

**«Контракт на
результат работы
с командой –
командный
коучинг, тренинг,
фасилитацию»**



ПИР-2020

Сорокина Ирина

**КАК ПОСЧИТАТЬ РЕЗУЛЬТАТ
ВАШЕЙ РАБОТЫ С КОМАНДОЙ
ЕЩЕ ДО НАЧАЛА РАБОТ?**

ТРЕНИНГИ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ

**ФАСИЛИТАЦИОННЫЕ
СЕССИИ**

КОМАНДНЫЙ КОУЧИНГ



О чем сегодня будем говорить:

1

ВОЙТИ В СИЛЬНОЙ
ПОЗИЦИИ

2

РАБОТАТЬ В
ДОЛГОСРОЧНЫХ
ПРОЕКТАХ

3

ДЕМОНСТРИРОВАТЬ
ПРОЗРАЧНОСТЬ
ПРОЦЕССА И
ГАРАНТИРОВАТЬ
РЕЗУЛЬТАТ

ЗАПРОСЫ БИЗНЕСА:

1

ГАРАНТИИ
РЕЗУЛЬТАТА

2

ПРОЗРАЧНОСТЬ
ПРОЦЕССА

3

ПОНИМАНИЕ ROI
«на входе»

СОРОКИНА ИРИНА

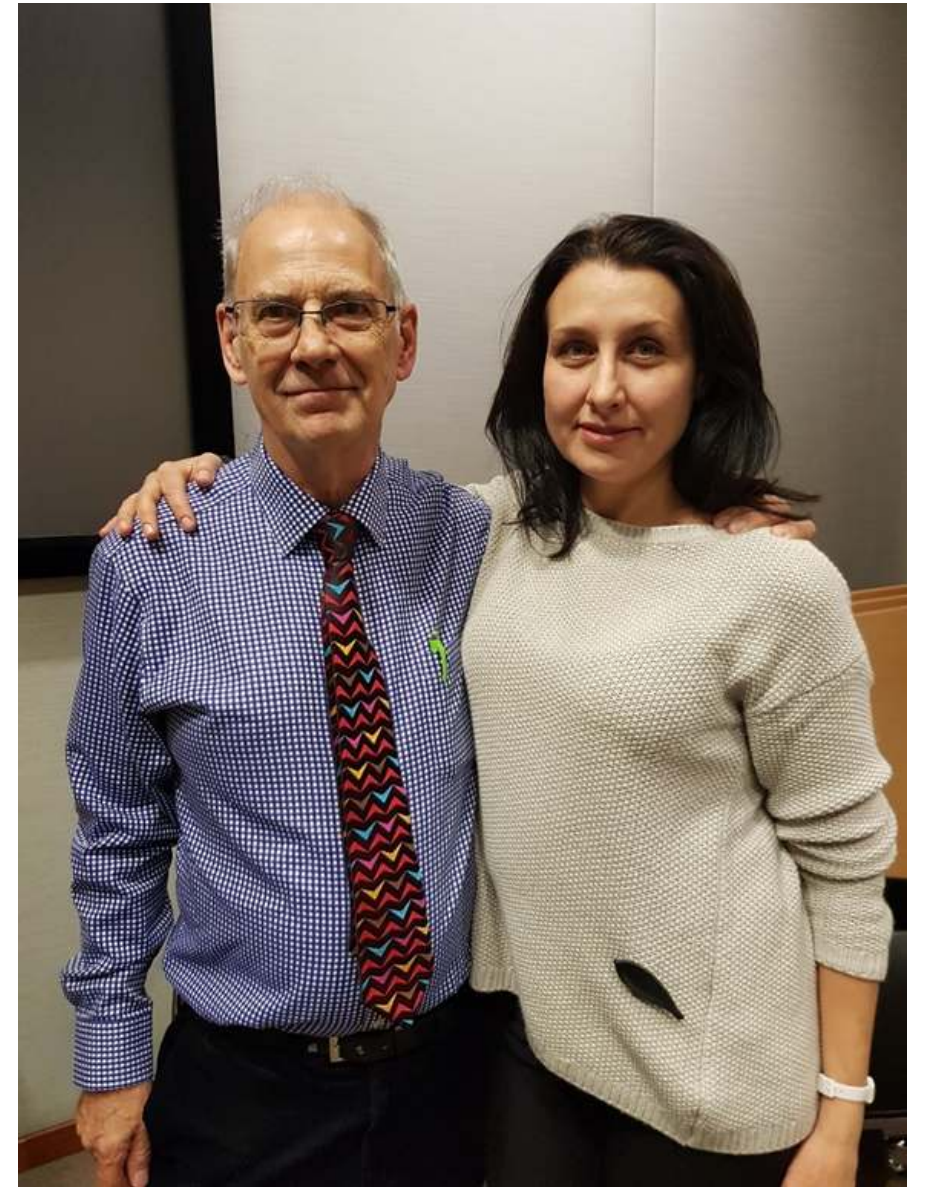
trainer \ executive coach \ team coach

исследователь лидерской и командной
эффективности

Опыт работы
с командами и лидерами команд с 1999 года

некоторые из клиентов:

Авито, Роснефть, Qiwi, Major, Glaverbel,
Boehringer-Ingelheim, Roche-Moscow, L`Oreal,
Вимм-Билль-Данн, Перекресток, Leroy Merlin,
Альфа-Банк, Банк Москвы, Банк Втб, Сбербанк,
Росгосстрах, Ингосстрах



Где еще есть высокая степень неопределенности результата?



в управлении разработкой продукта в IT

**ПОСМОТРИМ НА РАЗВИТИЕ КОМАНДЫ КАК
НА РАЗВИТИЕ ПРОДУКТА?**

Как работают в ситуации неопределенности результата IT компании?

ОНИ ИСПОЛЬЗУЮТ:

Project management

(Устав проекта, План управления проектом, WBS)

Product management

(метрики маржинальности, метрики затрат, метрики узких мест и др.)

SAF -Scaled Agile Framework

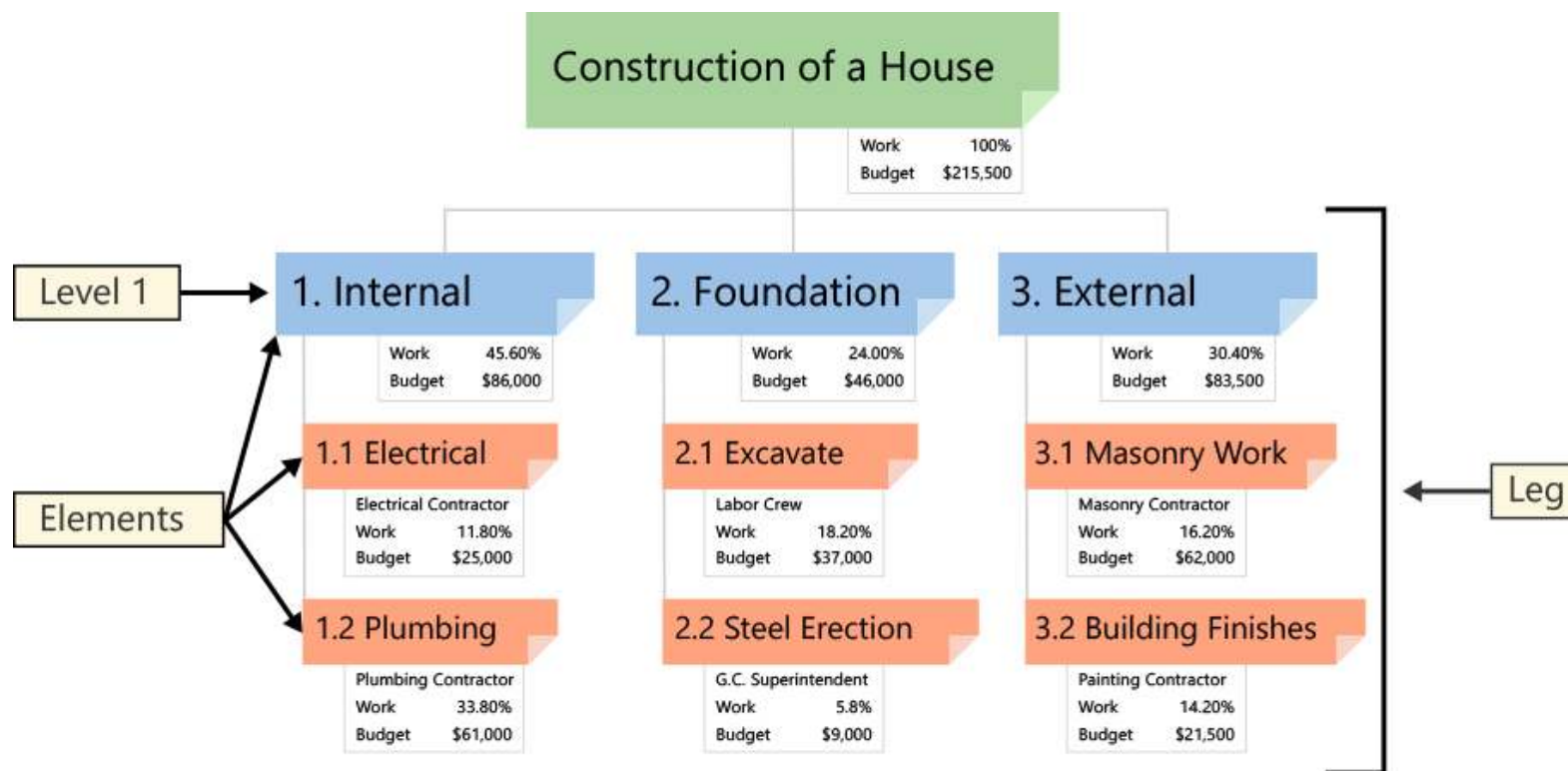
(непрерывная проверка гипотез, DOD/DOR, Epic, Increment, Story from Backlog etc.)

WBS по результатам

work-breakdown structure

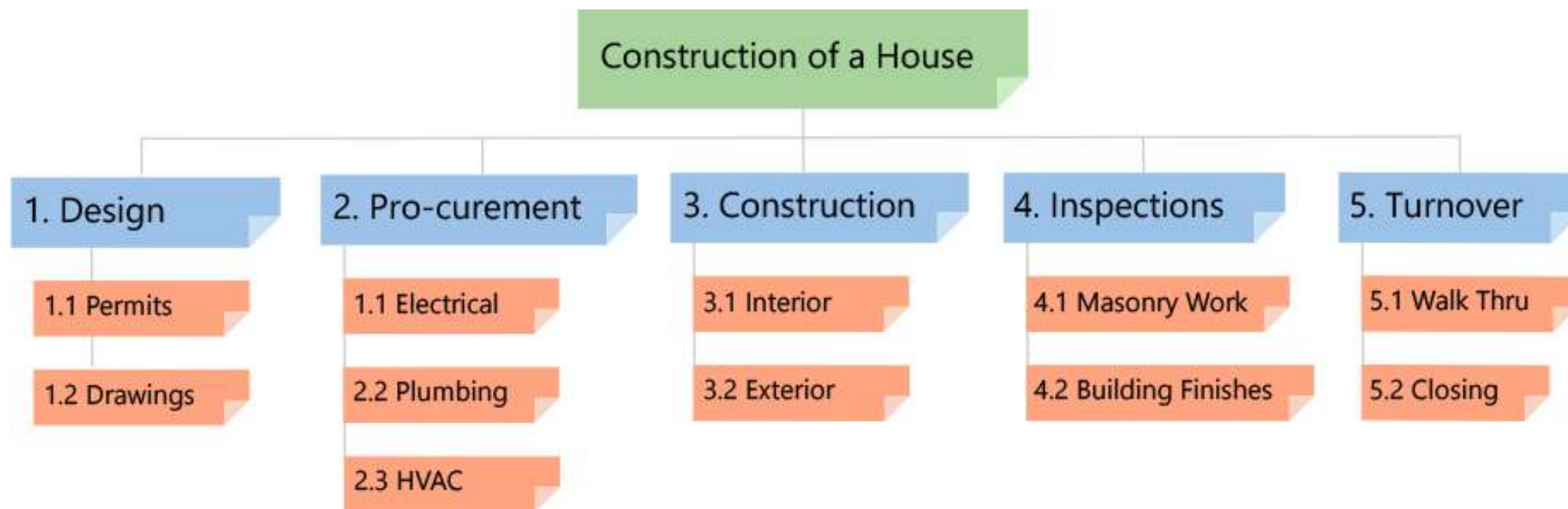


Иерархическая структура работ на основе результатов четко демонстрирует взаимосвязь между конечными результатами проекта (т.е. продуктами, услугами или результатами) и объемом (т.е. работами, которые должны быть выполнены).

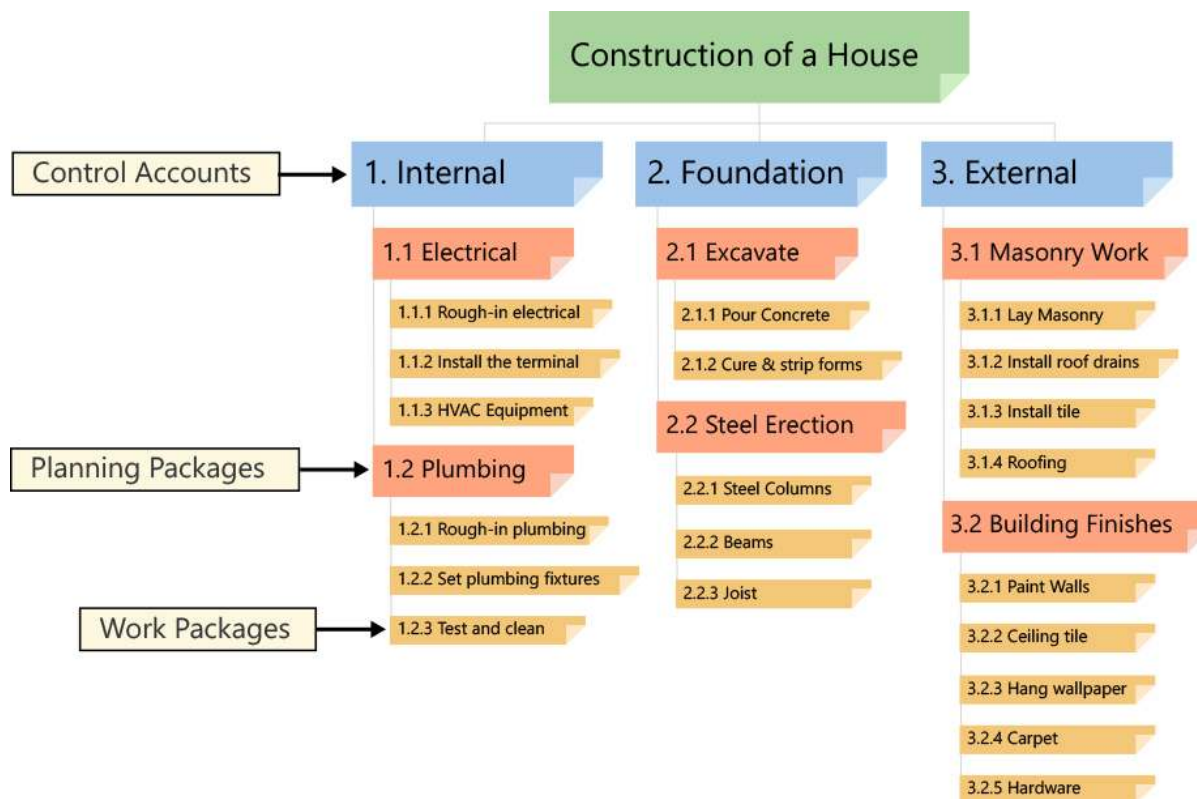


WBS по фазам проекта

На рисунке 2 показан пример WBS на основе фаз для того же проекта.



WBS по пакетам планирования



SAF

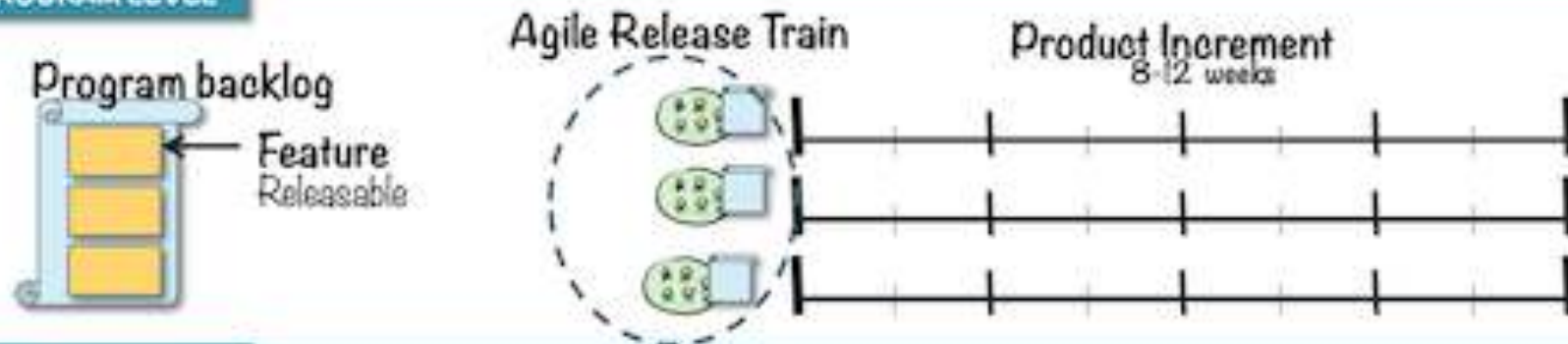
Scaled agile framework

SAFe in a nutshell

PORTFOLIO LEVEL



PROGRAM LEVEL



TEAM LEVEL



Henrik Kniberg

Пример метрик

LTV и САС — две ключевые метрики продукта

В отличие от метрик роста LTV и САС — метрики, которые в конечном итоге определяют финансовую успешность продукта.

LTV (Live Time Value) — деньги, которые средний пользователь тратит в вашем продукте за все время его использования.

САС (Customer Acquisition Cost) — ваши затраты на привлечение среднего пользователя.

ЧТО ДЕЛАЛИ

КАКИЕ БЫЛИ СЛОЖНОСТИ?





#festpir2020

festpir.ru

10-13 сентября