Reakcja na feedback biznesu (banku):

1. Zacząłbym od wytłumaczenia interesariuszom, którzy przyszli do nas z feedbackiem od przedstawienia obecnej perspektywy. Na chwilę obecną założenie jest takie, że dane charakteryzujące potrzeby inwestycyjne klienta są do wykorzystania tylko na potrzeby roboadvisora.
2. Zapytać biznes, czy ta idea odpowiada ich perspektywie na wykorzystanie danych charakteryzujących klienta. Jeżeli tak nie jest, to należy przedyskutować z nimi ich perspektywę na wykorzystanie danych charakteryzujących potrzeby inwestycyjne klienta.
3. Na podstawie tego, co mówi biznes, zastanowić się i ustalić:
   1. Czy udostępnienie danych charakteryzujących potrzeby inwestycyjne klienta może pozytywnie wpłynąć na działanie systemu CRM banku
   2. Czy udostępnienie danych charakteryzujących potrzeby inwestycyjne klienta w ramach banku nie narusza przepisów o ochronie danych osobowych
   3. Czy udostępnienie danych charakteryzujących potrzeby inwestycyjne klienta w ramach banku nie narazi banku na ryzyko reputacyjne
4. Jeżeli:
   1. Jest więcej potencjalnych strat niż korzyści, to bronimy status quo
   2. Jest więcej potencjalnych korzyści niż strat, to zastanawiamy się co robić dalej
5. Kontynuacja 4b. – Skoro bank ma korzyść z udostępnienia danych charakteryzujących potrzeby inwestycyjne klienta systemowi CRM, to taką opcję należy do systemu dodać. Najpierw należy ustalić, jak bardzo istotne jest dodanie tej funkcjonalności do ekranu definiowania potrzeby inwestycyjnej.
   1. Elementem tego może być ustalenie, czy ta funkcjonalność ma być już dostępna w ramach MVP, czy raczej będzie można się z nią wstrzymać do czasu oficjalnego release’a pierwszej wersji robodoradcy.
6. Następnie, we współpracy z interesariuszami (testerami, biznesem, architektem systemu, product ownerem) zaproponować jak może wyglądać taka funkcjonalność. Na bazie własnych doświadczeń i wyobrażeń, mógłbym zaproponować coś takiego:
   1. Skoro w systemie CRM istnieje zmienna odpowiadająca potrzebom inwestycyjnym klienta, to należy zadziałać tak, aby z ekranu definiowania potrzeby inwestycyjnej można było wyeksportować dane zdefiniowane przez klienta do tej zmiennej.
   2. Do ekranu definiowania potrzeb inwestycyjnych zostanie w tym celu dodany przycisk, pozwalający klientowi na udzielenie zgody na przekazanie informacji związanych ze zdefiniowaną potrzebą inwestycyjną do systemu CRM. Będzie to przycisk opcjonalny, działający na zasadzie opt-in.
   3. Klient musi mieć informację do czego jego dane są wykorzystywane, dlatego nad przyciskiem powinien znajdować się odnośnik informacyjny w stosownym temacie.
7. Mając powyższe informacje, ustalamy, jak dużo roboczogodzin zajmie dodanie nowej funkcjonalności.
   1. Jeżeli dodanie funkcjonalności zajmie mniej niż 10 procent sprintu, to można zmodyfikować backlogi dla przyszłych sprintów żeby to zadanie tam umieścić.
   2. Jeżeli dodanie funkcjonalności zajmie więcej niż 10 procent sprintu, to na bazie umowy z klientem ustalić co robimy. Czy będzie to wymagało pewnych zmian wynagrodzeniowych i terminowych, czy nie.
   3. Jeżeli dodanie funkcjonalności będzie wymagało dużych zmian w systemie (a na to się nie zanosi), to należy ustalić jak dużo roboczogodzin będzie to wymagało i stosownie do tego renegocjować umowę z klientem.