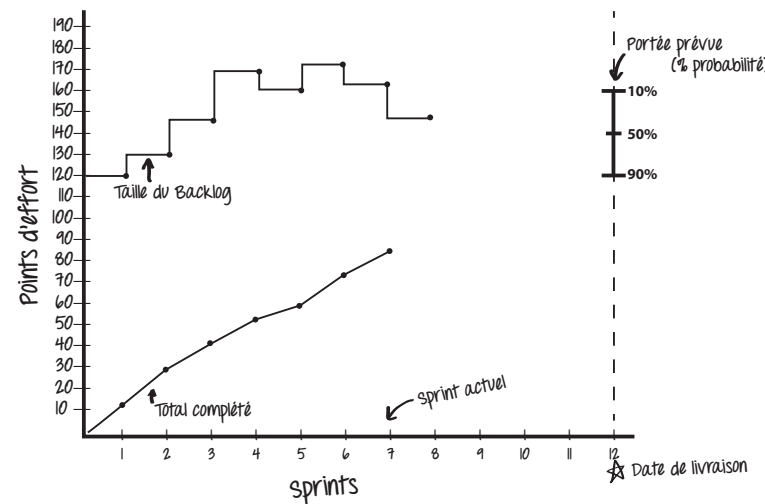


DÉFINITION DE TERMINÉ (exemple)

- Définition de «TERMINÉ» --
- Conception révisée
 - Code «refactoré»
 - Code révisé par un pair
 - Tests unitaires
 - Tests intégrés
 - Tests de performance
 - Tests d'ergonomie
 - Documentation utilisateur
 - Documentation technique
 - «Release note»
 - Déploiement en préproduction
 - Acceptation par les utilisateurs

PLAN DE LIVRAISON (exemple, variation d'un Burn-up Chart)



RESPONSABILITÉS DU Product Owner

PLANIFICATION DU SPRINT

Avant :

- M'assurer que les premiers éléments du *product backlog* sont les bons
- M'assurer d'avoir des conditions de succès adéquates

Pendant :

- Expliquer les *user stories* dans l'ordre du *product backlog*
- Assister au découpage en tâches en étant disponible pour répondre aux questions

MÊLÉE QUOTIDIENNE

Avant :

- Préparer mes réponses aux 3 questions

Pendant :

- Écouter
- Communiquer à l'équipe ce que je fais pour atteindre l'objectif de sprint ou celui des prochains sprints

REVUE DE SPRINT

Avant :

- S'intéresser à l'avancement pendant le sprint et donner du feedback

Pendant :

- Accepter ou rejeter les résultats
- Incorporer le feedback au *product backlog*

RÉTROSPECTIVE

Pendant :

- Participer comme membre de l'équipe
- Aider à identifier les obstacles au-delà de l'équipe

ENTRETIEN DU PRODUCT BACKLOG

Avant :

- Avoir un *product backlog* ordonné
- Comprendre/maîtriser les nouveaux besoins

Pendant :

- Partager la vision à long terme du projet
- Communiquer les nouveaux besoins dans l'intention d'obtenir des estimations
- Regrouper des items de moindre valeur
- Découper des items de plus grande valeur
- Réordonner le *product backlog*

Merci à James Shore, Jeff Patton et surtout Mike Cohn pour l'inspiration via vos livres et sites web qui sont nos références.

- 1 - Il est clair pour l'équipe que vous êtes le *Product Owner* **V F**
- 2 - Vous êtes capable d'énoncer rapidement et de façon convaincante la vision de votre produit **V F**
- 3 - Vous avez déjà été perturbé par les limites des produits similaires au vôtre **V F**
- 4 - Vous avez hâte de partager votre vision avec l'équipe de réalisation **V F**
- 5 - Vous créez les items dans votre *product backlog* **V F**
- 6 - Vous présentez clairement le contenu de votre *product backlog* à votre équipe de réalisation afin que ses membres soient en mesure d'en faire l'estimation de complexité **V F**
- 7 - Vous avez une excellente compréhension du travail à faire pour atteindre la vision de votre produit et vous êtes en mesure de l'exprimer via un plan de livraison **V F**
- 8 - Vous êtes en mesure d'identifier le *Minimal Viable Product* **V F**
- 9 - Vous faites appel à l'équipe régulièrement pour effectuer le raffinement de votre *product backlog* **V F**
- 10 - Vous maîtrisez votre *product backlog*, autant les *User Stories* que les items horizontaux et techniques **V F**
- 11 - Vous avez une excellente compréhension de la vélocité de l'équipe **V F**
- 12 - Vous êtes aligné avec l'équipe de réalisation sur la définition de TERMINÉ **V F**
- 13 - Vous avez une bonne compréhension des défis techniques associés à votre produit **V F**
- 14 - Vous avez une compréhension acceptable du langage technique de l'équipe de réalisation **V F**
- 15 - Vous avez une excellente compréhension de la valeur commerciale de votre produit **V F**
- 16 - Les rencontres de planification, les revues et les rétrospectives sont pour vous des opportunités de création, de rétroaction et d'amélioration **V F**
- 17 - Vous aidez l'équipe de réalisation à définir un objectif de sprint clair, mesurable et réaliste **V F**
- 18 - Vous gérez efficacement le feedback des parties prenantes lors des revues de sprint **V F**
- 19 - Vous participez activement aux rétrospectives **V F**
- 20 - Vous avez le pouvoir d'accepter ou de refuser sur le champ les propositions faites par l'équipe sur le produit **V F**
- 21 - Vous avez un budget **V F**
- 22 - Vous orchestrez tous les besoins, désirs et ambitions des parties prenantes **V F**
- 23 - Vous avez le pouvoir et le leadership pour réunir des intérêts et désirs variés **V F**
- 24 - Vous croyez fondamentalement que c'est en faisant des erreurs et en apprenant de celles-ci qu'on obtient les meilleurs résultats **V F**
- 25 - Vous communiquez aux parties prenantes régulièrement et de façon transparente l'avancement de l'équipe à partir des données réelles du *product backlog* **V F**
- 26 - Vous avez cette petite étincelle dans les yeux lorsque vous parlez de votre produit **V F**

COMPTEZ LES «VRAIS»

- 0 - 9 :** Une formation *Product Owner* de base serait requise
- 10 - 19 :** L'accompagnement d'un coach Agile ou *Scrum Master* serait utile
- 20 - 26 :** Vous êtes un *Product Owner*
Continuez de vous améliorer!

Répondez à ce questionnaire souvent et constatez votre progression!

Les 3 critères fondamentaux pour choisir un Product Owner efficace

1. Avoir de l'autorité dans la prise de décision
2. Avoir une connaissance approfondie du domaine
3. Être disponible pour le projet à temps plein

DE LA VISION À LA USER STORY

VISION

À quoi ressemble une «bonne» vision?

- On bâtit quoi, pour qui et surtout, pourquoi?
- Permet de dériver des objectifs d'affaires «SMART»
- Facile à comprendre par tous: informatique, marketing, finances, etc.
- Donne le ton et définit la direction du projet

Énoncé de vision

Pour (client ciblé)

Qui (a un besoin ou saisit une opportunité)

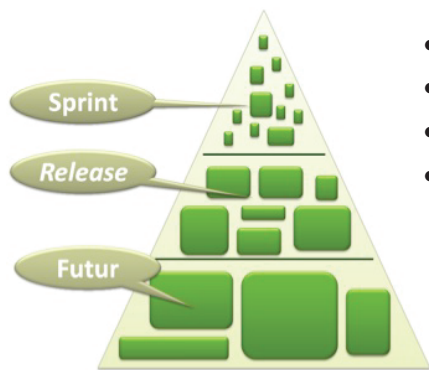
Le (nom du produit) est un (catégorie)

Qui (bénéfice principal, raison de le consulter)

Contrairement à (alternative),

Notre produit (se différencie ainsi...)

PRODUCT BACKLOG en santé



- Estimé
- Ordonné
- Détaillé au bon niveau
- Émergent

USER STORIES - Format

Titre : Modifier fiche client

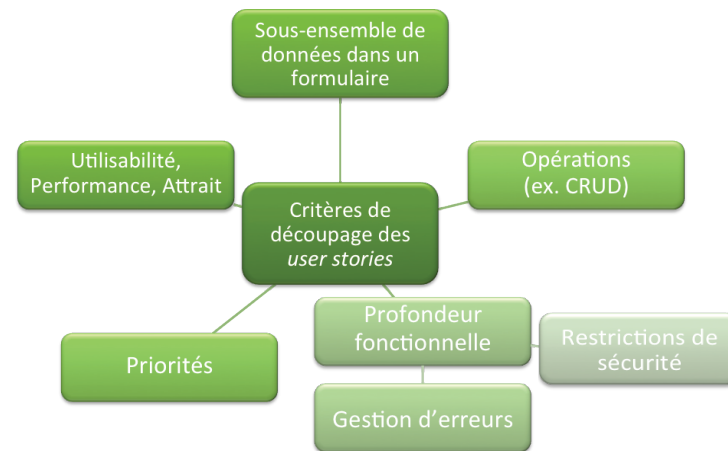
Enoncé : En tant que responsable client, je veux modifier les champs d'identification d'un client afin de continuer à alimenter l'historique.

Conditions de succès : COS : - je peux modifier le nom complet, l'adresse et le #tel. - les champs carte de crédit, #ass sociale sont éditables - il est possible de naviguer à travers les anciennes données ID d'un client

Valeur : \$\$\$

Effort : 5

Axes de découpage des USER STORIES

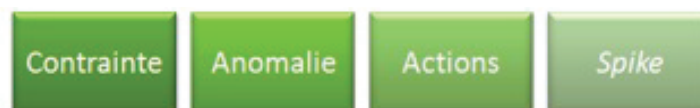


USER STORIES - Qualités

I	• Indépendent
N	• Négociable
V	• Valeur d'affaires
E	• Estimable
S	• Svelte
T	• Testable

AUTRES ITEMS AU CARNET

Lorsqu'il est impossible d'exprimer quelque chose sous la forme d'une User Story :



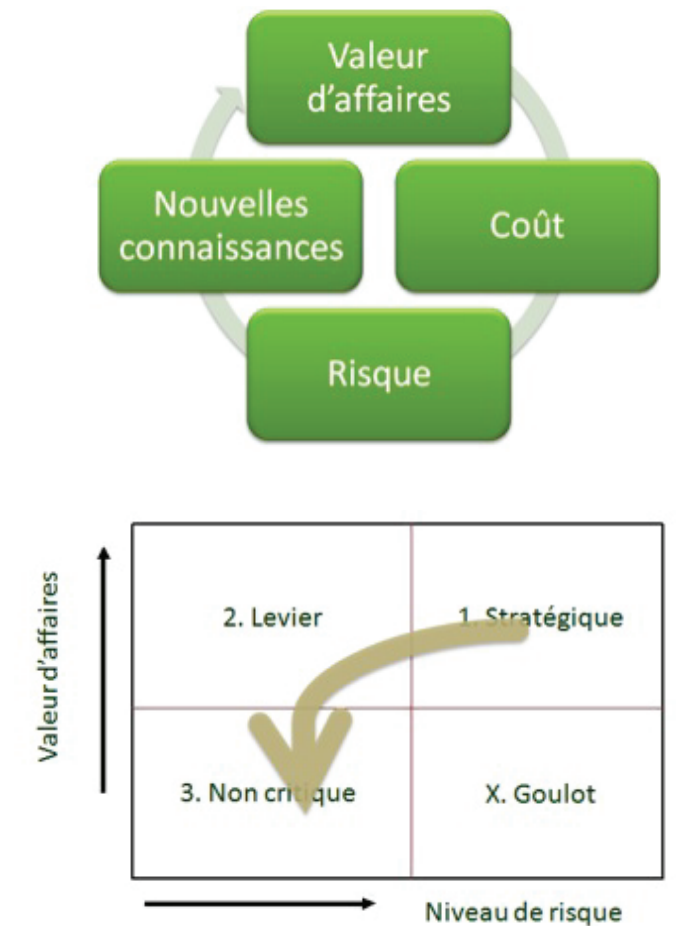
LES 11 RÉFLEXIONS POUR DÉFINIR LA VALEUR D'AFFAIRES DE VOS user stories

1. La fonctionnalité améliore-t-elle le travail des utilisateurs de notre produit?
2. Combien d'utilisateurs bénéficieront de la nouvelle fonctionnalité?
3. La fonctionnalité répond-elle à une obligation légale?
4. La fonctionnalité permet-elle d'améliorer l'image de notre produit?
5. La fonctionnalité garantit-elle une meilleure stabilité?
6. La fonctionnalité garantit-elle une meilleure sécurité?
7. L'entreprise retirera-t-elle un bénéfice financier suite à la réalisation de la fonctionnalité?
8. La fonctionnalité permet-elle de réaliser ou de faire progresser un des objectifs de l'entreprise?
9. Qui regrettera cette fonctionnalité si elle n'est pas incluse?
10. Est-ce que l'attrait du produit sera affecté si la fonctionnalité n'est pas incluse?
11. Est-ce que la fonctionnalité pourrait enchanter de façon inattendue nos utilisateurs?

POURQUOI ESTIME-T-ON EN POINTS (complexité relative)?

- Parce que les estimations/prévisions/spéculations sont souvent fausses
- Parce que c'est plus rapide
- Parce que ça n'apporte pas une fausse impression d'exactitude
- Parce que l'échelle est commune à toute l'équipe, et non personnelle
- Parce que le backlog n'aura pas à être ré-estimé après une variation de la performance
- Parce que ça permet dans plusieurs cas de faire abstraction de la technologie
- Parce que le cerveau a de la facilité à classer rapidement des items en les comparant entre eux

CRITÈRES POUR ORDONNER LE BACKLOG



AUTRES MODÈLES D'ORDONNANCEMENT:

1. Par RSI simplifié : Valeur d'affaires / Coût
2. Modèles financiers évolués (VAN, RSI)
3. Modèle KANO : «nécessaires», «linéaires» et «extras» (avec formulaires)
4. MoSCoW : «must», «should», «could», «would»
5. Critères subjectifs
 - Positionnement stratégique
 - Réponse à la compétition
 - Préoccupations politiques
 - Gestion du changement