



คู่มือ

# สู่การเป็นเอเจนซีแบบ Agile:

กลเม็ดเคล็ดลับและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับการใช้วิธีทำงานแบบ Agile ในเอเจนซีของคุณ

## ควบคุมความวุ่นวายในการทำงานของคุณด้วยวิธีการแบบ Agile กลับมามีไฟในการทำงานอีกครั้ง

เอเจนซีของคุณประกอบด้วยทีมครีเอทีฟที่มีความสามารถและผู้บริหารที่มีความคิดก้าวหน้า แต่พวกเขาเหล่านั้นกลับยุ่งเกินกว่าจะสร้างสรรค์หรือคิดไอเดียใหม่ๆ ด้วยภาระงานจำนวนมาก ค่าขอโปรเจกต์ที่เข้ามาไม่หยุดหย่อน ความต้องการของลูกค้าที่เกินจริง และงานเร่งด่วนบ่อยครั้ง คุณจึงพบว่าตัวเองทำงานหนักเกินไปและรู้ค่า อย่างวันลาพักร้อน คุณก็ไม่เคยได้สัมผัสเลย

บางทีคุณอาจเคยได้ยินพนักงานจากเอเจนซีอื่นกล่าวว่าการใช้ Agile แก้ปัญหาเหล่านี้ได้ พวกเขาทำงานเพียง 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีวันหยุดพักผ่อนเมื่อเร็ว ๆ นี้ (ต่างจากคุณที่อาจไม่ได้ลาพักร้อนนานจนคุณชอบรูปใบขับขี่มากกว่างานของคุณ) พนักงานเหล่านี้ทำงานหนักกว่าคุณไหม ไม่เลย แต่พวกเขาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการใช้วิธีการแบบ Agile โดยใช้เวลาน้อยลงในการจัดการกับงานที่น่าเบื่อและยาก และมีเวลามากขึ้นในการทำสิ่งที่นำพาพวกเขาไปสู่ธุรกิจนี้จริงๆ

คุณอาจรู้สึกว่าการเปลี่ยนมาใช้ Agile ในเอเจนซีของคุณเป็นไปได้ เนื่องจากทีมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าของคุณต่างก็ยึดติดกับวิธีการทำงานแบบเดิม แต่เราพร้อมช่วยคุณ ในคู่มือนี้ คุณจะได้เรียนรู้สิ่งต่อไปนี้

- วิธีที่ Agile สามารถแก้ไขปัญหาการทำงานที่ใหญ่หลวงที่สุดได้
- หกขั้นตอนง่ายๆ ในการเตรียมตัวเปลี่ยนไปใช้ Agile
- คำจำกัดความของศัพท์ Agile ที่ปรับให้เหมาะกับเอเจนซี
- วิธีที่ทีมที่ใช้ Agile สามารถทำงานร่วมกับทีมที่ไม่ได้ใช้ Agile ได้อย่างไร้รอยต่อ
- วิธีเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมในการจัดการงาน Agile ใหม่

แต่ที่สำคัญกว่านั้น คุณจะได้เรียนรู้วิธีกลับมามีไฟในการทำงานอีกครั้ง

# Agile คืออะไร

ในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ซึ่งเต็มไปด้วยแรงกดดันในการสร้างเนื้อหาที่โดนใจแม้จะมีอัตราค่าโง่งเพียงเล็กน้อย Agile เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการจัดการงานของเอเจนซี่ Agile เป็นวิธีจัดการโปรเจกต์ที่มุ่งเน้นการปรับปรุงความเร็ว ผลผลิต ความสามารถในการปรับตัว และการตอบสนองของกระบวนการทำงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร หลักการแบบ Agile เกิดจาก Agile Manifesto ในปี 2544 และแตกแขนงออกเป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องหลายวิธี ได้แก่ Scrum, Kanban และ Extreme Programming (XP) Agile สำหรับเอเจนซี่มีรากฐานมาจากโลกการพัฒนาด้านไอทีและนำหลักการเหล่านี้มาปรับใช้ แต่แตกต่างกันเล็กน้อยในรายละเอียดเมื่อนำไปใช้กับงานครีเอทีฟ

แทนที่จะใช้วิธีบริหารโครงการแบบจากบนลงล่างตามปกติโดยที่ต้องทำแต่ละขั้นตอนของโปรเจกต์ให้เสร็จก่อนที่จะเริ่มขั้นตอนต่อไป Agile เป็นวิธีการทำงานเป็นทีมที่ทันสมัยและยืดหยุ่นกว่าเหมาะสำหรับการจัดการกับข้อเสนอแนะที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของลูกค้าและตอบสนองต่อกำหนดเวลาสั้นๆ จากโปรเจกต์ วิธีการแบบ Agile เหมาะสำหรับการส่งมอบส่วนเล็กๆ ของโปรเจกต์อย่างรวดเร็ว แทนที่จะทำให้โปรเจกต์ทั้งหมดเสร็จสิ้นก่อนที่จะได้รับข้อเสนอแนะ

ตัวอย่างเช่น แนวทางเดิมของโปรเจกต์ออกแบบเว็บไซต์ใหม่คือการเสนอขายโปรเจกต์ วางแผน เขียนเนื้อหาทั้งหมดสำหรับทุกหน้าเว็บ สรุปการออกแบบ จากนั้นอัปโหลดผลงานออกแบบและเนื้อหาใหม่เพื่อรับข้อเสนอแนะจากลูกค้า (ดูรูปที่ 1) บ่อยครั้งที่กระบวนการทั้งหมดนี้จะต้องเริ่มต้นใหม่ทั้งหมดเนื่องจากลูกค้าเปลี่ยนใจหรือไม่ชอบดีไซน์ที่อนุมัติในตอนแรก

Agile จะช่วยแบ่งการทำงานออกเป็น sprint ย่อยๆ หรือในระยะเวลาหนึ่งถึงสี่สัปดาห์ ซึ่งบางส่วนของโปรเจกต์จะเสร็จสมบูรณ์อย่างรวดเร็ว sprint แรกอาจมุ่งเน้นไปที่การสร้างเทมเพลตเมนูเว็บไซต์ใหม่และสร้างเนื้อหาในหน้าแรกให้สมบูรณ์ เมื่อเสร็จแล้ว

ทั้งสองส่วนจะได้รับการอัปเดตทันที ในขณะที่ทำงานใน sprint ถัดไป ทีมงานจะรวบรวมข้อเสนอแนะจากลูกค้า หากลูกค้าให้ความเห็นว่าเมนูเว็บในหน้าแรกไม่ได้ใช้งานง่าย ทีมงานสามารถปรับเปลี่ยนได้ทันทีโดยไม่ต้องรอขั้นตอนอื่นๆ

“เมื่อเราพูดถึง AGILE เรากำลังพูดถึงปรัชญา นั่นก็คือวิธีใหม่ในการปฏิบัติต่อลูกค้า ทำงานร่วมกับพนักงาน และบรรลุความสำเร็จทางธุรกิจผ่านโปรเจกต์ต่างๆ”

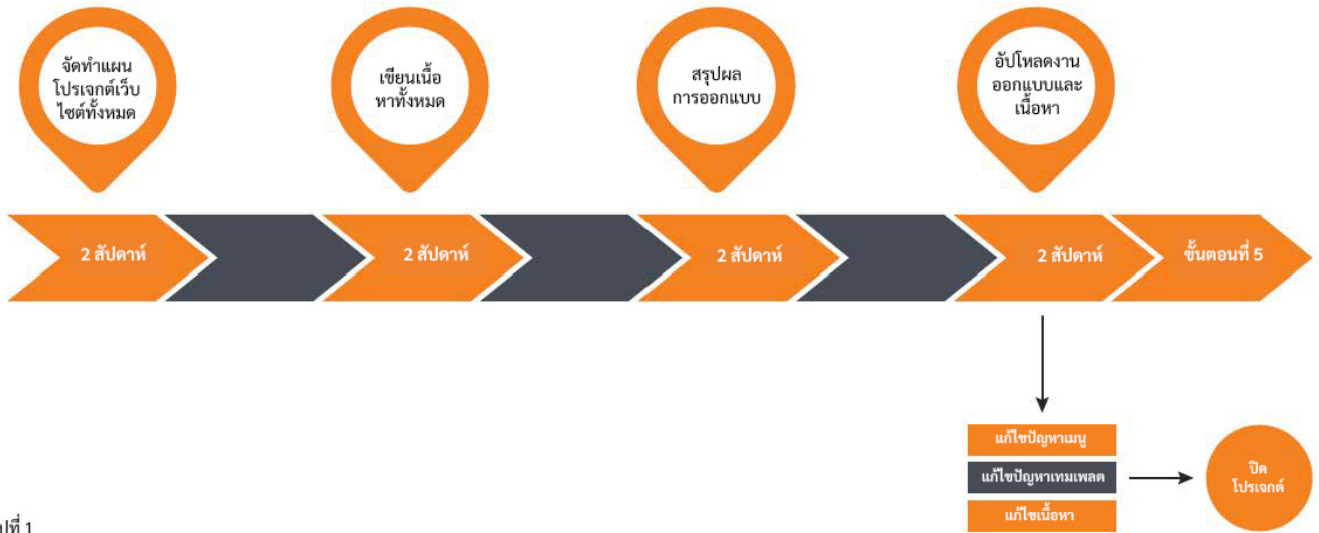
– Barbee Davis, ผู้เขียน Agile Practices for Waterfall Projects<sup>1</sup>

ความสามารถในการปรับเปลี่ยนแผนในขณะที่ดำเนินการแทนที่จะรอให้ทุกอย่างเสร็จสิ้น ช่วยให้ทีมครีเอทีฟแบบ Agile ทำงานเพื่อเข้าสู่ตลาดได้เร็วขึ้นมากเห็นผลลัพธ์มากขึ้น และทำงานร่วมกันได้ดีขึ้น ซึ่งไม่ได้เป็นเพราะทำงานเร็วขึ้นแต่เกี่ยวกับการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนั่นเป็นสาเหตุที่แนวทางนี้กำลังได้รับความนิยมในโลกเอเจนซี่

ไม่ได้เป็นเพราะทำงานเร็วขึ้น แต่เป็นเพราะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

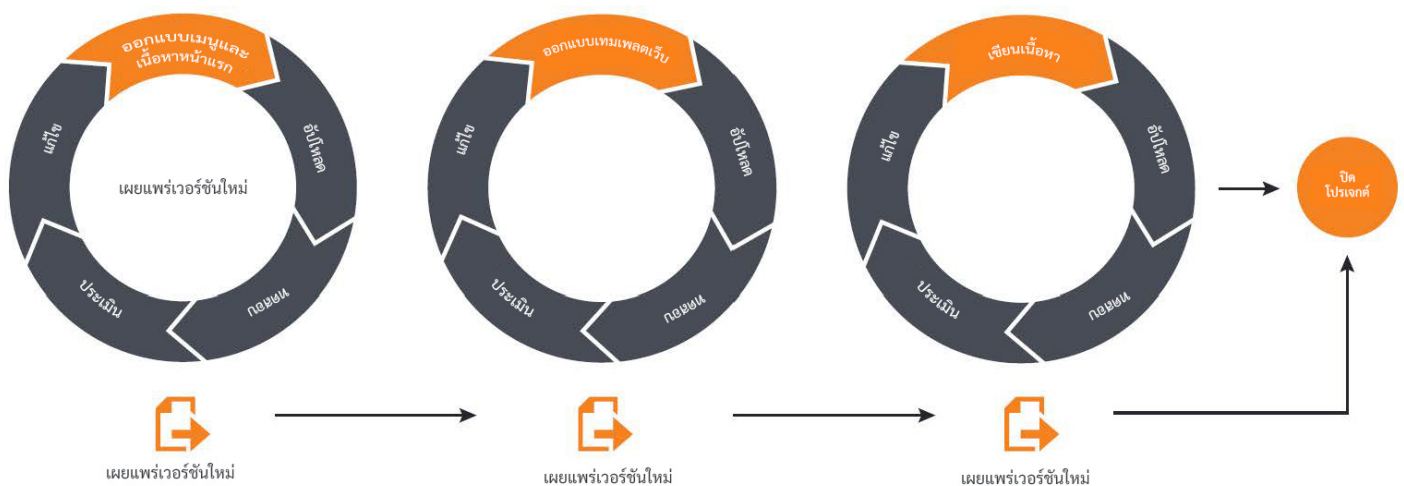
# การจัดการโปรเจกต์แบบเดิม

แนวทางแบบเดิมหรือ Waterfall สำหรับโปรเจกต์ของเอเจนซีเป็นไปตามกระบวนการเชิงเส้นจากบนลงล่าง (นำโดยผู้บริหาร) จะมีการดำเนินโปรเจกต์จนเสร็จสิ้น แล้วจึงทดสอบว่ามีปัญหาหรือไม่



# การจัดการโปรเจกต์แบบ agile

แนวทางแบบ Agile สำหรับโปรเจกต์ของเอเจนซี เช่น Scrum เกี่ยวข้องกับวงจรการผลิตผลงานของทีมอย่างต่อเนื่อง ในแนวทางล่างขึ้นบน (นำโดยทีม) นี้ ทีมจะแบ่งโปรเจกต์ออกเป็นส่วนเล็กๆ ที่เรียกว่า sprints ซึ่งเสร็จสิ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยมีการทดสอบปัญหา (และข้อเสนอแนะ) อย่างต่อเนื่องตลอดกระบวนการ



# เราเข้าใจคุณดี...

## “แต่วิธีการทำงานของเราตอนนี้คือวิธีที่เราใช้มาตลอด”

การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องยาก การอยู่กับสถานะปัจจุบันเป็นเรื่องง่ายแต่ในโลกที่ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเมตริกที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลมีความสำคัญพอกับโฆษณาที่โดนใจ การยึดติดกับวิธีการเก่าๆ ไม่ใช่วิธีที่ดีที่สุดในการจัดการงานของคุณอีกต่อไป แม้ว่าการเปลี่ยนไปใช้ Agile จะไม่ใช่เรื่องง่ายแต่ความเสี่ยงที่น้อยกว่าก็คือการไม่เสี่ยงอะไรเลย

## “Agile สร้างขึ้นมาสำหรับฝ่ายไอทีไม่ใช่เหรอ? เราไม่ใช่พนักงานฝ่ายไอทีนี่นา”

คุณอาจคิดว่า Agile เป็นเรื่องเกี่ยวกับไอทีและไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานครีเอทีฟ ไม่อีกต่อไป เมื่อเร็วๆ นี้ Gartner คาดการณ์ว่าภายในปี 2560 CMO จะให้ความสำคัญกับด้านไอทีมากกว่า CIO<sup>2</sup> เนื่องจากงานของเอเจนซีต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น เช่น ระบบการตลาดอัตโนมัติ, CRM และแพลตฟอร์มการติดตามความเห็น เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ เอเจนซีจำเป็นต้องดำเนินการแบบ agile ในการผลิตเนื้อหาที่มีขนาดเล็กและมีความถี่มากขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งคล้ายกับวิธีที่นักพัฒนาจำเป็นต้องสร้างพีเจอาร์ใหม่ๆ สำหรับซอฟต์แวร์อย่างต่อเนื่อง

## “Agile จะดีรอบความคิดสร้างสรรค์”

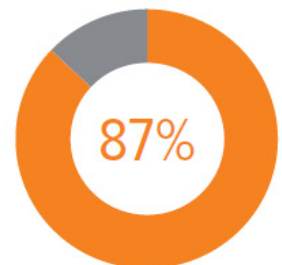
สรุปก็คือยิ่งทีมของคุณมีเวลาสร้างสรรค์มากเท่าไร ก็ยิ่งสามารถสร้างผลงานได้มากขึ้นเท่านั้น ในงานศึกษาชิ้นหนึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถาม 87 เปอร์เซ็นต์กล่าวว่า การนำ Agile มาใช้ช่วยให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น<sup>3</sup> การทำงานแบบ Agile ช่วยสร้างโครงสร้างในปริมาณที่เหมาะสม และลดโครงสร้างที่ไม่จำเป็น (ลองนึกถึงการประชุมที่ยาวนานเกินไป) เพื่อให้ทีมมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้ และมีประสิทธิภาพ

## “การเปลี่ยนไปใช้ Agile ชับซ้อนเกินไปสำหรับทีมของฉัน”

แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงจะต้องใช้ความพยายามและการปรับตัวบ้าง แต่ก็มีข้อสำคัญอย่างหนึ่งที่ต้องพิจารณาคือฝ่ายการตลาดที่มองว่าตนเองมีงานแบบ Agile มีแนวโน้มที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญถึงสามเท่า<sup>4</sup> และคุณคิดว่าจะมีวิธีไหนที่สามารถเพิ่มความคล่องตัวและส่วนแบ่งการตลาดของเอเจนซีของคุณได้ได้ดีกว่าการใช้ Agile อีก Agile ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นมากขึ้นและความชำนาญที่จำเป็นในการทำงาน แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นเรื่องซับซ้อน แต่ก็คุ้มค่ากับความพยายาม คุณมีเนื้อยังอัดแน่นไปด้วยเคล็ดลับที่จะช่วยให้การเปลี่ยนไปใช้ Agile ของคุณเป็นไปอย่างราบรื่นที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

“ การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงคือสิ่งที่มีความเสี่ยงมากที่สุดที่องค์กรสามารถทำได้ ความผันผวน การแข่งขัน และโอกาสที่เพิ่มมากขึ้นในขณะที่อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์วงจรการจัดส่ง และความภักดีของแบรนด์ก็ยังคงลดลง”

– How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise<sup>5</sup>



87% ของผู้ตอบแบบสอบถามกล่าวว่า การใช้ Agile ช่วยให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

# ห้าวิธีที่ Agile สามารถแก้ไขปัญหาการทำงานที่ใหญ่หลวงที่สุดได้

## 1 คุณมักจะไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของลูกค้าได้

หลักการ Agile ช่วยให้สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นไอเดียและความคาดหวังของคุณกับลูกค้าจึงสอดคล้องกันเสมอ

64 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดในการสำรวจล่าสุดกล่าวว่าแรงกดดันอันดับต้นๆ ในการทำโปรเจกต์คือการรับมือกับความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป<sup>6</sup> การเปลี่ยนแปลงในนาทีสุดท้ายหรือคำขอเพิ่มเติมอาจทำให้โปรเจกต์ของคุณล่าช้า และเพิ่มความเสี่ยงที่ลูกค้าจะผิดหวัง แต่วิธีทำงานซ้ำๆ ของ Agile ในการสร้างโปรเจกต์ช่วยให้เอเจนซีของคุณสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง คุณได้รับข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นโปรเจกต์ของคุณจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นไปตามที่ลูกค้าวางวิสัยทัศน์ไว้

## 2 คุณกลัวที่จะสูญเสียลูกค้าอยู่เสมอ

ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เร็วขึ้นทำให้เอเจนซีได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมาก และ Agile ช่วยให้ทีมตระหนักถึงผลกระทบปัญหาและปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้

เอเจนซีรักษาลูกค้าไว้ในระยะเวลาสั้นกว่าที่เคยเพราะลูกค้าเปลี่ยนเอเจนซีบ่อยขึ้น 51 เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามกล่าวว่าตนกำลังลดรายชื้อเอเจนซีของตนลงและวางแผนที่จะลดลงอีก<sup>7</sup> เมื่อมีคู่แข่งรายใหม่ปรากฏขึ้นเรื่อยๆ และลูกค้าหันไปใช้บริการภายในองค์กรมากขึ้น เอเจนซีจึงต้องดิ้นรนเพื่อสร้างนวัตกรรมและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในขณะเดียวกันก็รักษาชื่อเสียงไว้ โชคดีที่โมเดล Agile ซึ่งเป็นการส่งมอบบางส่วนของโปรเจกต์อย่างต่อเนื่องให้ลูกค้าได้ตรวจทานและทดสอบ ทำให้ประสบความสำเร็จได้ง่าย เหตุผลก็เพราะการมีส่วนร่วมของลูกค้าเป็นประจำช่วยยืดหยุ่นให้ลูกค้าเห็นถึงผลงานที่ยอดเยี่ยมที่คุณทำ และเหตุผลที่เลือกจ้างคุณ

## 3 คุณต้องดิ้นรนเพื่อให้ได้ผลกำไร

การมุ่งเน้นไปที่การทำงานที่รวดเร็วและโปร่งใสของ Agile ช่วยให้มั่นใจได้ว่าจะตรวจพบปัญหาขอบเขตหรือไหม้ไลน์ได้ตั้งแต่นั้นๆ ก่อนที่จะส่งผลเสียต่อโปรเจกต์และงบประมาณ

เอเจนซีต้องมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าแทนที่จะมุ่งเน้นไปที่งบประมาณเพียงอย่างเดียว แต่หากโปรเจกต์ใช้งบประมาณเกินเพียง 10 เปอร์เซ็นต์โดยเฉลี่ย อัตรากำไรของเอเจนซีจะได้รับผลกระทบถึง 19.5 เปอร์เซ็นต์<sup>8</sup> นอกเหนือจากปัญหาที่ขอบเขตงานขยายออกไปเรื่อยๆ และการรักษาอัตรากำไรให้ดีขึ้น การขาดการมองเห็นการทำงานของทีมงานจะทำให้ไม่สามารถติดตามเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ ซึ่งนำไปสู่ความไม่แน่นอนว่าทีมมีส่วนร่วมในงานสร้างสรรค์ที่สำคัญที่สุดของเอเจนซีหรือไม่ Agile อาศัยการที่สมาชิกในทีมมีความรับผิดชอบและเริ่มต้นด้วยตนเองได้เป็นพื้นฐาน พร้อมกับการประชุมประจำวันและส่งมอบโปรเจกต์บางส่วนในเวลาอันสั้น

โดยการเปิดรับข้อเสนอแนะระหว่างกระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มที่จะตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าและการตลาดมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จมากขึ้นคุณสามารถลองใช้ไอเดียต่างๆ ก่อนที่จะลงทุนเงินจำนวนมากในการโฆษณา”

– Barre Hardy,  
ผู้อำนวยการอาวุโส พร้อม  
ที่ปรึกษาด้านการตลาด  
CMG Partners<sup>12</sup>

# 64%

ของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมดกล่าวว่า การรับมือกับความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าคือแรงกดดันสูงสุดในการทำโปรเจกต์

จะแสดงให้เห็นได้อย่างรวดเร็วว่าใครทำงานไม่มีประสิทธิภาพ และจะทำให้ผู้อื่นมีโอกาสโดดเด่น

#### 4 คุณไม่สามารถรักษานักงานที่มีความสามารถไว้ได้

สภาพแวดล้อมการทำงานร่วมกัน การปรับตัว และเรียนรู้ใหม่ๆ ของ Agile จะส่งเสริมความรับผิดชอบและจรรยาบรรณในการทำงานที่คุณมุ่งหวังและดึงดูดบุคคลที่มีความสามารถ

มีการคาดการณ์ว่าบริษัทในสหรัฐฯ ขาดทุนระหว่าง 2 ถึง 3 แสนล้านดอลลาร์ต่อปี พันล้านต่อปีเนื่องจากภาวะหมดไฟของพนักงาน ประสิทธิภาพการทำงานลดลง และความเครียดที่เกี่ยวข้องกับงาน<sup>9</sup> ทุกคนในเอเจนซีของคุณมีภาระงานล้นมือ ดังนั้นจึงยากที่จะสังเกตเห็นว่าใครเป็นพนักงานที่มีผลงานดีเด่นไม่ต้องพูดถึงการติดตามงานที่พนักงานกำลังทำ เพื่อใช้ทักษะที่แต่ละคนมีให้เกิดประโยชน์สูงสุดเลย คุณพยายามอย่างดีที่สุดเพื่อชื่นชมและมอบรางวัลตอบแทนการทำงานที่ดีของทีมของคุณแต่ก็ไม่ได้ช่วยลดความเครียดจากการทำงานหนักเกินไป และเมื่อสมาชิกในทีมที่มีความสามารถตัดสินใจลาออก ก็ต้องมีค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานใหม่มาทดแทน งานวิจัยหนึ่งชี้ให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานใหม่อาจสูงถึง 60 เปอร์เซ็นต์ของเงินเดือนประจำปีของพนักงานคนหนึ่ง<sup>10</sup> การมองเห็นที่ Agile นำไปสู่การทำงานของเอเจนซีผ่านการประชุมประจำวันและโปรเจกต์ที่นำโดยทีม ช่วยให้ทุกคนตระหนักถึงบทบาท ความสามารถ และวิธีมีส่วนร่วมในความสำเร็จโดยรวมของเอเจนซีได้ดีขึ้นซึ่งช่วยให้คุณให้รางวัลและรักษาสมาชิกคนสำคัญในทีมไว้ได้ นอกจากนี้แนวทางการทำงานแบบ Agile นั้นเป็นสิ่งที่ครีเอทีฟรุ่นใหม่มีอยู่ในตัวและสนใจอยู่แล้ว

แรงกดดันสูงสุดสำหรับคนทำงานเอเจนซีคือการสร้างสรรค์ผลงานให้มากขึ้นและเร็วกว่าเดิม

#### 5 คุณและทีมของคุณไม่มีเวลาที่จะสร้างสรรค์ผลงาน

Agile ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยแบ่งออกเป็นงานเล็กๆ ที่สามารถจัดการได้ง่ายขึ้นและช่วยให้งานเสร็จเร็วขึ้น

แรงกดดันสูงสุดสำหรับคนทำงานเอเจนซีคือการสร้างสรรค์ผลงานให้มากขึ้นและเร็วกว่าเดิม 80 เปอร์เซ็นต์ของครีเอทีฟเชื่อว่าตนต้องเรียนรู้เครื่องมือและเทคนิคใหม่ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ แต่คุณรู้ว่าทีมไม่มีเวลาหรือแรงเหลือพอที่จะพัฒนาทักษะของตัวเอง<sup>11</sup> Agile ช่วยเพิ่มการมองเห็นและประสิทธิภาพการทำงานซึ่งหมายความว่าทีมของคุณทำงานเสร็จเร็วขึ้นและไม่เสียเวลาในการทำงานซ้ำ ลองนึกถึงการนำปริศนา 5,000 ชิ้นมารวมเข้าด้วยกัน การทำส่วนเล็กๆ ของปริศนาให้สำเร็จในแต่ละครั้งจะให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าในระยะยาว เพราะทั้งปริศนาหรือโปรเจกต์นั้นมีความท้าทายและเป็นภาระมากเมื่อคุณพร้อมที่จะค่อยๆ รวบรวมชิ้นส่วนต่างๆ (มุม ขอบ ตรงกลาง) โอกาสที่จะชิ้นส่วนจะหายไปนั้นก็จะลดลงเนื่องจากหลายส่วนได้ประกอบเข้าด้วยกันแล้ว โปรเจกต์ Agile ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดความจำเป็นในการทำงานซ้ำคุณจะมีเวลาทำงานมากขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะและรักษาการมีส่วนร่วมและความเกี่ยวข้องในงานของคุณ

“ลูกค้าที่ตัดสินใจไม่เด็ดขาดสามารถทำให้โปรเจกต์ที่ทำกำไรไร้ผลกำไรได้ นั่นคือเหตุผลที่บริษัทที่ประสบความสำเร็จคอยแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบและสนับสนุนให้มีการสื่อสารตลอดทั้งโปรเจกต์”  
– รายงาน “Excellence in Professional Services” ของ Aberdeen Group<sup>13</sup>

# ตอบสนองความต้องการทางธุรกิจด้วย Agile

## ความต้องการทางธุรกิจ

88%

ของผู้ที่ไม่ได้ใช้ Agile กล่าวว่า การปรับปรุงความเร็วในการเข้าสู่ตลาดเป็นสิ่งสำคัญ



91%

ของผู้ที่ไม่ได้ใช้ Agile กล่าวว่า ความสามารถในการเปลี่ยนงานหรือกลยุทธ์อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญ



96%

ของผู้ที่ไม่ได้ใช้ Agile กล่าวว่า การทำให้ทีมของตนมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นสิ่งสำคัญที่สุด



88%

ของผู้ที่ไม่ได้ใช้ Agile กล่าวว่า การปรับปรุงการจัดลำดับความสำคัญของงานเป็นสิ่งสำคัญมาก



89%

ของผู้ที่ไม่ได้ใช้ Agile กล่าวว่า การส่งมอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่ดีขึ้นและมีความเกี่ยวข้องมากขึ้นเป็นสิ่งสำคัญ



## ผลของการใช้งาน Agile

93%

กล่าวว่า การนำ Agile มาใช้ช่วยปรับปรุงความเร็วในการเข้าสู่ตลาด (โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือแคมเปญ)



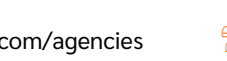
93%

กล่าวว่า การนำ Agile มาใช้ช่วยให้พวกเขาเปลี่ยนงานหรือกลยุทธ์ได้เร็วขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น



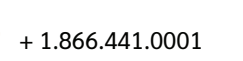
87%

กล่าวว่า การนำ Agile มาใช้ทำให้ทีมมีประสิทธิภาพมากขึ้น



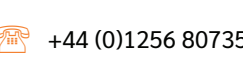
80%

กล่าวว่า การนำ Agile มาใช้นำไปสู่การปรับปรุงการจัดลำดับความสำคัญของงานที่สำคัญ



89%

กล่าวว่า การนำ Agile มาใช้ช่วยให้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่ดีขึ้นและมีความเกี่ยวข้องมากขึ้น





# คำศัพท์เกี่ยวกับ Agile

อภิธานศัพท์นี้จะอธิบายคำศัพท์ทั่วไปที่จะช่วยคุณในการเปลี่ยนผ่านสู่ Agile เพราะการเข้าใจศัพท์เฉพาะของ Agile นั้นจะถือว่ามีความสำคัญยิ่ง

## Backlog

รายการที่ไม่ได้จัดลำดับความสำคัญของทุกสิ่งของทีม Agile อาจต้องทำต่อไป ใ้แต่เพียง คำขอเกี่ยวกับงาน ความต้องการด้านการพัฒนา และอื่นๆ จะเก็บไว้ใน backlog รอย้ายไป sprint

## Burndown Chart

ใช้วัดความคืบหน้าของโปรเจกต์ Agile ทั้งในระดับ iteration และระดับโปรเจกต์ burndown chart จะมีลักษณะเป็นกราฟเส้นที่แสดงจำนวนงานที่เหลือที่ต้องทำให้เสร็จในช่วงเวลาหนึ่ง

## Daily Standup/Scrum

การประชุมสั้นๆ ในแต่ละวันโดยที่สมาชิกในทีมรายงานสิ่งที่ตนทำเสร็จเมื่อวานนี้ สิ่งที่ตั้งใจจะทำให้เสร็จในวันนี้ และอุปสรรคใดๆ ที่อาจขัดขวางไม่ให้งานคืบหน้า (มักจะเป็นการยืนประชุมเพื่อให้พูดคุยอย่างรวดเร็ว)

## Iteration/Sprint

ระยะเวลาคงที่เมื่อทีมเลือก user stories หรือ points จำนวนหนึ่งที่ต้องดำเนินการให้เสร็จสมบูรณ์ sprint หรือ iteration โดยปกติมักใช้เวลาหนึ่งถึงสี่สัปดาห์

## Storyboard/Taskboard

แผนภูมิติดผนังที่มีการ์ดและกระดาษโน้ตแสดงการทำงานทั้งหมดใน sprint ที่กำหนด โดยจะมีการย้ายกระดาษโน้ตไปยังส่วนต่างๆ ของแผนภูมิเพื่อแสดงความคืบหน้า

## Story points

หน่วยประมาณการที่วัดความซับซ้อนและจำนวนชั่วโมงที่ต้องใช้ในการทำให้ story เสร็จสมบูรณ์

## Scrum

วิธีการ Agile วิธีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางที่สุด Scrum เน้นการยอมรับว่าลูกค้าเปลี่ยนใจได้และจะเปลี่ยนอย่างแน่นอน โดยจะตอบสนองต่อความคาดหวังไม่ได้โดยการกระตุ้นให้เกิดการส่งมอบผลิตภัณฑ์ในเวลาอันสั้นและการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป

## Scrum Master

บุคคลที่รับผิดชอบในการจัดอุปสรรคเพื่อให้ทีมสามารถบรรลุเป้าหมายของ sprint และส่งมอบงานได้ครบถ้วน Scrum Master ไม่ใช่ผู้นำทีมแต่ทำหน้าที่เป็นกั้นกั้นระหว่างทีมและสิ่งทำให้ไขว้เขว

## Task

ภาพรวมเกี่ยวกับคำของงานหนึ่งๆ งานจะเพิ่มไปยัง backlog และจะมีแคชข้อมูลเท่าที่เพื่อให้ทีมงานสามารถใช้ประมาณการความพยายามและเวลาวัดเป็นชั่วโมงในการทำตามคำขอให้สำเร็จได้อย่างสมเหตุสมผล

## Team

กลุ่มที่รับผิดชอบในการส่งมอบ asset หรือโปรเจกต์ โดยทั่วไปแล้วทีมประกอบด้วย 5-9 คนที่มีทักษะข้ามสายงานเป็นผู้ทำงานจริงๆ (วางแผน เขียน ออกแบบ พัฒนา ทดสอบ ฯลฯ) ทีมควรจัดตั้งกันเองและนำกันเองโดยตนเองแต่บ่อยครั้งที่ทีมเองเลือกการโปรเจกต์หรือทีมในรูปแบบอื่นอยู่แล้ว คุณไม่จำเป็นต้องแทรกแซงโครงสร้างทีมเดิมของคุณเพื่อเปลี่ยนไปใช้ Agile ไม่ว่าจะเปลี่ยนทีม UX, กลยุทธ์ การผลิตวิดีโอและครีเอทีฟก็ยังคงทำงานร่วมกันในโปรเจกต์เดียวกันได้เช่นเดิม Agile จะปรับปรุงวิธีที่ทำงานให้เสร็จเท่านั้น

## User Story

คำอธิบายของฟังก์ชันการทำงานใหม่จากมุมมองของผู้ใช้ (หรือลูกค้า) การมี user story ช่วยให้คุณเข้าใจว่าผู้ใช้คือใครและคาดหวังอะไรจากฟังก์ชันการทำงานใหม่นี้ หลักเบื้องต้นทั่วไปคือการเขียน user story ให้สั้นๆ พอดีกับบัตรดัชนีขนาด 3x5

# การเปลี่ยนไปใช้ Agile: หกขั้นตอนง่ายๆ

การเปลี่ยนไปใช้ Agile ไม่ใช่เรื่องง่าย ก่อนที่คุณจะลงมือทำ มีขั้นตอนเบื้องต้นบางอย่างที่ต้องทำเพื่อเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนผ่านอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

## 1 ขอแรงสนับสนุนจากผู้นำและทีมของคุณ

คุณต้องเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงนี้โดยการพูดคุยอย่างเปิดกว้างเกี่ยวกับ Agile กับทีมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของคุณ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะดำเนินการภายใต้วิธีการแบบเดิมและกลัวที่จะยอมรับ Agile แต่ความลังเลนั้นสามารถบรรเทาได้หลังจากการสนทนาสั้นๆ อธิบายประโยชน์โดยรวมของ Agile ที่ทีมของคุณและเอเจนซีจะได้รับและทำให้มั่นใจว่าเมตริก Agile สามารถแปลงเป็นเมตริกและรายงานที่พวกเขาสนใจได้

## 2 รับการฝึกอบรมที่เหมาะสม

หนึ่งในความผิดพลาดเชิงกลยุทธ์ที่ใหญ่หลวงที่สุดในการเปลี่ยนไปใช้ Agile คือไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพในตอนเริ่มต้น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในการเปลี่ยนไปใช้ Agile จะต้องมีการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษา จากผู้ฝึกสอน Scrum หรือที่ปรึกษา Agile มาช่วยทีมของคุณทำโปรเจกต์แรกๆ ให้สำเร็จ และสอนทักษะที่จำเป็นในการจัดการโปรเจกต์ในอนาคตด้วยตัวคุณเอง ที่ปรึกษาหรือผู้ฝึกสอนยังช่วยให้คุณตัดสินใจว่า Agile ในรูปแบบใด (เช่น Scrum, Kanban, Lean, ไฮบริด) ดีที่สุดสำหรับทีมและบริษัทของคุณ

## 3 พัฒนาการประสานงานข้ามแผนก

การเปลี่ยนไปใช้ Agile ไม่จำเป็นต้องเป็นไปทั้งเอเจนซีแต่มีแนวโน้มว่าทีมของคุณจะเปลี่ยนไปใช้ก่อนหรือจะเป็นทีมเดียวที่ทำได้ เพื่อให้แน่ใจว่ามีการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องกับแผนกหรือโปรเจกต์อื่นๆ ที่ไม่ได้ใช้ Agile ให้หาวิธีที่จะทำให้ทีมที่กระจัดกระจายกันสามารถมองเห็นและสื่อสารกันได้ ซึ่งอาจรวมถึงการพัฒนากระบวนการมาตรฐานสำหรับการส่งคำขอหรือการสร้างช่องทางแสดงข้อมูลสถานะโปรเจกต์แบบเรียลไทม์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดหากคุณสามารถจัดการงานของคุณด้วยเครื่องมือซอฟต์แวร์ การหาเครื่องมือที่สามารถจัดการได้ทั้งโปรเจกต์ Agile และโปรเจกต์แบบดั้งเดิมและแปลงเมตริกที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรื่องนี้ง่ายขึ้นมาก

#### 4 พัฒนารีวิวเดียวในการเพิ่ม stories และจัดลำดับความสำคัญ backlog ของคุณ

ตั้งกฎขึ้น ไม่ว่าคุณจะเลือกส่งคำขอผ่านสเปรดชีตที่ใช้ร่วมกัน ผ่านอีเมลไปยังบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือด้วยซอฟต์แวร์การจัดการงาน หากส่งคำขอไม่ถูกต้อง ก็จะไม่มีการเพิ่มลงใน backlog กฎข้อนี้รับประกันว่าจะไม่มีคำขอสูญหายและสามารถจัดลำดับความสำคัญของงานทั้งหมดสำหรับ sprint ที่กำลังจะมาถึงได้ เมื่อโพสต์คำขอไปยัง backlog ของคุณแล้ว ให้จัดลำดับความสำคัญตามความสำคัญเชิงกลยุทธ์ กำหนดเวลาผู้ขอกานคือใคร หรือเกณฑ์อื่นๆ ที่เหมาะสมกับทีมของคุณ การจัดลำดับความสำคัญเป็นกุญแจสำคัญในการกำกับดูแลให้ทีมของคุณทำงานกับสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดสำหรับเอเจนซีของคุณ

#### 5 กำหนดบทบาทในทีม

รากฐานของ Agile สร้างขึ้นสำหรับทีมขนาดเล็กที่มีการจัดการด้วยตนเอง โปร่งใส และทำงานร่วมกันได้ดี ซึ่งแตกต่างจากวิธีการแบบเดิมของการมอบหมายงานจากบนลงล่าง ทีมครีเอทีฟ Agile จะทำงานด้วยตนเองตามลำดับความสำคัญสำหรับ stories หรืองานที่ตนจะทำในระหว่าง sprint ทีมของคุณจะต้องมี Scrum Master หรือเจ้าของโปรเจกต์ที่กำหนดเป้าหมายสำหรับโปรเจกต์และเป็นตัวแทนของลูกค้า ด้วยความรู้อย่างละเอียดเกี่ยวกับชุดทักษะของสมาชิกในทีมอย่างทะลุปรุโปร่ง คุณสามารถช่วยแนะนำงานที่เหมาะสมที่สุดกับความเชี่ยวชาญของแต่ละคนได้

#### 6 กำหนดพารามิเตอร์สำหรับ sprint ของคุณ

เลือกระยะเวลาของ sprint ที่จะช่วยให้ทีมของคุณทำ stories ได้ตามสมควร (โดยปกติจะมีระยะเวลา 1-4 สัปดาห์) กำหนดชั่วโมงที่ทีมพร้อมทำงานสำหรับ sprint แต่ละครั้ง (ดูรูปที่ 3) และที่สำคัญที่สุดคือตัดสินใจเลือกวิธีที่มีความหมายและให้กำลังใจในการให้รางวัลทีมของคุณทุกครั้งที่เป็นไปตามหรือเกินเป้าหมายของ sprint

“ที่สำคัญคือการเปลี่ยนวิธีคิดของผู้คนและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า...คุณไม่สามารถเข้ามาวางกระบวนการใหม่ๆและเปลี่ยนทุกอย่างในชั่วข้ามคืนได้”

– Barbee Davis, ผู้เขียน Agile Practices for Waterfall Projects<sup>14</sup>

รากฐานของ Agile สร้างขึ้นสำหรับทีมขนาดเล็กที่มีการจัดการด้วยตนเอง โปร่งใส และทำงานร่วมกันได้ดี

## วิธีกำหนดเวลาที่ทีมพร้อมทำงานสำหรับ sprint

### ขั้นตอนที่ 1

ให้สมาชิกในทีมแต่ละคนกำหนดจำนวนชั่วโมง “งานเบ็ดเตล็ด” ทั้งหมดของสัปดาห์

จำนวนชั่วโมง “งานเบ็ดเตล็ด” ต่อวัน						
กิจกรรม “งานเบ็ดเตล็ด”	วันจันทร์	วันอังคาร	วันพุธ	วันพฤหัสบดี	วันศุกร์	
ชั่วโมงการประชุม	1	2	2	1	1	
ชั่วโมงวันลา						
ชั่วโมงวันหยุด						
ชั่วโมงอีเมล	2	2	2	2	2	
อื่นๆ						ชั่วโมง “งานเบ็ดเตล็ด” ทั้งหมดต่อสัปดาห์:
ชั่วโมงทั้งหมด:	3	4	4	3	3	17

### ขั้นตอนที่ 2

ค้นหาชั่วโมงทำงานทั้งหมดต่อคนในหนึ่งสัปดาห์

ชั่วโมง/สัปดาห์ทั้งหมด	40
- ชั่วโมง/สัปดาห์ทั้งหมด “งานเบ็ดเตล็ด”	- 17
“ชั่วโมงที่พร้อมทำงานทั้งหมด”.	23

### ขั้นตอนที่ 3

ค้นหาเปอร์เซ็นต์ชั่วโมงที่พร้อมทำงานต่อคนในหนึ่งสัปดาห์

ชั่วโมงที่พร้อมทำงานทั้งหมด	23
X 100	x 100
ชั่วโมงที่พร้อมทำงานทั้งหมด / ชั่วโมงทั้งหมดต่อสัปดาห์	= 2300 / 40
“เปอร์เซ็นต์ของเวลาว่าง”.	= 57.5%

### ขั้นตอนที่ 4

การทำซ้ำสำหรับแต่ละสัปดาห์ใน sprint

### ขั้นตอนที่ 5

รวบรวมตัวเลขจากทั้งทีมในสัปดาห์

สมาชิกในทีม	เวลาว่าง	วันหยุด	ชั่วโมงว่าง
JOHNNY	57.50%	0	23
FREDDY	60%	0	24
ASHLEY	55%	0	22
SHAINA	65%	0	26
JUAN	60%	0	24
จำนวนชั่วโมงทั้งหมดที่ทีมพร้อมทำงานต่อสัปดาห์:			119

### ขั้นตอนที่ 6

หาก sprint ของคุณกินเวลาหลายสัปดาห์ ให้ทำขั้นตอนที่ 1 – 5 สำหรับแต่ละสัปดาห์ของ sprint และเพิ่มจำนวนทั้งหมดตามลำดับ

# การใช้ Agile ร่วมกับ Waterfall

ในขณะที่วิธีการแบบ Agile และ Waterfall แบบเดิมอาจจะตรงกันข้ามกันในเกือบทุกๆ ด้าน เเอเจนซี่ยังต้องการทั้งสองแนวทางอย่างเห็นได้ชัด ทีมครีเอทีฟและทีมผลิตสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในแบบ Agile แต่ยังคงต้องการรายงานผู้จัดการโปรเจกต์ ผู้บริหาร และลูกค้าที่ทำงาน (และความคิด) ใน Waterfall การสื่อสารเป็นกุญแจสำคัญใช้ทั้งสองแนวทางร่วมกันในสภาพแวดล้อมเดียวกันและการจัดการความคาดหวังระหว่างทั้งสองกลุ่มจะช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์เชิงบวก

สรุปคือในโลกปัจจุบันเรายังต้องการโครงสร้างของโปรเจกต์ Waterfall แต่เรายังต้องการการตอบสนองของวิธีการแบบ Agile ด้านล่างนี้คือเคล็ดลับความรู้ที่จะช่วยให้คุณประสบความสำเร็จในการใช้วิธีการทำงานแบบ Agile ร่วมกับ Waterfall ในเอเจนซี่ของคุณ

## 1 ส่งเสริมวัฒนธรรมของเอเจนซี่ที่เปิดกว้าง

การใช้วิธีการแบบ Agile ในสถานที่ทำงานใดๆ เป็นเรื่องยากหากวัฒนธรรมไม่สอดคล้องกับหลักการของการพัฒนาแบบ Agile ก่อนที่คุณจะเปลี่ยนไปใช้ Agile สิ่งสำคัญคือต้องระบุและอธิบายคุณค่าของทีมครีเอทีฟแบบ Agile ให้กับทุกคนที่เกี่ยวข้อง (โดยเฉพาะผู้บริหารและลูกค้าที่ถนัดทำงานแบบ Waterfall) เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ทีมสามารถเติบโตได้ จัดการประชุม ส่งอีเมล ทำทุกอย่างที่จำเป็นเพื่ออธิบายหลักการของ Agile อย่างชัดเจน และที่สำคัญที่สุดคือ ทุกคนมีความเข้าใจตรงกัน

## 2 ตัดสินใจว่าจะสื่อสารผ่านเมตริกใด

ทีม Agile ของคุณต้องสามารถรายงานในแง่ที่ที่ผู้บริหารและลูกค้าที่ไม่ใช่ Agile ต้องการเห็น และรายงานเหล่านั้นจะต้องนำเสนอในภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ ดังนั้นหลีกเลี่ยงการสื่อสารคำศัพท์เฉพาะของ Agile ใดๆ เพื่อไม่ให้ผู้อื่นรู้สึกถูกคุกคามด้วยภาษาที่ไม่คุ้นเคย<sup>15</sup> แม้ว่า Agile ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่วันที่สุดและผลลัพธ์ในลักษณะเดียวกับวิธีการของโปรเจกต์แบบเดิมยังมีอีกหลายส่วนภายในโปรเจกต์ Agile ที่แปลงเป็นเมตริกแบบดั้งเดิมได้ง่าย ตัวอย่างเช่น stories เป็นงาน epics เป็นโปรเจกต์ โปรแกรมเป็นการเปิดตัว และผลิตภัณฑ์เป็นพอร์ตโฟลิโอ สำหรับองค์กรประกอบที่สื่อสารได้ยาก Agile สามารถประมาณเวลาและเชื่อมโยงมูลค่าเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นเสมอ

## 3 กำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่เหมาะสม

ในสภาพแวดล้อมที่มีวิธีการแบบผสมผสาน เกณฑ์มาตรฐานที่ดีควรใช้เป็นเครื่องมือในการชี้แนะและวัดผล แทนที่จะกำหนดอย่างเข้มงวดหรือจำกัดความคาดหวังตั้งแต่เริ่มแรก เวลาที่ใช้ไปเป็นตัวอย่างที่ดีของเกณฑ์มาตรฐานวิธีการแบบผสมผสาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวไปข้างหน้าและเข้ากับความคิดที่มุ่งเน้น sprint ของ Agile และและแนวทางตามระยะของ Waterfall เมื่อทำโปรเจกต์เสร็จแล้ว ให้ประเมินเกณฑ์มาตรฐานอีกครั้ง คุณเสร็จสิ้น sprint ในจุดไหนเมื่อเทียบกับจุดที่คุณต้องการให้สำเร็จ ใช้เวลาเท่าไรเมื่อเทียบกับเวลาที่คุณวางแผนไว้ การเปรียบเทียบไม่เพียงแต่วัดประสิทธิภาพในทางเปรียบเทียบเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นว่าสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพได้อย่างไร

# มองไปข้างหน้า: ขั้นตอนต่อไปใน การเปลี่ยนไปใช้ Agile

ตอนนี้คุณได้รับความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นแล้ว คุณต้องใช้เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนไปใช้ Agile คุณควรรู้สึกมั่นใจในความสามารถของคุณในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกภายในทีม และทั่วทั้งเอเจนซีของคุณ อย่าลืมนำรูปแบบการทำงานของคุณเองหลังจากใช้วิธีการแบบ Agile โดยทดสอบในช่วงต้น และทดสอบบ่อยครั้งตลอดระยะเวลาการนำมาปรับใช้ คุณอาจค้นพบว่าสมาชิกในทีมบางคนเหมาะสมกับบทบาทบางอย่างกว่าคนอื่นๆ หรือทีมของคุณชอบ sprint ในระยะสั้นกว่าซึ่งแตกต่างจากที่คุณคิดไว้ในตอนแรก แนวทางเฉพาะของเอเจนซีในการทำงานแบบ Agile ควรเหมาะสมกับแนวทางเฉพาะของเอเจนซีในการทำงาน ดังนั้นอย่าลังเลที่จะปรับแต่งกระบวนการและปรับเปลี่ยนกฎเพื่อให้เหมาะกับคุณมากที่สุดประโยชน์ของการนำ Agile มาใช้นั้นมีอยู่มากมายและสามารถฟื้นฟูพลังงานและนำความกระตือรือร้นในการทำงานมาสู่เอเจนซี รักษาโมเมนตัมและเปลี่ยนไปใช้ Agile อย่างมีประสิทธิภาพ ให้แปลงเมตริกที่สำคัญ เช่น ขอบเขต งบประมาณ และกำหนดเวลา ให้สอดคล้องกับกรอบงานแบบเดิมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกและทีมที่ไม่ใช่ Agile สามารถเข้าใจได้อย่างง่ายดาย คายลองใช้เครื่องมือเป็นตัวช่วย เครื่องมือที่เหมาะสมควรให้คุณติดตามงานทั้งหมดของคุณทั้งแบบ Agile และในการจัดการโปรเจกต์แบบเดิม ความสามารถของเครื่องมือในการสลับระหว่างวิธีการทั้งสองจะช่วยให้คุณนำ Agile ไปใช้ได้อย่างไร้รอยต่อง่ายขึ้น โดยช่วยให้ทีมของคุณและทีมที่ไม่ได้ใช้ Agile ทำงานร่วมกัน และถ่ายถอดข้อมูลระหว่างสองแนวทางการทำงานโดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ให้มองหาเครื่องมือพร้อมพีเจเออาร์การทำงานร่วมกันในตัวเพื่อให้การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับงานทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับงานที่มีอยู่

# ข้อสรุปเกี่ยวกับ Agile

หากคุณยังคงสงสัยว่าการเปลี่ยนไปใช้ Agile คคุ้มค่าหรือไม่ ให้พิจารณากรณีของฝ่ายการตลาดของ Extended Campuses of Northern Arizona University ซึ่งเปลี่ยนจากการตลาดรูปแบบเดิมมาเป็นรูปแบบ Agile ในปี 2554<sup>16</sup>

## สองปีต่อมา ผลลัพธ์มีดังนี้

- สื่อและสิ่งพิมพ์นับ 200 ชิ้น ซึ่งมากกว่าที่ผลิตในปีก่อนถึงสี่เท่า และผู้คนในแผนกมีความตึงเครียดน้อยลง
- การประชุมน้อยลงโดยมีการประชุม Scrum เพียงสองครั้งต่อสัปดาห์เป็นเวลา 15 นาที
- ทุกคนมีความรับผิดชอบและใช้ข้อมูลร่วมกันมากขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลา
- ประหยัดค่าใช้จ่าย 20%
- ประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น 400%
- อัตราความสำเร็จของงาน sprint 95%
- คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้น 30%

การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องยากเสมอแต่ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และความสำเร็จอย่างล้นหลามของเอเจนซีที่ใช้วิธีการแบบ Agile ทำให้เห็นได้ชัดว่าการเปลี่ยนแปลงนี้คุ้มค่า ในการสร้างทีมและเอเจนซีโฆษณาที่ทำงานร่วมกัน ปรับเปลี่ยนได้ง่าย ทันสมัย และประสบความสำเร็จมากขึ้น คุณต้องหลีกเลี่ยงหนีจากกระบวนการสร้างสรรค์ที่วุ่นวาย และเริ่มจัดการกระบวนการเหล่านั้นอย่างแข็งขัน

# พิชิตความโกลาหลในการทำงาน ของเอเจนซีด้วย Workfront

เอเจนซีและทีมครีเอทีฟทั่วโลกใช้ Workfront Marketing Work Management เพื่อลดความซับซ้อนของงานและขจัดความไร้ประสิทธิภาพ Workfront ให้ความสำคัญกับทั้งระบบวงจรของงานด้านการตลาดช่วยให้ผู้ใช้สามารถทำสิ่งต่อไปนี้

- เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและขั้นตอนการทำงาน
- ปรับปรุงการมองเห็นภายในทีมของคุณ
- มีเวลากับความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น
- สร้างความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจจากลูกค้า

[workfront.com/agencies](https://workfront.com/agencies)



# เอกสารอ้างอิง

1. Morrow, Rich. "How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise." Workfront and GigaOm Research, December 18, 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, accessed July 20, 2015, <http://chiefmartec.com/2012/06/everything-is-marketing-everyone-must-be-agile/>.
3. "Agile Trend in Marketing," Infoware Studios, accessed July 20, 2015, <http://infowarestudios.co.za/our-services/agileware/agile-in-marketing/>.
4. "Applying Agile Methodology To Marketing Can Pay Dividends: Survey," Forbes, accessed July 20, 2015, <http://www.forbes.com/sites/jenniferrooney/2014/04/15/applying-agile-methodology-to-marketing-can-pay-dividends-survey/>.
5. Morrow, Rich. "How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise." Workfront and GigaOm Research, December 18, 2013. <http://www.Workfront.com/wp-content/uploads/sites/5/2014/03/wp-gigaom-research-unlock-agile.pdf>.
6. Castellina, Nick. "Excellence in Professional Services: It takes more than just the project team." Aberdeen Group, November 1, 2013. <http://aberdeen.com/research/8709/ra-professional-services-automation/content.aspx>.
7. Dan, Avi. "Getting to the Bottom of What Clients Think of Agencies." Forbes, October 8, 2012. <http://www.forbes.com/sites/avidan/2012/10/08/getting-to-the-bottom-of-what-clients-think-of-agencies/>.
8. McQueen, Geoff. "Keeping Clients Happy: How to ensure a project doesn't go over budget." Entrepreneur.com, October 16, 2014. <http://www.entrepreneur.com/article/238472>.
9. "Time Management Statistics," National Safety Council, Priority Magazine, accessed June 2014, <http://www.keyorganization.com/time-management-statistics.php>.
10. Allen, David G. "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, June 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, accessed July 20, 2015, [http://www.cmo.com/articles/2013/5/19/agility\\_in\\_action\\_ho.html](http://www.cmo.com/articles/2013/5/19/agility_in_action_ho.html).
13. Castellina, Nick. "Excellence in Professional Services: It takes more than just the project team." Aberdeen Group, November 1, 2013. <http://aberdeen.com/research/8709/ra-professional-services-automation/content.aspx>.
14. Morrow, Rich. "How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise." Workfront and GigaOm Research, December 18, 2013. <http://www.Workfront.com/wp-content/uploads/sites/5/2014/03/wp-gigaom-research-unlock-agile.pdf>.
15. Olding, Elise. "Is Using Jargon Hindering Your Communication?" Gartner Blog Network, November 21, 2013. <http://blogs.gartner.com/elise-olding/2013/11/21/is-using-jargon-hindering-your-communication/>.
16. "Agile Marketing Makeover," University Business, accessed July 16, 2014, <http://www.universitybusiness.com/moe/article/agile-marketing-makeover>.