

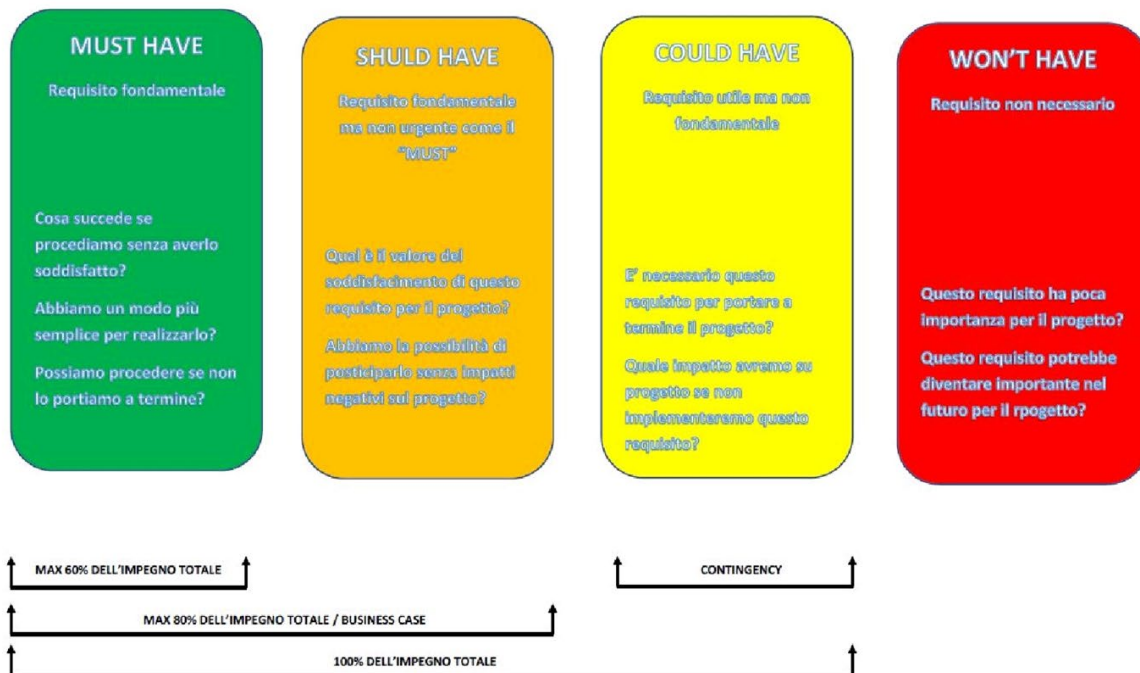
Gestione delle priorità con MoSCoW

Metodo di gestione delle priorità che classifica gli obiettivi come: “must have” (necessari, “da avere”), “should have” (opportuni), “could have” (possibilmente da ottenere) e “would like to have” (graditi, “che sarebbe gradito avere”). Alcune fonti suggeriscono che la lettera “W” sia da intendere con il significato di “Won’t have” (“non si avrà”).

Questo approccio è strettamente collegato con l’approccio alla pianificazione detto timebox utilizzato nel metodo di project management Agile. Entro ogni timebox (o *sprint*; lasso di tempo definito) le priorità degli obiettivi sono organizzate in modo che:

- i requisiti degli obiettivi “must have” sono fondamentali per il sistema in fase di sviluppo e senza questi non funzionerà.
- i requisiti degli obiettivi “should have” sono importanti, ma se non vengono completati v’è un’alternativa;
- i requisiti degli obiettivi “could have” non sono essenziali nel timebox corrente e possono essere posposti al timebox successivo;
- le caratteristiche degli obiettivi “would like to have” consistono in requisiti che hanno valore se possono essere raggiunti in questo timebox, ma si prevede che non saranno conseguiti fino ad un timebox successivo.

MoSCoW - Prioritization



Modello Kano

Il modello Kano è un approccio utile per prioritizzare le funzionalità su un product roadmap* in base al grado in cui è probabile che soddisfino i clienti. I team di prodotto possono soppesare una caratteristica ad alto livello di soddisfazione rispetto ai suoi costi di implementazione, per determinare se aggiungerla o meno alla roadmap sia una decisione strategicamente valida.

Questa rigorosa attenzione su come i clienti reagiranno a ciascuna funzionalità distingue il modello Kano da altri framework di definizione delle priorità: la considerazione chiave per qualsiasi nuova funzionalità è quanto soddisferà gli utenti.

Il Dr. Noriaki Kano ha creato il modello Kano nel 1984 mentre ricercava i fattori che hanno contribuito alla soddisfazione e alla fedeltà dei clienti.

Il modello identifica cinque categorie di potenziali reazioni dei clienti a una nuova funzionalità, che vanno dall'insoddisfazione, all'indifferenza, fino a quelle che molti chiamano funzionalità di soddisfazione del cliente o eccitazione.

Utilizzando il modello Kano, i team di prodotto mettono insieme un elenco di potenziali nuove funzionalità in lizza per risorse di sviluppo e spazio sulla roadmap. Il team quindi peserà queste caratteristiche secondo due criteri concorrenti:

1. Il loro potenziale per soddisfare i clienti.
2. L'investimento necessario per realizzarli.

- Funzionalità di base (soglia).

Queste sono le caratteristiche di cui il tuo prodotto ha bisogno per essere competitivo. I clienti si aspettano queste caratteristiche e le danno per scontate. Ciò significa che devono essere inclusi. E se non funzionano come previsto, possono portare all'insoddisfazione.

- Caratteristiche prestazionali

Queste sono caratteristiche che ti danno un aumento proporzionato della soddisfazione del cliente mentre investi in loro. Il Dr. Noriaki ha descritto questo tipo di funzionalità come "unidimensionale" a causa della correlazione diretta e lineare tra quanto investi in essa e la quantità di soddisfazione del cliente che offre. Queste sono anche caratteristiche che i clienti sanno di volere e pesano molto quando decidono se scegliere il tuo prodotto o quello della concorrenza.

- Caratteristiche di eccitazione

Le funzionalità di eccitazione producono un aumento sproporzionato della soddisfazione dei clienti quando investi in loro. Se non disponi di queste funzionalità, i clienti potrebbero non sentirne la mancanza; ma se li includi e continui a investire su di essi, creerai un'incredibile soddisfazione per i clienti. Puoi anche pensare a queste caratteristiche come a innovazioni e sorprese uniche che includi nel tuo prodotto. Il Dr. Noriaki ha chiamato queste caratteristiche "attraenti" e "delizianti" perché hanno avuto quell'effetto sugli utenti e quella gioia può creare una risposta positiva fuori misura al tuo prodotto.

Dopo che il product team interno ha deciso quali delle potenziali nuove funzionalità rientrano in quali categorie (comprese le due negative: indifferenza e insoddisfazione), il team presenterà il problema direttamente agli utenti o potenziali utenti con sondaggi sui clienti, questionari e altri metodi di feedback.

Il modello Kano può essere un framework utile per i team di prodotto con tempo e risorse limitati che desiderano assicurarsi di dare la priorità al mix appropriato di funzionalità su cui lavorare successivamente.

Questo approccio è più efficace per i team che necessitano di una guida per capire quali funzionalità di soglia minima devono assolutamente creare, su quali funzionalità di prestazioni iniziare a investire ora e quali funzionalità di soddisfazione del cliente forniranno il cliente il maggiore effetto "Wow!" per ogni Euro investito.

Backlog vs. Roadmap

Product Backlog: ordered list of all the work, presented in story form, for a team.

- No need to create all of the stories for the entire project before the work starts
- Only enough to understand the first release in broad brushstrokes and then sufficient items for the next iteration.

Product Roadmap: anticipated sequence of deliverables over time.

- Product owners (or a product owner value team that includes the product manager and all relevant product owners for that area of the product,) **might produce a product roadmap** to show the anticipated sequence of deliverables over time. **This is NOT the same as a backlog**
- The product owner replans the roadmap based on what the team produces.

Analisi ponderata (analisi decisionale multicriterio)

Una tecnica di assegnazione delle priorità è l'analisi ponderata multicriterio, detta anche matrice di priorità. Viene utilizzata per identificare le opzioni disponibili e per poterle ordinare in base alla loro priorità complessiva.

La priorità è definita in base ad una serie di criteri ritenuti significativi per la prioritizzazione, che vengono soppesati assegnando loro un certo valore di priorità espresso come peso relativo.

La priorità è definita in base ad una serie di criteri ritenuti significativi per la prioritizzazione, che vengono soppesati assegnando loro un certo valore di priorità espresso come peso relativo.

Per ogni criterio viene stimato il valore per ogni opzione che verrà moltiplicato per il suo peso.

Sommando tutti i valori ottenuti si ottiene un punteggio matematico complessivo per ogni opzione.

In questo modo è possibile ordinare per priorità le diverse opzioni in base al punteggio complessivo ottenuto.

Dot Voting (100 pints)

Questa tecnica viene utilizzata per stabilire la priorità in modo collaborativo per qualsiasi insieme di idee.

Potrebbe essere usato per affinare un elenco di funzionalità, per concordare argomenti di discussione o per scegliere tra strategie diverse.

La tecnica del Dot Voting è uno dei modi più semplici per stabilire le priorità e convergere su una soluzione concordata da tutto il team, utilizzata soprattutto in accordo con la metodologia agile, usata per dare priorità ad una lunga lista di opzioni.

Il team avrà a disposizione un elenco di cose da votare, normalmente individuato con una seduta di brainstorming.

Questo elenco deve essere visibile a tutti e può essere utilizzata una lavagna fisica o digitale, utilizzando post-it colorati.

Si chiede al team di esprimere i loro voti posizionando un punto accanto agli elementi su cui si sentono maggiormente confidenti o che ritengono più importanti di altri.

Per far esprimere il voto si possono usare degli adesivi o disegnare i punti con un pennarello.

Come regola generale, ogni partecipante ha a disposizione al massimo cinque voti.

I partecipanti votano tutti insieme e possono votare assegnando anche più punti ad un unico elemento.

Una volta che tutti i voti sono stati espressi, questi vengono contati e si predispone un elenco ordinato in modo decrescente delle cose da fare/decidere.

Questo elenco prioritario diventa oggetto di discussione e il nuovo perimetro del processo decisionale.

In alcuni casi, però, può essere utile riflettere sulle idee che non hanno ricevuto voti per verificare che non vi siano state problematiche di comprensione delle opzioni.

Sfrutta la saggezza collettiva del Team e fornisce un metodo uguale e con lo stesso peso per tutti i membri del team, che hanno tutti la stessa responsabilità nel dare priorità alla lista di cose da fare.

Crea un senso di coinvolgimento e consente ai partecipanti di vedere il processo decisionale in azione e capire come e perché è stata fatta la scelta finale.

Il Dot Voting è stato criticato perché limita la creatività e la diversità delle idee.

A volte capita che le persone semplicemente aggiungono i loro punti dove tutti gli altri hanno puntato, senza considerare la propria opinione su tutte le opzioni.

È anche impossibile stabilire se un risultato rappresenti un'ampia popolarità (perché molte persone hanno dato un punto), o una minoranza entusiasta (dove poche persone hanno dato molti punti).

Una tecnica di dot voting è il metodo dei 100 points è un tipo di sondaggio d'opinione per stabilire le priorità per gli elementi (ad esempio, le caratteristiche) in un team.

Ad ogni partecipante al gruppo vengono assegnati 100 punti. I partecipanti assegnano i punti agli elementi più importanti.

I voti vengono sommati e le voci vengono classificate in ordine dal più alto al più basso numero di voti.