

## MAP TO MAP

Uma técnica simples para manter o foco do produto e acelerar o aprendizado



## O Problema

Sprints, Iterações, Ciclos. Essas palavras fazem parte da realidade da maior parte das empresas que trabalham de maneira **ITERATIVA**. Essas iterações são extremamente importantes para que possamos aprender mais sobre o produto que estamos desenvolvendo e o problema que estamos tentando resolver.

O que ocorre muitas vezes é que alguns ciclos acabam não gerando nenhum tipo de aprendizado para o time. Um ciclo focado em infraestrutura é um bom exemplo de processo iterativo que não gera aprendizado sobre o produto.

Por isso que o primeiro passo desta técnica envolve **entender o problema**. Somente assim podemos trabalhar em iterações incrementais: pequenos passos que diminuem gradativamente a dor da pessoa que utiliza ou utilizará nosso produto.

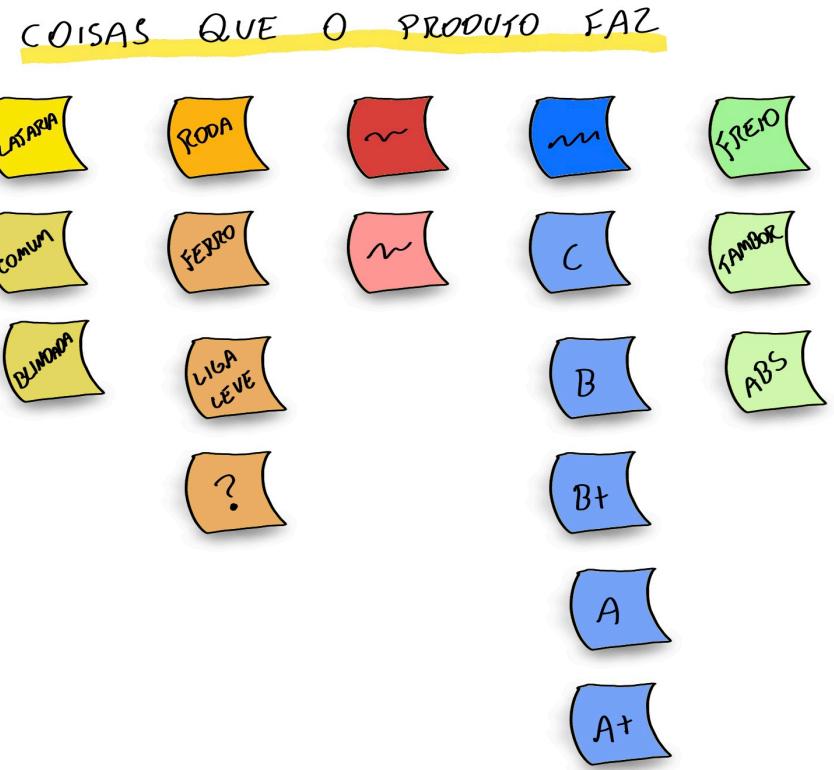


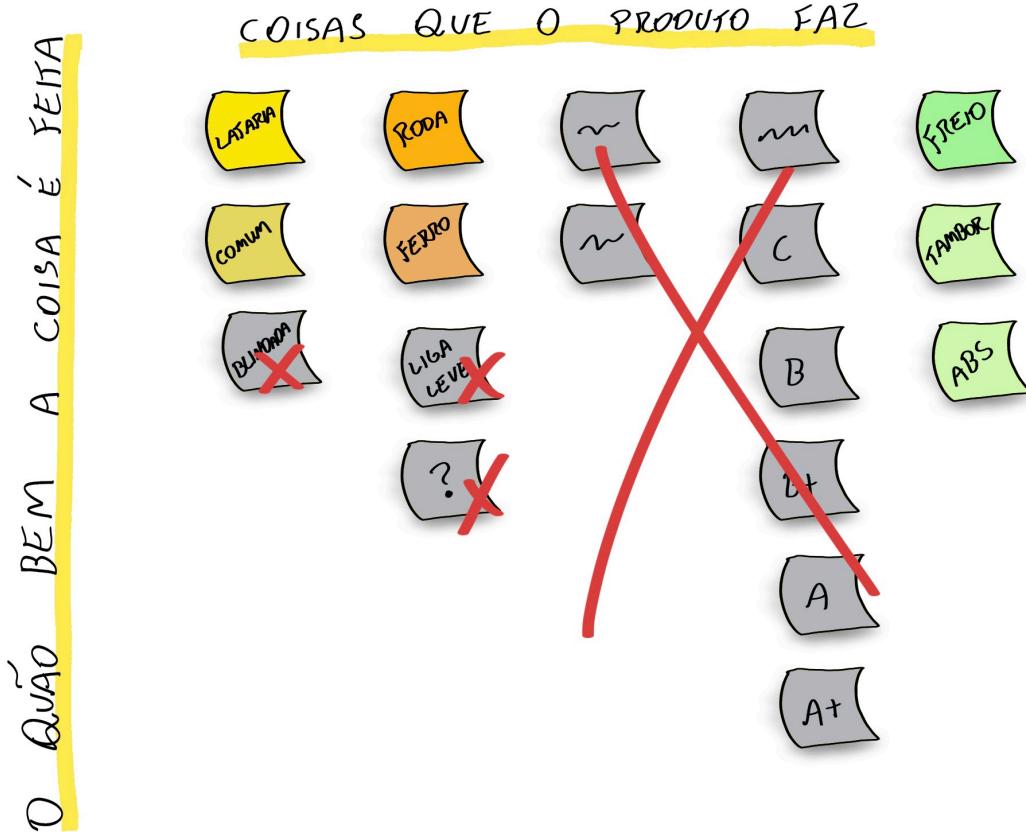
## Os eixos de um Product Backlog

Podemos pensar nas idéias de um produto em dois eixos distintos: **coisas que o produto faz** e **o quanto bem essas coisas são feitas**.

Eliminar idéias e funcionalidades de um produto é algo que boa parte das equipes pode aprender a fazer com facilidade. O grande desafio está em **criar soluções mais simples que podem evoluir com o tempo**.

O quanto bem a coisa é feita



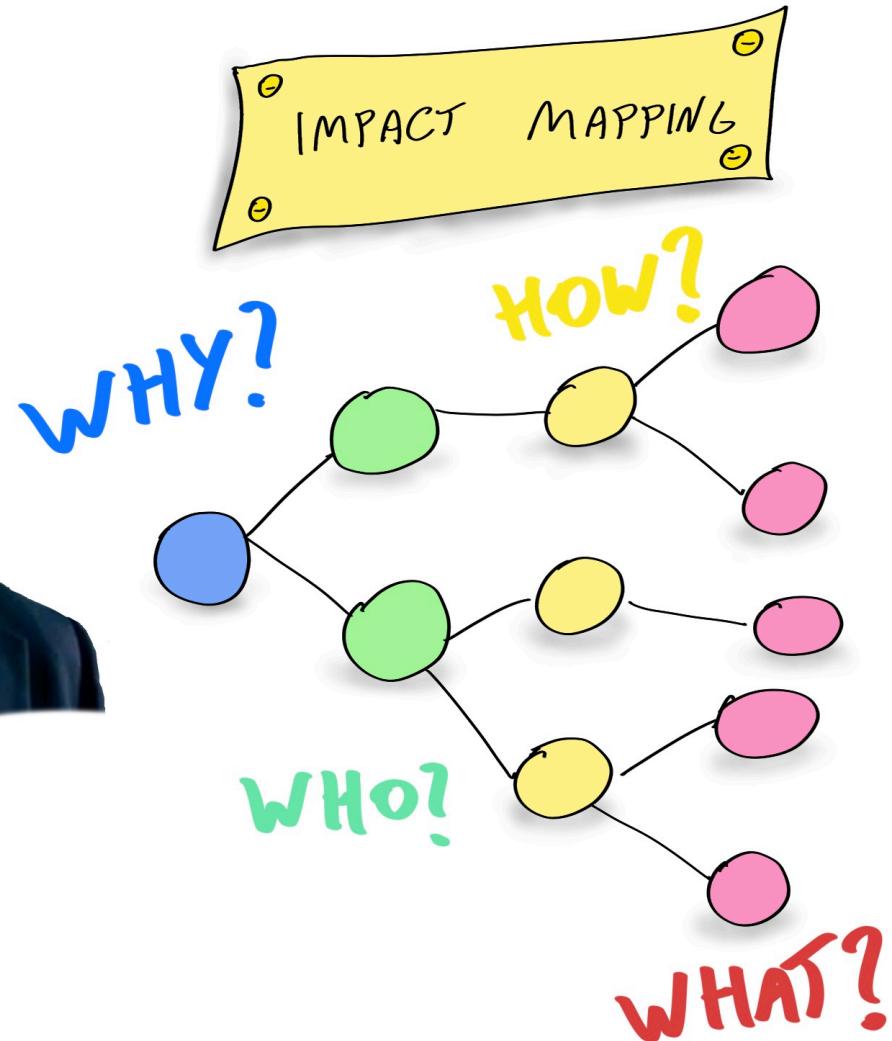


## Mas o que é o Map to Map?

O Map to Map é a junção de duas técnicas famosas: **Impact Mapping** e **User Story Mapping**.

A primeira será usada para fazer com que seu produto faça apenas o que ele de fato precisa fazer, ou seja, **maximizar o número de coisas que o produto não faz**.

A segunda será utilizada para evitar otimizações prematuras e nos forçar a pensar na forma mais simples de se resolver um problema, ou seja, criar um produto que é **bom o suficiente**.



## Técnica Um: Impact Mapping

CRIADA POR GOJKO ADZIC



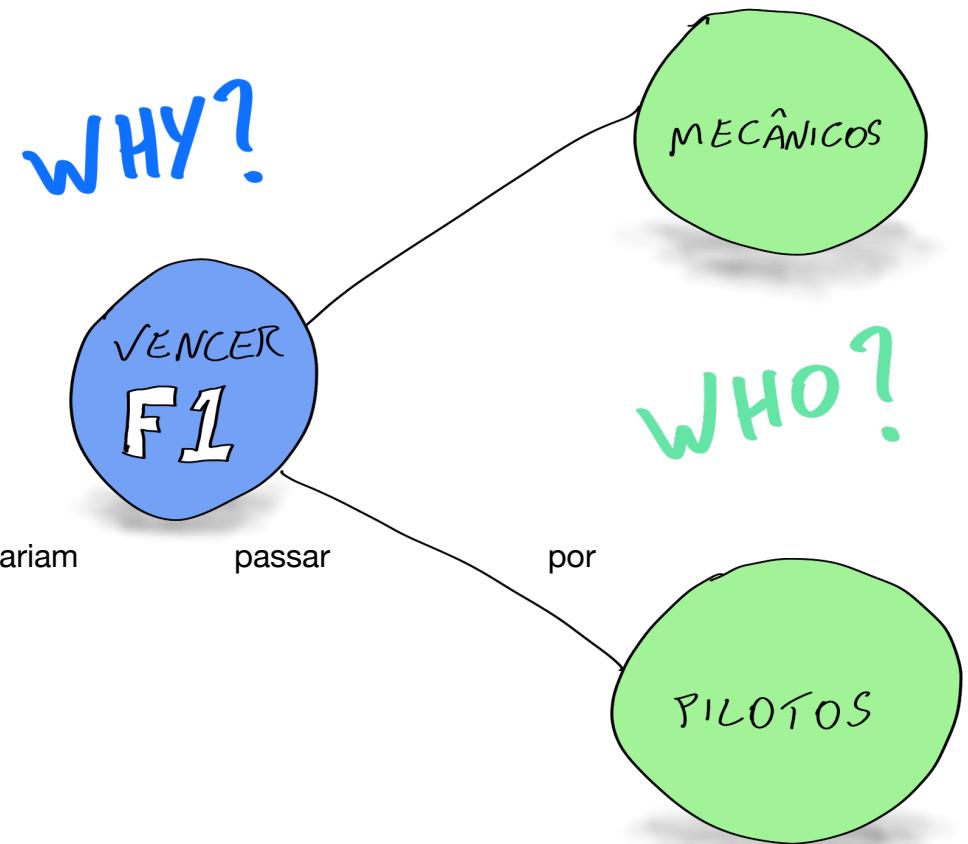
## Passo 1: Comece pelo porquê

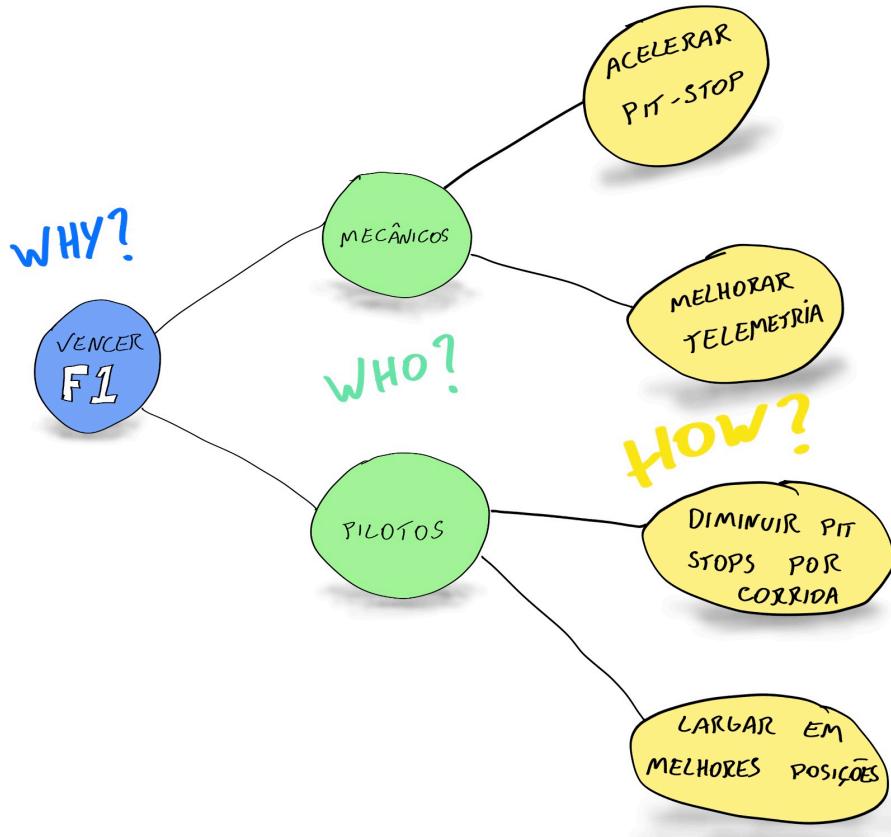
A técnica criada por **Gojko Adzic** se baseia na idéia de **Simon Sinek**:  
começar pelo porquê.

Este é o ponto onde **todo o time** precisa se reunir para entender bem  
qual é **o problema** que devem resolver. Repare no singular: **UM** problema.

Uma vez definido o problema, a equipe passa a listar quais pessoas precisariam  
alguma mudança para que o problema seja resolvido.

**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto.





## Passo 2: Entreviste as pessoas impactadas

Este é o momento onde a equipe tem a oportunidade de conversar com as pessoas impactadas e utilizar perguntas no formato “**como poderíamos?**”.

### Exemplo:

- *Como poderíamos ajudar você, pessoa especializada em mecânica, a levar nosso time ao título da fórmula 1?*
- *Se ao menos houvesse uma maneira de gastar menos tempo no pit-stop...*

**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto e as pessoas impactadas.



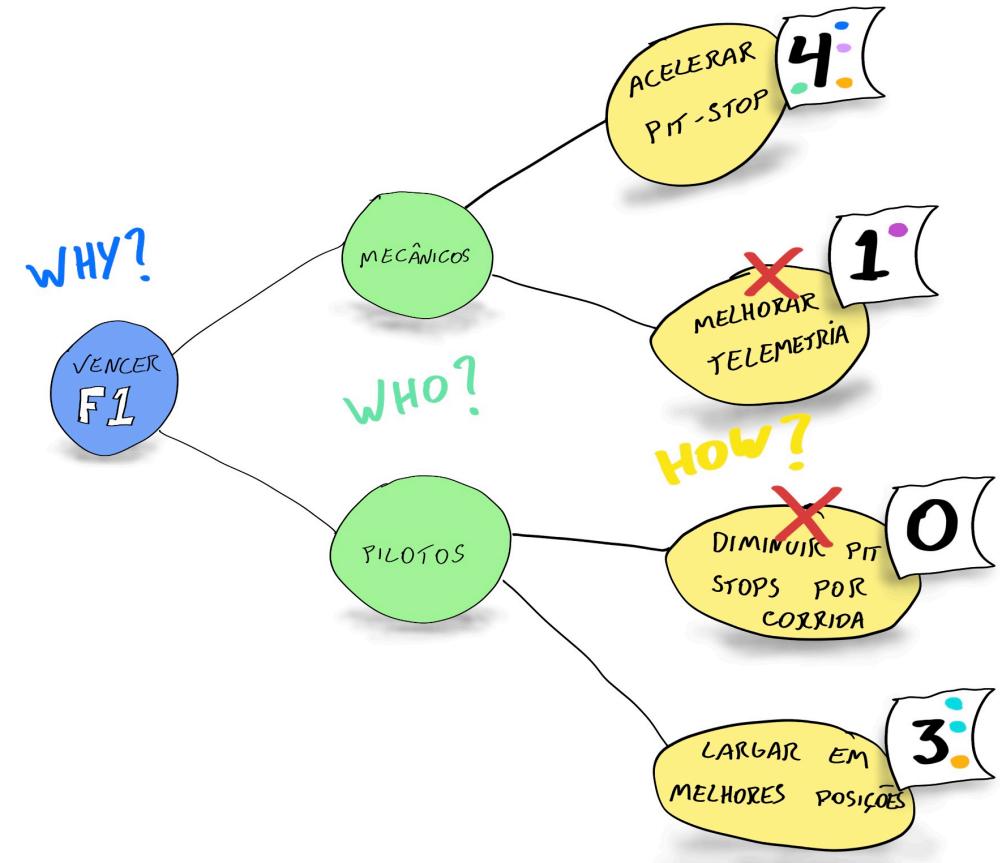
## Passo 3: Descubra as prioridades

Agora precisamos falar com quem financia o produto direta ou indiretamente. Cada pessoa investidora terá um número limitado de "moedas" para utilizar como votos, que serão distribuídas para "comprar" os impactos que lhe pareçam mais interessantes.

### Exemplo de duas pessoas investidoras com 4 votos:

Pessoa investidora A: 3 votos em *Acelerar Pit-stop*, 1 voto em *Melhorar Telemetria*

Pessoa investidora B: 1 voto em *Acelerar Pit-stop*, 3 votos em *Largar em melhores posições*



**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto e as pessoas que investiram no produto.

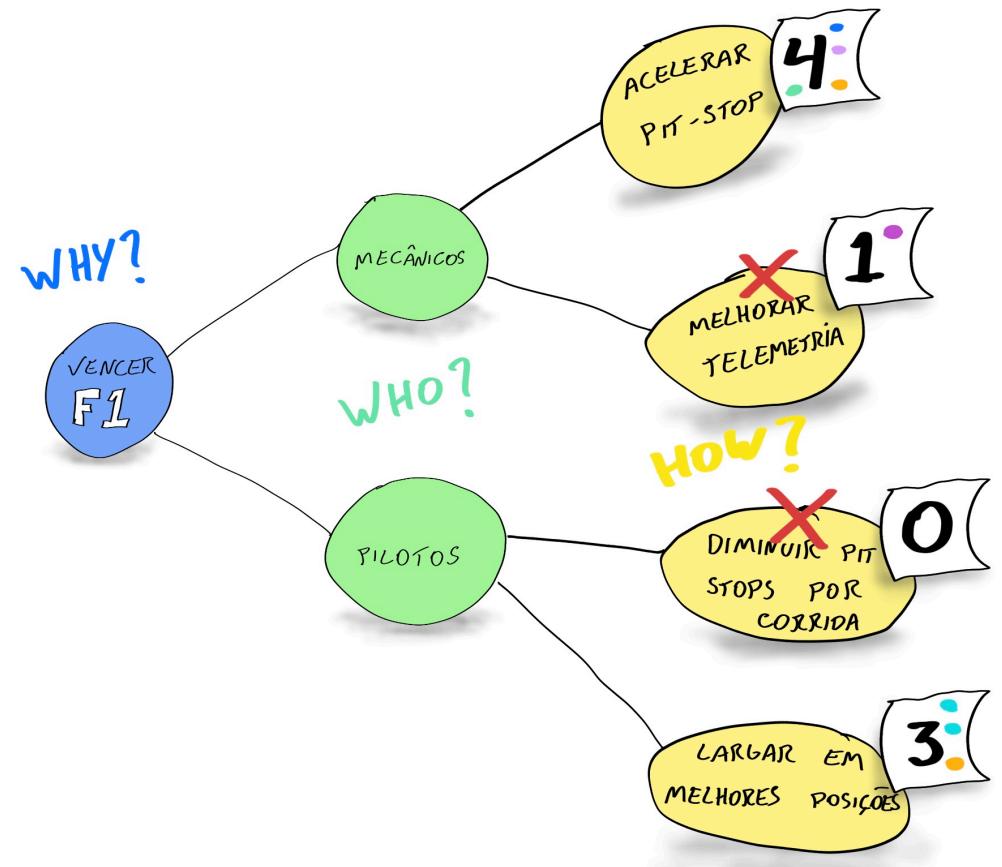


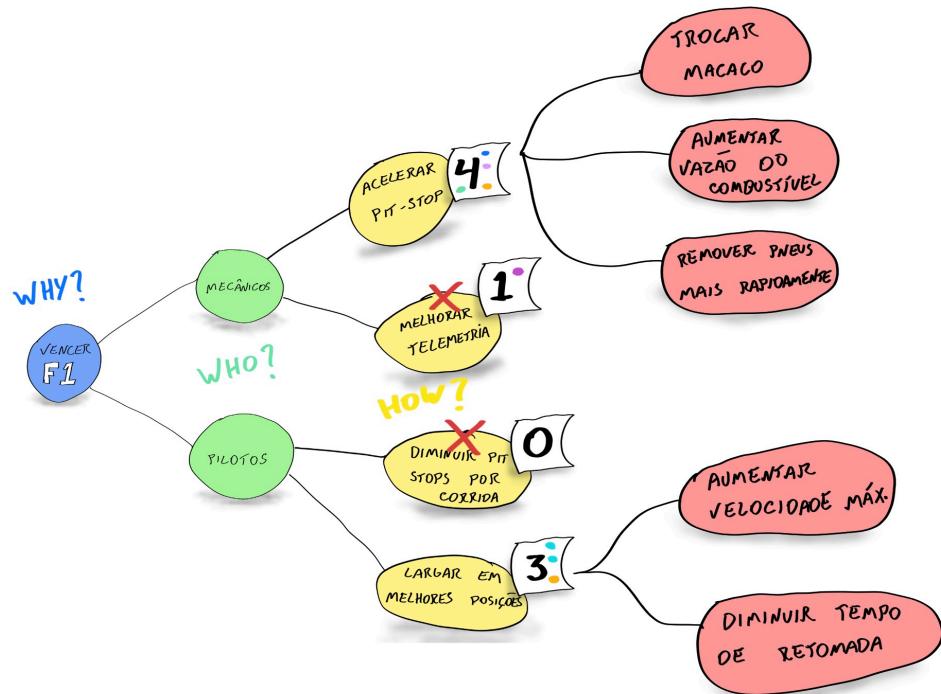
## Passo 4: Estabeleça métricas de eficácia

Ao chegar neste ponto, você já conseguiu atingir um objetivo: **maximizar o número de coisas que o produto não faz**. Isso porque pelo menos por enquanto, não vamos mais falar sobre os impactos que foram menos votados.

Agora é hora de selecionar os impactos mais votados e se perguntar: **como vamos avaliar se de fato estamos causando este impacto?**

**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto.





## Passo 5: Deixe as idéias fluírem

Ninguém melhor que as pessoas desenvolvedoras para sugerirem **o que podemos fazer** para causar os impactos priorizados.

É importante valorizar **todas as idéias**, mesmo que pareçam "bobas" ou muito elaboradas.

Essa é uma ótima forma de envolver as pessoas desenvolvedoras na **resolução de problemas reais**, pois muitas vezes elas acabam trabalhando apenas como implementadoras de soluções.

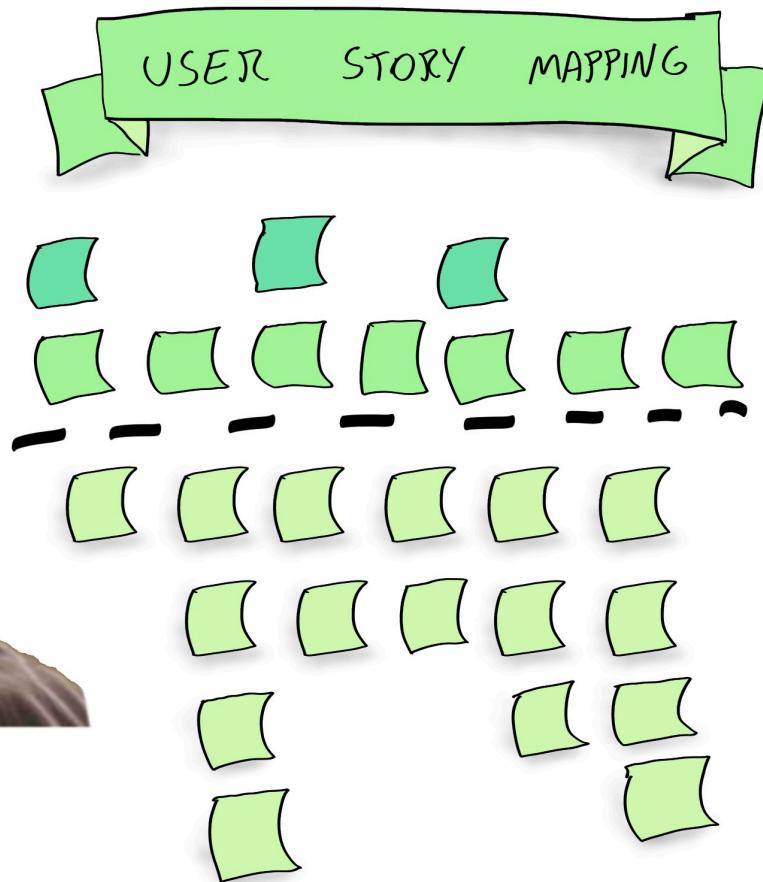
**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto.



## O que fizemos até aqui?

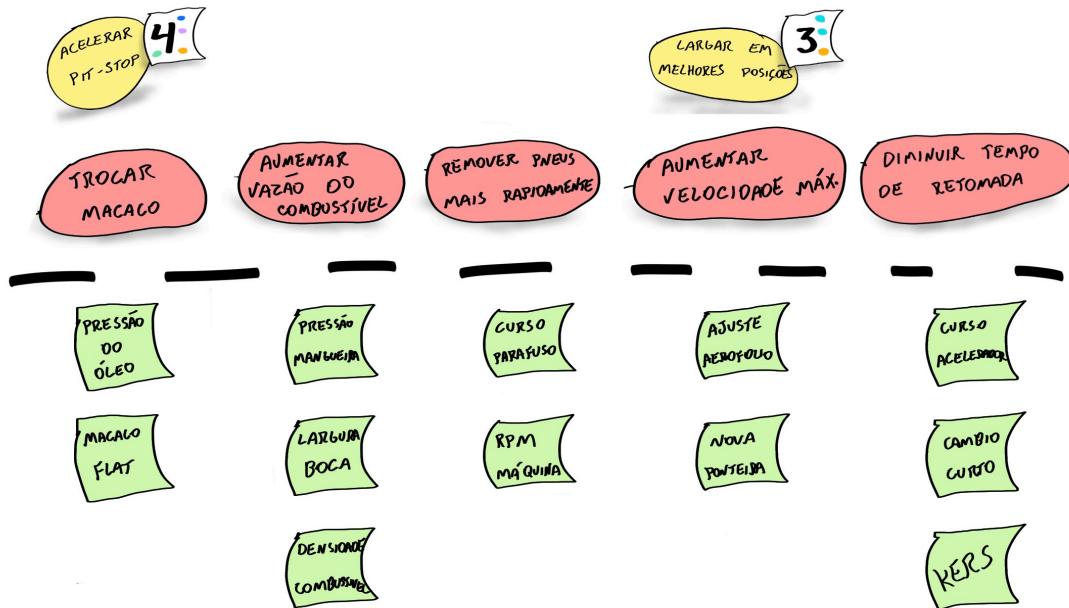
1. Começamos por um **problema a ser resolvido**, e não por uma lista de funcionalidades a serem implementadas.
2. Entrevistamos as pessoas que precisarão ter seu cotidiano alterado para que o problema seja resolvido.
3. Entendemos quais impactos precisamos causar no cotidiano dessas pessoas para que possamos resolver o problema.
4. Entrevistamos *stakeholders* para priorizar os impactos que queremos causar.
5. **Eliminamos impactos não prioritários, deixando nosso produto mais enxuto.**
6. Utilizamos o conhecimento das pessoas desenvolvedoras para pensar no que pode ser feito para gerar os impactos priorizados.

Fizemos muita coisa, mas ainda falta uma parte muito importante: descobrir uma maneira de **desenvolver nosso produto de forma incremental**.



## Técnica Dois: User Story Mapping

CRIADA POR JEFF PATTON



## Passo 6: Menor Incremento Viável

Os impactos priorizados e as propostas de solução criadas pelas pessoas desenvolvedoras se tornam a espinha dorsal do nosso mapa.

Agora é hora de discutir pequenos incrementos para cada proposta de solução.

**Exemplo:** como podemos Acelerar o Pit-stop?

Note que no exemplo cada incremento (post-it verde) contribui para o valor entregue pela solução (em rosa), que por sua vez é uma forma de gerar o impacto priorizado (em amarelo).

**Aqui não estamos falando de “quebrar um item em atividades”, e sim em formas de causar o impacto desejado de maneira gradual.**

**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto.

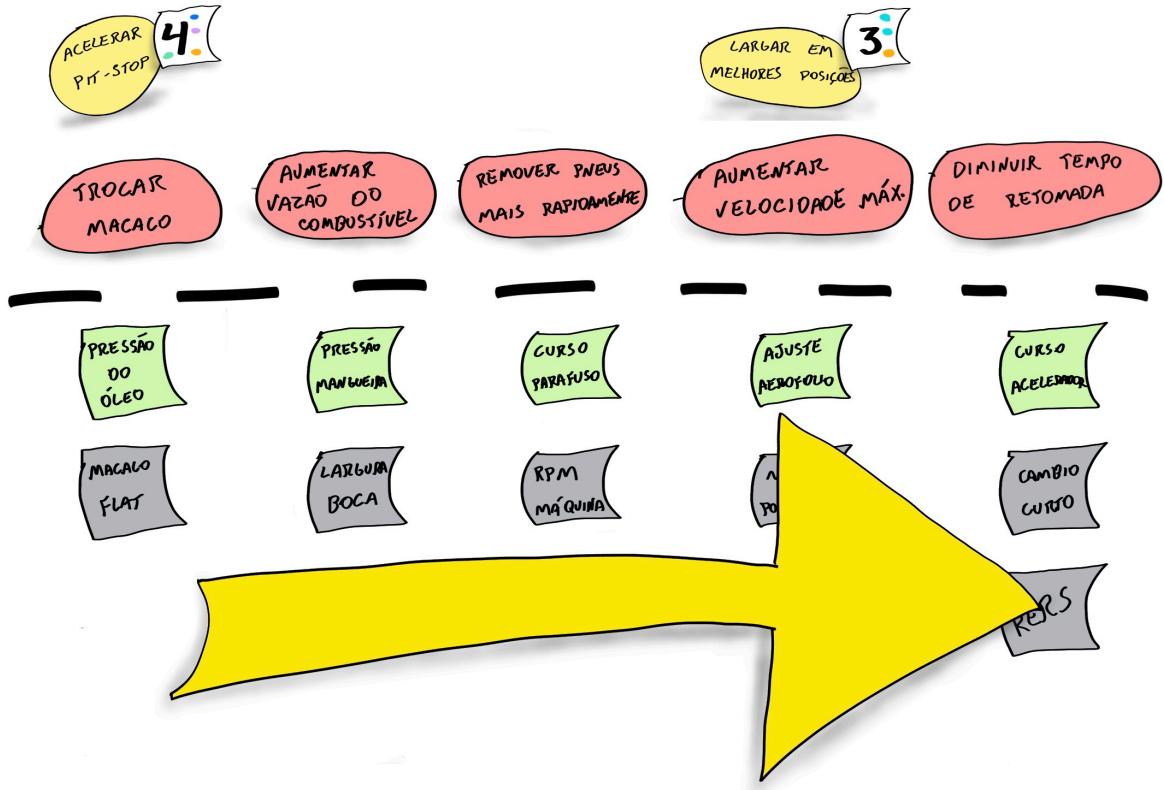


## Passo 7: Evolua o produto como um todo

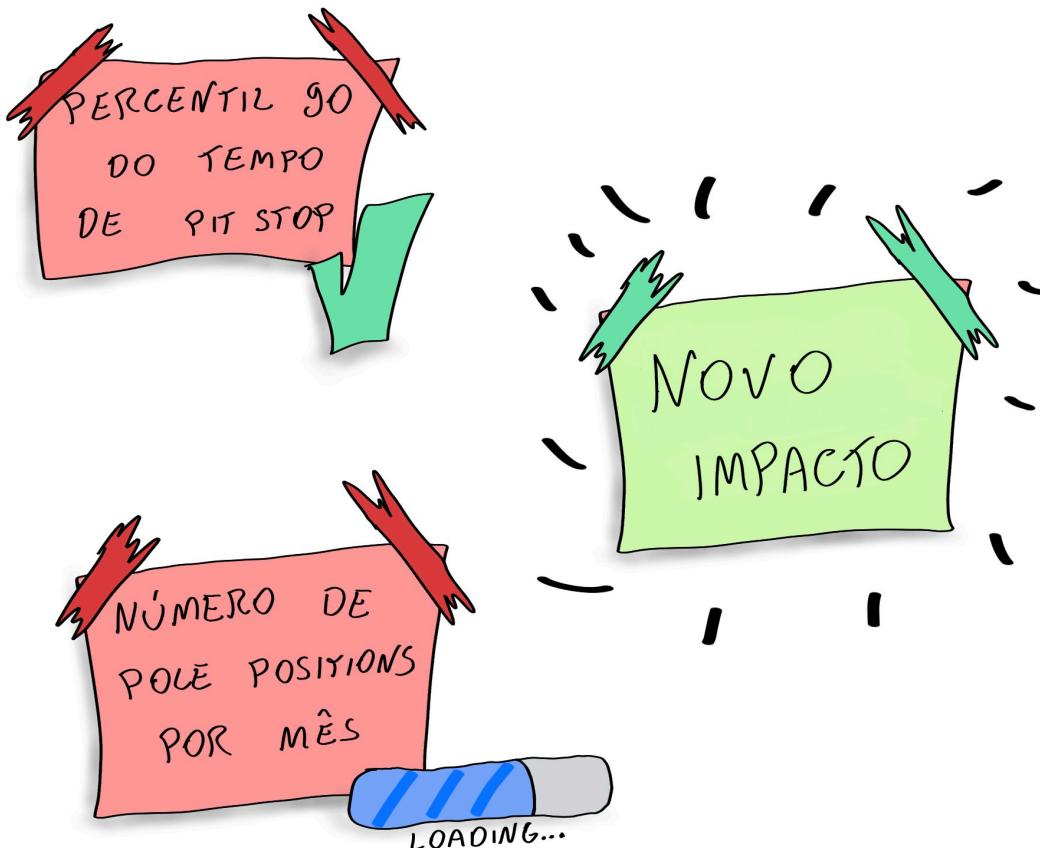
Ao invés de desenvolver nosso produto por módulos, vamos desenvolver um pouco de cada parte da solução.

Para fazer isso, precisamos **começar pelas maneiras mais simples de implementar cada proposta de solução** que compõe nosso produto.

No exemplo, todos os incrementos em verde serão desenvolvidos primeiro.



**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto.



## Passo 8: Avalie se já fez o suficiente

Desenvolver de forma incremental só faz sentido se pudermos definir se um novo incremento vale a pena ou não. Podemos recorrer às métricas que definimos no **Passo 4** para avaliar se continuamos trabalhando para ampliar um determinado impacto ou se faz sentido dedicar nossos esforços a um novo impacto, necessário para o sucesso do produto.

Esta é uma atividade que precisa ser realizada periodicamente, especialmente em ambientes mais voláteis.

**Quem participa?** Toda a equipe que vai desenvolver o produto e pessoas que investiram no produto.



## O que ganhamos ao trabalhar desta forma?

Em suma, este guia tenta mostrar uma maneira simples de concretizar o décimo princípio do Manifesto Ágil:

***Simplicidade – a arte de maximizar a quantidade de trabalho que não é feito – é essencial.***

Quando desenvolvemos um produto por módulos, nossa oportunidade de aprendizado se resume às oportunidades de melhoria a cada módulo entregue. Desta forma, não há como obter feedback sobre o produto como um todo, e isso acaba por incentivar o time a continuar aprimorando apenas um determinado módulo antes de avançar para o próximo.

Ao adotar uma abordagem que favorece o desenvolvimento incremental, conseguimos obter informações sobre quais módulos do produto precisam ser aprimorados e debatemos até qual ponto esse aprimoramento é necessário para solucionar um determinado problema. Quando avaliamos que o problema foi resolvido, evitamos um investimento de tempo em uma determinada parte do produto que já cumpre o seu objetivo para as pessoas impactadas por ele.



## Sobre o Guia

**Impact Mapping** e **User Story Mapping** são técnicas criadas respectivamente por **Gojko Adzic** e **Jeff Patton**. Ambos autores possuem conteúdos excelentes em seus sites e blogs:

- <https://gojko.net>
- <https://www.jpattonassociates.com>

Este guia traz algumas alterações na maneira de conduzir as duas técnicas. Estas alterações são fruto de experiências com times reais que utilizaram as técnicas originais como maneira de descobrir um produto, refinar o *Product Backlog* ou apenas exercitar a criação de hipóteses.

O Map 2 Map é o que **Jurgen Appelo** chama de *Método do Mojito*: misturar coisas que já são boas para criar algo ainda melhor.



## Sobre a Facta

A Facta é uma empresa de tecnologia criada no ano de 2010. Todo conteúdo criado e distribuído pela empresa é fruto de experiências reais de pessoas que seguem trabalhando diariamente com desenvolvimento de software.

Nós desenvolvemos produtos e também atuamos como consultores e facilitadores. Caso tenha interesse (inclusive em um workshop de Map 2 Map!), entre em contato conosco através do e-mail [contato@facta.works](mailto:contato@facta.works).

Também oferecemos cursos de Introdução à Agilidade, Certified Scrum Developer (CSD), cursos para Scrum Masters e Product Owners, dentre outros.

Em nosso site, você encontrará mais informações e materiais sobre agilidade: <https://facta.works/>.



## O autor: Mário Melo

Desde 2004 me dedico diariamente a descobrir novas formas de desenvolver software de maneira colaborativa e eficiente.

E por gostar tanto de aprender, acabei aprendendo a ensinar: hoje, entre cursos virtuais e presenciais, conto com mais de 80.000 alunos ao redor do mundo.

Não programo sem meu vim, não viajo sem meu kindle, não fico em casa sem meu ukulele!

Ah! Apresentei o Map 2 Map como técnica no Scrum Day 2020 e no Agile Brazil 2021.



## O revisor: Alysson Anthony

Apaixonado por desenvolvimento de sistemas e aplicativos desde 2004.

Atuei como desenvolvedor, líder técnico, analista de negócios, designer, scrum master, product owner, ceo de startup, consultor e trainer.

Gateiro, adoro tocar piano, esportes, viagens, novas tecnologias e vinho branco sim, por favor.

Minha maior motivação é utilizar agilidade, facilitação e mentoria para ajudar indivíduos e times a se superarem, todos os dias.

