Chapter6

فصل 6

If you share our conviction that customer involvement is a critical factor in delivering excellent software, you will ensure that the business analyst (BA) and project manager for your project will work hard to engage appropriate customer representatives from the outset. Success in software requirements, and hence in software development, depends on getting the voice of the user close to the ear of the developer. To find the voice of the user, take the following steps:

اگر شما هم باور ما مبني بر اين كه مشاركت مشتري مهم ترين فاكتور در ارائه يك نرم افزار عالي است ، شما اطمينان پیدا خواهید کرد که تحلیگر کسب و کار و مدیریت پروژه برای پروژه شما به سختی کار خواهند کرد تا از همان ابتدا نمایندگان مناسب مشتریان را جذب خواهند کرد . موفقیت در نیازمندی های نرم افزار ، و همچنین در توسعه نرم افزار ، وابسته به رساندن صدای کاربر به گوش توسعه دهنده است . برای پیدا کردن صدای کاربر مراحل زیر را انجام دهید :

■ Identify the different classes of users for your product.

■ Select and work with individuals who represent each user class and other stakeholder groups.

■ Agree on who the requirements decision makers are for your project.

* دسته بندی های مختلف کاربران را برای محصول خود تعیین کنید .
* انتخاب کنید و کار کنید با افرادی که نماینده هر دسته بندی از کاربران و سایر ذی نفعان هستند .
* درمورد نیازمندی های تصمیم گیرندکان پروژه خود توافق کنید

Customer involvement is the best way to avoid the expectation gap described in Chapter 2, “Requirements from the customer’s perspective,” a mismatch between the product that customers expect to receive and what developers build. It’s not enough simply to ask a few customers or their manager what they want once or twice and then start coding. If developers build exactly what customers initially request, they’ll probably have to build it again because customers often don’t know what they really need. In addition, the BAs might not be talking to the right people or asking the right questions

مشارکت مشتریان بهترین راه برای جلوگیری از مسئه شکاف انتظاری است که در فصل دو "نیازمندی ها از دید کابر" توضیح داده شد . عدم توافق بین محصولی است که کاربر انتظار دریافت آن را داشته تا محصولی که توسعه دهندگان ساخته اند . این کافی نیست که یک یا دوبار از مشتری یا مدیر آن ها سوال بپرسید که آن ها چه مخواهند و سپس شروع به کد نویس کنید . اگر توسعه دهندگان چیزی را که مشتریان در ابتدا درخواست کرده اند بسازند این امکان وجود د ارند که مجبور شوند دوبازه آن را بسازند زیرا مشتریان اغلب نمیدانند که آن ها به طور واقع به چه چیز نیاز دارند . به علاوه ممکن است تحلیلگران کسب و کار با افراد درستی صحبت نکنند و یا سوالات درستی نپرسند .

The features that users present as their “wants” don’t necessarily equate to the functionality they need to perform their tasks with the new product. To gain a more accurate view of user needs, the business analyst must collect a wide range of user input, analyze and clarify it, and specify just what needs to be built to let users do their jobs. The BA has the lead responsibility for recording the new system’s necessary capabilities and properties and for communicating that information to other stakeholders. This is an iterative process that takes time. If you don’t invest the time to achieve this shared understanding—this common vision of the intended product—the certain outcomes are rework, missed deadlines, cost overruns, and customer dissatisfaction.

ویژگی های که کابران به عنوان خواسته های خود ارائه می کنند لزوما با عملکردی که برای انجام وظایف خود با محصول جدید نیاز دارند برابری نمی کند .براي بدست آوردن ديد بسيار دقيقي از نيازهاي كاربر ، تحليلگر كسب و كار بايد رنج گسترده اي از ورودي هاي كاربران را جمع آوري ، تجزيه و تحليل و شفاف سازي كند و دقیقاً مشخص کند که چه چیزی باید ساخته شود تا به کاربران اجازه دهد کارهای خود را انجام دهند. اين يك پروسه زمان بر است كه به صورت تكرار شونده مي باشد . ا. اگر برای دستیابی به این درک مشترک - این چشم انداز مشترک از محصول مورد نظر - وقت صرف نکنید، نتایج معین عبارتند از دوباره کاری، ضرب الاجل های از دست رفته، بیش از حد هزینه ها، و نارضایتی مشتری.

User classes

كلاس هاي كاربري

People often talk about “the user” for a software system as though all users belong to a monolithic group with similar characteristics and needs. In reality, most products of any size appeal to a diversity of users with different expectations and goals. Rather than thinking of “the user” in singular, spend some time identifying the multiple user classes and their roles and privileges for your product.

مردم اغلب در مورد "کاربر" برای یک سیستم نرم افزاری صحبت می کنند به گونه ای که انگار همه کاربران متعلق به یک گروه یکپارچه با ویژگی ها و نیازهای مشابه هستند. در واقعيت ، اغلب محصولات در هر اندازه اي براي كاربران مختلف با انتظارات و اهداف متفاوت جذاب هستند . به جای اینکه به "کاربر" به صورت مفرد فکر کنید، مدتی را صرف شناسایی کلاس های کاربری متعدد و نقش ها و امتیازات آنها برای محصول خود کنید.

Classifying users

طبقه بندي كاربران

Chapter 2 described many of the types of stakeholders that a project might have. As shown in Figure 6-1, a user class is a subset of the product’s users, which is a subset of the product’s customers, which is a subset of its stakeholders. An individual can belong to multiple user classes. For example, an application’s administrator might also interact with it as an ordinary user at times. A product’s users might differ—among other ways—in the following respects, and you can group users into a number of distinct user classes based on these sorts of differences:

بخش 2 انواع بسياري از ذي نفعان را كه پروژه ميتواند داشته باشد را توصيف كرد . همانطور كه در شكل 6-1 نمايش داده شده است . يك كلاس كاربر زير مجموعه از كاربران محصول است كه آن نيز زير مجموعه اي از مشتريان محصول است كه آن نيز زيرمجموعه اي از ذي نفعان است . يك فرد مي تواند مطعلق به چندين كلاس كاربري باشد . براي مثال ، ، ممکن است ادمین برنامه نیز گاهی به عنوان یک کاربر معمولی با آن تعامل داشته باشد. ممکن است کاربران یک محصول - در میان راه های دیگر - در موارد زیر متفاوت باشند، و و می توانید کاربران را به تعدادی از کلاس های کاربری مجزا بر اساس این نوع تفاوت ها گروه بندی کنید:

■ Their access privilege or security levels (such as ordinary user, guest user, administrator)

■ The tasks they perform during their business operations

■ The features they use

■ The frequency with which they use the product

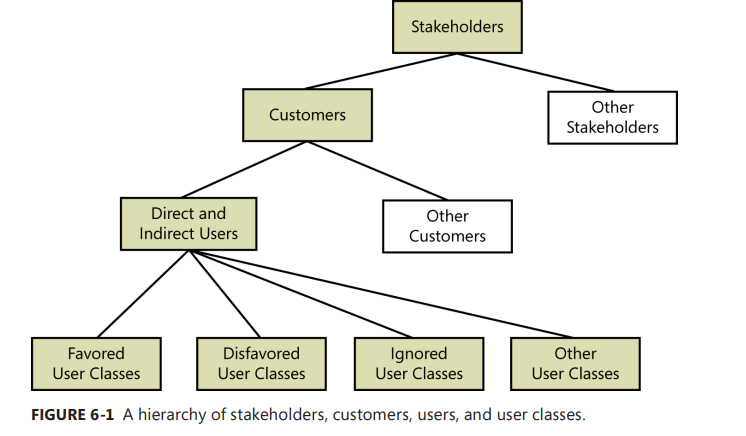
■ Their application domain experience and computer systems expertise

■ The platforms they will be using (desktop PCs, laptop PCs, tablets, smartphones, specialized Devices

■ Their native language

■ Whether they will interact with the system directly or indirectly

* رتبه بندي و سطح دسترسي امنيتي (به عنوان مثال كاربران معمولي ، كاربران مهمان ، ادمين ها)
* وظايفي كه آن ها در طول عملكرد هاي تجاري خود انجام مي دهند .
* امكاناتي كه آن ها استفاده مي كنند .
* تعداد دفعاتي كه آن ها از سيستم استفاده ميكنند .
* تجربه حوزه کاربرد و تخصص سیستم های کامپیوتری آنها
* سكويي كه آن ها به كار ميگيرند ( دسكتاپ ، لپ تاپ ، تبلت ، گوشی های هوشمند ، دستگاه ها ی خاص)
* زبان مادری آنها
* آیا ان ها با سیستم ارتباط مستقیم دارند یا غیر مستقیم



It’s tempting to group users into classes based on their geographical location or the kind of company they work in. One company that creates software used in the banking industry initially considered distinguishing users based on whether they worked in a large commercial bank, a small commercial bank, a savings and loan institution, or a credit union. These distinctions really represent different market segments, though, not different user classes.

گروه بندی کاربران به دسته بندی هایی بر اساس موقعیت جغرافیایی آن ها یا انواع کمپانی هایی که در آن کار میکنند بسیار وسوسه انگیز است . یکی از شرکت‌هایی که نرم‌افزارهای مورد استفاده در صنعت بانکداری را ایجاد می‌کند، ابتدا متمایز کردن کاربران را بر اساس اینکه در یک بانک تجاری بزرگ، یک بانک تجاری کوچک، یک موسسه پس‌انداز و وام، یا یک اتحادیه اعتباری کار می‌کنند، در نظر گرفت. این تمایزات واقعاً بخش‌های مختلف بازار را نشان می‌دهند، البته نه کلاس‌های کاربری متفاوت

A better way to identify user classes is to think about the tasks that various users will perform with the system. All of those types of financial institutions will have tellers, employees who process loan applications, business bankers, and so forth. The individuals who perform such activities—whether they are job titles or simply roles—will have similar functional needs for the system across all of the financial institutions. Tellers all have to do more or less the same things, business bankers do more or less the same things, and so on. More logical user class names for a banking system therefore might include teller, loan officer, business banker, and branch manager. You might discover additional user classes by thinking of possible use cases, user stories, and process flows and who might perform them.

یک راه بهتر برای شناسایی دسته بندی های کاربری فکر درمورد کارهایی که کاربران متفاوت با سیستم انجام خواهند داد . همه این نوع موسسات مالی دارای عابر بانک، کارمندانی که درخواست های وام را پردازش می کنند، بانکداران تجاری و غیره خواهند داشت. عابربانک ها همگی باید کم و بیش کارهای مشابهی انجام دهند، بانکداران تجاری کم و بیش کارهای مشابهی را انجام می دهند و غیره. . بنابراین، نام‌های منطقی‌تر کلاس کاربری برای یک سیستم بانکی ممکن است شامل عابر، مسئول وام، بانکدار تجاری و مدیر شعبه باشد. ممکن است با فکر کردن به موارد استفاده احتمالی، داستان‌های کاربر، و جریان‌های فرآیند و اینکه چه کسی ممکن است آنها را انجام دهد، کلاس‌های کاربر اضافی را کشف کنید.

Certain user classes could be more important than others for a specific project. Favored user classes are those whose satisfaction is most closely aligned with achieving the project’s business objectives. When resolving conflicts between requirements from different user classes or making priority decisions, favored user classes receive preferential treatment. This doesn’t mean that the customers who are paying for the system (who might not be users at all) or those who have the most political clout should necessarily be favored. It’s a matter of alignment with the business objectives.

اطمینان حاصل کنید دسته بندی های کاربران میتوانند مهمتر باشند از بقیه برای یک پروژه خاص.دسته بندی های کاربری مورد علاقه آنهایی هستند که رضایت آنها با دستیابی به اهداف تجاری پروژه بسیار نزدیک است . هنگام حل کردن تعارضات بین نیازمندی ها از دسته بندی های مختلف کاربری یا ایجاد اولیت های تصمیم گیری ، دسته بندی های مورد علاقه رفتار ترجیحی دریافت میکنند . این به این معنی نیست که مشتریان برای سیستم هزینه میکنند یا آنها که بیشترین نفوذ سیاسی را دارند لزوما باید مورد حمایت قرار بگیرند . این موضوع همسو با اهداف تجاری است .