

Program szkolenia:

Warsztatowe metody analizy

Informacje:

Nazwa:	Warsztatowe metody analizy
Kod:	analiza-analysis
Kategoria:	Analiza biznesowa
Odbiorcy:	liderzy techniczni, developerzy, architekci, analitycy, liderzy zespołów
Czas trwania:	3 dni
Forma:	50% wykład, 50% ćwiczenia i warsztaty

To szkolenie nauczy Cię prowadzenia warsztatów z interesariuszami w oparciu o sprawdzone schematy oraz stosowania tych schematów adekwatnie do kontekstu klienta i projektu. Zyskasz gotowe schematy warsztatowe, jasne struktury do prowadzenia złożonych dyskusji, pewność siebie podczas warsztatów oraz zbudujesz reputację eksperta. Dla organizacji oznacza to lepsze zrozumienie potrzeb biznesowych, mniej iteracji i przeróbek dzięki lepszej komunikacji na początku projektu, ujednolicone metody pracy z różnymi interesariuszami oraz lepsze zrozumienie wymagań na wczesnym etapie.

Szczegółowy program:

1. Moduł 1: Podstawy warsztatowe i analiza interesariuszy

- 1.1. Powitanie i poznanie oczekowań uczestników
- 1.2. Mapa drogowa analityka biznesowego
- 1.3. Przegląd narzędzi analizy biznesowej
- 1.4. Kluczowe zasady zrozumienia kontekstu biznesowego klienta

2. Moduł 2: Stakeholders Mapping

- 2.1. Systematyczne identyfikowanie interesariuszy
- 2.2. Analizy wpływu interesariuszy na projekt
- 2.3. Strategie radzenia sobie z trudnymi interesariuszami
- 2.4. Planowanie współpracy z różnymi typami interesariuszy

3. Moduł 3: Odkrywanie potrzeb biznesowych

- 3.1. Różnica między potrzebami biznesowymi a funkcjonalnościami
- 3.2. Techniki odkrywania rzeczywistych potrzeb
- 3.3. Związek między potrzebami a user stories

4. Moduł 4: Impact Mapping

- 4.1. Definiowanie celów biznesowych i miar sukcesu
- 4.2. Identyfikacja aktorów i pożądaných zmian w zachowaniach
- 4.3. Praca z hipotezami biznesowymi

5. Moduł 5: Event Storming

- 5.1. Założenia i filozofia Event Stormingu
- 5.2. Warsztat Big Picture - mapowanie domeny biznesowej
- 5.3. Identyfikacja reguł biznesowych
- 5.4. Modelowanie procesów AS-IS TO-BE

5.5. Dalsze kroki po Event Stormingu

6. Moduł 6: User Story Mapping

6.1. Mapowanie codzienności użytkowników

6.2. Projektowanie funkcjonalności w kontekście user journey

6.3. Koncepcja Walking Skeleton

6.4. Planowanie celów i wydań

7. Moduł 7: Konkretyzowanie wymagań

7.1. Atrybuty konkretności wymagań

7.2. Struktura konwersacji z interesariuszami

7.3. Techniki poruszania się w dół struktury rozmowy

7.4. Sztuka zadawania pytań konkretyzujących

8. Moduł 8: Scenariusze Gherkin na warsztatach

8.1. Testowanie wspólnego zrozumienia funkcjonalności

8.2. Tworzenie scenariuszy funkcjonalnych

8.3. Wykorzystanie Gherkin na refinemencie

8.4. Związek między Gherkin a testami i dokumentacją

9. Moduł 9: Proponowanie alternatywnych rozwiązań

9.1. Schematyzacja zadowolenia klienta

9.2. Schemat S.P.I.R.A do prezentacji rekomendacji

9.3. Schemat P.K.A do przekonywania do alternatyw

9.4. Etyka wpływania - różnica między przekonywaniem a manipulacją

10. Moduł 10: Ustalanie priorytetów i zamknięcie

10.1. Różnice w pojmowaniu priorytetów przez różnych interesariuszy

10.2. Skuteczne pytania o priorytety

10.3. Dlaczego tradycyjne metody priorytetyzacji nie działają

10.4. Metody wizualne ustalania priorytetów

10.5. Aspekty organizacyjne warsztatów