

РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

исходя из бизнес задачи заказчика

Павел Короткий



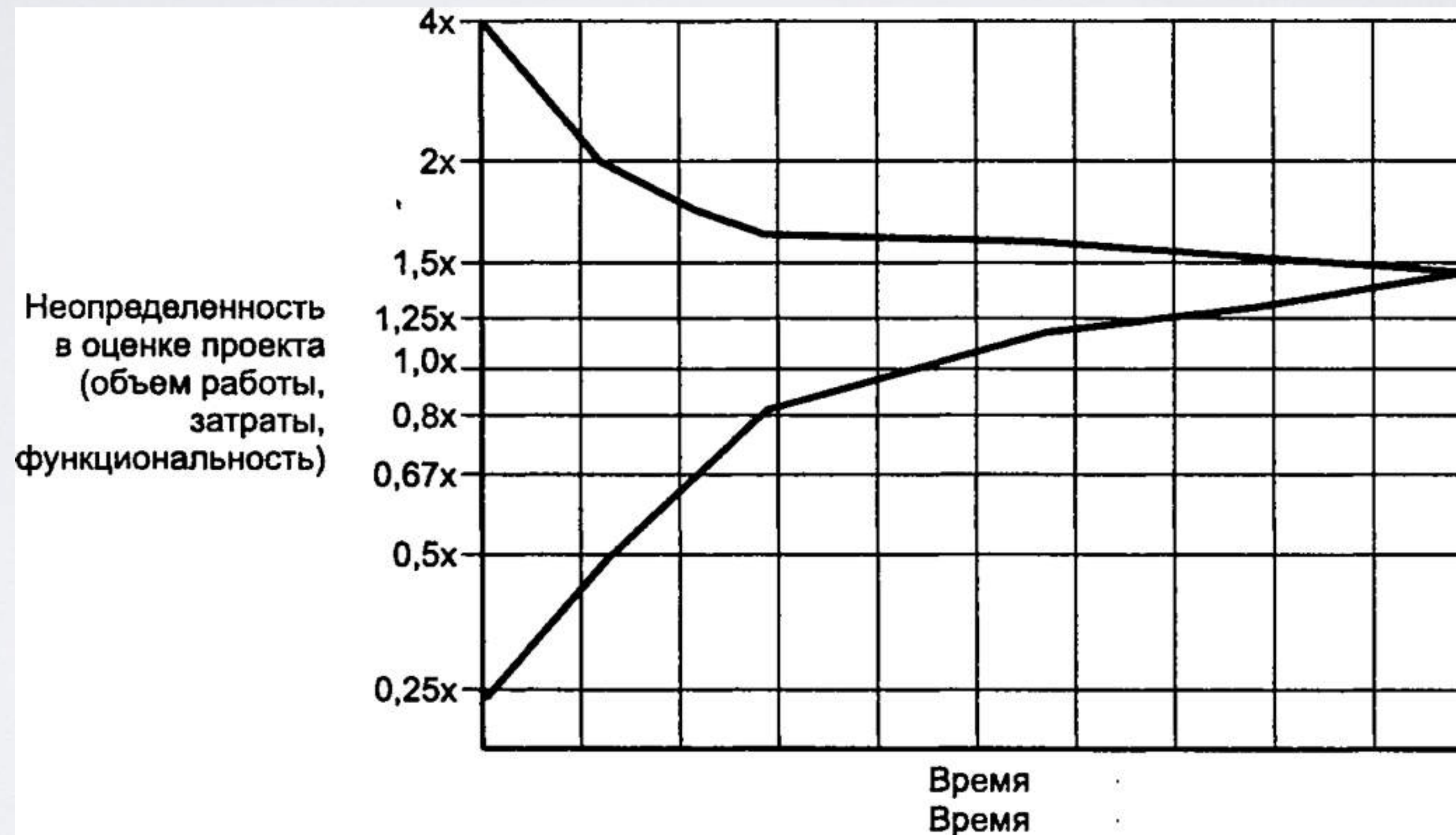
“If your only tool is a hammer then every problem looks like a nail.”

–Abraham Maslow

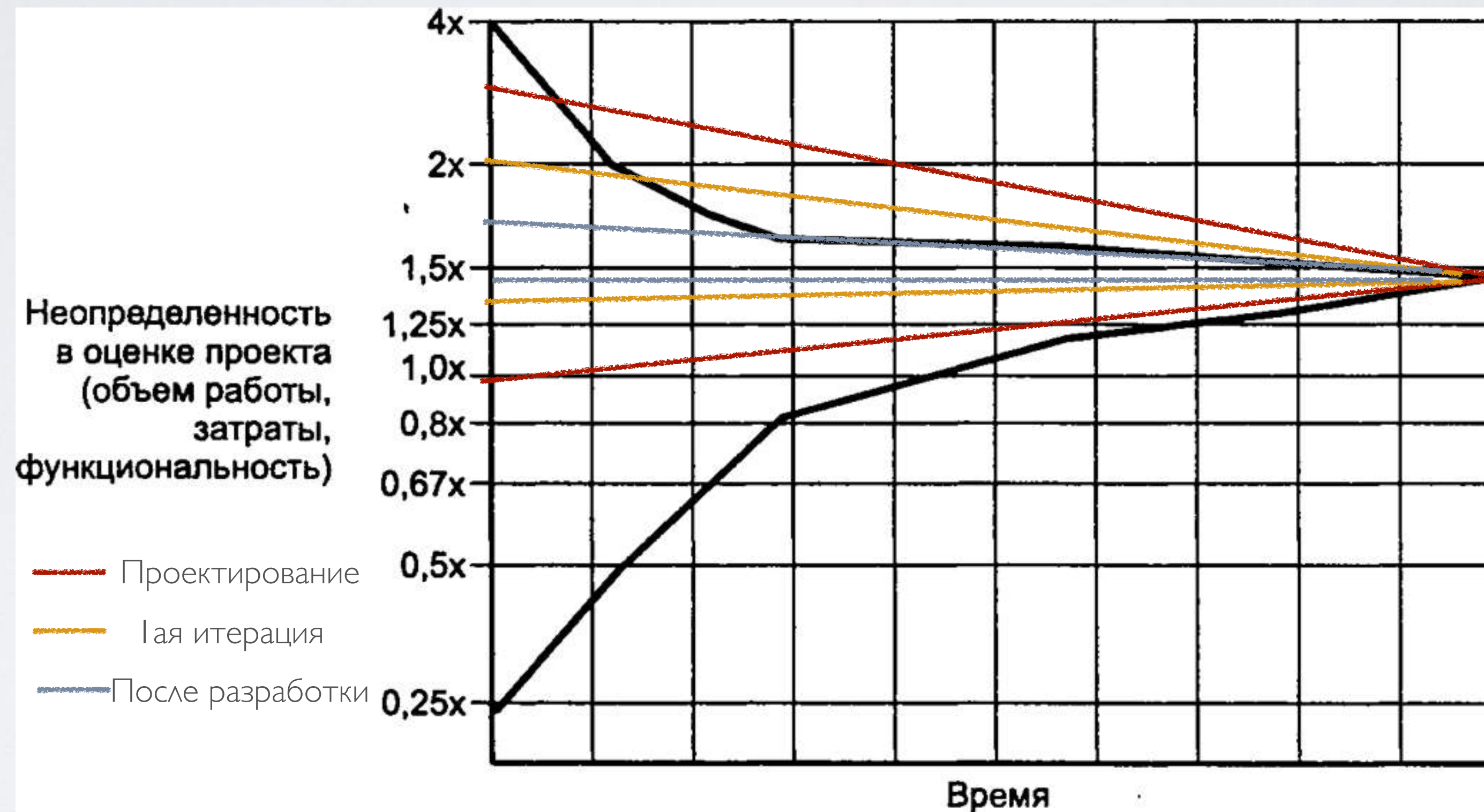


Традиционный подход к разработке

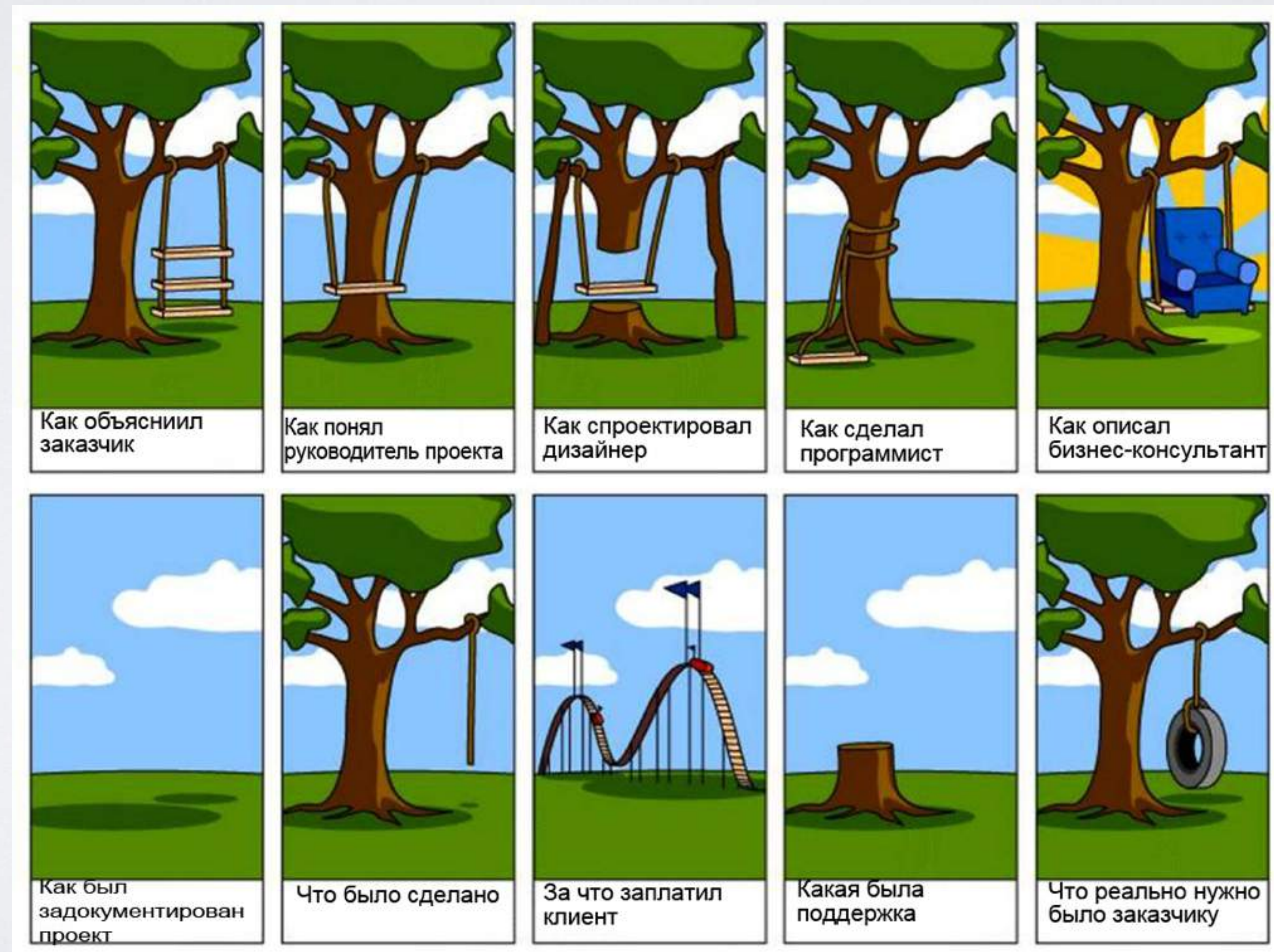
КОНУС НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ



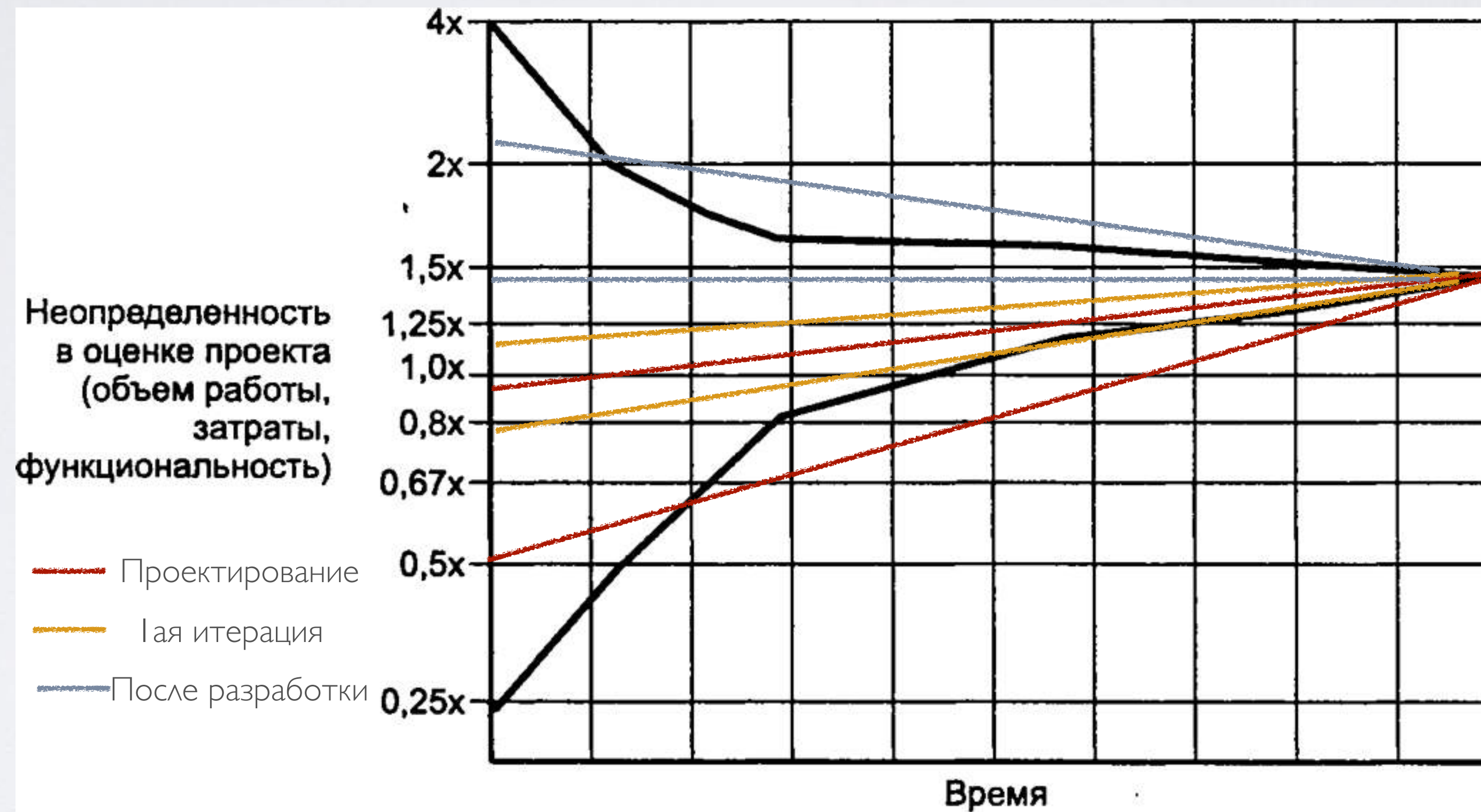
ИДЕАЛЬНО!



ЧТО - ТО ПОШЛО НЕ ТАК...



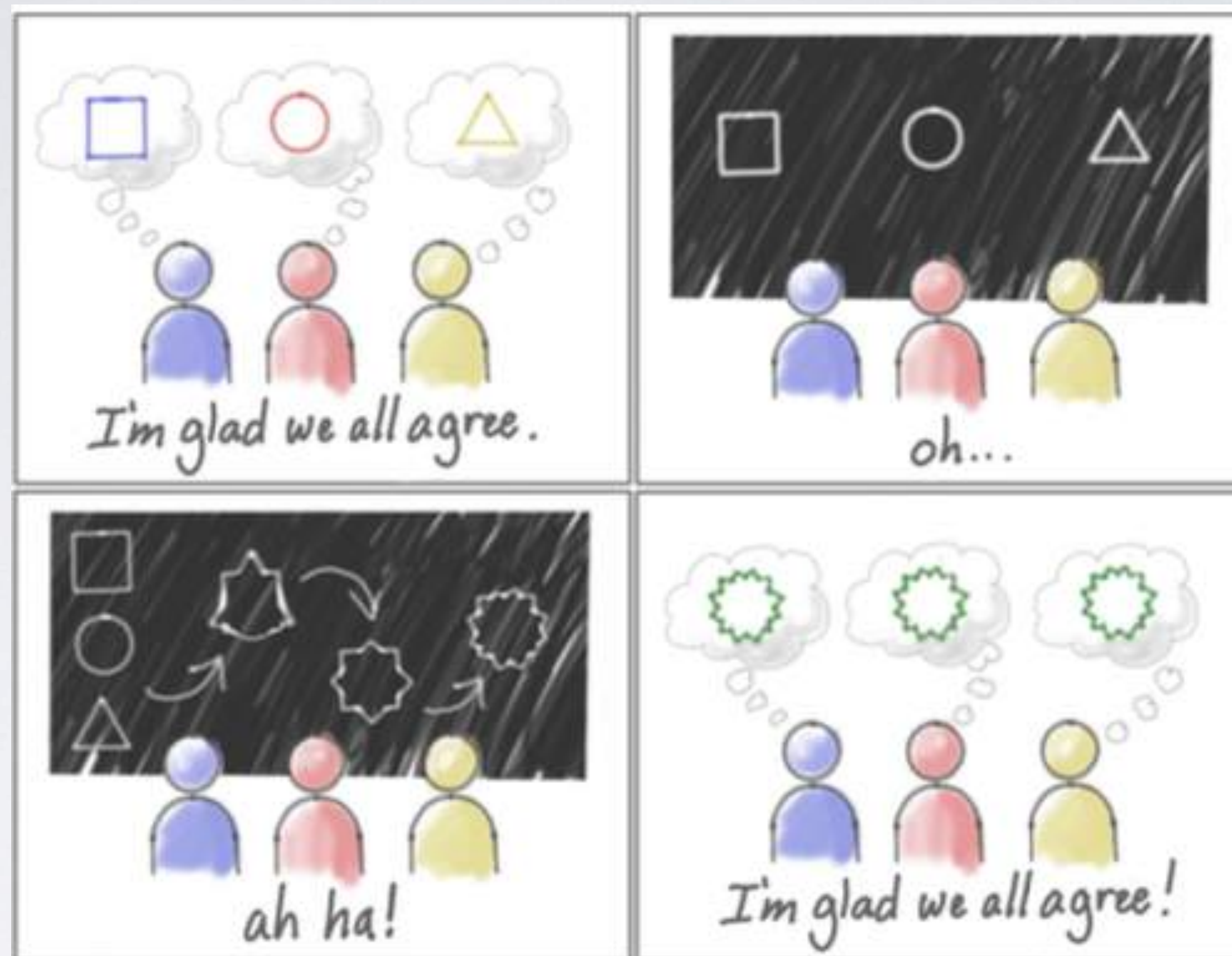
ЧТО - ТО НЕ ТАК...





ПОЧЕМУ РАЗРАБОТКА ТЗ
БЫВАЕТ НЕЭФФЕКТИВНА?



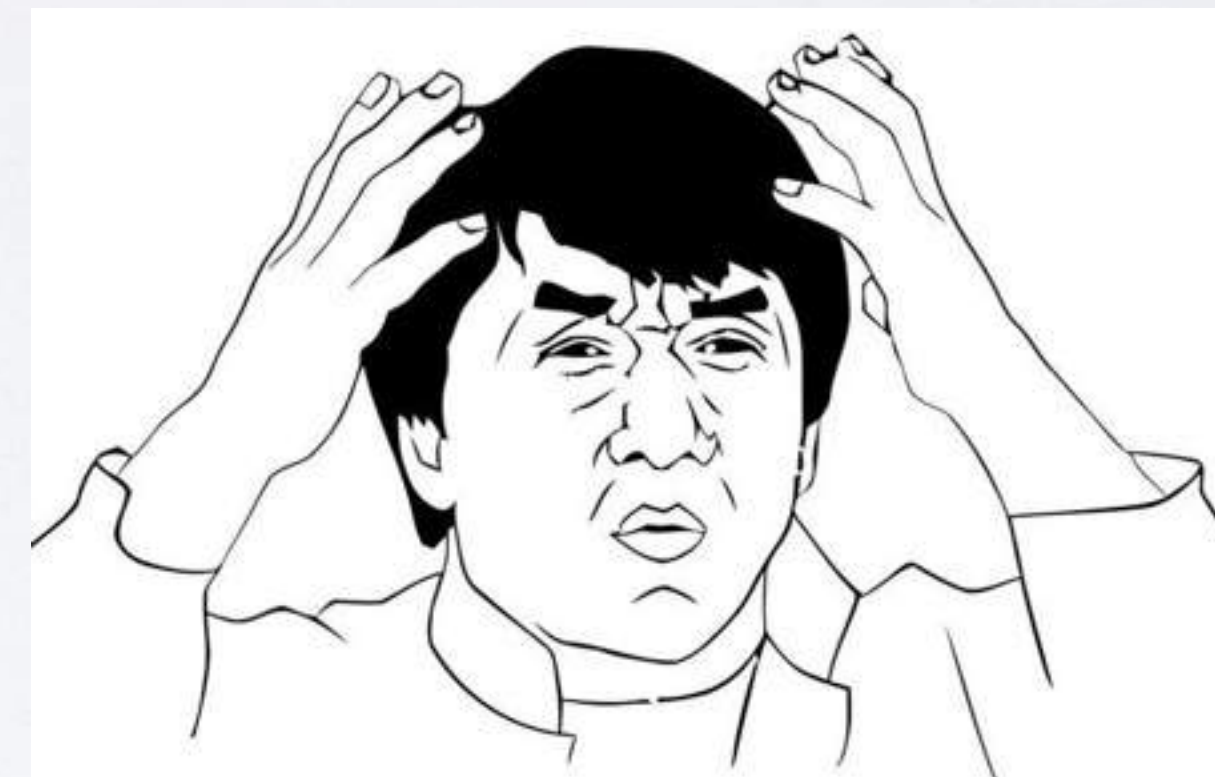
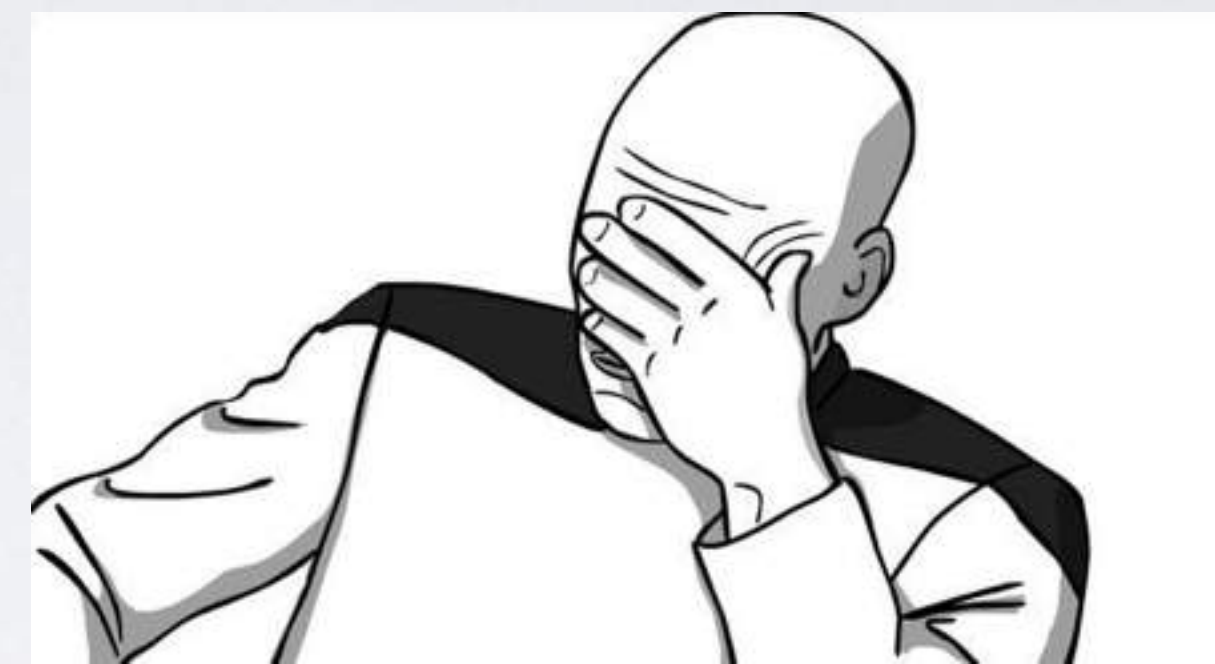
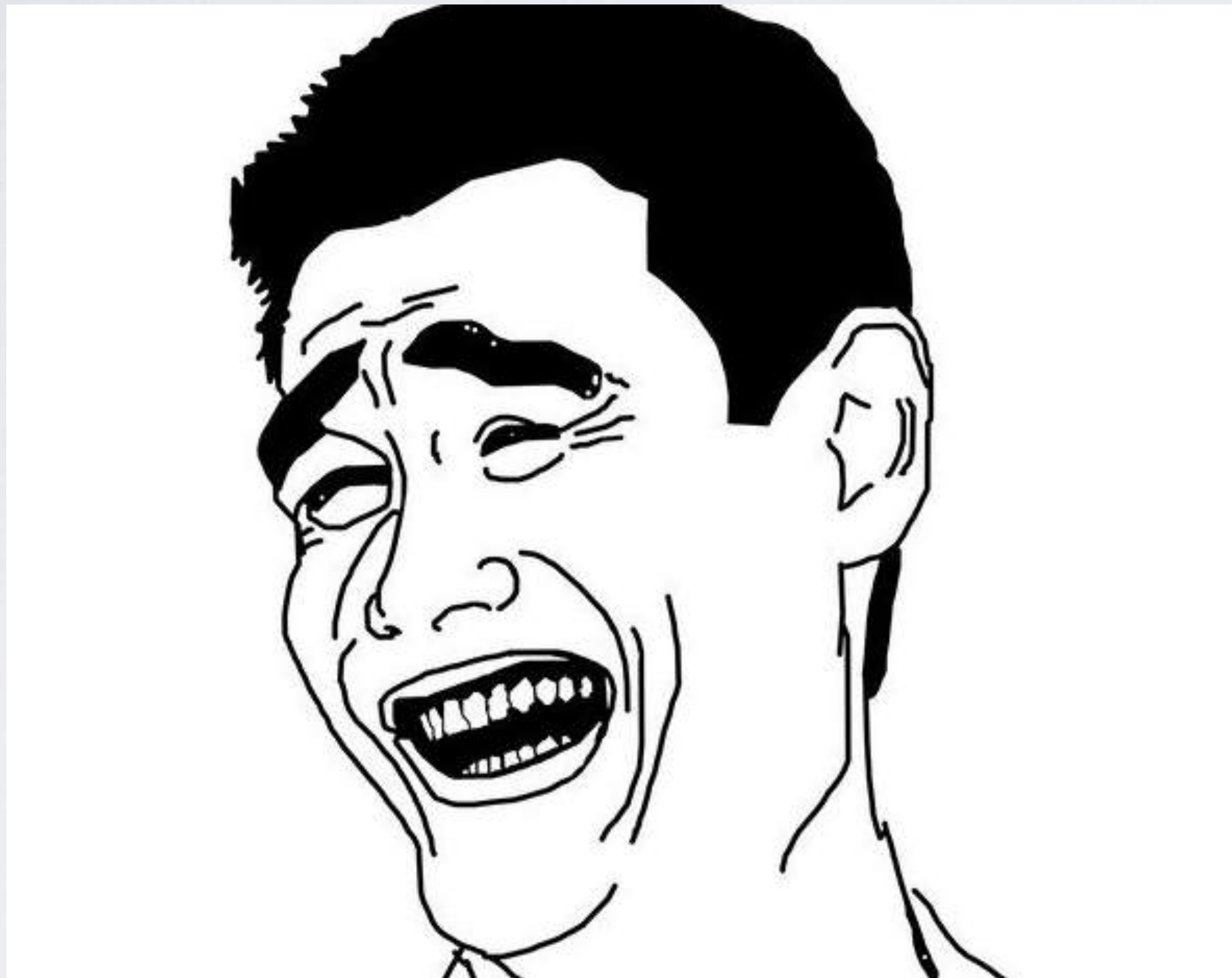


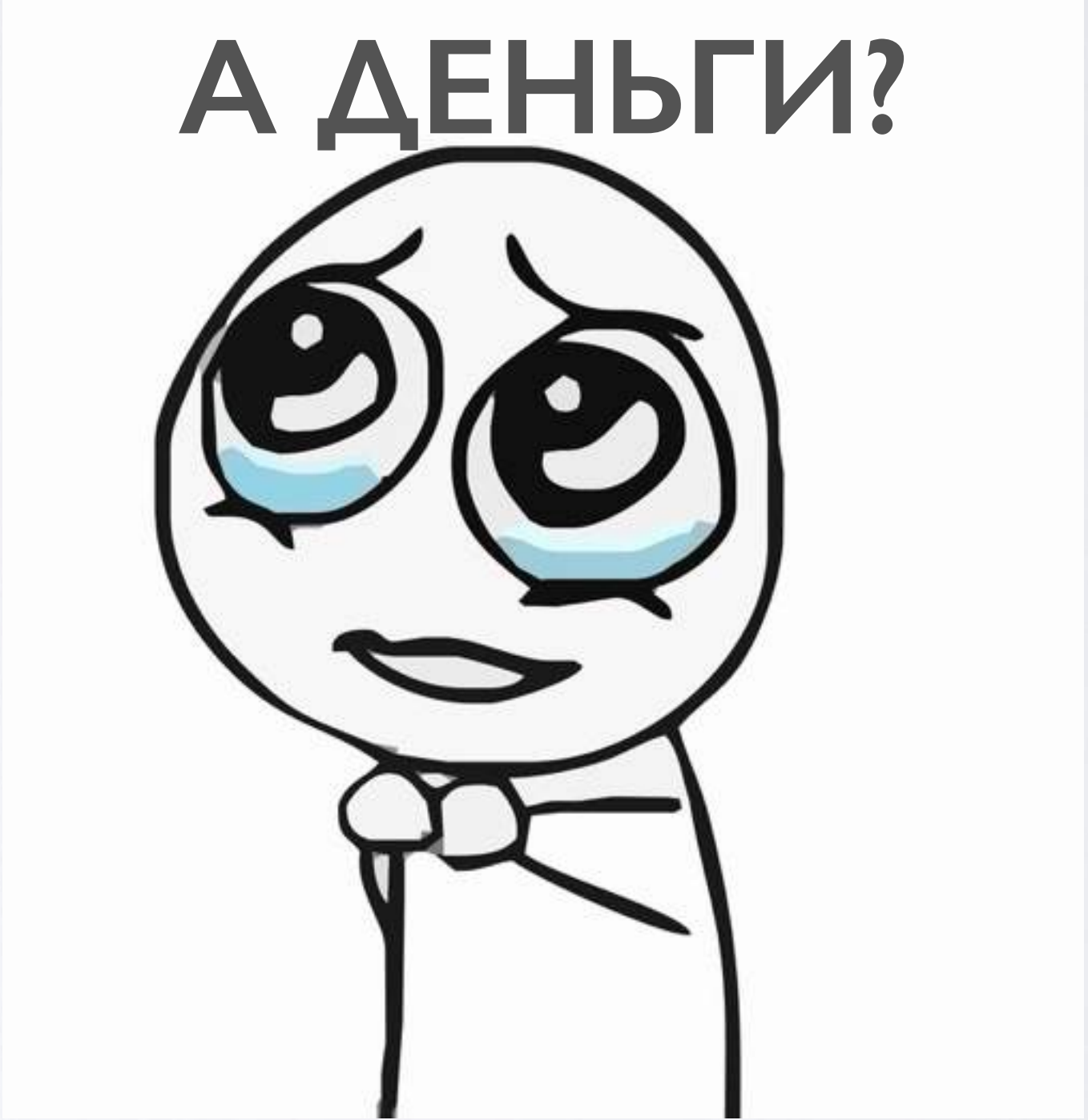
ЕДИНЬИЙ КОНТЕКСТ КОМАНДЫ

НАБОР ГИПОТЕЗ

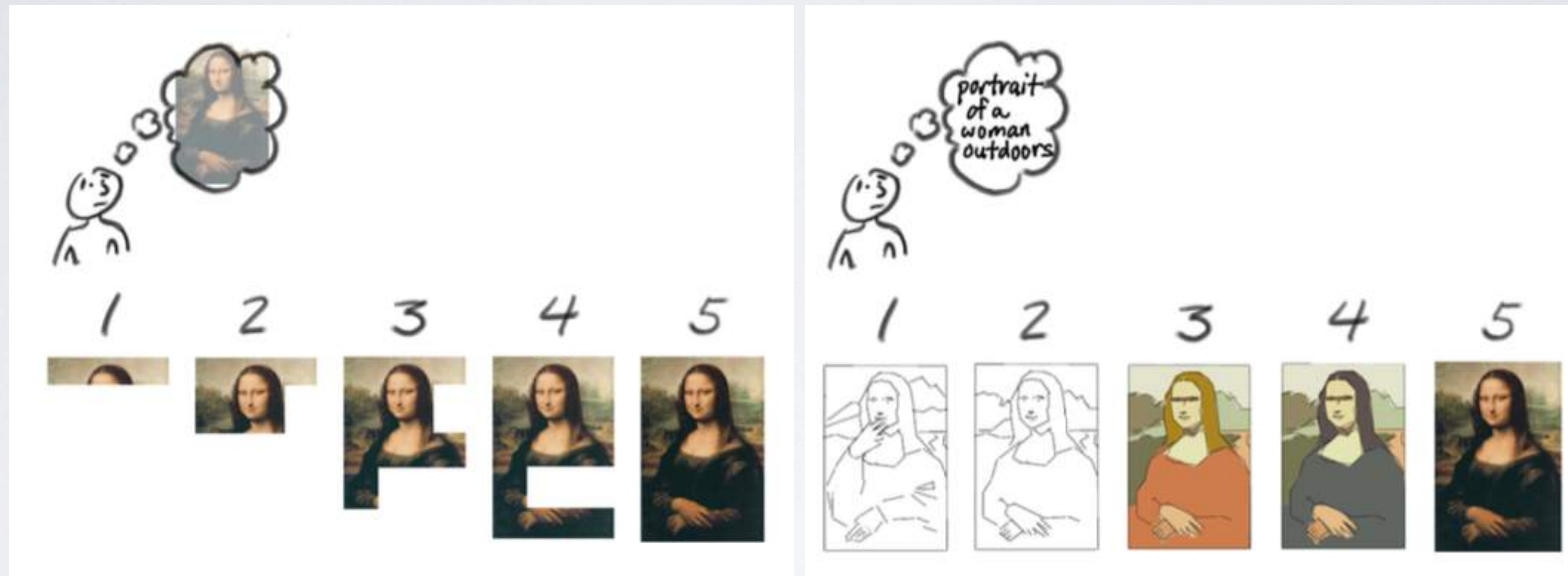


ПРИМЕРЫ НЕУДАЧ





ИТЕРАТИВНАЯ РАЗРАБОТКА



Рецепт: делать инкрементальную поставку ценности



MVP ВАШЕГО УТРА

ПОСТАНОВКА ПРИОРИТЕТОВ

“Девять женщин не рожают ребенка за один месяц”

–Откуда-то с женских форумов...

И НАПОСЛЕДОК

Пять открытий за последние пять лет:

1. Заказчик часто ставит цели и задачи неверно.
2. Плохих заказчиков не бывает.
3. Плохих разработчиков не бывает.
4. Меньше документации больше коммуникации.
5. Огромный потенциал в развитии лояльности.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Павел Короткий,
Компания “Глобус”
k@globus-ltd.com

