

Desafio de projeto

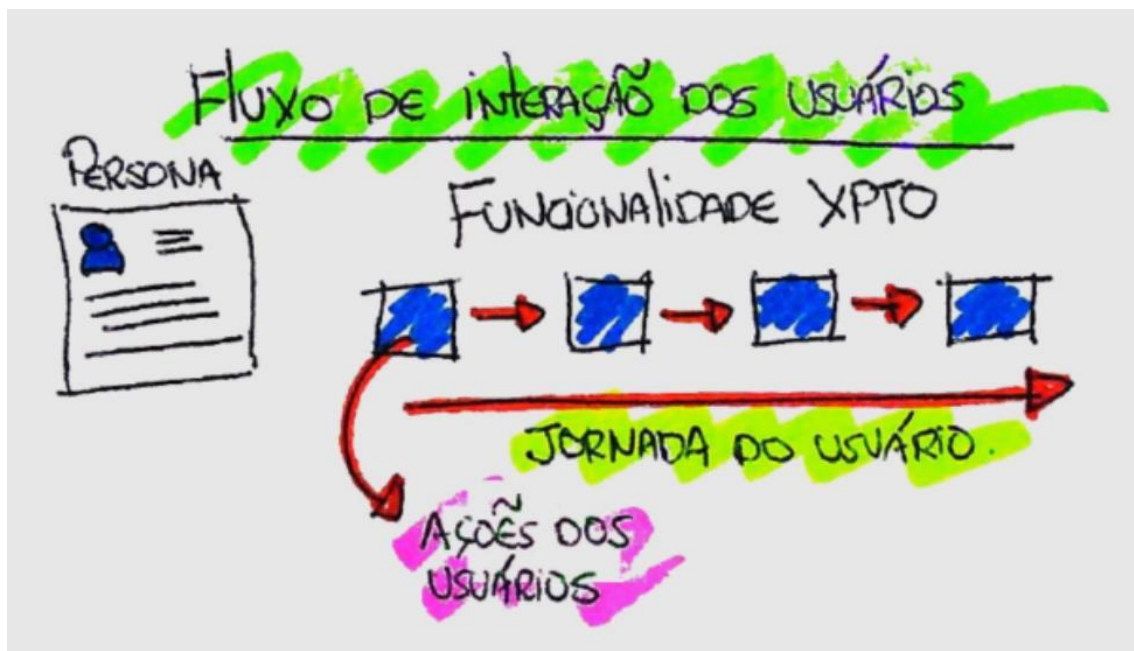
O Dia a Dia de um QA: A Prática de Testes Manuais Funcionais

QA: Jessica Fidencio

1. Mapping User Story

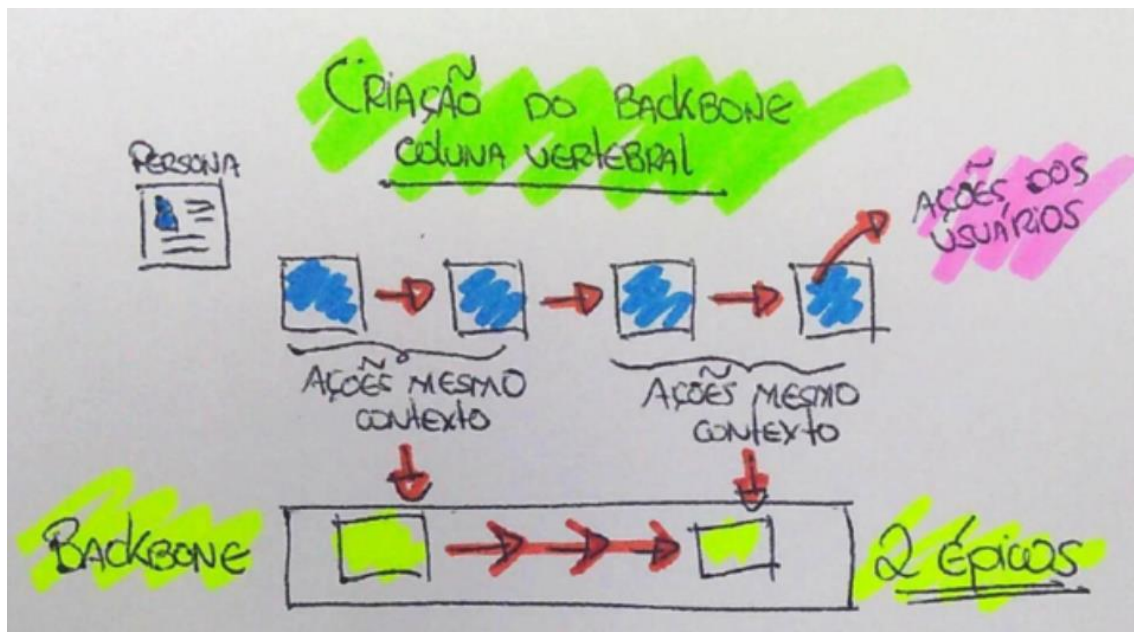
Precisamos criar o que o autor chama de “Big Story”, que é um fluxo que irá contar a interação dos usuários com o produto para atingir o objetivo desejado. Esse será o nosso ponto de partida para o User Story Mapping.

Veja o exemplo a seguir:



A partir do fluxo de valor criado na etapa anterior, iremos identificar ações que contenham o mesmo contexto de interação do usuário, agrupando-os em épicos. Esses épicos serão representados por colunas que futuramente nos auxiliarão a identificar o trabalho por contextos diferentes.

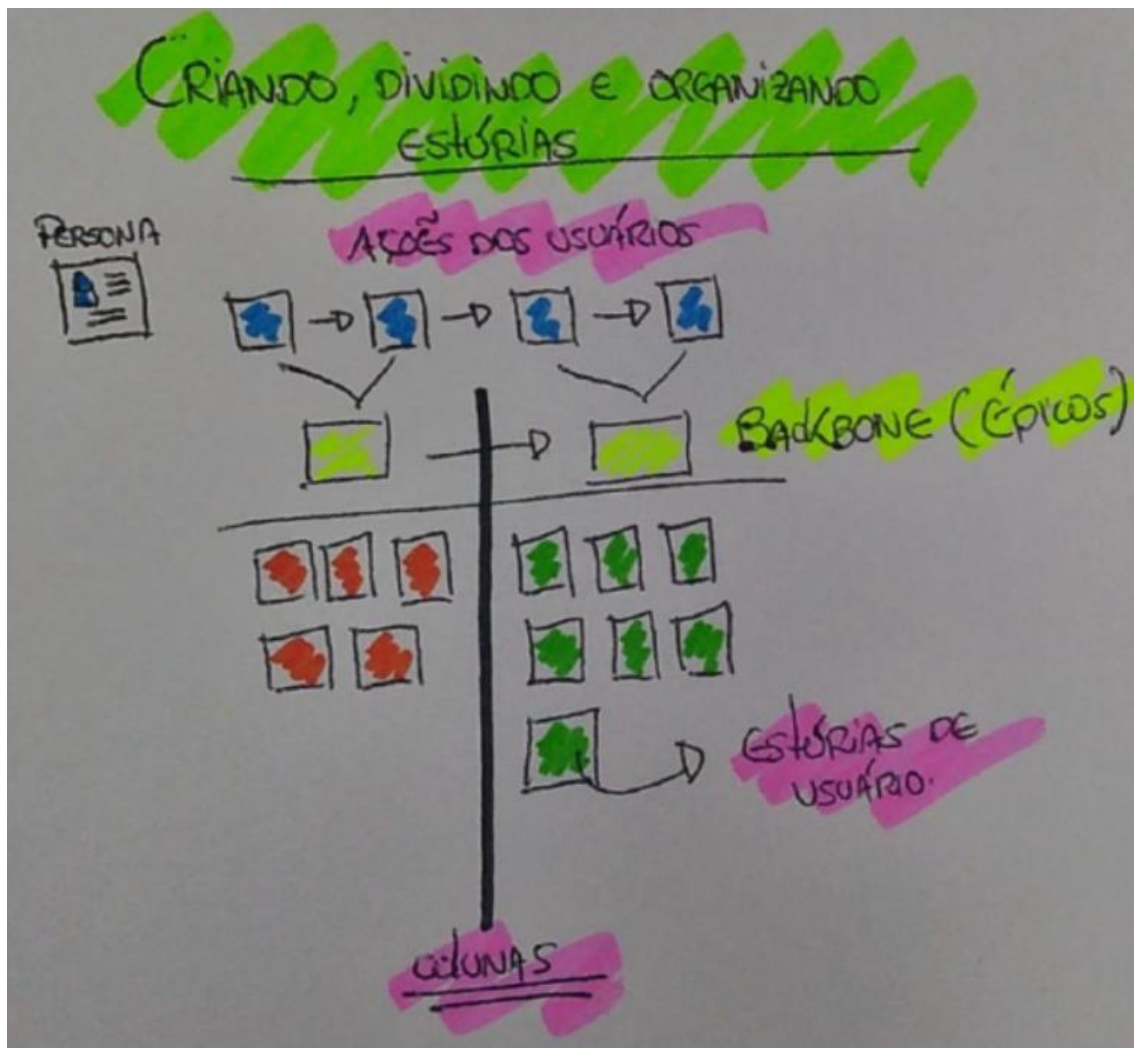
Observe:



Agora que temos o fluxo de valor definido e agrupado por épicos (contexto) podemos criar, dividir e organizar as histórias em seus respectivos épicos (colunas). É importante deixar claro para o time que esse momento, literalmente, será de contar histórias e não de escrever histórias.

Utilize pequenos cartões ou post-its para escrever pequenas sentenças que nos ajudem a lembrar como aquela história será usada, estando sempre atento para não se perder nos detalhes.

Lembre-se: Essas histórias ainda serão refinadas (vamos discutir a fundo os detalhes da tarefa e remover maiores incertezas técnicas e de negócio) e que por hora concentre-se na amplitude da história antes de mergulhar na profundidade.



Estamos quase lá!

No final da terceira etapa teremos uma visão geral do fluxo de valor, da divisão por épicos e das histórias de usuário. Agora, precisamos definir a ordem de execução do trabalho, priorização das histórias, baseado em incrementos que entreguem valor para o negócio.

Faremos isso traçando linhas horizontais e as identificando como incrementos. Note que agora teremos células geradas a partir do cruzamento das linhas verticais de épicos e as linhas horizontais de incrementos.

Dentro de cada célula o time deverá eleger quais histórias estarão contidas, considerando o épico (contexto) e a relevância para a entrega de valor, considerando

percorrer todo o backbone e consecutivamente atendendo o fluxo de valor dos usuários.

Observe o exemplo:



Conclusão

Foi percebido que quando a criação, divisão e organização das histórias de usuários é realizada sem o entendimento do fluxo de valor e do backbone (coluna vertebral) da ideia, os times têm a tendência de trabalhar com profundidade nos épicos, colunas verticais. Com isso, geram incrementos de software que não permitem o cliente validar o fluxo do valor.

Quando o time tem o entendimento do fluxo de valor e do backbone (coluna vertebral) da ideia é possível organizar o trabalho com mais amplitude no fluxo de valor e menos profundidade nos épicos, gerando incrementos de valor para cliente.

Espero que vocês tenham entendido a utilização do Story Mapping nos quatro passos acima e que ao praticarem este novo conceito, consigam perceber a diferença e entrega de valor na técnica mostrada.