
Spis treści

Słowo wstępne od Martina Fowlera	11
Słowo wstępne od Alana Coopera	13
Słowo wstępne od Marty'ego Cagana	15
Wprowadzenie	19
Dlaczego akurat ja?	20
Jeśli masz problemy z historyjkami, ta książka jest dla Ciebie	20
Kto powinien przeczytać tę książkę?	21
Konwencje formatowania przyjęte w książce	22
Struktura książki	23
Przeczytaj to najpierw	25
Głuchy telefon	25
Wspólne porozumienie można osiągnąć bezproblemowo	28
Nie staraj się pisać idealnych dokumentów	29
Dobre dokumenty są jak zdjęcia z wakacji	30
Dokumenty są jak ściągi	31
Mów o tym, co ważne	32
Dziś i jutro	32
Oprogramowanie nie jest najważniejsze	33
No dobra, nie chodzi o samych ludzi	34
Wytwarzaj mniej	35
Brzydkie słowo na „w”	36
To właściwie tyle	37
1. Obraz całości	39
Słowo na „a”	39
Historie są do opowiadania, nie do czytania	40
Opowiadanie historii w całości	41

Gary i tragedia płaskiego rejestru	42
Mów i zapisuj	43
Naszkcuj zarysy pomysłu	44
Opisz klientów i użytkowników	45
Opowiedz historie użytkowników	46
Zapoznaj się ze szczegółami i możliwościami	49
2. Produkuj mniej	55
Mapowanie pomaga dużym grupom uzyskać wzajemne zrozumienie	56
Mapowanie ułatwia znajdowanie luk w opowieści	59
Do zrobienia zawsze jest za dużo	59
Wydziel minimalne, działające wydanie produktu	60
Wydziel harmonogram produkcji	61
Nie priorytetyzuj funkcji, tylko rezultaty	62
To czysta magia — naprawdę	62
Dlaczego MVP jest takie ważne	65
Nowe MVP wcale nie jest produktem!	66
3. Ucz się szybciej	69
Zacznij od omówienia korzyści	70
Zweryfikuj problem	70
Ucz się z prototypów	71
Ludzie mogą chcieć nie tego, czego potrzebują	72
Twórz, aby się uczyć	72
Powtarzaj aż do uzyskania funkcjonalności	75
Jak tego nie robić	75
Zdobywanie weryfikowanej wiedzy	76
Minimalizuj swoje eksperymenty	77
Podsumowanie	78
4. Kończ na czas	79
Opowiedz zespołowi o wszystkim	80
Jak skutecznie szacować czas	81
Budowanie kawałek po kawałku	82
Nie wypuszczaj pojedynczych plastrów	83
Jak skutecznie szacować czas — sekret drugi	83
Zarządzaj swoim budżetem	84
Iteratywnie i przyrostowo	88
Otwarcie, gra środkowa i gra końcowa	88
Podziel strategię produkcyjną na mapie	89
Wszystko sprowadza się do ryzyka	90
Co teraz?	90

5. Już wiesz, jak to robić	91
1. Wypisz swoją opowieść krok po kroku	91
2. Ułóż swoją opowieść	94
3. Zastanów się nad innymi wariantami historii	95
4. Opracuj rdzeń mapy	97
5. Wydziel działania umożliwiające osiągnięcie konkretnego rezultatu	98
I już! Wiesz już wszystko, co trzeba	99
Wypróbuj to w domu i w pracy	100
Mapa opowiada o tym, co jest dziś, nie o jutrze	101
Wypróbuj to w praktyce	102
Programistom trudniej	103
Mapa to dopiero początek	104
6. Cała prawda o historyjkach	109
Absurdalnie prosty pomysł Kenta	109
Proste nie znaczy łatwe	110
Ron Jeffries i trzy C	111
Hasła i obrazy	113
To tyle	114
7. Opowiadanie lepszych historii	115
Szablon Connextra	115
Szablonowi zombie i jazda pługiem	118
Lista dobrych tematów do omówienia	120
Rób zdjęcia z wakacji	123
To rzeczywiście dużo zachodu	124
8. Karteczka to nie wszystko	125
Różni ludzie, różne dyskusje	125
Potrzebujemy większej kartki	126
Grzejniki i lodówki	128
Piła to nie młotek	130
9. Karteczka to dopiero początek	135
Miej w głowie jasną wizję	136
Stwórz tradycję przekazu opowieści	136
Sprawdzaj wyniki swojej pracy	137
To nie jest Twoja zabawka	138
Twórz, aby się uczyć	139
Nie chodzi tylko o oprogramowanie	140
Planuj naukę, ucz się planować	140

10. Opowieści są jak tort	141
Stwórz przepis	141
Pieczenie tortu w kawałkach	143
11. Łupanie kamieni	147
Rozmiar zawsze ma znaczenie	147
Opowieści są jak kamienie	148
Eposy to wielkie kamienie, którymi się rzuca w ludzi	150
Organizuj grupy historyjek tematycznie	151
Nie przejmuj się terminologią, tylko snuj opowieści	151
Zacznij od okazji	152
Odkryj MVS	153
Przjrzyj się szczegółom historyjki w trakcie produkcji	154
Dyskutuj podczas produkcji	155
Przeprowadź ewaluację każdego elementu	156
Przeprowadź ewaluację z użytkownikami i klientami	158
Przeprowadź ewaluację z interesariuszami	159
Wydaj produkt i ucz się	159
12. Praca w kamieniołomie	161
Wartościowe — Użyteczne — Wykonalne	162
Zespół badawczy potrzebuje cudzej pomocy	163
Trzej amigos	164
Właściciel produktu jako producent	167
To nie takie proste	168
13. Zacznij od okazji	169
Prowadź dyskusje o okazjach	169
Zbadaj, zrezygnuj lub zastanów się	170
O okazjach trzeba mówić	174
Okazje a mapowanie historyjek	174
Bądź wybredny	179
14. Tworzenie wzajemnego zrozumienia poprzez odkrywanie	181
W odkrywaniu nie chodzi o oprogramowanie	181
Cztery kroki do odkrycia	182
Czynności, dyskusje, efekty	194
Odkrywanie jest tworzeniem wzajemnego zrozumienia	195

15. Odkrywaj, aby weryfikować wiedzę	197
Przeważnie się mylimy	197
Stare, niezbyt dobre czasy	198
Design thinking	199
Jak zepsuć coś dobrego	202
Krótkie pętle weryfikujące	203
Jak koncepcja Lean Startup zmienia metodę projektowania produktu	204
A historyjki i mapy?	208
16. Udoskonalaj, definiuj i buduj	211
Kartki, konwersacje, więcej kartek, więcej konwersacji...	211
Przycinanie i szlifowanie	211
Warsztaty historyjek	212
Planowanie sprintu lub iteracji	214
Tłumy nie współpracują	217
Dziel i redukuj	218
Wykorzystaj mapę historyjek podczas produkcji	222
Używaj mapy do odnotowywania postępów	223
Używaj prostych map podczas warsztatów historyjek	223
17. Historyjki są jak asteroidy	227
Składanie rozbitych kamieni	228
Nie przesadzaj z mapowaniem	230
Nie przejmuj się pominiętymi szczegółami	230
18. Ucz się z wszystkiego, co tworzysz	233
Przeglądy zespołowe	233
Prowadź przeglądy z innymi członkami organizacji	236
Wystarczy	237
Ucz się od użytkowników	238
Ucz się z wydań	239
Terminowe uzyskiwanie wyników	239
Wykorzystaj mapę do ocenienia gotowości wydania	240
Czy to koniec?	243
Podziękowania	245
Bibliografia	249
Skorowidz	251