

# Atelier Story mapping

---

## Caractéristiques de l'atelier :

Durée : une journée

Nombre de participants : 10 à 20 personnes représentant l'ensemble des parties prenantes impliquées dans la réalisation concrète du projet (clients, développeurs, usagers...)

## Objectifs de l'atelier

Le story mapping est un atelier inventé par Jeff Patton. L'objectif de l'atelier est de créer la première version du Backlog produit en étudiant le comportement des utilisateurs du futur produit.

Outre la création d'une première forme de backlog, l'atelier permet surtout de faire travailler ensemble développeurs (et scrum master) et les clients du projet (dont le product owner) ainsi que les futurs usagers. Ce brainstorming initial participe de façon essentielle à l'énergie que l'équipe mettra dans le projet car il permet de partager une vision. Généralement à la fin de l'atelier les membres de l'équipe ressentent une forte motivation à réaliser le projet.

Enfin pratiqué en formation-coaching l'atelier est une excellente formation au travail du Product Owner et du Scrum master. Par l'identification approfondie des besoins des usagers il entraîne les Product Owner en formation à pratiquer l'empathie, à faire émerger et à faire prioriser par les usagers les différentes fonctionnalités. Pour les Scrum master il les entraîne à négocier les priorités avec les clients, les usagers et l'équipe de développement. Pour les deux métiers l'atelier permet de travailler la posture, l'écoute et développe la confiance dans l'émergence des solutions.



## Déroulé de l'atelier

### 1. Identification des persona

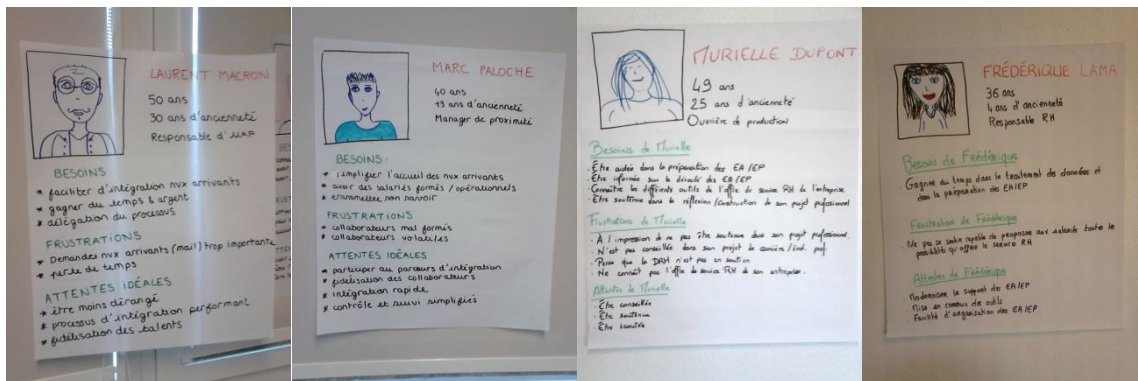
La première étape consiste à identifier des usagers-type de l'application. Ce premier travail est effectué sous forme de brainstorming, chaque participant proposant des usagers. A la fin de ce brainstorming quelques persona couvrant au mieux les différents usages (généralement mélangeant plusieurs types d'utilisateur dans une même personne) sont retenus. Voici un exemple de résultats final où 5 catégories d'utilisateurs ont été identifiées ce qui donnera probablement 5 persona.



### 2. Description détaillée des persona



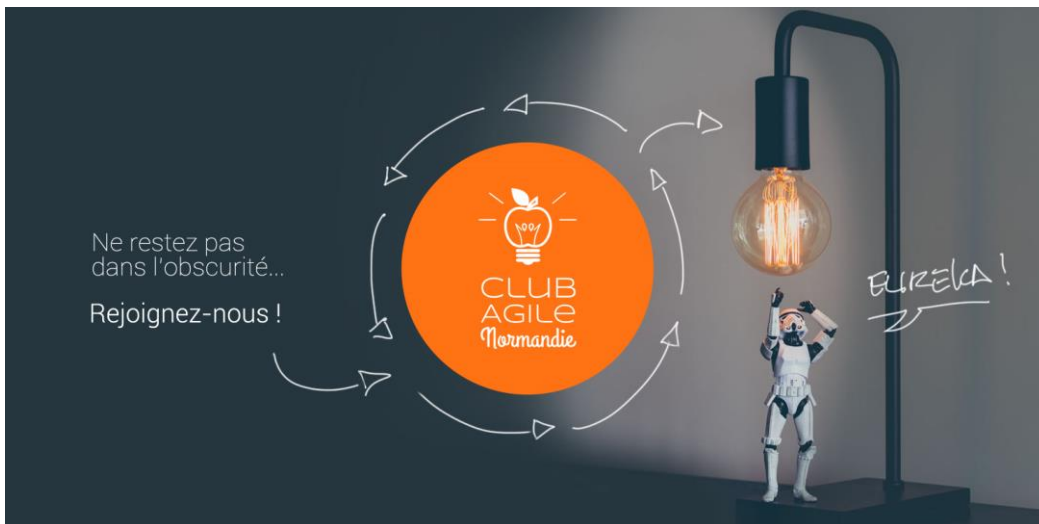
Une fois les profils des personnes identifiés, on s'attache à décrire une personne correspondant aux différents profils. Il est crucial dans cette étape de décrire une vraie personne avec ses caractéristiques (nom, prénom, âge, sexe, profession, besoins, contraintes) mais aussi sa personnalité (motivations, envies, craintes, ...). Voici quelques exemples de personnas (ne pas hésiter à dessiner la personne cela rend l'identification plus facile):



En général on dessine les personnas sur des post-its géants déplaçables facilement qui pourront être mis dans la salle où les développeurs travaillent. Cela permet aux développeurs de savoir pour qui ils travaillent et les aide à imaginer si l'ergonomie du logiciel satisfait aux besoins des multiples personnas.

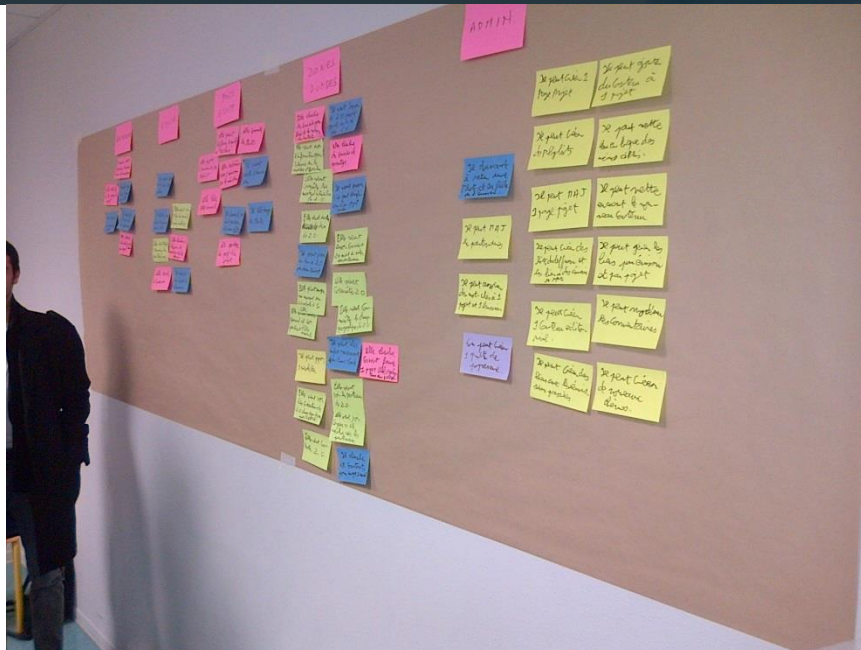
### 3. Identification des Stories (ou fonctionnalités)

Une fois les personnas complètement définis, on imagine leur comportement avec l'application. On choisit une couleur de post-it par persona et on déroule une utilisation type pour chacun d'eux. Les post-its sont posés dans l'ordre temporel (généralement de la gauche vers la droite) sur un papier kraft affiché au mur. Voici un exemple de ce que cela donne :



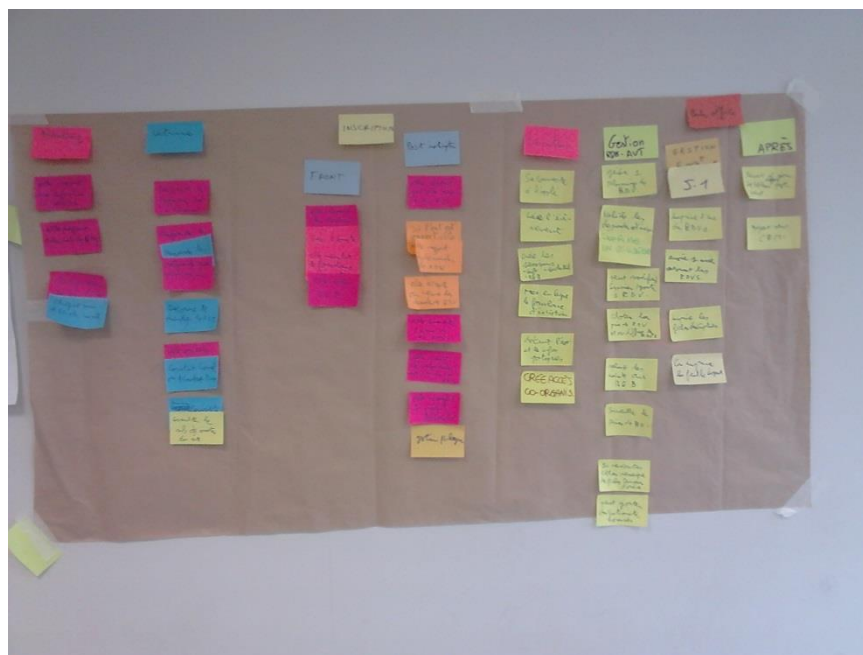
#### 4. Classement des fonctionnalités dans les modules logiciels

L'étude des différentes stories permet d'identifier différents modules (parfois aussi des sous-modules) du produit logiciel. On demande à l'équipe d'identifier ces modules puis d'attribuer chaque story à l'un de ses modules (par exemple la story connexion sera sans doute attribué au module « page d'accueil »). Voici ce que cela peut donner :



## 5. Priorisation de stories

On organise ensuite les stories **au sein des modules** par priorités. Le faire par module est essentiel car cela évite de prioriser les modules entre eux dans un premier temps et donne une vision produit plus élaborée que la vision d'une liste de stories dans un backlog classique. Les stories les plus prioritaires sont mises en haut et les moins prioritaires en bas, on obtient quelque chose comme cela :



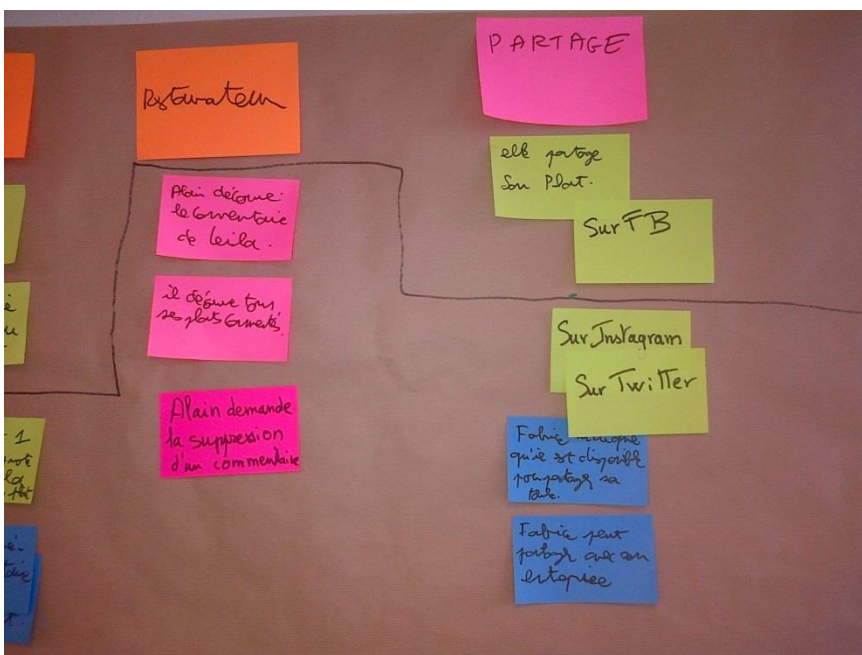
## 6. Identification du périmètre des différentes versions du produit

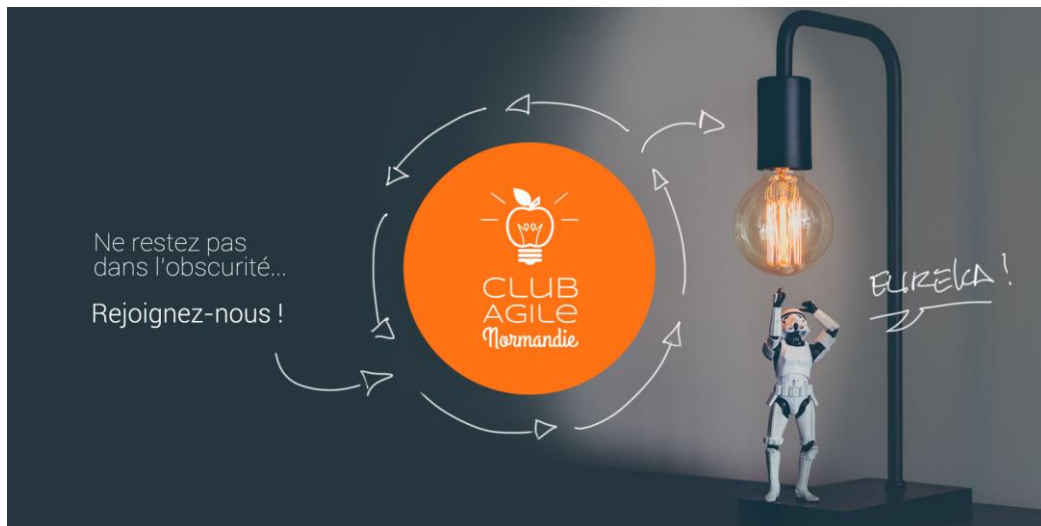
La dernière étape consiste à définir ce qui sera livré à la version 1 puis à la version 2 etc. Pour cela on tire une ligne brisée au travers des colonnes du tableau de story mapping. Les posts-it au-dessus de la ligne version 1 seront à inclure dans la version 1, celles qui sont en-dessous seront priorisées pour les versions suivantes. Il faut bien sûr prendre garde de faire une division réaliste selon le temps disponible pour réaliser chacune des versions de produit.

Voici à l'arrivée ce que l'on obtient :



Et si on regarde de plus près :





On voit que le module « restaurateur » ne sera pas développé pour la V1 alors que le module « partage » aura une story développée : celle permettant de partager son plat sur Facebook.

## 7. Exploitation des résultats

Une fois l'atelier terminé l'équipe de développement récupère, si elle le désire, les affiches des personnas (pour les afficher dans sa salle) et peut commencer à rédiger proprement les stories à partir des post-its et prioriser les stories de la V1 du produit.

Un second atelier de planification, avec les mêmes participants, peut ensuite être organisé : le Blitz planning game. Celui-ci permet en effet d'affiner le périmètre des versions du produit en positionnant les tâches à réaliser dans le temps (ce dont il a été tenu compte en principe dans la détermination des différentes versions mais un travail sur le détail du planning fera sans doute apparaître des tâches qui avaient été omises).