

# Ценность Сложность

Как сделать правильный выбор

# Определение приоритетов реализации заказов

Выбирая задачи из очереди следует учитывать два параметра

- ценность для клиента или бизнеса
- сложность исполнения

Ценность может быть большой для малой аудитории или средней для очень большой и это тоже следует принять во внимание.

# Ценность – субъективная оценка по вкладу в бизнес

В первую очередь необходима ценность для бизнеса, невозможно создать ценность для бизнеса не принося ценности и для клиента.

Доработка сайта должна приносить реальную пользу и быть ценной для клиента или бизнес-показателей.

# Сложность реализации – суммарные трудозатраты

Мы несем затраты на:

- исследование проблемы
- выработку решения
- реализацию
- тестирование
- обслуживание функционала после релиза.

Каждое изменение одной и той же функции увеличивает сложность последующих доработок.

# RICE – формула учитывающая ценность и сложность

$$RICE = (R * I * C) / E$$

R – охват, количество клиентов использующих функционал сайта

I – влияние, насколько это помогает зарабатывать деньги бизнесу

C – наша уверенность в остальных показателях формулы (мы используем 1)

E – суммарные трудозатраты на реализацию

На 0 делить нельзя, но очень хочется 😊

# Охват – MAU

Охват это количество уникальных пользователей использующих ту или иную функцию сайта в течении месяца.

Не всё удаётся измерить точно, поэтому можно пользоваться приблизительными оценками.

Например, импорт данных или специфический поисковый запрос.

# Влияние – Impact

Субъективная оценка влияние функции или сервиса сайта на возможность зарабатывания бизнесом денег или важность этой функции для клиента.

Например, авторизация или оформление заказа.

Своё видение влияния для тикетов можно проставить здесь

<https://kpi.intsite.org/value/>

# Трудозатраты

В нашем расчете включают всё время, которое будет потрачено на “процессной доске” до релиза:

- подготовка спецификации
- дизайн и вёрстка
- программирование
- внутреннее и автоматизированное тестирование
- выпуск релиза

## Пример расчёта RICE при одинаковой трудоёмкости

Для заказа с охватом аудитории 1000 клиентов в месяц и средним влиянием на бизнес – 1 при трудозатратах 40 часов, получим

$$RICE = (1000 * 1 * 1) / 40 = 25$$

Для заказа с охватом аудитории 100 клиентов в месяц и массовым влиянием 3 при трудозатратах 40 часов, получим

$$RICE = (100 * 3 * 1) / 40 = 7,5$$

Сначала сделаем заказ для большего числа клиентов в данном случае.

# Уменьшаем знаменатель при равном числителе

Сокращая трудоёмкость для заказа мы получаем:

1. Лучше понимание всего объема изменений
2. Быстрая реализация – быстрее функции доступны клиенту
3. Проще и быстрее тестирование – меньше ошибок
4. Быстрее получим обратную связь и сможем учесть её в новых заказах

## Разбиваем А на 2 заказ категории В

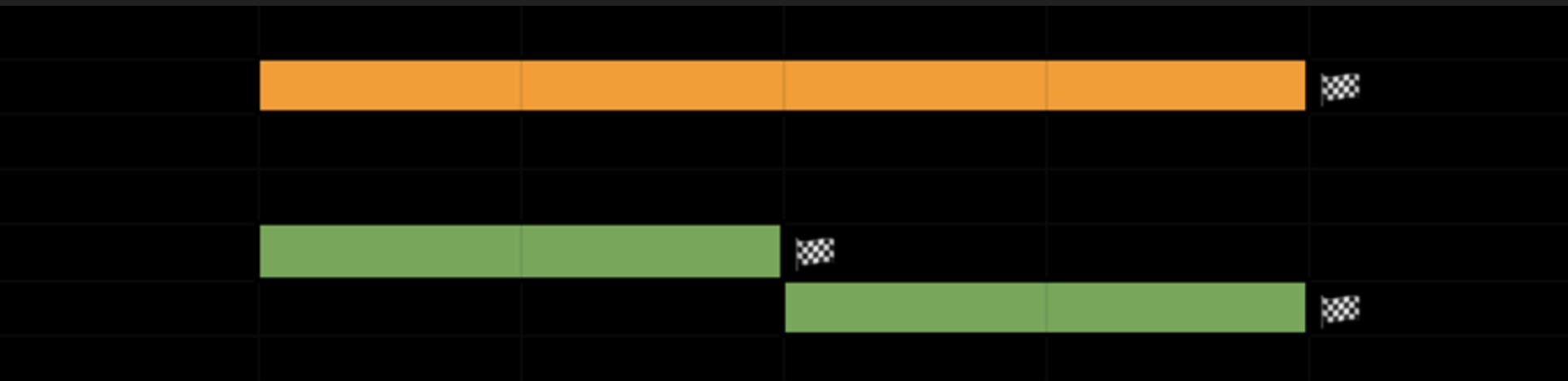
Заказ А трудоёмкость 4 недели, доставляет 100% ценности.

Разбивая на два:

1. Заказ В трудоёмкость 2 недели, доставляет 60% ценности.
2. Заказ В трудоёмкость 2 недели, доставляет 40% ценности.

В этом случае уже через две недели клиенты смогут пользоваться частью функционала, а спустя еще пару недель получат всё в полном объеме.

# Результат для двух или одного заказа



# Транзакционные издержки разбиения заказов

Календарные сроки реализации по категориям, за последние 6 месяцев:

A – 109 дней

B – 43 дня

C – 21 день

При соизмеримости  $C + C = B$  функционал оказывается быстрее доступен клиенту и проще тестировать и не пропускать ошибки.

Издержки на согласование бизнес-заказчиками есть, но они не такие большие. Части одного заказа согласуются быстро.

## 3 шага к успеху

1. Выделите ценные части – увеличьте числитель ▲

1. Для каждой из них найдите минимально затратный способ реализации – сократите знаменатель ▼

1. Быстро выпустите ценный заказ для клиента 🚩

Вопросы?