

User Story Mapping

Adrien CAUBEL

Résumé et inspiré du livre User Story Mapping par Jeff Patton

Introduction

INVEST et User Story Mapping (USM)

Le **but** est d'avoir une US qui suive les recommandations INVEST

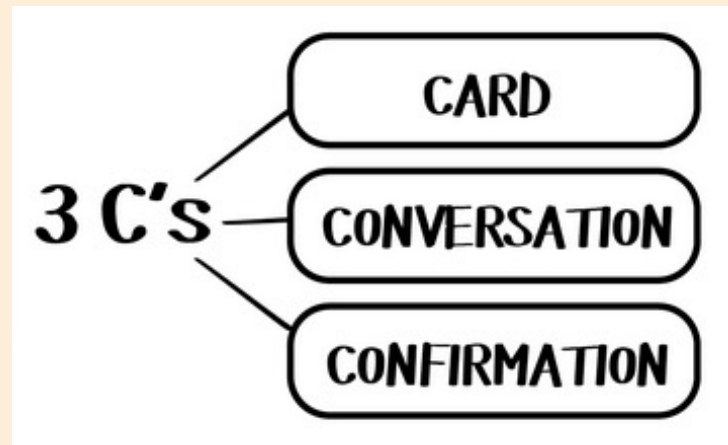


Un **moyen** d'y arriver est d'utiliser les ateliers USM

L'idée de l'USM

L'idée

« Une story c'est
write something on a card,
talk about it,
and agree on what to build »



Bien se comprendre !!



Si j'écris une idée que j'ai derrière la tête et que je vous demande si vous êtes d'accord alors vous allez tous me répondre *oui*

Bien se comprendre !!



Cependant, si nous nous rencontrons et discutons, vous pourrez me dire ce que vous pensez et je pourrai vous poser des questions

Bien se comprendre !!



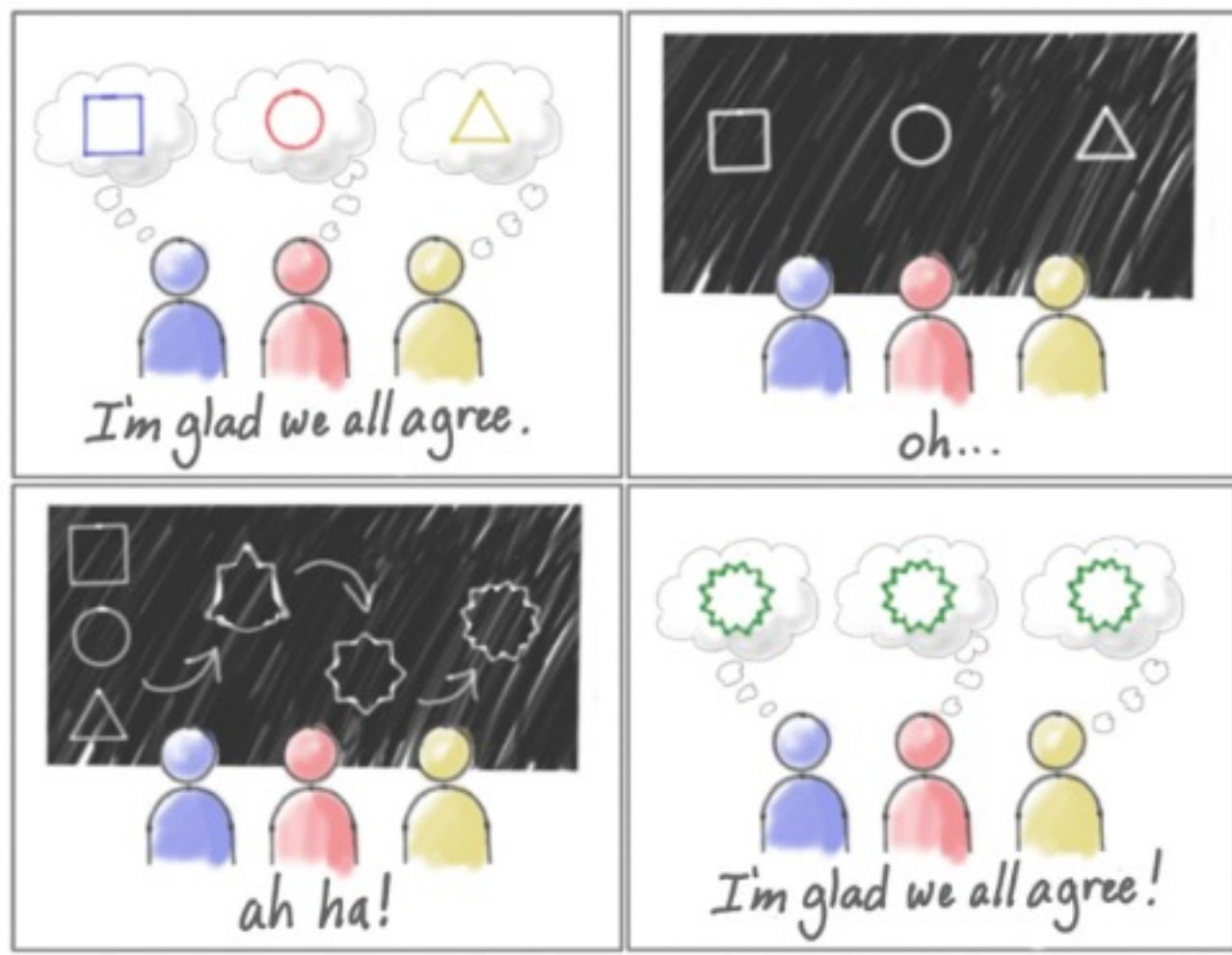
Chacun d'entre nous va comprendre des choses différentes, voir des aspects importants différents. Nous exposons aux autres nos pensées pour parvenir à une compréhension commune

Bien se comprendre !!



Nous nous sentons maintenant alignés et confiants dans le fait que nous avançons ensemble.

L'idée



« Les conversations améliorent la compréhension d'un problème où chacun va pouvoir apporter son point-de-vue afin de parvenir à un consensus commun »

Principes de l'USM

Discuter au lieu de rédiger une documentation

« Le but réelle d'une user-story est la compréhension »



- Lorsque des personnes lisent des documents et en retirent des compréhensions différentes
- C'est soit la faute du lecteur, soit celle du document.
- A la place, privilégier des conversations avec des mots, des images pour construire une compréhension commune.

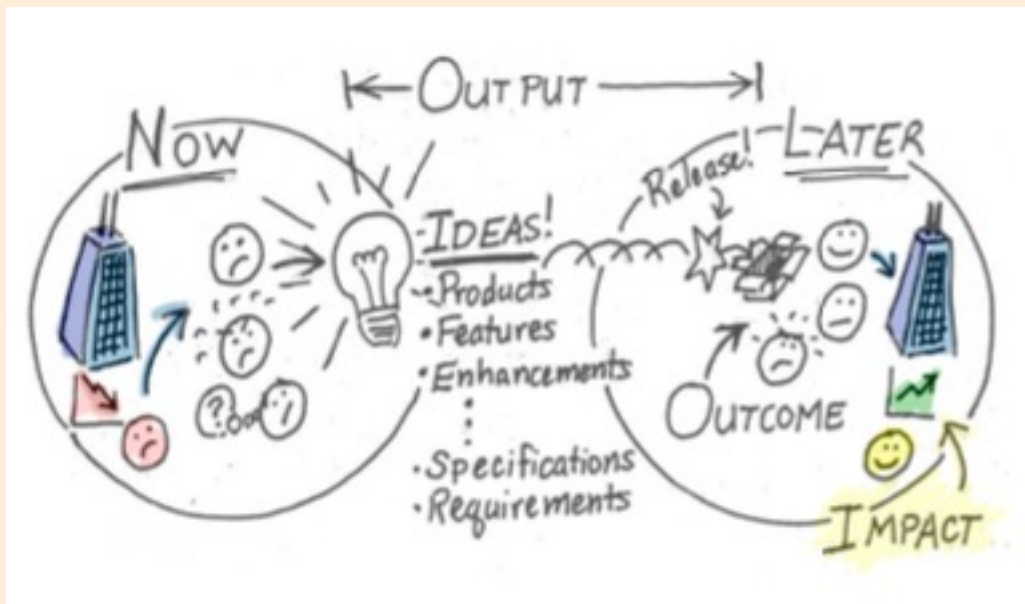
Des documents pour se rappeler

« Les choses les plus importantes ne sont pas celles écrites mais celles que nous nous rappelons lorsqu'on les voient. »

Note : Lorsqu'on raconte une histoire pas besoin de rédiger un roman, quelques notes, dessins, stickers pris en photo suffisent pour que l'ensemble de l'équipe se rappelle de l'échange.

Le logiciel est la finalité

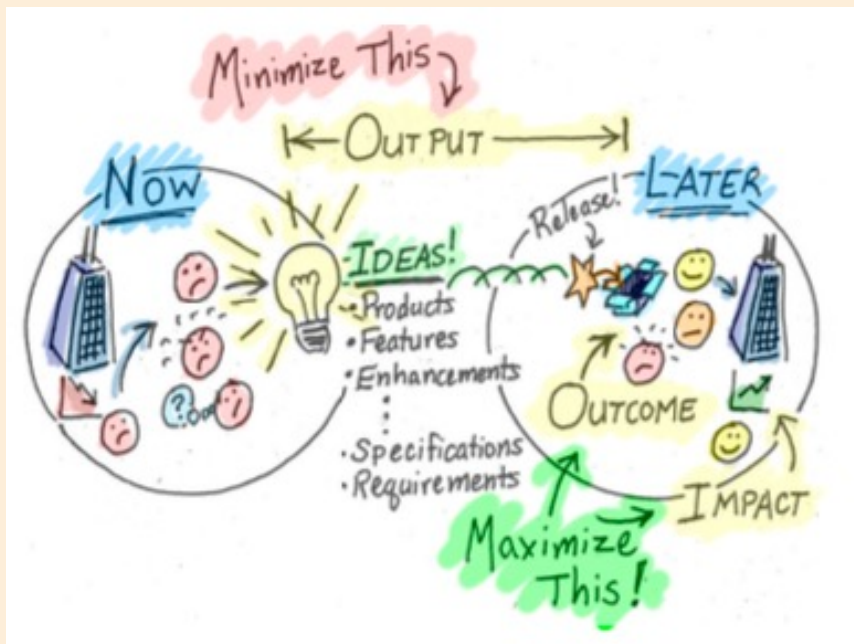
« Une bonne histoire concerne les *pourquoi* et les *pour qui*, et non juste les *quoi* »



Le logiciel est le résultat final. Quand on parle des fonctionnalités de notre produit on va parler du *pour qui* et *pourquoi* on le fait.

Construire moins mais mieux

« Dans le développement logiciel on a toujours plus à construire que nous n'avons le temps et les ressources alloués. »



Minimiser le output, i.g. tout ce qu'il y a entre maintenant et la livraison

=> prendre les décisions le plus tard possibles

Résumé des principes

- Les stories ne sont pas une forme écrite des exigences. Raconter des stories avec les mots, des schémas permet une meilleure compréhension.
- Les stories ne sont pas des exigences. Ce sont des discussions sur la résolution de problèmes de notre organisation, de nos clients et de nos utilisateurs qui conduisent à des accords sur ce qu'il faut construire.
- Votre travail ne consiste pas à créer plus de logiciels plus rapidement : il consiste à maximiser le résultat et l'impact que vous obtenez de ce que vous faites.

*The best solutions come from collaboration
between
the people with the problems to solve
and
the people who can solve them.*

L'atelier USM

Pourquoi le faire ?

« L'user map permettent de décomposer les grosses user-stories au fur et à mesure qu'on l'a raconte »



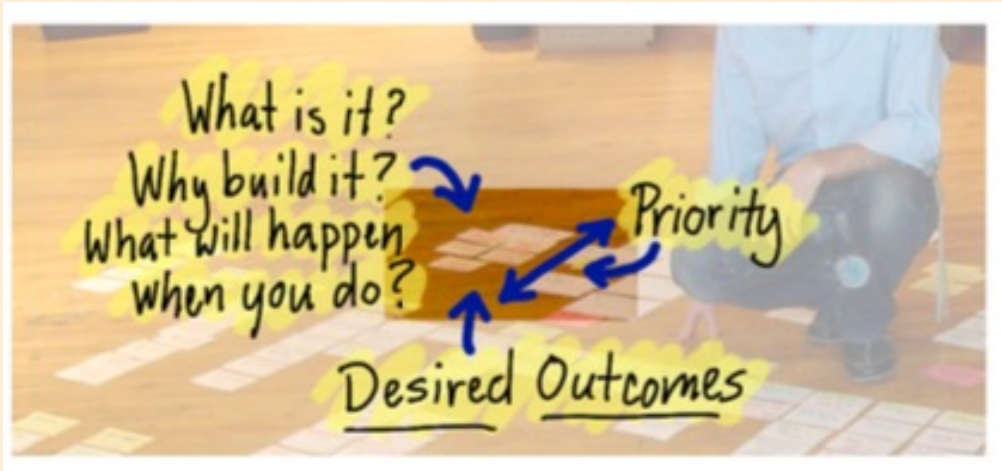
L'équipe entière va se rendre compte de problématique sous-acescente et cela va entraîner la création de nouvelles users-stories.

Comment faire ?

1. Ecrire les cartes
2. Organiser les cartes
3. Explorer en détails

Ecrire des cartes

« Parlez et documentez : écrivez des cartes ou des post-it pour extérioriser votre pensée lorsque vous racontez des histoires »



1. Rédiger quelques mots sur un post-it après avoir pensé à l'idée
2. Expliquer son idée : mots, gestes, dessins. On raconte une histoire
3. Placer la carte

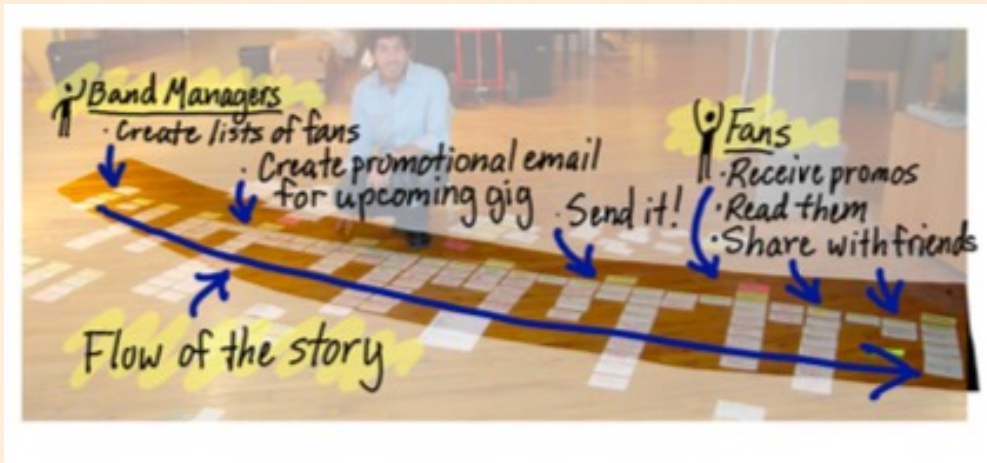
Réorganiser les cartes

« Réorganiser les cartes ensemble vous permet de communiquer sans dire un mot »

- Naturellement si on place une carte au dessus d'une autre alors cela signifie qu'elle est plus importante.
- Naturellement si on positionne une carte à gauche puis une à droite cela signifie une séquence.

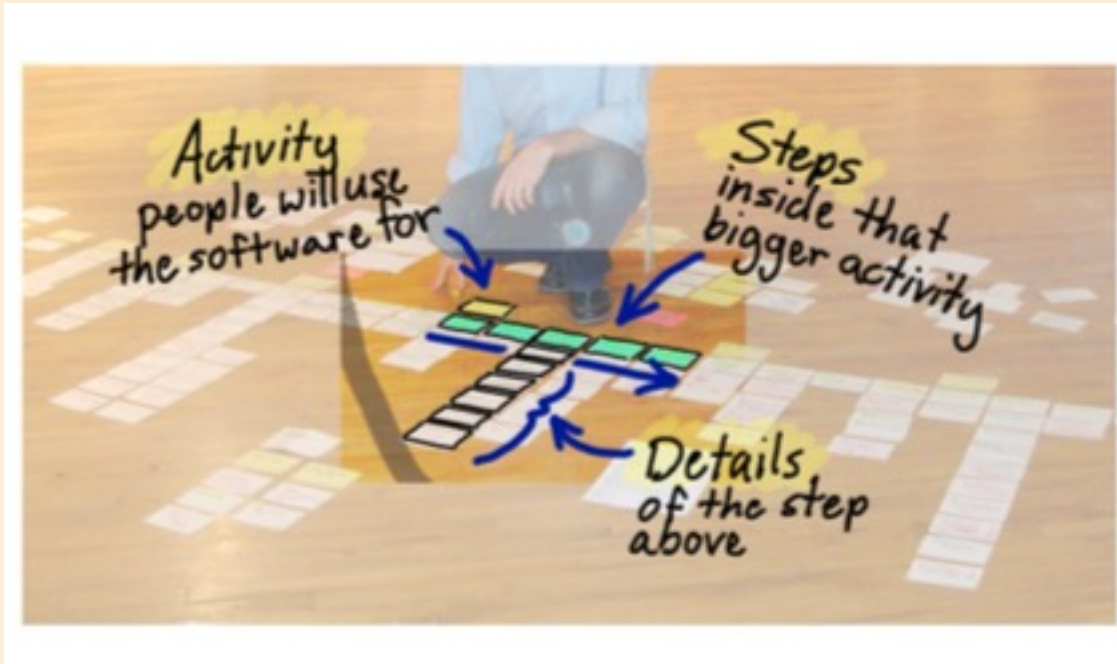
Réorganiser les cartes (2)

« Cartographier nos stories nous aide à voir les trous »



On partage sa compréhension, et les autres vont comprendre si nous avons le même point de vue du problème.

Explorer en détails les options



Les cartes que nous plaçons en haut de chacune des colonnes deviennent de **big things**. Puis les détails se répartissent en dessous en fonction de leur.

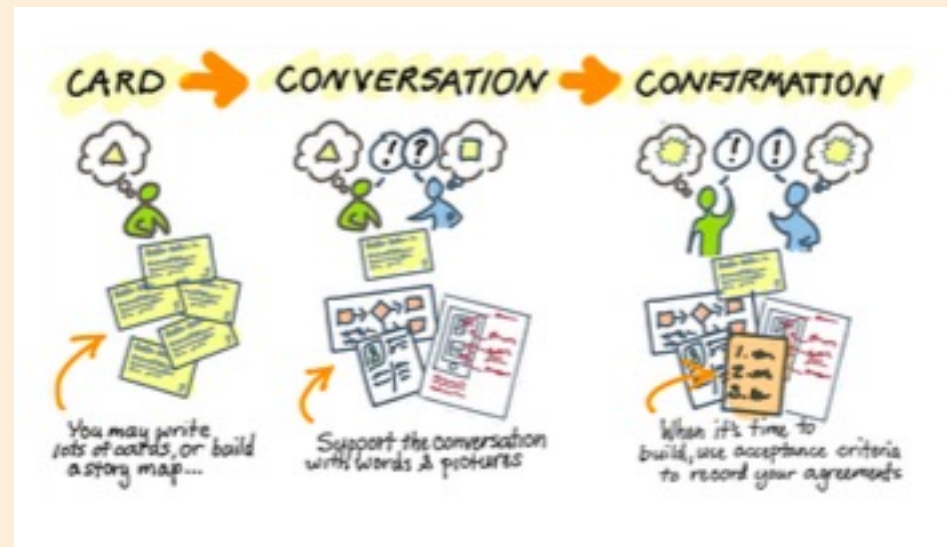
Nous nous arrêtons à chaque **étape** de la story et posons les questions suivantes :

- Quelles sont les choses spécifiques qu'on fera ici ?
- Quelles sont les autres choses qu'on pourrait faire ?
- Qu'est-ce qui rendrait la chose vraiment cool ?
- Qu'en est-il lorsque les choses tournent mal ?

Les 3C

US et 3C

« Une *User story* comportent trois aspects essentiels.
Nous pouvons les appeler **Carte**, **Conversation** et **Confirmation** »

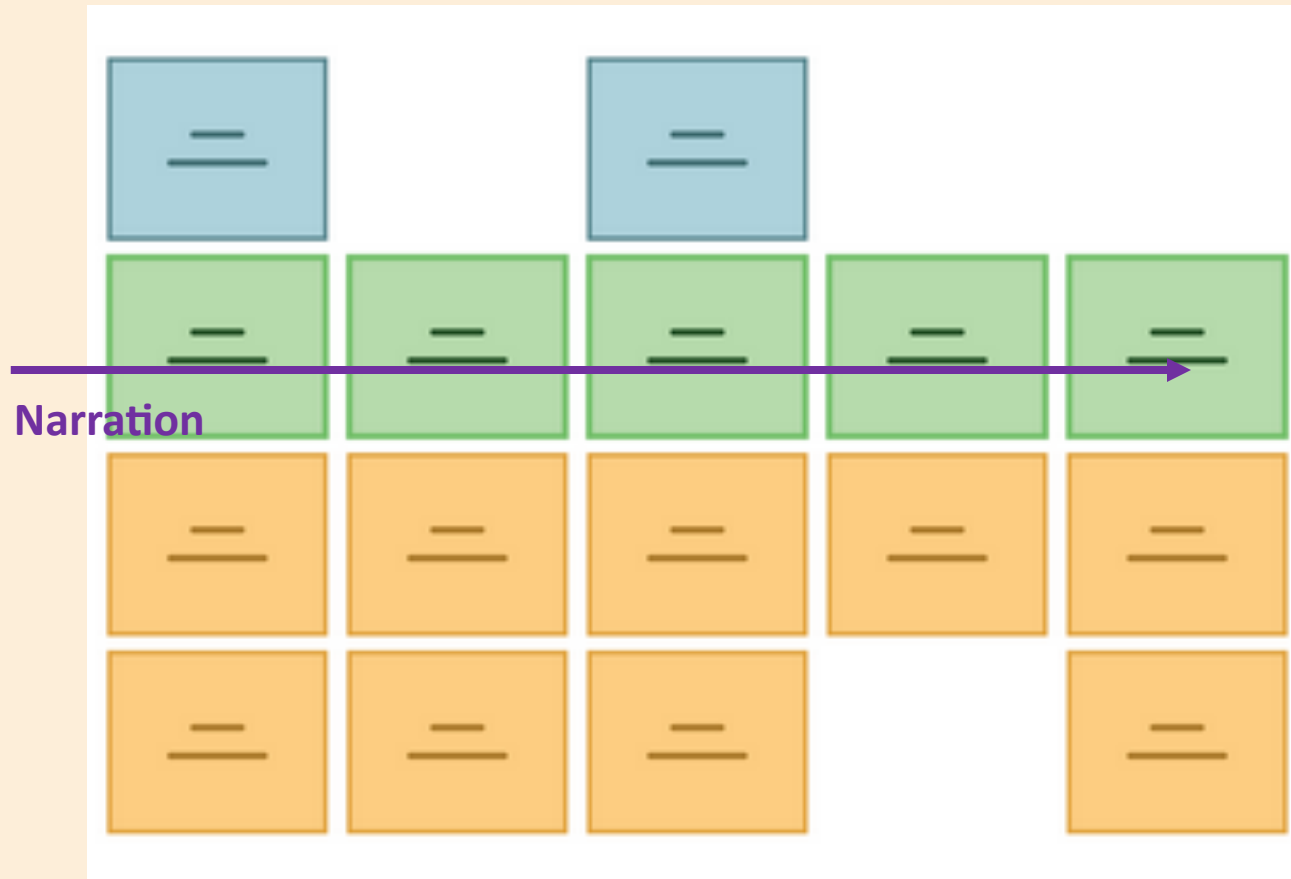


US et 3C

« Conserver nos accord (confirmation) en écrivant des critères d'acceptation »



Brève explication du board



Niveau Utilisateur

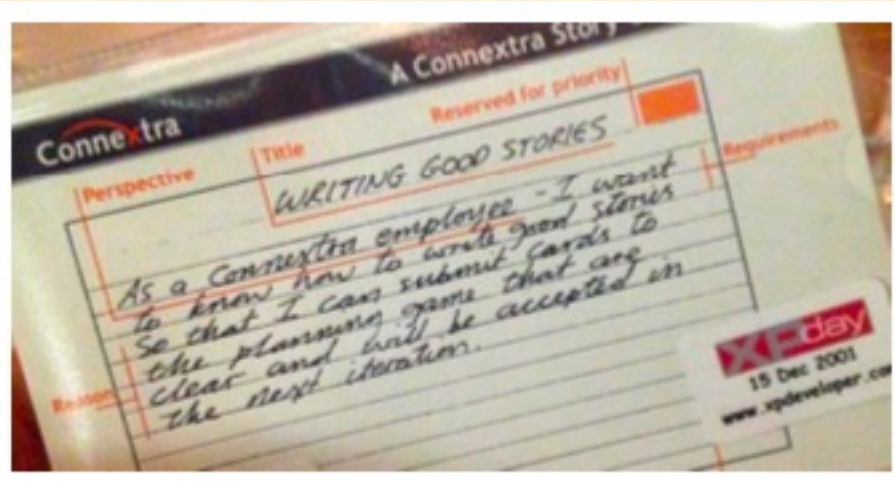
Niveau Activité

Niveau User-story

- On sait de quel user on parle
- On sait dans quelle activités il s'est engagé
- => pas mal de détails

L'utilisateur s'engage dans une activité + storytelling

Comment écrire une carte ?

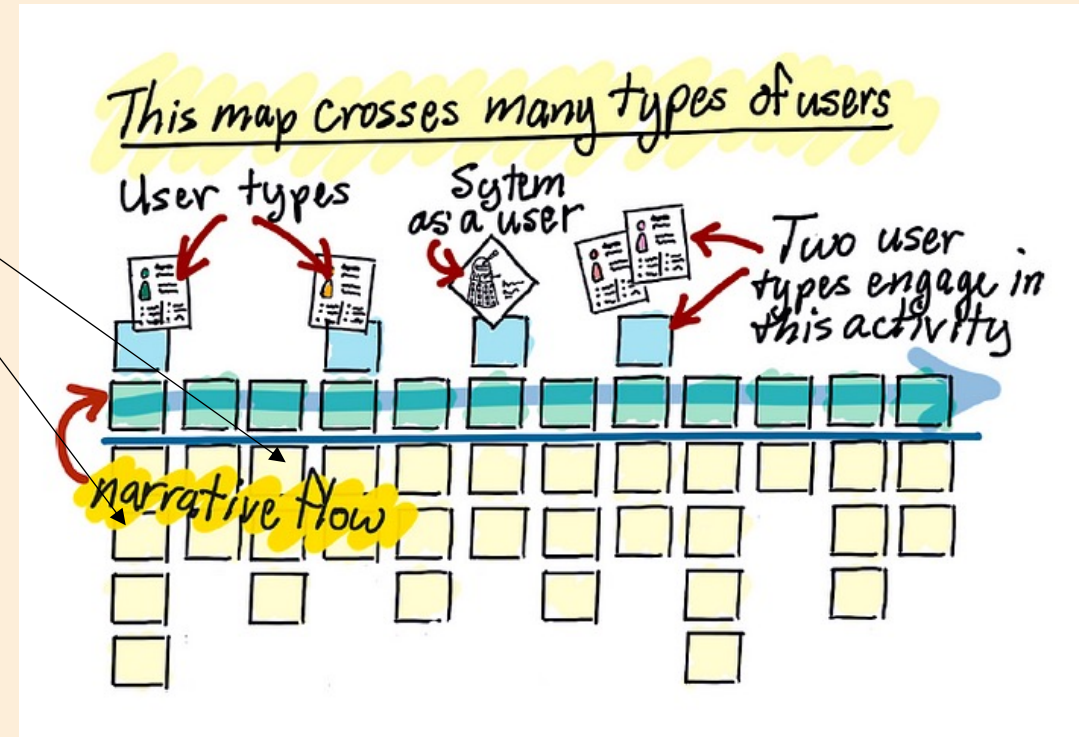
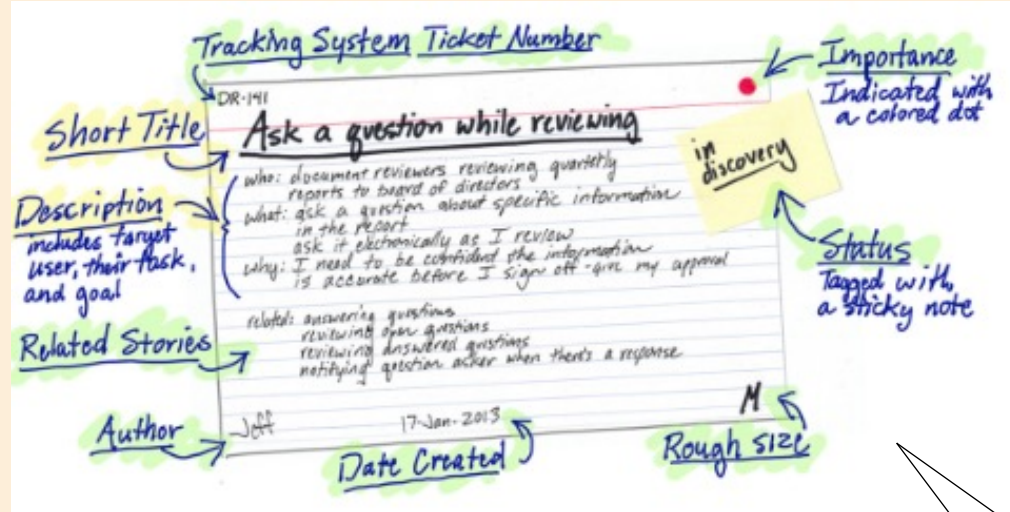


En tant que [utilisateur]
Je veux [faire]
Afin que [obtenir du bénéfice]

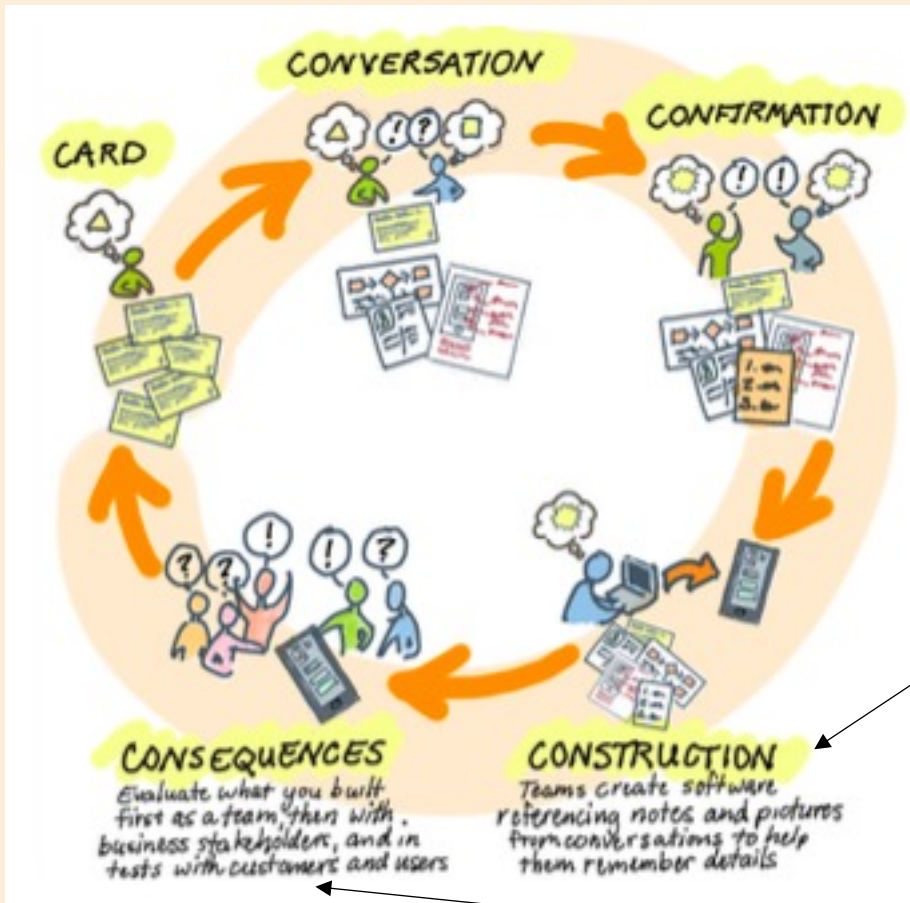
La story doit nous forcer à penser aux *qui, quoi*
et *pourquoi*. Elle permet ainsi de commencer la
conversation

Note : garder en tête les objectifs INVEST

Comment écrire une carte ?



Utiliser les cartes

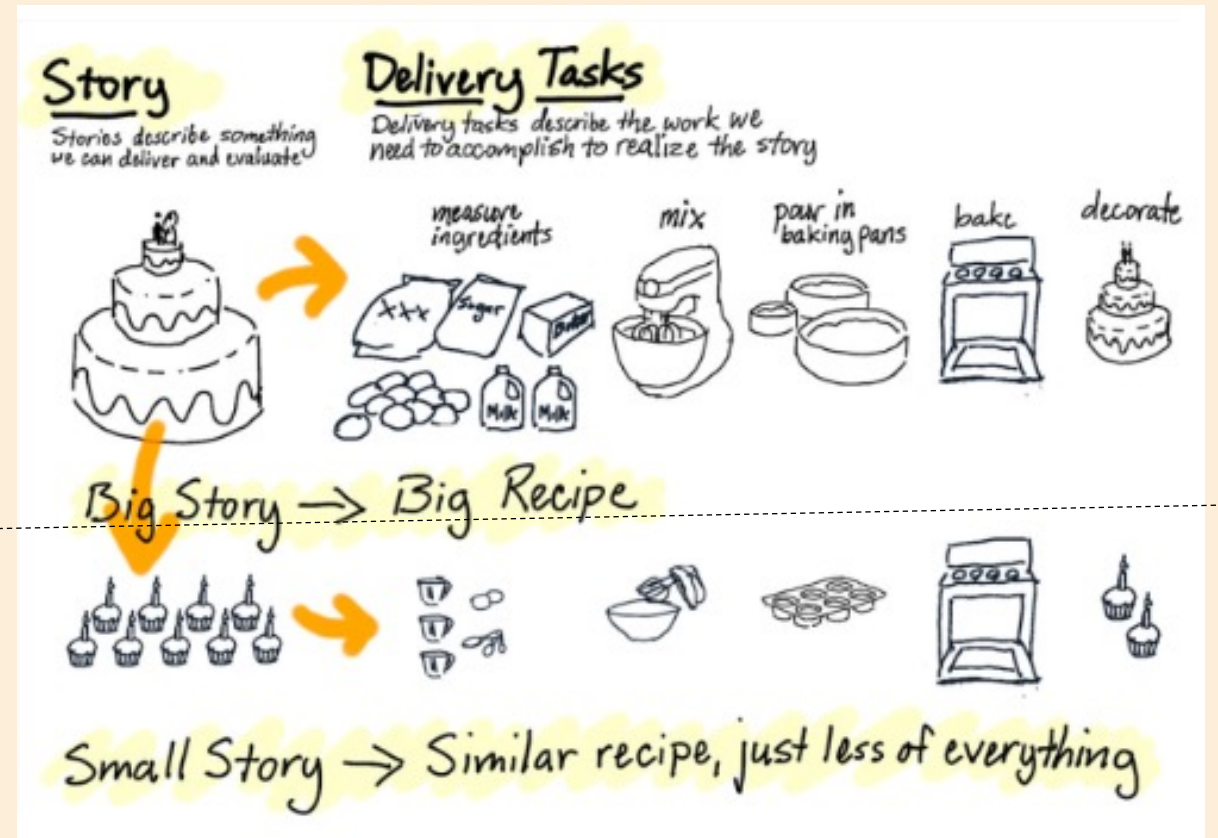


Les cartes ont permis de **construire une vision claire et commune**. Après avoir rédigé les détails, les critères d'acceptance nous sommes prêts pour développer le produit.

Une fois le travail fini nous allons pouvoir faire une rétrospective du travail. Nous tirons les conséquences de notre travail.

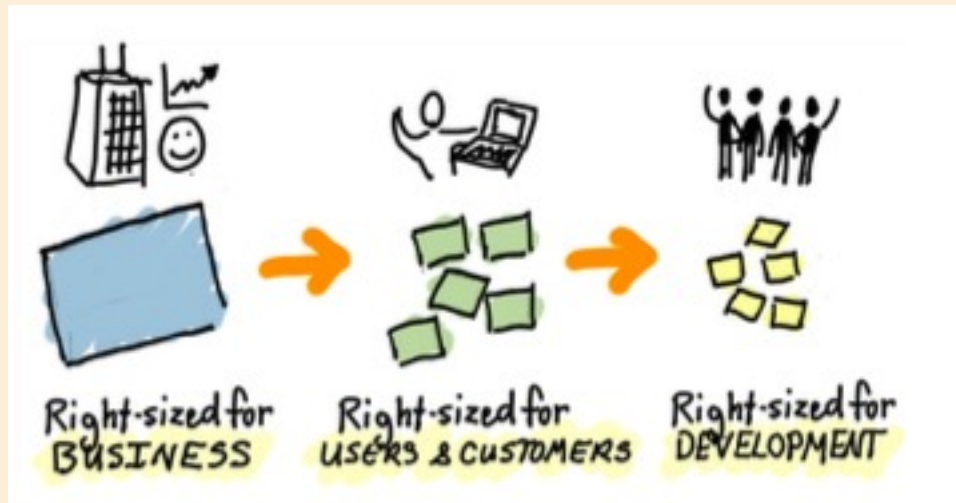
La taille des US
?

« Si la story décrit une solution abordable mais trop grosse, décomposez-la en parties plus petites qui vous permettront d'évaluer et de voir les progrès plus rapidement. »



Dans un logiciel, une part de gâteau serait une partie livrée du logiciel afin que l'utilisateur puisse l'évaluer et voir l'avancement du travail.

Epic, Story : le découpage

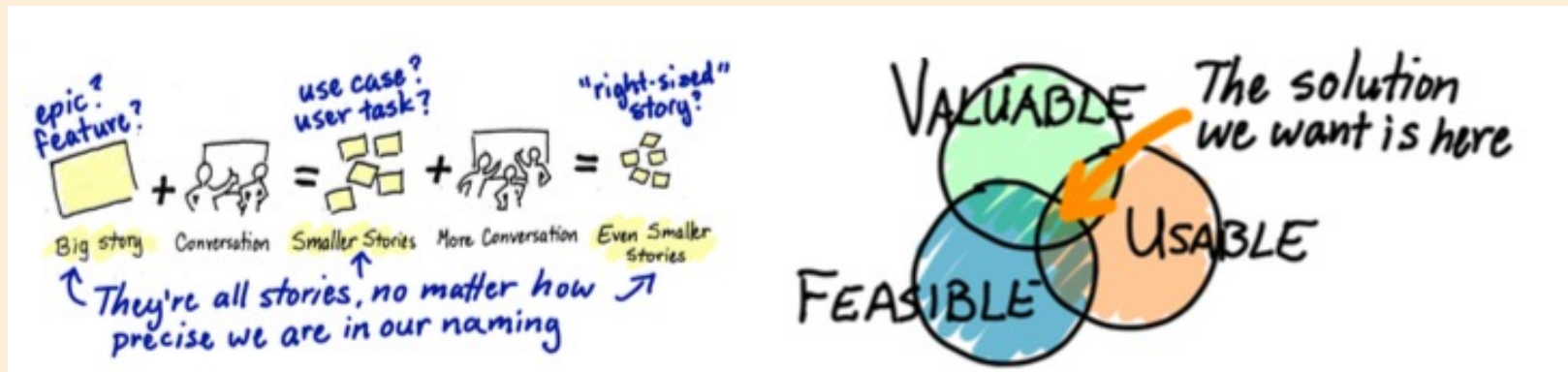


« Chaque acteur voit l'US avec une granularité différente ... »

- Business : aide l'entreprise à atteindre ses objectifs.
- Utilisateur : accomplit un besoin
- Développeur : prend quelques jours à dev et test

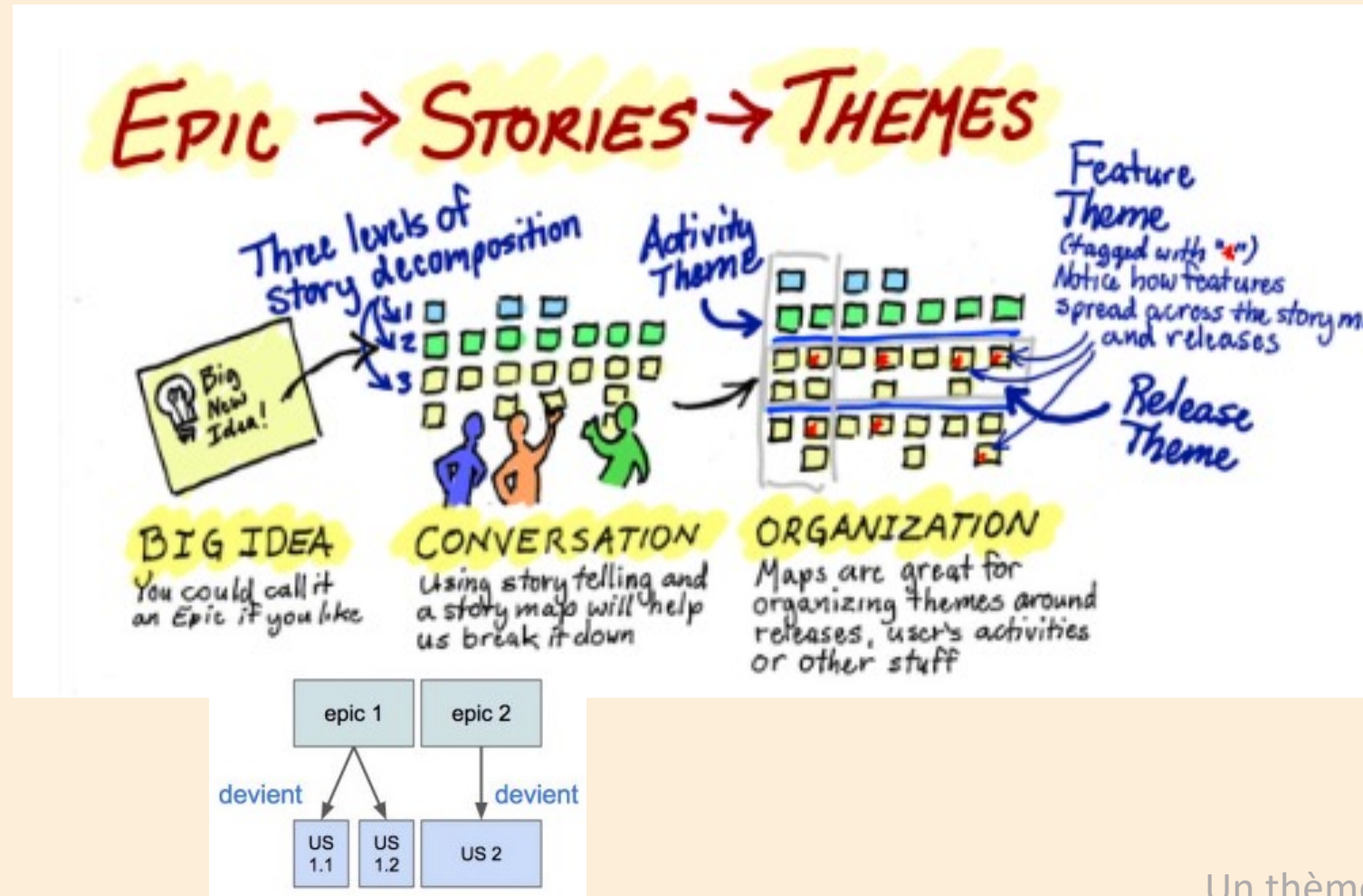
Epic, Story : le découpage

« La conversion est l'une des meilleurs choses pour découper de grosses stories »



=> Les Epic sont des grosses stories qui ont la bonne taille pour la partie business ou utilisateur mais inadaptées pour l'équipe de développement. Une story doit apporter de la valeur, être utilisable et faisable

Organiser les stories

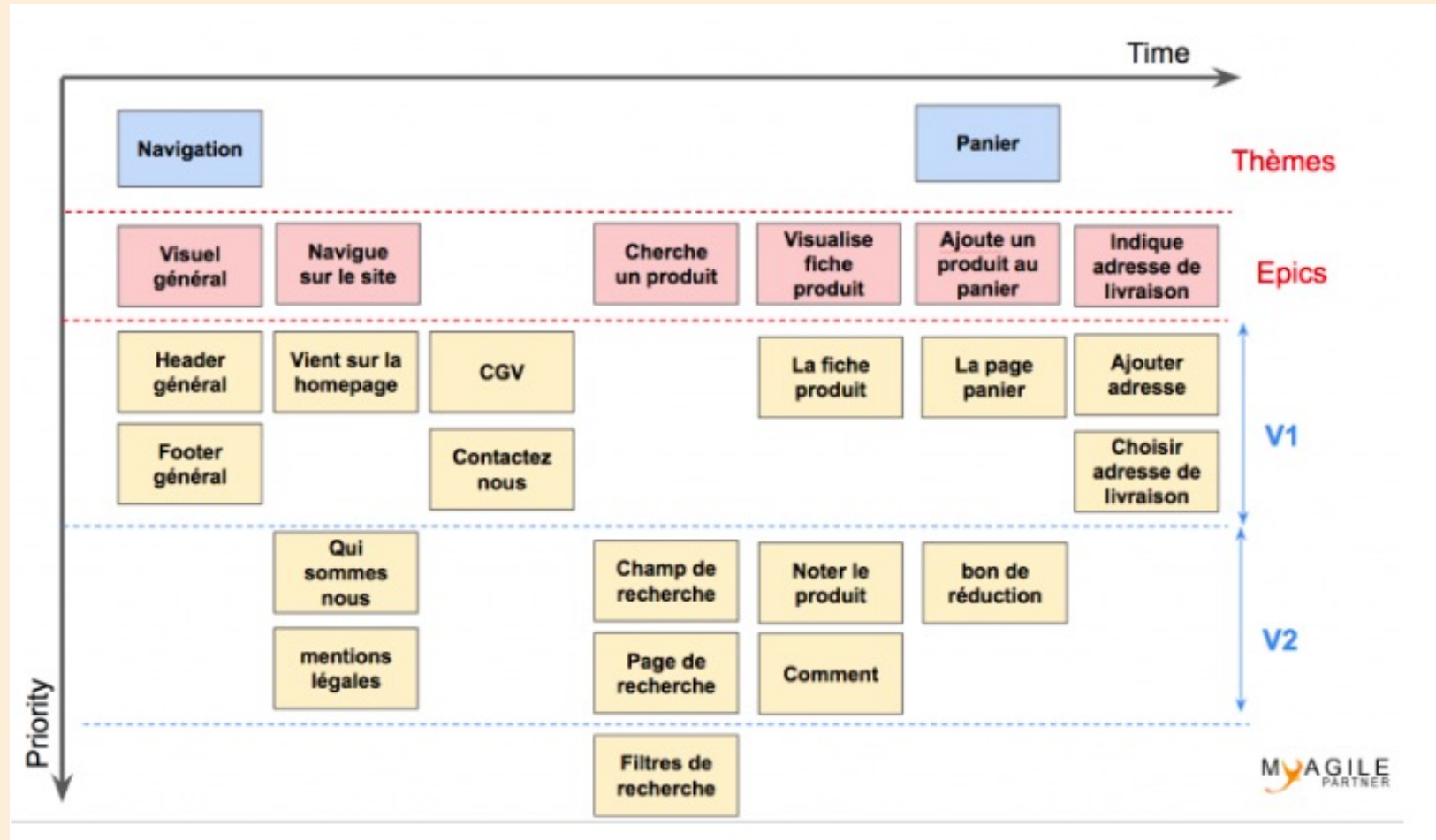


Un thème est une collection d'US

Ici pas de tâches ! c'est durant le SP

Exemple

L'idée de ce graphique sera de représenter les besoins utilisateurs d'un nouveau produit. Nous allons définir les usages de l'utilisateur cible et les représenter selon les priorités que nous désirons appliquer.



Chacune de des epics se décompose en user-stories qui seront réalisées sur deux temps : la version 1 puis la version 2