

## Téma: Cíle, výsledky a jejich měření: Co má smysl sledovat? Na co se vykašlat?

Moderátor: Jiří Tůma

V rámci diskuse o metrikách jsme se podívali na tyto otázky od účastníků diskuse:

### **Jak zjistit důležitost/užitečnost pro zákazníka? Jak identifikovat správnou metriku?**

- instrumentace produktu – v dnešní době nutnost; ne vždy možná u všech typu produktu (například nasazené on-premise, bez připojení, apod.)
- silně závisí na schopnostech/dospělosti týmu – porozumět potřebám zákazníka a uživatelů; teprve poté hledat jak plnění potřeb měřit
- hledáme proxy metriku (leading indikátory, nikoliv lagging metriky typu revenue), například:
  - adopce funkce
  - vzor v chování uživatelů
  - používání/fungování aplikace, které indikuje, že dochází ke splnění potřeb zákazníka (např. v případě B2B vydělává x šetří peníze)
- ne vždy stačí pouze jedna metrika – potřebujeme popsat sadu chování, které definují úspěch
- těžké situace při práci s RFP/tendry:
  - fixní zadání, malá nebo nulová šance si promluvit s uživateli/zákazníkem
  - chybějící metriky úspěšnosti projektu – namísto toho “sada featur k vývoji” - chybí jasný očekávaný dopad produktu/služby/nástroje (chceme vydělat? chceme ušetřit?)

### **Co měřit v agilním procesu a proč?**

- velocita týmu není k zahození, umožňuje lépe předvídat zda neklesá efektivita týmu a použít tyto data pro otevření diskuse s týmem (například na returu, s čím mají potíže, s čím potřebují pomoci)
- zaleží na tom, co přesně chcete vylepšit – některé týmy používají primárně retrospektivy na zjištění "deficitu" - co nefunguje, apod. a podle toho se rozhodují co budou měřit
- kdy přestat měřit? jakmile už se nám změna "zaběhla", nikdo z diskutujících pro to nemá nějaké konkrétní obecné pravidlo

### **Jak ověříte, že jdete správným směrem?**

- čistě produktové týmy pracují s vizí (next 5yrs) a strategií
  - na tyto navazují a formulují OKRs
  - obecně je hodně náročné definovat správné KRy, aby šlo opravdu o průběžně vylepšitelné/sledovatelné metriky
- vyslechnout si zákazníka, jak bude jeho svět lepší, když bude mít náš produkt/řešení? hledejme metriky například uživatelské (adopce, engagement s konkrétními funkcemi) - tyto nám potvrzují, že zákazníkovi produkt opravdu pomáhá
- nebojme se hledat kreativní cesty, kterými ověříme, že 1) problém, který jsme identifikovali není pouze u jednoho zákazníka, ale je to pattern na trhu, 2) řešení, které jsme vybrali je opravdu to nejvhodnější, které problém vyřeší
  - “jak se nejrychleji ujistím? musím opravdu napsat kus kódu nebo mi stačí lehčí forma prototypu?”
  - zahrnujme do validace celý tým, je to kreativní proces (DEV, UX, PM, a další)

### **Jak pracujete se situací, kdy je metrik příliš? Jak celý proces měření škálovat?**

- u web aplikací týmy nasazují GA a podobné systémy na měření uživatelských kroků (sledujeme konkrétní eventy v chování uživatele při práci s produktem)
- podobně jako “ověření užitečnosti” - hledáme, jaké chování uživatele, má vysokou korelaci s úspěšným použitím produktu

- nebojme se přibrat dočasně nebo permanentně do týmu datového analytika, uspořádat datový "hackathon", kde si všichni v týmu prochází data a interpretují je – často je to krok, který předchází potřebě více lidí z týmu (dev, ux, pm) mluvit se zákazníky a lépe je pochopit

Tyto dvě otázky jsme nestihli probrat s příklady, takže ponecháme ostatním k zamýšlení:

#### **Jaké metriky sledovat u agilního HR?**

Stavět je například kolem služeb HR týmům/firme? (služba = produkt, tedy můžeme použít podobný postup?)

#### **Jaká data požadovat po PMO při zadávání změn? Jak usnadnit prioritizaci?**

Pokud se setkáváme s požadavky z více stran (projektové organizace), jak sjednotit formu, cíle, aby byly ověřitelné? Jak sledovat zpětně, zda došlo k naplnění cílů a očekávání? A co když se nepodařilo naplnit cíle projektu?