



गाइड

Agile एजेंसी बनाएँ:

आपकी एजेंसी में Agile मेथडॉलजी को इंप्लीमेंट करने के लिए सुझाव, तरकीबें और बेस्ट प्रैक्टिसेज़

Agile से अपने काम की गड़बड़ियों पर काबू पाएँ. अपने जॉब से फिर से प्यार करें.

आपकी एजेंसी में ऐसे टैलेंटेड क्रिएटिव्स और इनोवेटिव एग्जिक्यूटिव्स हैं जिनके पास कुछ बनाने या इनोवेट करने के लिए कभी समय ही नहीं होता है. बहुत ज्यादा वर्कलोड्स, प्रोजेक्ट्स के लिए लगातार रिकेस्ट्स, क्लायंट की गैर-वाजिब डिमांड्स, लगातार फ़ायर ड्रिल्स के कारण, आप खुद को काम के बोझ तले दबे हुए और तारीफ़ के लिए तरसा हुआ पाते हैं. फुर्सत? इस बारे में कभी सुना ही नहीं.

लेकिन आपने शायद अन्य एजेंसी कर्मचारियों को यह दावा करते हुए सुना हो कि Agile को अपनाने से ये दिक्कतें हल हो गई हैं; वे हफ्ते में केवल 40 घंटे काम करने का दावा करते हैं; वे हाल ही में छुट्टी पर घूमने-फिरने का भी दावा करते हैं (पिछली बार जब आप छुट्टी पर घूमने-फिरने गए थे तब शायद आपको अपने ड्राइविंग लाइसेंस की तस्वीर भी उतनी ही पसंद आई होगी जितनी आपको अपना जॉब पसंद था). क्या ये अन्य लोग आपसे ज्यादा मेहनत कर रहे हैं? नहीं. लेकिन वे Agile की मदद से ज्यादा एफ़िशिएंट रूप से काम कर रहे हैं. वे प्रोजेक्ट की थकान से लड़ने में कम समय बिताते हैं और इस बिज़नेस में उनके द्वारा किए जाने वाले काम को करने में ज्यादा समय बिताते हैं.

आपकी टीम्स, स्टेकहोल्डर्स और क्लायंट्स के काम की पारंपरिक अप्रोच पर निर्भर होने के कारण आपको शायद ऐसा लगे कि आपकी एजेंसी में Agile में ट्रांज़िशन करने की कोई कोई संभावना ही नहीं है. लेकिन हम आपको ऐसा ही करने में मदद के लिए मौजूद हैं. इस गाइड में, आप यह सब सीखेंगे:

- Agile आपके कार्यस्थल के सबसे बड़े झंझट कैसे हल कर सकता है
- Agile में ट्रांज़िशन के लिए तैयार होने के छह आसान स्टेप्स
- एजेंसियों के लिए तैयार की गई Agile टर्मिनोलॉजी की डेफ़िनिशन्स
- Agile टीम, गैर-Agile टीम्स के साथ कैसे सीमलेस रूप से काम कर सकती है
- आपके नए Agile काम को मैनेज करने के लिए सही टूल कैसे सेलेक्ट करें

लेकिन इससे भी अहम यह है कि आप अपने जॉब से फिर से प्यार करना सीखेंगे.

Agile क्या है?

आज के समय में मुनाफे के बेहद कम मार्जिन के बावजूद ज़बरदस्त कॉन्टेंट तैयार करने के प्रेशर की पृष्ठभूमि में, Agile एजेंसी का काम मैनेज करने की कामयाब अप्रोच के रूप में सबसे अलग दिखता है। Agile प्रोजेक्ट्स को मैनेज करने के लिए ऐसी मेथडॉलजी है जिसमें इंटर्नल और एक्स्टर्नल, दोनों तरह से काम के प्रोसेस की तेज़ी, प्रोडक्टिविटी, अडैटेबिलिटी और रिस्पॉन्सिवनेस को बेहतर बनाने पर फ़ोकस किया जाता है Agile प्रिंसिपल्स का जन्म 2001 में Agile Manifesto से हुआ था और तब से इसे Scrum, Kanban और Extreme Programming (XP) समेत कुछ संबंधित प्रोसेसेज़ और विधियों में बदला गया है। एजेंसियों के लिए Agile की जड़ें IT डेवलपमेंट की दुनिया में हैं और यह इन प्रिंसिपल्स में से बहुत से प्रिंसिपल्स अपनाता है लेकिन क्रिएटिव काम में लागू किए जाने पर डिटेल्स में थोड़ा अलग होता है।

प्रोजेक्ट मैनेजमेंट की पारंपरिक, टॉप-डाउन अप्रोच जिसमें प्रोजेक्ट की हर स्टेज अगली स्टेज पर जाने से पहले खत्म हो जाती है, फ़ॉलो करने की बजाए Agile ज्यादा मॉडर्न, फ़्लेक्सिबल, टीम-बेस्ड अप्रोच है, यह आपके क्लायंट की लगातार बदलते फ़ीडबैक को एड्रेस करने और बिल्कुल नामुकिन छोटी प्रोजेक्ट डेडलाइन्स पूरी करने के लिए एकदम सही है। Agile मेथडॉलजी में फ़ीडबैक लेने से पहले पूरे प्रोजेक्ट को पूरा करने के पारंपरिक तरीके की बजाए प्रोजेक्ट के छोटे-छोटे हिस्सों को तेज़ी से डिलीवर करने को तरज़ीह दी जाती है।

उदाहरण के लिए, प्रोजेक्ट को पिच करना, इसे मैप करना, सभी पेजेज़ के लिए सारा कॉन्टेंट लिखना, डिज़ाइन फ़ाइनल करना और इसके बाद क्लायंट फ़ीडबैक लेने के लिए नया डिज़ाइन और कॉन्टेंट अपलोड करना वेबसाइट रीडिज़ाइन प्रोजेक्ट की पारंपरिक अप्रोच है (फ़िगर 1 देखें)। अकसर, क्लायंट का मन बदलने के कारण या शुरू में उनके द्वारा अपूर्व किए डिज़ाइन का लुक असल में उन्हें पसंद न आने के कारण इस पूरे प्रोसेस को नए सिरे से दोबारा शुरू करना होगा।

Agile के साथ, प्रोसेस को स्प्रिंट्स या एक से चार सप्ताहों के इंटरवल्स में बाँटा जाता है जिसमें प्रोजेक्ट के कुछ हिस्से जल्दी से पूरे हो जाते हैं। पहला स्प्रिंट होम पेज पूरा करने के लिए नया वेबसाइट मेन्यू टेम्पलेट और कॉन्टेंट हासिल करने पर फ़ोकस कर सकता है। इसके बाद, दो पूरे किए गए भाग तुरंत अपलोड किए जाते हैं। अगले स्प्रिंट पर काम करने के दौरान, टीम क्लायंट से फ़ीडबैक इकट्टा करती है। अगर फ़ीडबैक से पता चलता है कि होम पेज पर वेब मेन्यू इन्कूटिव नहीं है, तब टीम अन्य भागों पर काम में रुकावट डाले बिना या रोके बिना तुरंत एडजस्टमेंट्स कर सकती है।

“जब हम AGILE के बारे में बात करते हैं, तब हम फ़िलॉस्फी के बारे में बात कर रहे होते हैं—यह कस्टमर्स से बर्ताव करने, एंप्लायौज़ के साथ काम करने और प्रोजेक्ट्स से असली बिज़नेस वैल्यू हासिल करने का नया तरीका है।”

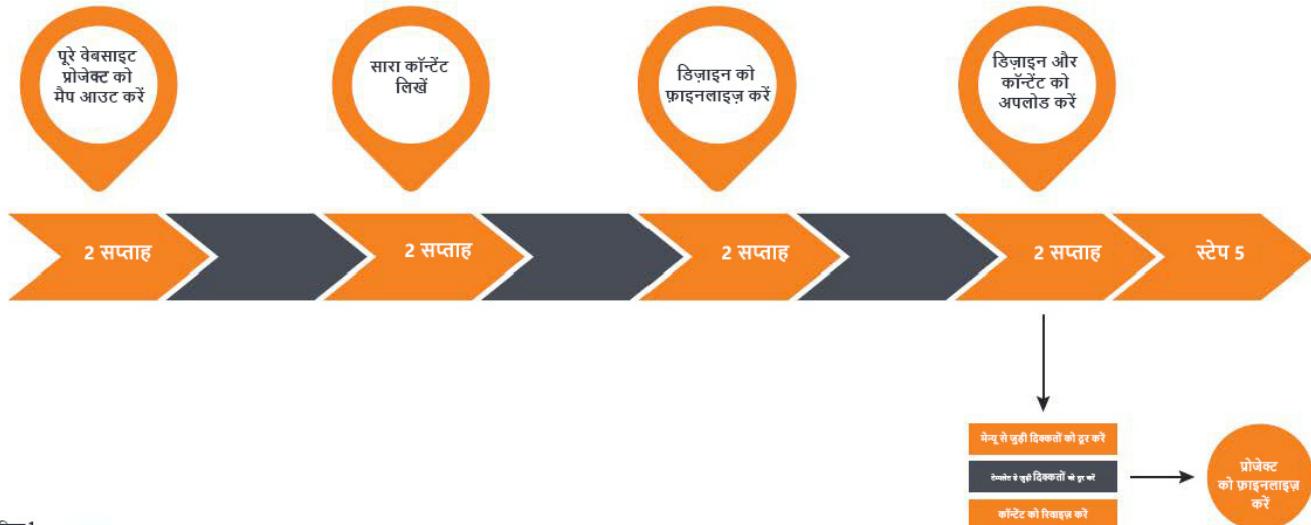
— बार्बी डेविस, Agile Practices for Waterfall Projects के ऑपरेटर¹

सभी भागों के फ़ाइनल होने का इंतज़ार करने की बजाए बीच में ही कोर्स बदलने की इस काबिलियत से, Agile क्रिएटिव टीम्स बाज़ार पहुँचने की तेज़ी, प्रोडक्टिविटी और यहाँ तक कि कोलैबोरेशन में काफ़ी ज्यादा बढ़ोतरी ला पाती हैं। यह तेज़ी से काम करने के बारे में नहीं है; यह बेहतर काम करने के बारे में है। और यही कारण है कि इसका क्रिएटिव दुनिया में इतना बोलबाला हो रहा है।

यह तेज़ी से काम करने के बारे में नहीं है
यह बेहतर काम करने के बारे में है

पारंपरिक प्रोजेक्ट मैनेजमेंट

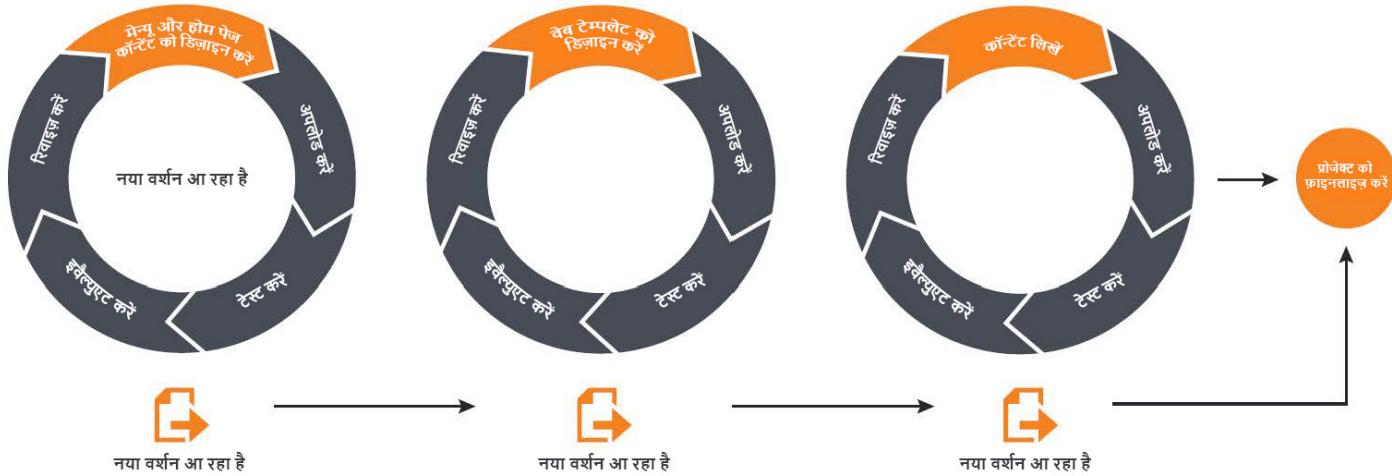
एजेंसी प्रोजेक्ट्स के लिए पारंपरिक या Waterfall अप्रोच बहुत लिनियर, टॉप-बॉटम (एग्जिक्यूटिव की लीडरशिप वाले) प्रोसेस को फॉलो करती है. प्रोजेक्ट को पहले पूरा होने तक पहुँचाया जाता है, इसके बाद इसमें दिक्कतें टेस्ट की जाती हैं.



फ़िगर 1

Agile प्रोजेक्ट मैनेजमेंट

एजेंसी प्रोजेक्ट्स के लिए Agile अप्रोच, Scrum की तरह, निरंतर टीम आउटपुट के सर्कुलर प्रोसेस को फॉलो करती है. इस बॉटम-अप (टीम की लीडरशिप वाली) अप्रोच में प्रोजेक्ट को आमतौर पर स्प्रिंट्स कहे जाने वाले और तेज़ी से तथा फ़ेज़ों में पूरे होने वाले छोटे हिस्सों में बाँटा जाता है, इन्हें दिक्कतों (और फ़ीडबैक) के लिए बीच में ही टेस्ट किया जाता है.



फ़िगर 2

हम जानते हैं कि आप क्या सोच रहे हैं...

“लोकिन अब हम जिस तरह से काम कर रहे हैं, हमने हमेशा से ऐसे ही काम किया है।”

बदलाव मुश्किल है। पुराने ढर्रेपर काम करना आसान है। लोकिन ऐसी दुनिया में जहाँ जानकारी लाइट की तेज़ी से चलती है और डेटा-डिवन मेट्रिक्स दिलकश ऐड की तरह ही अहम हैं, ऐसे में पुराने ढर्रे पर काम करते रहना अब आपके काम को मैनेज करने का बेहतरीन तरीका नहीं है। हालाँकि Agile में ट्रांज़िशन करना आसान नहीं होगा, फिर भी रिस्क न लेना इससे भी बड़ा रिस्क है।

“क्या Agile IT टीम्स के लिए नहीं है? हम IT नहीं हैं।”

आप शायद सोचते हैं कि Agile कोई IT से जुड़ी चीज़ है और इसका क्रिएटिव काम से कोई लेना-देना नहीं है। अब ऐसा नहीं है। Gartner के हालिया अनुमान के अनुसार, 2017 तक CMO, CIO की तुलना में IT पर ज़्यादा खर्च करेगा.² मार्केटिंग ऑटोमेशन, CRM और लिसनिंग प्लेटफॉर्म्स जैसी टेक्नोलॉजी की बढ़ालत, एजेंसी का काम पहले से कहीं ज़्यादा टेक्नोलॉजी-डिवन है, कॉम्पटिटिव बने रहने के लिए, एजेंसियों को तेज़ी से छोटे, ज़्यादा फ्रिकैट कॉन्टेंट हिस्से बनाने की एजिलिटी की ज़रूरत होती है, यह उसी तरह है, जैसे डेवलपर्स को सॉफ्टवेयर के लिए लगातार नई फ़ीचर्स बनाने की ज़रूरत होती है।

“Agile हमें क्रिएटिव होने से रोकेगा।”

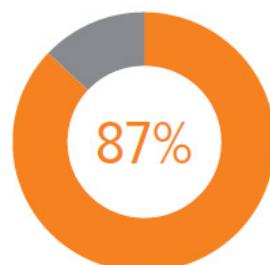
सीधी बात यह है कि आपकी टीम के पास क्रिएटिव होने के लिए जितना ज़्यादा समय होगा, वे उतना ही ज़्यादा क्रिएट कर पाएगी। एक स्टडी में, 87 प्रतिशत रिस्पॉन्डेंट्स ने कहा कि Agile को अपनाकर वे ज़्यादा प्रोडक्टिव बन गए हैं.³ Agile में काम करने से सही मात्रा में स्ट्रॉक्चर बनते हैं और गैर-ज़रूरी स्ट्रॉक्चर (बेहद लंबी मीटिंग्स के बारे में सोचें) कम होते हैं ताकि टीम्स फ़्लेक्सिबल, अडैप्टेबल और प्रोडक्टिव बन सकें।

“Agile में ट्रांज़िशन करना मेरी टीम के लिए बेहद पेचीदा होगा।”

यह बात हालाँकि सच है कि ट्रांज़िशन के लिए कुछ कोशिश और अडजस्टमेंट की ज़रूरत होगी, लेकिन इस अहम फ़ैक्ट पर विचार किया जाना चाहिए: खुद को एजाइल मानने वाले मार्केटिंग डिपार्टमेंट्स की बाजार में हिस्सेदारी बढ़ने की संभावना तीन गुना ज़्यादा होती है.⁴ और Agile में ट्रांज़िशन के सिवाए आपकी एजेंसी की एजिलिटी और इसलिए मार्केट शेयर बढ़ाने का इससे बेहतर और क्या तरीका हो सकता है? Agile से आपके काम को ज़रूरी फ़्लेक्सिबिलिटी और कुशलता मिलते हैं, इसलिए ट्रांज़िशन करना हालाँकि पेचीदा हो सकता है, लेकिन इसकी कोशिश की जानी चाहिए, साथ ही, Agile में ट्रांज़िशन को जहाँ तक मुमकिन हो, सहज बनाने में मदद के लिए आपके पास सुझावों से भरी यह गाइड मौजूद है।

“बदलाव से लड़ना किसी भी ऑर्गानाइज़ेशन के लिए सबसे बड़ा रिस्क वाला काम है। अस्थिरता, कॉम्पटिशन और मौके इन सब में काफ़ी ज़्यादा बढ़ोतरी हुई है, वहीं शेल्फ लाइफ, डिलीवरी साइकल्स और ब्रांड लॉयलटी लगातार सिकुड़ते जा रहे हैं।”

– एंटरप्राइज़ में Agile की संभावना को कैसे अनलॉक करें⁵ “एंटरप्राइज़



87% रिस्पॉन्डेंट्स ने कहा कि AGILE को अपनाने से वे ज़्यादा प्रोडक्टिव बन गए।

ऐसे पाँच तरीके जिनसे Agile आपके काम की सबसे मुश्किल दिक्कतें हल कर सकता है

1 आप अक्सर क्लायंट्स की बदलती हुई उम्मीदों से पीछे रह पाते हैं.

Agile प्रिंसिपल्स क्लायंट्स के साथ निरंतर कम्यूनिकेशन को सुविधाजनक बनाते हैं, इसलिए आपके विचार और उम्मीदें हमेशा सिंक में रहते हैं।

हाल ही में हुए एक सर्वे में सभी रिस्पॉन्डेंट्स में से चौंसठ प्रतिशत ने कहा कि कस्टमर की बदलती उम्मीदों को मैनेज करना उनके लिए सबसे बड़ा प्रोजेक्ट-स्पेसिफिक दबाव है।⁶ आखिरी मिनट में किए गए बदलाव या अतिरिक्त रिकेस्ट्स आपकी प्रोजेक्ट टाइमलाइन को पटरी से उतार देते हैं और आपके लिए क्लायंट को मायूस करने का बड़ा रिस्क खड़ा हो जाता है। लेकिन प्रोजेक्ट बनाने के प्रति Agile की दोहराव वाली अप्रोच आपकी एजेंसी का क्लायंट से निरंतर कम्यूनिकेशन बरकरार रखती है। आप पूरे काम में फ़ीडबैक लेते रहे हैं, इसलिए इसकी संभावना ज्यादा रहती है कि आपका प्रोजेक्ट बिल्कुल वैसा होगा, जैसी क्लायंट ने कल्पना की थी।

2 आप क्लायंट गंवाने के निरंतर डर में रहते हैं.

क्लायंट डिमांड्स पर तेज़ी से रिस्पॉन्ड करने की काबिलियत एजेंसियों के लिए अहम कॉम्पटिटिव बढ़त है और Agile दिक्कतों का पहले से अंदाजा लगाने और बदलाव के मुताबिक अडैट होने में क्रिएटिव्स की मदद करने में सबसे आगे है।

एजेंसी टेन्योर अब तक के सबसे निचले स्तर पर है क्योंकि अकाउंट टर्नओवर लगातार बढ़ रहा है। सर्वे किए गए क्लायंट्स में से 51 प्रतिशत ने कहा कि वे अपना एजेंसी रोस्टर कम कर रहे हैं और इसे और भी कम करने का इरादा रखते हैं।⁷ जैसे-जैसे नए कॉम्पटिटर्स उभर रहे हैं तथा और ज्यादा क्लायंट्स इन-हाउस सर्विसेज़ चाहते हैं, वैसे-वैसे एजेंसियों को अपनी प्रतिष्ठा बरकरार रखते हुए सीमाओं को आगे बढ़ाने और क्लायंट्स को खुश करने के लिए मुश्किल संघर्ष से गुज़रना पड़ रहा है। किस्मत से, Agile के मॉडल—क्लायंट रिव्यू और टेस्टिंग के लिए प्रोजेक्ट के कुछ भागों की लागातार डिलीवरी—से इस लड़ाई में कामयाब होना आसान होता है। क्यों? आपके क्लायंट के साथ अक्सर इंगेजमेंट से क्योंकि उन्हें आपके द्वारा किया जाने वाला बेहतरीन काम—और उनके द्वारा आपको पहली बार हायर करने के कारण लगातार याद आते रहते हैं।

3 आप फ़ायदे में रहने के लिए मुश्किल झेलते हैं.

Agile का तेज़ी और ट्रांसपेरेंट काम पर फ़ोकस रहने से यह एनश्योर होता है कि इससे पहले कि स्कोप बदले जाने या टाइमलाइन ओवररन से आपका प्रोजेक्ट और बजट बर्बाद हो जाएँ, आप उनकी पहचान कर सकेंगे।

एजेंसियों को बजट में फ़ंसे रहने की बजाए क्लायंट की उम्मीदें पूरी करने पर फ़ोकस करना होगा लेकिन अगर प्रोजेक्ट्स औसतन बजट से सिर्फ़ 10 प्रतिशत ज्यादा चले जाते हैं, तो आपकी एजेंसी को लाभ के मार्जिन में 19.5 प्रतिशत का नुकसान होता है।⁸ क्षोप बदले जाने की लागतों और वाजिब मार्जिन बनाए रखने की मुश्किल के अलावा, आपकी टीम के काम में विज़िबिलिटी न होने का मतलब है कि आप इसे सुधारने के लिए इसे ट्रैक नहीं कर सकते हैं; आपको असल में पता ही नहीं होता है कि टीम एजेंसी के सबसे अहम क्रिएटिव काम पर काम कर रही है या नहीं। Agile के जवाबदेह और खुद से काम करने वाले टीम मेंबर्स पर बुनियादी भरोसे के साथ-साथ इसकी रोज़ाना स्टैंड-अप मीटिंग्स और प्रोजेक्ट के हिस्सों

डेवलपमेंट प्रोसेस के दौरान फ़ीडबैक को शामिल करने से, यह संभावना ज्यादा रहती है कि प्रोडक्ट कस्टमर की उम्मीदें पूरी करेगा और मार्केटिंग शायद अपना लक्ष्य हासिल कर लेगी। आप बाहर जाने और एडवर्टाइज़िंग पर ढेर सारा पैसा खर्च करने से पहले ही कॉन्सैट्रेस टेस्ट कर सकते हैं।

— बैरे हार्डी,
सीनियर डायरेक्टर,
मार्केटिंग कंसल्टेंसी
CMG पार्टनर्स¹²

सभी रिस्पॉन्डेंट्स में से

64%

ने कहा कि क्लायंट्स की बदलती हुई उम्मीदों को मैनेज करना उनके लिए सबसे बड़ा प्रोजेक्ट-स्पेसिफिक दबाव है।



की तेज़ डिलीवरी से जल्दी ही यह पता चल जाएगा कि कौन अपना काम ठीक से नहीं कर रहा है और दूसरों को ऊपर आने का मौका मिलेगा।

4 आप टॉप टैलेंट को रिटेन नहीं कर पा रहे हैं।

Agile का बेहद कोलैबोरेटिव, अडैटिव और एक्सपेरिमेंटल एनवायरनमेंट जवाबदेही लाता है और आप काम के प्रति जिस नैतिकता को बरकरार रखना और लाना चाहते हैं, उसे सम्भालती देता है।

ऐसा अनुमान है कि एंप्लायीज़ के बर्नआउट, प्रोडक्टिविटी में कमी और काम से संबंधित तनाव के कारण अमेरिकी कंपनियाँ हर वर्ष \$200 से \$300 बिलियन के बीच का नुकसान उठाती हैं।⁹ आपकी एजेंसी में हर कोई काम से दबा हुआ है, इसलिए यह नोटिस करना ही मुश्किल है कि बेहतरीन परफॉर्मर कौन हैं, उनके स्किल्स का बेहतरीन इस्तेमाल एनश्योर करने के लिए उनके द्वारा किए जा रहे काम पर नज़र रखना तो बड़ी दूर की बात है। और जब कोई टैलेंटेड टीम में बैर कंपनी को छोड़ने का फ़ैसला लेता है, तब उसकी जगह नया सदस्य लाने की लागत बहुत ज्यादा हो सकती है—रिसर्च से पता चलता है कि एंप्लायी की रिप्लेसमेंट लागतें एंप्लायी के सालाना वेतन के 60 प्रतिशत तक पहुँच सकती हैं।¹⁰ Agile की रोज़ाना स्टैंड-अप मीटिंग्स और टीम की लीडरशिप वाले प्रोजेक्ट्स के ज़रिए एजेंसी के काम में विज़िबिलिटी आती है जिससे सभी को अपने रोल, टैलेंट और एजेंसी की कुल मिलाकर कामयाबी में अपने कॉन्ट्रिब्यूट करने के बारे में बेहतर जानकारी मिलती है जिससे आपको टॉप टीम में बर्स को रिवार्ड करने और अपने साथ बनाए रखने में मदद मिलती है। साथ ही, काम करने के प्रति Agile की अप्रोच क्रिएटिव टैलेंट की नई उभर रही पीढ़ी के लिए स्वाभाविक और आकर्षक है।

5 आपके और आपकी टीम के पास क्रिएटिव होने का समय ही नहीं है।

Agile से प्रोडक्टिविटी बढ़ती है—काम को छोटे, संभालने में आसान भागों में बाँटा जाता है और आखिर में, यह तेज़ी से पूरा किया जाता है।

एजेंसी वर्कर्स के लिए सबसे बड़ा दबाव पहले से कहीं तेज़ स्पीड पर पहले से ज्यादा बनाना है। अस्सी प्रतिशत क्रिएटिव्स मानते हैं कि कॉम्पटिटिव बने रहने के लिए उन्हें नए टूल्स और तकनीकें ज़रूर सीखनी चाहिए, लेकिन आप जानते हैं कि आपकी टीम के पास अपने स्किल्स डेवलप करने के लिए अतिरिक्त समय या एनर्जी नहीं है।¹¹ Agile से विज़िबिलिटी और प्रोडक्टिविटी बढ़ती है जिसका मतलब है कि आपकी टीम ज्यादा तेज़ी से काम पूरा करती है और काम दोबारा करने में समय बर्बाद नहीं करती है। इसे 5,000-पीस वाले पज़ल को एक साथ रखने के रूप में सोचें। कुल मिलाकर पज़ल या प्रोजेक्ट इतना बोझिल है कि एक बार में पज़ल का एक छोटा भाग पूरा करना लंबे समय में ज्यादा प्रोडक्टिव साबित होगा। जब तक आप अपने कोने, किनारे और बीच के हिस्से को कनेक्ट करने के लिए तैयार होते हैं, तब तक आपको किसी पीस के छूटने का रिस्क कम होता है क्योंकि बहुत सारे हिस्से पहले से ही पूरे हो चुके हैं। Agile से प्रोजेक्ट प्रोडक्टिविटी बढ़ती है और आपको पूरा दिन बिज़ी रखने वाली बार-बार काम करने की ज़रूरत खत्म होती है जिससे आपका पूरा दिन व्यस्त रहता है और इससे आपके कार्यदिवस के दौरान आपके टैलेंट्स को डेवलप करने और अपने काम में दिलचस्पी और रेलिवेंस बनाए रखने के लिए ज्यादा समय मिलता है।

एजेंसी वर्कर्स के लिए सबसे बड़ा दबाव पहले से कहीं ज्यादा तेज़ स्पीड से और पहले से ज्यादा बनाना है।

“उलझन में फ़ंसा कस्टमर फ़ायदेमंद प्रोजेक्ट को नुकसान देने वाला बना सकता है, यही कारण है कि कामयाब [कंपनियाँ] पूरे प्रोजेक्ट के दौरान क्लायंट्स को लूप में रखती हैं और कम्प्यूनिकेशन को बढ़ावा देती हैं।”

— Excellence in Professional Services Aberdeen Group की रिपोर्ट¹³



Agile से बिज़नेस ज़रूरतें पूरी होती हैं

बिज़नेस ज़रूरतें

88% 91% 96% 88% 89%

गैर-Agile यूज़र्स का कहना है कि अपनी टीम को ज़्यादा प्रोडक्टिव बनाना प्राइऑरिटी है

गैर-Agile यूज़र्स का कहना है कि ज़्यादा तेज़ी से और एफिशिएंट रूप से गियर बदलने के लायक होना प्राइऑरिटी है

गैर-Agile यूज़र्स का कहना है कि अपनी टीम को ज़्यादा प्रोडक्टिव बनाना प्राइऑरिटी है

गैर-Agile यूज़र्स का कहना है कि अहम चीज़ों को ज़्यादा अहमियत देना प्राइऑरिटी है

गैर AGILE यूज़र्स का कहना है कि बेहतर, ज़्यादा रेलिवेंट एंड-प्रोडक्ट डिलीवर करना प्राइऑरिटी है



Agile के रिज़ल्ट्स

93% 93% 87% 80% 89%

ने कहा कि AGILE को अपनाने से उन्हें बाज़ार में ज़्यादा तेज़ी से पहुँचने में मदद मिली (आइडियाज़ प्रोडक्ट्स या कैपेन्स)

ने कहा कि AGILE को अपनाने से उन्हें ज़्यादा तेज़ी से और असरदार तरीके से गियर्स बदलने में मदद मिली

ने कहा कि AGILE को अपनाने से उनकी टीम्स ज़्यादा प्रोडक्टिव बन गई

ने कहा कि AGILE को अपनाने से अहम चीज़ों की प्राइऑरिटी बढ़ गई है

ने कहा कि AGILE को अपनाने से उन्हें बेहतर, ज़्यादा रेलिवेंट एंड-प्रोडक्ट डिलीवर करने में मदद मिली

Agile टर्मिनोलॉजी

Agile के भारी-भरकम शब्दों वाली भाषा को समझना क्योंकि आधी जंग जीतने के बराबर है, ऐसे में आपके ट्रांज़िशन में मदद करने के लिए इस ग्लॉसरी में सबसे ज़्यादा आम शब्दों को समझाया गया है।

बैकलॉग

Agile टीम द्वारा संभवतः किए जा सकने वाले कामों की बिना प्राइऑरिटी वाली सूची। स्प्रिंट में ले जाए जाने का इंतज़ार करने वाले आइडियाज़, काम की रिकेस्ट्स, डेवलपमेंट ज़रूरतों आदि को बैकलॉग में रखा जाता है।

बर्नडाउन चार्ट

इसका दोहराव और प्रोजेक्ट, दोनों लेवल्स पर Agile प्रोजेक्ट की प्रोग्रेस मापने के लिए इस्तेमाल किया जाता है। विजुअल रूप से, बर्नडाउन चार्ट सिर्फ़ ऐसा लाइन चार्ट है जिसमें समय बीतने के साथ बाकी काम को दिखाया जाता है।

रोज़ाना स्टैंडअप/स्क्रम

रोज़ाना की छोटी मीटिंग्स जिसमें टीम मेंबर्स (संक्षेप को बढ़ावा करने के लिए आमतौर पर खड़े रहकर) इस पर रिपोर्ट करते हैं कि उन्होंने कल क्या पूरा किया, आज क्या पूरा किया जाएगा और कौन-सी बाधाएँ काम को आगे बढ़ने से रोक सकती हैं।

दोहराव/स्प्रिंट

समय की ऐसी तयशुदा अवधि जिस दौरान टीम यह चुनती है कि यूज़र स्टोरीज़ या प्वाइंट्स की खास मात्रा पर काम किया जाएगा और इन्हें पूरा किया जाएगा। स्प्रिंट या दोहराव आम तौर पर दो से चार हफ़्ते का इन्क्रिमेंट होते हैं।

स्टोरीबोर्ड/टास्कबोर्ड

कार्ड्स और स्टिकी नोट्स वाला ऐसा वॉल चार्ट जिसमें संबंधित स्प्रिंट में सारे काम को दिखाया जाता है। प्रोग्रेस दिखाने के लिए नोट्स को बोर्ड पर इधर-उधर किया जाता है।

स्टोरी प्वाइंट्स

ऐसी एस्टिमेशन यूनिट जो स्टोरी की पेचीदगी और इसे पूरा करने में लगने वाले समय को मापती है।

स्क्रम

Agile मेथड्स में सबसे आम रूप से स्वीकृत, स्क्रम का इसे स्वीकार करने पर बल रहता है कि कस्टमर्स अपना मन बदल सकते हैं और वे अपना मन बदलेंगे। इससे प्रोडक्ट्स की तेज़ डिलीवरी और बदलती ज़रूरतों के प्रति तेज़ रिस्पॉन्सेज़ को बढ़ावा देकर इस अनिश्चितता का जवाब मिलता है।

स्क्रम मास्टर

स्प्रिंट के गोल्स/डिलीवरेबल्स हासिल करने की टीम की काबिलियत एनश्पेर करने के लिए बाधाएँ दूर करने के प्रति जिम्मेदार व्यक्ति। स्क्रम मास्टर टीम लीडर नहीं है बल्कि वह टीम और इधर-उधर भटकाने वाले प्रभावों के बीच बफ़र के रूप में काम करता है।

टास्क

काम की रिकेस्ट का हाई-लेवल वर्शन बैकलॉग में टास्क जोड़ा जाएगा और इसमें बस इतनी जानकारी होगी कि टीम, रिकेस्ट को पूरा करने के लिए कोशिश और घंटों में मापे गए समय का उचित अनुमान लगा सके।

टीम

ऐसेट या प्रोजेक्ट डिलीवर करने के लिए जिम्मेदार ग्रुप। टीम में आम तौर पर असली काम (प्लान करना, लिखना, डिज़ाइन, डेवलप, टेस्ट करना आदि) करने वाले क्रॉस-फ़ंक्शनल स्किल्स वाले पाँच से नौ तक लोग होते हैं। यह सिफारिश की जाती है कि टीम खुद को खुद ही ऑर्गानाइज़ और लीड करने वाली हो, लेकिन टीमें अकसर किसी न किसी तरह क प्रोजेक्ट या टीम मैनेजमेंट के साथ काम करती हैं। Agile में ट्रांज़िशन के कारण आपके मौजूदा टीम स्ट्रक्चर्स में रुकावट डालने की कोई ज़रूरत नहीं है—UX, स्ट्रैटेजी, वीडियो प्रोडक्शन और क्रिएटिव टीम्स एक साथ रहेंगी और पहले की तरह ही उन्हीं प्रोजेक्ट्स पर काम करेंगी—Agile बस उनके काम करवाने के तरीके को बेहतर बनाता है।

यूज़र स्टोरी

किसी नई फ़ंक्शनेलिटी का यूज़र (या क्लायंट) के नजरिए से वर्णन। यूज़र स्टोरी होने से आपको यह समझने में मदद मिलती है कि यूज़र कौन है और वह इस नई फ़ंक्शनेलिटी से क्या उम्मीद कर रहा है। कॉमन सामान्य नियम यह है कि यूज़र स्टोरीज़ इतनी छोटी होनी चाहिए कि ये 3x5 इंडेक्स कार्ड पर फ़िट हो सकें।

Agile में ट्रांज़िशन करना: छह आसान स्टेप्स

Agile में ट्रांज़िशन सरल नहीं है। इससे पहले कि आप इसमें कूदें, सहज और कामयाब ट्रांज़िशन की संभावना बढ़ाने वाले कुछ शुरुआती कदम उठाना अहम है।

1 लीडरशिप और अपनी टीम से सपोर्ट लें।

यह अहम है कि आप अपनी टीम और स्टेकहोल्डर्स के साथ Agile के बारे में खुले डायलॉग से शुरुआत करके इस ट्रांज़िशन को प्रारंभ करें। स्टेकहोल्डर्स अक्सर पारंपरिक मेथडॉलजी के तहत काम करते हैं और Agile को अपनाने से झिझकते हैं, लेकिन थोड़े कन्वर्सेशन के बाद उनकी झिझक दूर हो सकती है। वैल्यू के बारे में समझाएँ Agile आपकी टीम और पूरी एजेंसी के लिए कुल मिलाकर क्या वैल्यू लाएगा, इसे समझाएँ और उन्हें एश्योर करें कि Agile मेट्रिक्स को उनकी दिलचस्पी के मेट्रिक्स और रिपोर्ट्स में बदला जा सकता है।

2 मुनासिब ट्रेनिंग हासिल करें।

शुरुआत में पेशेवर ट्रेनिंग न लेना Agile में ट्रांज़िशन में की जा वाली सबसे बड़ी स्ट्रैटेजिक गलतियों में से एक है। Agile में पॉज़िटिव ट्रांज़िशन लाने के लिए, ट्रेनिंग और मेंटॉरिंग बेहद ज़रूरी हैं। अपनी टीम को पहले कुछ प्रोजेक्ट्स के ज़रिए सुचारू रूप से आगे बढ़ाने और आपको वह स्किल्सेट देने के लिए स्क्रम ट्रेनर्स या Agile कंसल्टेंट्स को हायर करें। जिसकी अकेले प्रोजेक्ट्स को पूरा करने के लिए आखिरकार आपको ज़रूरत होगी। कंसल्टेंट या ट्रेनर यह तय करने में भी आपकी मदद कर सकता है कि आपकी टीम और कंपनी के लिए कौन-सा Agile प्रोसेस (जैसे Scrum, Kanban, Lean, हाइब्रिड) बेहतरीन है।

3 क्रॉस-डिपार्टमेंटल कोऑर्डिनेशन डेवलप करें।

यह ज़रूरी नहीं है कि पूरी एजेंसी Agile में ट्रांज़िशन करें; ज्यादा संभावना इसकी है कि आपकी टीम पहले ट्रांज़िशन करेगी या ऐसा करने वाली अकेली टीम होगी। अन्य गैर-Agile डिपार्टमेंट्स या प्रोजेक्ट्स के साथ निरंतर कोलाबोरेशन एनश्योर करने के लिए, इधर-उधर बिखरी टीम्स में विज़िबिलिटी और कम्यूनिकेशन को संभव बनाने का तरीका खोजें। इसमें काम की रिकेस्ट्स सबमिट करने के लिए स्टैंडर्ड प्रोसेस डेवलप करना या सभी स्टेकहोल्डर्स के लिए प्रोजेक्ट स्टेट्स में रियल-टाइम विज़िबिलिटी बनाना शामिल हो सकता है।

अगर आप अपना काम किसी सॉफ्टवेयर टूल से मैनेज करते हैं, तो Agile और पारंपरिक दोनों प्रोजेक्ट्स को मैनेज कर सकने वाला सॉफ्टवेयर टूल खोजने—और उनके संबंधित मेट्रिक्स को ट्रांसलेट करने से—ऐसा करना आसान हो जाएगा।



4 अपने बैकलॉग में स्टोरीज़ जोड़ने और उन्हें प्राइऑरिटी देने का एक तरीका डेवलप करें।

इसे नियम बना लें—आप काम की रिकेस्ट्स चाहे शेयर की गई स्प्रेडशीट के ज़रिए, किसी खास व्यक्ति को ईमेल में या वर्क मैनेजमेंट सॉफ्टवेयर के ज़रिए सबमिट किया जाना चुनें—अगर रिकेस्ट सही तरीके से सबमिट नहीं की गई है तो इसे बैकलॉग में नहीं जोड़ा जाता। इससे यह गारंटी मिलती है कि कोई भी रिकेस्ट नहीं खोएगी और आने वाले स्प्रिंट्स के लिए सभी कामों को प्राइऑरिटी दी जा सकती है। काम की रिकेस्ट्स को आपके बैकलॉग में पोस्ट करने पर, उन्हें स्ट्रेटेजिक अहमियत, डेडलाइन, रिकेस्ट करने वाला कौन है या आपकी टीम की समझ में आने वाले अन्य मानदंडों के आधार पर प्राइऑरिटी दें। प्राइऑरिटी देना यह एनश्योर करने की कुंजी है कि आपकी टीम आपकी एजेंसी के लिए सबसे ज्यादा वैल्युएबल चीज़ पर काम करे।

5 टीम रोल्स असाइन करें।

Agile की फाउंडेशन ऐसी छोटी, हैंड्स-ऑन टीम्स के लिए बनाई गई है जो खुद ही खुद को मैनेज करने वाली, ट्रांसपरेंट और बेहद कोलैबोरेटिव होती हैं। टॉप-डाउन टास्क असाइनमेंट के पारपरिक मेथड के उलट, Agile क्रिएटिव्स प्राइऑरिटी के आधार पर खुद को उन स्टोरीज़ या ऐसे टास्क के प्रति कमिट करेंगे जिन पर वे स्प्रिंट के दौरान काम करेंगे। आपकी टीम को प्रोजेक्ट के लिए गोल्स डिफ़ाइन करने वाले और क्लायंट की आवाज़ के रूप में काम करने वाले स्कम मास्टर या प्रोजेक्ट ऑनर की ज़रूरत होगी। अपने टीम मेंबर्स के स्किलसेट्स के बारे में पूरी जानकारी से, आप उनकी एक्सपर्टीज़ के लिए सबसे माकूल टास्क की तरफ़ डायरेक्ट करने में उनकी मदद कर सकते हैं।

6 अपनी स्प्रिंट्स के लिए पैरामीटर्स सेट करें।

ऐसी स्प्रिंट लंबाई चुनें जिससे आपकी टीम उचित संख्या में स्टोरीज़ (आमतौर पर एक से चार हप्ते लंबी) पूरी कर पाए। अपनी टीम के हर स्प्रिंट के लिए मौजूद घंटे तय करें (फ़िगर 3 देखें)। और संभवतः सबसे अहम, स्प्रिंट उम्मीदें पूरी करने या उससे ज्यादा करने पर अपनी टीम को इनाम देने का अहम और बढ़ावा देने वाला तरीका तय करें।

“यह लोगों के कस्टमर्स [के बारे में] सोचने और उनसे इंटरैक्ट करने के तरीके को बदलने से संबंधित है... ऐसा नहीं हो सकता कि आप आएंगे, प्रोसेसेज़ का नया सेट बनाएँगे और रातों-रात सब कुछ बदल जाएगा।”

— बार्बी डेविस, Agile Practices for Waterfall Projects के ऑर्थ¹⁴

Agile की फाउंडेशन ऐसी छोटी, हैंड्स-ऑन टीम्स के लिए बनाई गई है जो खुद ही खुद को मैनेज करने वाली, ट्रांसपरेंट और बेहद कोलैबोरेटिव होती है।

अपनी टीम के स्प्रिंट के लिए मौजूद घंटे कैसे तय करें

स्टेप 1

हर टीम सदस्य को हफ्ते के लिए अपने "लाइट्स ऑन" घंटों की कुल संख्या तय करने दें

| हर रोज़ "लाइट्स ऑन" घंटों की संख्या | | | | | |
|-------------------------------------|--------|---------|--------|---------|----------|
| "लाइट ऑन" एक्टिविटीज़ | सोमवार | मंगलवार | बुधवार | गुरुवार | शुक्रवार |
| मीटिंग घंटे | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| वेकेशन के घंटे | | | | | |
| हॉलिडे के घंटे | | | | | |
| ईमेल घंटे | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| अन्य | | | | | |
| कुल घंटे: | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | | | | | 17 |

स्टेप 2

हफ्ते के लिए हर व्यक्ति के लिए कुल मौजूद घंटे जानें

| | |
|----------------------------|------|
| कुल घंटे/हफ्ता | 40 |
| - कुल "लाइट ऑन" घंटे/हफ्ता | - 17 |
| = कुल मौजूद घंटे | 23 |

स्टेप 3

हफ्ते के लिए हर व्यक्ति के लिए मौजूदगी का प्रतिशत जानें

| | |
|------------------------|--------------|
| कुल मौजूद घंटे | 23 |
| $\times 100$ | $\times 100$ |
| मौजूद घंटे योग (A) | = 2300 |
| / प्रति हफ्ता कुल घंटे | / 40 |
| = मौजूदगी का प्रतिशत | = 57.5% |

स्टेप 4

स्प्रिंट में हर हफ्ते के लिए प्रोसेस दोहराएँ

स्टेप 5

हफ्ते के लिए पूरी टीम से नंबर्स इकट्ठे करें

| टीम मेंबर | अवैत्तिकी | छुटियों के दिन | अवैत्तिक घंटे |
|-----------|-----------|----------------------------------|---------------|
| JOHNNY | 57.50% | 0 | 23 |
| FREDDY | 60% | 0 | 24 |
| ASHLEY | 55% | 0 | 22 |
| SHAINA | 65% | 0 | 26 |
| JUAN | 60% | 0 | 24 |
| | | हफ्ते के लिए कुल मौजूद टीम घंटे: | 119 |

स्टेप 6

अगर आपका स्प्रिंट बहुत-से हफ्तों का है, तो स्प्रिंट के हर हफ्ते के लिए स्टेप्स 1 - 5 करें और इसके अनुसार जोड़ करें

फ़िगर 3

Agile और Waterfall को मिलाना

Agile और पारंपरिक Waterfall मेथडॉलजीज़ हालाँकि करीब-करीब हर तरह से उलट हो सकती हैं, फिर भी ज़ाहिर है कि एजेंसी को इन दोनों की ज़रूरत है। आपकी क्रिएटिव और प्रोडक्शन टीम्स Agile में एफिशिएंट रूप से काम कर सकती हैं लेकिन फिर भी उनकी Waterfall में काम करने (और सोचने) वाले प्रोजेक्ट मैनेजर्स, एग्जिक्यूटिव्स और क्लायंट्स को रिपोर्ट करने की ज़िम्मेदारी होती है। दोनों को एक ही एनवायरनमेंट में मिलाते समय कम्यूनिकेशन अहम है और दो ग्रुप्स के बीच उम्मीदों को मैनेज करने से पॉज़िटिव इंटरैक्शन्स हो पाएँगे।

निचोड़ यह है कि आज की दुनिया में, हमें अभी भी Waterfall प्रोजेक्ट के स्ट्रक्चर की ज़रूरत है लेकिन हमें Agile अप्रोच की रिस्पॉन्सिवेस की भी ज़रूरत है। आपकी एजेंसी में इन दोनों को कामयाबी से मिलाने के लिए, इन सुझावों को दिमाग में रखें:

① रिसेप्टिव एजेंसी कल्चर को बढ़ावा दें।

अगर कल्चर Agile डेवलपमेंट के प्रिसिपल्स से अलाइन नहीं होता है, तो किसी भी वर्कप्लेस में Agile मेथडॉलजी को इंप्लीमेंट करना मुश्किल होता है। आप द्वारा Agile में ट्रांजिशन करने से पहले यह अहम है कि सबसे पहले सभी शामिल लोगों (खास कर Waterfall-सोच वाले एग्जिक्यूटिव्स और क्लायंट्स) को Agile क्रिएटिव टीम की वैल्यू डिफ़ाइन और स्पष्ट की जाए ताकि ऐसा एनवायरनमेंट बनाया जा सके जिसमें वह टीम फल-फूल सके। Agile की वैल्यूज़ को समझाया जाना और सबसे अहम समझा जाना एनश्योर करने के लिए मीटिंग करें, ईमेल भेजें और जो कुछ भी करना ज़रूरी हो, उसे करें।

② तय करें कि किन मेट्रिक्स को ट्रांसलेट किया जाना है।

आपकी Agile टीम उन शब्दों में रिपोर्ट करने के काबिल होनी चाहिए जिसे गैर-Agile टीम्स, एग्जिक्यूटिव्स और क्लायंट्स देखना चाहते हैं। और ये रिपोर्ट्स ऐसी भाषा में होनी चाहिए जिसे हर कोई समझ सके, इसलिए किसी भी Agile-बेस्ड कम्यूनिकेशन में भारी-भरकम शब्दों के इस्तेमाल से बचें ताकि अन्य लोग अनजानी भाषा से खतरा महसूस न करें।¹⁵ Agile हालाँकि काम खत्म होने की तारीखों और रिजल्ट्स पर उस तरह फ़ोकस नहीं करता है जिस तरह से पारंपरिक प्रोजेक्ट अप्रोच में किया जाता है, फिर भी Agile प्रोजेक्ट के अंदर ऐसे बहुत सारे भाग होते हैं जो पारंपरिक मेट्रिक्स में अच्छे से ट्रांसलेट होते हैं। उदाहरण के लिए, स्टोरीज़ टास्क में, एपिक्स प्रोजेक्ट्स में, प्रोग्राम्स रिलीज़ेज़ में और प्रोडक्ट्स पोर्टफोलियोज़ में ट्रांसलेट होते हैं। ऐसे कंपोनेंट्स जो पूरे बोर्ड में इतनी सफाई से ट्रांसलेट नहीं होते हैं, उनके लिए Agile हमेशा समय का अनुमान लगा सकता है और इसे ज़्यादा रिलेटेबल बनाने के लिए वैल्यू को समान कर सकता है।

③ उचित बेंचमार्क्स सेट करें।

मिक्स्ड-मेथडॉलजी वाले एनवायरनमेंट के लिए अच्छा बेंचमार्क ऐसा कॉन्सेप्ट होना चाहिए जो उम्मीदों को बिना सोचे-समझे सेट करने की बजाय उन्हें एंकर करे और मापे। बिताया गया समय मिक्स्ड मेथडॉलजी बेंचमार्क का शानदार उदाहरण है; इसमें आगे की तरफ बढ़ने को दर्शाया जाता है और यह Agile की स्प्रिंट-फ़ोकस्ड सोच और Waterfall की फ़ेज़-गेट सोच में स्वाभाविक रूप से फ़िट बैठता है। जब आप प्रोजेक्ट पूरा कर लें, तब अपने बेंचमार्क्स का फिर से जायज़ा करें। स्प्रिंट में आप कहाँ पहुँचे, इसकी तुलना इससे करें कि आप कहाँ पहुँचना चाहते थे? आपने जितना समय प्लान किया था, उसके मुकाबले में इसमें कितना समय लगा? बेंचमार्किंग तुलनात्मक रूप से परफ़ॉर्मेंस को मापने के साथ-साथ यह भी दर्शाती है कि परफ़ॉर्मेंस को कैसे बेहतर बनाया जा सकता है।



आगे की तरफ देखना: इसमें अगले स्टेप्स: Agile में आपका ट्रांज़िशन

अब जब आप Agile में ट्रांज़िशन को संभालने के लिए ज़रूरी स्टार्ट-अप नॉलेज से लैस हैं, तब आपको अपनी टीम और आपकी पूरी एजेंसी में पॉज़िटिव बदलाव लाने की अपनी एबिलिटी पर भरोसा होना चाहिए। अपने काम को Agile मेथडॉलजी के अनुसार पैटर्न करना न भूलें—अपने अपनाने के फ़ेज़ के दौरान जल्दी और बार-बार टेस्ट करें। आप शायद पाएँ कि टीम के कुछ मेंबर्स अलग रोल्स के लिए ज्यादा सूट करते हैं या आपकी टीम आपकी शुरुआती उम्मीद से ज्यादा लंबे या छोटे स्प्रिंट पसंद करती है। Agile के प्रति आपकी एजेंसी-स्पेसिफ़िक अप्रोच आपकी काम के प्रति एजेंसी-स्पेसिफ़िक अप्रोच से फ़िट होनी चाहिए, इसलिए प्रोसेस में फेरबदल करने और नियमों को अपने मुताबिक बनाने में न झिझकें।

Agile को अपनाने के दूरगामी और व्यापक लाभ हैं और इनसे पूरी एजेंसी में हो रहे काम के प्रति ऊर्जा और जोश की नई भावना आ सकती है। इस रफ्तार को बनाए रखने और Agile में अपने ट्रांज़िशन को सुचारू बनाने के लिए, स्कोप, बजट और शेड्यूल जैसे मुख्य मेट्रिक्स को एक्सटर्नल स्टेकहोल्डर्स और गैर-Agile टीम्स की समझ में आ सकने वाले पारंपरिक फ्रेमवर्क के अंदर फ़िट करने के लिए ट्रांसलेट करना जारी रखें।

मदद के लिए टूल को इस्तेमाल करने पर विचार करें। आप सही टूल से अपना सारा काम Agile और पारंपरिक प्रोजेक्ट मैनेजमेंट, दोनों में ट्रैक कर पाएँगे; टूल की दो मेथडॉलजीज़ के बीच सीमलेस रूप से टाँगल करने की एबिलिटी से Agile को इंप्लीमेंट करना और भी आसान हो जाएगा—जिससे आपकी टीम और गैर-Agile टीम्स एक साथ काम कर सकेंगी—और आपके लिए ट्रांसलेशन का काम ऑटौमेटिक रूप से होगा। इसके अलावा, काम के कॉन्टेक्ट में जहाँ ऐसा करना समझदारी हो, काम से जुड़े सारे कम्प्यूनिकेशन को वहाँ रखने के लिए बिल्ट-इन कोलैबोरेशन फ़ीचर्स वाले टूल की तलाश करें।

Agile पर एक आखिरी बात

अगर आपको अभी भी इस बारे में संदेह हो कि Agile में ट्रांज़िशन करने की कोशिश करना समझदारी है या नहीं, तो 2011 में पारंपरिक मार्केटिंग मॉडल से Agile मार्केटिंग में स्विच करने वाले Northern Arizona University के एक्सटेंडेड केंपेसेज़ के मार्केटिंग डिपार्टमेंट पर विचार करें।¹⁶

दो साल बाद, रिज़ल्ट्स में ये शामिल थे:

- 200 कोलेटरल हिस्से—पिछले साल के मुकाबले चार गुना ज्यादा प्रोड्यूस करने के बावजूद डिपार्टमेंट में स्ट्रेस कम था
- कम मीटिंग्स, हफ्ते में सिर्फ़ दो बार, 15 मिनट की स्क्रम मीटिंग्स
- ज्यादा जवाबदेही और समय गंवाए बिना शेयर की गई जानकारी
- लागत में 20% बचत
- प्रोडक्टिविटी में 400% बढ़ोतरी
- स्प्रिंट टार्स्क पूरा करने का 95% रेट
- क्लायंट सैटिस्फैक्शन रेटिंग में 30% बढ़ोतरी

बदलाव हालाँकि हमेशा मुश्किल होता है, फिर भी अक्सर यह ज़रूरी होता है. और Agile मेथड्स इंप्लीमेंट कर चुकी एजेंसियों की ज़बरदस्त कामयाबी से यह साफ हो जाता है कि यह बदलाव किया जाना चाहिए. क्रिएटिव टीम और एजेंसी के ज्यादा कोलैबोरेटिव, अडैटेबल, मॉडर्न और कामयाब माहौल के लिए, आपको क्रिएटिव काम की गड़बड़ी के साथ जीना छोड़ना होगा और इसे मैनेज करना शुरू करना होगा.

Workfront से एजेंसी के काम की गड़बड़ी पर कामयाबी हासिल करें

काम को सरल बनाने और इनएफिशिएंसीज़ को खत्म करने के लिए दुनिया भर में एजेंसियाँ और क्रिएटिव टीम्स Workfront Marketing Work Management का इस्तेमाल करती हैं। Workfront मार्केटिंग काम के पूरे लाइफसाइकल पर ध्यान देता है जिससे यूजर्स को इन सब में मदद मिलती है:

- प्रोडक्टिविटी और वर्कफ्लो एफिशिएंसी में बढ़ोतरी
- आपकी टीम के अंदर विज़िबिलिटी में सुधार
- क्रिएटिविटी पर ज़्यादा समय फ़ोकस करना
- क्रेडिबिलिटी और क्लायंट सैटिसफ़ैक्शन बनाना

workfront.com/agencies



साइट किए गए वर्क

1. मॉरो, रिच. "How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise." Workfront and GigaOm Research, 18 दिसंबर, 2013. <http://www.Workfront.com/wp-content/uploads/sites/5/2014/03/wp-gigaom-research-unlock-agile.pdf>.
2. "Everything is Marketing, Everyone Must be Agile," Chiefmartec.com, 20 जुलाई, 2015 को एक्सेस किया गया, <http://chiefmartec.com/2012/06/everything-is-marketing-everyone-must-be-agile/>.
3. "Agile Trend in Marketing," Infoware Studios, 20 जुलाई, 2015 को एक्सेस किया गया, <http://infowarestudios.co.za/our-services/agileware/agile-in-marketing/>.
4. "Applying Agile Methodology To Marketing Can Pay Dividends: Survey," Forbes, 20 जुलाई, 2015 को एक्सेस किया गया, <http://www.forbes.com/sites/jennifferrooney/2014/04/15/applying-agile-methodology-to-marketing-can-pay-dividends-survey/>.
5. मॉरो, रिच. "How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise." Workfront and GigaOm Research, 18 दिसंबर, 2013. <http://www.Workfront.com/wp-content/uploads/sites/5/2014/03/wp-gigaom-research-unlock-agile.pdf>.
6. कैरेलिना, निक. "Excellence in Professional Services: It takes more than just the project team." Aberdeen Group, 1 नवंबर, 2013. <http://aberdeen.com/research/8709/ra-professional-services-automation/content.aspx>.
7. डेन, एवि. "Getting to the Bottom of What Clients Think of Agencies." Forbes, 8 अक्टूबर, 2012. <http://www.forbes.com/sites/avidan/2012/10/08/getting-to-the-bottom-of-what-clients-think-of-agencies/>.
8. मैकवीन, जियोफ़. "Keeping Clients Happy: How to ensure a project doesn't go over budget." Entrepreneur.com, 16 अक्टूबर, 2014. <http://www.entrepreneur.com/article/238472>.
9. "Time Management Statistics," National Safety Council, Priority Magazine, जून 2014 में एक्सेस किया गया, <http://www.keyorganization.com/time-management-statistics.php>.
10. एलन, डेविड जी. "Retaining Talent: A guide to analyzing and managing employee turnover." SHRM Foundation, 2008. <http://www.shrm.org/about/foundation/research/documents/retaining%20talent-%20final.pdf>.
11. "The New Creatives Report." Adobe Systems Incorporated, जून 2014. <http://www.adobe.com/content/dam/Adobe/en/solutions/digital-media/pdfs/adobe-newcreatives-report.pdf>.
12. "Agility in Action: How four brands are using agile marketing," CMO.com, 20 जुलाई, 2015 को एक्सेस किया गया, http://www.cmo.com/articles/2013/5/19/agility_in_action_ho.html.
13. कैरेलिना, निक. "Excellence in Professional Services: It takes more than just the project team." Aberdeen Group, 1 नवंबर, 2013. <http://aberdeen.com/research/8709/ra-professional-services-automation/content.aspx>.
14. मॉरो, रिच. "How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise." Workfront and GigaOm Research, 18 दिसंबर, 2013. <http://www.Workfront.com/wp-content/uploads/sites/5/2014/03/wp-gigaom-research-unlock-agile.pdf>.
15. ओल्डिंग, एलिस. "Is Using Jargon Hindering Your Communication?" Gartner Blog Network, 21 नवंबर, 2013. <http://blogs.gartner.com/elise-olding/2013/11/21/is-using-jargon-hindering-your-communication/>.
16. "Agile Marketing Makeover," University Business, 16 जुलाई, 2014 को एक्सेस किया गया, <http://www.universitybusiness.com/moe/article/agile-marketing-makeover>.