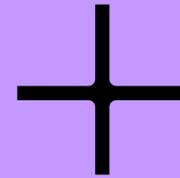


8 ПРАВИЛ ХОРОШЕЙ ЗАДАЧИ





Программисты гораздо лучше себя чувствуют, когда получают хорошо проработанные, понятно описанные задачи — так им не нужно догадываться, что имел в виду автор, бегать и уточнять требования или переписывать код, когда понял задачу неправильно.

Менеджеры часто пренебрегают проработкой задач — у них, помимо вашей, ещё десяток других задач, 5 встреч сегодня, и, вообще, собственник прямо сейчас звонит. В таких случаях тимлид — единственный человек, который может не пропустить в работу дерьмо.



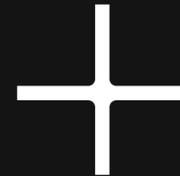
ЧЕКЛИСТ

Перед вами простой список из 8 правил с примерами их использования. Пользуйтесь сами и покажите своим менеджерам. Доказано: жизнь вокруг вас станет ярче!



Принцип	Плохо	Хорошо	Комментарий
1 Содержит проблему	Добавить промокод на все страницы корзины	Пользователи заходят на страницу чекаута и не могут найти поле с промокодом	
2 Описывает результат, а не процесс	Добавьте колонку «дата рождения» к таблице с пользователями и сделайте выгрузку пользователей с заполненным полем	Хотим поздравлять покупателей с днём рождения, к примеру, «именной скидкой»	В первом случае вы получите только колонки и выгрузку, а во втором программист сразу подумает о триггерных письмах и интеграциях
3 Есть чёткий Definition of Done	Ускорить эндпоинт геокодинга	Тормозит эндпоинт геокодинга: 90 перцентиль времени ответа — 300мс. Должно быть не больше 100мс.	В первом случае можно сказать «я ускорил», вообще ничего не делая. Или делая, но чуть-чуть, скажем, до 250мс.
4 Указана методика тестирования	Просто поставили задачу	Чтобы проверить эндпоинт геокодинга, нужно прогнать через него вот этот список странных адресов, который мы накопили в последние полгода. Все должны нормально кодироваться	Если нет методики проверки, велик соблазн просто сказать «я сделаю». Если методика проверки указана, программист может даже автоматизировать это во время разработки. К примеру, написать автотест, который прогоняет весь ваш список странных адресов перед каждым деплоем.
5 «Чтобы что»	Добавить систему поздравления с днём рождения.	У нас есть гипотеза: люди в день рождения готовы покупать больше вина, потому что к ним приходят гости. Хотим сделать промокод, который действует при покупке от 10 бутылок, и проверить. Вдруг заработаем кучу денег	Укажите конечную выгоду, которую получит бизнес от задачи. В идеале — какие метрики изменятся. В примере выше будет хорошо услышать от программиста, что ваши промокоды не имеют ограничения на количество бутылок, до постановки задачи, а не в момент, когда код уже написан
6 Есть дедлайн и приоритет		Нужно сделать к 8 Марта или после задачи с промокодами	Без приоритета и дедлайна задача может утечь и никогда не быть сделанной

ЧТО ЕЩЕ ВАЖНО



7

КОНТАКТЫ СТЕЙКХОЛДЕРА

Конечно, если вы любите микроконтроллить всё, что происходит вокруг вас — можете не оставлять. Но многие программисты (внезапно!) неплохо общаются с заказчиками и могут сэкономить время вам и себе.

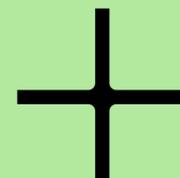
8

СОДЕРЖИТ ВСЕ НУЖНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Задача должна содержать весь контекст, нужный для её выполнения. Если нужного слишком много — ссылки на то, где искать доп. информацию. Представьте, что программист возьмёт вашу задачу на необитаемом острове (или когда вы будете в отпуске). Вы же не хотите быть на связи круглосуточно и вкидывать контекст?

Конечно, соответствовать всем пунктам сложно, и вряд ли если вы забудете один или два, то задача не будет выполнена. Но чем больше галочек вы поставите в чеклисте, тем выше ваша задача окажется в списке приоритетов исполнителей и тем приятнее будет работать в вашей команде.

ПРИМЕРЫ ХОРОШО ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ



ПРОМОКОДЫ ДЛЯ ДНЯ РОЖДЕНИЯ В ВИННОМ МАГАЗИНЕ

Заголовок:

делаем промо-коды для дня рождения

Мы думаем, что люди покупают гораздо больше вина в своей день рождения. Вот только идут они в Пятёрочку, а не к нам, потому что у нас нужно заказывать заранее. Хотим заранее напоминать о том, что у чувака скоро день рождения, надеемся это увеличит оборот пользователей в дни их рождения. **(проблема, «чтобы что»)**

Думаем сделать это при помощи обычных триггерных писем, которые срабатывают за 10 дней до дня рождения. Вероятно, мы не знаем даты рождения многих пользователей, поэтому нужно добавить это поле в процессе регистрации и в ЛК. В письмах должен быть именной промокод, который срабатывает при покупке от 10 бутылок. **(описание результата)**

Задача будет считаться решённой, когда мы будем собирать день рождения хотя бы у 50% новых пользователей и отправим хотя бы десяток триггерных писем. **(Definition of Done, метрики)**

Проверять это надо как при регистрации, так и для текущих юзеров, у которых мы тем или иным способом выяснили дату рождения. Не забывайте, что у нас есть пачка b2b-пользователей, у которых дня рождения может не быть.

(Методика тестирования)

Стейкхолдер — маркетолог Иван Петрович ivan@ourshop.com.

Во вложении примерный текст письма, а так же руководство по нашей системе промо-кодов от стороннего вендора.

ПРИМЕРЫ ХОРОШО ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ



ОТЧЁТЫ ДЛЯ БУХГАЛТЕРИИ

Заголовок:

«тип сотрудника» в отчётах для бухгалтерии

Наша бухгалтерия раз в месяц рассчитывает необходимые выплаты для линейных сотрудников. К сожалению, они это делают до сих пор в экселе, потому что в наших отчётах им не хватает нескольких полей — должности сотрудника, и даты его приёма на работу. **(проблема)**

Такой расчёт занимает несколько часов, хотя мы могли бы просто сделать им отчёт с суммами в PowerBI и рассчитывать всё моментально. **(«чтобы что»)**

К сожалению, сами они не могут добавить эти колонки, потому что сейчас они хранятся не в наших основных базах, а внутри 1с, в которую PowerBI ходить не умеет. Нужно сделать так, чтобы данные из 1с были доступны внутри PowerBI. **(Definition of Done, метрики)**

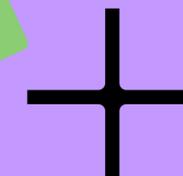
Для каждого нового сотрудника из 1с в PowerBI должна появляться запись о нужных полях в 1с — официальной должности, даты приёма на работу и номера приказа. **(Методика тестирования)**

Стейкхолдер — финдир Елена Витальевна
<elena.vitalyevna@umbrella.com>.

Прикладываю так же доступ к 1с, существующий файл для расчёта (см. третью колонку) и руководство по ETL-процессам в нашей компании.

ПРИМЕРЫ ХОРОШО ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ

РЕФАКТОРИНГ



Заголовок:

отрефакторить подсистему логистики

Сейчас у нас один партнёр для доставки. Мы планируем подключить ещё пару, а возможно даже поэкспериментируем с собственной курьерской службой. К сожалению, достависта сейчас намертво вшита в код, поэтому сделать это невозможно, не переписывая полностью раздел.

(проблема)

Дополнительные партнёры позволят нам открыть ночную доставку, а так же доставлять в Мытищи, куда наш текущий партнёр боится ездить.

(«чтобы что»)

В идеале мы должны иметь поддержку любого количества партнёров и систему, которая выбирает их для каждого заказа. В будущем, возможно, мы начнём формировать батчи, типа отгружать по 20 заказов в одного партнёра и 30 в другого, на основе их географической близости. Но пока достаточно системы, которая будет рассчитывать стоимость для одного заказа. Вероятно, мы захотим добавлять какие-то коэффициенты нашим партнёрам, чтобы поднимать кого-то повыше в очереди, а кого-то — пониже. **(Definition of Done, метрики)**

Кейсы для тестирования:

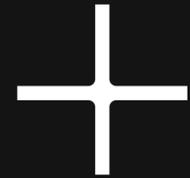
- Выбор единственного партнёра, который подходит по географии
- Выбор из нескольких партнёров, которые подходят по географии, вес должен учитываться
- Ни одного партнёра не подходит по географии или все подходящие выключены
- Заказ, у которого не получается определить координаты тоже должен куда-то уходить

Стейкхолдер — я. Во вложении документация с прошлой задачи по интеграции с нашим партнёром, а так же описания API двух потенциальных партнёров.



Школа
СИЛЬНЫХ
программистов

КТО МЫ И ПОЧЕМУ НАМ НАДО ВЕРИТЬ?



Мы — Фёдор Борщев и Марьяна Онысько, основатели [Школы сильных программистов](#). До запуска школы мы 12 лет строили команды и делали продукты. Занимаемся этим до сих пор: Федя управляет бутиковым продакшеном, Марьяна консультирует компании по созданию продуктов и команд, настройке и оптимизации процессов. В нашем портфолио работа с разными известными брендами такими как Тинькофф, ВкусВилл, МИФ, Студия Артемия Лебедева.

Кроме работы с компаниями мы ведем блоги в телеграмме: [Федя](#) — рассказывает о производстве сложных проектов, управлении командами и о профессиональном росте, [Марьяна](#) — делится тем, как делать продукты, вести встречи, оптимизировать процессы и учиться.