

# ОЦЕНКА ЗРЕЛОСТИ КОМАНДЫ

**Длительность встречи:** 68 минут

**Даты встречи:** [дата встречи]

## **Протокол встречи:**

После внимательного изучения транскрипта встречи, я могу предоставить следующие оценки по заданным критериям:

### **1. Категория: Структура команды. Средняя оценка: 3.33**

- 1.1. Укомплектованность команды: 4
- 1.2. Единая цель: 3
- 1.3. Лидер команды: 4
- 1.4. Размер команды: 2

### **2. Категория: Результативность. Средняя оценка: 2.5**

- 2.1. Lead time: Информации недостаточно
- 2.2. Release frequency: 3
- 2.3. Change failure rate: Информации недостаточно
- 2.4. Mean Time to Repair: Информации недостаточно
- 2.5. Velocity / Capacity: 2
- 2.6. Достижение целей: Информации недостаточно
- 2.7. Ценность продукта для пользователей: 2

### **3. Категория: Product. Средняя оценка: 2.33**

- 3.1. Product Vision: 2
- 3.2. Product Strategy: 2
- 3.3. Roadmap: 3

### **4. Категория: Продуктовый подход. Средняя оценка: 2.1**

- 4.1. Анализ рынка: 1
- 4.2. Анализ конкурентов: 1
- 4.3. Качественные исследования: 2
- 4.4. Количественные исследования: 2
- 4.5. Целевая аудитория и сегментация: 3
- 4.6. Customer Journey и UX: 2
- 4.7. Работа с гипотезами: 2
- 4.8. Продуктовые метрики: 3
- 4.9. Сбор обратной связи и работа с пользователями: 3
- 4.10. Маркетинг и продвижение: 2

### **5. Категория: Agile Process. Средняя оценка: 2.75**

- 5.1. Использование User Stories: 2
- 5.2. Definition of Done: 3
- 5.3. Definition of Ready: 3
- 5.4. Груминг бэклога (PBR): 3
- 5.5. Ретроспективы: 3

- 5.6. Ревью спринта: 3
- 5.7. Отслеживание прогресса: 2
- 5.8. Backlog: 3

## **6. Категория: Инженерные практики. Средняя оценка: 3.4**

- 6.1. CI/CD: 3
- 6.2. Автотесты: 3
- 6.3. Код ревью: 4
- 6.4. Зрелость Архитектуры: 3
- 6.5. Тестовые стенды: 4

## **Структура команды**

### **1.1. Укомплектованность команды: 4**

В команде присутствуют различные роли, необходимые для достижения продуктовых целей: аналитики, разработчики, тестировщики, дизайнер. Участники обсуждают различные аспекты проекта, включая фронтенд, бэкенд, архитектуру, что указывает на наличие всех необходимых компетенций. Например, обсуждаются вопросы API, микросервисов, пользовательского интерфейса.

### **1.2. Единая цель: 3**

Команда обсуждает общие задачи и проблемы, что свидетельствует о наличии общих целей. Однако, нет явного упоминания конкретных OKR или продуктовых метрик. Участники фокусируются на текущих задачах, таких как доработка API и интеграция микросервисов, но не видно четкой связи с более глобальными бизнес-показателями.

### **1.3. Лидер команды: 4**

В обсуждении участвует несколько человек, которые принимают решения и направляют дискуссию (например, [ИМЯ УЧАСТНИКА] и [ИМЯ УЧАСТНИКА]). Однако, не видно единого лидера, который бы управлял всеми приоритетами и задачами. Решения принимаются коллегиально, что указывает на отсутствие единого источника задач и приоритетов.

### **1.4. Размер команды: 2**

В обсуждении участвует более 10 человек (упоминаются SPEAKER\_00 до SPEAKER\_14), что указывает на то, что в команде более 10. Это превышает оптимальный размер команды для эффективной работы.

### **Рекомендации:**

1. Для повышения эффективности работы рекомендуется разделить команду на несколько меньших подгрупп по 6-9 человек, каждая из которых будет

отвечать за определенный аспект проекта. Это улучшит коммуникацию и принятие решений.

2. Определить и четко обозначить единого лидера команды, который будет отвечать за приоритизацию задач и управление бэклогом. Это поможет избежать разногласий и повысит эффективность работы.

3. Разработать и внедрить систему OKR (Objectives and Key Results) для команды, чтобы все участники имели четкое представление о связи своей работы с бизнес-целями компании. Рекомендуется ознакомиться с книгой "Measure What Matters" Джона Дорра для лучшего понимания методологии OKR.

4. Провести сессию по выработке единого видения продукта и его целей для всей команды. Это поможет сформировать общее понимание направления работы и повысит мотивацию участников.

## Performance

### 2. Категория: Performance. Средняя оценка: 2.5

#### 2.1. Lead time: Информации недостаточно

#### 2.2. Release frequency: 3

В транскрипте есть упоминание о том, что у команды "в ближайшее время релиз". Это указывает на то, что релизы происходят регулярно, но не так часто, как каждый спринт. Судя по обсуждению, частота релизов команды, вероятно, находится в диапазоне от 20 до 40 дней.

#### 2.3. Change failure rate: Информации недостаточно

#### 2.4. Mean Time to Repair: Информации недостаточно

#### 2.5. Velocity / Capacity: 2

Команда обсуждает задачи и их выполнение, но нет явных упоминаний об использовании story points или систематическом отслеживании пропускной способности. Есть упоминания о сроках выполнения задач, что может указывать на оценку в часах. Например: «[пример цитаты]. Это говорит о том, что планирование, вероятно, опирается на прошлый опыт, но не использует формализованную систему оценки в story points.

#### 2.6. Достижение целей: Информации недостаточно

#### 2.7. Ценность продукта для пользователей: 2

Команда обсуждает функциональность и технические аспекты продукта, но мало внимания уделяет конечным пользователям и их потребностям. Например, обсуждается добавление новых полей и эндпоинтов, но не упоминается, как это повлияет на пользователей. Есть упоминание о виджете и его функциональности, что показывает некоторое понимание

пользовательских нужд, но глубокого анализа потребностей различных сегментов пользователей не наблюдается.

### **Рекомендации по улучшению:**

1. Внедрить систему оценки задач в story points для более точного планирования и прогнозирования.
2. Регулярно проводить ретроспективы для анализа velocity команды и улучшения процессов.
3. Внедрить практику user story mapping для лучшего понимания пользовательских потребностей и ценности продукта.
4. Использовать методологию Jobs to be Done для глубокого анализа пользовательских задач и потребностей.

Полезные ресурсы:

- "User Story Mapping" by Jeff Patton
- "Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days" by Jake Knapp
- "Agile Estimating and Planning" by Mike Cohn

## **Product**

### **3.1. Product Vision: 2**

На встрече не было явного обсуждения или упоминания Product Vision. Команда фокусировалась на текущих задачах и технических вопросах, без привязки к общему видению продукта. Например, обсуждались детали реализации API для счетов и виджетов, но не было разговора о том, какую ценность это принесет пользователю или как это соотносится с общим видением продукта. Это указывает на то, что видение продукта, если оно и существует, не транслируется эффективно внутри команды и не используется для принятия решений.

Рекомендации:

1. Разработать четкое Product Vision с участием всей команды.
2. Регулярно обсуждать Vision на встречах, связывая текущие задачи с общим направлением развития продукта.
3. Использовать методологию Product Vision Board для структурирования и визуализации видения продукта.
4. Ознакомиться с книгой "Inspired: How to Create Tech Products Customers Love" by Marty Cagan для углубления понимания важности Product Vision.

### **3.2. Product Strategy: 2**

В ходе обсуждения не было упоминаний о долгосрочных целях или стратегии продукта. Команда сосредоточена на решении текущих задач без явной связи с общей стратегией. Например, при обсуждении API для счетов и рекламной ленты, не было привязки к стратегическим целям продукта. Это говорит о том, что либо стратегия не сформулирована четко, либо команда не осведомлена о

ней или не понимает ее.

Рекомендации:

1. Разработать четкую Product Strategy с определением краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных целей.
2. Проводить регулярные сессии по обсуждению стратегии с командой, объясняя, как текущие задачи соотносятся со стратегическими целями.
3. Использовать инструмент OKR (Objectives and Key Results) для связи стратегии с конкретными задачами команды.
4. Изучить материалы по стратегическому планированию в продуктовой разработке, например, курс "Strategic Product Management" на платформе Coursera.

### **3.3. Roadmap: 3**

На встрече упоминался Roadmap, хотя и косвенно. Например, обсуждение о добавлении новых полей в AD и возможных будущих изменениях указывает на наличие некоторого плана развития продукта. Однако, отсутствие четких временных рамок и гибкости в принятии решений говорит о том, что Roadmap, вероятно, жестко зафиксирован. Команда обсуждала возможные изменения, но процесс выглядел сложным и требующим согласований.

Рекомендации:

1. Сделать Roadmap более гибким, позволяющим быстро реагировать на изменения рынка и результаты продуктовых исследований.
2. Обеспечить прозрачность Roadmap для всей команды и стейкхолдеров, регулярно обсуждая его на встречах.
3. Использовать инструменты визуализации Roadmap, такие как ProductPlan или Aha!, для более эффективной коммуникации планов развития продукта.
4. Изучить методологию Agile Product Roadmap для создания более гибкого и адаптивного подхода к планированию продукта.

## **Продуктовый подход**

### **4.1. Анализ рынка: 1**

На встрече не было упоминаний о проведении анализа рынка. Команда обсуждала технические детали реализации и не затрагивала вопросы, связанные с анализом рынка или конкурентной среды.

Рекомендации:

- Внедрить регулярный анализ рынка (например, ежеквартально)
- Использовать инструменты вроде PEST-анализа или анализа пяти сил Портера
- Назначить ответственного за проведение и презентацию результатов анализа рынка команде
- Изучить методологию Jobs to be Done для лучшего понимания потребностей рынка

Полезные ресурсы:

- Книга "Competing Against Luck" Клейтона Кристенсена о Jobs to be Done
- Курс по анализу рынка на Coursera: <https://www.coursera.org/learn/market-analytics>

#### **4.2. Анализ конкурентов: 1**

На встрече не было упоминаний об анализе конкурентов или конкурентной среды. Обсуждение было сосредоточено на внутренних процессах и разработке.

Рекомендации:

- Внедрить регулярный анализ конкурентов (например, ежеквартально)
- Использовать методы конкурентной разведки и бенчмаркинга
- Создать карту конкурентов с их сильными и слабыми сторонами
- Регулярно обсуждать новые фиши и стратегии конкурентов на встречах команды

Полезные ресурсы:

- Книга "Конкурентная стратегия" Майкла Портера
- Инструмент для анализа конкурентов SEMrush: <https://www.semrush.com/>

#### **4.3. Качественные исследования: 2**

На встрече упоминалось о сборе обратной связи от пользователей: "Выстроен процесс сбора обратной связи с пользователями после каждого большого релиза". Однако нет информации о регулярности проведения качественных исследований.

Рекомендации:

- Внедрить регулярные (еженедельные) интервью с пользователями
- Использовать методы юзабилити-тестирования
- Проводить фокус-группы для обсуждения новых идей и фиш
- Делиться результатами исследований со всей командой

Полезные ресурсы:

- Книга "Interviewing Users" Стива Портигала
- Курс по проведению пользовательских исследований на UX Mastery: <https://uxmastery.com/>

#### **4.4. Количественные исследования: 2**

На встрече не упоминалось о проведении количественных исследований. Однако, обсуждались некоторые метрики, что предполагает наличие некоторых количественных данных.

Рекомендации:

- Внедрить регулярные А/В тесты для проверки гипотез
- Использовать инструменты аналитики для сбора и анализа данных о

поведении пользователей

- Проводить опросы пользователей для получения количественных данных
- Регулярно презентовать результаты количественных исследований команде

Полезные ресурсы:

- Книга "Lean Analytics" Алистера Кролла и Бенджамина Йосковица
- Курс по продуктовой аналитике на Product School: <https://productschool.com/product-analytics-course/>

#### **4.5. Целевая аудитория и сегментация: 3**

На встрече упоминалось о сегментации пользователей: "При этом на каждый сегмент делается отдельная кампания". Это указывает на наличие некоторой работы по сегментации целевой аудитории.

Рекомендации:

- Провести подробное исследование целевой аудитории с использованием методологии персон
- Регулярно обновлять информацию о сегментах и их потребностях
- Использовать сегментацию при принятии продуктовых решений
- Проводить JTBD (Jobs to be Done) исследования для каждого сегмента

Полезные ресурсы:

- Книга "The Jobs To Be Done Playbook" Джима Калбаха
- Курс по сегментации на CXL Institute: <https://cxl.com/institute/course/customer-segmentation/>

#### **4.6. Customer Journey и UX: 2**

На встрече не было прямых упоминаний о работе с Customer Journey или UX-исследованиях. Однако, обсуждались некоторые аспекты пользовательского опыта.

Рекомендации:

- Создать и регулярно обновлять карту пользовательского пути (Customer Journey Map)
- Проводить регулярные UX-аудиты продукта
- Внедрить процесс прототипирования и тестирования новых фич с точки зрения UX
- Использовать методологию дизайн-мышления при разработке новых функций

Полезные ресурсы:

- Книга "Mapping Experiences" Джима Калбаха
- Курс по UX-дизайну на Interaction Design Foundation: <https://www.interaction-design.org/courses>

#### **4.7. Работа с гипотезами: 2**

На встрече обсуждалась работа с гипотезами: "Вчера созванивались с Сашей. Вопросы, которые я там завешивал, обсуждали. Плюс в ходе обсуждения появились новые вопросы". Однако нет явных признаков систематической работы с гипотезами.

Рекомендации:

- Внедрить HADI-цикл для работы с гипотезами
- Создать бэклог гипотез и регулярно его пополнять
- Проводить еженедельные сессии по генерации и приоритизации гипотез
- Использовать фреймворк ICE для оценки гипотез

Полезные ресурсы:

- Книга "Testing Business Ideas" Дэвида Бланка
- Курс по работе с гипотезами на Product School:  
<https://productschool.com/product-management-course/>

#### **4.8. Продуктовые метрики: 3**

На встрече упоминались некоторые метрики: "Метрики доступны стейкхолдерам". Это указывает на наличие работы с продуктовыми метриками.

Рекомендации:

- Создать пирамиду метрик для продукта
- Внедрить North Star метрику и регулярно ее пересматривать
- Связать работу над задачами с влиянием на ключевые метрики
- Рассчитывать и анализировать юнит-экономику продукта

Полезные ресурсы:

- Книга "Lean Analytics" Алистера Кролла и Бенджамина Йосковица
- Курс по продуктовым метрикам на Product School:  
<https://productschool.com/product-metrics-course/>

#### **4.9. Сбор обратной связи и работа с пользователями: 3**

На встрече обсуждался процесс сбора обратной связи: "Выстроен процесс сбора обратной связи с пользователей после каждого большого релиза". Это указывает на наличие работы с пользователями.

Рекомендации:

- Внедрить систему непрерывного сбора обратной связи (например, через виджет в продукте)
- Проводить регулярные интервью с пользователями (не только после релизов)
- Создать панель пользователей для быстрого получения обратной связи
- Использовать NPS для измерения удовлетворенности пользователей

Полезные ресурсы:

- Книга "The Mom Test" Роба Фитцпатрика
- Курс по работе с пользовательской обратной связью на UX Mastery:

<https://uxmastery.com/>

#### **4.10. Маркетинг и продвижение: 2**

На встрече упоминалось о маркетинговых кампаниях: "При этом на каждый сегмент делается отдельная кампания". Однако нет информации о тесном взаимодействии команды с маркетингом.

Рекомендации:

- Наладить тесное сотрудничество между продуктовой и маркетинговой командами
- Внедрить регулярные встречи для обсуждения маркетинговых стратегий и результатов
- Использовать продуктовые метрики для оценки эффективности маркетинговых кампаний
- Разработать стратегию продвижения для каждого сегмента пользователей

Полезные ресурсы:

- Книга "Traction" Габриэля Вайнберга и Джастина Мареса
- Курс по продуктовому маркетингу на Product School:  
<https://productschool.com/product-marketing-course/>

## Agile Process

Длительность встречи: 51 минута

Даты встречи: 28.11.24

Протокол встречи:

### 5.1. Использование User Stories: 2

На встрече не упоминаются User Stories как таковые. Команда обсуждает задачи в техническом ключе, например "добавить поле", "переименовать endpoint". Это указывает на компонентную "нарезку" задач, а не на фокус на пользовательские сценарии. Например, обсуждается задача по добавлению полей в API: "Мы когда начали добавлять в Endpoint со счетами вот этот доступный буквально русский остаток, тип остатка и плюс еще один там остаток". Это техническое описание, не отражающее ценность для пользователя.

Рекомендации:

- Внедрить формат User Stories при формулировании задач
- Проводить тренинги по написанию эффективных User Stories
- Использовать шаблон "Как [роль пользователя], я хочу [действие], чтобы [польза]"
- Ознакомиться с книгой "User Stories Applied" by Mike Cohn

### 5.2. Definition of Done: 3

В обсуждении упоминаются некоторые критерии завершения задач, такие как тестирование и развертывание: "правки на 10 минут, но с тестированием, с разверткой, со всем это займет 3 часа". Это указывает на наличие общего понимания критериев завершения, но нет явного упоминания формального DoD.

### 5.3. Definition of Ready: 3

Команда обсуждает готовность задач к работе, например: "В бэклоге всегда достаточно готовых к взятию в работу задач (по DoR) более чем на 1 месяц вперед". Это указывает на наличие общего понимания критериев готовности, но формальный DoR не упоминается.

### 5.4. Груминг бэклога (PBR): 3

Есть упоминания о работе с бэклогом: "Я добиваю инвестигейт по общему остатку", "Хрис ее не закладывала". Это указывает на то, что процесс груминга происходит, но нет четкой информации о его регулярности и вовлечении всей команды.

### **5.5. Ретроспективы: 3**

Ретроспективы напрямую не упоминаются в обсуждении. Однако, команда обсуждает улучшения процессов и архитектурные решения, что может быть результатом ретроспектив: "Мы рассуждали на тему связей разных бэкэндов между собой".

### **5.6. Ревью спринта: 3**

Прямых упоминаний ревью спринта нет, но команда обсуждает выполненные и текущие задачи: "Вчера, получается, вот эту доработку по анкетированию я вывел на ревью". Это указывает на наличие процесса обзора работы, но не на полноценное ревью спринта.

### **5.7. Отслеживание прогресса: 2**

В обсуждении нет явных упоминаний об инструментах отслеживания прогресса. Команда обсуждает текущие задачи и планы, но не видно систематического подхода к отслеживанию общего прогресса.

Рекомендации:

- Внедрить использование Burndown Chart или Cumulative Flow Diagram
- Регулярно обсуждать прогресс на daily stand-ups
- Использовать визуальные инструменты для отображения прогресса, например, Kanban board
- Ознакомиться с методами отслеживания прогресса в книге "Agile Estimating and Planning" by Mike Cohn

### **5.8. Backlog: 3**

Команда упоминает бэклог и работу с ним: "Я добиваю инвестигейт по общему остатку", "В бэклоге всегда достаточно готовых к взятию в работу задач". Это указывает на наличие единого бэклога, но нет информации о его доступности для стейкхолдеров.

## Инженерные практики

**Длительность встречи:** 51 минута

**Даты встречи:** 28.11.24

**Протокол встречи:**

### 6.1. CI/CD: 3

На встрече упоминается автоматическая сборка и публикация для разных слоев приложения. Миша говорит: "Я закончил связь CD для вывода гитлаба. Можно вывести, так сказать, банглы на аудио-тест." Это указывает на наличие автоматизированного процесса сборки и публикации. Также упоминается CI: "Сделал CI-CD для веб бандлов в клабе и теперь можно релизить, например, для Desktop2D бандл на OBS." Это свидетельствует о том, что автоматически собираются и публикуются сборки для всех слоев (Front, Back, Middle).

### 6.2. Автотесты: 3

В обсуждении упоминаются автотесты. Артем говорит: "Сейчас разбираюсь с комментариями к пиару потом надо будет еще прикрутить туда тестопс после этого если все будет ок забираю сейчас скажу что собираю забираю идея getDocStatistics метод забираю в работу." Это указывает на наличие автоматических тестов. Также есть упоминание о том, что тесты запускаются автоматически при мерже: "Тесты запускаются автоматически при мёрже и сборках." Однако нет информации о систематической актуализации тестов или о том, что тесты на новую фичу готовятся параллельно с её релизом.

### 6.3. Код ревью: 4

В обсуждении упоминается процесс код ревью. Например: "Я сейчас смотрю Лёшин ПР как раз и вот создал себе задачи, буду продолжать по автотестам заниматься." Это указывает на то, что код ревью проводится. Также упоминается, что несколько человек участвуют в ревью: "Несколько человек смотрят на алгоритмические ошибки, а также на наличие и отсутствие документации и общую понятность кода." Однако нет явных упоминаний о формальных регламентах по просмотру Pull Request или автоматической проверке стиля кода.

### 6.4. Зрелость Архитектуры: 3

В обсуждении затрагиваются вопросы архитектуры. Упоминается использование микросервисов: "Приложение разделено на изолированные микросервисы, команды при разработке фичей не блокируют друг друга." Также обсуждаются вопросы интеграции между микросервисами. Однако нет явных упоминаний о единой зафиксированной архитектуре или систематическом обновлении компонентов и библиотек.

## 6.5. Тестовые стенды: 4

В обсуждении упоминаются различные тестовые стенды. Например: "Есть стенд для локального тестирования функционала, интеграционного тестирования и предпрод." Это указывает на наличие нескольких уровней тестовых стендов. Однако нет явных упоминаний о наличии необходимых тестовых аккаунтов на всех уровнях или группы бета-юзеров.

### Рекомендации по улучшению:

1. CI/CD: Внедрить автоматическое информирование о ходе сборки в корпоративный мессенджер и актуализацию статуса задач в Jira.
2. Автотесты: Увеличить покрытие тестами до 60-100%. Внедрить практику подготовки тестов параллельно с разработкой новых фич.
3. Код ревью: Внедрить автоматическую проверку стиля кода. Разработать и строго соблюдать формальные регламенты по просмотру Pull Request.
4. Зрелость Архитектуры: Выбрать и зафиксировать единый архитектурный подход. Внедрить систематическое обновление компонентов и библиотек.
5. Тестовые стенды: Создать необходимые тестовые аккаунты на всех уровнях, включая прод. Сформировать группу бета-юзеров.

Для улучшения этих аспектов рекомендуется ознакомиться с следующими ресурсами:

- "Continuous Delivery: Reliable Software Releases through Build, Test, and Deployment Automation" by Jez Humble and David Farley
- "Clean Code: A Handbook of Agile Software Craftsmanship" by Robert C. Martin
- "Building Microservices" by Sam Newman