

Видимость и продвижение вашей команды в компании



Как продать
результаты вашей
команды?

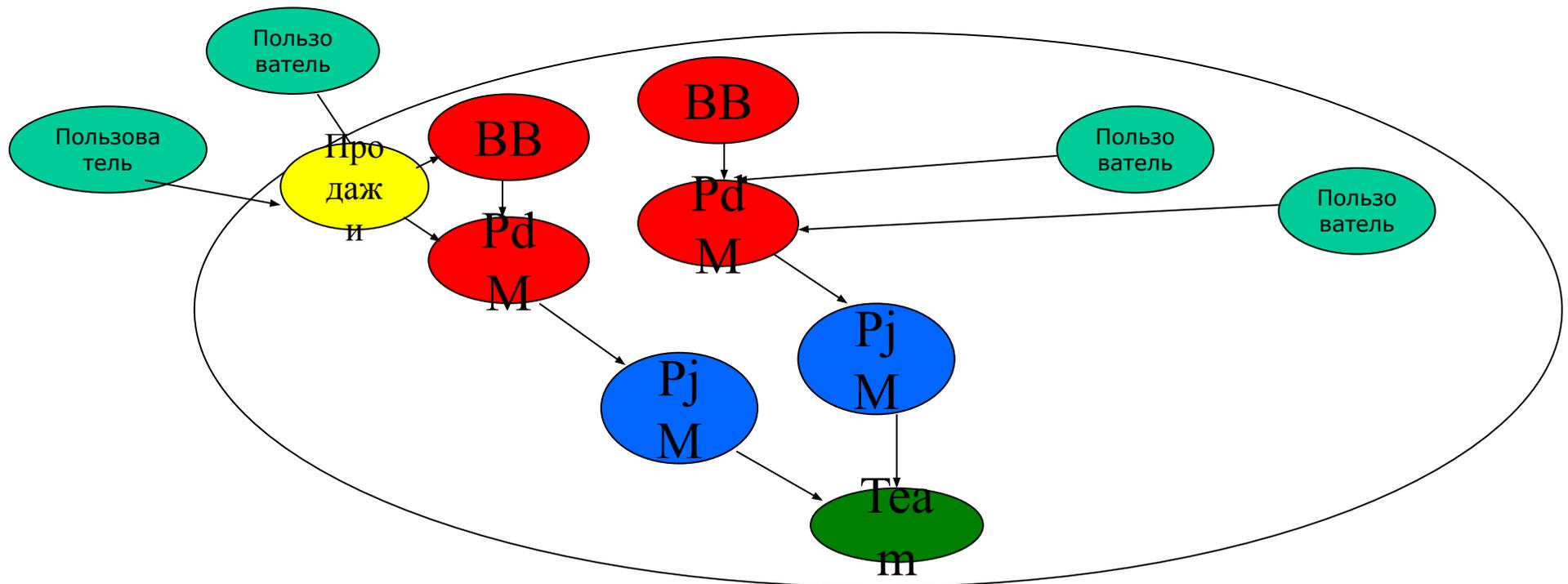
Содержание

- Опыт и применимость
- Цели продвижения
- Новости = блоги + подписки
- Презентации
- Управление проектами
- Опросы
- Внутри команды
- Приумножаем видимость!
- Маленькие хитрости
- Новые проекты
- Предостережения
- Идеи для улучшения

Опыт и применимость

Наиболее эффективно – для команд, которые разрабатывают ключевые продукты компании (core competence).

Опыт: продуктовая компания, внешние и внутренние пользователи, команда - core competence, 1000 человек.



Цели продвижения



- Большой выбор проектов
- Делать важные проекты, а не первые попавшиеся
- Простое решение вопросов, связанных с вашей командой
- Польза для всей компании в целом
- Карьерное рост



Customer need:



Developer can:



Вам нужно продвигать команду, если:

- Чувство, что проекты не важны
- Не все проекты используются конечными пользователями
- Пользователи вам отвечают с большой задержкой

Новости - фундамент

Новости = Блоги + уведомления

Блог – облегчает снаружи знакомство с командой

Уведомления – напоминать о своей команде



Новости - аудитория

Менеджеры



Разработчики



Команда



Пользователи/Заказчики



Новости - поддержка

- Что-то новое? Публикуй, делись знаниями!
- Привычка. Если готовите письмо, подумайте, возможно лучше его опубликовать, а в письмо вставить ссылку.
- Если ссылаетесь на публикацию, предложите подписаться (one click!)
- Начало продвижение: после нескольких публикаций предложите целевой аудитории подписаться.
- Раз в год или полгода – попросите свою целевую аудиторию подписаться опять.
- Поиск целевой аудитории на основе позиции. (Who is Who).
- Первый пост – Цель новостной ленты.
- Через полгода в вашем блоге будет много информации

Новости для пользователей/заказчиков

- Должен читаться легко.
- В случае сомнения – не публиковать.
- Контрольный список публикации:
новая фича, статус (release, prototype, beta,...), **картинка с входом и выходом**, продукт или клиент который использует или планирует использовать функциональность, описание предназначения фичи в доступной форме, какую проблему пользователя решает, как попробовать, ссылки на проектную документацию, просьба оставлять пожелания и о любой другой обратной связи.
- Не вдавайтесь в подробности
- Спрашивайте обратную связь – причастность
- Писать как для детей – просто, но любя 😊



Новости для разработчиков

- Изменения в интерфейсах классов
- Маленькие новые фишки, особенно это касается внутренних продуктов
- Новые классные инструменты, библиотеки, потенциально полезные другим командам.
- Решения технических проблем, особенно неочевидные решения.



Новости для менеджеров

- Новые люди, позиции
- Расширения команды
- Числа, графики (например значения KPI)



Новости для команды

- Соберите долговременные изменения, соглашения
- Другие команды имеют похожие проблемы – предложите подписаться в случае интереса
- Подпишите членов своей команды (обязательно) и непосредственных менеджеров.



Домашняя страница

- Точка входа на все ваши блоги, новости и другие ресурсы



Презентации

- Сама презентация – только для затравки.
- Проводите одну презентацию для разных целевых аудиторий – групп схожих людей – легко начинаются дискуссии.
- **Поощряйте дискуссии, не останавливайте, слушайте и спрашивайте.**
- Источник информации – новости для пользователей
- Вы будете обнаруживать слабые стороны в ваших проектах во время подготовки.
- Если вы ответили на вопрос – задайте вопрос, почему вас спросили 😊
- Публикуйте файлы с презентацией, впечатление аудитории в новостях.
- Приглашайте людей из других команд сделать презентацию для вашей команды, особенно если это пользователи.



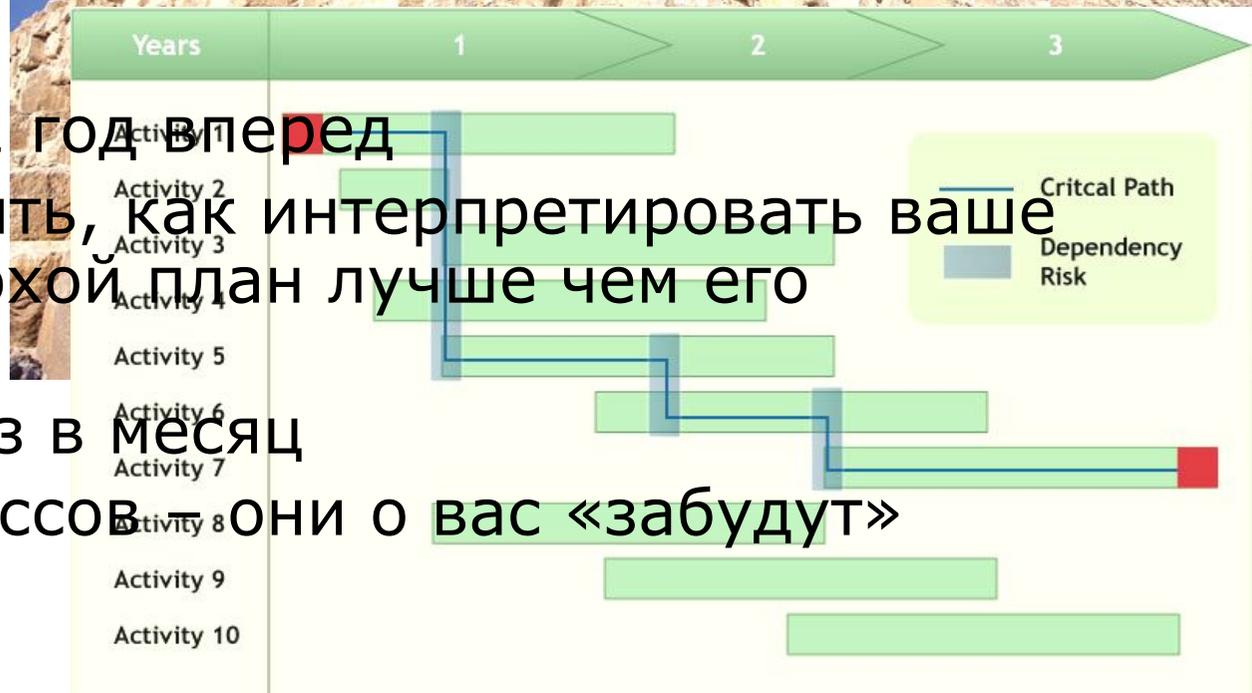
Управление проектами и продвижение

- Проектная документация должна быть всем доступна
- Высокоуровневое планирование
- Упорядоченное по очереди выполнения и доступное краткосрочное планирование
- Несколько заказчиком могут решить между собой, что более важно
- Отчеты еженедельные или раз в две недели непосредственному босу обычными словами (прошлое/будущее/красное).



Высокоуровневое планирование

- **Целевая аудитория – менеджмент и заказчики. Это очень важно.**
- Одна страничка
- Планирование на 1 год вперед
- Вначале нужно учесть, как интерпретировать ваше планирование (плохой план лучше чем его отсутствие)
- Обновление – 1 раз в месяц
- Планируйте для боссов – они о вас «забудут»



Опросы

QUESTIONNAIRE

Very often

Sometimes

Rarely



- Первый вопрос: Вы знаете, что в компании есть ваша команда?
- Помогает понять направления, которые важны для компании
- Поля:
Вопрос,
Важность для вас (от 0 до 5),
Текущий статус (от 0 до 5),
Комментарий.
- “Если вы понятия не имеете как заполнить определенные поля, пожалуйста пропустите или спросите у меня”
- “Перешлите, пожалуйста письмо людям, которые также могут быть заинтересованы в опросе”
- Публикуйте результаты в новостях для менеджеров.
- Отвечайте лично на комментарии. Общайтесь с живыми людьми 😊

Приумножаем видимость!

1. У вас спросили - дайте ссылку на публикацию и предложите подписаться (шаблоны писем).
2. Нет публикации - напишите. Далее - пункт 1.
3. Публикация анонса презентации - Презентация - Публикация результатов.
4. Подпись в e-mail - What to know about team? Subscribe .
5. Узнайте, чем другие пользуются - расскажите о себе - заинтересуйте, вышлите пару ссылок и подпишите.
6. Услышали WTF - узнавайте, давайте ссылки - получайте новый проект.
7. «Ты не знаешь о нашем блоге???» - покажите, расскажите и подпишите.
8. Раз в год - заново предлагайте подписаться (знакомым и по позициям)
9. Вы открыты - люди вокруг сами инициируют общение
10. Информация открыта - в любой момент готовы дать ссылку.



Внутри команды



- Ярко выражается ориентация на конечный результат **пользователя (не проекта)**.
- Легко с сильными разработчиками
- Сложности со «старичками»
- Объяснять команде важность простых фич
- Делегируйте - но вы работаете с инженерами.
- Команда становится автономной – вы сами умеете искать проекты.
- Берите команду на технические презентации.
- В анонсах люди не назывались – команда как целое, избежание проблем внутренних продуктов.
- Сложнее начинать проект, приятнее заканчивать.
- **Вы будете знать, куда вести команду.**

Новые проекты



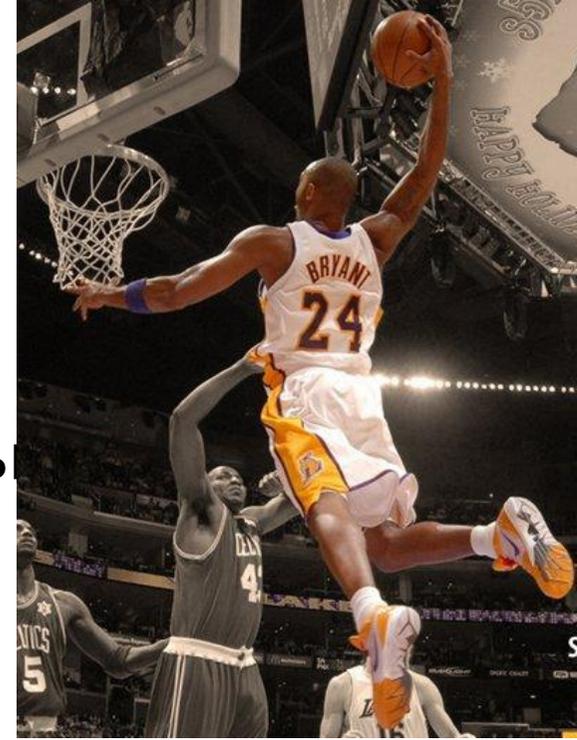
- **Вопросы – пользователям, предложения – боссам**
- WTF от пользователей
- Кухня
- Договоритесь с боссом о выделяемом времени на новые проекты
- Продвижение должно вести к развитой вашей или команды сети знакомств. Люди становятся открытыми, потому что знают кто вы, **люди предлагают новые проекты.**
- Ближе к заказчику, постепенно, сразу не получится – «разные языки». Напряжение у всех между вами и заказчиком

Предостережения



- Вам нужно самому проявлять активность
- Вначале это требует много времени, но это того стоит!
- Ваш непосредственные боссы могут не до конца понимать вашей пользы для всей компании в целом :)
- Будьте готовы расставлять приоритеты задач разных заказчиков – вы можете получить очень много запросов.
- Расширяйте свою команду.
- Эффект продвижения будет виден через 0.5-1 год.
- Продвижение само по себе – это не результат.
- Вы можете понять, что для вас лично тратить время на кодирование – не эффективно.
- Делать «правильные вещи» – это медленнее, чем делать «неправильные вещи» 😊

Идеи для улучшения



- Wiki (хранилище информации с возможностью поиска)
- Форум
- Непосредственное общение с продавцами, внешними заказчиками
- Отслеживайте, действительно ли результаты вашей команды используются конечными пользователями
- Ежемесячные митинги с менеджерами, связанных с вами командами, подразделениями
- Статистика – сколько человек читают новости, смотрят планы...

Заключительные замечания

- Продвижение заканчивается успешными проектами
- Успешные проекты усиливают продвижение
- Ваша аудитория – живые люди
- Будьте открытыми
- Экспериментируйте
- Have fun! 😊



Sergiy Tkachuk serg.tk{at}gmail.com

<http://sergtk.com>

Спасибо!

Буду рад ответить на ваши вопросы!

