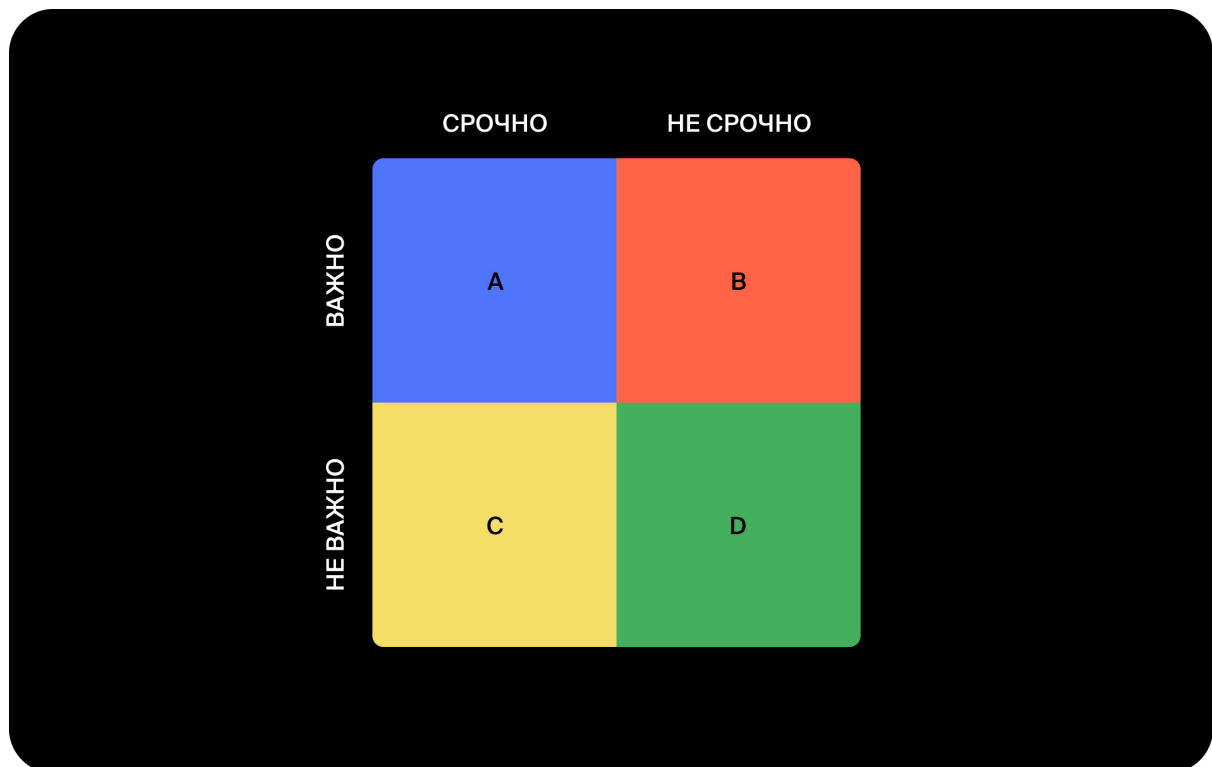


Конспект по теме "Приоритизация гипотез"

Зачем и как приоритизировать гипотезы

Чтобы максимизировать ожидаемое улучшение ключевых метрик бизнеса, сформулированные гипотезы **приоритизируют**.

Матрица Эйзенхауэра



Матрица Эйзенхауэра — способ приоритизации, в котором задаче присваивают два свойства: важность и срочность.

Каждая задача попадает в один из четырех квадрантов: важно и срочно, не важно и срочно, важно и не срочно, не срочно и не важно. Гипотезы квадранта А (важные и срочные) должны быть протестированы в первую очередь. Гипотезы квадранта В (важные и не срочные) проверяются следующими. Не важные гипотезы (квадрант С и D) не тестируют вовсе. Даже срочные, но не важные гипотезы (квадрант С) скорее всего,

приведут к результатам лишь в краткосрочной перспективе и не повлияют на долгосрочные цели бизнеса.

WSJF

WSJF («ценная и короткая работа в первую очередь») — метод приоритизации, который позволяет оценить задачи более детально.

Формула:

$$\text{WSJF} = \frac{\text{Cost of Delay}}{\text{Job Duration (Job size)}}$$

В знаменателе **Job Duration** (длительность работы) — оценка, сколько времени займёт работа по проверке гипотезы. Числитель **Cost of Delay** (цена промедления) — сумма нескольких параметров:

$$\text{Cost of Delay} = \text{User-Business Value} + \text{Time Criticality} + \text{Risk Reduction and/or Opportunity Enablement}$$

User-Business Value (клиент-бизнес ценность) — насколько улучшим пользовательскую или бизнес-метрику, если гипотеза корректна;

Time Criticality (временная критичность) — насколько срочно нужно протестировать гипотезу;

Risk Reduction/Opportunity Enablement (уменьшение риска/реализация возможностей) — насколько проверка гипотезы позволит избежать серьёзных рисков или открыть новые бизнес-возможности.

Каждому из параметров ставят оценку, шкалу можно выбрать самостоятельно, например, от 0 до 10.

ICE и RICE

ICE (влияние, уверенность, усилия) — один из самых популярных способов приоритизации задач. $ICE\ score = (Impact \times Confidence) / Efforts$

У этого метода есть модификация **RICE** (влияние, уверенность, усилия, охват): $RICE\ score = (Reach \times Impact \times Confidence) / Efforts$. Фреймворк RICE состоит из четырёх компонент:

Reach — сколько пользователей затронет изменение, которое вы хотите внести;

Impact — насколько сильно изменение повлияет на пользователей, их опыт и удовлетворение от продукта;

Confidence — насколько вы уверены, что это изменение повлияет на пользователей именно так;

Efforts — сколько стоит протестировать эту гипотезу.

Параметры фреймворков ICE и RICE оценивают в удобных шкалах: например, от 0 до 10.

Параметры Reach, Impact, Confidence, Efforts

Reach — охват — пользователей на практике померить чаще всего несложно. Делают это на основе уже имеющихся данных, оценки конкурентов или оценки объёмов рынка.

Параметр *Impact* показывает, насколько сильно изменение повлияет на охваченных пользователей. Важно не путать *Reach* и *Impact*: первый отвечает за число пользователей, второй — за силу влияния изменения метрики на этих пользователей.

Impact измеряют разными способами:

- По процентам экранов, которые изменятся;
- По степени изменения пользовательского опыта;
- По предварительной оценке важности для пользователей;
- По количеству новых пользователей, которых проверка гипотезы поможет привлечь.

Параметр *Confidence* показывает, насколько вы уверены в оценках других параметров. Уверенность, например, будет высокой, если:

- вы можете точно посчитать, сколько пользователей подвержено изменению;
- у вас есть доказательства, что данное изменение повлияет с тем *Impact*, который вы оценили (например, за счёт предыдущего опыта или кейсов конкурентов);
- у вас есть точная оценка трудозатрат и рисков его увеличения нет, либо они низкие.

Параметр *Efforts* показывает, насколько сложно проверить гипотезу.

В большинстве компаний на рынке разработка очень дорогая и выступает основным ресурсом. Если проверка гипотезы не требует разработки, её *Efforts* значительно снижается. Если разработка необходима, разумно подключить отдел разработки к оценке объёма работы. Подойдёт любая практика, устоявшаяся внутри компании.