

4.5 - Técnicas y herramientas útiles para el Product Owner

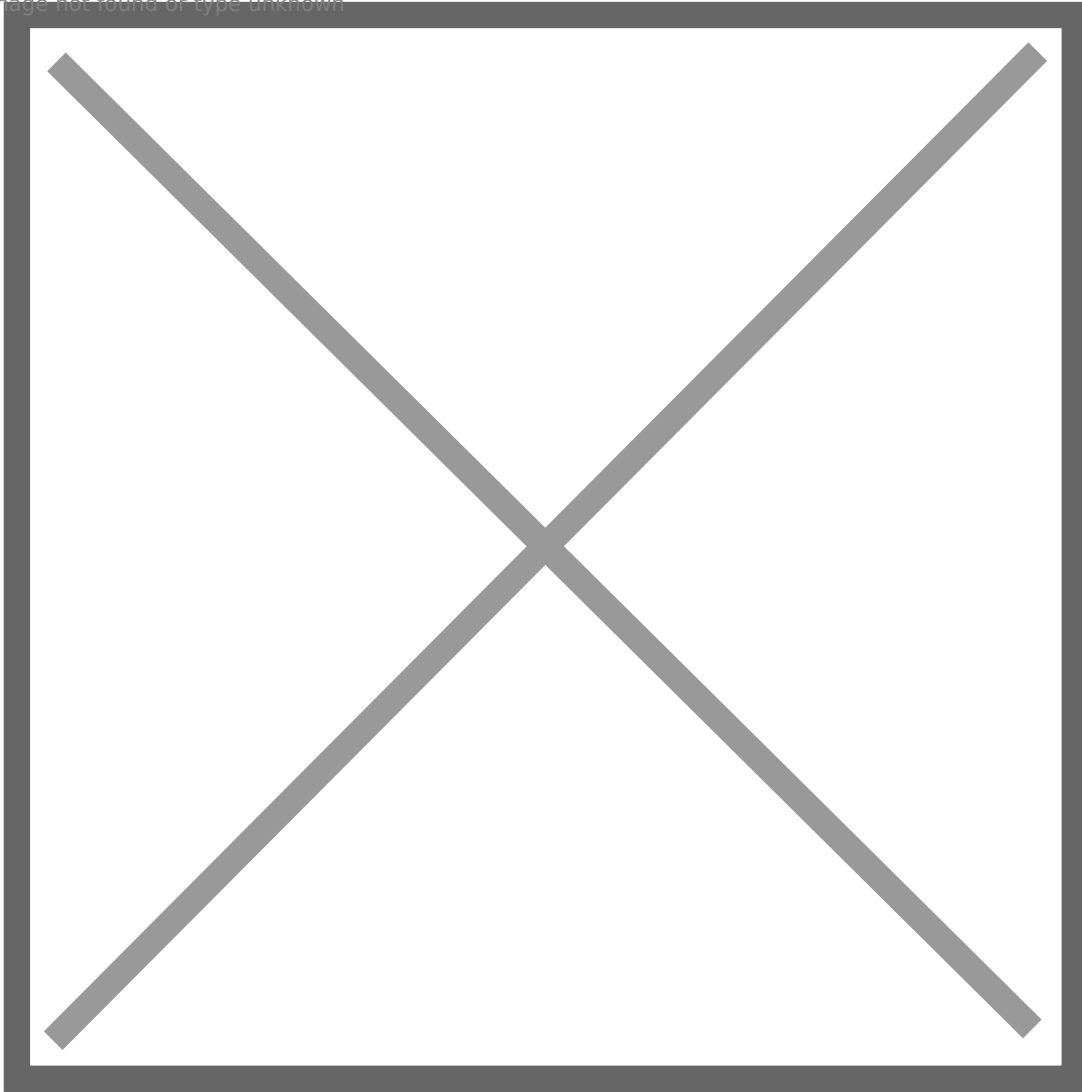
Herramienta 1: User stories mapping (Mapeo de historias de usuario)

Esta técnica es vital para organizar y visualizar de manera clara y estructurada los elementos del Product Backlog, agrupándolos según su funcionalidad y dependencia, lo que a su vez facilita su proyección a lo largo del tiempo.

El proceso de mapeo se desarrolla típicamente en sesiones de trabajo que duran entre 2 y 4 horas. Durante estas sesiones, se utiliza un lienzo y post-its para facilitar la categorización y priorización de los elementos que integrarán el producto.

Una de las grandes ventajas de este método es que asiste en la programación de los sprints, proporcionando una perspectiva clara para los stakeholders sobre qué se realizará y cuándo, aunque sea de manera aproximada.

Image not found or type unknown



La técnica de Mapeo de Historias de Usuario (User Stories Mapping) sirve como una herramienta crucial para estructurar y definir el MVP (Producto Mínimo Viable), permitiendo una visualización clara de las funcionalidades esenciales que deben ser implementadas en primera instancia para satisfacer las necesidades centrales del cliente.

¿Cómo construir el mapa de historias?

Antes de comenzar, es fundamental establecer el estado objetivo del producto (Product Goal), ya que esto determinará el contexto dentro del cual se desplegará el producto. Posteriormente, es necesario identificar las funcionalidades o componentes principales que constituirán el producto, conocidos como "épicas".

Pasos para crear un Mapa de Historias de Usuario

1. **Definición del Product Goal:** Establece claramente el objetivo principal del producto que guiará todas las decisiones futuras, recuerda basarte en el problema que se pretende

solucionar.

2. **Identificación de Épicas:** Determina las grandes funcionalidades o componentes que conformarán el producto.
 3. **Creación de Historias de Usuario:** Desarrolla historias de usuario que describan cada función desde la perspectiva del usuario.
 4. **Organización de Historias:** Organiza las historias de usuario identificadas en una estructura visual, categorizándolas según su funcionalidad y dependencia.
 5. **Priorización:** Establece las prioridades de las historias de usuario, decidiendo cuáles deben abordarse primero basándote en su valor y complejidad.
 6. **Revisión y Ajustes:** Durante las sesiones de refinamiento del Product Backlog, revisa y ajusta el mapa según sea necesario, incorporando los aprendizajes y cambios que surjan durante el desarrollo.
-

Herramienta 2: Técnica para priorizar - MoSCoW (Must have, Should have, Could have, Would have)

La técnica MoSCoW es un método efectivo para **priorizar los elementos del Product Backlog**, ayudando a discernir lo esencial de lo deseable. Aquí está desglosada en sus componentes:

- **Must have (M):** Características indispensables, sin las cuales el producto no puede lanzarse.
- **Should have (S):** Características importantes que agregan valor significativo pero no son críticas para el lanzamiento.
- **Could have (C):** Características deseables pero no necesarias, pueden posponerse sin afectar gravemente el producto.
- **Would have (W):** Características que serían buenas tener en algún momento, pero no son una prioridad en este momento.

Este enfoque facilita la toma de decisiones durante el refinamiento del backlog, permitiendo una distribución más estratégica de los recursos y esfuerzos del equipo.

¿Cuándo aplicar MoSCoW en Scrum?

La técnica MoSCoW puede aplicarse en varias etapas del [ciclo de Scrum](#):

- **Durante el Refinamiento del Product Backlog:** Para ayudar a definir y ajustar las prioridades de los elementos en el backlog.
- **En la Planificación del Sprint:** Para decidir cuáles elementos deben abordarse en el próximo Sprint, basándose en su prioridad y dependencia.

- **En las Revisiones del Sprint:** Para evaluar si las características "Must have" se han implementado correctamente y para re-priorizar características para los siguientes Sprints si es necesario.

Herramienta 3: Modelo Kano

El Modelo Kano es una herramienta útil para identificar y categorizar las necesidades del cliente en el desarrollo del producto. Se clasifica en las siguientes categorías:

- **Características Básicas:** Elementos que los clientes dan por sentado. Su ausencia causaría insatisfacción, pero su presencia no aumenta la satisfacción.
- **Características de Rendimiento:** Aspectos que pueden incrementar la satisfacción del cliente según su grado de implementación.
- **Características de Excitación:** Innovaciones que los clientes no esperan, pero que podrían deleitarlos y generar una ventaja competitiva.

Al aplicar el Modelo Kano, el Product Owner puede obtener una comprensión más profunda de lo que realmente desea el cliente, lo que puede ayudar a priorizar de manera efectiva las funcionalidades en el Product Backlog.

Herramienta 4: Customer Journey Maps (Mapas del Viaje del Cliente)

El Customer Journey Map es una herramienta visual que representa la experiencia total del cliente con un producto o servicio desde el primer contacto hasta la interacción final. Ayuda a comprender las necesidades, las emociones y los obstáculos que el cliente podría enfrentar en cada etapa. Aquí está su estructura general:

- **Puntos de contacto:** Donde y cuando el cliente interactúa con el producto o servicio.
- **Motivaciones:** ¿Por qué el cliente se siente motivado para continuar o abandonar?
- **Preguntas:** Dudas o inquietudes que el cliente pueda tener en cada etapa.
- **Emociones:** Cómo se siente el cliente en cada punto de contacto.

El uso de los Customer Journey Maps permite al Product Owner:

- Identificar áreas de mejora en la experiencia del cliente.
 - Priorizar características basadas en momentos críticos del viaje del cliente.
 - Diseñar soluciones que se alineen mejor con las expectativas y necesidades del cliente.
-

Otras herramientas / técnicas útiles para el Product Owner

- **Técnica de Estimación Poker (explicada en la sección de Developer):** Utilizada para estimar el esfuerzo requerido para cada tarea.
- **Impact Mapping:** Una técnica estratégica de planificación que visualiza las metas y el impacto esperado de un proyecto.
- **Herramientas de Gestión de Proyectos Ágiles (como JIRA, Trello, Asana):** Facilitan la organización y seguimiento de las tareas y progresos del equipo.
- **Lean Canvas:** Una herramienta que ayuda a desarrollar y afinar el modelo de negocio de un producto.
- **Analytics Tools:** Herramientas como Google Analytics para entender mejor el comportamiento del usuario y tomar decisiones informadas.

Revision #10

Created 6 September 2022 22:10:01 by CertMind

Updated 15 September 2023 02:02:35 by CertMind