

10.48 סיפורי לקוח

תרגם וערך-איציק סיון

10.48.1 מטרה

סיפור לקוח (User Story) מייצג הצהרה קצרה ומדוייקת לפונקציונאליות או איכות שאמורה לספק ערך לבעל עניין ספציפי

10.48.2 תיאור

סיפורי לקוח לוכדים את הצרכים היחודיים של בעלי עניין ומאפשרים לצוותים להגדיר יכולות בעלות ערך לבעלי העניין תוך שימוש בתיעוד קצר ופשוט. הם משמשים כבסיס לאיתור הצרכים ומאפשרים תיעודף, הערכת משאבים ותכנון של הפתרון הנדרש.

סיפור לקוח הוא בדרך כלל 2-3 משפטים קצרים שמתארים: מיהו בעל הצורך, המטרה אותה מנסה בעל העניין להשיג ומידע נוסף שעשוי להיות קריטי להבנת התיחום של הסיפור. עם דגש על הערך לבעל העניין, סיפור לקוח מזמין חקר של הדרישות ומעודד דיונים עמוקים יותר עם בעלי העניין וכן קיבוץ הדרישות לצורך פיתוח.

סיפורי לקוח משמשים ל:

- לכידת הצרכים של בעלי העניין
- תעדוף הפתרונות הנדרשים
- בסיס להערכת משאבים נדרשים
- בסיס לתכנון אספקת הפתרון
- בסיס ליצירת מבחני קבלה
- מדד להערכת הערך ללקוח
- יחידת בקרה למעקב התקדמות
- בסיס לניתוח עמוק יותר
- בסיס לניהול הפרויקט ודיווחי סטטוס

10.48.3 אלמנטים

1. כותרת

הכותרת של הסיפור מתארת בתמצתיות את הפעילות שבעל העניין מעוניין לבצע עם המערכת הממוכנת החדשה. בדרך כלל הכותרת מתחילה עם פועל. דוגמאות:

הכנסת ספר לעגלת קניות
ביטול הזמנה
הוספת מודעת דרוש

2. הצהרת ערך

אין תקן מחייב לסיפור לקוח
המבנה הפופולרי ביותר מתחלק ל 3 חלקים:

- **מי:** משתמש, תפקיד או פרסונה
- **מה:** פעולה, התנהגות, יכולת או איכות
- **למה:** התועלת או הערך שיווצר למשתמש כאשר הסיפור יפותח

מי: בתור <סוג לקוח > חשוב מאוד לציין עבור מי אצל הלקוח הדרישה מיועדת, אצל המנהל, הפקיד, משתמש הקצה, מנהל המערכת. ידע מוקדם שכזה מוסיף הרבה פרספקטיבה לגבי הפתרון הרלוונטי.

מה: אני רוצה ש>משהו< זהו תיאור הפתרון המבוקש, זוהי דרך לתאר מה לא קורה היום שהלקוח רוצה שיקרה, למשל "אני רוצה שהלקוח יחשף למבצעים החדשים" בכל קניה "

למה: על מנת ש>סיבה< למרות שהחלק הזה **אינו חובה**, הוא מוסיף הרבה מאוד לתיאור, כאשר הלקוח מציין את הסיבה לדרישה, הוא למעשה מציין את המוטיבציה מאחורי הדרישה, ולעתים קרובות מאוד, התוספת הקטנה הזו מצליחה לעורר ולעודד חדשנות ורעיונות טובים לפיתרון הבעיה.

למשל: בתור מנהל אני רוצה לראות דוח יומי של עסקאות בכדי לדעת אם המאזן הוא חיובי או שלילי, סיפור כזה עלול להדליק נורה, אם כל מה שהמנהל רוצה זה לדעת את מצב המאזן, למה לפתח דו"ח שלם בשביל זה.

: דוגמא: כלקוח, אני יכול להכניס ספר לעגלת הקניות, כך שאוכל לבצע את הרכישה בפועל בשלב מאוחר יותר עם סיום הקניות

: דוגמא: כבעל פוליסת בריאות, אוכל להזמין תור אצל רופא מומחה על פי בחירתי, כך שאוכל לנצל את הזכויות בפוליסה

3. דיון

סיפורי לקוח מסייעים לצוות לחקור ולהבין את היכולת הנדרשת בסיפור וכן הערך לבעל העניין. חשוב לציין שהסיפור עצמו אינו לוכד את כל המידע הנדרש. בדרך כלל יש להשלים את המידע על ידי מידול נוסף לפני השלמת הפיתוח. אחד הכלים למידול נוסף הינו תיאור מפורט על ידי Use Case.

4. קריטריוני קבלה

ניתן להרחיב את סיפור הלקוח על ידי הוספת קריטריונים מפורטים למבחני קבלה. קריטריוני הקבלה מגדירים את גבולות הסיפור ומסייעים לצוות מה הפתרון צריך לספק בדיוק רב יותר. ניתן לרשום את הקריטריונים כחלק מסיפור הלקוח או לקשור את סיפור הלקוח למודל הבדיקות.
דוגמא(הכנסת ספר לעגלת קניות):

1. הכניסו לרשימה ספר שאינו במלאי. וודאו שהלקוח מקבל הודעה שהספר ישלח רק כאשר יהיה זמין
2. הכניסו לרשימה ספר שטרם פורסם. וודאו שהלקוח מקבל הודעה על כך שהספר ישלח רק לאחר פרסומו
3. הכניסו לרשימה ספר שנמצא במלאי

10.48.4 שיקולי שימוש

1. חוזקות השיטה

- השיטה מובנת בקלות על ידי בעלי העניין
- דגש רב על הערך ללקוח
- השיטה מאפשרת שיתוף פעולה נוח בין כל אנשי הצוות על בסיס גישת ניתוח עסקית
- תמיכה בפיתוח בגישת Agile: יחידות פיתוח קטנות שניתנות לבדיקה בקלות וקבלת היזון מהיר מהלקוח.

2. מגבלות השיטה

- כעקרון השיטה מיועדת לשמש ככלי ללכידת דרישות לטווח קצר ולא לביצוע ניתוח מעמיק
- כיון שההתייחסות הינה נקודתית לדרישות בודדות הצוות עלול לאבד את הראיה המערכתית
- עלולה לגרום לתיעוד חסר להמשך הפיתוח