

14

绘制故事地图

绘制故事地图是一种组织用户故事的方式，能够提供比传统产品列表更丰富的上下文，也有助于进行发布规划。

尽管故事地图并不完全是产品列表的替代品，但对照比较一下还是很有好处的。本质上来看，产品列表是一维的，用户故事按优先级从最高到最低的顺序排列。故事地图是二维的，不仅指示了故事的优先级，也指出了它们彼此的关系和用户更高层的目标。地图能帮助团队理解故事是如何组装起来形成可发布产品的。

流程的第一步是明确系统的用户，以及他们将要做的各种活动。在《Better Software》杂志 2005 年的一篇文章《It's All How You Slice

It》中¹，Jeff Patton 给出了零售店软件的实例。用户的主要活动包括：

创建供应商采购订单

接收供应商出货

创建商品标签

出售商品

退回商品

分析销售

Patton 把它们看做是故事地图的“脊柱”。它们从高层级描述了用户需要系统为他们所做的一切。把这些活动都记录在卡片上，从左到右依照它们天生的顺序排列。Jeff 推荐，你跟不熟悉它的人是怎样介绍业务流程的，采取一样的顺序即可。

把相关联的故事都排列在这些活动的下面，更重要的故事放在不太重要的故事上方。脊柱已经长出了肋骨，每个故事都跟一个用户活动相关联，也有优先级。发布计划可以很直观地表示出来，只要在上面从左到右画出一条水平线即可。线上方的故事在发布里面，下方的不在发布里。事实上，用此方式可以规划多个发布，把地图分隔成水平泳道即可，如图 14-1 所示。

在写作本书的过程中，我们也使用了故事地图，辅助我们决定第一版所要包含的内容，以及要留着给《Scrum 要素》2.0 版的内容。

¹ 译者注：Better Software, <http://www.stickyminds.com/BetterSoftware/magazine.asp>. 可访问作者网站下载该文章 PDF, http://www.agileproductdesign.com/writing/better_software_articles.html。

我们用章节标题作脊柱，用写作、润色、研究和插图这些任务作为肋骨。

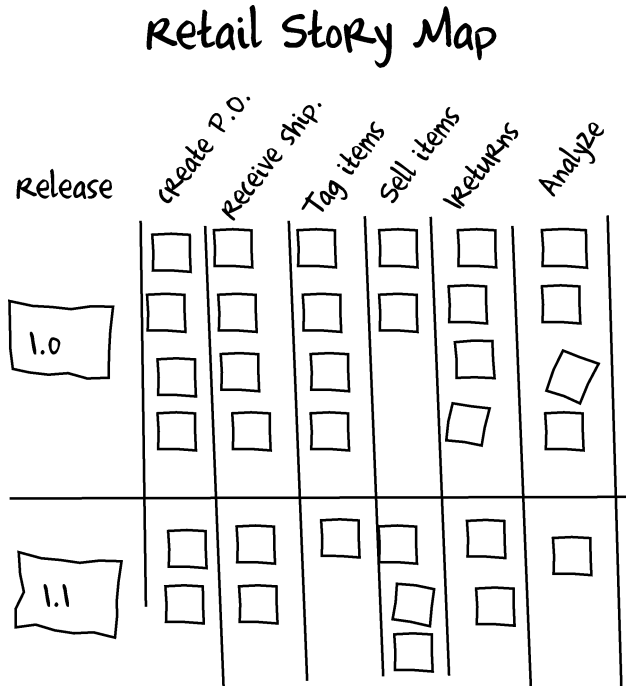


图 14-1

