



Tuoteomistajan rooli Scrumissa

Tuoteomistajakoulutuksen 2. moduuli



Moduulin tavoitteet

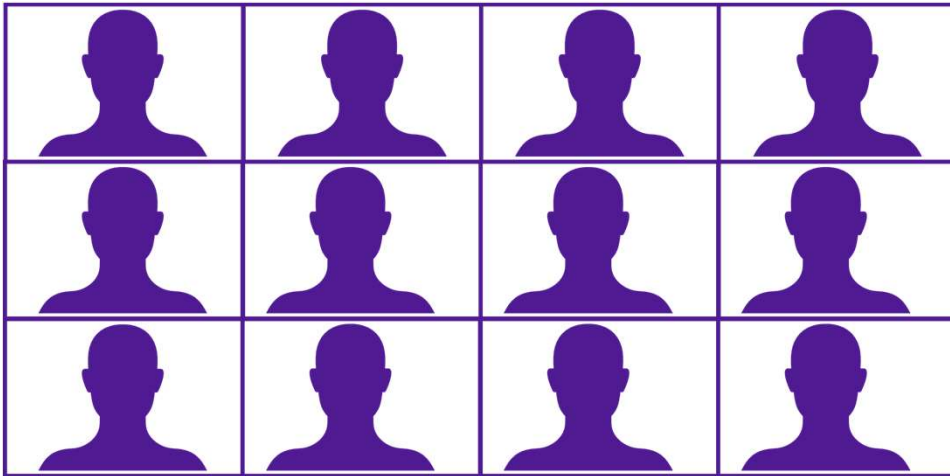
- Ymmärrät PO:n roolin Scrumissa ja sen eri tapahtumissa
- Ymmärrät, millaista osaamista PO tarvitsee
- Ymmärrät, mitä on liiketoiminta-arvo ja mikä on tuoteomistajan vastuu sen tuottamisessa
- Tunnistat keinoja sidosryhmien ja odotusten hallintaan



Agenda

1. Tuoteomistajan ominaisuudet, vastuut ja tehtävät Scrumin tapahtumissa
2. Liiketoiminta-arvo, priorisointi ja odotusten hallinta
3. Roadmap eli tiekartta tuoteomistajan kommunikointivälineenä
4. Sisällönhallinta
5. Projektiajattelusta tuoteajatteluun
6. Tuoteomistaja fasilitoijana
7. Palvelumuotoilu tuoteomistajan apuna
8. Yhteenveto

Taas yksi videokokous, jossa yritetään tehdä jotain yhdessä..



Millaista tämä on?

- Ärsyttävää? Varmasti!
- Yhdessä oppiminen on erilaista, kun ollaan etänä? Varmasti.
- Mieli lähtee helposti vaeltamaan, ehkä tietokone heittää jonkun viestin, joka tekee mieli kurkata? Useimmilla....

Kouluttajan vinkit ja toiveet

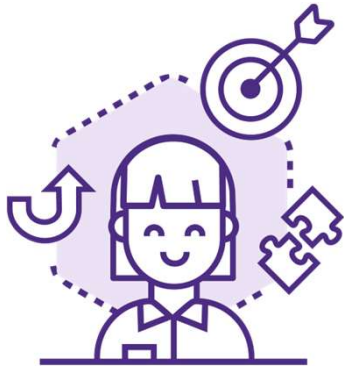
- Pidä video päällä jos olet pukeissa
- Pidä mikrofoni auki jos kukaan ei imuroi taustalla
- Jos mielesi karkaa, tule takaisin. Koeta vastustaa kiusausta.
- Aktivoi itsesi kysymällä, tekemällä muistiinpanoja, kommentoimalla
- Parkkipaikka, jos rönsyilläään



Raija Harle Agile Leadership Coach, kouluttaja

Raijalla on vahva käytännön kokemus yli kahdenkymmenen vuoden ajalta suurien yritysten toimintatapojen järkevöittämisestä. Hän auttaa yrityksiä mielellään hands on- Agile Coachina ja ässä esimerkiksi RTE-roolin erinomaisesti. Raija käy mielellään puhumassa erilaisissa tilaisuuksissa ketteryydestä ja jakaa tietoa parhaaksi koetuista käytännöistä. Hän liidaa myös Taskmillin valmennus- ja koulutusyksikköä sekä suunnittelee organisaatiospesifejä ketteryysvalmennuksia. Raija hankkii kaikki mahdolliset työkalut, jotka hänen käsiinsä annetaan.

Taskmillin palvelut



Ketterä muutospalvelu

Toteutamme organisaatiollesi sopivan ketterän tekemisen mallin, jonka avulla saat nopeasti tuloksia sekä tyytyväiset työntekijät. Meillä ei ole muita prioriteetteja kuin sinun onnistumisesi.



Ketterä roolitus

Varmistamme hankkeesi onnistumisen kokeneen Scrum Masterin, tuoteomistajan tai ketterän hankepäällikön avulla. Tarjoamme Agile Coacheja palveluna ja Business Analystimme takaavat tuotteidesi laadun.



Fasilitointi ja etäfasilitointi

Fasilitoinnin huippuammattilaiset auttavat sinua toteuttamaan tuloksekkaan työpajan tai tapahtuman olipa kyse big room -suunnittelusta tai strategia-workshopista.

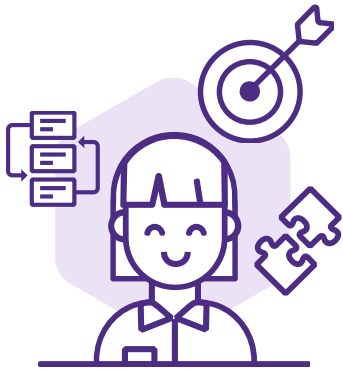


Koulutukset ja valmennukset

Olipa kyseessä ketteryys tai leadership, käänntekeivät käytännönläheiset koulutukset ja valmennukset nostavat organisaatiosi tietotaidon uudelle tasolle.

Tuoteomistajan ominaisuudet, vastuut sekä rooli Scrumin tapahtumissa

Tuoteomistajan vastuut (accountable)

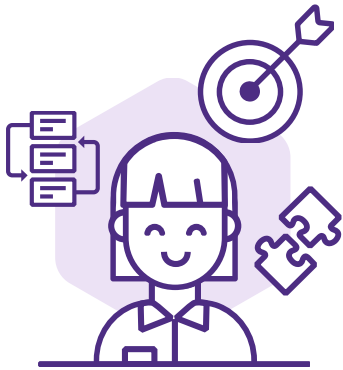


- Edustaa asiakasta tiimille
- Maksimoi tiimin tuottaman arvon
- Määrittää tuotteen tavoitteen ja tiekartan (roadmap)
- Omistaa ja priorisoi tuotteen työjonon (backlog)
- Tekee backlogista läpinäkyvän
- Auttaa tiimiä ymmärtämään tuotteen tavoitteen sekä tuotteen backlogin tehtävät

On ok delegoida tehtäviä, mutta vastuu säilyy aina tuoteomistajalla

Millaaisia taitoja
tuoteomistaja
tarvitsee?

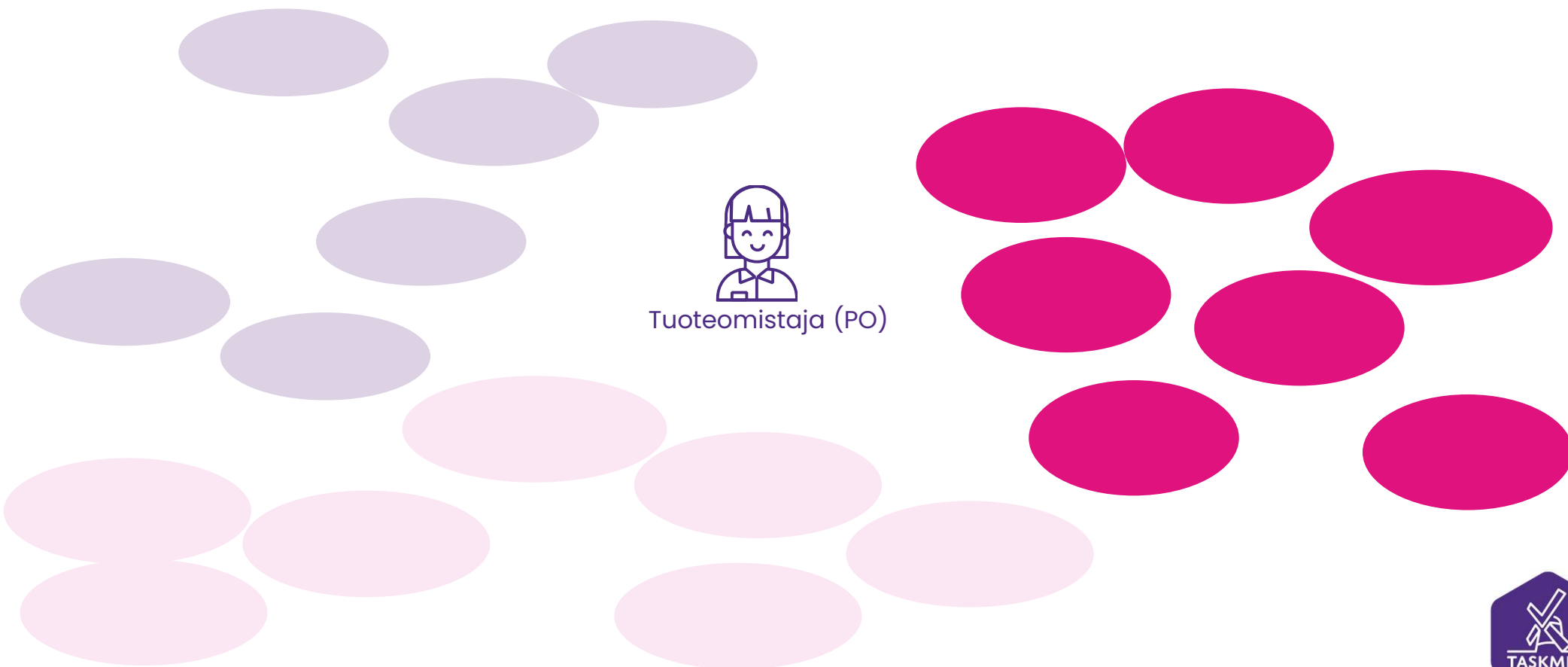
Tuoteomistajan ominaisuudet



- Erinomaiset kommunikaatiotaidot
- Scrum-tiimin saatavilla päivittäin
- Ymmärtää erinomaisesti alan
- Hyvä business-ymmärrys
- Tekninen perusta - ymmärtää mahdollisuudet
- Päätöksentekokyky - pystyy tekemään päätöksiä nopeasti ja luotettavasti
- Erinomaiset neuvottelutaidot
- "Helikopteri-näkymä" – ymmärtää kokonaisuuksia
- Osaa innostaa tiimiä
- Rohkeutta sanoa "ei"

Kenen kanssa tuoteomistaja tekee yhteistyötä?

5 min



Scrumin tapahtumat, tuotokset ja roolit



Tuoteomistaja Sprintin suunnittelussa



- Tuoteomistaja on tarvittaessa ylläpitänyt tuotteen tavoitetta backlogilla – onhan tavoite kaikille kristallinkirkas?
- Tuoteomistaja tuo suunnitteluun valmistellun backlogin, valmistellut tehtävät tärkeysjärjestyksessä
- Tuotteen backlogilla asioita on jo pilkottu -> arvontuotto mahdollisimman lyhyessä ajassa
- Tuoteomistaja esittelee tärkeimmät asiat sprintille
- Tuoteomistaja ja tiimi käyvät läpi tehtävät ja varmistavat että kaikki ymmärtävät tehtävät samalla tavalla

- Kehittäjät arvioivat tehtävät, oman kapasiteettinsa ja määrittelee paljonko, ja mitä tehtäviä seuraavan sprintin aikana voidaan tehdä
 - PO ei saa painostaa tiimiä, siitä aiheutuu vain ongelmia
- Kehitystiimi muodostaa sprintille tavoitteen, johon sitoutuu



Tuoteomistajan rooli päivittäispalaverissa (Daily)



- Saa osallistua kuuntelijana



Tuoteomistajan rooli Sprintin katselmoinnissa



- Kehittäjät esittelevät valmiita tuotoksia, joskus tuoteomistajakin voi demota
- Tuoteomistaja kerää muun tiimin kanssa asiakkailta / sidosryhmiltä palautetta
- Tuoteomistaja keskustelee tuotteen tavoitteesta ja askelista, joita tarvitaan tuotteen tavoitteen saavuttamiseen
- Tuoteomistaja päivittää tarvittaessa tuotteen tavoitetta tai backlogin tehtäviä



Tuoteomistajan rooli retrospektiivissä



- Tuoteomistaja Scrum-tiimin jäsenenä osallistuu retroon
- Koko tiimi etsii keinoja parantaa tuottavuutta ja laatua

Tuoteomistajan rooli Sprintin aikana



- On tiimin käytettävissä päivittäin
- Auttaa tiimiä ymmärtämään tehtäviä
- Edustaa tiimille asiakasta - vastaa tiimin kysymyksiin (tai ottaa asiakseen selvittää vastauksen)
- Vie backlogin tehtäviä tarkemmalle tasolle yhdessä tiimin kanssa (backlog refinement)
 - Hyvä alku on kerran viikossa
 - Asioiden kuvauksen lisääminen, koon määrittäminen, hyväksymiskriteerien määrittäminen jne
- Varmistaa yhteisen ymmärryksen tehtävistä
- Varmistaa, että tiimi on valmis Sprintin suunnittelussa keskustelemaan tärkeimmistä tehtävistä
- Ymmärtää tiimin vauhdin, esimerkiksi mittareita seuraamalla, ja pystyy arvioimaan tuotteen kehittämistä eteenpäin -> päivittää tiekarttaa (roadmap)



Liiketoiminta-arvo ja odotusten hallinta

Liiketoiminta-arvo

- Tuoteomistajan vastuulla on tuottaa liiketoiminta-arvoa
 - Arvoa ilmentää tuotteen backlog (työjono)
- Liiketoiminta-arvo voi muuttua ajan mukana
- Liiketoiminta-arvo voi koostua esimerkiksi:

Käyttäjäarvo:
Mitä voimme
myydä? Millä on
arvo
käyttäjälle?

Osakkeen arvo,
brändin
rakentaminen

Mahdollisuuksien
rakentaminen

Riskin
vähentäminen:
Mitä riskejä
meidän tulee
lieventää tai
ratkoa?

Mikä on arvokasta
nykyisessä
projektissa /
organisaatiossasi?

Tuoteomistajan työkaluja odotusten hallintaan



Visio / tavoite

Varmista, että tuotteen tavoite on löydettävissä, ymmärrettävissä ja kommunikoitu. Ja ymmärretty.



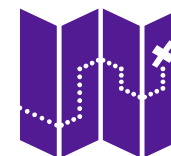
Priorisointi

Formaali, läpinäkyvä
tapa priorisoida tehtäviä



Läpinäkyvyys

Tee backlogista läpinäkyvä
Tee työstä läpinäkyvää



Tiekartta

Tee suunnitelmasta näkyvä

Tuotteen tavoite



Tavoite kertoo

- Mihin olemme menossa tämän ratkaisun kanssa?
- Kuka on asiakas?
- Kenen kanssa työtä tehdään?
- Mitä ongelmaa olemme ratkaisemassa?
- Millaisia ominaisuuksia tuotteeseen kuuluu?
- Mitä hyötyä tuotteen rakentamisesta on?
- Tuotteen erityistarpeet?
- Mikä on erottava tekijä markkinoilla?

Tavoitteen voi kuvata esimerkiksi erilaisille visualisointipohjille (canvas)

The Product Management Canvas

Product Name: _____ Canvas by: _____ On: _____
Iteration #: _____

Idea This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Market This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Business value This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Features This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Metrics This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.
	Customer segment This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.			
Evangelism This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Visual identity This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Go to market This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Key resources This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.	Risks This is a sample text. Insert your desired text here. This is a sample text. This is a sample text. Insert your desired text here.

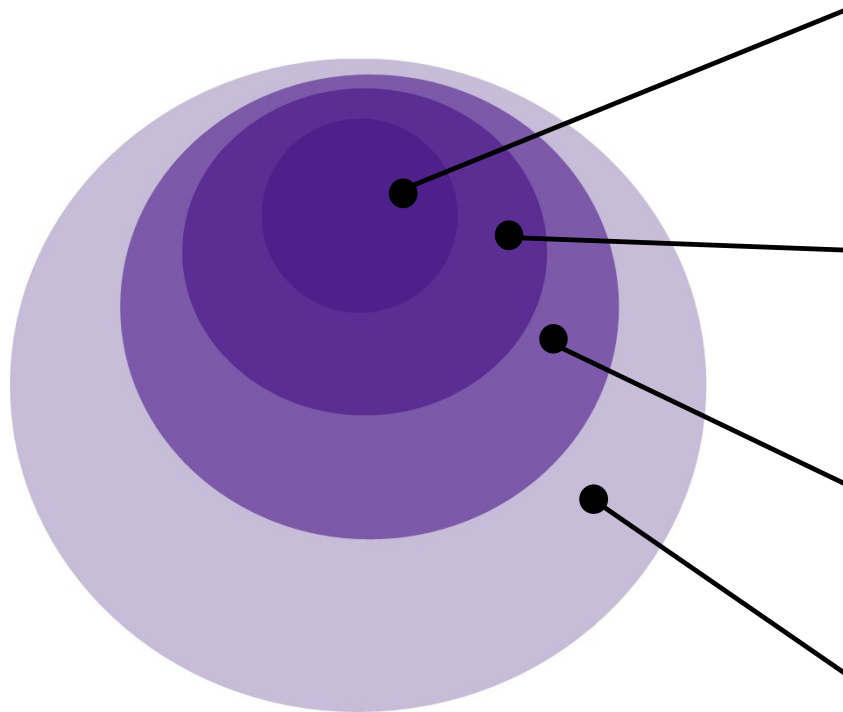
Designed by Dinker Charak, <http://www.ddlinnxx.com>, Version 0.7.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1886, Mountain View, CA 94042, USA.

Name The name of the product.	Goal The reason for creating the product.	Metrics The measures to determine if the goal has been met.
Target Group The users and the customers with their needs. Personas are a great way to describe the target group.	Big Picture The desired user experience (UX): the user journeys, the product functionality, the visual design, and the nonfunctional properties. Epics, scenarios, storyboards, workflows, design sketches, mock-ups, and constraint stories are helpful techniques.	Product Details The goal of the next iteration with specific actionable items to reach the goal. The items are ordered from one to n, and may be captured as detailed user stories.



Tuoteajattelu



Tuotteen ydin

- Minimitoiminnallisuus, joilla tyydytetään asiakkaan tarve

Odotettu tuote

- Nämä löytyvät jo tyypillisesti kilpailijoiden tuotteesta

Lisätoiminnallisuudet

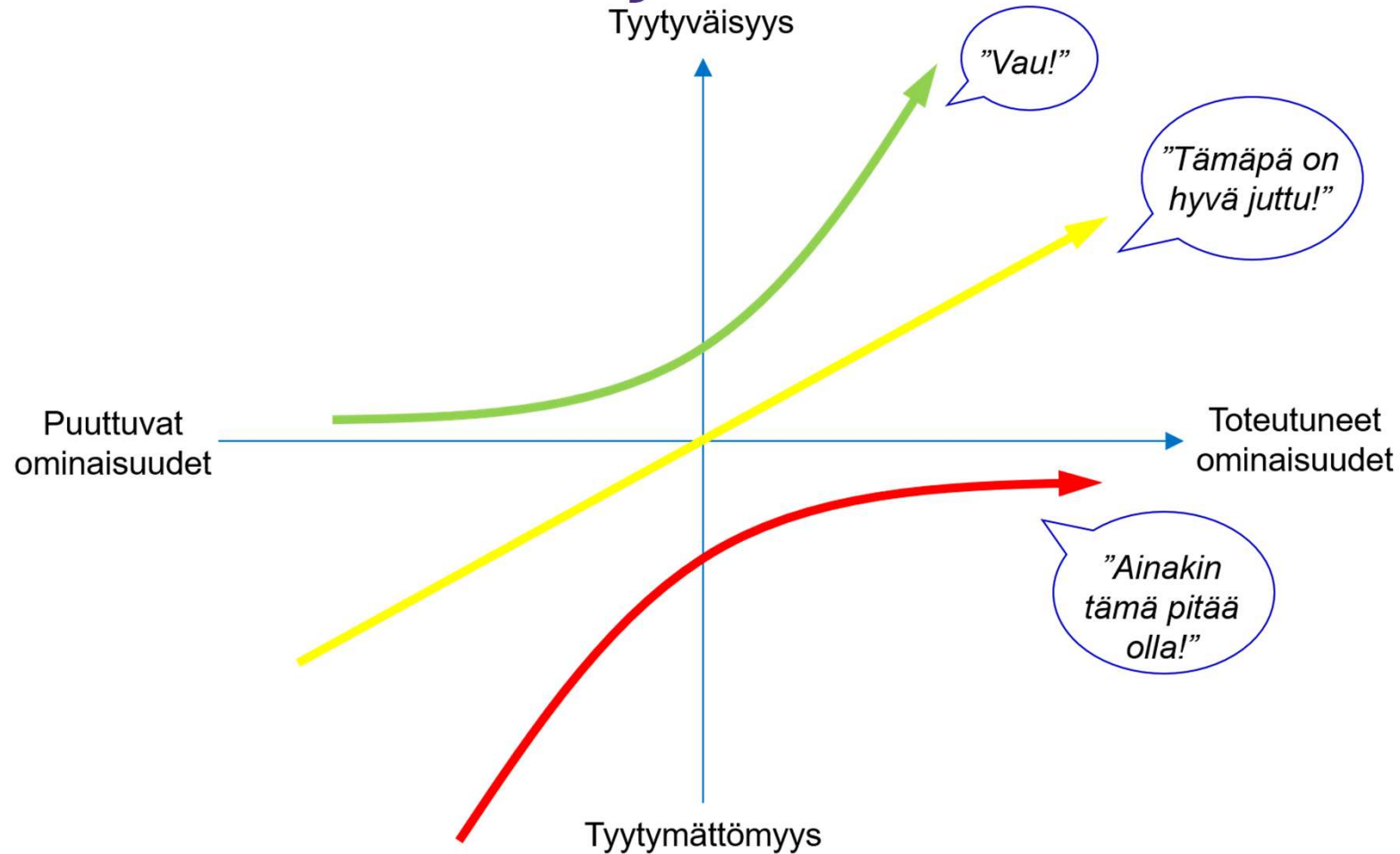
- Erottavat tekijät, kilpailuedut

Mahdollisuudet

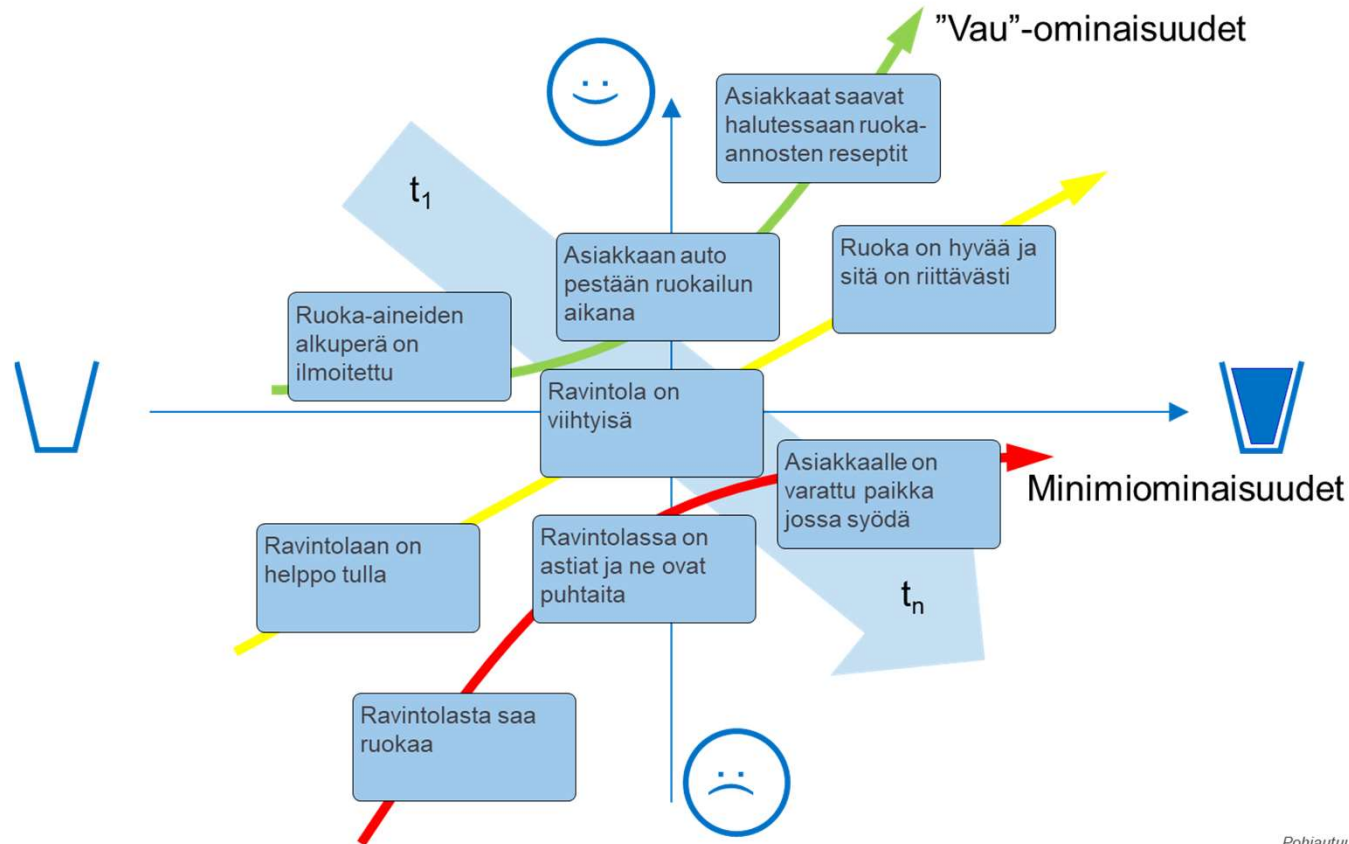
- Tulevaisuuden kehitysideat

Theodore Levitt <https://hbr.org/1980/01/marketing-success-through-differentiation-of-anything>

Kano-malli tuoteajattelussa



Kano-malli: esimerkki ravintolasta



Pohjautuu Nokriaki Kanon Kano malliin

Minimun Viable Product-ajattelu (MVP)



Mikä on tuotteesi
tavoite?
Miten arvoa voisí
mitata?

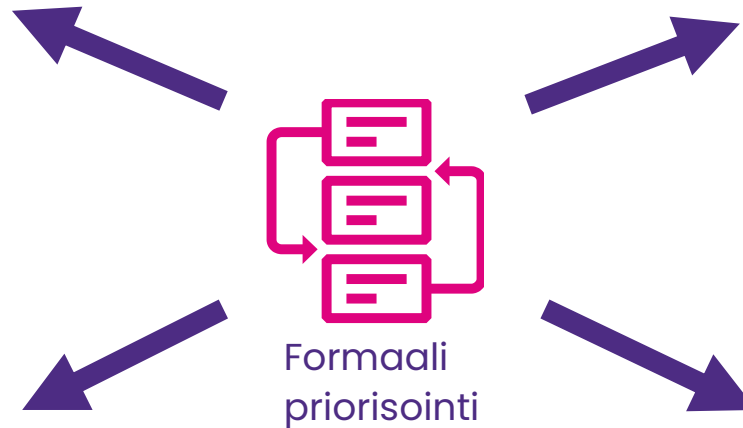
Priorisointi – mikä on tärkeää?



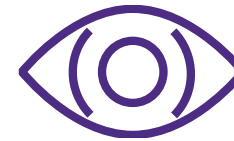
Tarkoituksena löytää tehtävät, joilla saadaan nopeasti liiketoiminta-arvoa



Estää huonoja käytäntöjä, kuten töiden valitseminen sen perusteella "kuka huutaa kovimmin"



Huom! Älä unohda mahdollistajia

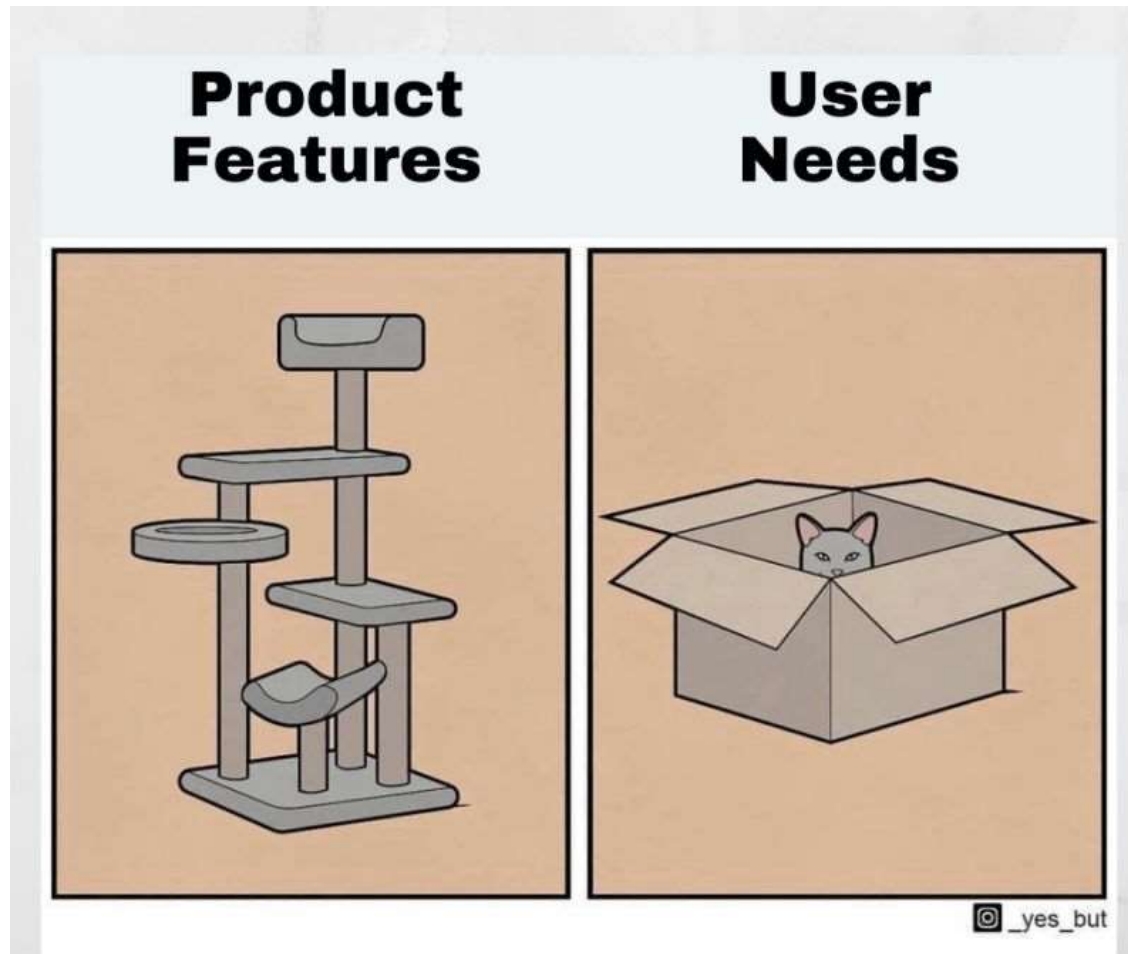


Löydä läpinäkyvä tapa kertoa, miksi joku asia on tärkeämpi kuin toinen



Antaa luvan sanoa arvoa tuottamattomille tai tuotteen tavoitetta edistämättömille ideoille "ei" tai "myöhemmin"

Rakenna vain se, mikä tuottaa arvoa



Priorisointimenetelmiä on monia

KORI-TEKNIIKAT (esim. Kano, MOSCOW)



Pakko



Pitää



Voi



Ei

TAI



Tyytyväisyys



Pakko



Houkuttelee

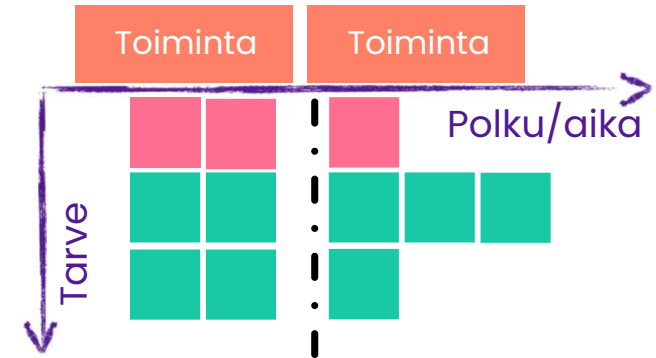


Yhdentekevää

OSTA TOIMINNALLISUUS / OSALLISTAVA PRIORISOINTI



KÄYTTÄJÄTARINATEKNIikka



RYHMÄARVIOINTI, SOVITUT SÄÄNNÖT

WSJF

Odotuksen hinta

$\frac{\text{Odotuksen hinta}}{\text{Työn koko/kesto}}$

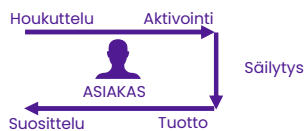
TAI



LUOTTAMUKSELLINEN

TAI

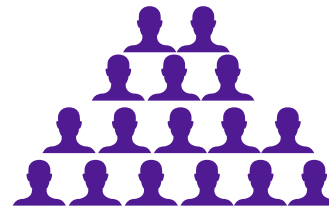
Liiketoimintatavoitteiden edistäminen



POMO / PO PÄÄTTÄÄ



Yksi omistaja
prioriteeteille: nopeaa
ja kevyttä



Tai pyramidi:
yksi taso ehdottaa,
toinen päättää

Aputyökaluja

Business case laskenta

Arvontuoton mittaaminen

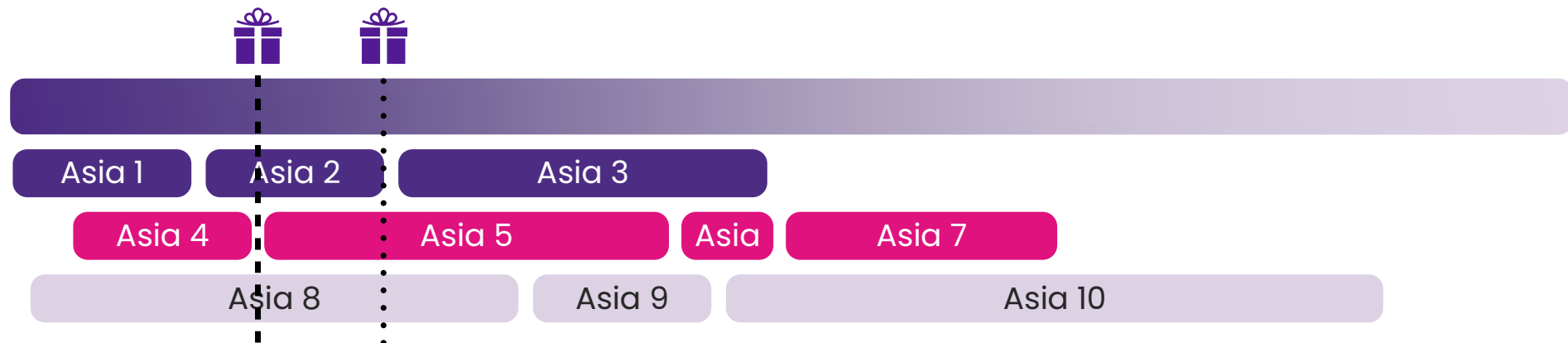
Liiketoiminnan tavoitteet / strategia



Roadmap eli tiekartta PO:n kommunikaatiovälineenä

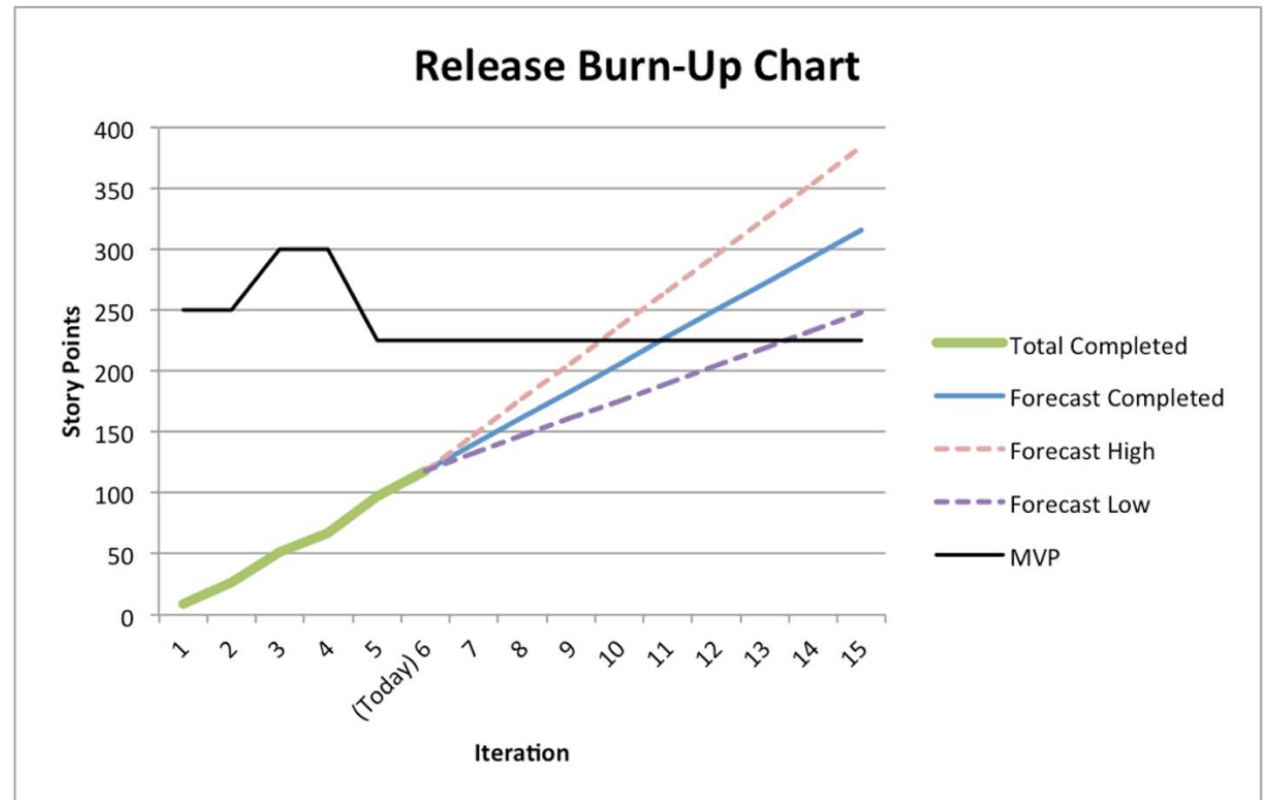
Tiekartta (roadmap)

- Tiekartta kuvaa hankkeen kulun ja julkaisusuunnitelman karkeahkolla tasolla
- Se visualisoi tekijöille ja sidosryhmille kokonaisuutta ja tulevaa tuotteen tavoitetta ja visiota
- Samalla tiekartalla hallitaan odotuksia – tehdään läpinäkyväksi prioriteetit ja odotukset
- Tiekartta toimii viestinnän tukena



Ennustaminen – julkaisun burn-up

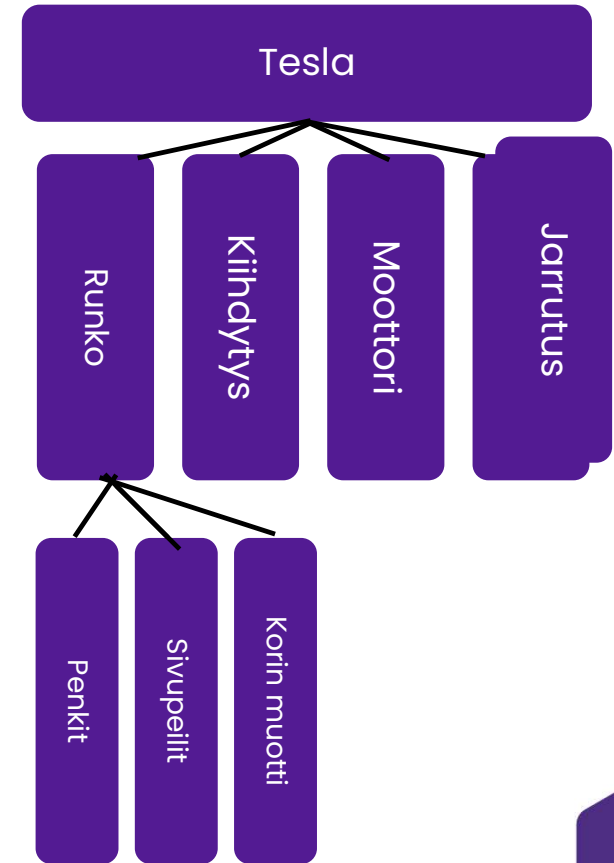
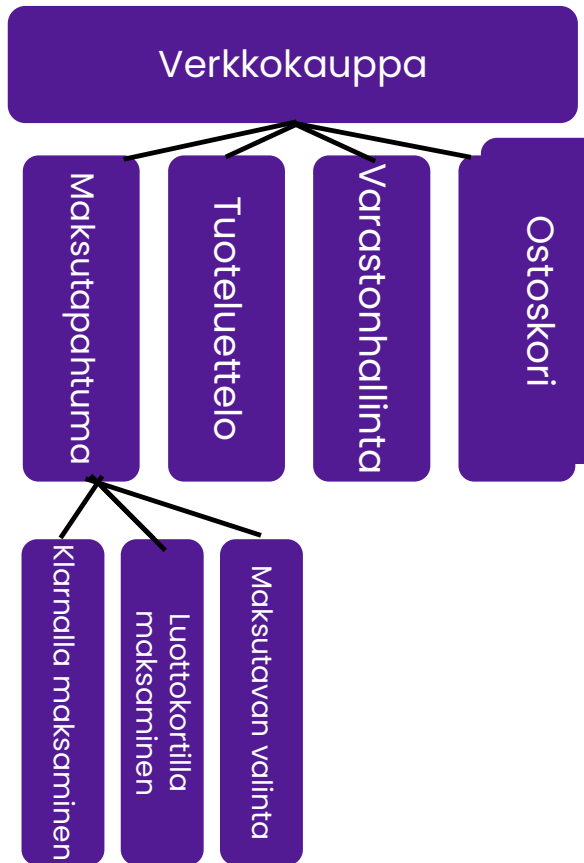
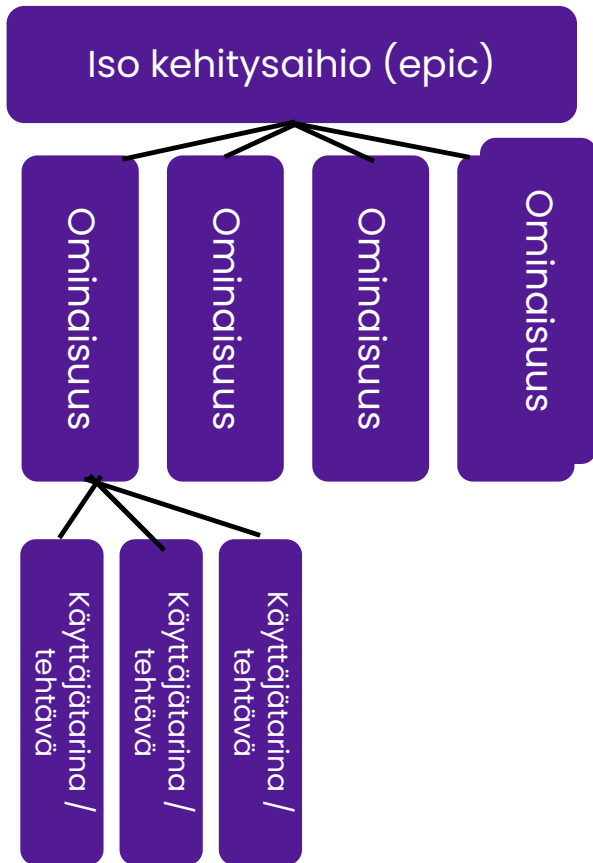
- Tuotteen julkaisun ennuste: eteneminen tähän hetkeen + ennuste julkaisun valmistumisesta
- Edellyttää, että myös tuleva työ on arvioitu
- Näyttää julkaisuun lisätyn ja julkaisusta poistetun työn määrän



This Photo by Unknown Author is licensed under CC BY-SA

Sisällönhallinta

Ketterä vaatimusmäärittely



Ketterä vaatimusmäärittely – käyttäjätarina

Kuvaa kuka tarvitsee,
mitä tarvitsee ja miksi
tarvitsee



3C = Card – Conversation –
Confirmation

- Käyttäjätarina (kortti) on pohja keskustelulle
- Keskustelulla varmistetaan yhteinen ymmärrys
- Tästä muodostuu hyväksyntäkriteerit (vahvistus), jotka kirjataan tarinalle

Esimerkki:

- Minä pankin asiakkaana (kuka) haluan nähdä verkkopankissa viimeiset tilitapahtumani (mitä), jotta voin tarkistaa saldoni ja nähdä, onko kaikki tapahtumat veloitettu (miksi)

Hyväksyntäkriteerit:

- Kun asiakas menee katsomaan tilin tietoja, hän näkee viimeiset 10 tapahtumaa ensimmäisellä sivulla.
- Tapahtumista näkyy tapahtuma-aika, tapahtumatyyppi, saaja ja summa.
- Veloitukset näkyvät miinusmerkkisinä, muut plus-merkkisinä.
- Asiakas voi nähdä tilillään myös katevaraukset.

Invest-sääntö käyttäjätarinoille

Käyttäjätarinan tulisi olla:

Independent / Riippumaton	Itsenäinen, voidaan toteuttaa missä järjestyksessä vaan
Negotiable / neuvoteltavissa	Neuvoteltavissa, kysymyksillä päästään parempaan lopputulokseen. Ei kuvattu "miten"
Valuable / Arvokas	Arvokas käyttäjälle tai ostajalle
Estimable / Arvioitavissa	Arvioitavissa eli riittävän selkeä
Small / Pieni	Pienet tarinat liikkuvat nopeammin ja niihin liittyy vähemmän riskiä
Testable / Testattavissa	Testattavissa

- ✓ Asiakkaana voin maksaa Visalla
- ✓ Asiakkaana voin maksaa Paypalilla
- ✓ Asiakkaana näen edelliset ostokseni (Kaikki? Viimeiset x vuotta? Ne, joissa takuu voimassa?)
- ✓ Asiakkaana pääsen käsiksi ostosteni takuutodistuksiin kirjautuessani myymälään
- ✗ Tuotetiedot näytetään
- ✓ Laitteille näytetään tekniset tiedot
- ✓ Kohdetarina muutama päivä, tehtävä pari tuntia
- ✗ Asiakkaana näen tuotetiedot nopeasti
- ✓ Asiakkaana näen tuotetiedot 2 sekunnissa



Harjoitus: Töiden pilkkominen

15 min

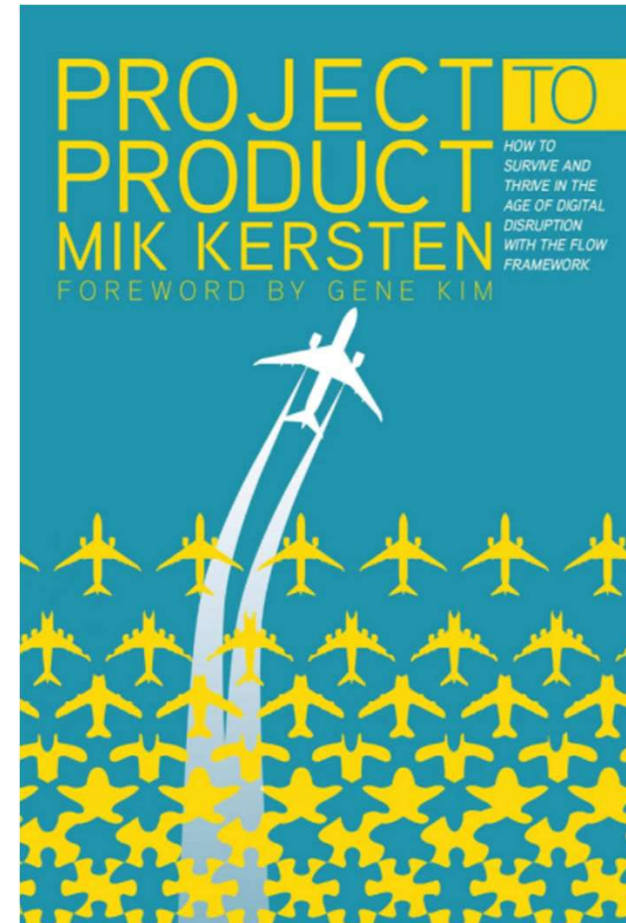
- Verkkokauppa: miten ostoskori-toiminnallisuus pilkotaan järkeviksi ja pieniksi tehtäviksi
- Kokeillaan kirjoittaa vaatimuksia käyttäjätarinamuotoon
- Mikä on oikea taso tehtäville?



Projektiajattelusta tuoteajatteluun

Tuote vs. projekti

- Kun projekti loppuu, onko tuote valmis, ja se voidaan unohtaa?
- Tuotteella on elinkaari. Jos keskitytään vain yhteen projektiin kerrallaan, unohdetaan
 - kokonaisuus, pitkän ajan tähtäin, mikä on arvokasta ja osa-optimoidaan tekemistä
 - skaalautuvuus, ylläpidettävyys, hypoteesin/arvon mittaaminen
- Tyypillisesti tuotteella on kehityspiikki alussa, ja sitten kehittäminen hidastuu



Projektiajattelu vs. tuoteajattelu



Aikataulun seuraaminen, fokus suunnitelmassa



Lyhytaikainen projekti



Budjetin seuranta



Tehokkuus ja lopputuotokset



Toimintojen ja yksiköiden perusteella



Johto- ja projektikeskeinen

Ydinajatus

Investoinnit, budjetit

Menestystekijät

Mittarointi

Tiimin rakenne

Organisaatorakenne



Epävarmuus, nopeat kokeilut, jatkuva parantaminen



Kyvyyksien rakentaminen pitkällä tähtäimellä



Arvon tuotto



Reagointikyvykyys ja lopputulokset

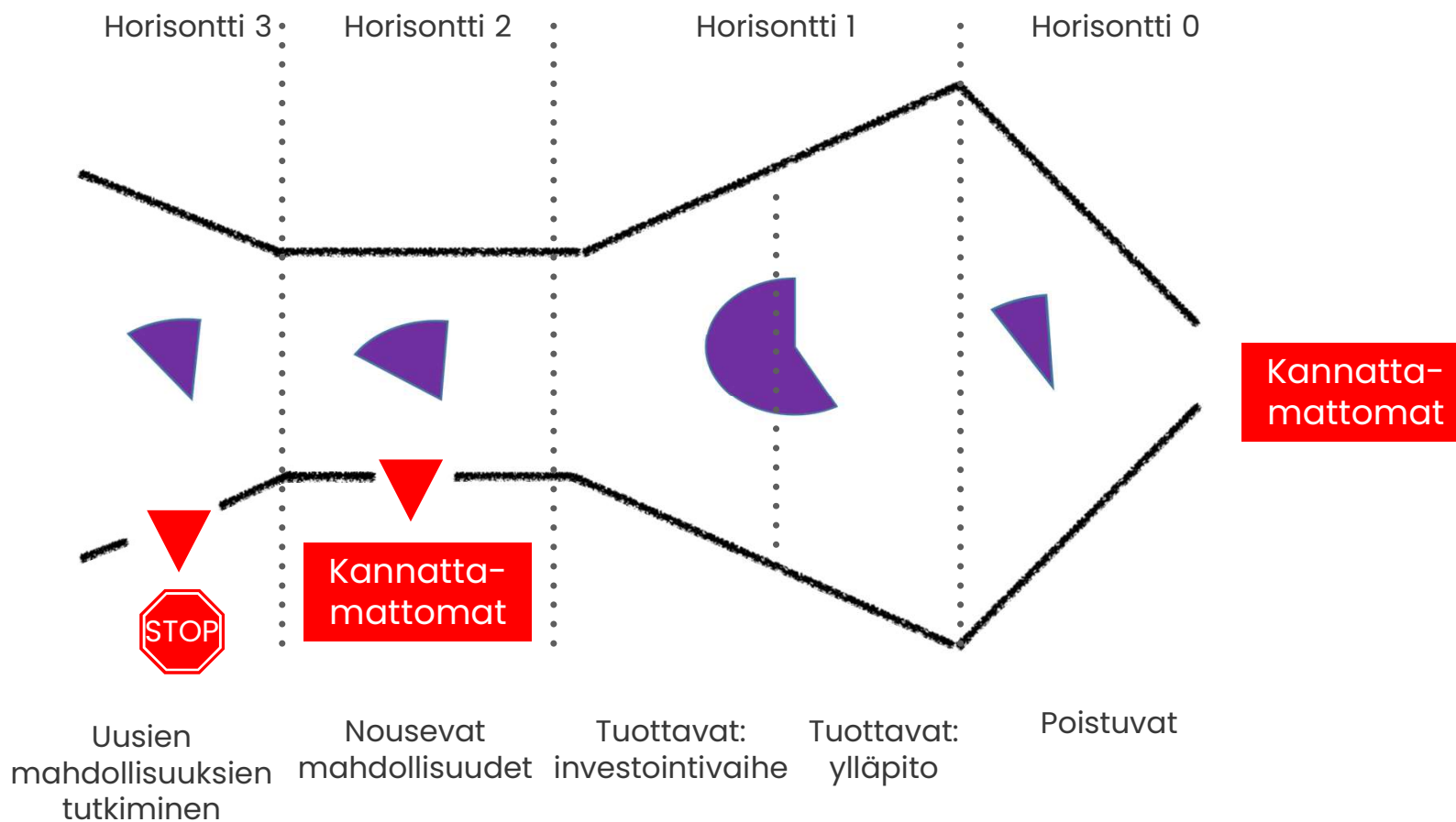


Muodostetaan tavoiteltavan arvon mukaan



Kannustetaan tiimin autonomiaan

Tuotteen elinkaari ja horisonttiajattelu



Toimiiko organisaatiosi
tällä hetkellä enemmän
projektí- vai
tuoteajatteluun
pohjautuen?

Tuoteomistaja fasilitoijana

Tuoteomistaja fasilitoijana

- Esimerkiksi yhteistyö sidosryhmien kanssa ja backlogin hienosäätö (refinement) tiimin kanssa edellyttää tuoteomistajalta fasilointitaitoja

Hyvän palaverin anatomia:

- Erinomainen valmistautuminen
- Selkeä agenda
- Selkeä tavoite
- Oikeat osallistujat
- Odotukset ihmisille avattu
- Tarvitaanko osallistujilta etukäteisvalmistautumista?

Etäfasilitointi vaatii enemmän

- Tunnin palaveri fasilointi vaatii saman verran valmistelua
- Tavoitteesta riippuen voidaan käyttää erilaisia fasilointitekniikoita (kts. linkki alla)

Erilaisia fasilointitekniikoita: <https://www.sessionlab.com/library>



Palvelumuotoilu tuoteomistajan apuna

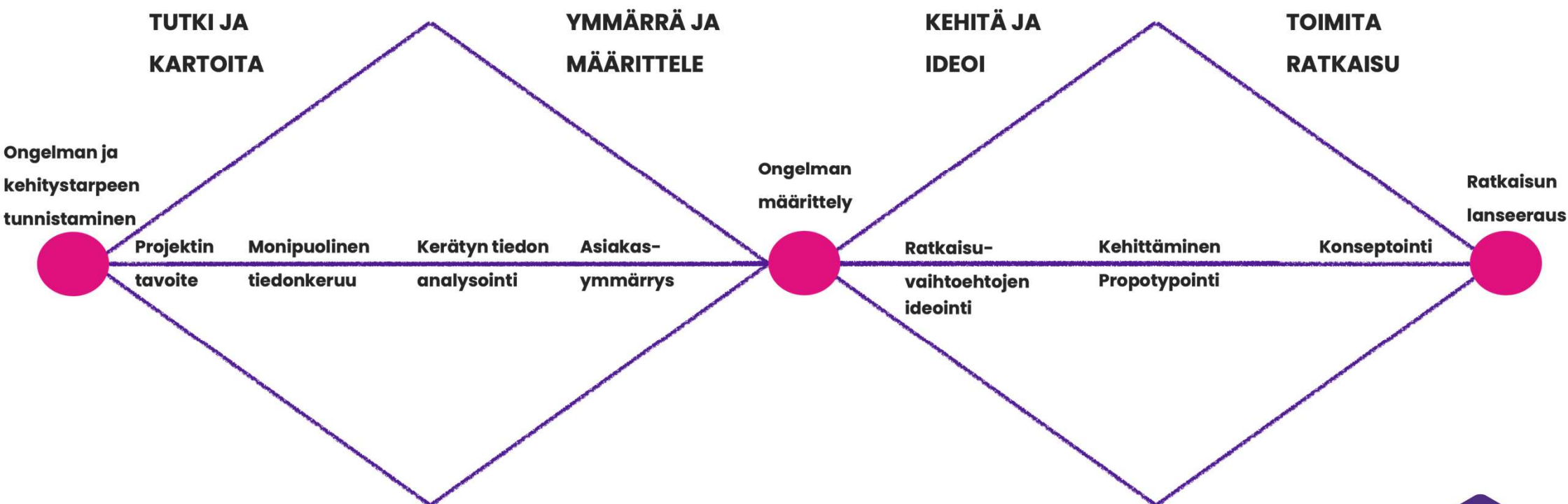


Lapin yliopiston maksuton johdanto palvelumuotoiluun:

<https://blogi.eoppimispalvelut.fi/johdatuspalvelumuotoiluun/>



Mitä tiedät jo
palvelumuotoilusta?
Käytetäänkö teillä
palvelumuotoilua
kehittämisessä?

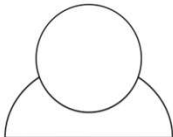
Palvelumuotoilu: tuplatimantti



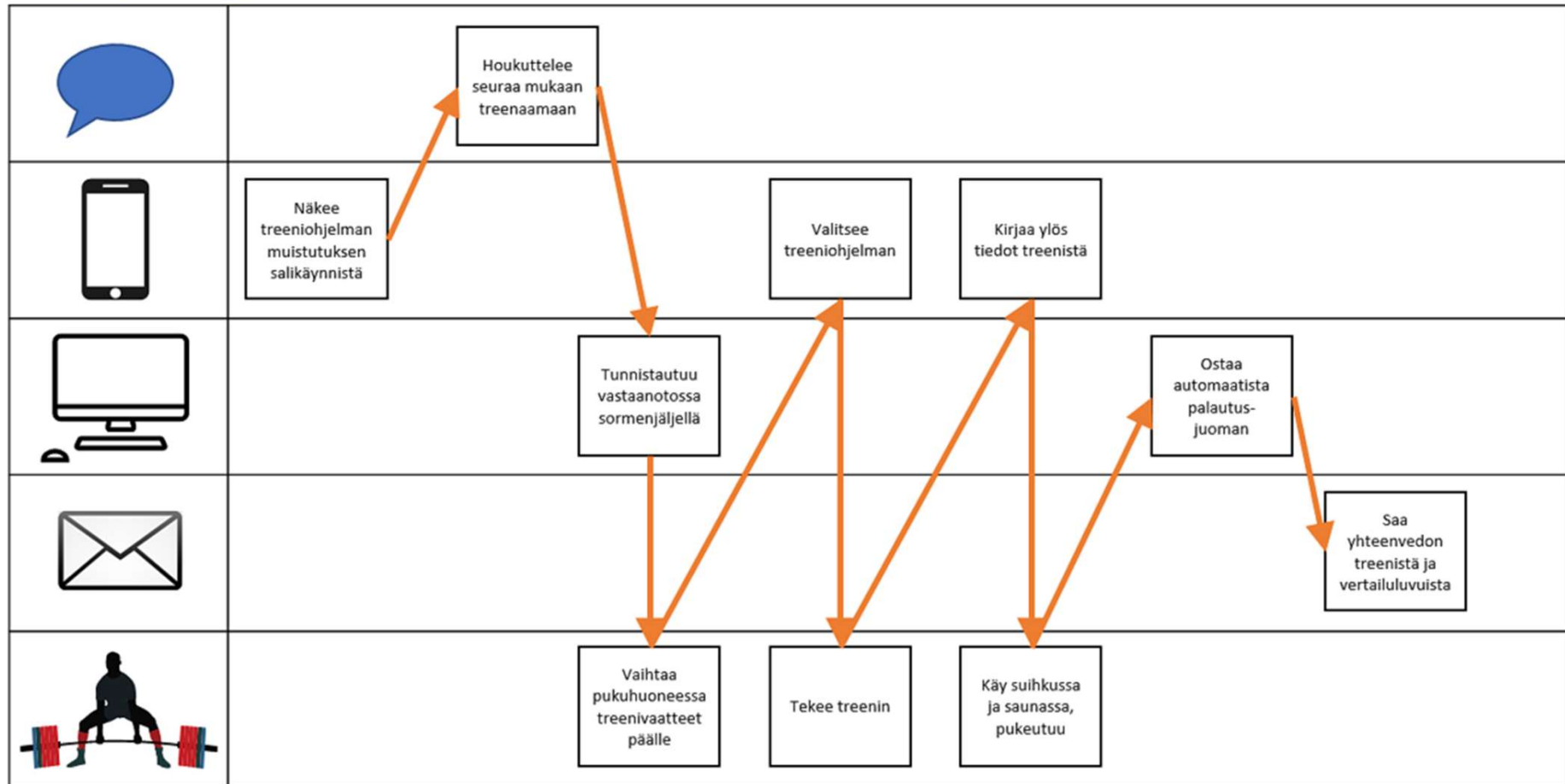
Palvelumuotoilu: käyttäjä/asiakaspersoonat

Käyttäjäpersoonat Tiimi.....

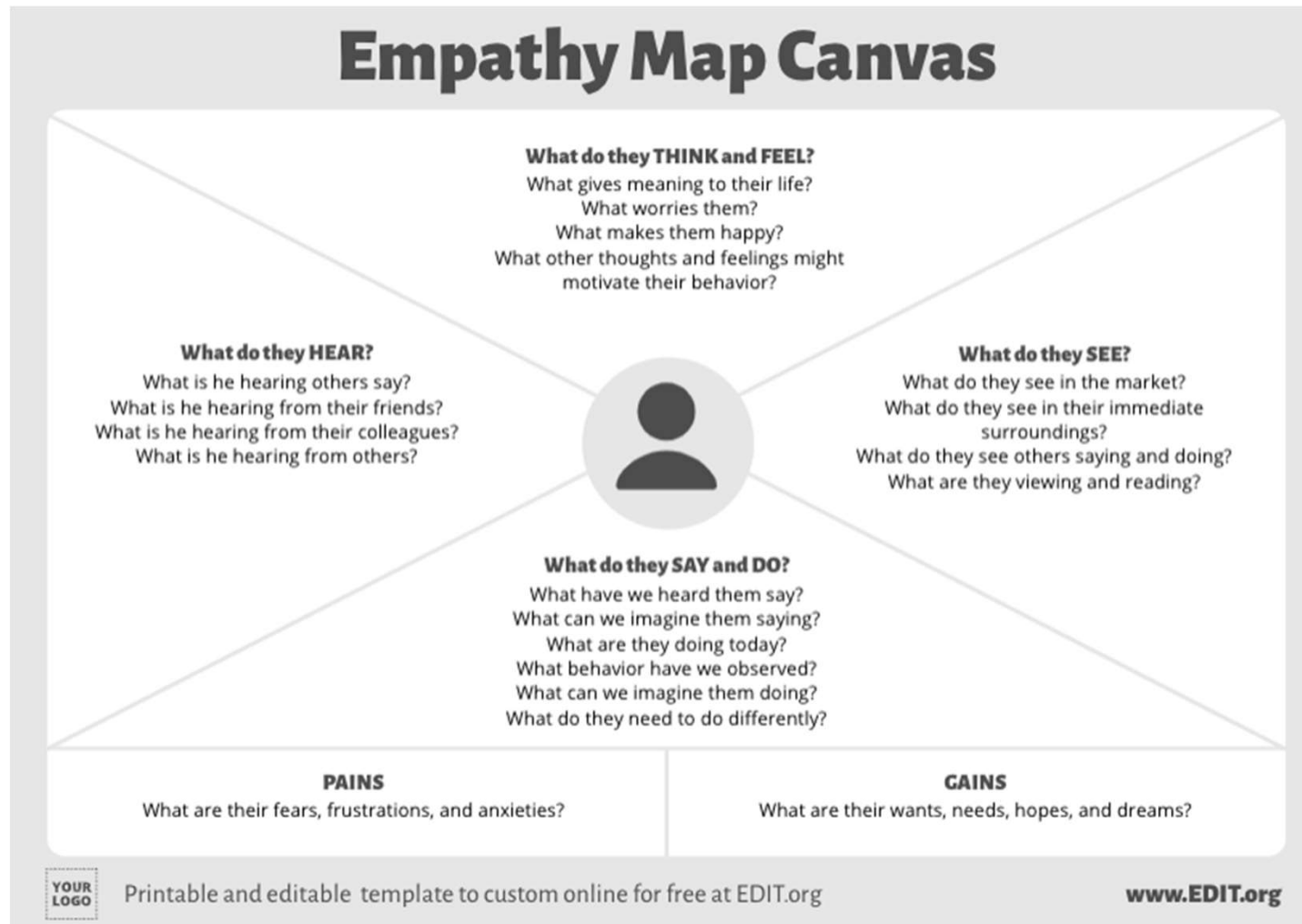



Kuva 	Elämäntyyli	
Nimi	Tavoitteet	Motivoivat tekijät
Tietoja	Käyttäytyminen	
Lainaus		

Palvelumuotoilu: asiakaspolku (customer journey mapping)



Palvelumuotoilu: empatiakartta



Kertaus: Moduulin tavoitteet

- Ymmärrät PO:n roolin Scrumissa ja sen eri tapahtumissa
- Ymmärrät, millaista osaamista PO tarvitsee
- Ymmärrät, mitä on liiketoiminta-arvo ja mikä on tuoteomistajan vastuu sen tuottamisessa
- Tunnistat keinoja sidosryhmien ja odotusten hallintaan



Mikä tänään
keskustelluista asioista
olisi helpointa ottaa
käyttöön omassa työssäsi
/ tiimissäsi /
organisaatiossasi?

Palveluksessanne!



Raija Harle

Agile Leadership Consultant

040 7472 922

raija.harle@taskmill.fi

<https://www.linkedin.com/in/raijaharle/>

Taskmill Oy



www.taskmill.fi