Алия Сулейменова

Управление требованиями в стартапе

Оказаться в стартапе может каждый

Какие вопросы вы обычно задаете на собеседовании?

Сколько человек в вашей компании?

около 200

Уточнение спустя 1 мес. работы - это количество учетных записей, включая всех уволенных

Сколько реальных клиентов пользуется продуктами компании?

3000

Уточнение спустя 1 мес. работы - 90% их пользуется продуктом, который решили не развивать

Какие цели стоят перед командой разработки и как вы к ним придвигаетесь?

Капитализация компании. Выросла в X раз за год

Уточнение спустя 1 мес. работы -все так и есть. НО

Кто инвестор компании?

"Сам собственник здания вошел в инвесторы!" (с)

Здание на ст.м.Арбатская

Уточнение спустя 1 мес. работы - собственник здания создал этот стартап

Ваши варианты вопросов?

Вывод 1.
Внимательнее к вопросам и оттенкам смыслов в ответах на собеседованиях.
Это поможет вам не удивляться слишком сильно потом.

Немного контекста

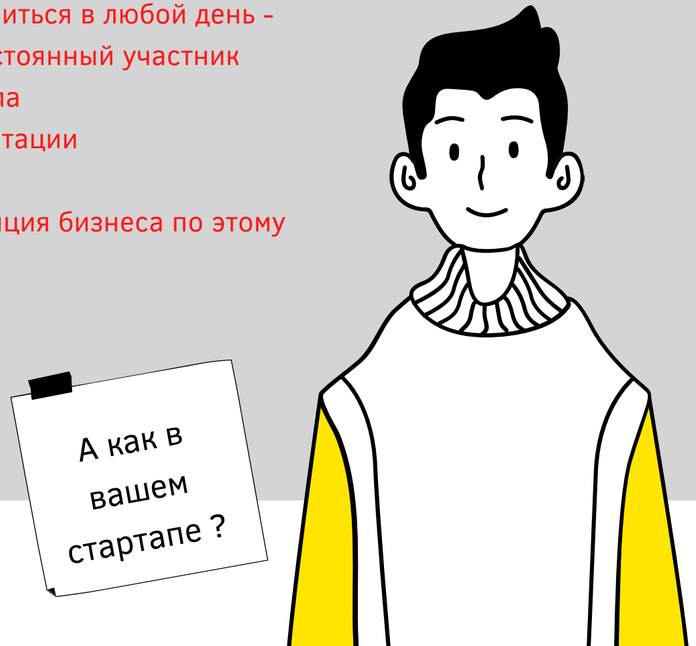
10 10 !?

- домен - фин-тех
- продукт - платформа МДМ (Mobile device management)
- стадия развития бизнес-продуктов - опытная и опытно-промышленная эксплуатация
- архитектура продукта - андроид-приложение, бэк и фронт
- ведущее направление - RnD
- люди - их немного, они все классные профессионалы, но бэкграунд отличается космически

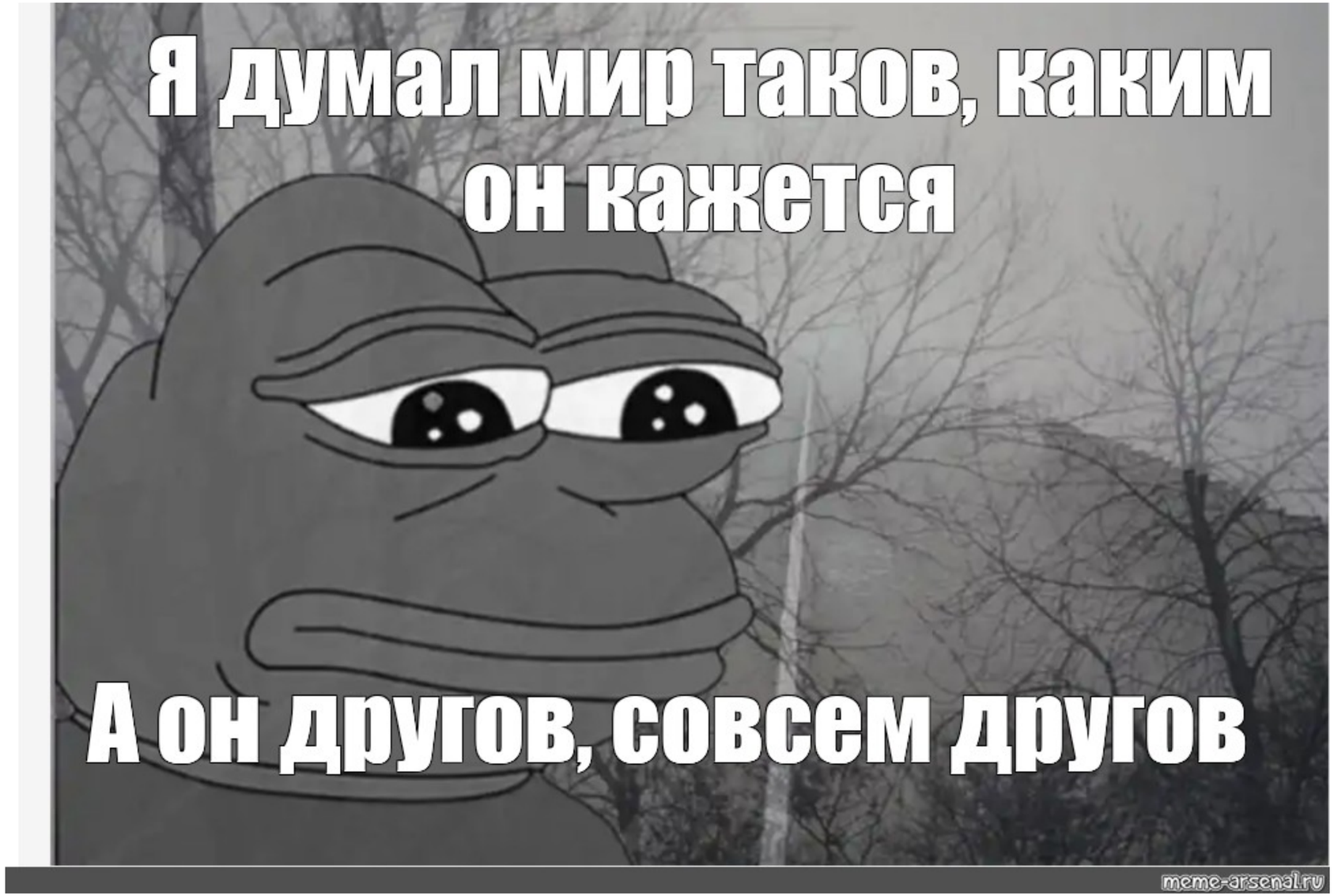
Производственный цикл и управление командами

- гибкая методология - agile с элементами scrum
- 2 команды, SAFE
- 2-недельные спринты и scrum - церемонии: сбор бизнес-идей для бэклога, приоритизация, Scrum of Scrums, демонстрация

- приоритеты могут измениться в любой день - "черный лебедь" как постоянный участник производственного цикла
- сложности найма и адаптации
- ТЕКУЧЕСТЬ
- документации НЕТ (позиция бизнеса по этому поводу)

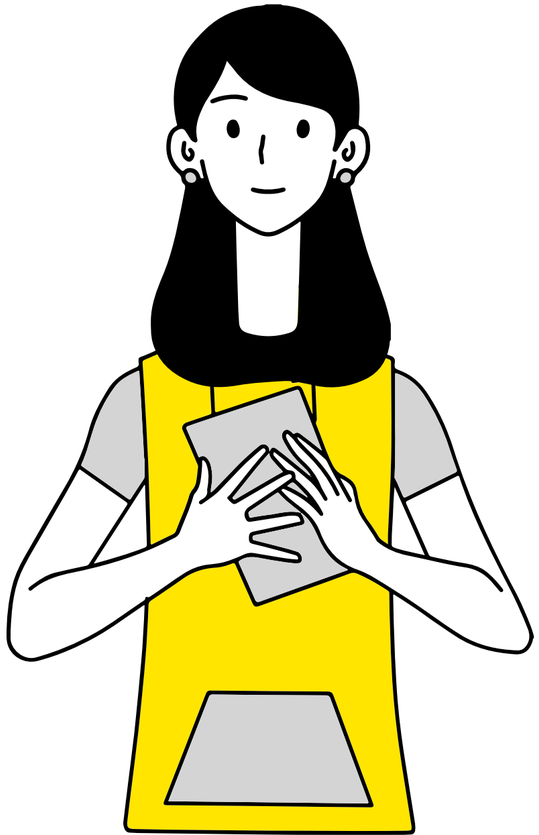


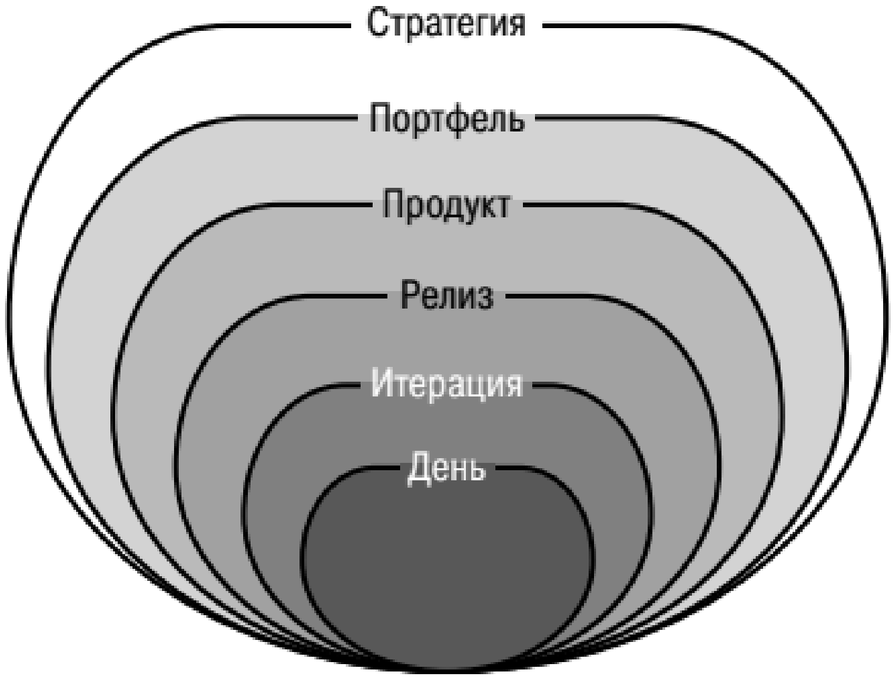
Аналитик в стартапе: управлять собой и требованиями



Из всей луковицы - только сердцевина

Цели создания стартапа?





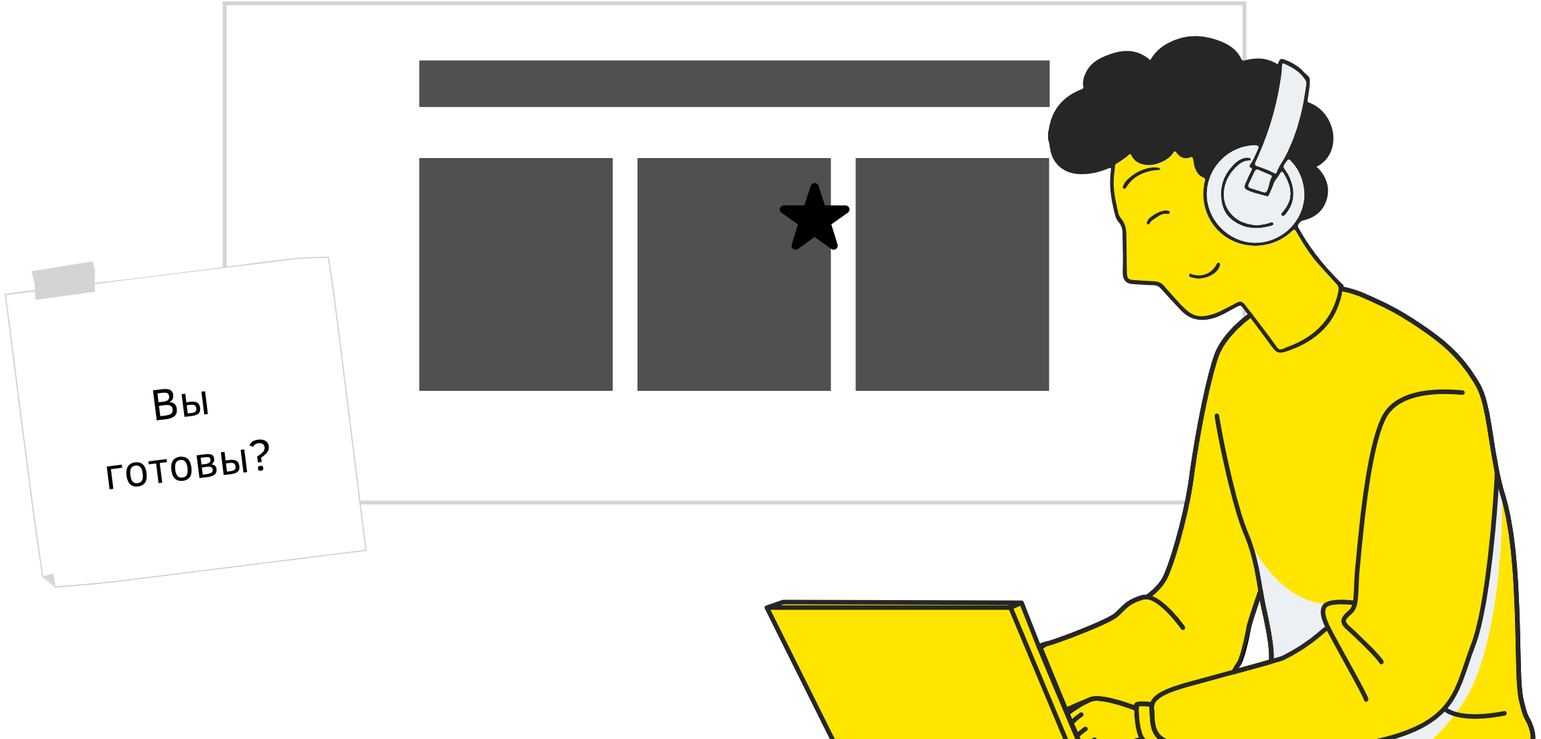
Вывод 2.
Стратегия компании всегда есть.
Ищите к ней доступ, включайте доступные средства и методы.

Гигиенические меры: менеджмент и софтскилы

1. Производственный цикл для всех един
2. Неспецифические задачи (а еще я хорошо пеку булочки)
3. Концентрация на темах встреч - своя и чужая
4. Талант дипломатии
5. Достаточность ресурса аналитики

Вывод 3.
Приложите усилия, чтобы вы могли заниматься анализом.
Насколько это возможно.

А теперь начинаем аналитить!



Реперные точки аналитики

1. Сбор бизнес-идей для бэклога
2. Приоритизация
3. Подготовка требований
4. Трассировка

Сбор бизнес-идей для бэклога

1. Формат- еженедельные встречи, на которых бизнес-заказчики формулируют задачи.

2. Результат - бэк-лог в JIRA. Каждая задача с описанием/User Story.

3. Профит - повышается качество постановок задач.

Вывод 4.
Must have

Если вы принимаете задачу после RnD...

Полное описание, видео, демо....

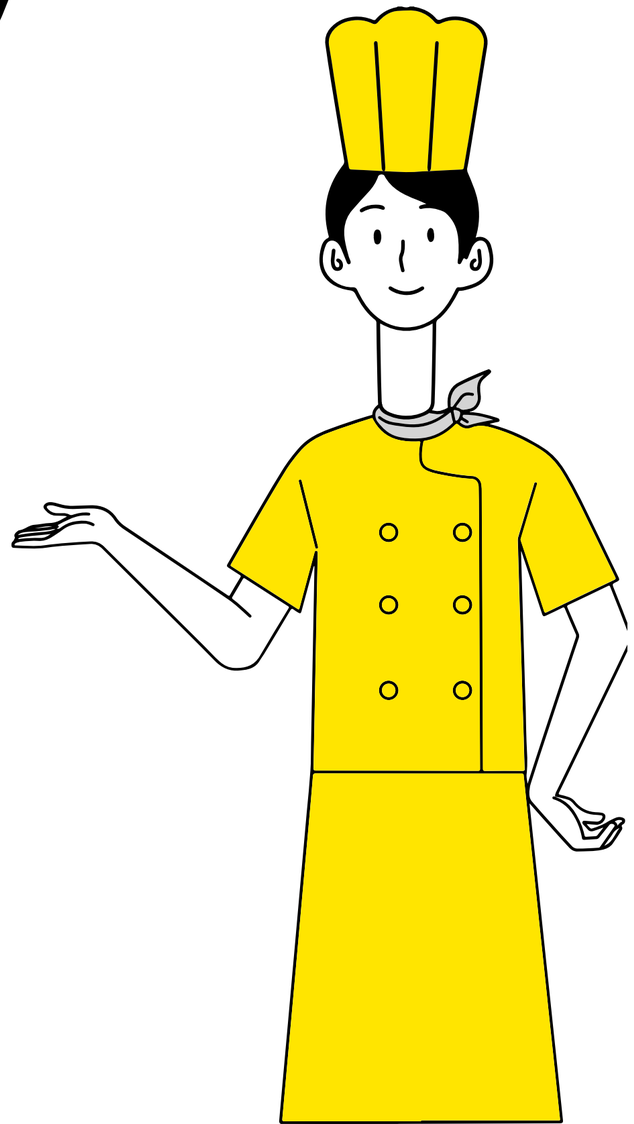
На каких устройствах/ процессах/ данных проводилось исследование?

Был ли изготовлен прототип?

Какие ожидания сформированы у заказчиков, которые видели этот функционал?

Проводились ли интеграции?

Мммм....
Что еще я забыл спросить?



Приоритизация требований

	Ресурсы аналитиков	Плюсы	Минусы	Что делаем
1	НЕ достаточно	на анализ только то, что бизнесу нужно	бэк-лог лопается аналитик выгорает функционал без описания	
2	Достаточно	заказчик вовлечен максимально, много артефактов	ожидания бизнеса растут координация группы непродуктовые задачи постановки "тухнут"	

Вывод 5.
<Аналитик*2> не равно <Задачи*2>
.

Готовим требования

Дисклеймер: могу противоречить теории, но все это сработало.

Лайфхак: демо требований

1. Разделять этапы аналитики и разработки в спринте
2. Документацию - писать! Мышление письмом
3. Шаблон документации - выравниваемся среди аналитиков
4. Согласования - фиксировать!
5. Нет заготовкам требований впрок - протухнут

Вывод 6.
Проверенные подходы работают и в гибких методологиях.

Их величество БФТ

БФТ Передача данных из МДМ о бренде и модели устройства

Автор: Алия Сулейменова
Последнее обновление: около 4 ч. назад, Алексей Митрохин • Просмотрено 3 пользователями

История версий

Версия	Дата	Исполнитель	Что изменилось	Jira
1.0	22 апр. 2022 г.	@Алия Сулейменова		SMR-3956: 3. (БА) Скоринг у ГОТОВО

Проблема

Чтобы выдавать только определенные модели устройств, Компания несет операционные издержки на проверку IMEI через сервисы типа Sic\

Цель

В момент активации устройства считывать и передавать в обратной команде QR МДМ данные о вендоре и модели.

User Story

Я как Коммерческий директор хочу получать данные о вендоре и модели с устройства, чтобы не проводить скоринг IMEI через сервисы типа

Продукты, бизнес-флоу, способы доставки

Продукты: лизинг, SCaaS , Smart Marketing

1

Титульная часть
Автор, версионность, согласования,
задачи JIRA

2

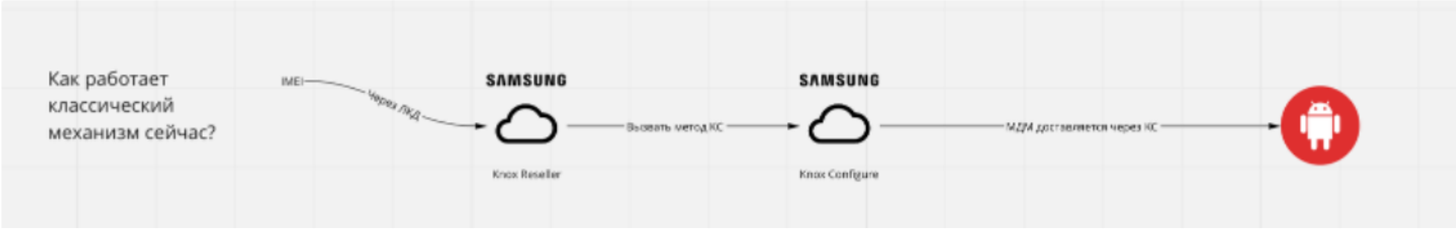
Основная часть
Проблема
Цель
User Story
Верхнеуровневое описание AS IS - TO BE
Функциональные требования
Параметры продукта
Схемы процессов
Результаты RnD
Чек-лист тестировщика
TO DO лист ITSM

3

Definition of Done & Acceptance Criteria

Шаблон - не догма. Дополняем полезными штуками

Верхнеуровневое описание процесса



Чек-лист тестировщика

- При поступлении новой заявки на проверку IMEI из системы на почту операционному менеджеру отправляется сообщение: SendEmailToManagerNeedManualImeiValidationAsync
- Если название вендора, полученное из SickW не найдено в списке "сырых" вендоров (device_vendor_raw_values) - в UI ЛКД в модальном окне проверки IMEI над выпадающим списком ручного выбора вендора устройства отображается текст: "Определен бренд в системе проверки: *название "сырого" вендора из SickW*"
- После ручной проверки оперменеджером вендора устройства и выбора подходящего вендора из списка оригинальных названий (device_vendors), в выпадающем списке выбора вендора, определившийся вендор в системе SickW добавлен в список "сырых" вендоров (device_vendor_raw_values).
- После выполнения ручной проверки создана новая запись в справочнике "сырых" вендоров (device_vendor_raw_values) со значением названия, которое пришло из SickW и записалось в таблице device_vendor_raw_values, со связью этого названия с оригинальным названием (device_vendors), которое выбрал ОМ при ручной модерации, и значением Source=SickW
- Если название модели, полученное из SickW не найдено в списке "сырых" моделей (device_model_raw_values) - в UI ЛКД в модальном окне проверки IMEI над выпадающим списком ручного выбора вендора устройства отображается текст: "Определен бренд в системе проверки: *название "сырой" модели из S*

КРИТЕРИАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ВЫБОРА MDM ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА УСТРОЙСТВАХ XIAOMI

№ п/п	MDM	Страна производителя	реализация	Технология zerotouch (автоматическая доставка приложения)	Блокировка сброса до заводских настроек	Запретить пользователям удалять рабочие приложения
1	SPPM	Япония	облако	да	да	да
2	BlackBerry	Канада	оба варианта	да	да	да
3	Clomo	Япония	облако	да	да	да
4	IBM MaaS360	США	облако	да	да	да

Ваша целевая аудитория

Кто и как читает ваши постановки?

1. Бизнес-заказчик
2. Разработчики
3. Тестировщики
4. Поддержка (ITSM)

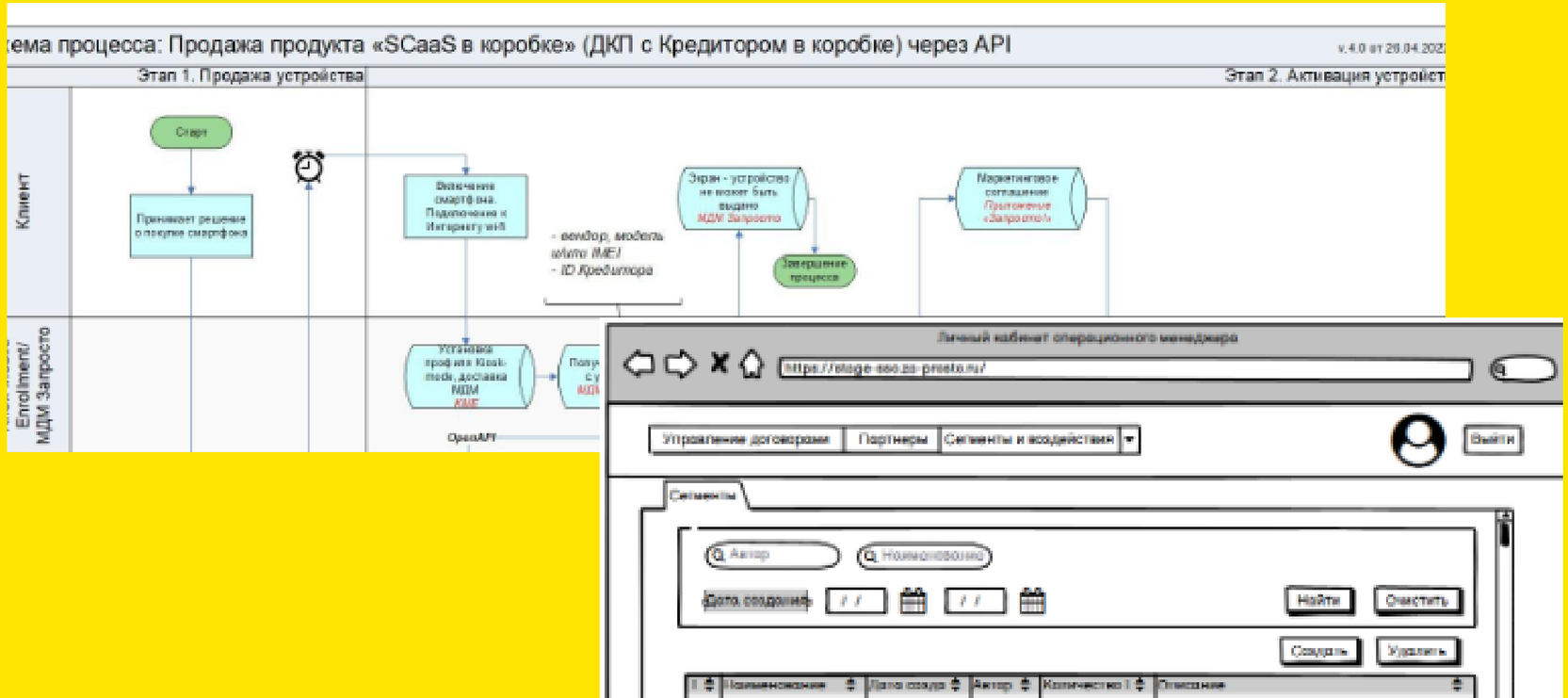
Вывод 7.
Думайте о своих читателях
.

Схемы и мокапы много ЗА и одно ПРОТИВ

Системно и наглядно

Сокращает время на передачу информации

Резко повышает авторитет аналитика

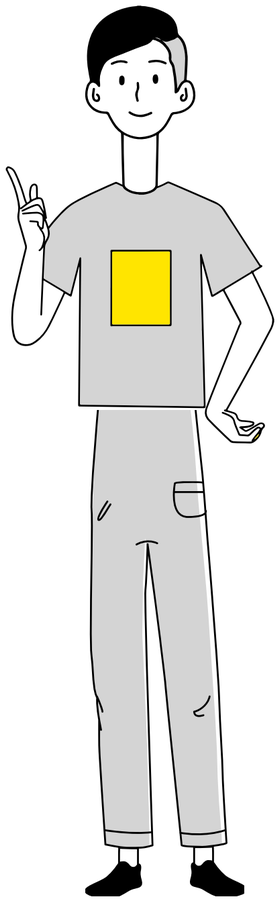


Качество анализа как правило выше

Трудоемко

Вывод 8.
Моделировать лучше, чем немоделировать

Трассировка требований



1

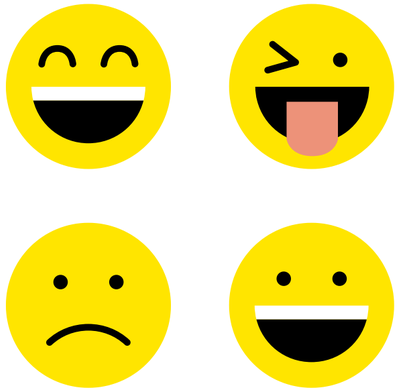
Если изменения в бизнес-слое -
- связь “бизнес-правило - БФТ”
- анализ верхнеуровневых постановок

2

Если изменения в системном слое
- анализ системных вариантов использования и диаграмм активности
- коммуникации аналитиков между собой, с разработчиками и архитекторами
- вовлечение тестировщиков

Что еще важно держать в фокусе?

Работать в стартапе продуктивно и с удовольствием - можно!



- карта продукта - маст хэв
- роль продукт оунера - найдите того, кто ее фактически выполняет
- поддерживать хорошие коммуникации, но не становиться “каждой бочке затычкой” и не пытаться вынести весь продукт на своих плечах
- качество требований - всегда в приоритете

Выводы неокончательные, как и все в стартапе

1. Внимательнее на собеседовании
2. Ищите стратегию.
   Она не может не быть!
3. Создать условия для работы - тоже ваша работа
4. Структурируйте генерацию идей для бэк-лога
5. <Аналитик*2> не равно <Задачи*2>
6. Проверенные подходы работают. Документируйте
7. Думайте о читателях своих артефактов
8. Моделировать лучше, чем немоделировать

Итак, зачем идти в стартап?

Джуниор

Попробовать все и завести много новых друзей.

Нужен ментор!

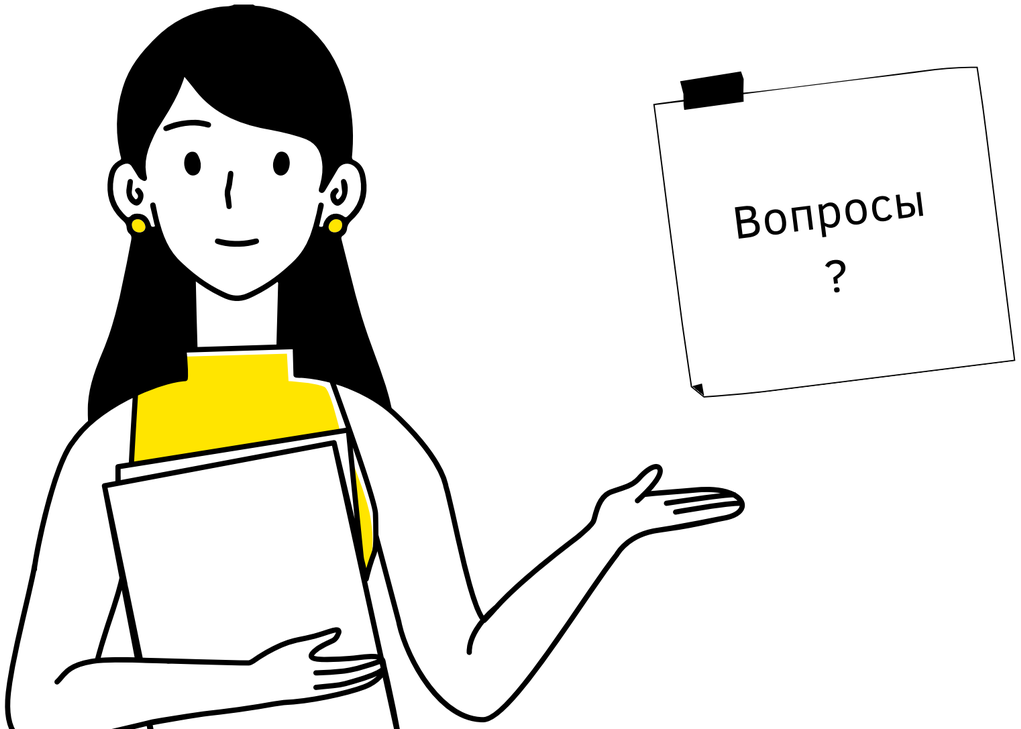
Мидл

Быстро прокачаться вверх и в стороны (БА-СА)

Синиор

“Примерить” на себя новые роли и получить много адреналина

Лид

Привести группу к созданию крутого продукта

Спасибо!