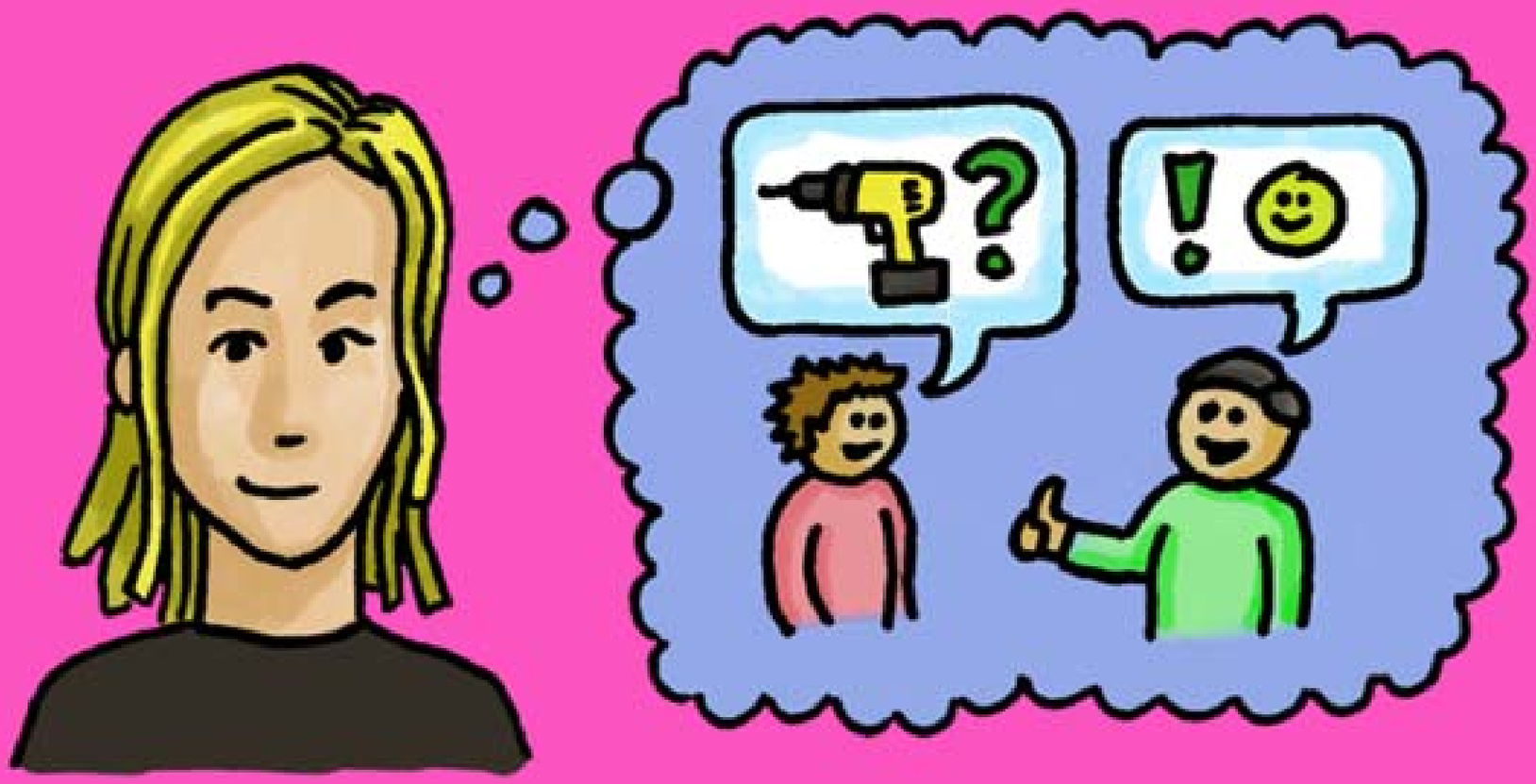
JENNIE ENDECKT!

EINBLICKE TRÜMPFE IDEEN



Ein buch über die Agile arbeitsweise und Lean

crisp

Weitere Informationen zum Buch finden Sie im Netz!

Unter folgendem Link:
www.crisp.se/crispie1/en

Hier finden Sie:In depth articles

- Ausführliche Artikel
- Buchempfehlungen
- Kursangebote
- Feedbackmöglichkeit
- Unsere Kontaktdaten

Autoren

Ideen und skript:
Hans Brattberg,
Jimmy Janlén

Illustrationen:
Jimmy Janlén

Übersetzung:
Claudia Piekarski

Jenny auf agiler Entdeckungsreise! = ein brillantes Mini-Buch!
Ich sah es im Büro und las es von vorne bis hinten :o)
Genial ist das Kinderbuchformat, es ist sowohl witzig als auch super lehrreich.

Henrik Kniberg, Autor des Buches "Scrum und XP from the trenches"

ISBN 978-91-88063-02-1

Kapitel 1 – Jenny hat eine Idee

Jenny ist auf dem Sprung zur Arbeit. Sie hat eine Idee, wie sie ihren Nachbarn helfen kann, sich gegenseitig Sachen auszuleihen. Sie dachte an einen Online Service, der evtl. durch Werbung finanziert werden könnte.

Abhängig vom Fragesteller bezeichnet sich Jenny selbst als Unternehmerin, Produktmanagerin oder Product Owner.

Jenny lädt ihre Kollegen zu einem Entdeckungs-Workshop ein. Sie haben alle unterschiedliche Fähigkeiten und Werdegänge. Zusammen bilden sie ein funktionsübergreifendes (crossfunctional) Team, sprich eine zusammengesetzte Gruppe aus Personen verschiedener Funktionsbereiche.

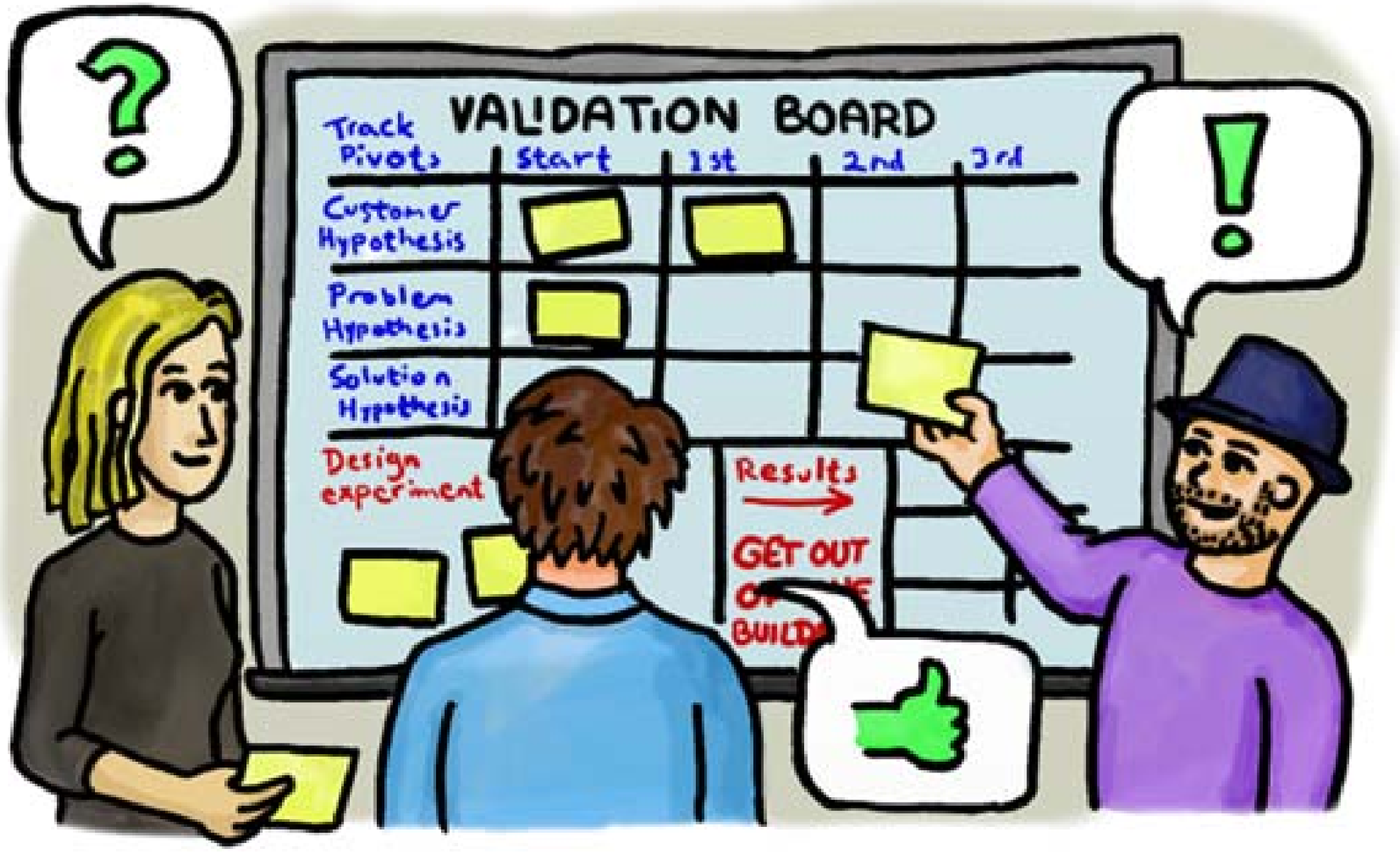
Jenny kennt sich mit dem geschäftlichen aus und weiß was Profit bringt

Martin weiß wie man die Bedürfnisse der Anwender herausfindet

Jan kennt sich mit der Entwicklung aus und weiß, was technisch möglich ist

Team: Die drei Musketiere

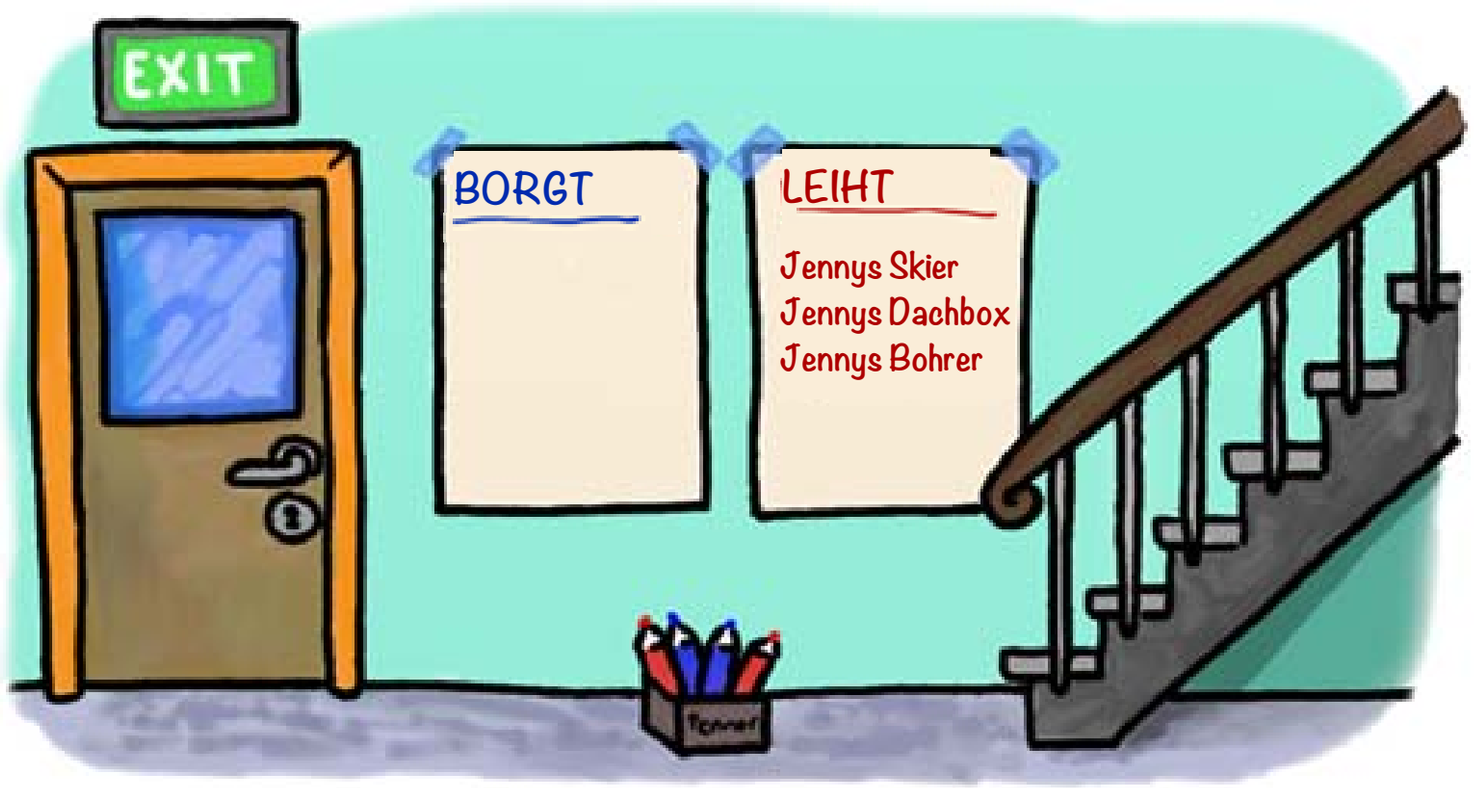
Sie stellen einige Hypothesen auf.



1: Nachbarn müssen sich ab und an Sachen voneinander ausleihen

2: Dies ist nicht der Fall, da sich viele unwohl fühlen, nach Hilfe zu fragen

Jenny befasst sich früh mit den Risiken. Das Team erstellt ein Experiment, um ihre Hypothesen zu testen. Sie hängen Notizen in Jennys Wohnhaus aus. Dies ist ihr erstes Minimal Viable Product* (Produkt mit minimalen Anforderungen und Eigenschaften/minimale Feature-Umfang).



*MVP = Die schnellste und billigste Testvariante für deine Hypothese. Diese MPV nennt sich Portier.

Zeit zu Messen!

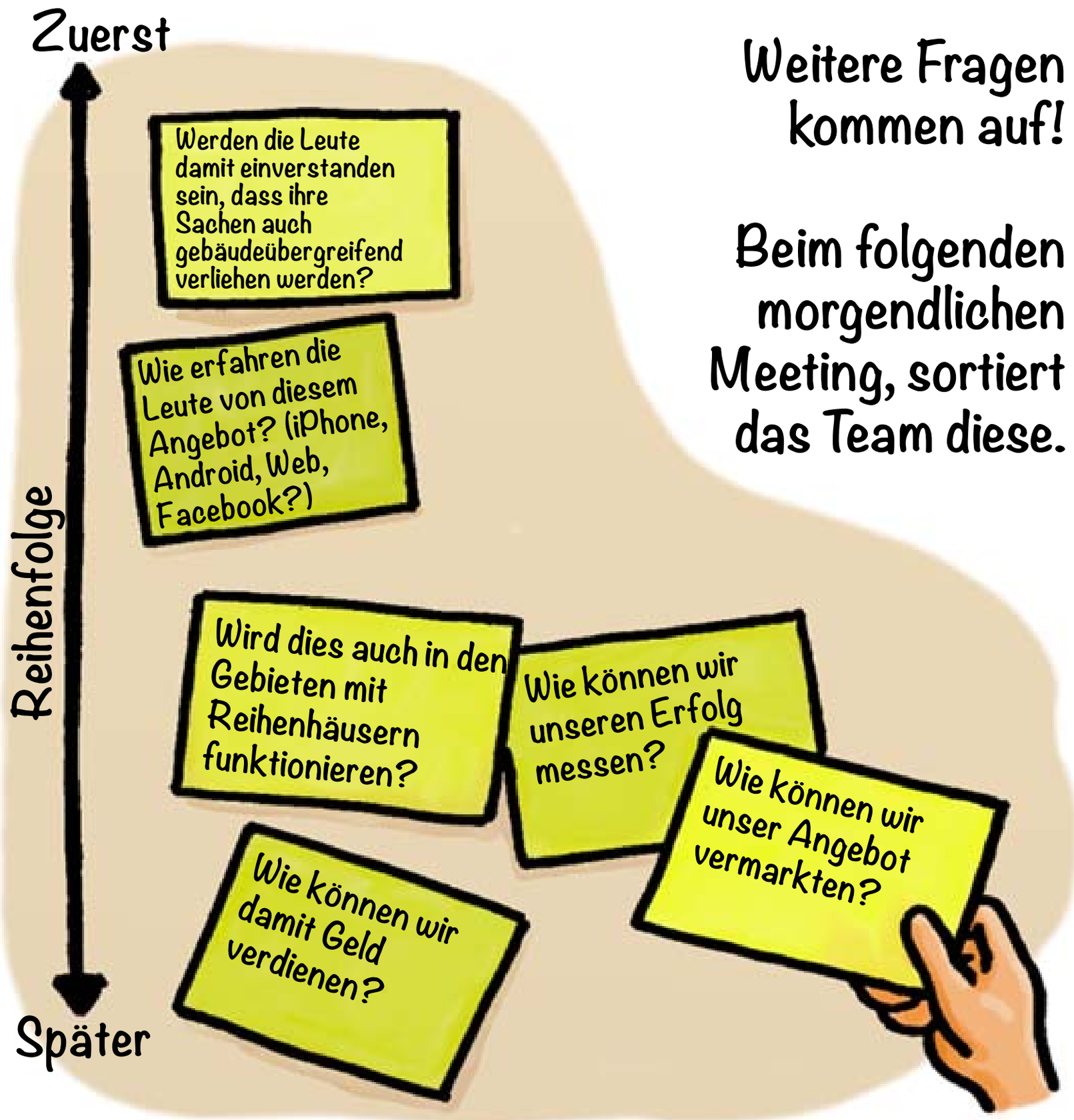
Sie einigen sich darauf, dass ihre Hypothesen zutreffen, wenn:

- Andere Leute als Jenny angeben, dass sie Sachen ver- bzw. ausleihen möchten
- Jemand an Jennys Tür klopft, um sich etwas auszuleihen

In derselben Nacht klopft jemand an Jennys Tür!
Nun steht sie der Zielgruppe direkt gegenüber.

Sie lernt, dass ihr Nachbar:

- Ein Smartphone besitzt
- i.d.R. Sachen kauft
- Eine Abstellkammer, voll mit Dingen hat, die er niemals nutzt
- Für diesen Service nicht zahlen wollen würde
- Keine Probleme mit einem werbeunterstützen Service hätte

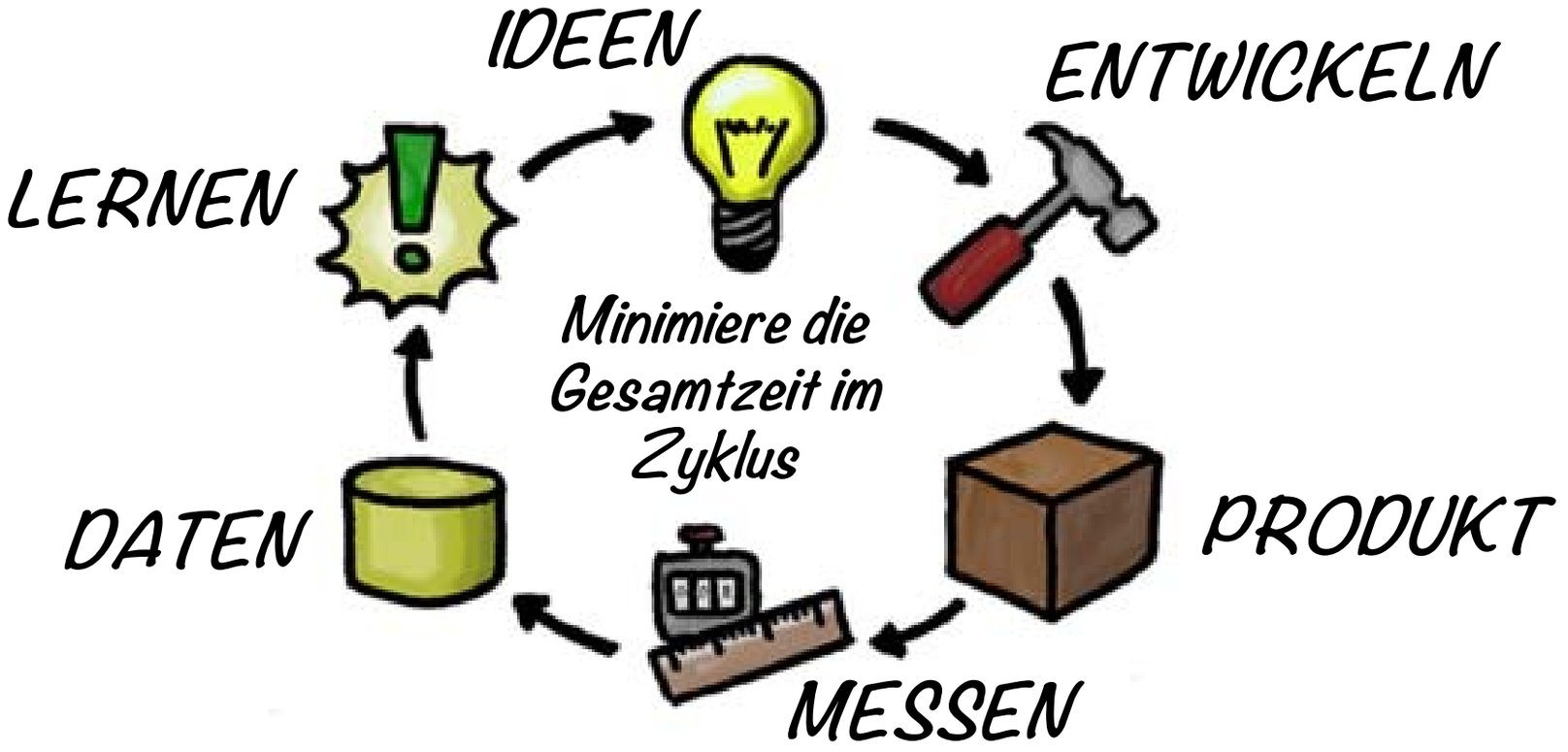

Zuerst
Reihenfolge
Später
Werden die Leute damit einverstanden sein, dass ihre Sachen auch gebäudeübergreifend verliehen werden?
Wie erfahren die Leute von diesem Angebot? (iPhone, Android, Web, Facebook?)
Wird dies auch in den Gebieten mit Reihenhäusern funktionieren?
Wie können wir unseren Erfolg messen?
Wie können wir unser Angebot vermarkten?
Wie können wir damit Geld verdienen?
Weitere Fragen kommen auf!
Beim folgenden morgendlichen Meeting, sortiert das Team diese.

Schon bald haben sie einen Prototyp entwickelt und zeigten diesen ein paar potentiellen Anwendern.

Sie sind der Meinung, dass dies ein Service sei, den man über Facebook nutzen würde. Jan baut eine abgespeckte Version. Diese sieht zwar ansprechend aus, ist aber in ihrem Umfang recht begrenzt. Hinter den Kulissen wird alles manuell vom Team erledigt.*

*Ein Zauberer von Oz MVP

Jenny, Martin und Jan arbeiten in Zyklen. Sie bauen eine neue Version des Produkts, messen das Nutzerverhalten und holen Feedback ein.
Auf diese Weise lernen sie mehr über die jeweilige Hypothese und entwickeln somit neue Ideen.



Sie entwickeln, messen und lernen daraus. Entwickeln, messen und lernen.*

*Diese Methode heißt Lean Startup

Das Team ist frustriert. Niemand möchte seine Sachen an dessen Nachbarn verleihen.

Es muss etwas getan werden! Martin befragt einen Anwender:

Kapitel 2 - Neue Ideen werden benötigt!

Jenny ist übers Wochenende mit ihren Freunden Skifahren.

Am Hang realisiert sie, dass sie ihr Angebot für die Anwender ändern sollten. Sie müssen umdenken.

Jenny machte eine 180 Grad Drehung und fährt wieder nach Hause.

Jenny hat jede Menge Fragen...

Was wäre, wenn wir eine Versicherung anbieten würden?

Würden die Leute ihre Sachen dann verleihen?

Könnten wir eine Gebühr für die Versicherung verlangen?

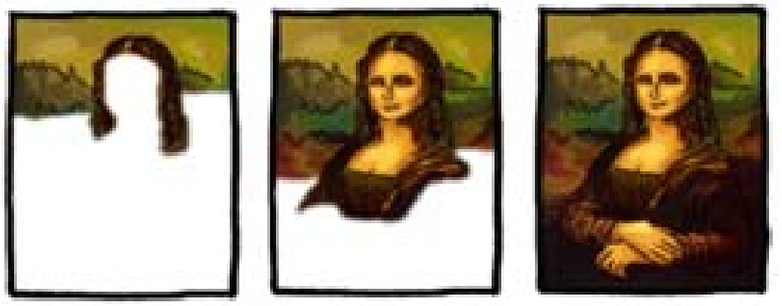
Wie können wir eine passende Versicherungsgesellschaft finden?

Sie ruft bei einer Versicherungsgesellschaft an.

Natürlich, lassen Sie es uns ausprobieren!

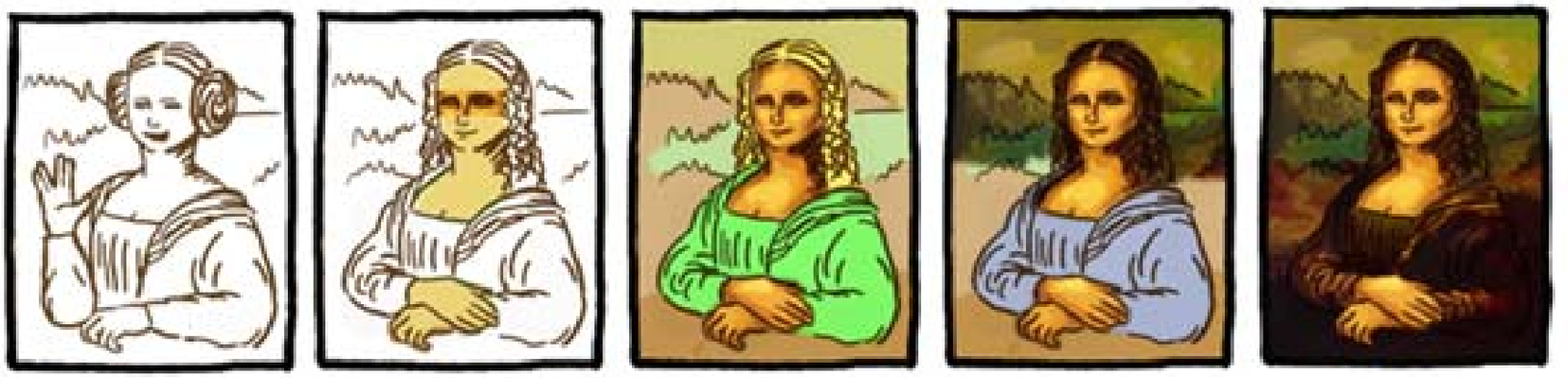
Jenny ist frustriert. Warum bekommt sie die Dinge nicht gleich beim ersten Mal richtig hin. Martin sagt: „Das kannst du gar nicht!“ Er erklärt warum...

Ein Weg Dinge zu erledigen, ist diese Stück für Stück aufzubauen, inkrementell.

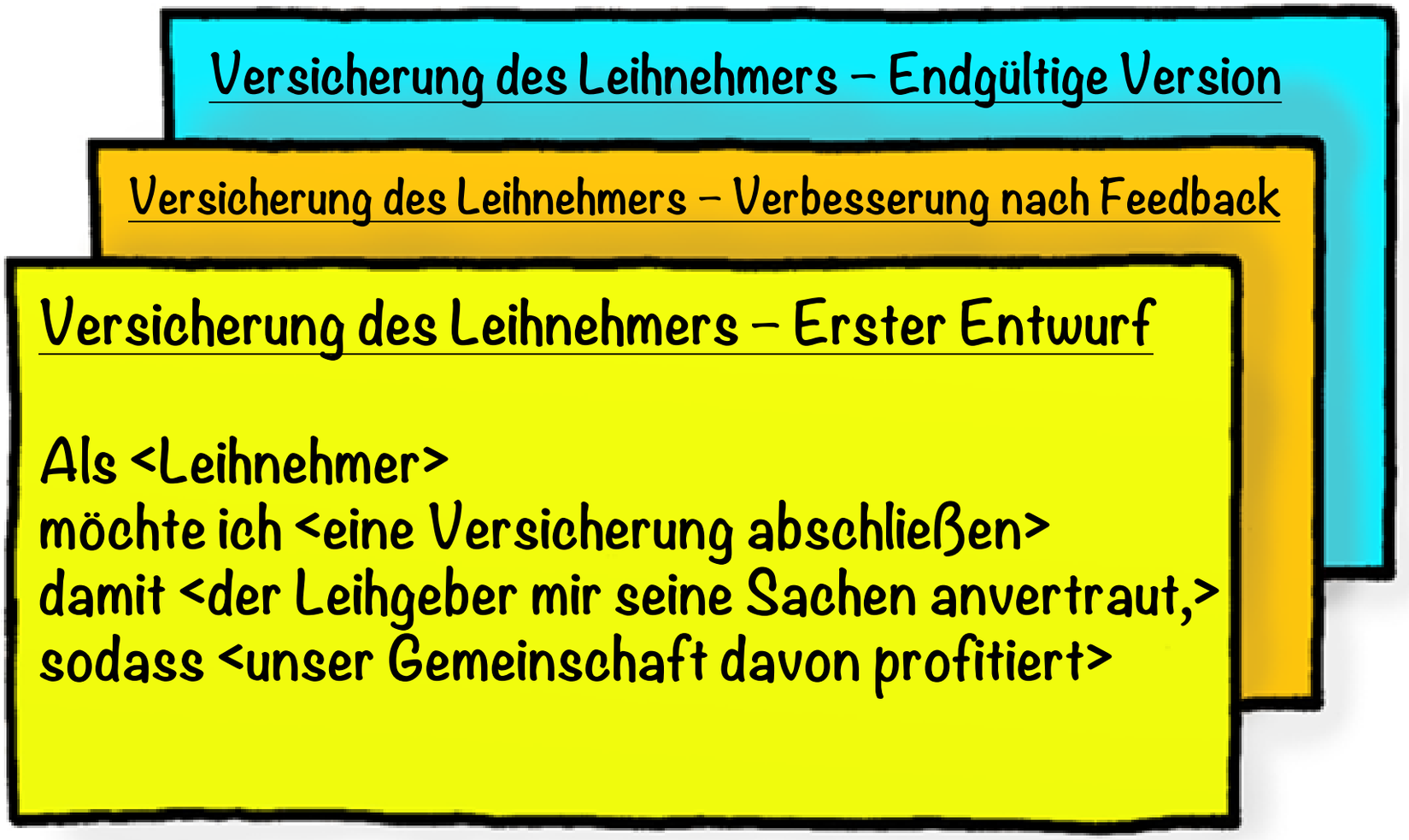


Ein anderer Weg ist sie iterativ zu skizzieren und zu verfeinern.

In der Praxis machen wir beides gleichzeitig, nach jedem Schritt holen wir Feedback ein.



Während des ganzen Projekts hat das Team inkrementell gearbeitet. Sie haben eine neue Funktion hinzugefügt und diese gleich zusammen mit den Anwendern ausprobiert.
Um iterativ vorzugehen schreiben sie jede User Story* auf drei Karten, um somit drei Iterationen für jede Story zu haben.



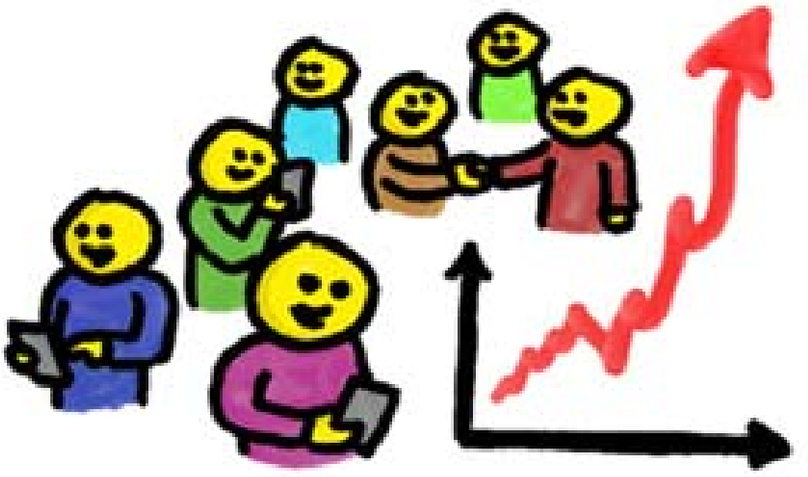
*User Story – Ein Platzhalter für zukünftige Kommunikation. Ein Weg des Erinnerns, weshalb wir eine bestimmte Funktion realisieren. Dies ist eine Lernvorlage:

Es ist üblich die Vorgehensweise auf der Rückseite der Karte zu notieren. Manchmal skizzieren die Kollegen die mögliche Anwenderoberfläche.

Sie packen die User Stories in das vom Team begrenzte Produkt Backlog*.

*Eine sortierte Wunschliste der zukünftigen Eigenschaften. Lass sie nicht zu stark anwachsen.

Nach der Einführung der Versicherungsfunktion, steigt die Anzahl der Personen, die bereit sind Sachen zu verleihen.



Dies wiederrum steigert die Einnahmen, die mit dem Verkauf von Anzeigen gemacht werden. Nach ein paar weiteren Entwicklung-Messungs-Lern Zyklen, entscheidet Jenny die Einführung in einem größeren Rahmen zu veranstalten. Sie lädt Journalisten und Kollegen zu einer Premierenfeier ein.

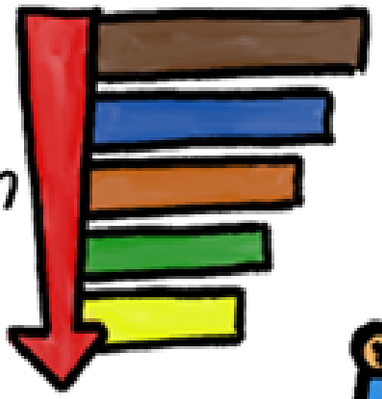
Im Laufe des Projekts hat das Team gelernt, dass Ideen schnell altern.

Neue Einblicke aus dem Benutzerfeedback stechen alte Ideen aus!

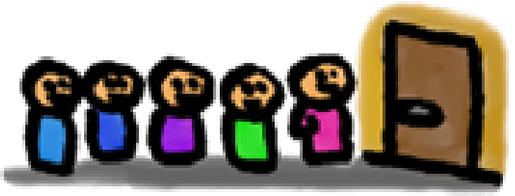
Kapitel 3 – Der Erfolg geht weiter...

Die Wochen vergehen und das Team wächst. Sie erkundeten Techniken, wie das User Story Mapping, Funnel Metriken und Personas.

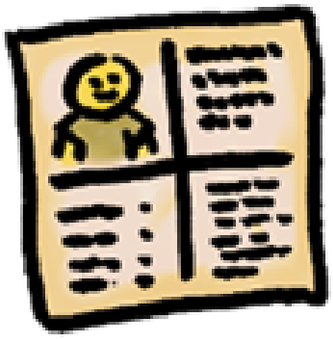
Funnel Metriken



Das Geld fließt

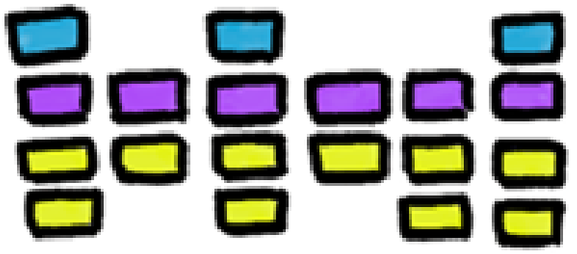


Mehr Leute wollen dem Team beitreten



Personas

User Story Mapping



Das Team hatte jede Menge Spaß!
Aber das ist eine Geschichte für ein anderes Buch.

Nächste Crispie in der Reihe?

- × Mike der Manager übt das Vertrauen
- × Tommy steigert den Wert des Teams
- × Matthias bestellt ein IT-System
- × Scott leitet große Projekte in großen Firmen
- × Sally verhandelt ihr Gehalt
- × Yassalas Team schätzt
- × Reza hat Angst vor der Freigabe
- × Alexander macht keine Regressionstests

Welches Crispie möchten Sie als nächstes lesen?

Gehen Sie auf den folgenden Link und
stimmen Sie ab:

www.crisp.se/crispi1/en

Danksagungen

Eric Ries, Alistair Cockburn und Jeff Patton – dessen Ideen ich mir geliehen haben

Eva-Maria Matell - Für das Korrekturlesen, trotz uns im Nacken und anspruchsvollen Live-Kommentar.

Die Crisp Angestellten - Für Feedback und Ermutigung. Danke Magnus, Lennart, Mats H, Fredrik, Mats S und Thomas.

Jörgen Kjellgren – Für den kreativen Input

Therése Janlén Ressel, Olle Hallin, Sandy Mamoli, und Andrea Drane - Für die dringend benötigte Überarbeitung.

Mary Poppendieck - Für wertvolles Feedback.

Ein großes Dankeschön an unsere Versuchkaninchen - Mårten Säflund, Ameli Thunström, Johanna Boestam, Harald Ripa, Jonatan Wentzel, Jakob Tardell und Reza Farhang.

Und große Umarmungen für jeden, den wir vergessen haben!

Jenny auf agiler Entdeckungsreise, ist ein Buch über die agile Arbeitsweise und Lean.

Es ist eine Geschichte von der Entdeckung eines Produkts und dessen Reise. Von der ersten Idee bis hin zur kontinuierlichen Lösung und Aktualisierung des Produktes sowie der Dienstleistung.

Dieses Buch richtet sich an Product Owner, Anforderungsanalysten, Projekt-, Einkaufs- und Linienmanager.

Folgende Konzepte wurden abgedeckt: Hypothesen, MVP, Lean Startup, Pivoting, User Stories und iterativ inkrementelle Entwicklung

Hans.Brattberg@crisp.se, +46 70 5753132
Agile/Lean Coach and Lehrer. Workshop Moderator.

Jimmy.Janlén@crisp.se, +46 73 5125725
Agile/Lean Coach and Lehrer. Bürokratischer Therapeut. Workshop Moderator.

ISBN 978-91-88063-02-1

crisp
www.crisp.se