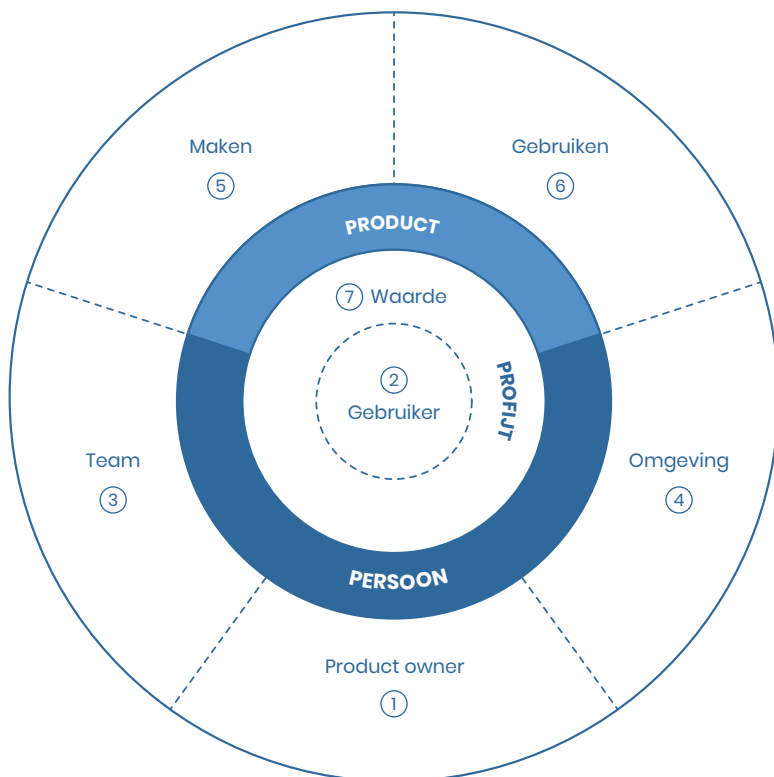


Recap: het product owner canvas in 500 woorden

Misschien ken je dat gevoel wel: je bent lekker op weg, maar je hebt dat nare gevoel dat je iets over het hoofd ziet. Iets dat aan je aandacht ontsnapt dat later als een boemerang terug kan komen. Om daar iets aan te doen, hebben we het product owner canvas ontwikkeld.

Het product owner canvas is een hulpmiddel dat jou als product owner helpt om de status van het product te evalueren. Door het canvas in te vullen krijg je, op ieder gewenst moment, een goed en volledig beeld van hoe jouw product of dienst ervoor staat. Dit framework zorgt ervoor dat je kunt uitzoomen van de dagelijkse werkzaamheden. Heb je voldoende zicht op alle onderwerpen of kun je nog niet alle vlakken invullen? Vanuit deze helicopterview kun je checken op welke gebieden jouw product en alles eromheen (extra) aandacht nodig heeft.



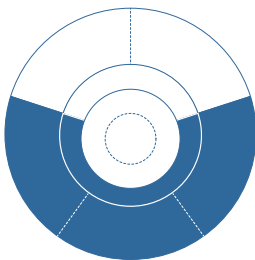
Je kunt het canvas op verschillende momenten gebruiken:

- **Bij aanvang** van de productontwikkeling. Wat is wel en wat is niet helder?
- **Bij jouw start** in een nieuwe omgeving. Weet jij wat je niet weet?
- **Tijdens evaluatiemomenten** van een product in ontwikkeling. Loopt alles zoals we zouden willen?
- **Bij gesprekken met stakeholders**. Hebben zij alles wat het product raakt nog in beeld?
- **Bij zelfreflectie**. Heb je voldoende kennis en vaardigheden om alles in te vullen of verbeteren?

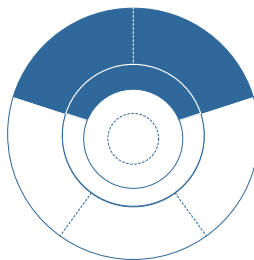
Veel product owners zitten vast in een ritme dat en werkwijze die door de organisatie is bepaald. Het product owner canvas helpt je om inzicht te krijgen in jouw rol, het product en de omgeving, zodat je regie kunt nemen en kunt focussen op maximale waarde voor je gebruikers.

De rol van product owner is lang niet overal hetzelfde. Per product owner kunnen de taken en verantwoordelijkheden sterk verschillen. Het kan goed zijn dat er binnen jouw omgeving expliciet voor is gekozen om bepaalde taken bij een ander neer te leggen. Denk aan een product- of programmamanager, een CEO, de afdeling marketing of bij de boekhouding. In dat geval is het alsnog prettig te weten dat jij er níét mee bezig hoeft te zijn, maar dat dit wél meespeelt in het succesvol bouwen en vermarkten van een product.

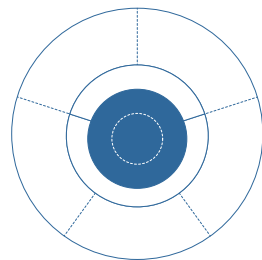
Het product owner canvas is opgebouwd uit drie gebieden: **Persoon**, **Product** en **Profijt**.



Persoon



Product



Profijt

Persoon: de onderkant is de persoon-zijde en gaat over de mensen die een rol spelen bij het product. Middenin staat het vlak van de product owner. De product owner staat tussen het team dat het product maakt en de omgeving waarin het product wordt aangeboden en gebruikt. De omgeving omvat zowel de organisatie als de markt waarin het product wordt geleverd.

Profijt: het centrum van het canvas bevat het profijt van het product. De gebruiker staat centraal, in het midden van het canvas. Het product voegt waarde toe voor de gebruiker. Deze twee vlakken samen vormen het bestaansrecht van het product.

Product: de bovenkant is het product zelf, hoe het tot stand komt en voortbestaat. In het vlak 'maken' is ruimte om de creatie van het product te beschrijven. Bij het 'gebruiken' is ruimte om het werkelijk gebruik te omschrijven.

Aan de slag!

Je kunt het canvas op verschillende manieren gebruiken. Een aantal tips uit de praktijk:

- Je kunt het canvas op verschillende momenten invullen, van een inventarisatie bij start tot een periodieke evaluatie met stakeholders.
- Je kunt het canvas als product owner zelf invullen. Wij zullen je echter altijd aanraden om het samen met anderen in te vullen, al dan niet tegelijk. Dat is leuker en de mogelijke verschillende inzichten leveren je waarschijnlijk een completer en correcter beeld op.
- De volgorde van invullen is niet in beton gegoten. We adviseren je om de volgorde van de delen van het boek aan te houden, maar kies vooral wat voor jou past.
- De inhoud van de vlakken kun je zelf bepalen, al helpen we je graag op weg. Op de volgende pagina vind je een aantal vragen die je zou kunnen stellen bij ieder vlak. Ook vind je de vorm waarin je het antwoord zou kunnen geven.
- Als je het met anderen in gaat vullen, hang dan een uitgeprint canvas (formaat A1 of A0) in de ruimte. Gebruik je Post-its om het canvas vol te plakken? Geef dan ieder teamlid een eigen kleur Post-its, dan zie je gemakkelijk het onderscheid. Vervolgens kun je al discussiërend tot overeenstemming komen.

- Onze ervaring is dat product owners ongeveer 4–6 uur nodig hebben om deze invuloefening voor te bereiden en uit te voeren.

Werkwijze

Ongeacht met wie of waarom je het canvas inzet, zien we een algemene werkwijze.

Stap 1: gebruik onderstaande voorbeeldvragen en vul de vlakken in. Beperk je niet alleen tot die vragen, ga ook op zoek naar antwoorden op de vragen die tijdens het proces opborrelen. Probeer daar jouw unieke situatie in mee te nemen. De vragenlijst samengevoegd op één A4 kun je downloaden op productowner.nl/templates.

Stap 2: zet op een rij wat voor jou de gaten of onzekerheden zijn en vraag je stakeholders om ze samen met jou in te vullen.

Stap 3: koppel het ingevulde canvas terug aan de mensen die jou hebben geholpen. Presenteer het als de status quo en het vertrekpunt naar een betere situatie.

Stap 4: bepaal waar je op gaat focussen in het verbeteren. De delen 'product owner', 'gebruiker' en 'team' zijn in onze ogen net iets belangrijker om op orde te hebben.

Stap 5: kies drie tot vijf verbeterpunten waar je actief aan gaat werken en waarvan je denkt dat de uitkomsten veel impact gaan maken. Zorg dat er ook iets op jouw lijstje staat dat je snel kunt afronden. Resultaten zorgen voor vertrouwen en energie bij de mensen om je heen en die heb je vaak hard nodig.

Stap 6: ga ermee aan de slag. Het afwerken van je actie-items kan soms langer duren dan dat je voor ogen had, maar houd vol!

Stap 7: het is heel logisch als je even niet weet hoe je iets aanpakt. In dat geval; schakel hulp in. Het helpt al enorm als je jouw vraagstuk uitlegt aan iemand anders, zodat het scherper wordt. Het maakt in principe niet uit wie je om hulp vraagt, zolang het maar iemand is die jij vertrouwt met je onzekerheden.

Stap 8: plan een canvas-evaluatie in. In onze ervaring werkt het goed om dat te doen na 10-12 sprints, uitgaande dat deze twee weken per stuk duren. Zo maak je ongeveer twee keer per jaar tijd voor deze helikopterview.

Om je op weg te helpen vind je hieronder voor elk van de zeven deelgebieden voorbeeldvragen, aangevuld met antwoorden die we in de praktijk tegen zijn gekomen.

Voorbeeldvragen en antwoorden uit de praktijk



1. Product owner

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Weet ik wat wél en wat níét mijn rol is binnen het team en de organisatie?
- Aan welke randvoorwaarden is wel en niet voldaan om dit ook goed uit te kunnen voeren?
- Is er een actuele en breed gedragen visie op het product en wordt die gesteund door je belangrijkste stakeholders?
- Heb ik voldoende ownership? Oftewel: heb ik - naast visie - ook mandaat, voldoende tijd en budget om dit product succesvol te maken? Zo niet, waar schort het aan?
- Weet ik waar ik op word beoordeeld aan het einde van het jaar?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- Er is een functieprofiel, maar deze lijkt verouderd en dient te worden gecheckt met hr en mijn leidinggevende.
- Mijn budget is helder en er liggen werkafspraken over tot hoever mijn mandaat reikt.
- De productvisie is er, maar komt zelden terug in presentaties, gesprekken of sprintdoelen.
- Op papier zijn alle randvoorwaarden geregeld, maar mijn manager zegt ons werkoverleg heel vaak af.
- We hebben als afdeling doelstellingen per jaar, maar daar word ik zelf nooit op afgerekend.
- Ik wil een plan maken om van 'proxy' naar 'business representative' te gaan.



2. Gebruiker

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Wie is de gebruiker van mijn product? Wat is zijn of haar grootste probleem?
- Gaat mijn gebruiker of dat probleem wijzigen in de toekomst?
- Weet ik welke weg mijn gebruiker aflegt voor, tijdens en na het gebruik van mijn product?
- Spreken het team en ik regelmatig met (huidige en potentiële) gebruikers? Op welke manier gebeurt dat?
- Worden er regelmatig databronnen benut om aannames en kwalitatieve onderzoeksmethodes te staven?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- Onze productvisie kijkt wel naar de gebruiker van nu, maar we weten onvoldoende of dit ook de gebruiker van de toekomst is.
- We hebben persona's die de afdeling Verkoop gebruiken? bij advertenties, maar dat zijn beslissers en geen gebruikers. Die moeten dus nog gemaakt worden.
- De user journey hebben we vorig jaar van de marketingafdeling gekregen en gebruiken we bij het maken van landingspagina's.
- Sales wil alleen dat we met klanten praten als er een account manager bij is, dat is lastig, maar dit krijgen we moeilijk veranderd.
- We hebben Google Analytics , maar dat gebruiken we bijna niet. Tijd voor een cursus?
- De data is verouderd, volgend kwartaal heeft het andere team hopelijk ruimte.



3. Team

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Zit ik in een team dat beschikt over een goede mix van kennis, vaardigheden en werkhouding? Als je denkt van niet; wat is de zwakke plek?
- Is het een team dat goed samenwerkt? Is het team als geheel in staat om zelfstandig sprints te kunnen realiseren? Zo niet, waar ligt de grootste kans om te groeien?
- Heb ik een team dat goed presteert? Wat is de kwaliteit van het

opgeleverde werk? Wat vinden de belangrijkste stakeholders van de verhouding tussen snelheid en kwaliteit?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- Er is veel verloop. We zouden elk kwartaal een teamrollen-sessie moeten organiseren.
- Er is een duidelijke verdeling voor wie wat doet in de sprints en rituelen.
- We zouden een scrum master willen, voor nu pakt de tech lead die rol erbij.
- Teamtevredenheid meten we en we scoren veel hoger dan andere teams.
- Er zijn bijna geen bugs in de productie meer sinds we een tester lenen van het andere team.



4. Omgeving

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Is er een stakeholder map gemaakt? Is die up-to-date en gedeeld met het team?
- Hoe en wanneer communiceer je met je stakeholders?
- Hoe loopt dat contact? Ben je gelijkwaardig en leer je van elkaar?
- Hoe gaat je omgeving om met veranderingen die nodig zijn om het product succesvol te maken?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- De stakeholder map gaan we volgende week met elkaar maken.
- Ik zou meer moeten spreken met stakeholders X, Y en Z.
- Ik weet niet of de logistieke manager begrijpt waarom ik hem zo hard nodig heb.
- Onze leidinggevende weet eigenlijk niet wat we de hele dag doen.
- Mijn manager was ook mijn voorganger, dat scheelt heel veel.



5. Maken

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Is er voldoende (technische) kennis aanwezig om het product te

kunnen maken?

- Is er een vaste werkwijze, inclusief rituelen?
- Is er een gemeenschappelijk en gemakkelijk uit te leggen beeld van wat er de komende tijd gaat gebeuren?
- Is er een goede definitie van wanneer iets klaar is? Staat iedereen daar achter?
- Hoe wordt het product in gebruik genomen na livegang? Is daar een (vaste) werkwijze voor?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- We hebben sprints van twee weken en de vrijdagen in oneven weken zijn sprint-wisseldagen.
- We missen een ervaren back-end developer hier in Nederland. Recrutement moet meer tempo maken.
- Ik zou de roadmap meer moeten delen met het team.
- We doen nog te veel refinement voor de lopende sprint, dat komt vaak terug bij de retrospective.
- Onze definition of done is er wel, maar daar doen we in de praktijk nog te weinig mee.
- De definition of ready zit vooral in mijn hoofd, tijdens de sprintplanning gaat dat eigenlijk altijd goed.



6. Gebruiken

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Weet je wat er precies gebeurt nadat iets live gaat? Loopt dat proces goed? Welke invloed heb je daar als product owner op?
- Ontvang je regelmatig feedback van je klanten?
- Is de basis content op tijd beschikbaar, goed vertaald en relevant?
- Heb je scherp of en waar legacy zit en wat de impact is op het team en het product?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- We hebben in elke sprint een user story 'livegang begeleiden', ter waarde van acht punten. Daarbij volgt ook nog een tweewekelijks

key user overleg.

- Ons klantpanel komt elk kwartaal bij elkaar, daar mag ik altijd bij aansluiten. Soms is het nuttig, soms niet.
- Content zit in onze definition of ready, al krijgen we vaak net voor - of nog erger, net na - livegang nog wijzigingen.
- Content valt volledig buiten onze scope. Wij maken alleen de titels in het content management systeem en dat doen we in overleg met de marketeers.
- Het woord legacy gebruiken we eigenlijk niet, want dan krijg ik geen budget. We zetten elke sprint drie dagen in voor onderhoud en kleine wijzigingen en dan gaan we eigenlijk refactoreren.
- Legacy is voor ons echt een grote uitdaging, onze CTO zegt dat we volgend jaar grote delen gaan vervangen. Eigenlijk zou dat al twee jaar geleden gaan gebeuren.
- Wij hebben een Kanban bord met legacy brokken van ongeveer één dag. Vaak gebruiken we de tech-day om items op te pakken.



7. Waarde

Mogelijke vragen om jou (en je team) op weg te helpen:

- Heb jij scherp wat voor waarde jouw stakeholders zoeken?
- Meet je regelmatig de waarde en bespreek je dat met het team en andere stakeholders?
- Is er genoeg geld om door te kunnen gaan? Welke beloftes zijn gedaan in ruil voor dat geld?

Een greep uit de conclusies die we in de praktijk tegenkomen bij dit onderdeel van het canvas:

- De OKRs krijgen we vanuit het MT. Daarbij hebben we een standaardlijst met KPIs, maar daar kijken we eigenlijk zelden naar.
- Ik houd van cijfers, dus check elke dag de omzet en gebruikersaantallen.
- Het is moeilijk om de sprintdoelen aan te laten sluiten op de OKRs, maar we besteden er wel iedere sprintplanning aandacht aan.
- Ik weet dat als grote klanten weglopen, dat ik dan minder developers krijg. Dus ik ben wel vaak aan het checken hoe de resultaten zijn.
- Wij hebben een monitor hangen en op teamdagen staat die aan. Daarop zien we een heel overzicht van zaken die we kunnen en willen meten.

Alle vragen ingevuld? Super! Kijk nogmaals naar de stappen die zijn opgesomd in de alinea 'Werkwijze' hierboven en pak daar de draad verder op.

Tot slot

We hopen dat je met deze handleiding zelfstandig aan de slag kunt om dit product owner canvas in te vullen voor jouw product of dienst. We adviseren je om eerst zelf te beginnen met het opschrijven van wat steekwoorden in de vlakken. Net als bij het maken van een user story kom je er snel genoeg achter wat je al wel en nog niet weet. Ga vervolgens in gesprek met je team, je collega product owners en/of je andere stakeholders. Vul het canvas aan met de informatie die je van hen krijgt en verifieer dit met data. Als je er een teamsessie van maakt, download dan het model op productowner.nl/templates en laat het afdrukken op A1 of A0 formaat. Dat kost een paar tientjes, maar is het meer dan waard.

Tot slot: deel het ingevulde canvas met je team, opdrachtgever en andere stakeholders zodat je op tijd de verwachtingen en de status van jouw product en dienst deelt met jouw omgeving.

Heb je na het lezen van deze handleiding nog vragen, bel gerust of schrijf je in voor een training. We helpen je graag verder op weg via productowner.nl.