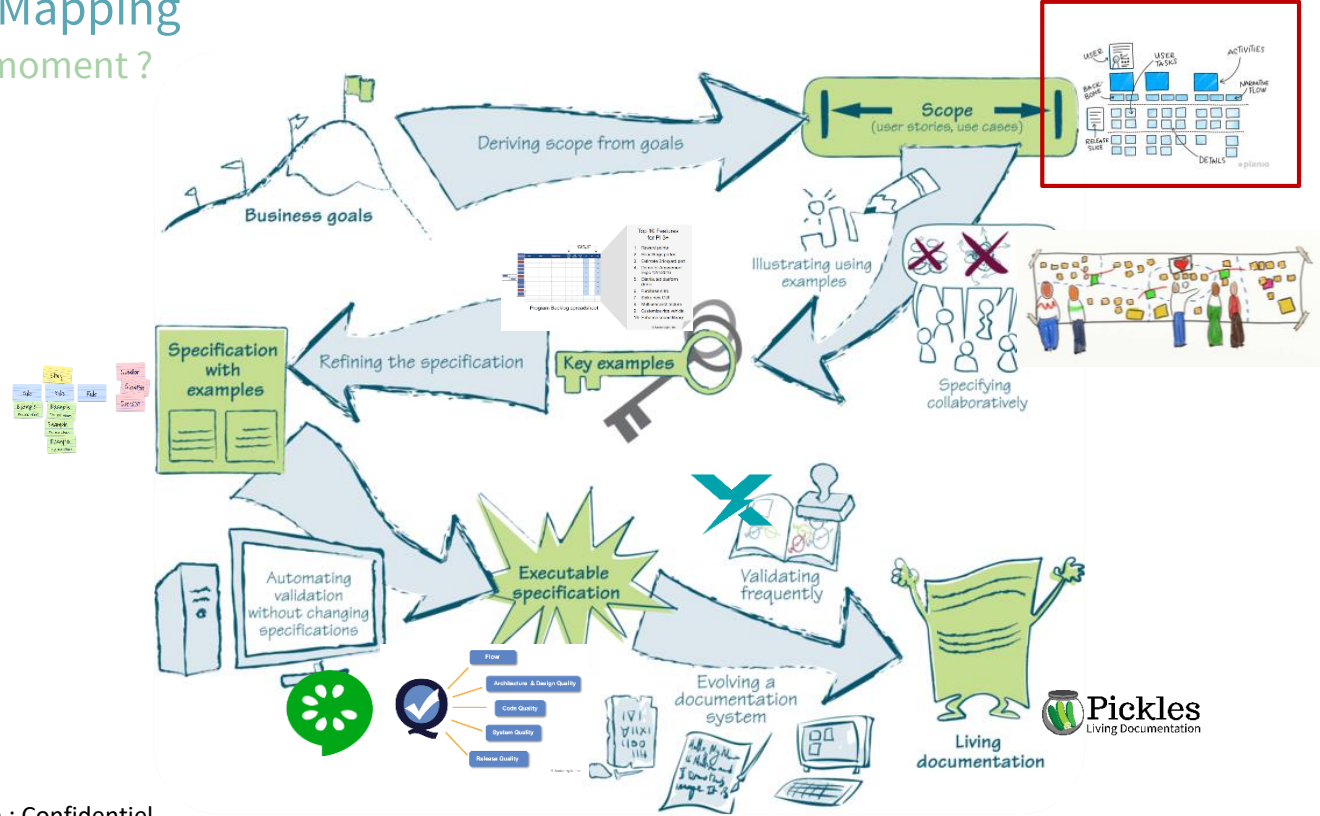


Objectifs du module

- Savoir exprimer un besoin utilisateur
- Identifier les activités et fonctionnalités à réaliser
- Utiliser la priorisation par la valeur
- Concevoir des versions

Story Mapping

A quel moment ?



Story Mapping

Qu'est ce que c'est?

Le **story mapping** permet de définir une vue haut-niveau de l'application du **point de vue de l'utilisateur** :



Partager la vision produit
avec
l'ensemble
des parties
prenantes (IT,
Métier, etc.)



Ordonnancer
les activités
du **parcours**
utilisateur



Décomposer
les activités
en **Story /**
Feature



Prioriser les
Stories par la
valeur




Constituer les
versions

Story Mapping

Etape 1 - Partager la vision produit avec l'ensemble des parties prenantes

« Toute la banque dans ta poche, à toute heure et en toute autonomie »



NAME

John Doe

MARKET SIZE

13 %

TYPE

Dynamique, Sociable, Travailleur Acharné (12 H/Jour)

Goals

Garantir la bonne santé de ma région

Quote

“ Car j'étais sur la route toute la sainte journée...” ”

Demographic

Male 41 years

Provinc (77160)

Married

Médecin de campagne

Revenu : 20 000 € / mois

3 enfants mineurs




Motivations




- Vérifier la réception du paiement par mon patient lors de ma visite
- Synthèse de mes comptes avec le solde prévisionnel à la fin de mois
- Virement automatique sur un compte épargne du solde positif en fin de mois

Frustrations

- Pas d'accès en temps réel aux opérations qui passent sur mon compte
- Retenir des mots de passe complexes et les changer régulièrement
- Besoin d'une validation de la banque pour ajouter un bénéficiaire pour les virements
- Ergonomie désastreuse : je n'arrive pas à obtenir simplement la liste des opérations à venir

Technology

Cas pratique pour découvrir le Story Mapping

Une application mobile pour l'espace client d'une banque en ligne

La Banque CPO perd de plus en plus de clients faute d'avoir une application mobile. Elle décide donc d'investir dans la création d'une app.

Les utilisateurs de l'application mobile de la banque pourront :

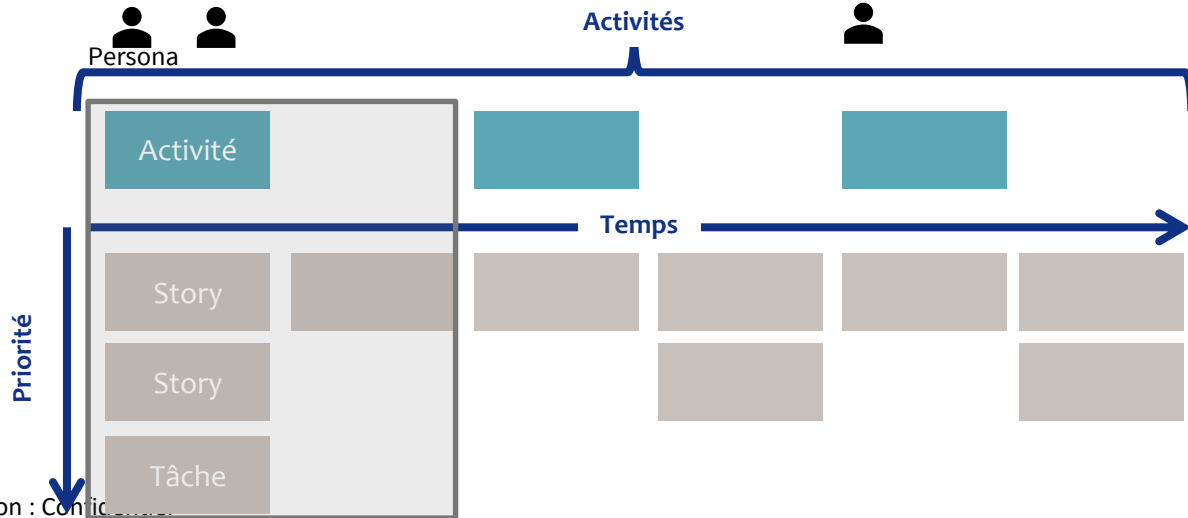
- ➔ Consulter leurs opérations
- ➔ Effectuer des virements
- ➔ Editer un RIB
- ➔ ...



Story Mapping

Etape 2 – Ordonner le parcours utilisateurs et décomposer les activités en User Stories

- ➔ L'axe horizontal matérialise la **succession** (chronologique ou thématique) des activités de l'utilisateur : le parcours utilisateur.
- ➔ L'axe vertical matérialise la **priorité** des « fonctionnalités » (valeur business ou intensité d'utilisation, pertinence et nécessité).



ROUND 1

Initier le Story Mapping avec les personae et les activités de l'application mobile ordonnées sous forme de parcours utilisateur



**À VOUS
DE JOUER!**



Débriefons...

ROUND 2

Challenger les activités de votre Story Mapping et les décomposer en stories



**À VOUS
DE JOUER!**



Débriefons...

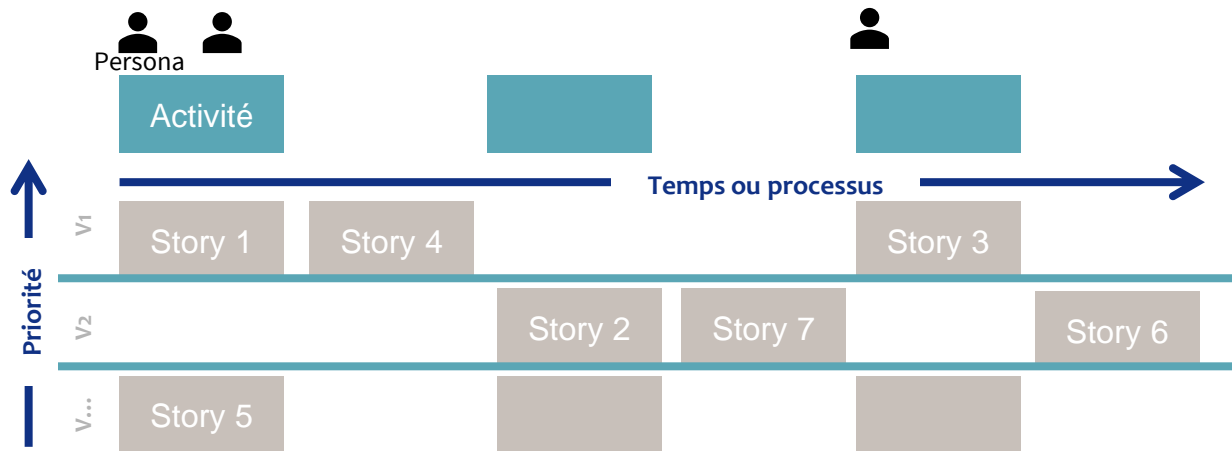


Petite astuce...

Story Mapping

Etape 3 - Prioriser les Stories par la valeur pour identifier les versions

- ➔ Une version est un **ensemble logiciel, livrable en production**, apportant une source minimale de **valeur pour l'utilisateur**.
- ➔ C'est donc une **sélection d'US** permettant de rendre le **logiciel opérationnel**. Ces US peuvent appartenir à des activités différentes.
- ➔ On utilise donc les versions pour **prioriser** les développements : amener de la **valeur à l'utilisateur le plus tôt possible**.



Cas pratique pour découvrir le Story Mapping

Une application mobile pour l'espace client d'une banque en ligne

Les recherches utilisateurs réalisées par les UX ont permis de déterminer les grandes fonctionnalités les plus attendues par les clients de la banque.

Les clients souhaitent en priorité que l'application propose :

- ➔ En version 1 : Consulter les opérations de mon compte courant
- ➔ En version 2 : Editer un RIB et effectuer des virements
- ➔ ...

Une nouvelle version de l'application mobile est livrée tous les mois.



ROUND 3

Prioriser les stories par la valeur business



**À VOUS
DE JOUER!**



Débriefons...

ROUND 4

Déterminer le contenu des versions 1, 2, 3, ...
Donner un objectif et identifier une métrique de
« succès » pour chaque version



**À VOUS
DE JOUER!**

ROUND 5

Donner un objectif et identifier une métrique de
« succès » pour les 2 premières versions



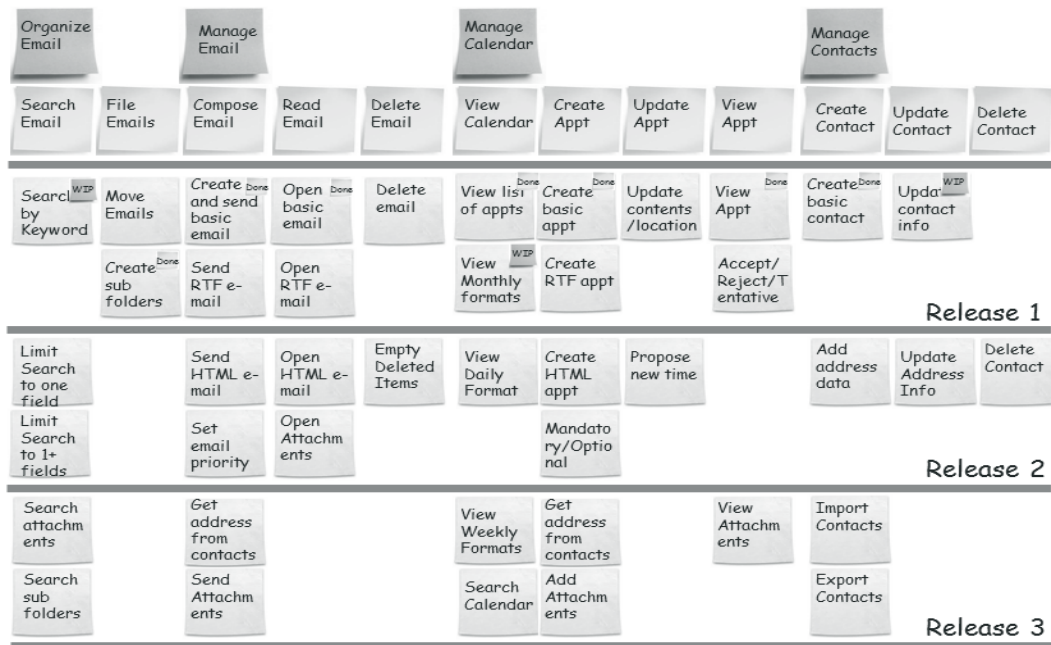
**À VOUS
DE JOUER!**



Débriefons...

Story Mapping

Exemple de résultat de Story Mapping



Exemple d'objectif et de métriques de version

Nom release 	Release 1
Objectif 	Profiter des promotions en cours	Être informé des produits qui m'intéressent	Accéder à des conseils personnalisés	Première sortie privilégiée	Fidéliser
Fonctionnalités 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mise en avant du produit ▶ Code promo 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Soldes ▶ Nouveautés 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Promo combinées ▶ Cross-selling 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ventes privées ▶ Pré-lancement ▶ Code employé 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fidélité ▶ Parrainage ▶ Réservation
Métriques 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nombre codes promos utilisés ▶ Nouveaux comptes ▶ <u>Nombre ventes</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Consultation nouvelles pages ▶ Nouveaux comptes ▶ <u>Nombre ventes</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nombre ventes en promos combinées ▶ Nombre vente en cross-selling ▶ <u>Nombre ventes</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Participants vente-privée ▶ Ventes en vente privée ▶ Participants pré-lancement ▶ Codes utilisés ▶ <u>Nombre ventes</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nouveaux comptes ▶ Coupons utilisés ▶ Nombre réservations ▶ <u>Nombre ventes</u>

Story Mapping

Trucs et astuces pour que vous en tiriez le maximum de valeur

- ➔ **La vision et les personae sont définis** en amont pour faciliter la découverte du besoin métier et aider à la priorisation
- ➔ La **présence de tous les métiers concernés** et de l'ensemble de l'équipe est essentielle
- ➔ Toutes les réflexions sont réalisées en **se mettant à la place de l'utilisateur**
- ➔ **Fixer un objectif et des métriques clairs** pour chaque version permet de s'aligner sur l'enjeu pour l'entreprise (métriques business ou d'usage)
- ➔ Logistique : **prévoir une salle avec une grande table ou avec un grand mur** permettant aux participants de circuler tout autour
- ➔ Il est **préférable** de réaliser cet atelier en **présentiel** pour générer un maximum de focus et de discussion. Toutefois, à distance, vous pouvez utiliser un outil tel que [Draft.IO](https://draft.io) et son composant User Story Mapping
- ➔ Le **Product Owner** ou le Business Analyste **anime cet atelier** (aidé par le Scrum Master ?)
- ➔ Les **points en suspend / questions** peuvent être recensés si le métier n'a pas la réponse pour être étudiés en dehors de cet atelier (postits rouge)



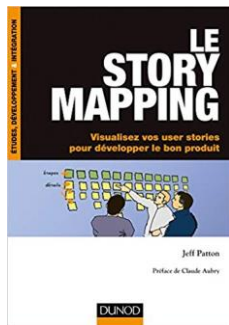
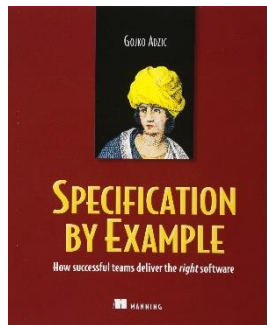
Story Mapping

Les écueils à éviter

- ➔ Ne pas **se perdre dans le détail**
- ➔ Partir dans des questions **sans réel rapport avec l'objectif**
- ➔ Ne **pas matérialiser** les échanges par des postits dans le Story Mapping
- ➔ C'est une histoire donc il y a un début, un milieu, une fin et... **un sens !**
- ➔ Faire l'atelier **sans la filière tech** (Testeur + DEV + OPS + UX + Archi, + ...)



Pour aller plus loin...





Déjeuner



Event Storming

Speaker/Team/Other
Date - Place

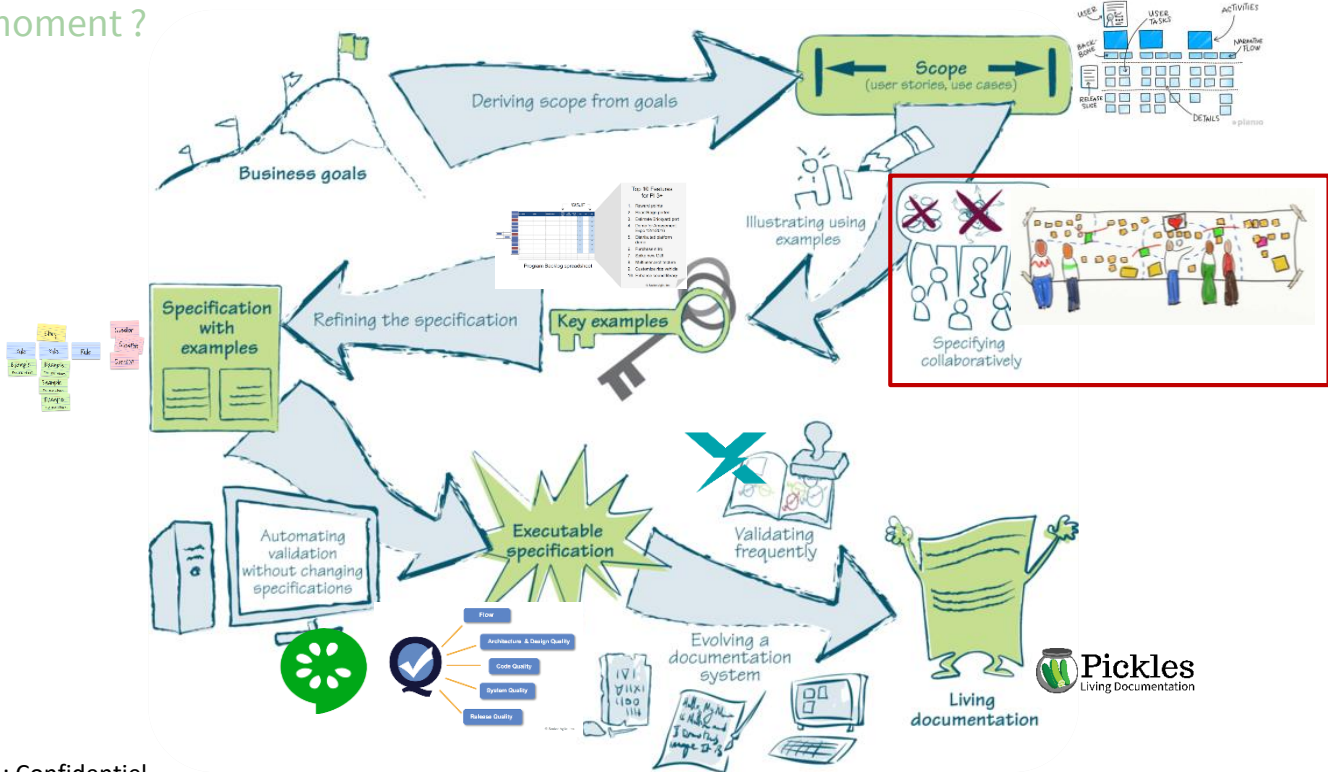


Objectifs du module

- Approfondir et challenger le besoin métier grâce à une approche événements métiers
- Partager et aligner un langage commun : le langage métier
- Faciliter l'émergence de l'architecture technique de la solution
- Faire converger les besoins fonctionnels et les spécificités techniques

Event Storming

A quel moment ?

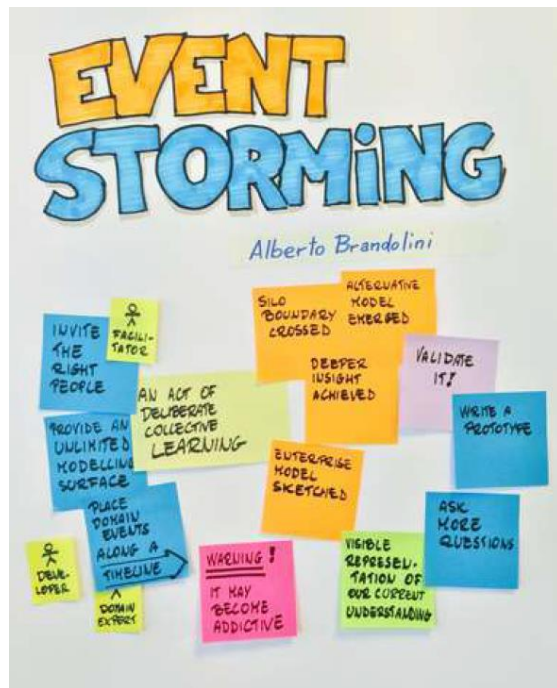


Event Storming

Exploration rapide du métier de façon visuelle

- Découvrir les événements
- Identifier les commandes
- Faire apparaître les acteurs
- Regrouper en agrégats

<https://www.eventstorming.com/>



Cas pratique pour découvrir l'Event Storming

Version 2 de l'application mobile de la banque

La version 1 de l'application mobile, qui vient d'être livrée en production, permet à l'utilisateur de se connecter, de consulter ses opérations bancaires et de se déconnecter.

Avec la version 2 de l'application mobile, l'utilisateur pourra :

- ➔ Virement d'épargne
- ➔ Notifications

Découvrir les événements

(Domain Events)

Découvrir les événements

Identifier chaque événement

- ➔ Post'lt Orange
- ➔ Significatif pour le métier
- ➔ Verbe au passé

*Un article a été
ajouté au panier*

Découvrir les événements

Ordonner les événements



Exemple par ordre chronologique

ROUND 1

Identifier et ordonner les événements relatifs à la version 2 de l'application mobile



**À VOUS
DE JOUER!**

Prenons un peu de recul...

ROUND 2

Challenger les évènements relatifs à la version 2 de l'application mobile

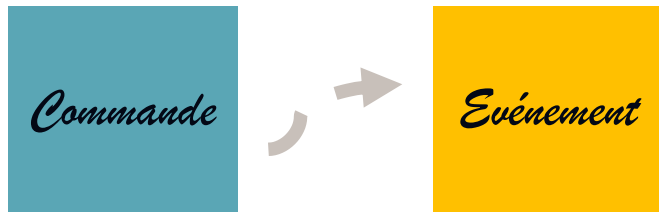


**À VOUS
DE JOUER!**

Identifier les **commandes**
qui déclenchent les événements

Identifier les commandes

- Post'It **Bleu**
- Source de l'**événement**
- Verbe à l'infinitif
- A positionner à côté de l'**événement** déclenché



*Ajouter un
article au
panier*

*Un article a
été ajouté au
panier*

ROUND 3

Identifier les commandes qui déclenchent les événements



**À VOUS
DE JOUER!**

Faire apparaître les **acteurs**
qui exécutent les commandes

Identifier les commandes



- Post'It Jaune
- Acteur qui invoque la commande



ROUND 4

Ajouter les acteurs qui exécutent les commandes



**À VOUS
DE JOUER!**

Affiner la modélisation

Un événement peut être déclenché par

- Une action d'utilisateur (acteur)



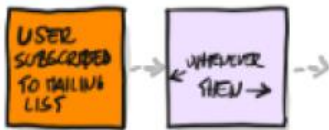
- Un système externe



- Juste le résultat du temps qui passe



- Juste la conséquence d'un autre événement



Une commande exécutée par un utilisateur donné

Un système externe

*Juste le temps qui passe
(sans aucune action particulière)*

*La conséquence d'un autre événement
(chaque fois qu'une chose arrive, alors une autre arrivera)*

ROUND 5

Affiner la modélisation



**À VOUS
DE JOUER!**

Regrouper autour d'agrégats

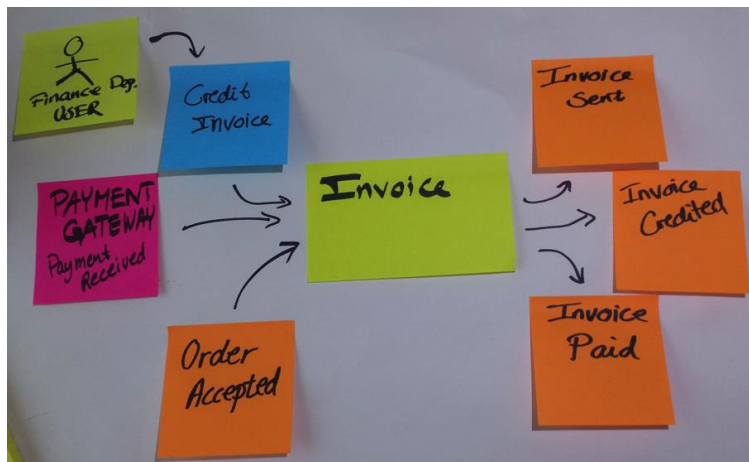
Regrouper autour d'un même agrégat

Agrégat

Concept DDD :

« A cluster of associated objects that are treated as a unit for purpose of data changes »

- En entrée : les **commandes** reçues par l'agrégat
- En sortie : les **événements** produits par l'agrégat



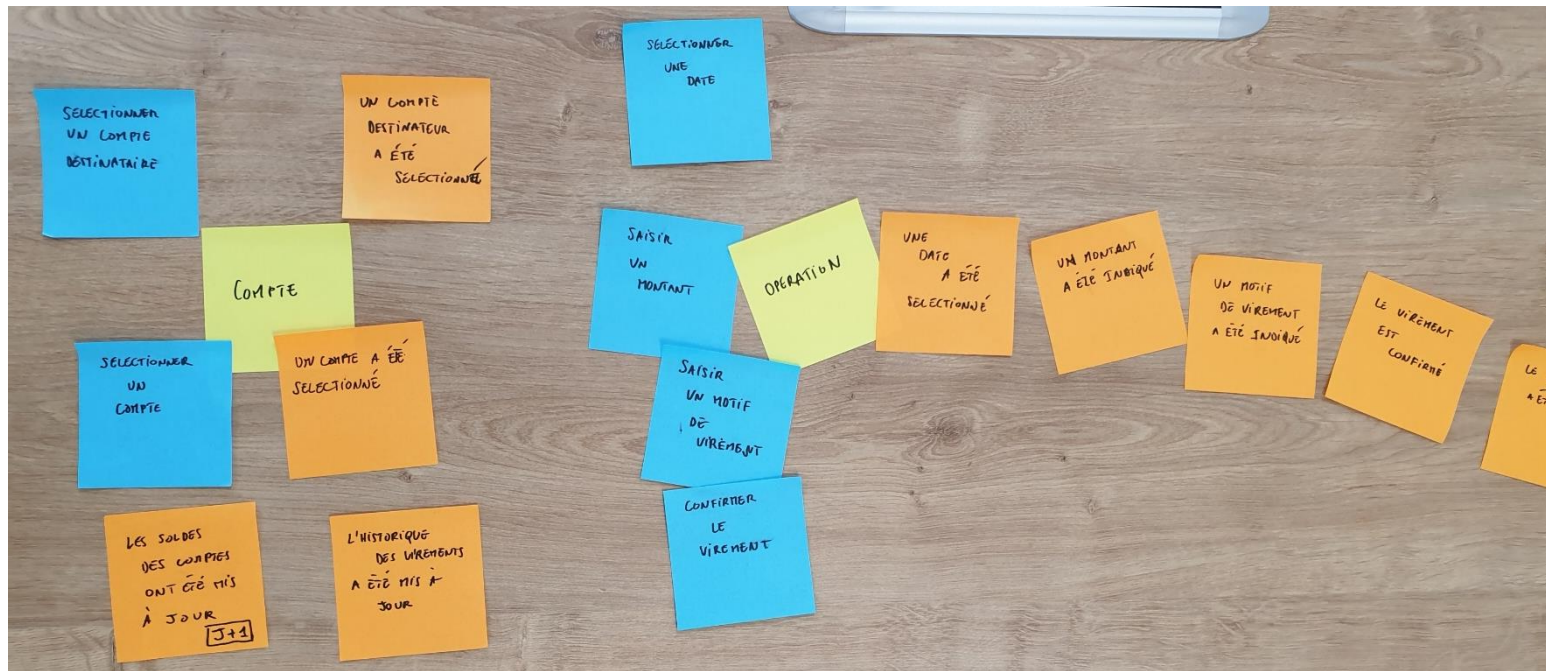
ROUND 6

Regrouper autour d'agrégats



**À VOUS
DE JOUER!**

Exemple de résultat d'Event Storming



Débriefons...

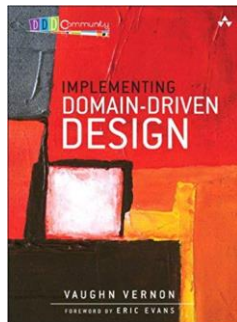
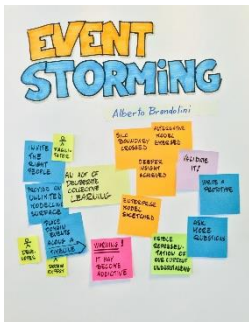
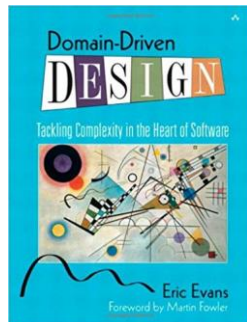
Event Storming

Trucs et astuces pour que vous en tiriez le maximum de valeur

- ➔ Inviter les bonnes personnes
 - ➔ Celles qui ont des questions
 - ➔ Celles qui ont les réponses
- ➔ La valeur est dans les interactions entre les participants
- ➔ Logistique : prévoir une salle avec une grande table permettant aux participants de circuler tout autour ou avec un grand mur
- ➔ Il est préférable de réaliser cet atelier en présentiel pour générer un maximum de focus et de discussion. Toutefois, à distance, vous pouvez utiliser un outil tel que [Draft.IO](https://draft.io)
- ➔ Réaliser cet atelier sur le scope de la prochaine release
- ➔ Toutes les réflexions sont réalisées en se mettant à la place de l'utilisateur



Pour aller plus loin...



<https://www.eventstorming.com/>



Pause



Example Mapping (3 Amigos)

Speaker/Team/Other
Date - Place



Objectifs du module

- Savoir exprimer un besoin utilisateur
- Savoir formuler les critères d'acceptation
- Savoir rédiger une bonne user story prête pour le développement
- Préparer les cas de test
- Apprendre à découper les user stories trop grosses

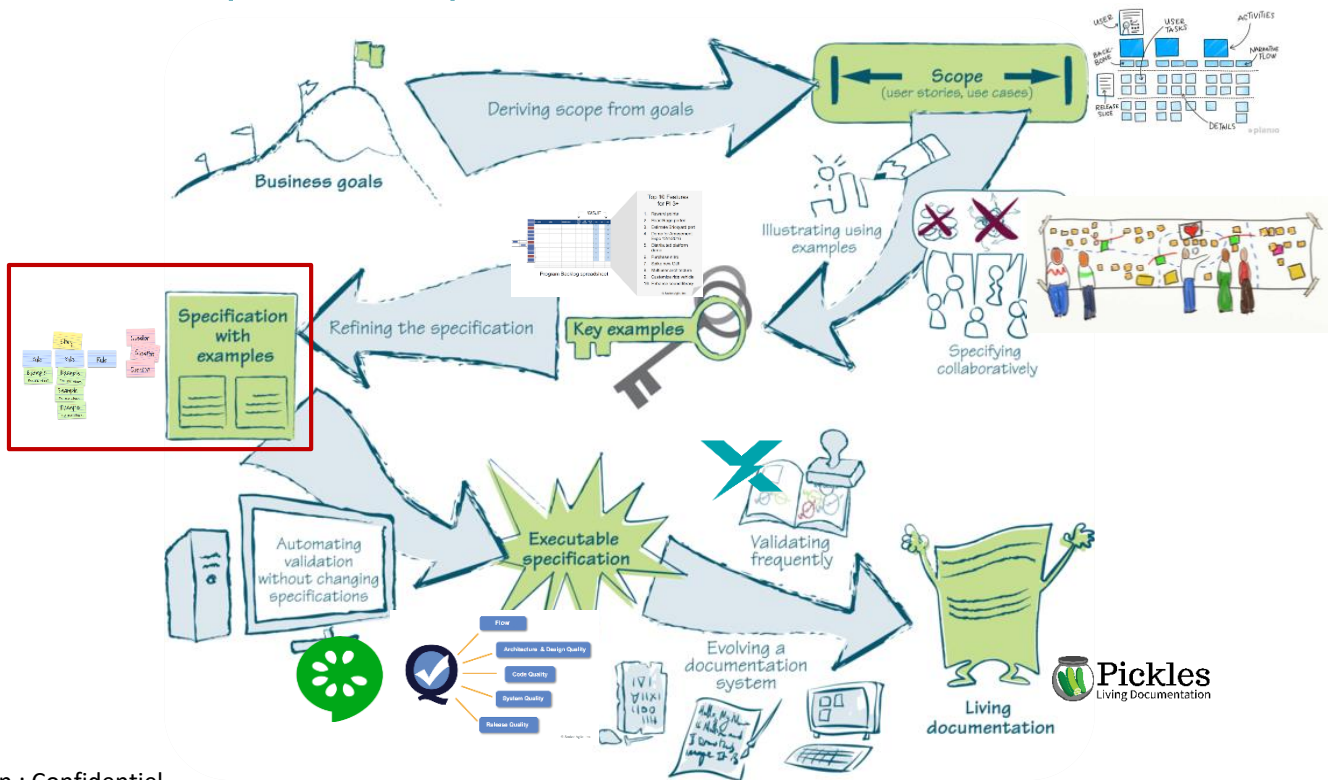
Example Mapping

S'approprier et challenger le besoin métier

- Identifier les règles métier
- Découvrir les exemples
- Faire apparaître les zones d'ombre
- Redécouper les User Stories



La spécification par l'exemple



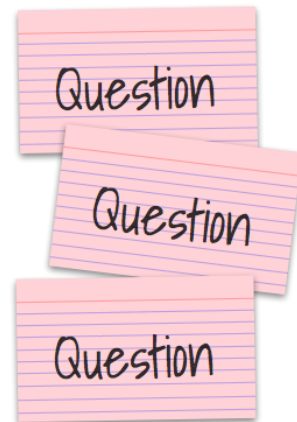
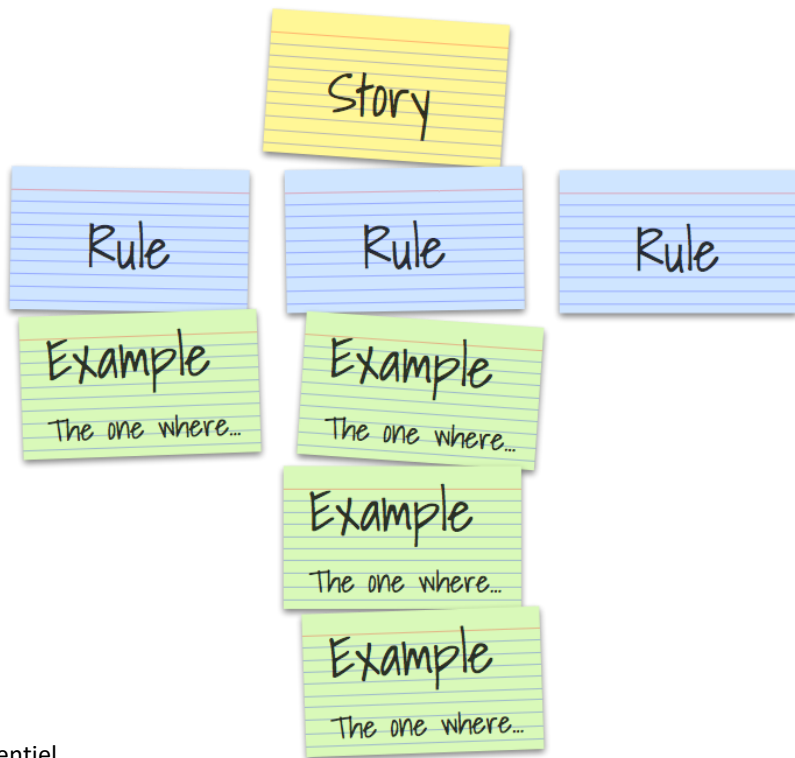
Example Mapping



<https://www.youtube.com/watch?v=gID0boETxJQ>



Résultat d'un atelier 3 Amigos



Cas pratique pour découvrir les 3 Amigos

La user story « Effectuer un virement interne »

Un développeur vient de terminer le développement de la user story « Editer un RIB » et souhaite démarrer la prochaine user story priorisée dans le backlog. Il s'agit de la user story « Effectuer un virement interne ».

Vous organisez donc un atelier 3 Amigos avec ce développeur, le testeur et vous-même.

User story : Effectuer un virement interne

En tant que client de la banque

Je veux effectuer un virement interne

Afin d'épargner l'argent que je n'ai pas dépensé ce mois-ci



ROUND 1

Réaliser l'Exemple Mapping sur la user story
« Effectuer un virement interne »



**À VOUS
DE JOUER!**

Prenons un peu de recul...

ROUND 2

Finaliser l'Exemple Mapping sur la user story
« Effectuer un virement interne »



**À VOUS
DE JOUER!**

Débriefons...

Atelier 3 Amigos (Example Mapping)

Trucs et astuces pour que vous en tiriez le maximum de valeur

- ➔ Inviter les bonnes personnes
 - ➔ Le(s) développeur(s) qui vont réaliser la user story
 - ➔ Le(s) testeur(s) qui vont valider / tester la user story
 - ➔ Le(s) représentant(s) de l'utilisateur connaissant bien le besoin sur la user story : utilisateur, métier, PO ou BA
- ➔ La valeur est dans les interactions entre les participants
- ➔ Il est préférable de réaliser cet atelier en présentiel pour générer un maximum de focus et de discussion. Toutefois, à distance, vous pouvez utiliser des outils tels que [TeamUp Labs](#) ou [Miro](#)
- ➔ Réaliser cet atelier le plus près possible du démarrage des développements de la user story



Une bonne User Story

User Story : définition

Une **User Story** décrit sous forme d'histoire un besoin fonctionnel réalisable dans une itération par une seule équipe agile.

A Astuces

- > La valeur ajoutée du point de vue de l'utilisateur est compréhensible par tous et permet de prioriser les User Stories
- > Chaque critère d'acceptation est défini par un titre et un ou plusieurs exemples

E Erreurs à éviter

- > Une User Story n'est pas une Technical Story
- > Les estimations ne se limitent pas seulement au développement ! (charge de test, risques, complexité, ...)
- > Les User Story ne font pas référence à l'ergonomie dans l'objectif / critères d'acceptation

User Story : les 3C

C Card

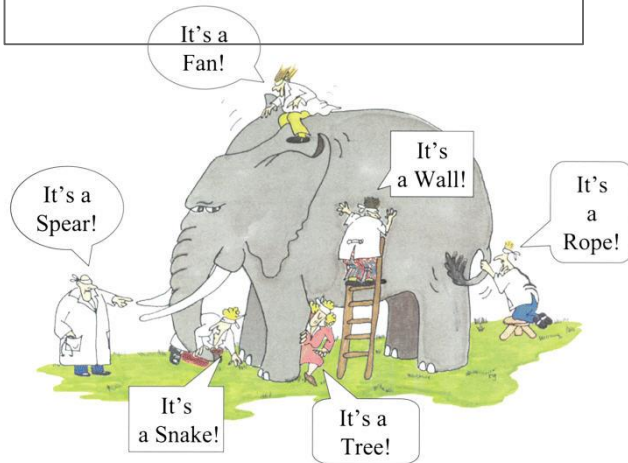
- > La user story est une histoire courte, une ou deux phrases et peut être écrite sur une carte 8×13 cm / Post'it

C Confirmation

- > La user story est confirmée par des tests d'acceptation rédigés au même moment que celle-ci, au dos de la carte

C Conversation

- > Les détails de la user story sont discutés par les équipes avec le Product Owner, les développeurs et les testeurs



User Story : INVEST

- I** **INDEPENDANTE** : Elle doit se suffire à elle-même, car les dépendances avec d'autres user stories induisent des problématiques de testabilité et de planification.
- N** **NEGOCIABLE** : Elle est discutée dès le story mapping, en release planning et lors de l'atelier 3 Amigos.
- V** **VALEUR EXPLICITE** : Elle doit apporter de la valeur à l'utilisateur final. La notion de valeur étant difficile à évaluer, la User Story doit être exprimée avec une vision de l'objectif recherché par l'utilisateur.
- E** **ESTIMABLE** : Elle doit être suffisamment claire et comprise pour être estimée de façon relative, c'est-à-dire les unes par rapport aux autres.
- S** **SUFFISAMMENT PETITE** : Elle doit être de taille suffisamment petite pour éviter les effets tunnels et faciliter la priorisation ainsi que la planification.
- T** **TESTABLE** : Elle doit comporter des jeux de données si besoin et être accompagnée de scénarios de tests.

Exemple US INVEST sur le cas pratique

Titre : Effectuer un virement interne

En tant que client de la banque

Je veux effectuer un virement interne

Afin d'épargner l'argent que je n'ai pas dépensé ce mois-ci

Critères d'acceptation :

- **Virement simple** : si je vire 100 € d'un compte A vers le compte B, le solde du compte A est diminué de 100 € et le solde du compte B est augmenté de 100 €.
- **Virement sans provision** : si je vire 150 € d'un compte A avec un solde de 100 €, le virement n'est pas effectué car la provision du compte A n'est pas suffisante.
- **Virement plafonné** : si je vire 5001 € du compte B vers le compte C, le virement n'est pas effectué car il dépasse le plafond de 5 000 € par virement.

Débriefons...

Une fiche pratique pour vous aidez...

LES 3 AMIGOS



Product Owner
Développeur
Testeur

L'objectif de l'atelier 3 amigos est de partager **ENSEMBLE** (Product Owner, Développeur, Testeur) la description fonctionnelle d'une User Story.

Les 3 parties prenantes se mettent d'accord sur le périmètre de l'US et s'assurent que l'US respecte bien **les critères INVEST**.

INDÉPENDANT
NEGOCIABLE
VALUABLE
ESTIMABLE
SMALL
TESTABLE

Il est donc possible de redimensionner ou de découper une US si elle ne respecte pas ces critères.

STEP 1



5 min



LE PRODUCT OWNER PRÉSENTE LA USER STORY

Le PO présente fonctionnellement le besoin de l'US dans un langage métier aux autres participants de l'atelier. Il peut se référer à des « personas » s'il y en a.

Via cette présentation, les participants identifient les règles métiers et les critères d'acceptation de l'US.

EN TANT QUE
[PERSONA]
JE VEUX
[ACTION]
AFIN DE
[BÉNÉFICE UTILISATEUR]

STEP 2



+/-
15 min



DÉCOUVERTE DE L'US VIA L'EXEMPLE MAPPING

LA STORY doit être écrite sur un post-it placé en haut du tableau.

Ensuite, chaque **REGLE METIER** de la story est nommée, identifiée et partagée.

Elles doivent être illustrées par **DES EXEMPLES**.

Pendant la discussion, il y aura certainement **DES QUESTIONS**, notez-les également.



STEP 3



Les 3 Amigos identifient :

- > Les scénarios à automatiser. (Qui seront écrits en gherkin par le dev)
- > Les cas de tests. (Pour valider en testant manuellement l'application)
- > Les jeux de données.
- > Les bouchons nécessaires.

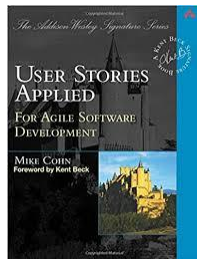
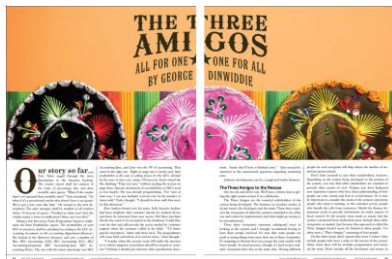
GO
DEV

GO
TEST

Le dev **CONSTRUIT LA USER STORY** en appliquant LA **DOUBLE BOUCLE BDD/TDD** en se basant sur les scénarios identifiés. Il peut également générer une **DOCUMENTATION VIVANTE** basée sur les scénarios.

Les exemples **NON AUTOMATISABLES** deviennent des **CAS DE TESTS**, rédigés par le **TESTEUR** et exécutés lors des **pairs tests**. Il crée également les **JEUX DE DONNÉES** et les **BOUCHONS** si nécessaire.

Pour aller plus loin...





Conclusion

Speaker/Team/Other
Date - Place

Synthèse de la journée

- Qu'est-ce que j'ai appris ?
- Qu'est-ce qui m'a surpris ?
- Qu'est-ce que je vais mettre en application dès demain ?



FEEDBACKS

DISCUSSIONS

CONCLUSION





Merci