

WHITEPAPER

AAN DE SLAG MET EEN GOEDE SPRINT REVIEW

In 6 stappen



AUTEURS

Yalcin Batur - Bartosz

Ernst Korpershoek - Bartosz

Martin Visser - KLM Service Center Test

Ruben van der Vloot - Bartosz

Binnen Scrum is de review het moment waarop het Scrum team haar gemaakte product toont aan de stakeholders. Een review biedt de mogelijkheid tot het laten zien van het opgeleverde product en de toegevoegde waarde daarvan. Dit kan een nieuwe functionaliteit zijn, maar bijvoorbeeld ook een performanceverbetering of een aanpassing met een betere security als gevolg. Het doel van een review is ook om feedback te verzamelen van stakeholders. Zo kan het team achterhalen of ze goed op weg is, of dat er nog aanpassingen gedaan moeten worden aan het product. Tijdens een review wordt er zowel naar het verleden als naar de toekomst gekeken.

Wij vroegen ons af: *'Hoe houd je als team een goede review?'*. Daar geven we in deze whitepaper een antwoord op. We onderzoeken niet alleen waarom en voor wie je een review geeft, maar vooral ook hoe, wanneer en waar. Aan de hand van onze 6 stappen kun je zelf aan de slag met een goede review.

Een review voor het verbeteren van de informatie-uitwisseling
Het onderwerp *'Hoe geef je een goede review?'* is voor ons niet uit de lucht komen vallen. Het is een logisch gevolg – en de uitwerking – van een aantal gedachtes die ontstonden tijdens een meeting waarin de vraag centraal stond: *'Hoe kunnen we de informatie-uitwisseling verbeteren?'*.

Een Scrum team heeft meerdere stakeholders. Het Scrum team draagt er zorg voor dat het product op de juiste manier ontwikkeld wordt. De product owner zorgt dat het Scrum team weet welke functionaliteit, en met welke prioriteit, er ontwikkeld moet worden, zodat het juiste product wordt gebouwd. De product owner is daarbij gedelegeerd door de gebruikers die gebruik gaan maken

van het product. Tijdens de review tonen product owner en Scrum team het (deel)product aan de gebruikers, en verzamelen ze feedback van die gebruikers. Een heel belangrijke gebeurtenis dus. En hoe beter de review voorbereid en uitgevoerd wordt, hoe waardevoller de input zal zijn. Door het uitvoeren van de zes onderstaande stappen verzeker jij je ervan dat ook jullie review die waarde levert. Aan de hand hiervan kun je een goede review geven met als resultaat goede informatie-uitwisseling, van en naar de stakeholders.

Stap 1: Bepaal de doelgroep

Stap 2: Formuleer de Inhoud

Stap 3: Bepaal de frequentie

Stap 4: Denk na over de locatie

**Stap 5: Bepaal de vorm waarin
je de review geeft**

**Stap 6: Zorg dat de noodzaak
begrepen wordt**

Stap 1 Bepaal de doelgroep

Het doel en de doelgroep van een review zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Om te bepalen voor wie je de review precies houdt, kijk je als eerste naar wat je ermee wilt bereiken. Afhankelijk van je doelstelling en bijbehorende insteek, stel je de doelgroep vast. Vaak is de doelgroep divers en bestaat deze uit verschillende betrokkenen. Hierbij denken we aan bijvoorbeeld specialisten in aangrenzende teams, suppliers, consumers of eindgebruikers van de applicatie zelf.

Alle stakeholders zijn belangrijk, omdat zij uiteindelijk bepalen of de juiste waarde is toegevoegd. Zij bepalen ook mede de vervolgstappen in het proces. Doelgroepen of stakeholders kunnen zijn:

- Scrum team
 - Product owner
 - Scrum master
 - Ontwikkelteam
- Suppliers/ Teams die leveren
- Consumers/ Teams die van de applicatie gebruikmaken
- Eindgebruikers
- Opdrachtgevers
- Management

Een review voor het omgaan met software 'changes'

Wanneer er een aanpassing wordt gedaan aan de applicatie, kan dit consequenties hebben voor de werkzaamheden van de verschillende stakeholders.

Controleer daarom bij elke review:

Of suppliers hun data nog kunnen aanleveren;

Of consumers hun data nog kunnen ontvangen;

Of de eindgebruikers kunnen werken met de geboden oplossing;

Of de juiste besparingen of resultaten kunnen worden behaald.

Van belang is dan ook om de hierboven genoemde stakeholders te betrekken bij dit proces. Denk dus goed na over wie je voor de review uitnodigt, om te informeren en om feedback op te halen.

Stap 2 Formuleer de inhoud

De inhoud van de review hangt af van de doelgroep voor wie je deze organiseert. Het management kijkt wellicht naar besparingen of toevoegde waarde, terwijl gebruikers misschien meer geïnteresseerd zijn in de uiteindelijke werking ervan. Kortom, je laat het product zien waaraan gewerkt is. Zijn er meerdere doelgroepen of stakeholders aanwezig? Toon dan de werking in de breedste zin van het woord.



Is de inhoud voor de eindgebruiker? Toon dan gedetailleerd hoe het werkt in een presentatie of een livedemo in het systeem. De gebruiker kan dan precies zien hoe het werkt en zijn feedback hierop geven. Aan de hand hiervan kan bepaald worden of er nog meer acties nodig zijn. Is er een verandering gerealiseerd met als gevolg een verhoging van opbrengst of kostenverlaging die aan een stuurgroep of management getoond moet worden? In dat geval zijn details met betrekking tot de werking van de oplossing vaak minder van belang. Voor hen is het belangrijker om te tonen waar het toe bijdraagt en wat het gaat opleveren.

Inhoud versus vorm

De inhoud van je review hangt ook af van datgene wat er getoond wordt. Gaat het om een functionele verbetering in een applicatie? Toon dit dan zoveel mogelijk live in de applicatie, zodat de stakeholders kunnen zien hoe het werkt.

Gaat het om tonen van resultaten met betrekking tot opbrengstverhoging of kostenverlaging? In dat geval volstaat een presentatie.

Ga je een geheel nieuw product releasen? Dan kun je de review ook als een event organiseren, waarin je het product toont en feedback ophaalt.

Stap 3 Bepaal de frequentie

Wanneer je een review houdt, is afhankelijk van de situatie. Als je kijkt naar een sprint review, dan houd je deze 1 keer per sprint (2-4 weken). Is er sprake van Scaled Agile (SAFe), dan wordt er daarnaast eens per kwartaal een PI event gehouden, waar alle teams onder andere een review over het afgelopen kwartaal houden. Het PI-event is breder dan alleen de review. Hier wordt ook onderling afgestemd over de doelstellingen en de planning van het werk voor het komende kwartaal.

Reviews in een vast patroon

Het is verstandig om de review op reguliere momenten te houden. Zo kunnen stakeholders wennen aan een vast patroon waarop zij een software change of ander nieuws kunnen verwachten. Communiceer ook wat er gereviewed wordt, zodat de stakeholder zelf kan beslissen of deze aanwezig wil zijn. Belangrijk is dat je naar iedereen duidelijkheid schetst over wat wanneer besproken wordt.

Stap 4 Denk na over de locatie

Eén van de belangrijke aspecten van een review is de locatie. Waar de review precies plaatsvindt, hangt af van de doelgroep, betrokkenen, frequentie en inhoud van de review. Fysiek (locatie) of online?



Fysiek

Voor het verkrijgen van goede feedback kun je het best denken aan een fysieke locatie. Conversaties lopen natuurlijker, wat voor meer wederzijds begrip zorgt. Non-verbale communicatie helpt daarbij, waardoor je sneller doorkrijgt of de boodschap overkomt en eenvoudiger kan doorvragen.

Als je kiest om fysiek bij elkaar te komen voor een review, denk dan ook eens aan een andere plek dan een vergaderruimte waar je standaard afspreekt. Bijvoorbeeld:

- Een zaal met een opstelling in de vorm van een amfitheater;
- Een collegezaal met een groot scherm;
- Of op locatie bij de klant.

Online

De Covid pandemie heeft ons genoodzaakt meer thuis te werken. Vandaar dat reviews nu ook vaker online plaatsvinden of in een hybride vorm. Vergeet de elektronische weg niet, denk hierbij aan filmopnames of misschien Virtual Reality (VR). Welke manier of locatie je ook kiest, het gaat er uiteindelijk om het doel te behalen: informatie delen en feedback ophalen om weer verder te kunnen. Let op: Ook al is het online, zorg voor een goede voorbereiding. Met een stabiele internetverbinding, een volle laptop accu en goed geluid, zodat je de aandacht niet verliest door technische problemen.

Voor- en nadelen

In een grote ruimte (zaal) heb je het voordeel dat je veel mensen tegelijk kunt bereiken. Houd er wel rekening mee dat je rust nodig hebt, anders is er kans op ruis. In dat geval is het beter om te kiezen voor een andere locatie of vorm, zoals bijvoorbeeld video.

Ongeacht fysiek of *online*: in beide gevallen is het belangrijk om een locatie te regelen waarin iedereen zich op zijn of haar gemak voelt, zich kan focussen, nadenken en in alle vrijheid feedback kan geven.

Stap 5 Bepaal de vorm waarin je de review geeft

De vorm van de review is afhankelijk van je doelgroep en wat je wil bereiken. Voor welke vorm kies jij?

- Review via een presentatie;
- Live review vanuit de applicatie, al dan niet gedaan door een gebruiker;
- Video opname.

Release je een geheel nieuwe applicatie, denk dan eens aan het organiseren van een event. Als je bijvoorbeeld een nieuwe App gaat lanceren, huur dan een grotere ruimte en laat de mensen de App ervaren. Ze krijgen er dan meteen feeling mee en kunnen vragen stellen.



Je kan dan ook de App promoten en hier haal je waardevolle ideeën en informatie mee op. Successen zijn er om te delen én te vieren! Het is dan ook van belang om mensen te enthousiasmeren. Maak er iets moois van.

Het verhaal overbrengen

De inhoud van je verhaal staat, je weet waar je de review geeft en in welke vorm je het gaat presenteren. Super! Maar om je inhoud sterker te presenteren, zijn er verschillende methodes waarvan je gebruik kunt maken. Denk bijvoorbeeld aan:

Storytelling waarin je in een verhaalvorm uitlegt:

- Wat de trigger/ issue is?;
- Wat de gerealiseerde oplossing is?;
- En wat de voor- en nadelen zijn?

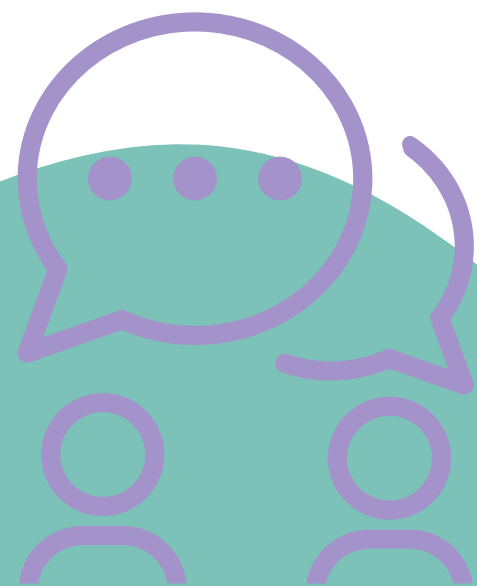
De STARR reflectiemethode:

- Situatie: Laat zien wat het probleem is waaraan gewerkt moet worden;
- Taak: Bespreek je plan van aanpak;
- Actie: Leg uit hoe het plan is uitgevoerd;
- Resultaat: Laat de oplossing van het probleem zien; en
- Reflectie: Bespreek wat er uiteindelijk bereikt is. Laat de voor- en nadelen zien en wat het return of investment is.

Vanuit Scrum oogpunt is het belangrijk dat je deelt waar je aan gewerkt hebt om zo de toegevoegde waarde van het product te tonen. Dit kan verschillend zijn per doelgroep. Management en stuurgroepen zullen meer geïnteresseerd zijn in wat het oplevert, terwijl gebruikers meer kijken naar hoe het werkt en of het hun probleem oplost.

Verbale informatie versus non-verbale informatie

Tijdens een review is non-verbale informatie minstens zo belangrijk als verbale informatie. Wat je zegt, wat je bedoelt en wat de deelnemers horen en denken dat jij ermee bedoelt, kunnen behoorlijk ver uit elkaar liggen. Elkaar écht begrijpen is dan ook van groot belang. Daarom is Luisteren, Samenvatten en Doorvragen (LSD) zo belangrijk. Daarbij moet je Opvattingen, Meninge(n) en Aannames zoveel mogelijk voorkomen (OMA thuislaten). Overigens is dit niet alleen belangrijk tijdens de review, maar überhaupt binnen je team en het *Agile werkproces*.



Stap 6 Zorg dat de noodzaak begrepen wordt

Het doel van een review is het delen van informatie en het ophalen van feedback. De noodzaak voor het geven van een review kun je vanuit verschillende perspectieven bekijken. Vanuit het team, maar ook vanuit andere stakeholders.

Vanuit het perspectief van het team

Vanuit het perspectief van het team gezien, is een review voor het delen van de waarde die toegevoegd is aan het product. Plezier en een positieve stimulans motiveren het team om nóg meer verbeteringen aan te brengen. Door middel van feedback controleer je of er nog aanpassingen gedaan moeten worden op het product.

Vanuit het perspectief van de stakeholder

Wanneer we de spreekwoordelijke pet van de klant opzetten, kun je pas echt kritisch naar je product kijken. Is volgens de stakeholder de juiste functionaliteit opgeleverd? Een review geeft in dit geval duidelijkheid. Als team moet je de volgende stappen nemen:

- Check of de nieuwe functionaliteit goed gebruikt kan worden;
- Check of we nog op de goede weg zijn;
- Check of de backlog items nog steeds aansluiten op de opdracht en visie.

Je legt je product letterlijk aan de stakeholder(s) voor en krijgt hier feedback voor terug.

Demo versus review

Binnen Scrum zijn er diverse momenten om informatie met elkaar te delen en feedback op te halen. De review is daar één van. Dit is een meeting waarin je door middel van een demo laat zien welke waarde is toegevoegd aan het product. De stakeholder kan in de demo zien in hoeverre het product aan zijn of haar behoefte voldoet.

Tegelijkertijd is de review breder en heeft deze ook betrekking op de nabije toekomst. Denk dan aan de volgende vragen om tot een goede review te komen:

- Is de oplossing op de vraag van de klant de juiste geweest?
- Kan de klant deze oplossing gebruiken?
- Betekent dit dat we vervolgstappen moeten aanpassen?
- Zijn we nog op de goede weg? Zijn we iets vergeten?



Conclusie

Een review is niet alleen van belang voor je eigen team, maar ook voor een grotere doelgroep. Je organiseert deze om informatie te delen in alle richtingen, zowel van het team naar stakeholders als vice versa. De gedeelde informatie naar en van de stakeholders helpt jouw team een goede relatie te behouden én om de juiste koers te blijven varen in jullie agile proces.

De review is een instrument om de verwachtingen naar elkaar uit te spreken en te managen. Vanuit het verleden, maar zeker ook met een blik gericht op de toekomst.

- Door middel van de review kun je controleren of je nog op de goede weg bent;
- De review kun je gebruiken om te kijken wat er anders of beter moet;
- Door middel van de review kun je bepalen wat het uiteindelijk opgeleverd heeft.

Dit is een continu proces en geldt zowel voor het Scrum team als de stakeholders

Aan de slag!

Vorbereiding is van cruciaal belang om de juiste sfeer te scheppen, zodat de informatie een goede bijdrage levert aan het agile proces. Zoals je merkt komen er vele aspecten om de hoek kijken bij de organisatie van een goede review. Hoe jij deze voorbereidt én presenteert is afhankelijk van de situatie, doelgroep en wat je wilt bereiken. Start met nadenken over bovengenoemde aspecten. Heb je alles uitgedacht en vastgelegd? Organiseren en reviewen maar!



Met deze laatste informatie ben je klaar om te starten met jouw review. Heel veel succes! Kom je er niet uit of heb je nog vragen over dit onderwerp? Neem gerust contact met ons op.

Over Bartosz

Wij zijn Bartosz. Grensverleggend specialist in software testen. Elke dag brengen we mensen, bedrijven en softwaresystemen v rder. Vanuit een onbegrensde drive, kennis van het vak en een voorliefde voor het toevoegen van waarde.

We werken vanuit onze kantoren in Veenendaal en Den Haag voor de top 250 van Nederlandse bedrijven in onder andere finance, overheid en industrie. Voor hen zetten onze toegewijde testconsultants n t dat stapje extra. Testers die high impact applicaties en systemen analyseren, risico's blootleggen en barrières wegnemen met maar één doel: een bijdrage leveren aan de dienstverlening van onze klanten.

Bartosz ICT
Citadel 8
3905 NK Veenendaal
Oude Middenweg 17
2491 AC Den Haag

info@bartosz.nl
088 - 227 86 79
<http://www.bartosz.nl>

