

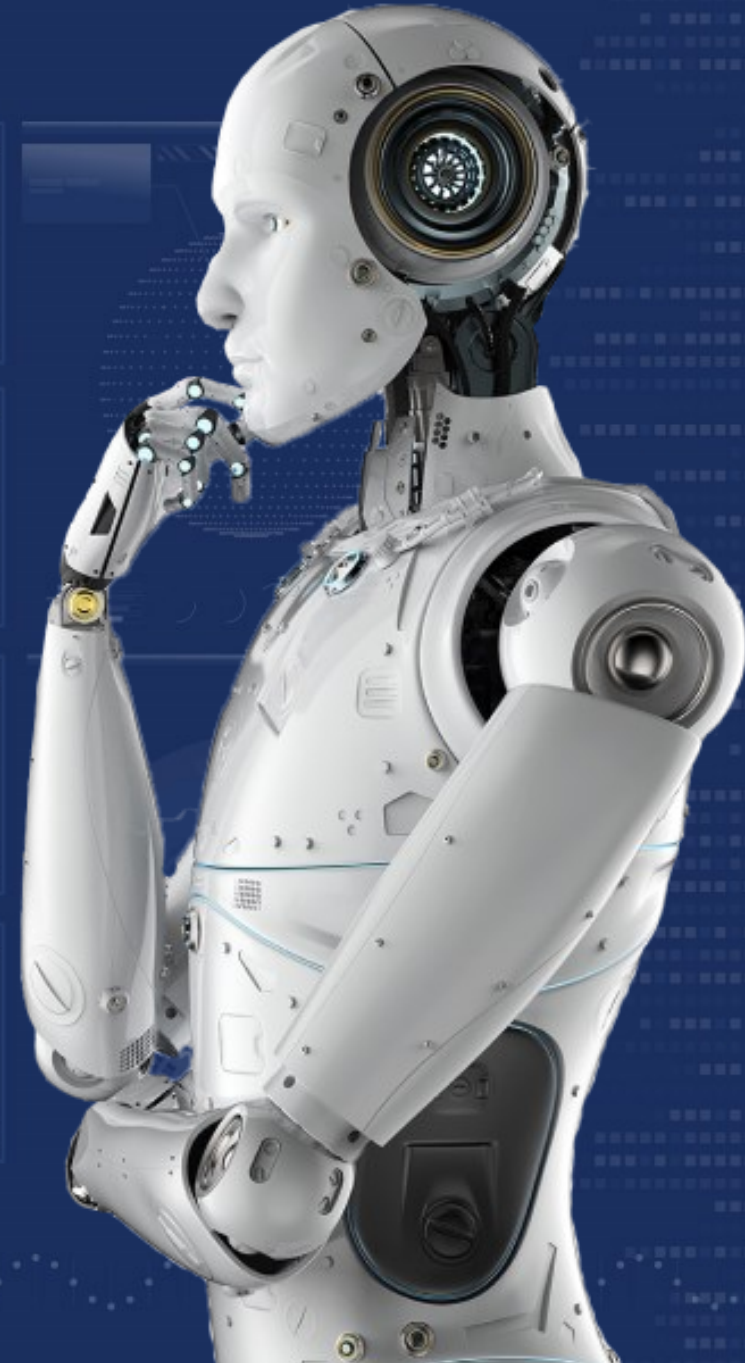
# Дорожная карта разработки продукта

15 марта 2023 г.

**Василий Рудоманов**

специально для

ARTIFICIAL INTELLIGENCE АКСЕЛЕРАТОР <https://innoaccelai.ru>



- Место дорожной карты в стратегическом планировании
- Разница Vision vs Roadmap
- Разница Roadmap vs Release
- Источники идей для дорожной карты
- Накопление идей для дорожной карты
- Приоритезация задач в дорожной карте
- Оценка трудозатрат команды разработки
- Пример дорожной карты
  
- Обзор проектов

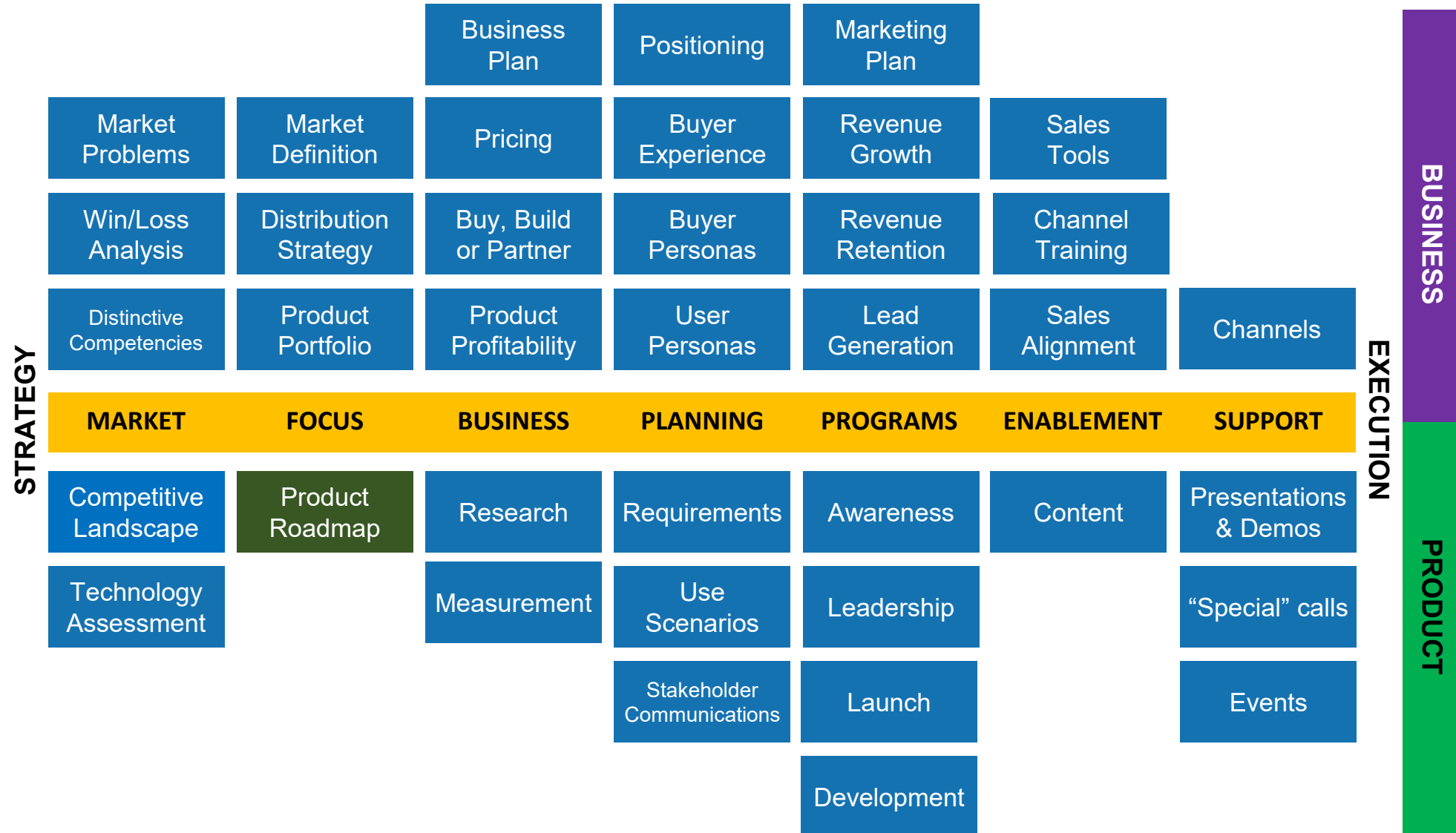
# Василий Рудоманов

Product Director @ Chainstack (Singapore)



- 7 лет в продакт-менеджменте и разработке софта
- 12 лет в SaaS и Cloud технологиях, 23 года в ИТ
- SIT, Acronis, Rostelecom, Netcracker, I-teco, Tieto
- Автор курса и книги про продакт-менеджмент:  
<https://www.productdevelopment.tech>
- Ментор: Физтех.Союз, Спроси VC, GetMentor.dev, it-kadr.ru, innoaccelai

# Фреймворк управления продуктом



## Think Globally, Act Locally



**Vision** - верхне-уровневая картина того, что пытается достичь компания. Задаёт общее направление движения

- Актуален на длительном промежутке времени
- Глобальные цели (**Goals**)

**Roadmap** – план конкретных шагов, которые мы собираемся предпринять в отрезок времени, чтобы претворить в жизнь наш Vision

- Строится на определенный отрезок времени
- Чёткие шаги и последовательность (**Releases**)

Наша миссия - организовать всемирный **сервис** для доступного и удобного перемещения **людей** и **грузов**



## ▪ Vision

Построить лучший жилой квартал на севере Москвы (САО)

## ▪ Goals

5000 квартир, современная архитектура, комфорт класс, удобные планировки, двор без машин

## ▪ Roadmap

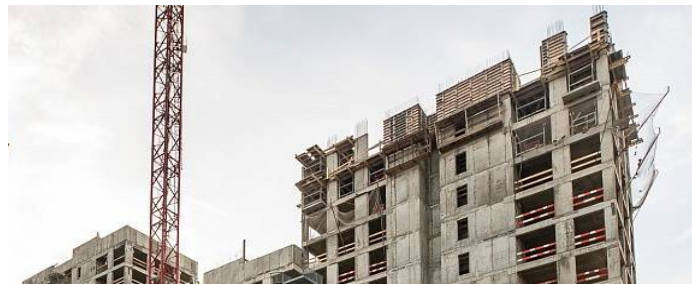
Очереди застройки и благоустройства территории

## ▪ Release

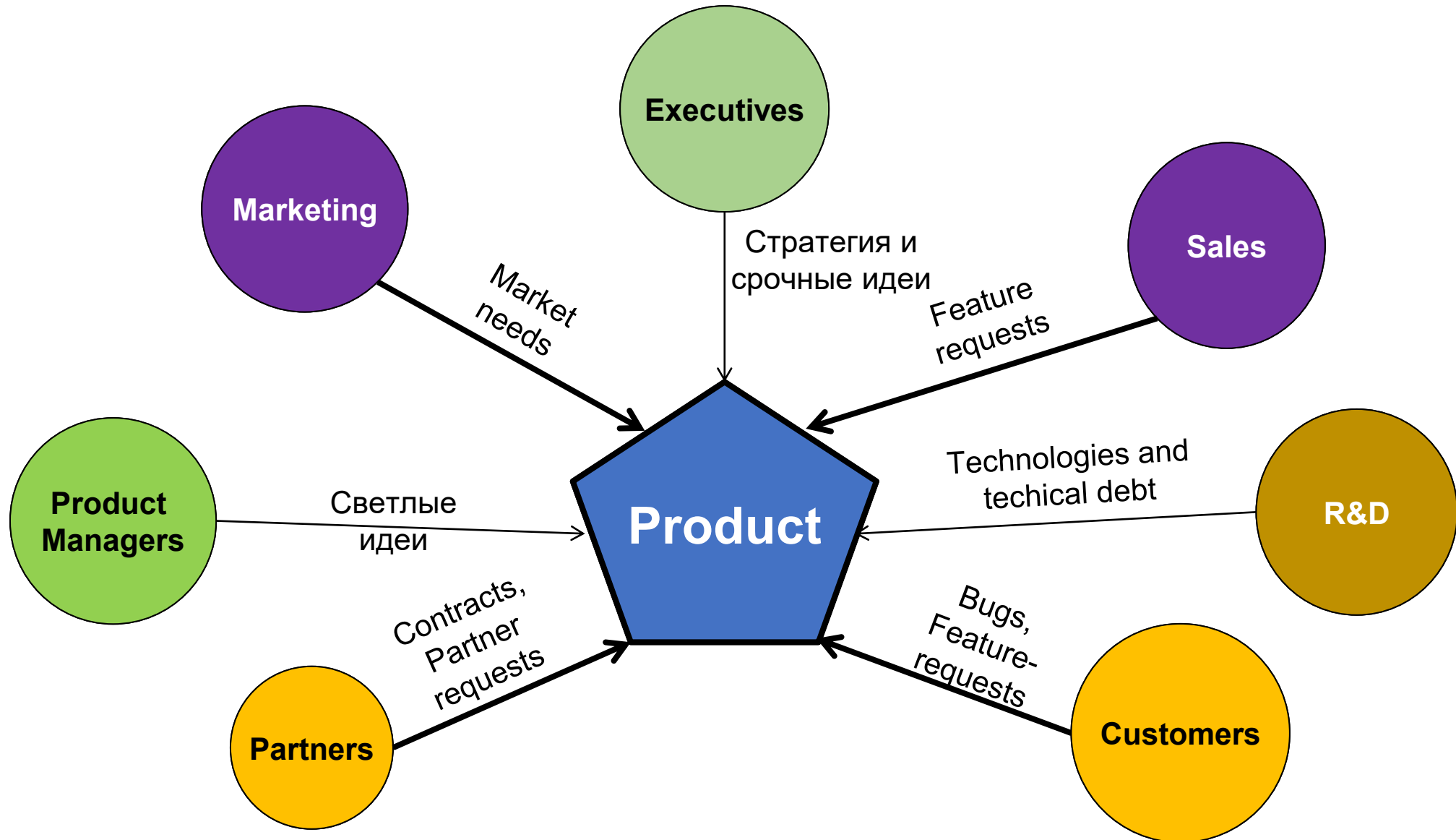
Конкретные готовые здания, дороги, парки;  
(Возможно деление на стадии готовности)

## ▪ Feature

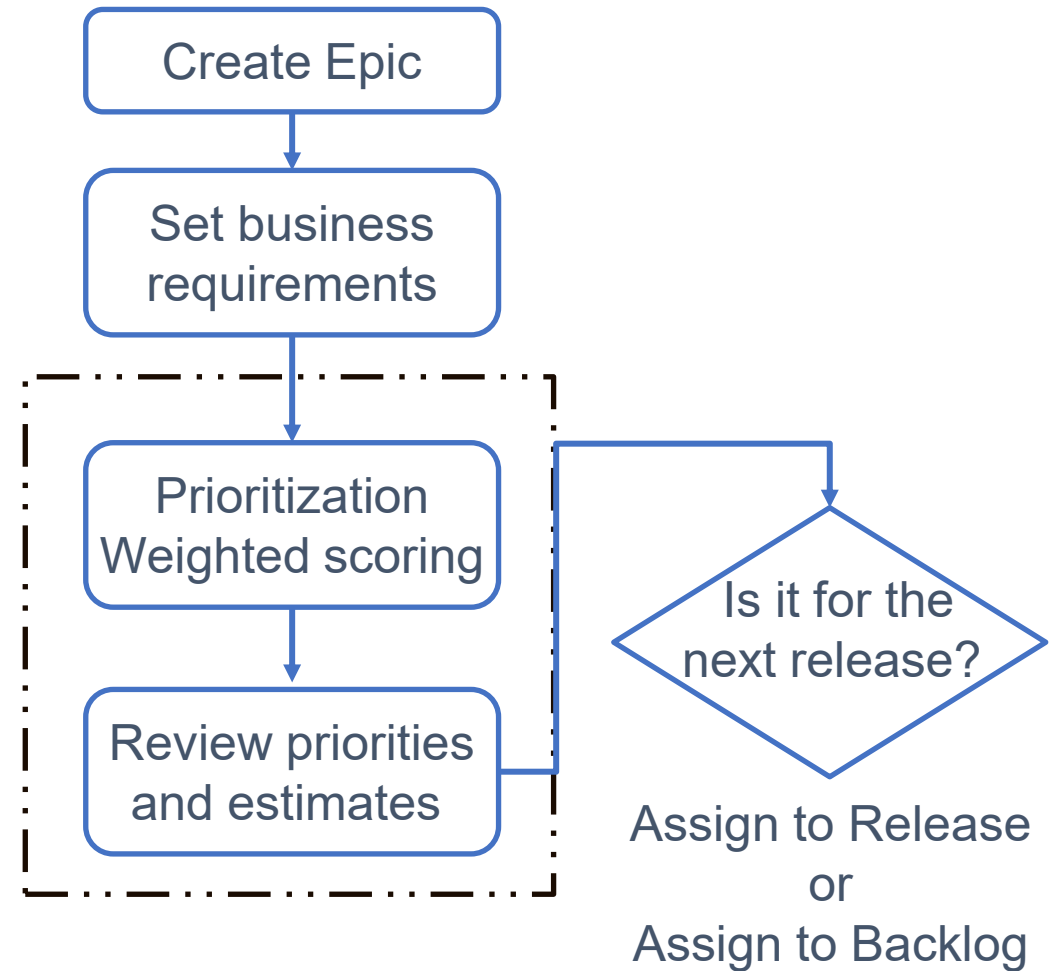
Детская площадка, посаженные деревья, крытая парковка, пандус



# Источники идей для дорожной карты

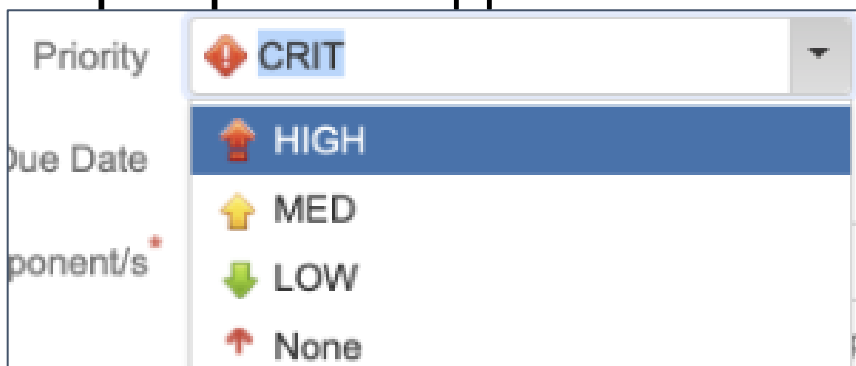


1. Создать Epic
2. Собрать бизнес-требования
3. Приоритезация
4. Сравнение приоритетов и трудозатрат
5. Назначить фичу в релиз или поместить в бэклог





## ■ Приоритет задачи



## ■ Голосование



## ■ Комплексная методология (feature score)

- Срочность
- Размер клиента
- Повышение рыночной доли
- Потенциальная прибыль или потери
- Стратегическое направление

## • Трудозатраты

## • Риски

# Формула Feature Score

$$\text{Feature Score} = \frac{\text{Customer Factor}}{(25)} + \frac{\text{Market Penetration}}{(20)} + \frac{\text{Revenue}}{(25)} + \frac{\text{Strategy}}{(20)} + \frac{\text{Dev Efforts}}{(20)} + \frac{\text{Risks}}{(20)}$$

**Feature Score**

1. Количественная (сравнимая) оценка фичи
2. Сумма всех составных частей
3. Каждая составная часть должны быть нормированной

Пример  
нормирования:

Потенциальная прибыль в \$	Значение критерия
Менее \$10,000	0
\$10,000 – \$50,000	5
\$50,000 – \$100,000	10
\$100,000 – \$500,000	15
\$500,000 – \$1,000,000	20
\$1,000,000 и более	25

# Формула Feature Score

$$\text{Feature Score} = \frac{\text{Customer Factor}}{(25)} + \frac{\text{Market Penetration}}{(20)} + \frac{\text{Revenue}}{(25)} + \frac{\text{Strategy}}{(20)} + \frac{\text{Dev Efforts}}{(20)} + \frac{\text{Risks}}{(20)}$$

**Customer Factor** = Срочность \* Размер клиента

■ Срочность 5..1:

- 5 – немедленно;
- 2 – в течении 6 месяцев;
- 1 – в течении года;

■ Размер клиента:

- 5 – более 500 покупок/\$/установок;
- 2 – 101-500 покупок/\$/установок;
- 1 – 1-100 покупок/\$/установок;

**Market Penetration** – Вероятность получения новых клиентов:

(0 – нет новых клиентов; 20 – 500 новых клиентов)

# Формула Feature Score

$$\text{Feature Score} = \text{Customer Factor (25)} + \text{Market Penetration (20)} + \text{Revenue (25)} + \text{Strategy (20)} + \text{Dev Efforts (20)} + \text{Risks (20)}$$

**Revenue** – потенциальная прибыль

Потенциальная прибыль в \$	Значение критерия
Менее \$10,000	0
\$10,000 – \$50,000	5
\$50,000 – \$100,000	10
\$100,000 – \$500,000	15
\$500,000 – \$1,000,000	20
\$1,000,000 и более	25

**Strategy** – соответствие фичи текущим приоритетам компании

Пример:

Стратегический приоритет	Балл
Улучшение безопасности	+4
Увеличение NPS	+4
Увеличение частотности заказов	+4
Интеграция с партнёрским решением	+2
...	...

# Формула Feature Score

$$\text{Feature Score} = \text{Customer Factor (25)} + \text{Market Penetration (20)} + \text{Revenue (25)} + \text{Strategy (20)} + \text{Dev Efforts (20)} + \text{Risks (20)}$$

Обратно пропорциональные критерии

**Development Efforts** – затраты на разработку

**Risks** – Совокупные риски при разработке

затраты на разработку (T-shirt size)	Значение критерия
S	20
M	16
L	12
XL	8
XXL	4

Уверенность в оценке	Значение критерия
100%	20
80%	16
60%	12
40%	8
20%	4

# Список задач для приложения такси

Пример: Мы разрабатываем приложение по заказу такси.

## Feature

Мобильное приложение Android

Мобильное приложение iOS

Заказ такси к нужному времени

Тариф "Детский"

Тариф "Доставка"

Выбор метода оплаты

Оплата через карту МИР

Наблюдение на маршрутом

Выбор цвета автомобиля

Пример: Мы разрабатываем приложение по заказу такси.

Фича: тариф «Доставка»: доставка документов, мелких грузов до 1 кг такси (везём документы вместо человека)

■ *Customer Factor* = 1 \* 1 = 1

- Срочность = 1 – В течении года (если конкуренты уже делают это, возможно стоит сделать быстрее)
- Размер клиента = 1 – Рассчитываем получить 100 новых заказов

■ *Market Penetration* = 4 – количественная оценка новых пользователей (1000), которые придут ради этой фичи

■ *Revenue* = 15 – оцениваем revenue 100 заказов по \$1000 (средняя цена поездки) = \$100,000

■ *Strategy* = 4 – увеличивает частотность заказов

■ *Development Efforts* = 16 – размер M

■ *Risks* = 16 – уверены на 80%

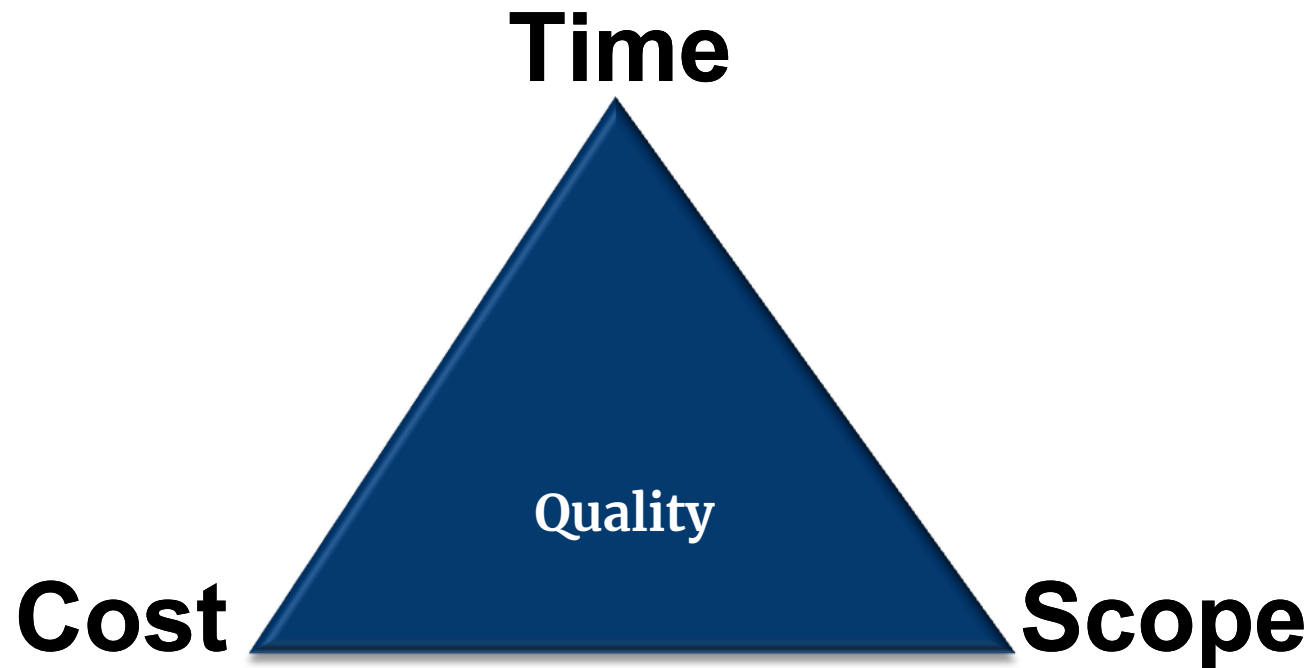
*Feature Score* = 1 + 4 + 15 + 4 + 16 + 16 = 56

# Пример листа с приоритетами

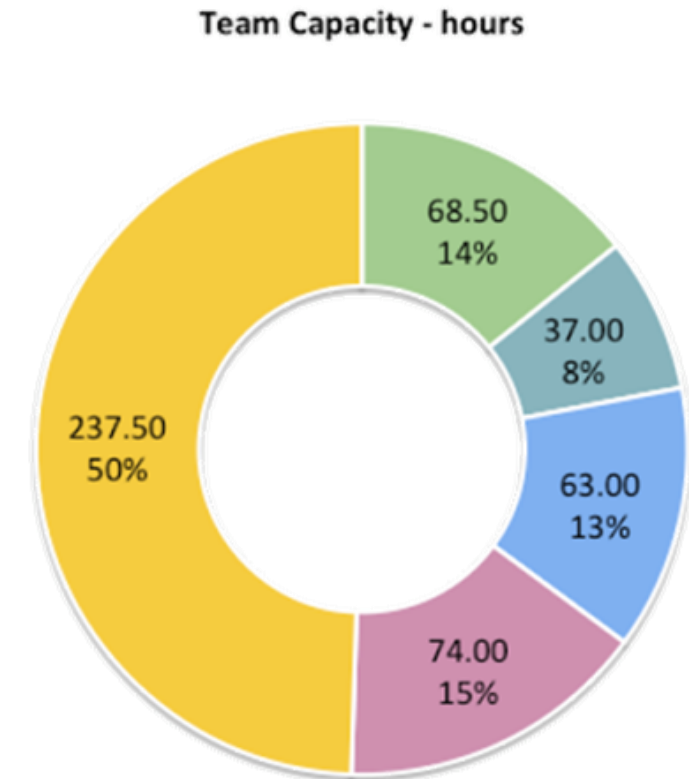
Name	Customer Factor						Costs		Weighted score
	Срочность	Размер клиента	CF Score	Market Penetration (20)	Revenue (25)	Strategy (20)	Dev Effort (20)	Risk (20)	
Мобильное приложение Android	Немедленно	> 500	25	4	5	1	XXL	4	82
Тариф "Детский"	В течении 6 месяцев	101 - 500	4	2	3	1	M	2	63
Мобильное приложение iOS	Немедленно	101 - 500	10	3	4	1	XXL	4	58
Заказ такси к нужному времени	В течении 6 месяцев	1 - 100	2	2	2	0	M	1	56
Тариф "Доставка"	В течении года	1 - 100	1	1	3	1	M	2	56
Выбор метода оплаты	В течении 6 месяцев	101 - 500	4	3	3	0	L	3	55
Оплата через карту МИР	В течении года	1 - 100	1	1	2	1	M	2	51
Выбор цвета автомобиля	В течении года	Неизвестно	0	1	2	0	M	1	50
Наблюдение на маршрутом	В течении года	1 - 100	1	1	2	0	L	2	43



# Треугольник ограничений



1. Каждая команда разработки имеет свой capacity (емкость)
2. Большая команда может делиться на направления:
  - Backend
  - QA
  - Mobile Android
  - Mobile iOS
3. В зависимости от цикла разработки (раз в неделю, месяц, три месяца, 6 месяцев) вычисляется capacity на один релиз
4. Все фичи в backlog оцениваются по трудозатратам
5. В ближайший релиз попадают те фичи, которые самые приоритетные и которые помещаются в capacity
6. Что получилось – называется score (скоуп) релиза



# Оценка задач по трудозатратам

Команды и их емкость на 6 месяцев:

Team	Man Days
Backend	190
QA	200
Mobile Android	195
Mobile iOS	170

Оценки фичей:

Name	Mobile Android	Mobile iOS	Backend	QA	Sum	T-shirt
Мобильное приложение Android	120	0	80	100	300	XXL
Тариф "Детский"	20	25	40	40	125	M
Мобильное приложение iOS	0	120	100	100	320	XXL
Заказ такси к нужному времени	20	25	45	45	135	M
Тариф "Доставка"	25	40	35	35	135	M
Выбор метода оплаты	40	45	50	50	185	L
Оплата через карту МИР	15	15	60	40	130	M
Выбор цвета автомобиля	25	25	25	40	115	M
Наблюдение на маршрутом	45	50	60	45	200	L
<b>Сумма</b>	<b>310</b>	<b>345</b>	<b>495</b>	<b>495</b>	<b>1645</b>	

# Оценка задач по трудозатратам

Команды и их емкость на 6 месяцев:

Team	Man Days	Scope Estimation
Backend	190	165
QA	200	185
Mobile Android	195	160
Mobile iOS	170	50

Оценки фичей:

Name	Mobile Android	Mobile iOS	Backend	QA	Sum	T-shirt
<b>Мобильное приложение Android</b>	120	0	80	100	300	XXL
<b>Тариф "Детский"</b>	20	25	40	40	125	M
Мобильное приложение iOS	0	120	100	100	320	XXL
<b>Заказ такси к нужному времени</b>	20	25	45	45	135	M
Тариф "Доставка"	25	40	35	35	135	M
Выбор метода оплаты	40	45	50	50	185	L
Оплата через карту МИР	15	15	60	40	130	M
Выбор цвета автомобиля	25	25	25	40	115	M
Наблюдение на маршрутом	45	50	60	45	200	L
<b>Сумма</b>	<b>310</b>	<b>345</b>	<b>495</b>	<b>495</b>	<b>1645</b>	

## Черная Волга 1.0

## Черная Волга 2.0

## Черная Волга 3.0

2023

June

July

Aug

Sep

Oct

Nov

Dec

Jan

Feb

March

Apr

May

Jun

2024

- **Android support**
- Тариф «Детский»
- Заказ к нужному времени

- **iOS support**
- Тариф «Доставка»
- **Выбор метода оплаты**

- **Оплата картой МИР**
- Выбор цвета автомобиля
- Наблюдение за маршрутом

Release themes

**Mobile apps**

Grow market share

**Grow revenue**

Спасибо за внимание

# Василий Рудоманов

## Контакты:

- LinkedIn: [www.linkedin.com/in/vrudomanov/](http://www.linkedin.com/in/vrudomanov/)
- Telegram: <https://t.me/cyberwider>

## Читать и подписаться

- Онлайн-книга по продакт-менеджменту:  
<https://www.productdevelopment.tech>
- Telegram канал о будущем и о технологиях:  
<https://t.me/Futurioo>

