

## Buy a Feature

### Transcrição

[00:00] O primeiro método de priorização, uma técnica bem interessante, que eu vou ensinar aqui vai ser o "Buy a Feature". Ele tem esse nome porque funciona mais ou menos como um mercado mesmo de funcionalidades.

[00:15] Então, é um local onde você vai convidar o seu cliente — ou os seus clientes, quando tem mais de um cliente fica até mais interessante de utilizar essa técnica, e nós vamos ter as possíveis funcionalidades que vão ser implementadas no sistema expostas como se fosse mesmo uma vitrine de funcionalidades e cada uma com um preço e esse preço é uma estimativa do quão complexo e do quão custoso vai ser trazer essa feature para realidade.

[00:50] Pode ser uma estimativa de tempo, uma estimativa de complexidade, mas nesse momento nós vamos trazer ela em forma de valor como se fosse mesmo um preço para aquela funcionalidade.

[01:05] Para essa técnica funcionar de uma forma bem legal é bom limitarmos o número de funcionalidades. No máximo dez, se tiver oito ou sete... Fica excelente, porque se tiver coisa demais a reunião fica demorada e acabamos deixando passar alguma coisa, então, se tiver muita funcionalidade é mais legal rodar esse exercício mais de uma vez, porque se não fica muito maçante.

[01:32] Os clientes vão ter esse mercado com várias funcionalidades e o nosso objetivo é limitar o tempo que eles vão levar para chegar a um consenso do que tem que ser priorizado, do que tem que ser feito primeiro, o que é mais importante para o produto naquele momento.

[01:52] A ideia de limitar o tempo é tornar essa reunião bem objetiva e conseguirmos alcançar essa priorização de uma forma rápida e eficiente. Se demoramos tempo demais, dificilmente vai sair uma priorização muito melhor do que em um tempo limitado para oito funcionalidades, e o pessoal vai sair cansado.

[02:16] Outra coisa que é legal porque como o objetivo, principalmente, quando temos muito cliente, é criar uma interação, um debate, colocamos esse preço que é a estimativa de custo maior do que o dinheiro que cada um deles vai ter para comprar a funcionalidade. Por quê?

[02:38] Porque eles vão precisar interagir entre eles e fazer uma vaquinha, juntar nós dois aqui, nós achamos interessante comprar aquela funcionalidade e ela custa treze, mas eu tenho cinco e o meu amigo ele tem cinco... Vamos perguntar para outra amiga se ela anima de inteirar três. Se faz sentido pra ela, aquilo também é prioritário para ela.

[03:00] Então, nós conseguimos juntar as necessidades de várias pessoas e fazer essas pessoas conversarem entre elas para chegar numa priorização que faz sentido para todo mundo. Então, se nós temos, vamos supor, um produto digital que tem vários perfis de clientes diferentes, de repente tem uma pessoa que usa muito, com muita frequência e outra que usa pouco, mas quando usa gasta muito dinheiro naquele produto, nós colocamos essas pessoas numa sala e juntando a necessidade de todas elas nós chegamos em uma priorização mais balanceada, por assim dizer.

[03:42] Outra coisa que é fundamental é o dinheiro total que nós vamos dividir para cada um dos participantes vai ser mais ou menos metade do curso de todas as funcionalidades que nós vamos apresentar, ou seja, eles não vão ter em hipótese alguma o dinheiro para comprar tudo, eles vão ter que abrir mão de algumas funcionalidades que estão sendo apresentadas ali e o intuito disso é realmente forçar um debate.

[04:09] Se eles puderem comprar tudo, eles vão comprar tudo, e não vai ter muita conversa, só vai sair uma lista ordenada.

[04:16] Se tem oito funcionalidades vai sair uma lista de um a oito, mas se limitamos o dinheiro e colocamos só a metade, por exemplo, eles vão ter um debate muito mais rico porque vão ter que começar a conversar sobre o que vai ficar de fora do produto.

[04:32] Nós temos essa limitação e ao fazer isso saímos com um produto mais enxuto com um conjunto de funcionalidades ali que entrega o máximo de valor para aquele grupo de usuários, mas que conseguimos entregar de uma maneira mais rápida, conseguimos colocar isso no ar mais rapidamente.

[04:49] Assim acho que dá para perceber que essa coisa que eu falei, o objetivo é o debate, é a parte mais importante. Esse exercício ele é feito para realmente forçar esse debate essa coisa do pessoal ter menos dinheiro vai incomodar e é legal ao facilitador, quem estiver rodando esse exercício, comentar com o pessoal que é proposital mesmo e que a ideia é essa para limitar, mas que essas features que não foram priorizadas, que de repente ninguém comprou, não é que elas nunca vão ser feitas.

[05:26] Eventualmente nós podemos desenvolver, mas o exercício é de priorização. Nós precisamos entender o que é mais fácil e o que é melhor nós entregarmos nesse primeiro momento. Em um segundo momento nós podemos fazer as outras, sem problema nenhum.

[05:42] E de repente, nós vamos ter novas funcionalidades, então, pegamos essas que não foram priorizadas agora e daí em uma segunda rodada de exercício juntamos com novas ideias que surgiram e prioriza novamente.

[05:55] Uma coisa que costuma acontecer que é muito legal quando rodamos esse exercício é porque como temos essa limitação que só tem 50% de dinheiro distribuído entre todas as pessoas, ninguém, mesmo que eles se juntem, se unam, eles não vão conseguir comprar todas as funcionalidades.

[06:17] Isso gera um certo incômodo. E eles podem começar a sugerir simplificações. Então, por exemplo: "Olha, Mário, essa feature aqui que custa treze da maneira que ela está descrita ela é bem complicada, mas se fizéssemos uma versão mais simples será que não consegue quebrar ela e vender essa feature para mim por oito, temos oito de dinheiro aqui, o que que dá para fazer com esses oito?"

[06:44] E esse tipo de debate é muito interessante, de repente, vamos supor, nós temos lá uma funcionalidade de login e o login tem autenticação em dois fatores. Tem lá por e-mail, manda uma SMS confirmando a senha, login por Facebook, por Twitter.

[07:04] E alguém chega e fala olha: "esse aqui está treze, mas tem muita coisa. Será que de repente se fizéssemos um login simples, só o usuário e senha não dá para fazer por oito?" Rola essa pechincha.

[07:17] E isso é interessantíssimo porque o nosso objetivo quando estamos criando um produto digital é exatamente tentar colocar ele no mercado o mais rápido possível, pra validarmos se tudo aquilo que a criamos faz sentido para o mercado, se as pessoas vão comprar aquilo e se elas não comprarem, pelo menos aprendemos isso investindo um mínimo de tempo e dinheiro nessa ideia.

[07:43] Então, simplificar é sempre uma ideia que na pior das hipóteses gera um debate muito interessante, nós não precisamos sempre caminhar para uma versão mais simples, mas podemos exercitar essa ideia de tentar fazer uma versão mais simples.

[08:01] Uma coisa que é interessante também, esqueci de mencionar, é que todo tipo de jogo, isso é considerado um jogo, uma dinâmica... Eles são meios para um fim, no final o objetivo é chegar na priorização, ótimo, mas no meio do caminho esse debate que acontece ele muda muito o resultado que sai lá na frente dependendo do tipo de dinâmica que fazemos e das pessoas que estão envolvidas e como elas estão envolvidas.

[08:36] Então, para pessoas que nunca participaram desse tipo de dinâmica tem um exercício muito legal que é distribuir como se fosse o dinheiro de Monopoly. Então, ao invés de você entregar para a pessoa e falar você tem R\$ 100 para comprar features e você compra, distribui seu dinheiro da forma que você quiser, você pode entregar para essas pessoas por exemplo dinheiro distribuído em notas de Monopoly.

[09:01] E dessa forma ela não vai conseguir dividir estão bem o dinheiro dela não vai poder chegar, por exemplo, e falar eu quero colocar metade em cada coisa ela vai ter que gastar ali uma nota de 100 e essa nota de 100 vai doer na hora de sair.

[09:17] Mas quando ela colocar a nota de 100 em alguma feature fica bem claro que aquela é a maior dor que aquela pessoa tem naquele momento, que ali nós temos que tentar atacar, porque aquilo é o mais importante para ela. Então, nós conseguimos evidenciar algumas coisas, fica mais difícil, isso é muito útil quando estamos trabalhando com iniciante e também quando temos, por exemplo, só uma pessoa e não conseguimos reunir vários possíveis clientes.

[09:46] Então, quando nós temos só uma pessoa esse tipo de coisa, essa distribuição meio Monopoly, ajuda a percebermos o que realmente importa para aquela pessoa.

[09:58] Esse jogo também é interessante porque podemos executar ele de maneira assíncrona. Não é o ideal fazer de maneira assíncrona, mas às vezes tem um time distribuído ou pessoas que estão trabalhando com fuso horário muito diferente e nós conseguimos cada um distribuir ali o seu dinheiro de uma forma virtual e conseguimos chegar a um resultado mais ou menos semelhante.

[10:22] Eu vi por exemplo numa feira no evento que teve no começo desse ano, o Global Scrum Gathering, que tinha uma empresa que tava fazendo isso com um flipchart grande e a medida que as pessoas passavam pelo estande elas entregavam dinheiro, o dinheirinho de papel, de Monopoly e pediam para a pessoa pregar no flipchart o que ela achava que era mais interessante aquela empresa desenvolver nos próximos meses e era uma forma totalmente assíncrona porque não tem como reunir todas as pessoas do evento no estande naquele momento.

[10:57] E eles conseguiram um resultado legal era bem interessante passar pela estande deles e ver naquele flipchart a maneira como as pessoas iam priorizando. Eles não faziam distinção nesse caso então todas as pessoas recebiam a mesma quantidade de dinheiro para poder distribuir e eles aproveitaram aquele momento ali para interagir com o público.

[11:21] O que faz sentido para eles é um público que, possivelmente, seria cliente deles, eles estavam em um evento de nicho e para tentar extrair dessas pessoas o que era mais prioritário para elas, então, dá sim para rodar de maneira assíncrona, embora não seja o mais recomendado.