## User Story Mapping

Технология создания карт — прекрасный способ собрать всех заинтересованных в проекте лиц, поставить задачи визуально отобразить как выглядит путешествие пользователя по продукту. Список требований (бэклог) формируют и оформляют общими усилиями стейкхолдеров, это квинтэссенция всего, что вы знаете о пользователях: где они чувствуют себя уверенно в продукте, а где — нет, какие задачи и действия приоритетнее.

В основе пользовательской карты лежат три инструмента: User Persona, User Story и User Journey:

* **User Persona** — это описание конкретного пользователя, с целями и проблемами, которые герой надеется решить при помощи продукта. Возможных пользователей можно рассматривать индивидуально по персонам или по группам: casual user, business user, powerful user.
* **User Story** — это 1-2 предложения о том, чего хочет достичь человек, используя ваш продукт, что пользователь может делать в системе. Обычно истории создают по следующему шаблону: «Как кто-то (роль) я хочу (цель/желание), чтобы (выгода)».  
  Например, хочу нажать на кнопку, чтобы оставить свои данные и получить бесплатную книгу. Другой, технический формат создания истории, нацелен на то, как упростить клиенту выполнение часто используемых действий, предоставить нужный результат в «два клика».
* **User Journey** — описание задач и действий клиента, его опыта, эмоций, мыслей  на всех этапах взаимодействия с продуктом. Шаги пользователя продумывают, а потом фиксируют в удобном для команды варианте: на бумаге, в формате Trello-доски или визуализации в MIRO. Шаги User Journey будут нужны для создания скелета-основы User Story Mapping.

Создают User Journey люди, которые непосредственно работают с пользователями: UI и UX специалисты, маркетинговая или продуктовая команда, аналитики, user research специалисты, проектные менеджеры.

Чем полезна карта пользовательских историй:

* сохраняет фокус на клиенте и его продвижении по продукту;
* визуализирует шаги пользователя (User journey);
* наглядно показывает связь действий клиента с User story;
* дает увидеть дополнительные возможности, что приводит к появлению хороших идей;
* формирует общее понимание у всех стейкхолдеров.

Для построения USM вам потребуется:

* Инструмент визуализации: стикеры или электронный инструмент вроде Miro или Mural
* Владелец продукта и команда разработки
* Представление о пользовательском сценарии (если у вас уже есть построенный [CJM](https://scrumtrek.ru/blog/product-management/3214/customer-journey-map-guide/) – берите его за основу)
* 1-2 часа

Ваша задача — спроектировать по шагам действия пользователя в продукте на основе его реального сценария.