

# Le Product Backlog, qu'est ce c'est ?

**Ludovic Larché**

Agile Tour 2012  
à Rennes le 4 octobre 2012



# Sommaire

- > Rappels théoriques : qu'est ce qu'un Product Backlog ?
- > Le Product Backlog n'est pas seul !
- > Techniques pour construire un Product Backlog : de la vision aux features
- > Les Stories ne restent pas seules !
- > Eléments clés pour la rédaction de bonnes User Stories
- > Perspectives de découpage d'une Story
- > Problèmes rencontrés
- > A retenir !
- > Quelques résultats d'ateliers
- > Questions ?



# Qui suis je ?



Ludovic LARCHE  
Agile Scrum / Kanban Consultant

- Scrum Master depuis 2008
- Accompagnement de Product Owner depuis 2010
- Formateur interne Scrum / Kanban
- Architecte Logiciel, centre de compétences « Architecture et Technique des Systèmes d'Information » (AETSI)

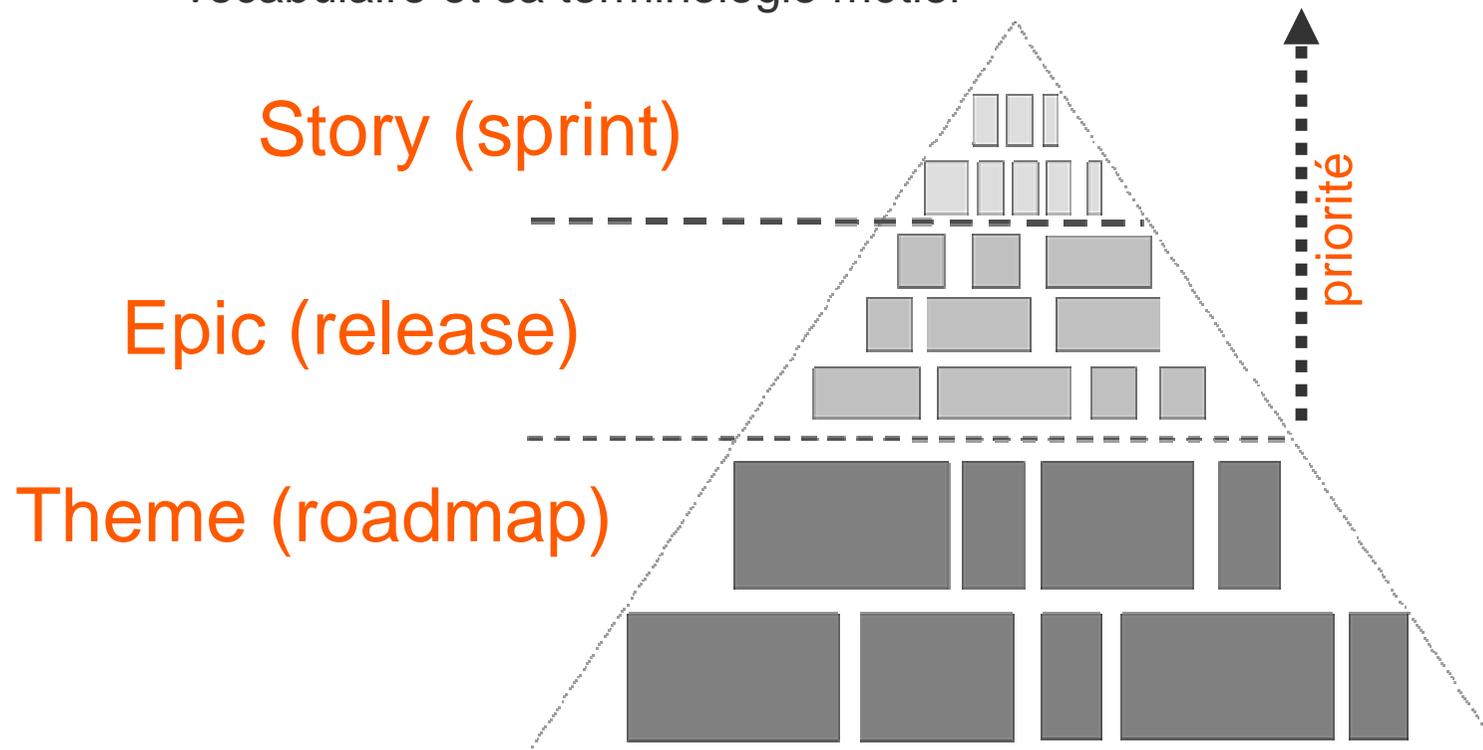
Contact : [ludovic.larche@orange.com](mailto:ludovic.larche@orange.com)  
Twitter : @ludoviclfr



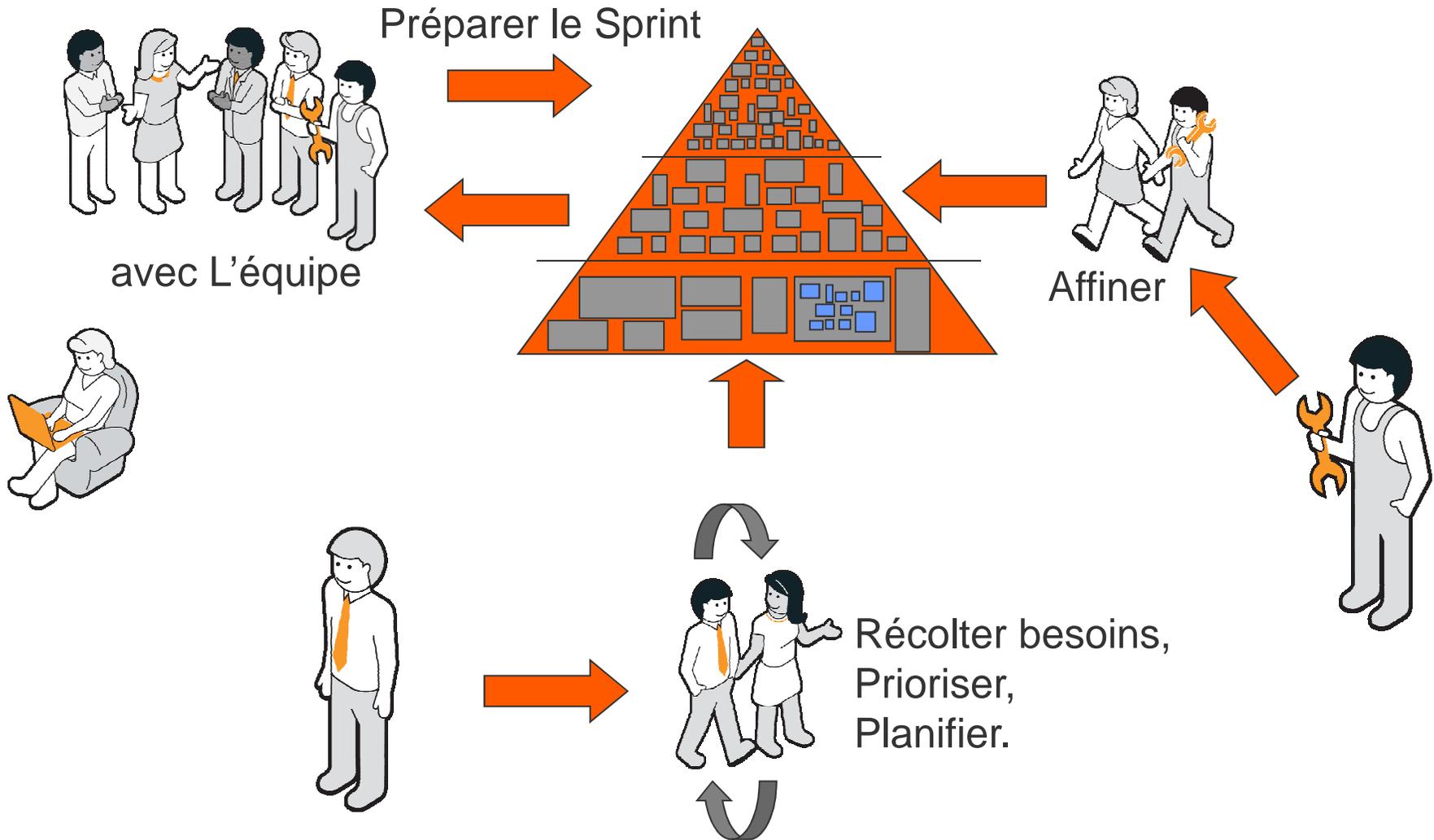
# Product Backlog ... un iceberg ?

> C'est le Cœur de Scrum

- C'est ici que tout commence
- liste priorisée de besoins et exigences que veut le client, exprimé dans son vocabulaire et sa terminologie métier



# Construire le Product Backlog



# Product Backlog

## approche fonctionnelle et par la valeur

- > une première définition du Product Backlog peut être :
  - « ***l'ensemble des fonctionnalités du produit que l'on veut développer*** »
- > le Product Backlog priorise les différentes fonctionnalités, le but étant d'implémenter en premier ce qui a le plus de valeur
  - meilleur ratio entre ce que rapporte une fonctionnalité et ce qu'elle coûte
- > un item du Product Backlog n'a raison d'exister que si il apporte de la valeur
  - le mode de fonctionnement qui en découle est donc de considérer en premier les items de plus grande valeurs métiers
- > Implémentation des items du haut de la pile;
  - sous jacent à cette idée, le fait qu'un item une fois embarqué et réalisé dans une itération n'est plus à reconsidérer



# Product Backlog

## un seul responsable, le Product Owner

- > le Product Backlog est de la responsabilité du Product Owner
  
- > dans ce cadre, le Product Owner doit :
  - être le représentant du client ou des utilisateurs.
  - récolter les attentes, besoins, exigences du client ou des utilisateurs et les priorités associées.
  - formaliser le backlog de produit avec le niveau de précision adapté à la priorité
  - être en mesure de les expliquer au Scrum Master et à l'équipe de développement ou d'inviter le client et/ou un utilisateur pour le faire.
  - définir le planning des releases dans lesquels les Sprints s'inscriront



# Qu'est ce qu'une User Story ?

- > Une User Story est une exigence du système à développer, formulée en une ou deux phrases dans le langage de l'utilisateur. Les User Stories émergent au cours d'ateliers de travail menés avec le Métier, le Client ou les utilisateurs.
- > Dans Scrum cela s'appelle un Item
- > Modèle de structure d'une User Story
  - **En tant que** <rôle, persona, user type>
  - **Je veux** <fonctionnalité, tâche, action>
  - **Afin de** <valeur ajoutée, résultat>



# User Story – quelques exemples

- > En tant qu'acheteur en ligne, je veux pouvoir ajouter des items à mon panier afin d'enregistrer mes achats que je ne souhaite pas acheter dans l'immédiat
- > En tant que recruteur, je veux déposer des offres d'emplois afin de ...
- > En tant qu'utilisateur, je veux réserver une chambre d'hôtel afin de ...
- > En tant qu'utilisateur, je veux annuler une réservation afin de ...
- > En tant que jeune diplômé, je veux déposer un CV afin de ...
- > En tant que jeune diplômé, je veux supprimer un CV afin de ...
- > En tant que jeune diplômé, je veux modifier un CV afin de ...



# Une bonne User Story doit contenir...

- > Des critères & des tests d'acceptance
  
- > Modèle structure d'un critère d'acceptance
  - **Si** <pré-condition>
  - **Lorsque** <un évènement survient : acteur + action>
  - **Alors** <un résultat est obtenu>
  
- > Pourquoi faire des tests d'acceptation ?
  - Savoir quand s'arrêter de développer
  - Outil de collaboration pour une compréhension globale et partagée
  - Donnée réelle pour mesurer l'avancement du développement



# Critère d'acceptance - exemples

SI	LORSQUE	ALORS
Le nom de l'utilisateur existe déjà	L'acheteur en ligne clique sur « Créer un compte »	Faites apparaître un message d'erreur disant « Ce nom existe déjà »
La liste des éléments du panier sont affichés	L'acheteur en ligne clique sur « Supprimer du panier »	Faites apparaître un message de confirmation disant « Etes vous sur de vouloir supprimer cet article ? »
...	...	...



# Règles des 3C

## > Card

- L'histoire est courte, une ou deux phrases et peut être écrite sur une carte 8X13 cm, c'est mieux

## > Conversation

- Les détails sont discutés par les équipes avec le métier, les ergonomes, les développeurs, ...

## > Confirmation

- L'histoire est confirmée par des tests d'acceptation rédigés au même moment que celle-ci au dos de la carte : c'est un élément majeur

# Pattern et critères de qualité INVEST

I – Independent

N – Negotiable

V – Valuable

E – Estimable

S – Size  
Appropriately

T – Testable



# Pattern DEEP !

D – Detailed  
Appropriately

E – Estimated

E – Emergent

P – Prioritized

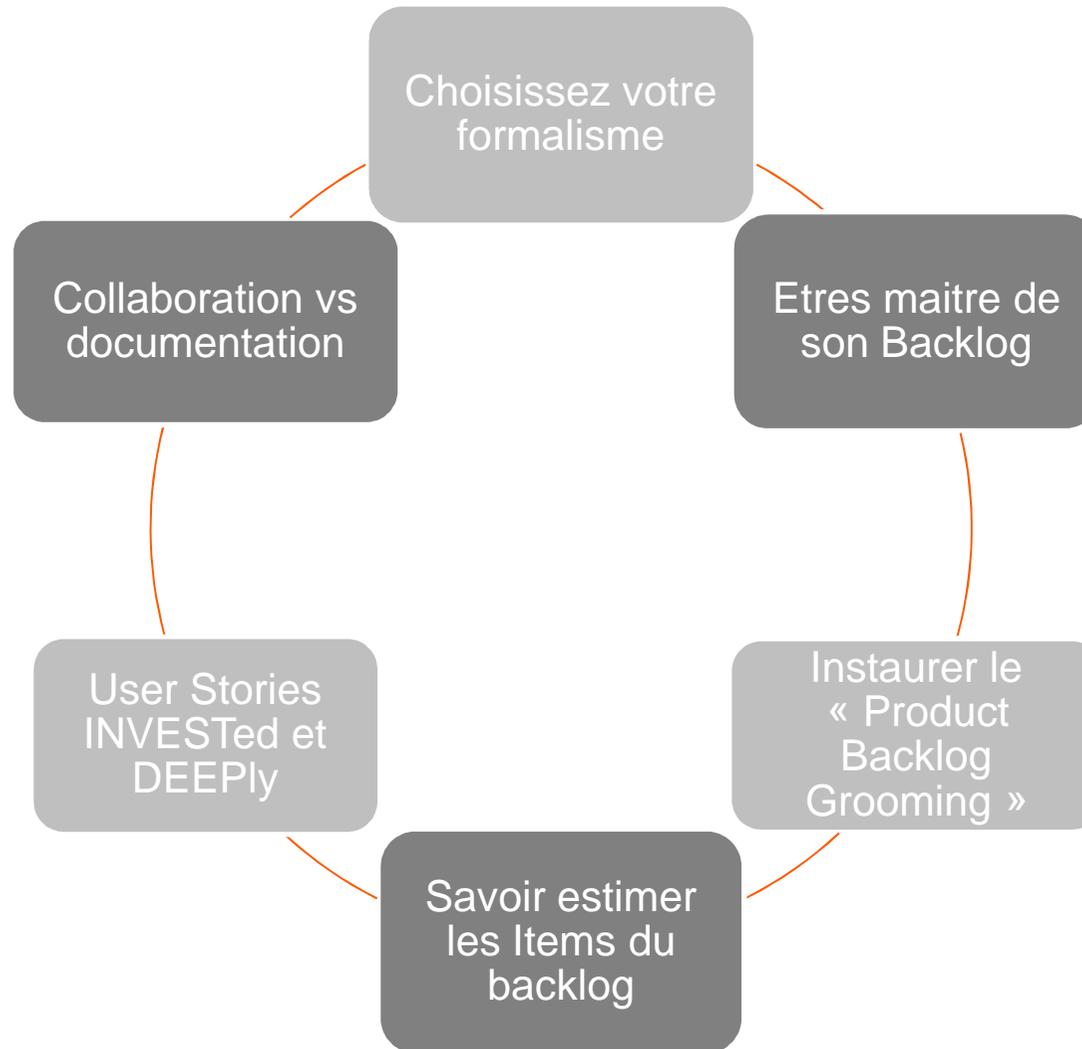


# Priorité MOSCOW

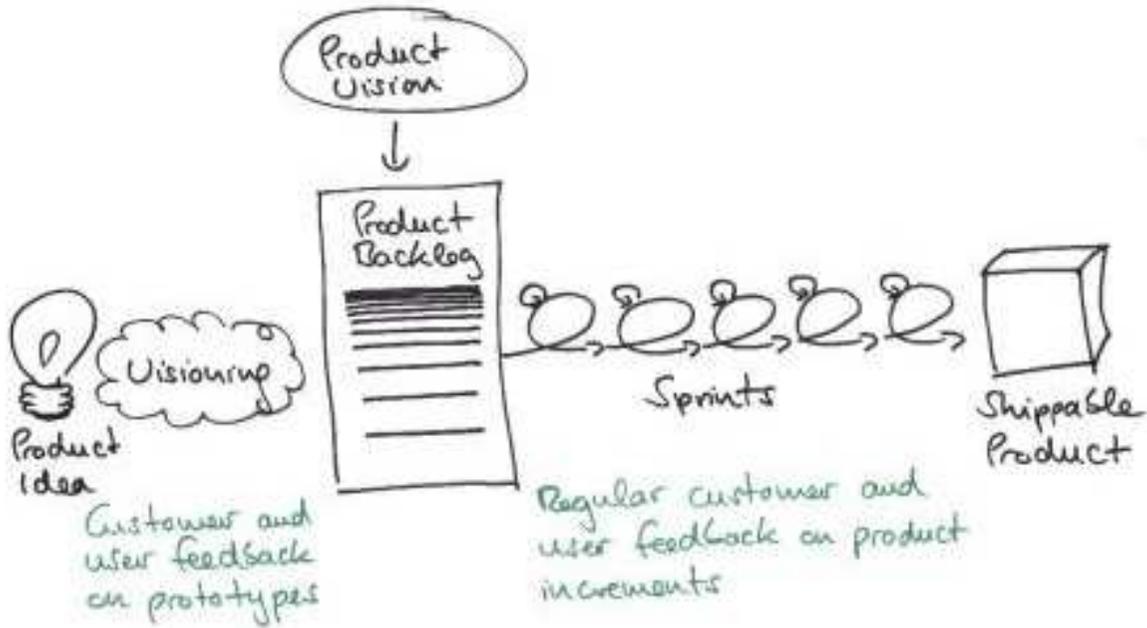
- > MoSoCoW est un outil de priorisation simple et efficace
  - **Must** : identifie ce qui est indispensable pour que l'application soit opérationnelle, indépendamment de tout confort.
  - **Should** : identifie ce qu'il faudrait vraiment avoir pour que l'application soit utilisable dans de bonnes conditions
  - **Could** : Introduit un confort d'utilisation pour faciliter l'expérience des utilisateurs finaux
  - **Won't** : identifie des options qui seraient sympathiques, mais que, lucidement, on n'aura pas le temps/budget de réaliser !



# Item d'un Product Backlog – points clés



# Le Product Backlog n'est pas seul !



# Product Vision

<b>Vision Statement</b>	<Phrase or sentence to summarize the vision>		
Target group	Needs	Product	Value
<Which market segment does the product address? Who are its target customers and users?>	<Which needs does the product fulfill and how does it create value for its customers and users?>	<What are the 3 to 5 top features that are crucial for the success of the product? What will the product roughly look like? What are its unique selling points?>	<How is the product going to benefit the company? For instance, what are its revenue sources? What is the cost structure? Which sales channels will be used? Will it save cost?>

Source & copyright : Roman Pichler - Pichler Consulting



# Product Roadmap

Product Roadmap			
Release n	Release n+1	Release n+2	Release n+3
<Giving a high-level plan that describes how the product is likely to grow in the next 12 months or more.>			

Source & copyright : Roman Pichler - Pichler Consulting



# Travailler avec une Agile Product Roadmap

- > Le tableau ci-dessous résume les différences entre une roadmap produit (Product Roadmap) et un backlog de produit (Product Backlog)

Artefact	Purpose	Content	Horizon	Updates
Product Roadmap	Product planning	Major releases / product versions	12 months or longer	At least once per quarter
Product Backlog	Development	Stories, constraints, sketches, workflows	Three to six months	At least once per iteration