



소프트웨어 팀

을 위한

컨플루언스

가이드

# 저자에 관하여



## 테렌스 칼드웰

제품 마케팅 매니저,  
Atlassian

컨플루언스 마케팅 팀에서 일한지 3년이 넘었다. 고객들이 컨플루언스를 최대한 잘 활용할 수 있도록 돕는 일을 한다. 콘텐츠를 만들어내고, 고객들과 제품 팀과 힘을 합쳐서 더 나은 사용자 경험을 만들어내는 업무를 하고 있다. 여가 시간에는 각종 스포츠 이벤트를 구경하기도 하고 직접 뛰기도 한다.



## 제이미 오스틴

콘텐츠 마케팅 매니저,  
Atlassian

제이미는 토마스 만이 남긴, "작가는 다른 사람들보다 더 힘겹게 글을 쓰는 사람이다"라는 명언을 좋아한다. 화면 안에 있는 단어들을 골똘히 들여다 보며 턱수염을 꼬고 있는 시간을 제외하면, Spotify를 들으면서 길거리를 방황하거나, 아이들에게 가위바위보의 잔기술을 가르치거나, 배스킷볼 존스 팟캐스트를 듣는 데 시간을 마구마구 쏟아붓곤 한다. 트위터: [@jameyaustin](https://twitter.com/jameyaustin)

# 저자에 관하여



## 라이언 앤더슨

제품 마케팅 매니저,  
Atlassian

라이언은 Atlassian 에서 컨플루언스의 제품 마케팅 매니저로 일하고 있다. 5년이 넘는 기간에 걸쳐서 개발팀 및 제품 관리팀과 긴밀하게 힘을 합쳐 훌륭한 제품을 만들어 왔다.



## 사라 고프-듀폰

편집장  
Atlassian

사라는 테스트 및 자동화 부서를 거쳐 지금의 자리에 이르기까지 소프트웨어 분야에 10년 이상 몸담아 왔다. 여가 시간에는 현대 소설 작품을 읽거나 크로스핏 박스에서 운동을 하거나 아이들과 굴러다니면 놀곤 한다. 트위터: [@DevToolSuperfan](#)



## 존 웨텐홀

제품 마케팅 매니저  
Atlassian

존은 Atlassian 시드니 지사에서 컨플루언스 제품 마케터로 상근하고 있다. 존은 애자일 방법론을 (마케팅 분야에까지) 적용하여 업무 효율을 올리는 데 큰 관심을 가지고 있으며, 고객들이 컨플루언스를 최대한 잘 활용할 수 있도록 지원하는 일을 맡고 있다. 여가 시간에는 달리기, 요트, 음악을 즐긴다. 트위터: [@jwetenhall](#)

# 목차

들어가며	이슈와 코드를 넘어	5
1 장	영감 가득한 고객 인터뷰 페이지 작성법	6
2 장	제품 요구사항 작성법	17
3 장	개발팀 의사결정 개선법	25
4 장	팀 내부 기술문서 및 온보딩 문서	35
5 장	릴리즈 계획 페이지 만들기	44
6 장	스프린트 회고 및 데모 페이지 만들기	51
7 장	개발 팀의 성과를 블로그로 공유하는 법	59
8 장	릴리즈에 대한 문서를 작성하고 릴리즈 노트를 공유하는 방법	67
나가며	컨플루언스의 진정한 위력	74

# 들어가며

## 이슈와 코드를 넘어

### 테렌스 캘드웰

소프트웨어 프로젝트는 단순히 이슈와 코드만으로 끝나는 게 아니다.

위대한 소프트웨어를 출시하려면 많은 것이 필요하다. 아이디어를 짜내기 위해, 아이디어를 이슈로 바꾸기 위해, 아이디어에 숨결을 불어넣어주는 코드를 짜기 위해, 테스트를 위해, 릴리스를 위해, 버그를 고치고 성능을 개선할 수 있도록 계속해서 릴리스를 수정하기 위해 수많은 시간을 써야만 한다. 하지만 그것만으로 그치지 않는다.

그 무대 뒤에서 또 수없이 많은 일이 일어난다. 고객을 인터뷰하고 새로운 기능에 대한 요구사항을 작성하고, 릴리스 계획을 세우고, 팀 내부 정리회의를 하는 등 수많은 일이 필요하다. 제품에 디테일, 컨텍스트, 심지어는 딜라이트를 추가하는 일까지도 끊임없이 해야 한다. 컨플루언스는 바로 그런 일을 할 때 필요한 도구이다.

컨플루언스는 개발팀에서 프로젝트를 전진시키기 위해 필요한 모든 정보를 담아두는 곳이다. 소프트웨어를 만들면서 만들어지는 계획, 요구사항, 의사결정 내역 및 각종 문서들을 모아놓는 곳이다. 또한 제품 매니저, 디자이너, 마케터를 비롯하여 소프트웨어 개발 프로세스에 참여하는 모든 동료들과 개발팀을 이어주는 역할도 한다. 컨플루언스는 프로젝트 관련자들이 모두 공유하는 가장 기본적인 장소로, 누구든 들여다보고 기여할 수 있는 곳이기도 하다.

이 가이드는 소프트웨어 팀에 맞추어 전문가 팁과 단계별 튜토리얼을 모아놓은 문서로, 독자의 팀에서 멋진 제품을 만들기 위해 필요한 정보를 생성하고 구성하고 문서화하기 위해 컨플루언스를 어떻게 활용할 수 있는지 보여주기 위해 만들었다.

이 문서를 준비하는 과정이 꽤 즐거웠다. 독자들도 즐겁게 읽었으면 한다. 화이팅!

# 1 장

## 영감 가득한 고객 인터뷰 페이지 작성법

### 제이미 오스틴

컨플루언스로 고객 인터뷰 문서를 만들어서 공유해 두면 개발 전 과정에서 유용하게 써먹을 수 있는데, 특히 가장 중요한 마지막 단계, 즉 고객 피드백을 가지고 고객이 좋아할 만한 기능이 들어있는 멋진 제품을 만드는 단계에서도 크게 도움이 된다.

만약 지금까지 고객 인터뷰 자료를 워드 문서나 에버노트 파일 같은 것으로 만들어서 이메일로 공유해 왔다면 여기 나와 있는 내용을 자세하게 읽어보자.

### 페이지 템플릿으로 고객 인터뷰를 표준화하는 방법

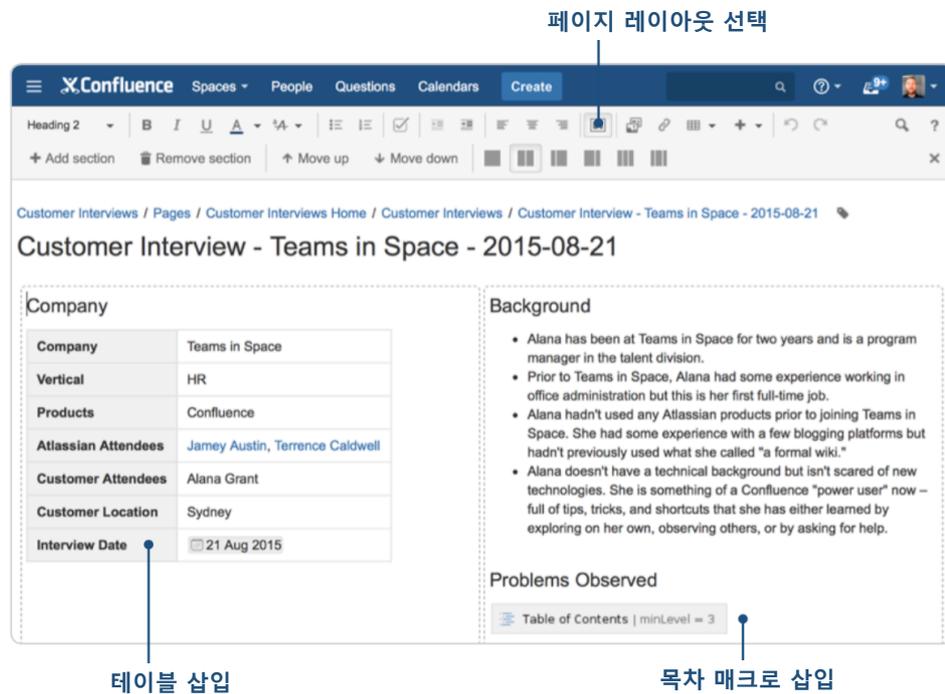
사내 컨플루언스 인스턴스에 고객 인터뷰 문서가 정말 많이 있었는데, 우리가 인터뷰 페이지 템플릿을 만들었던 과정을 예제 삼아 공유해 보기로 했다. 각각 사내 프로세스에 맞게 고쳐서 사용하길 바란다. 컨플루언스는 마음대로 디자인할 수 있는 캔버스 같은 것이니까.

#### 첫 번째 고객 인터뷰 페이지 생성하기

일단 가장 기본적인 것부터 시작하자. 우선 잘 보이는 곳에 회사 및 배경정보를 추가할 수 있도록 페이지를 디자인하자. 팀 동료들이 이해할 수 있도록 맥락에 대한 정보를 제공해야 하기 때문에 문서 작성자와 인터뷰 대상의 관계에 대한 자세한 내용, 해당 인물의 직책, 인터뷰 배경 같은 것도 넣어줘야 한다. 인터뷰 대상자가 사용하는 제품에 대한 정보도 잊지 말자.

누가 봐도 누구를 왜 어떤 주제로 인터뷰했는지 금방 알 수 있도록 페이지 맨 위쪽에 핵심 내용을 적어준다.

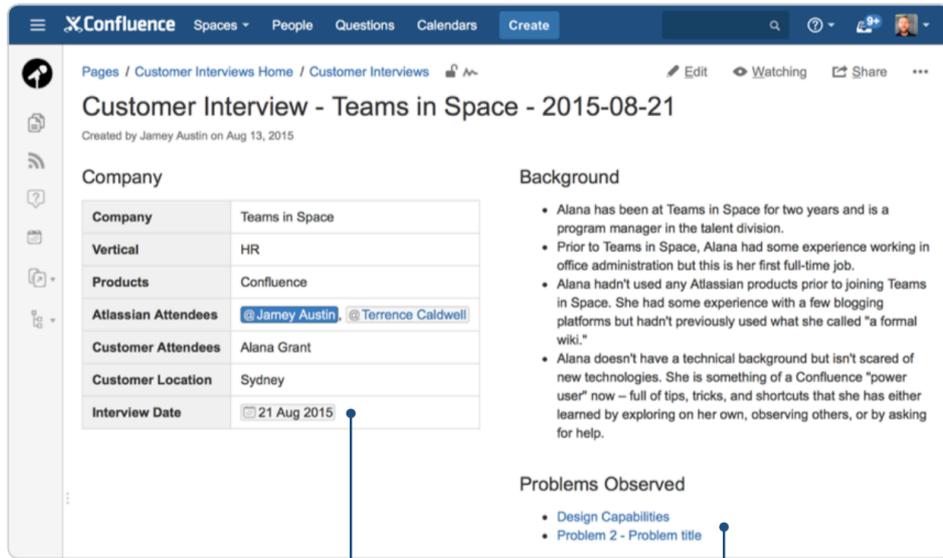
페이지는 다음과 같은 식으로 디자인할 수 있다.



이 페이지의 위쪽 섹션에는 앞에서 얘기한 것처럼 인터뷰의 핵심 내용을 담았다. 자세한 제목, 회사 이름 및 인터뷰 배경 정보가 적혀 있다.

이렇게 생긴 페이지는 다음과 같이 만들 수 있다.

1. 편집기 도구모음에서 **페이지 레이아웃(Page Layout)** 버튼을 눌러서 (스크린샷 참조) 표시 방식을 선택한다. 여기에서는 **2 열 섹션(Two column section)**을 선택했는데, 이렇게 하면 한 페이지가 2 열로 나뉜다.
2. 페이지 요소를 추가한다. 도구모음에서 **표 삽입(Insert table)**을 선택해서 위와 같이 Company 섹션 표를 만들고, 행과 열을 필요한 만큼 추가한다.
3. 목차 매크로를 삽입한다. (도구모음 + 버튼 > **기타 매크로(Other macros)** > **목차 매크로(Table of Contents macro)**) 이 매크로는 상세한 정보를 빠르게 액세스할 수 있는 제목 링크 목록을 만들어준다. 여기에 있는 예에서는 각 문제에 대한 제목의 목록이 추가된다.
4. 페이지를 저장하고 나면 다음과 같은 화면을 볼 수 있다.



입력 방법: //를 누른 후  
날짜 선택

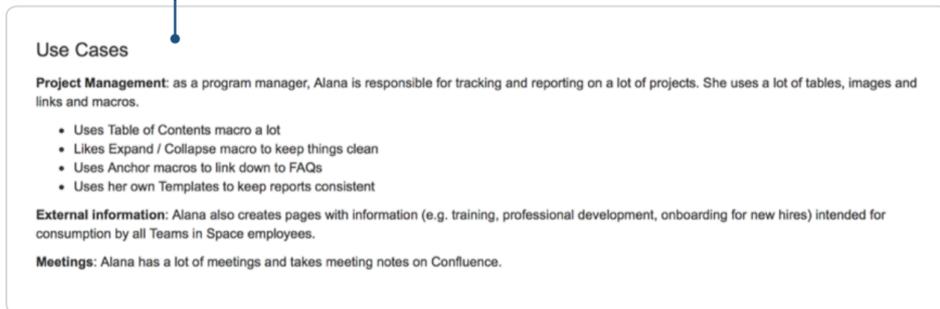
목차 매크로에서 만들어 준  
제목 목록

제목 목록은 매크로에서 만들어준다. 제목 링크가 가리키는 정보에 대해서는 다음 섹션에서 다루도록 하겠다.

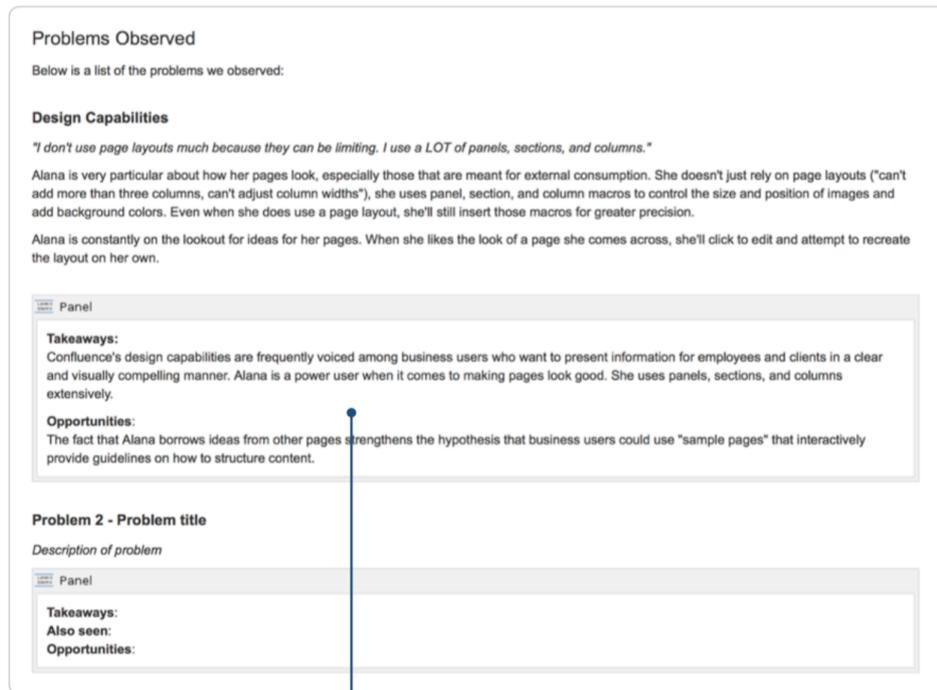
**전문가 팁:** 목차 매크로는 실제 내용이 들어있는 섹션으로 연결되는 제목(이 경우에는 문제의 이름) 링크의 목록을 만들어준다. 위 예에서는 위쪽에 있는 "Problems Observed" 섹션 안에 매크로를 삽입한 곳에 제목 목록이 추가되며, 각 문제에 대한 자세한 정보는 그 다음 섹션에 들어있다. 매크로 편집을 선택한 다음 필요한 필드를 채워넣으면 목차 매크로를 설정하여 원하는 제목을 모아서 비슷한 식으로 목록을 만들 수 있다. 자세한 내용은 [목차 매크로에 관한 문서](#)에서 찾아보자.

이제 문제를 자세하게 설명하는 섹션을 만들자. 바로 이 부분이 인터뷰 내용에서 새로운 통찰을 이끌어낼 수 있는 곳이다. 이 예에서는 활용 사례를 추가할 수 있는 공간을 만들었고,

자세한 내용은 이 섹션에 추가



또한 각 문제에 대한 아주 자세한 설명을 추가할 수 있는 영역도 만들었다.



패널 삽입 매크로

첫 번째 섹션에서 사용한 목차 매크로에서는 "Design Capabilities"라는 제목과 "Problem 2 - Problem title"이라는 제목 링크를 추가했으며, 그 링크를 클릭하면 해당 제목의 섹션으로 연결된다.

다음과 같은 식으로 페이지에 위와 같은 섹션을 추가할 수 있다.

1. 새 섹션을 만든다. (도구모음에서 + 선택 후 **1 열 섹션(Single column section)** 선택) 위 예에서는 Use Cases 가 기록된 섹션이다.
2. 그 아래쪽, 같은 섹션 안에 "Problems Observed" 항목이 있다. **패널 매크로** (Panel macro: 도구모음 + > **Other macros** > **Panel macro**)를 삽입하여 정보를 정리했다.

**전문가 팁:** 각 문제를 다음과 같은 식으로 정리해 보자.

1. 문제를 한 줄로 설명한다. 사용자의 의도를 간결하게 기술하되 사용자가 요구하는 기능은 적지 않는다.
2. 문제를 확정할 수 있는 모든 근거자료를 적어준다. 팀 내부에서 상황을 파악할 수 있도록 스크린샷, 녹음 내용, 또는 실질적인 사례 등도 추가한다.
3. 어떤 경로로 문제를 해결할 수 있을지를 적는다. JIRA(다른 백로그라도 상관 없다)에서 연관된 에픽이나 작업, 기능 요청을 연결한다.

**간단 팁:** 고객 인터뷰 페이지에 이미지를 추가해 보자. 회사 사진이나 제품 스크린샷을 추가하는 것만으로도 고객 인터뷰 페이지가 훨씬 나아지는 데다가, 컨플루언스에서는 드래그-앤-드롭으로 편하게 이미지를 추가할 수 있다. (도구모음에서 **파일 및 이미지 삽입(Insert files and images)**을 선택해도 된다.)

## 고객 인터뷰 페이지 템플릿 만들기

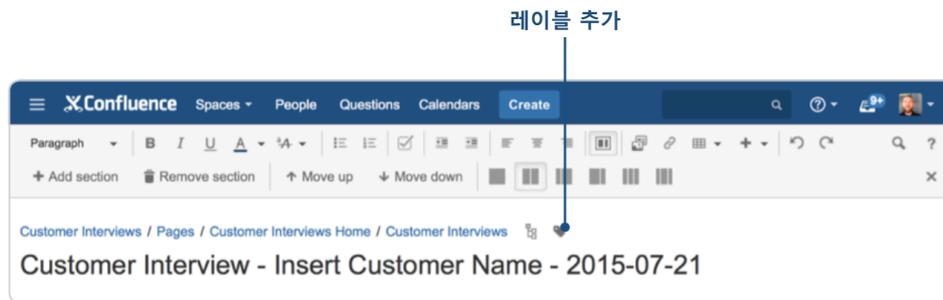
마음에 드는 고객 인터뷰 페이지를 만들고 나면 그 페이지를 템플릿화해서 활용할 수 있다. 자세한 내용은 [템플릿 생성에 관한 컨플루언스 문서](#)에서 찾아볼 수 있다.

고객 인터뷰를 페이지 템플릿으로 표준화시켜 두면 고객 인터뷰를 하는 모든 사람들이 일관성을 가지고 일을 할 수 있다. 고객 인터뷰 정보를 구성하고, 한 군데로 모으고, 공유하는 방법을 알아보자.

## 고객 인터뷰 구성

### 고객 인터뷰 페이지 템플릿에 레이블 추가

레이블이 있으면 고객 인터뷰를 간단하게 검색할 수 있다. 페이지 맨 위, 제목 바로 옆에 있는 레이블 아이콘을 선택하자. **“customer-interview”** 같은 식으로 레이블을 추가하면 바로 끝난다.



모든 고객 인터뷰에 똑같은 표준 레이블을 붙여주면 인터뷰를 편리하게 정리할 수 있다.

## 레이블 추가

“**customer-interview**”라는 레이블 외에 주제 관련 레이블(제품명, 활용 사례, 용어 등)도 언제든지 마음대로 추가할 수 있다. 컨플루언스에서는 매크로로 인덱스 페이지에 요약 목록을 집어넣을 수 있기 때문에 레이블이 중요한 역할을 한다. 인터뷰 페이지에 레이블을 써서 적당한 태그를 붙이는 습관을 들이는 게 좋다. 이렇게 하면 고객 인터뷰 목록이라든가 주요 주제의 목록 같은 것을 여러 방식으로 인덱스 페이지에서 보여줄 수 있다.

## 고객 인터뷰 모으기

컨플루언스의 장점은 정보를 정리하는 데 그치는 게 아니다. 정보를 한 군데로 모으는 일도 쉽게 할 수 있다. 컨플루언스에서 고객 인터뷰를 한 군데로 모으고 싶다면 이렇게 해 보자.

### 고객 인터뷰 인덱스 페이지 생성

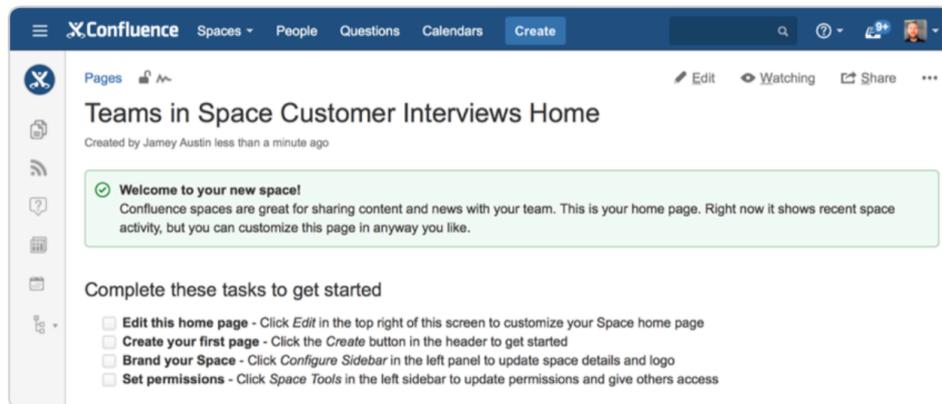
고객 인터뷰 **공간(space)**을 만들고 홈 페이지를 고객 인터뷰 인덱스 페이지로 만들어 두면 좋다. 이렇게 인덱스 페이지를 만들어 두면 모든 고객 인터뷰 정보를 한 군데 모아둘 수 있다.

소규모 팀이라면 고객 인터뷰 전용 공간을 만들 필요성을 못 느낄 수도 있다. 하지만 여러 팀이 있는 경우에는 고객 인터뷰 공간을 생성하고 홈 페이지를 고객 인터뷰 인덱스 페이지로 만드는 것도 충분히 합리적이다. 어떤 경우든 인덱스 페이지를 이용하면 모든 고객 인터뷰 정보를 한 군데 모아두는 용도로 매우 유용하다.

## 공간과 인덱스 페이지 생성 관련 팁

### 고객 인터뷰 공간 만들기

- 헤더 > 공간 생성(Create space) > 빈 공간(Blank space) 에서 공간(Spaces) 선택
- 공간 이름을 추가하고 공간 키를 추가한다. (공간 키를 입력하지 않으면 컨플루언스에서 자동으로 지정해준다.) 생성(Create)을 선택하고 나면 공간 홈 페이지가 다음과 같은 식으로 만들어진다.

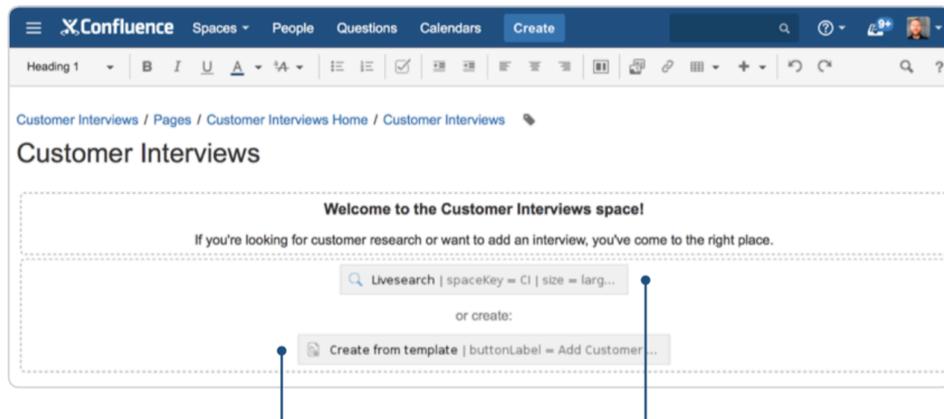


주의: 위 페이지가 홈 페이지이다. 인덱스 페이지를 생성하고 나면 (생성법은 잠시 후에 있음) 인덱스 페이지가 홈 페이지가 된다.

### 고객 인터뷰 인덱스 페이지 생성

- 고객 인터뷰 공간 홈 페이지에서 편집(Edit)을 선택한다. (전용 공간을 사용하지 않는다면 그냥 아무 페이지에서나 편집을 선택해도 된다.)
- 고객 인터뷰 인덱스 페이지를 생성한다.

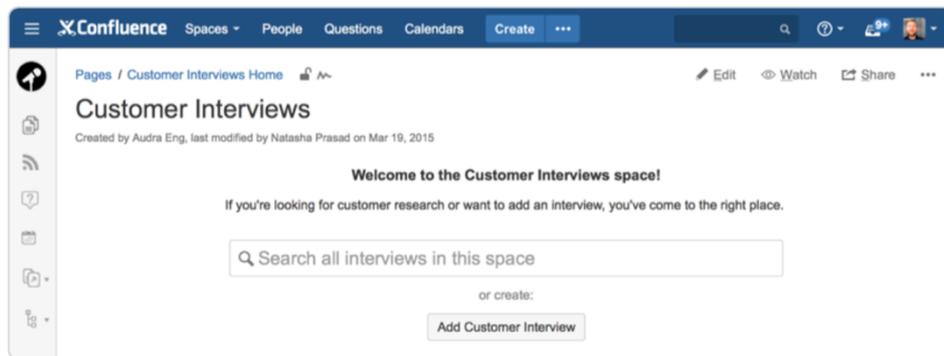
예를 들어 Atlassian 고객 인터뷰 인덱스 페이지에서 편집 모드로 들어가면 다음과 같은 화면이 뜬다.



직접 디자인한 고객 인터뷰 페이지를 위해 템플릿으로부터 생성(Create from template) 매크로 사용

정보를 빠르게 찾을 수 있도록 라이브서치(Livesearch) 매크로 추가

그리고 나서 저장을 하면 다음과 같은 화면을 볼 수 있다.

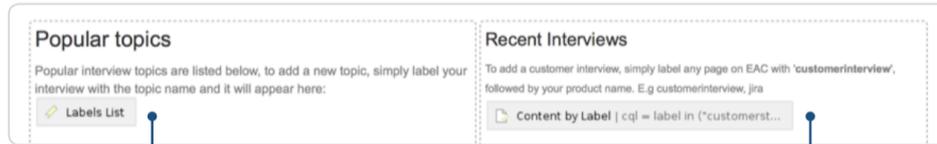


위 화면에서 볼 수 있듯이, 가장 중요한 정보가 전면 중앙에 배치되어 있다. 이 페이지에 들어오는 사람이라면 아마도 고객 인터뷰를 찾아보고 싶거나 새 인터뷰를 생성할 생각을 가지고 있을 것이다. 페이지 전면에 나와 있는 게 바로 이 두 가지다.

**전문가 팁:** 이 예를 보면 두 가지 매크로가 중요한 역할을 한다. 각각을 간단하게 살펴보자.

1. **라이브서치 매크로:** 검색 상자를 추가할 수 있으며, 이 검색 상자는 인덱스 페이지 용도에 맞게 설정할 수 있다. 라이브서치 매크로에 관한 자세한 내용은 별도의 [컨플루언스 문서](#)에서 찾아보자.
2. **템플릿으로부터 생성:** 인덱스 페이지에 클릭하면 (조금 전에 만든 고객 인터뷰 페이지 템플릿 같은) 페이지 템플릿을 열어주는 버튼을 추가한다. 자세한 내용은 별도의 [템플릿으로부터 생성 관련 문서](#)에서 찾아보자.

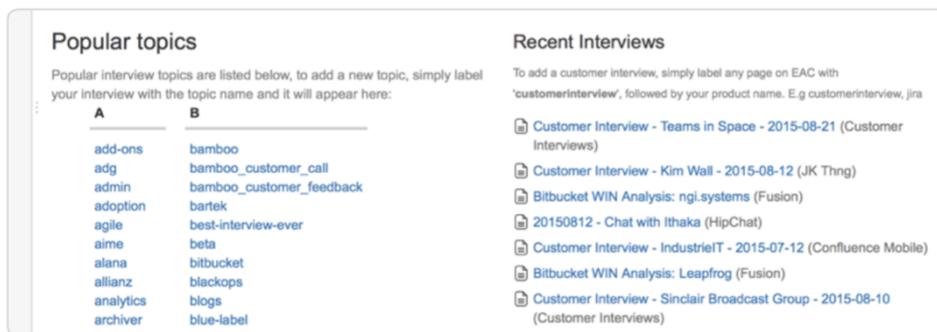
인덱스 페이지에 사용자들에게 도움이 될 만한 다른 정보나 매크로 등을 여러가지 추가할 수도 있다. 이 예제를 편집 모드에서 열면 다음과 같은 화면을 볼 수 있다.



레이블 목록을 보여주는 레이블 목록(Labels List) 매크로

레이블별 콘텐츠(Content by Label) 매크로를 써서 모든 고객 인터뷰 목록을 만들 수 있다.

여기에서 저장을 하면 다음과 같이 된다.



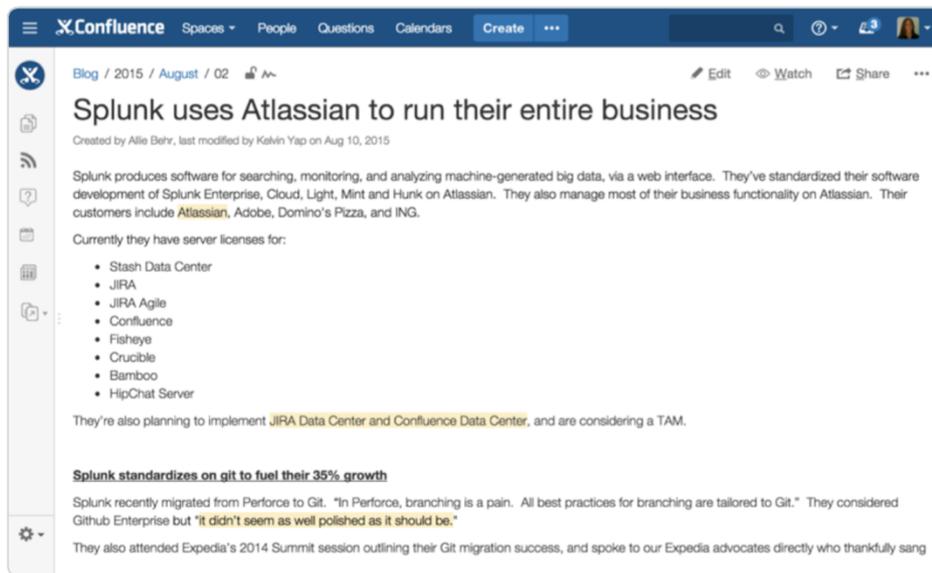
인덱스 페이지의 정보를 꼭 이렇게 구성해야 하는 건 아니기 때문에 여기에 있는 것을 참고하여 원하는 대로 구성하면 된다. 매크로 파라미터를 적절히 조절하면 예쁜 페이지와 강력한 보고서를 만들어낼 수 있다는 점만 기억해 두자.

## 고객 인터뷰 공유하기

고객 인터뷰를 처리하는 마지막 단계는 정보를 공유하는 것이다. 다음과 같이 두 단계로 간단하게 끝난다.

1. 공유(share) 버튼을 눌러서 고객 인터뷰를 팀 동료나 관련자에게 보낸다.
2. 제품의 성공 사례와 개선이 필요한 부분 등에 대한 정보를 블로그에 올린다.

다음은 이렇게 만든 블로그 포스트의 예이다. (“Splunk의 Atlassian 제품 전사 적용 사례”)



## 요점 정리

고객 인터뷰 페이지(및 모든 고객 인터뷰를 정리하고 한 군데로 모은 인덱스 페이지)를 만들어 두면 고객 피드백을 팀 동료들을 비롯한 회사 동료들에게 전하는 데 도움이 될 뿐 아니라, 인터뷰 내용으로부터 자사 제품에 대한 중요한 통찰을 뽑아내는 데도 큰 도움이 된다. 자사 제품에 가장 적합한 형태를 찾을 때까지 페이지를 이런저런 방식으로 고쳐보자.

지금까지 배운 내용을 간단하게 정리하면 이렇다.

- **페이지 레이아웃:** 페이지를 여러 가지 열 레이아웃 형태로 정리한다.
- **목차 매크로:** 페이지를 빠르게 돌아다닐 수 있도록 제목 링크 목록을 만든다.
- **패널 매크로:** 정보를 잘 정돈할 수 있도록 컨테이너를 생성한다.
- **템플릿 만들기:** 반복해서 사용하는 페이지는 템플릿으로 만들어 두자.
- **레이블 추가:** 페이지에 레이블을 붙이면 정보를 구성하는 데도 좋고, 매크로로 자료를 자동으로 처리하는 데도 도움이 된다.
- **공간 만들기:** 어떤 팀에서든 고객 인터뷰 공간을 따로 만들어 두면 좋다.
- **인덱스 페이지 만들기:** 필요한 정보를 빨리 찾아볼 수 있도록 공간 홈페이지를 인덱스 페이지로 만든다.
- **라이브서치 매크로:** 고객 인터뷰를 빠르게 찾을 수 있도록 검색 기능을 추가한다.
- **템플릿으로부터 만들기 매크로:** 전에 만들어둔 템플릿으로 새 페이지를 만들

어주는 버튼을 추가한다.

- **레이블 목록 매크로:** 페이지에 추가한 레이블로 참조용 목록을 만들어준다.
- **레이블별 콘텐츠 매크로:** 모든 고객 인터뷰 목록을 만든다.

## 2 장

# 제품 요구사항 작성법

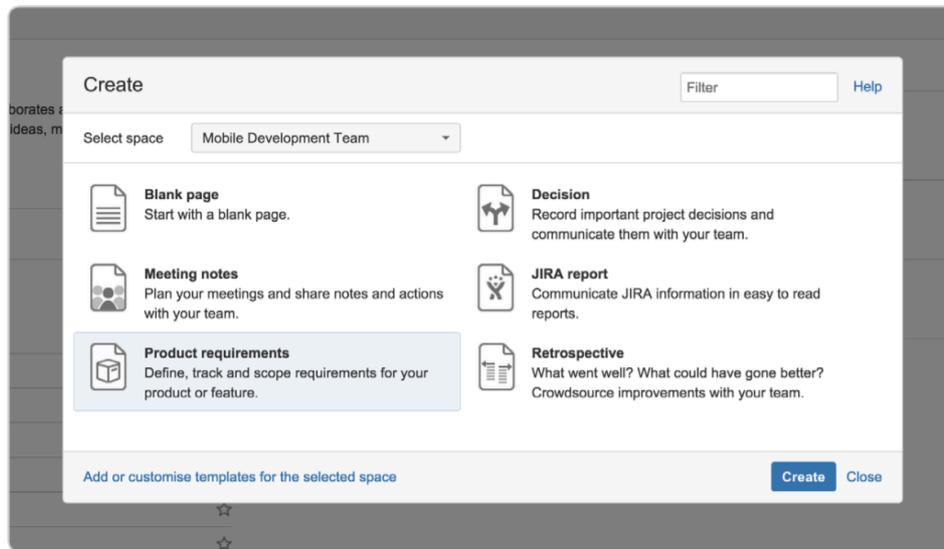
테렌스 켈드웰

## 협업형 제품 요구사항 만들기

애자일 환경에서 요구사항을 작성하는 일은 정말 까다롭기 그지없다. 여기에서 가장 중요한 핵심은, 소프트웨어 프로젝트를 킥오프하는 가장 좋은 방법은 팀 전체에 걸쳐서 공통된 이해를 구축하는 것이라는 점이다. Atlassian 에서는 규모가 크고 복잡한 에픽과 관련한 자잘한 내용에 대해 결론을 내리기 위해 협업형 제품 요구사항을 생성하는 것이 이런 문제에 대한 최선의 해법이라는 결론을 내렸다. 요구사항 문서를 만들고 자잘한 내용을 모두 한 군데로 모아놓고 나면 개발팀이나 디자인 팀에서 즉각적으로 피드백을 하거나 의견을 제시하기가 훨씬 수월해진다. 일단 이렇게 시동이 걸리고 나면 빠르게 사이클을 돌리면서 즉시 업무를 구현할 수 있다. [컨플루언스](#)에서 이러한 요구사항을 생성하고 공통된 이해를 구축하는 방법을 알아보자.

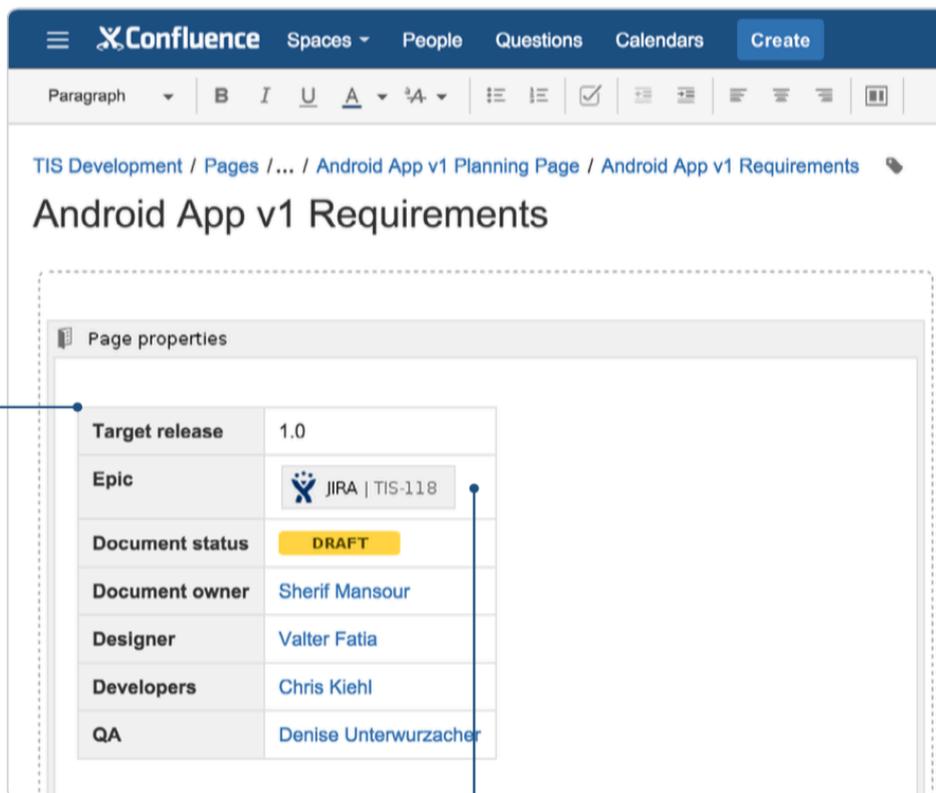
### 1. 제품 요구사항 템플릿

우선 기본으로 포함되어 있는 특수 템플릿에서 시작해 보자. 이 템플릿을 이용하면 문서를 작성하는 기초를 잡기도 편하고 어떤 내용을 담아야 할지에 대해서도 도움을 받을 수 있다.



## 2. 핵심사항 정리

요구사항 페이지에는 특정 기능을 아주 구체적으로 기록할 수도 있고 특정 릴리즈에 들어갈 여러 기능을 뭉뚱그려 기록할 수도 있다. 어떤 경우든 쉽게 찾아볼 수 있도록



프로젝트 관련 내용을 표로 정리한다. 관련자는 @멘션으로 지정하고 문서 상태에 대해서는 상태(Status) 매크로를 적용한다.

관련된 JIRA 에픽을 지정하기 위한 행이다. 그냥 JIRA URL을 복사해서 붙이기만 하면 된다.

페이지 맨 위에 핵심사항을 정리해 둘 필요가 있다.

- **관련인(Participants):** 이 요구사항과 관련된 사람들. @멘션으로 제품 오너 및 주요 관련자들을 지정한다.
- **상태(Status):** 프로그램의 현재 상태. 상태 매크로로 정상 진행중인지, 위험 요인이 있는지, 지연되었는지, 연기되었는지 등을 즉각적으로 보여줄 수 있다.
- **타겟 릴리즈:** 출시 계획. JIRA 를 사용한다면 JIRA 프로젝트로 연결하면 된다.

**전문가 팁:** 컨플루언스에서 처음 제품 요구사항 문서를 만들면 프로젝트 상세정보가 *페이지 속성(page properties)* 패널 안에 들어간다. **페이지 속성 매크로**는 여러 페이지에서 정보를 가져와서 정리한 요약 페이지를 만들어주는 강력한 매크로다. 이 경우에는 요약 페이지에서 표의 각 필드를 만들어줄 수 있기 때문에 어떤 사람들이 관련되어 있는지, 특정 요구사항 페이지의 상태는 어떤지 등을 알 수 있다. 요약 페이지에 대한 내용은 잠시 후에 알아보자.

### 3. 목표, 사업 목적, 전략적 적합성

요구사항에 특별한 색채와 컨텍스트를 더하고 싶다면 팀 목표와 사업 목적 섹션에 적당한 내용을 집어넣으면 된다.

목표를 정할 때는 고객의 관점에서 생각해 보면 도움이 된다. 이루고자 하는 것이 정확하게 무엇인가? 우리가 제안하고자 하는 해결책은 어떻게 그 목표에 부합할까?

**Goals**

- Our goal is to create a mobile version of the website. Sometimes users click on a link in an email notification using their mobile phone and need to be able to access our application from mobile Chrome or Safari.
- We want to meet feature parity with most functions - except we can skip creating events.

**Background and strategic fit**

We all know mobile is on the rise. A [recent survey](#) to customers showed that 85% of users use their mobile on a daily basis. Most of our customers also use competitor apps, so this is something we need to have. We will be able to measure our success through analytics and can use the website today as a baseline.

**Customer research**

- [Customer interview - Netflix](#)
- [Customer interview - Homeaway](#)
- [Customer interview - Bitbucket](#)

고객 인터뷰 문서 등 추가 정보가 수록된 관련 컨플루언스 페이지에 대한 링크

여기에 고객 인터뷰나 계획 페이지 같은 다른 컨플루언스 페이지로 연결되는 링크를 적어두는 것도 좋다.

## 4. 사용자 스토리 생성

표를 만들어서 사용자 스토리 목록을 작성한다. 각 사용자 스토리에 대한 설명, 우선 순위, 기타 참고사항도 추가한다. 이 표에 상세한 내용이 담긴 조사결과 페이지, 고객 인터뷰 등에 대한 링크를 추가하는 것도 좋다.

컨플루언스에서 사용자 스토리를 JIRA 이슈로 변환할 수 있다.

상태 매크로로 각 스토리의 우선순위를 표시한다.

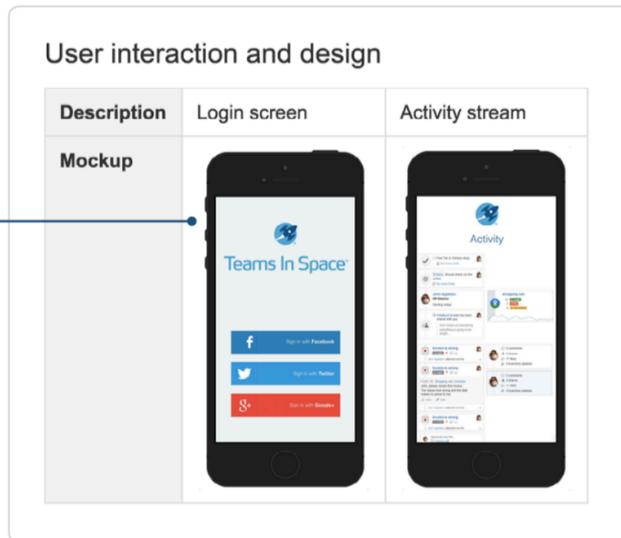
Requirements		Priority	Notes
User story title	User story description		
Facebook Integration JIRA   MDT-13	A user wants to sign up via Facebook	MUST HAVE	<ul style="list-style-type: none"> <li>We will need to talk to Cassie Owens about this one.</li> <li>There has also been some research done on this (see Facebook integration prototype)</li> </ul>
2 Activity Stream JIRA   MDT-14	A user wants to view the latest updates via the mobile dashboard so that they can get a better understanding of what is in place	MUST HAVE	
3 Post Updates JIRA   MDT-15	A user wants to be able to post status updates on the go	MUST HAVE	The key things we will need to support: <ul style="list-style-type: none"> <li>Text status updates</li> <li>Mentions</li> <li>Support for images</li> <li>Smart embedding for things like YouTube videos etc..</li> </ul>
4 API JIRA   MDT-16	A developer wants to integrate with the mobile app so that they can embed the activity stream on their website	SHOULD HAVE	<ul style="list-style-type: none"> <li>We should chat to Team Dyno as they did something similar.</li> </ul>

**전문가 팁:** 컨플루언스에서 작성한 사용자 스토리를 아주 쉽게 JIRA 이슈로 변환할 수 있다. 페이지가 저장된 상태에서 사용자 스토리 텍스트를 선택하면 JIRA 이슈를 생성할 수 있는 옵션이 뜬다. 사용자 스토리가 수록된 커다란 표가 있을 때는 모든 사용자 스토리를 한 번에 JIRA 이슈로 변환할 수도 있다.

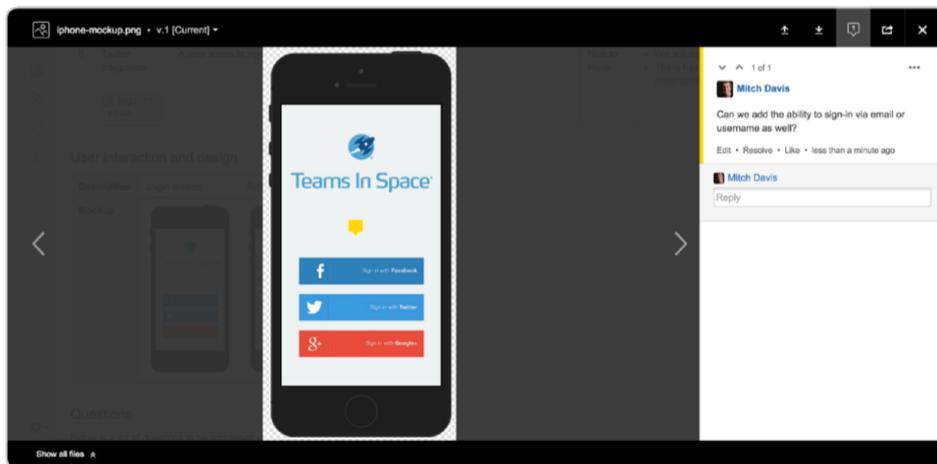
## 5. 사용자 경험과 디자인 리뷰

디자인 파일을 페이지에 끼워넣고 싶다면 그냥 끌어다 놓기만 하면 된다. 여러 개의 디자인 자산을 한꺼번에 끼워넣을 때는 첨부 매크로(attachments macro)로 페이지에 첨부할 파일 저장소를 간단하게 생성할 수 있다.

디자인, 목업, 와이어프레임, 프로토타입 등을 모두 넣을 수 있다. 페이지에 끌어다 놓기만 하면 된다.



**전문가 팁:** 컨플루언스를 이용하면 와이어프레임, 목업, 디자인 프로토타입 등에 대한 협업도 편하게 진행할 수 있다. 다용도 파일 뷰어로 PDF, 이미지, 파워포인트 프레젠테이션 등을 미리 볼 수 있다. 파일에 직접 커멘트를 달아서 상황에 따른 피드백을 제공할 수도 있다. 디자인 및 개발팀에서도 같은 페이지에서 초기 목업에 관련된 토론을 진행할 수 있다.



## 6. 질의응답 및 세부사항 확인

팀에서 해결해야 할 문제를 파악하는 과정에서 질문이 나올 수 있다. 이런 항목을 처리할 수 있도록 “우리가 결정해야 할 사항 및 더 알아봐야 할 사항”을 적어놓은 표를 만들어 두자.

해야 되는데 아직 하지 않은 일을 분명하게 지적하여 지금 해야 할 일에 집중하도록

유도하자. 아직은 그냥 뒤도 되지만 나중에 살펴볼 필요가 있을 만한 것도 별도로 표시해 두자.

**Questions**

Below is a list of questions to be addressed as a result of this requirements document:

Question	Outcome
What about Google Apps	<ul style="list-style-type: none"> <li>We think this is important, but not for version one.</li> <li>We can look at this at a later stage.</li> <li>🟡 It might be worth someone looking into a shared notification library to do this.</li> </ul>
Are we supporting Blackberry?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Again, not for initial version - but we haven't had much demand for this.</li> </ul>
Should we have an offline mode?	<ul style="list-style-type: none"> <li>We've talked about the pros and cons. In brief:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>🟢 Seamless experience for customers, they won't notice if there is a connection issue</li> <li>🟢 Most of our competitors don't have this</li> <li>🔴 Could be expensive to build</li> <li>🟡 Should we spike this at a later sprint?</li> </ul> </li> </ul>

**Not Doing**

- Google Apps Authentication - out of scope, see above for details
- Blackberry support - we won't look at doing this, if demand picks up we can look at it.
- Native app. We are starting with a mobile web view first and get back to a native app depending on feedback that we get.

답이 나오지 않은 물음에 대해  
논의를 시작한다. 장단점은  
이모티콘으로 표시한다.

## 7. JIRA 이슈에 대한 요구사항 추적

개발팀 사람이라면 대개 JIRA 에서 상당한 시간을 보내게 마련이다. 컨플루언스 요구사항과 JIRA 에픽 사이에서 왔다갔다하는 일은 상당히 쉽게 할 수 있다. 어떤 컨플루언스 페이지에서든 저장된 페이지 맨 위에 있는 JIRA links 버튼을 클릭하면 JIRA 링크를 전부 볼 수 있다.

모든 JIRA 이슈를 한 눈에 살펴볼 수 있다.

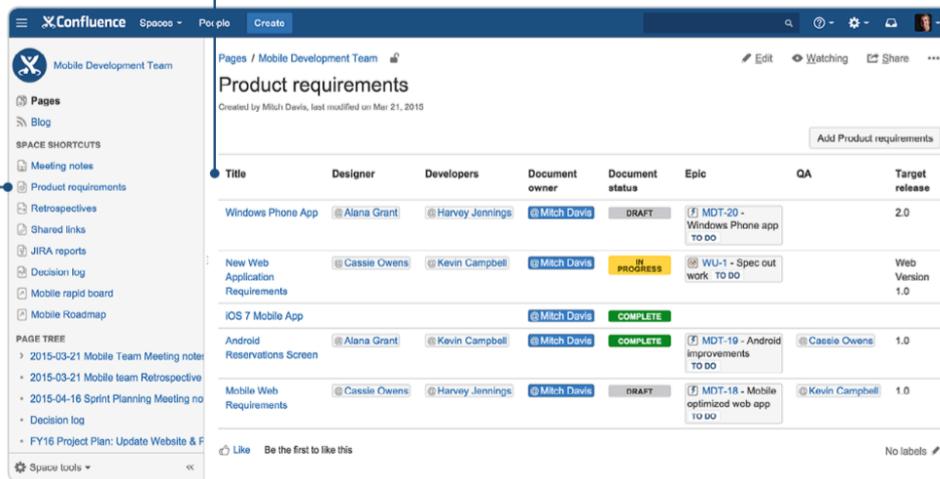
The screenshot shows a Confluence page titled 'Mobile Web Requirements'. On the left, there are metadata fields like 'Target release: 1.0', 'Epic: MDT-18 - Mobile optimized web app', and 'Document status: DRAFT'. Below that is a 'Requirements' table with two rows: 'Facebook Integration' and 'Activity'. A 'JIRA links' popup menu is open, listing 'Epics' (MDT-18) and 'Issues' (MDT-17, MDT-16, MDT-15, MDT-14, MDT-13, MDT-12). The 'Requirements' table has columns for '#', 'User story title', 'User story description', 'Priority', and 'Notes'. The first row has a 'Must Have' priority and a note about talking to Cassie Owens.

## 8. 제품 요구사항 인덱스 페이지

한 번에 한 프로젝트만 진행하는 경우는 거의 없다. 컨플루언스에서는 내가 속한 팀의 제품 요구사항의 핵심을 뽑아서 정리한 인덱스 페이지를 자동으로 생성해준다. 이 인덱스 페이지는 언제나 공간 사이드바(Space sidebar)에서 열어볼 수 있다.

팀에서 작업중인 요구사항과 해당 요구사항의 상태를 한 눈에 확인할 수 있다.

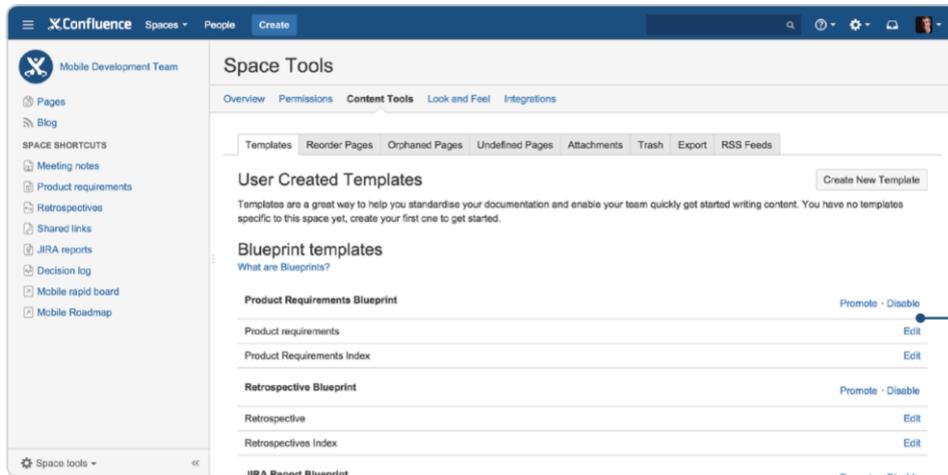
컨플루언스에서 모든 요구사항을 빠르게 열어볼 수 있도록 공간 바로가기들 만들어준다.



이렇게 하면 우리 팀에서 하고 있는 일이나 했던 일을 상위 수준에서 간단하게 파악할 수 있다. 컨플루언스의 다른 모든 페이지와 마찬가지로 이 인덱스 페이지도 원하는 대로 편집할 수 있다.

### 보너스: 팀 업무흐름에 맞게 제품 요구사항 템플릿 고치기

제품 요구사항 템플릿은 언제나 팀에서 필요한 내역에 따라 수정할 수 있다. 템플릿을 팀이나 프로젝트에 맞게 고치고 싶다면 공간 도구(Space Tools) 메뉴로 가서 콘텐츠 도구(Content Tools)를 선택하면 된다. 템플릿(Templates) 옵션 밑에서 템플릿을 마음대로 확인하고 편집할 수 있다. 사이트 관리자라면 전역 템플릿(global template)을 편집해서 전사 수준에서 템플릿을 설정할 수도 있다.



공간 도구 (Space Tools) 메뉴에서 청사진 템플릿을 마음대로 편집할 수 있다.

## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

애자일 요구사항의 핵심은 팀 내에서 공통된 이해를 구축하는 것이다. 가장 좋은 방법은 컨플루언스에서 요구사항 문서를 생성하고, 개발팀 및 디자인 팀에 걸쳐 주요 이슈에 대해 지속적인 협업을 유지하는 것이다. 템플릿을 가이드로 삼고, 팀 또는 회사의 업무흐름에 맞춰 적절히 조절하자.

지금까지 만들어 본 요구사항 페이지는 [이 링크에 나온 바와 같다](#). 지금까지 공부한 내용을 정리해 보면 이렇다.

- **제품 요구사항 템플릿:** 사용자가 챙기지 않아도 웬만한 건 알아서 해 준다. 페이지 개요를 따라가면서 요구사항에 맞는 내용만 채워주면 된다.
- **페이지 속성 매크로:** 요구사항에 맞는 보고서 페이지를 자동으로 만들어 준다. 템플릿이 페이지에 자동으로 채워진다.
- **제품 요구사항 인덱스:** 몇 가지 요구사항 페이지만 생성하면, 컨플루언스에서 자동으로 생성해주는 인덱스 페이지가 자동으로 만들어진다.
- **JIRA 이슈 생성:** 요구사항 페이지에서 텍스트를 강조해주면 자동으로 JIRA 이슈로 만들어준다.
- **파일 커멘트:** 디자인 파일을 페이지에 추가한 다음 특정 영역에 커멘트를 추가하여 토론을 활성화시켜주자.
- **JIRA 링크:** 페이지 헤더를 살펴보고 해당 요구사항에 포함된 모든 JIRA 이슈를 확인하자.
- **템플릿 편집:** 컨플루언스에 포함된 템플릿은 내부 업무흐름에 맞게 마음대로 편집할 수 있다.

## 3 장

# 개발팀 의사결정 개선법

라이언 앤더슨

일을 하다 보면 하루에도 수없이 많은 의사결정을 하게 되는데, 이런 의사결정을 위해서는 협업과 고민이 필요하다. 그런 게 필요하지 않다면 의사결정이라는 게 그리 어려운 일이 아닐 것이다. 보통은 중요한 결정을 내리기 위해 회의를 하게 되는데, 회의 한 번으로 의사결정을 내리는 게 쉬운 일이 아니다. 많은 경우에 후속 회의가 필요하다. 대부분의 사람들은 모두 모여있는 짧은 회의 시간이 아닌 각자 편한 시간에 의사결정을 내리는 쪽을 더 편하게 여긴다. 이 점을 감안하면 [컨플루언스](#) 만한 게 없다.

Atlassian 내부에서는 “의사결정하는 데 악수가 꼭 필요한 건 아니다”라는 얘기를 종종 한다. 의사결정 템플릿(Decision Blueprint)은 팀 내부에서 비동기화 방식으로 의사결정을 내리기 위한, 그리고 그 내용을 팀원 누구든 나중에 다시 참조할 수 있도록 [컨플루언스](#)에 영원히 기록해 두는 간단하면서도 반복해서 쓸 수 있는 절차를 제공한다.

컨플루언스에서 의사결정 페이지를 설정하는 다섯 단계를 살펴보자.

### 1 단계. 정의: 누가 무엇을 언제 하는가?

모든 의사결정에는 세 가지 핵심 구성요소가 있다. 무엇을 결정해야 하는가? 이 의사결정을 내려야 할 이해당사자는 누구인가? 언제까지 결정해야 하는가?

### Track a decision

Status:

Decision\*:

Owner:

Stakeholders:

Due date:

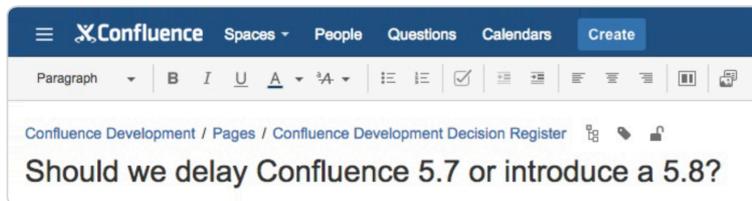
Background:

**About decisions**

Work with stakeholders to decide important things, such as project scope or schedule changes. Share and track your team's decisions in a central register.

### 그룹에서 결정해야 할 사항 확정

결정해야 할 사항을 정확하게 알고 싶다면 조금 다른 질문을 해 보는 게 좋다. 새로 만든 컨플루언스용 Q&A 애드온 이름은 뭘로 할까? (답: Confluence Questions)

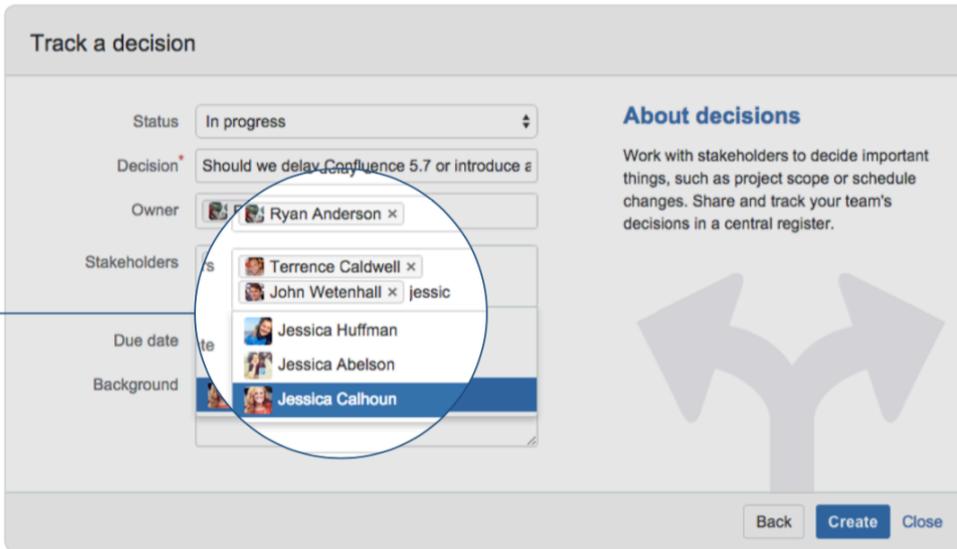


이런 질문은 페이지 제목에 바로 집어넣는 게 좋다. 이렇게 하면 나중에 이 의사결정을 빠르게 찾아볼 수 있다.

### 이해당사자와 의사결정권자 정의

의사결정 과정에서 관련자의 역할을 정하는 단계를 종종 간과하곤 한다. 관련자는 크게 의사결정권자와 이해당사자로 분류할 수 있다. 의사결정권자(owner)는 최종적으로 결정을 내리는 사람으로, 페이지를 만든 사람이 의사결정권자가 되는 경우도 많지만 팀 리더나 임원급이 의사결정권자가 될 수도 있다. 이해당사자(stakeholder)는 의사결정을 내리는 데 관여해야 하는 사람들이다. 이 의사결정의 영향권에 들어갈 만한 사람들이 여기에 포함된다.

다른 컨플루언스 사용자를 검색해서 의사결정 이해당사자로 추가할 수 있다.

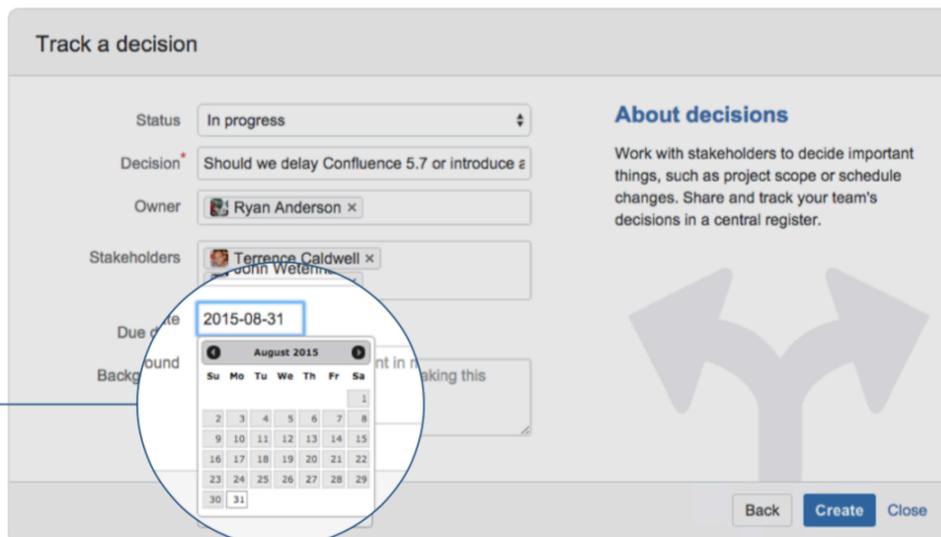


@멘션을 써서 이 페이지를 의사결정권자 및 이해당사자에게 공유할 수 있다. 이렇게 하면 페이지를 저장했을 때 관계자들이 의사결정 페이지로 초대된다. 페이지를 완성한 후에 일일이 관계자들에게 연락해서 알려주지 않아도 되므로 편리하다.

### 의사결정 기한 지정

끝없이 논의만 진행할 수는 없는 노릇이므로 언제까지 의사결정을 할지도 정해야 한다. 날짜 선택기에서 마감일을 설정해서 관계자들에게 언제까지 의사결정에 기여해야 할지 알려줘야 한다.

컨플루언스 날짜 선택기로 의사결정 마감일을 설정한다.



**전문가 팁: '배경(Background)' 텍스트 필드**

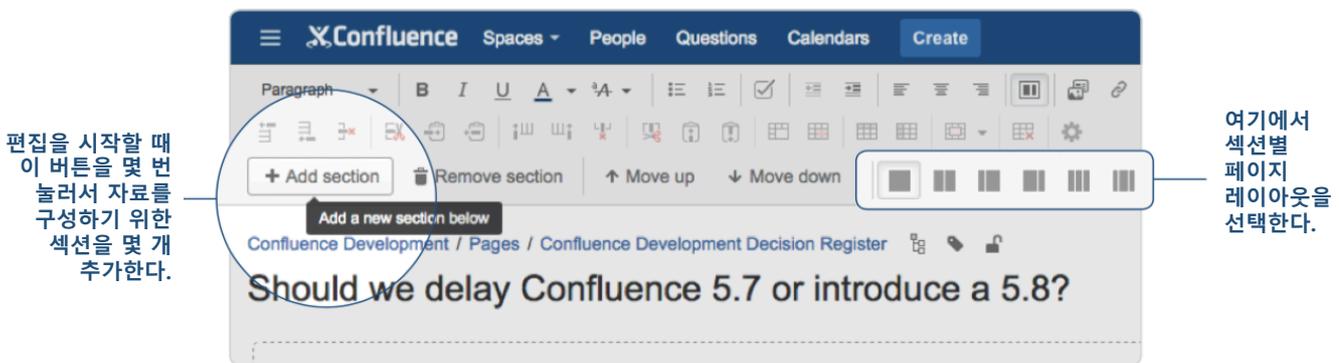
의사결정의 배경을 작성할 때는 컨플루언스 편집기를 사용하기를 권한다. 링크, 이미지, 동영상 등을 넣어서 제대로 된 컨텍스트를 제공하기 위해서는 컨플루언스 편집기에서 제대로 된 공간과 도구를 갖추고 일하는 편이 낫다.

**2 단계: 모든 사람들에게 정보를 줄 수 있도록 컨텍스트 제공**

자료 구성

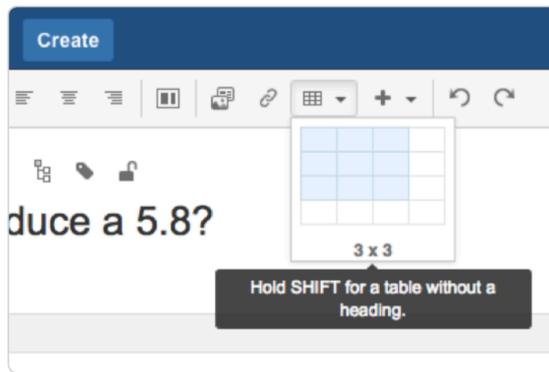
회의를 소집하지 않기 때문에 관계자들이 의견을 제시하기 전에 모든 사람들에게 모든 정보를 제공해야만 한다. 대부분의 경우에 A, B 같은 식으로 두 가지 옵션 중에 선택할 수 있을 것이다. 페이지 레이아웃을 활용하여 페이지를 구성하고 옵션을 구분해서 보여주자.

한 가지 팁을 주자면, 페이지 레이아웃 작업을 할 때는 '섹션 추가(Add Section)' 버튼을 몇 번 눌러보면서 블록을 몇 개 만들면 편리하다. 두 번째 레이아웃 블록에 커서를 갖다 놓은 다음 2 열 레이아웃을 클릭하자.



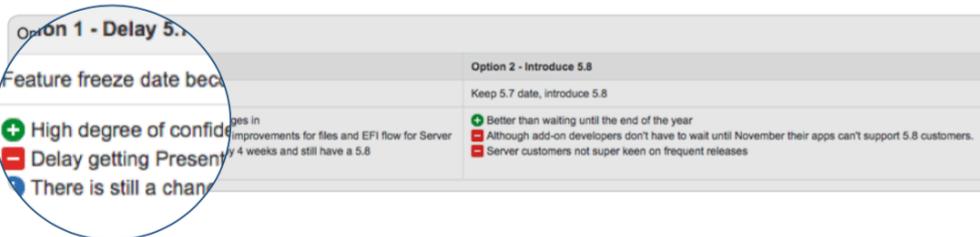
이제 의사결정 페이지를 본격적으로 설정하자. 첫 번째 열에 제목을 추가한다. 제목 2(Heading 2)를 추가하고 싶다면 'h2'라고 치면 된다.

나는 옵션을 표로 구성하는 방법을 선호한다. 표는 정보를 구성하고 페이지 가독성을 높이는 데 좋다. A 옵션에 대한 간단한 장단점 목록을 만들어 보자. 방법은 간단하다. 2 열에 5-6 행 정도 되는 표를 만들자. 필요하면 행과 열을 나중에 더할 수 있다.

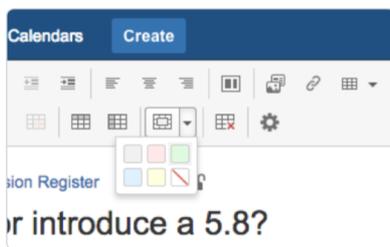


표의 첫 행에 열 제목을 입력한다. 그리고 와 이모티콘으로 목록을 작성한다. 체크 표시는 '(✓)', 마이너스 표시는 '(-)'로 입력한다.

(+)를 입력하면 플러스 기호 이모티콘이 더해진다. (-)라고 치면 마이너스 기호 이모티콘을 입력할 수 있다.



전문가 팁: 표에 색 넣기

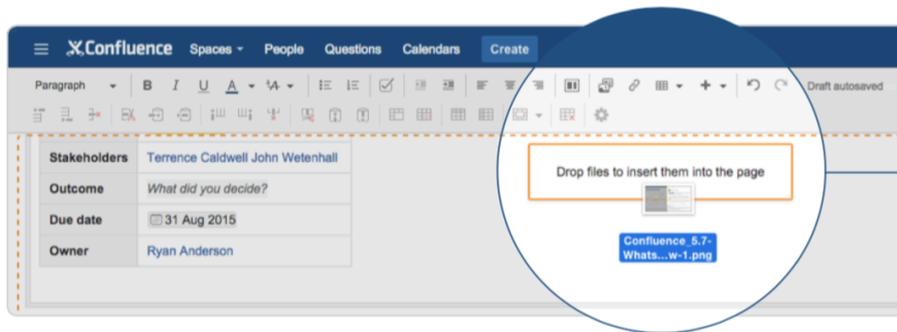


장단점 목록 부분에 색을 넣어주면 더 보기 좋은 표를 만들 수 있다.



## 시각 요소 추가

의사결정 페이지에 이미지를 넣어야 할 수도 있다. 컨플루언스에서는 이런 일도 쉽게 할 수 있다. 이미지가 컴퓨터에 있다면 그냥 끌어다 놓으면 된다. 컨플루언스 편집기에서 이미지를 인라인으로 떨어뜨리고 페이지에 첨부하면 된다.

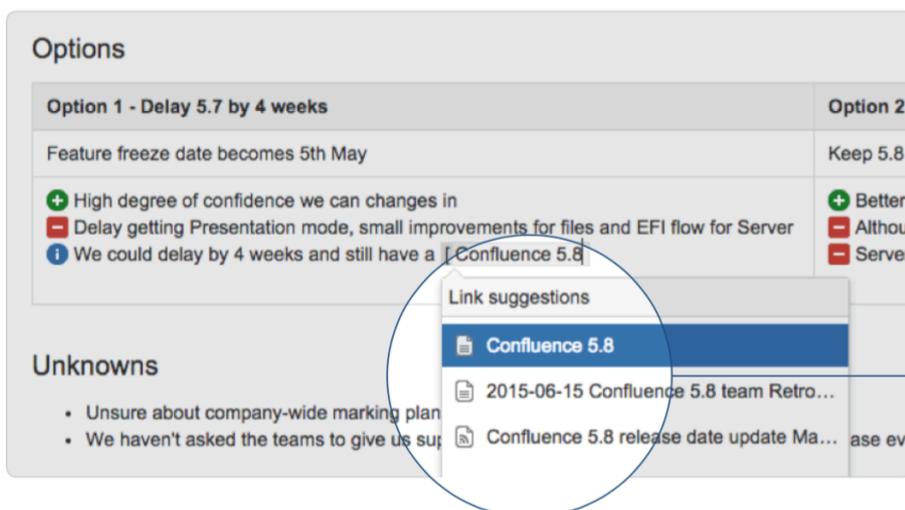


이미지나 파일을 끌어서 컨플루언스 편집기에 떨어뜨리면 페이지에 인라인으로 삽입할 수 있다.

## 다른 정보에 대한 링크

컨플루언스의 가장 큰 강점 중 하나는 링크 기능이다. 모든 업무 결과 및 문서가 컨플루언스에 들어있으면 손쉽게 링크하고 팀 동료들에게 알릴 수 있다. 의사결정을 위한 배경 정보를 제공할 때도 이 기능은 매우 유용하다. 특정 페이지에 대한 링크를 만드는 방법은 다양하지만, 여기에서는 가장 빠른 방법인 링크 자동완성 기능을 살펴 보겠다.

[를 치면 가장 최근에 봤던 페이지의 목록이 뜬다.



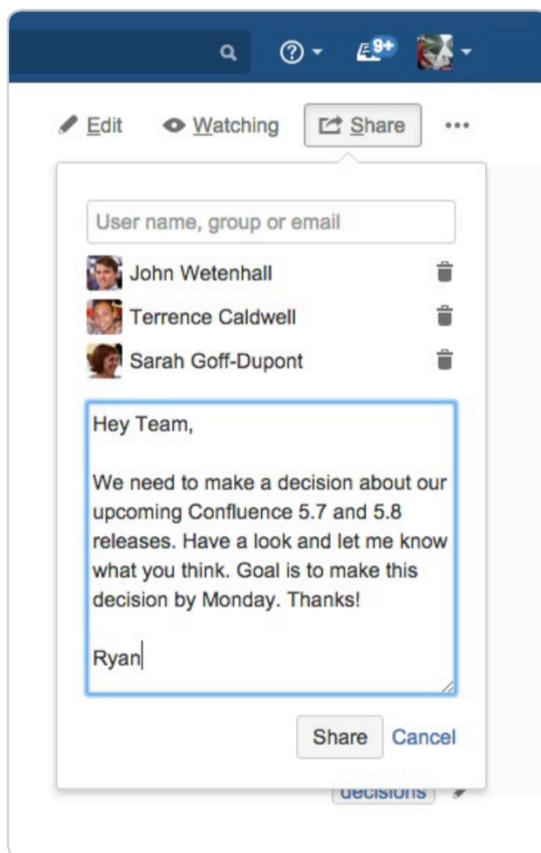
[를 입력하면 자동완성 기능이 작동하면서 연결할 페이지를 검색해 준다.

계속해서 타이핑을 하면 링크할 컨플루언스 페이지를 검색할 수 있다. 정말 간단하다.

컨플루언스 페이지 링크가 이미 있다면 편집기에 바로 붙여넣기만 하면 컨플루언스에서 자동으로 페이지 제목에 대한 링크로 변환해준다.

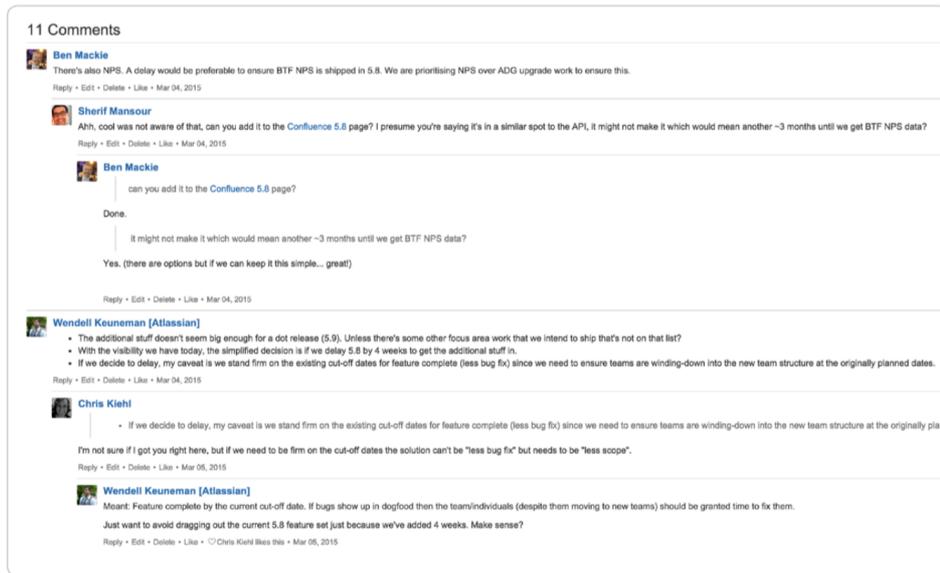
### 3 단계. 토론: 논의 및 공감대 형성

이미 @멘션으로 페이지를 이해당사자에게 공유하긴 했지만 원한다면 공유(Share) 버튼을 눌러서 페이지를 다시 공유할 수 있다. 이렇게 하면 팀 동료들에게 그 페이지를 방문하라는 메시지가 전송된다.

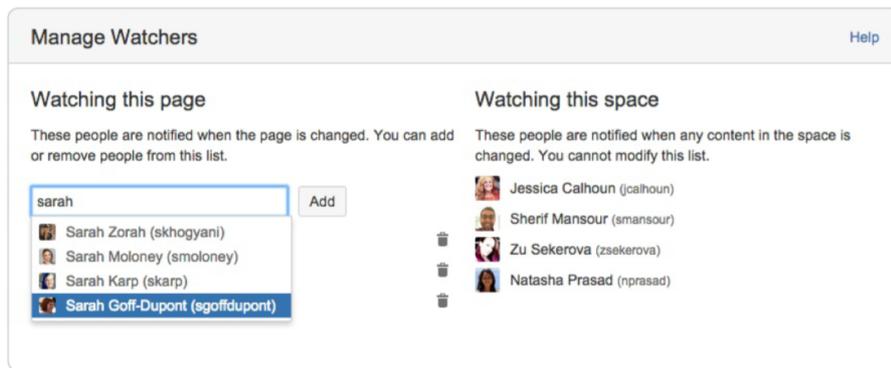


일단 의사결정 페이지에 사람들을 불러오기만 한다면 논의를 유도하는 건 쉬운 일이다. 누구든 커멘트를 남기거나 피드백을 남기거나 자잘한 내용을 추가하거나 가능한 해결책에 대해 논쟁을 벌이거나 공감대를 이끌어낼 수 있다. 모든 대화내용이 한 곳에 있기 때문에 해당 이메일 스레드를 찾아내기 위해 메일 수신함을 뒤지지 않아도 된다.

댓글은 페이지 맨 밑에서 달 수 있다.

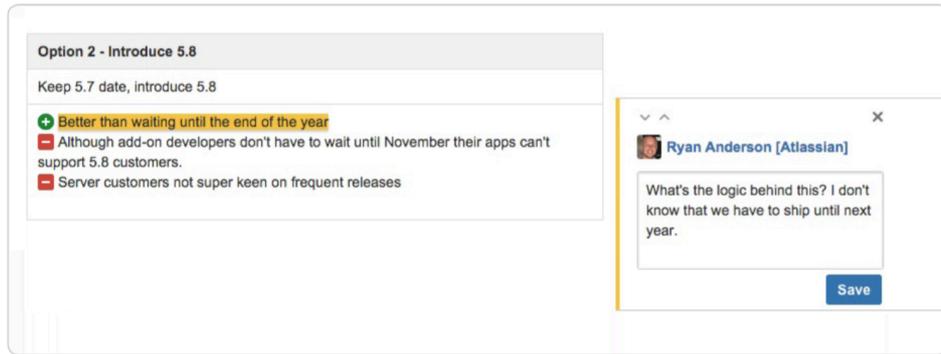


### 전문가 팁: 이해당사자를 페이지 관찰자(watcher)로 추가하기



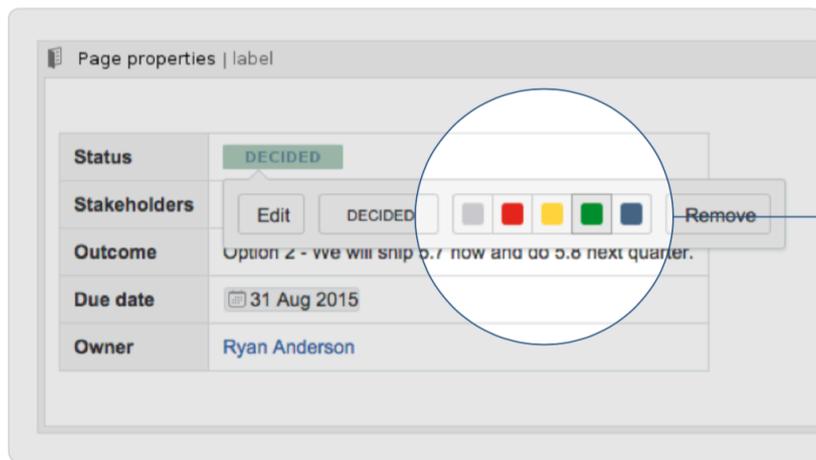
이해당사자 및 의사결정권자를 페이지 관찰자로 추가하자. 그러면 @mention 통보 또는 공유 통보를 받지 못한 경우에도 이해당사자들이 의사결정을 위한 논의를 시작하면 업데이트 내역을 바로 받아볼 수 있다.

커멘트를 인라인으로 남길 수도 있다. 보통 배경 정보에 들어있는 내용을 좀 더 분명하게 밝히거나 뭔가 지적할 필요가 있을 때 이렇게 한다. 페이지에서 원하는 텍스트를 강조하기만 하면 된다.



#### 4 단계. 기록: 모든 사람들에게 정보 제공

팀에서 어떤 의사결정을 내린 후에 기록을 남기는 것도 간단하다. 상태 매크로를 이용하여 의사결정 상태를 변경하여 의사결정과 관련된 모든 사람들에게 통보를 한다. 모든 사람들이 같은 내용을 알고 있을수록 더 수월하게 앞으로 나갈 수 있다.

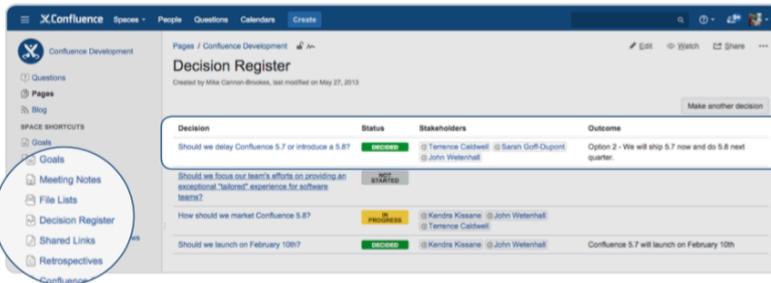


상태 매크로에서 녹색을 선택해서 의사결정이 끝난다는 것을 표시한다.

#### 5 단계. 수집: 모든 의사결정 내역을 한 곳으로

어떤 의사결정이 왜 그렇게 내려졌는지 확인해 보고 싶다면? 의사결정 템플릿에서는 자동으로 모든 의사결정을 다 모아 인덱스 페이지를 만들어 준다. 이렇게 돼 있으면 누구든 필요할 때 모든 의사결정을 찾아볼 수 있다.

공간 사이드바에서 팀의 모든 의사결정을 열어볼 수 있다.



각 공간에 대한 정보를 인덱스에서 확인할 수 있다.

## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

매크로를 쓰더라도 이런 페이지를 만들어내는 일이 두렵게 느껴질 수도 있다. 하지만 제대로 된 정보를 바탕으로 올바른 의사결정을 내릴 수 있다면 충분한 가치를 뽑아낼 수 있다. 이런 걸 만들어 두면 팀 사람들이 한 곳에서 내가 제시한 옵션을 논의할 수 있고, 따라서 길고 긴 회의나 지루한 이메일을 하지 않아도 된다. 장기적으로 본다면 한 번에 의사결정을 내릴 수 있다는 장점 덕에 삶이 나아질 것이다. 지금까지 배운 내용은 다음과 같이 정리할 수 있다.

- **페이지 레이아웃:** 몇 가지 서로 다른 열 레이아웃으로 페이지를 구성한다.
- **이모티콘:** 와  이모티콘으로 페이지에 색채를 더하자.
- **표:** 생각을 깔끔하게 정돈하는 데 도움이 된다.
- **이미지 추가:** 끌어다 놓기만 하면 이미지나 파일을 컨플루언스 페이지에 손쉽게 집어넣을 수 있다.
- **링크:** 모든 업무 내역이 컨플루언스에 들어있다면 자동완성 기능으로 손쉽게 관련 페이지를 링크할 수 있다.
- **커멘트:** 전체 내용에 대한 커멘트는 페이지 맨 뒤에 붙이면 되고, 특정 부분에 대한 커멘트는 인라인 커멘트로 넣으면 된다.
- **상태 매크로:** 색과 텍스트를 업데이트하여 의사결정이 끝난 사안을 표기한다.

## 4 장

# 팀 내부 기술문서 및 온보딩 문서

## 테렌스 켈드웰

성공적인 개발팀이라면 코드 품질은 그대로 유지하면서도 빠르게 움직일 수 있어야 한다. 분신을 만들 수는 없는 노릇일 텐데, 어떻게 하면 더 빠른 팀을 만들어낼 수 있을까?

두 가지 전략을 시도해 보자. 첫째, 새 멤버가 합류했을 때 업무에 적응하는 데 걸리는 시간을 줄인다. 둘째, 팀 내에서 기술적인 문제에 대한 답을 찾는 데 걸리는 시간을 제한한다.

물론 문서를 작성하는 데 시간을 보내기보다는 끝내주는 물건을 만드는 데 전념하고 싶긴 할 것이다. 하지만 팀에서 정말 좋은 제품을 만들어낼 수 있으려면 좋은 문서를 만들어줘야 한다. 컨플루언스를 쓰면 표준적인 기술 문서를 쉽게 생성하고 작성하고, 모두가 액세스하고 기여할 수 있기 때문에 이 모순을 어느 정도 해소하는 데 도움이 된다. 금세 문서화 머신으로 변신할 수 있을 것이다.

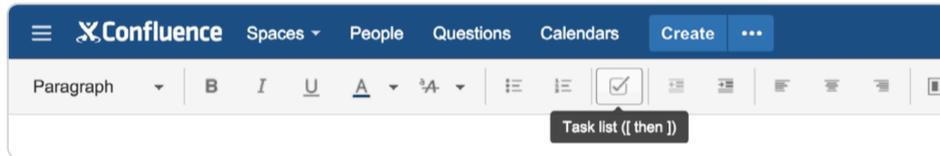
컨플루언스로 만들 수 있는 세 가지 표준적인 기술 문서를 살펴보자.

### 1. 온보딩 문서

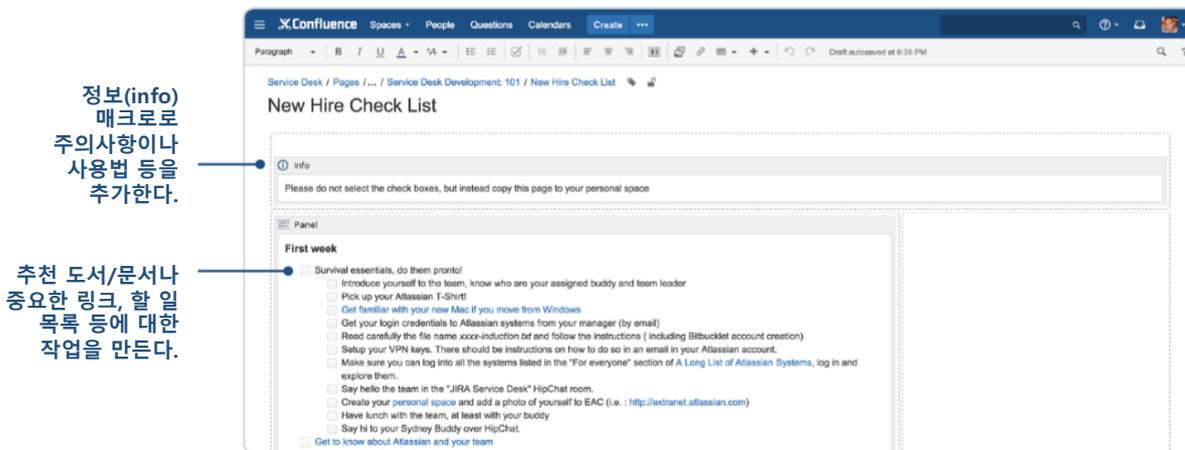
새로 합류한 사람들이 업무를 제대로 할 수 있도록 교육하는 일은 개발 속도 뿐 아니라 팀의 성공을 위해서도 매우 중요하다.

## 신규 개발자 체크리스트

새로 사람이 들어오면 작업 목록을 만들도록 하자. 어떤 컨플루언스 페이지에서든 편집기 도구모음에서 작업을 추가할 수 있다.



신규 입사자 작업 목록에서는 신규 입사자가 해야 할 일을 처리하는 방법과 도움이 될 만한 정보를 적어놓는다. 중요 시스템 및 애플리케이션에 로그인하는 방법, 사내 규정이나 팀 내 회의 참가자가 할 일과 같은 중요한 내부 정보에 대한 링크 등도 넣어둔다.



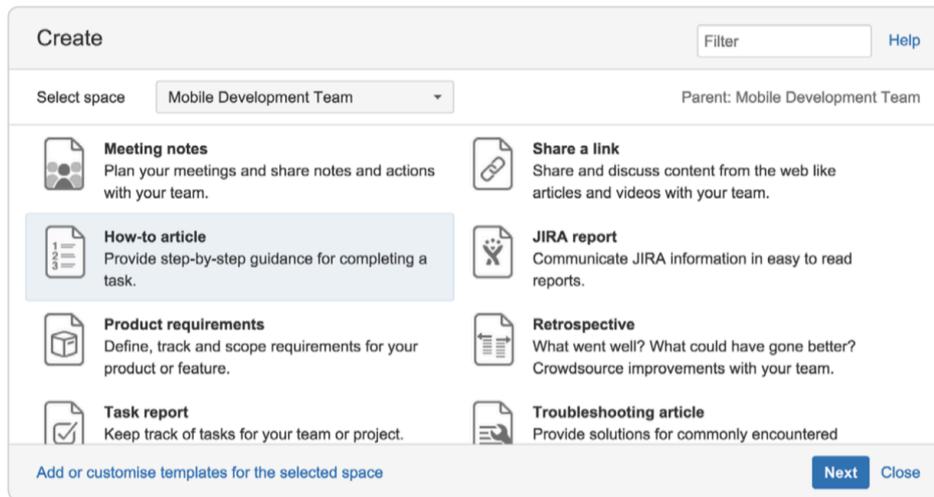
**전문가 팁:** 팀 공간 안에 범용 신규 직원 작업 목록을 만들어 두자. 새 멤버가 들어올 때마다 그 페이지를 복사해서 개인 공간으로 옮기도록 한다. 그러면 새 멤버는 그 작업 목록에 다른 작업을 추가하거나 개인적으로 각 항목에 대해 마감일을 지정할 수도 있다.

## 하우투 문서

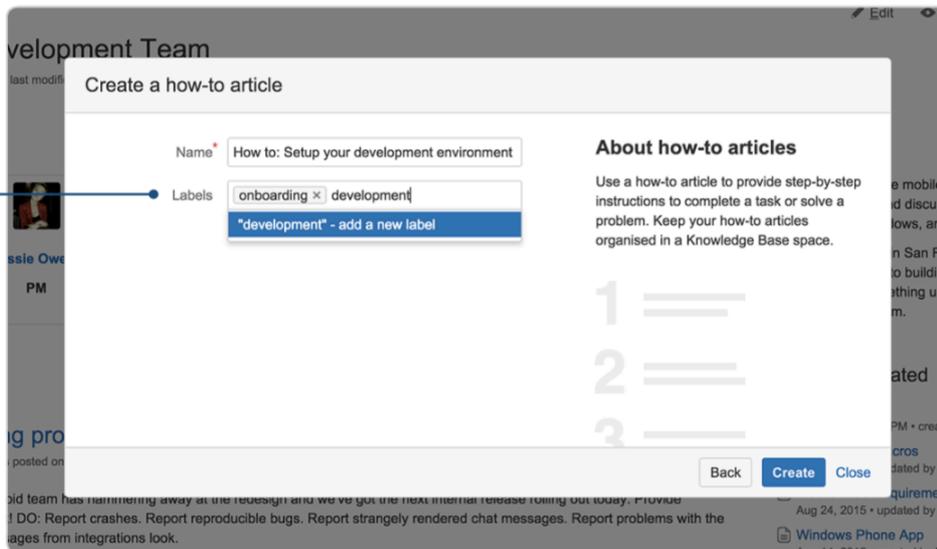
작업 목록은 방향을 제시하는 데는 좋지만 실제 일을 하는 방법을 가르쳐주진 못한다. 새로 온 사람이 실제 일을 배울 수 있도록 하우투(How-to) 문서가 필요하다.

컨플루언스에서 제공하는 기본 하우투 템플릿으로 시작해 보자. 기본 레이아웃을 제

공해주기 때문에 콘텐츠를 추가하는 데만 집중하면 된다.



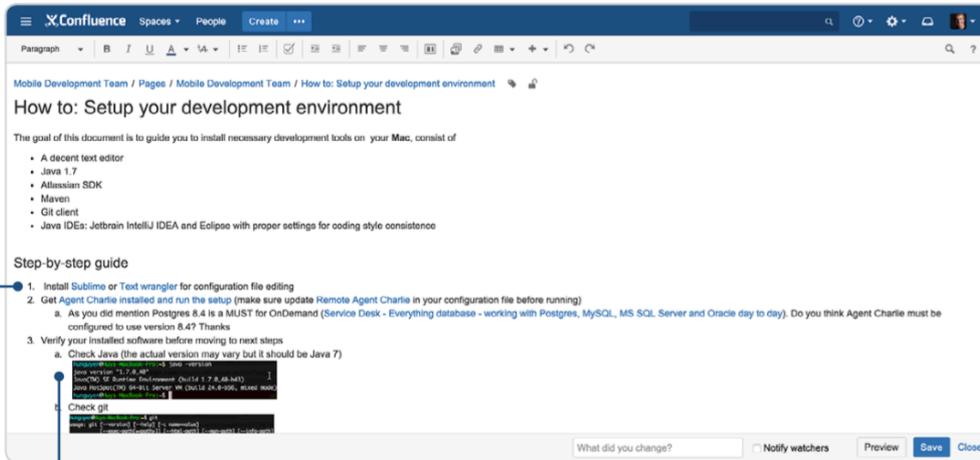
설명이 될 만한 레이블을 붙여서 OJT 문서를 정리한다.



**전문가 팁:** 새로 팀에 합류한 사람들을 위한 온보딩 문서에는 전부 "onboarding" 같은 식으로 똑같은 레이블을 붙여주자. 이렇게 모든 온보딩 문서에 같은 레이블을 붙여두면 레이블별 콘텐츠 매크로(content by label macro)를 써서 중앙 저장소를 생성할 수 있다.

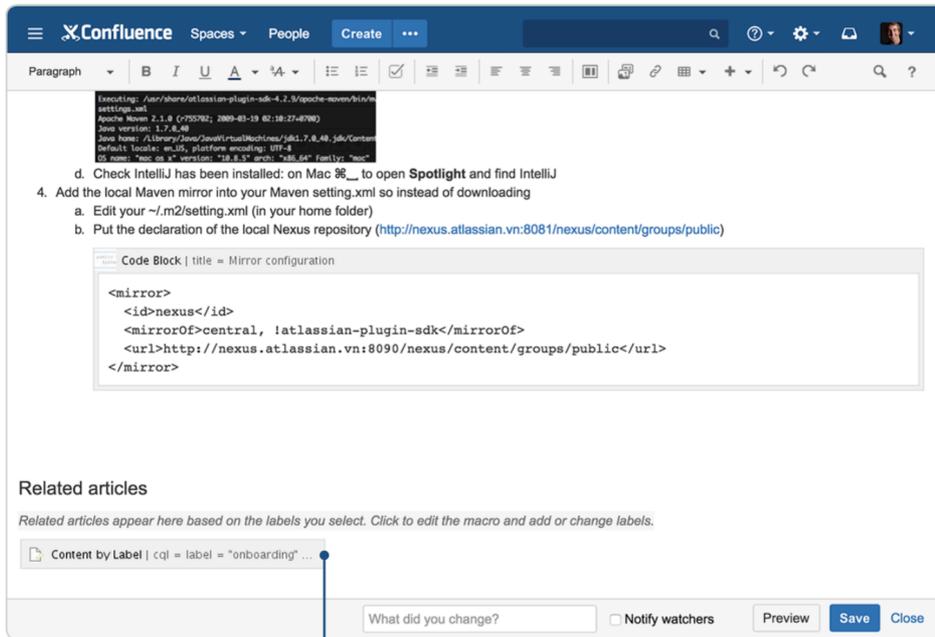
페이지 내용상 필요하다면 이미지, 코드 블록, 관련 웹 콘텐츠에 대한 링크 등을 추가해주는 것도 잊지 말자.

하우투 청사진에는 단계별 가이드용 목록이 포함되어 있다.



시각자료가 필요하다면 이미지를 페이지에 끌어놓으면 된다. 이 이미지는 IDE에서 가져온 스크린샷이다.

페이지 맨 아래쪽을 보면 Content by Label 매크로가 있다. 이 매크로는 현재 공간에서 같은 레이블이 붙어있는 모든 페이지를 자동으로 끌어오는 기능을 한다.



Content by Label 매크로를 쓰면 같은 레이블이 붙은 페이지를 모두 보여줄 수 있다.

페이지를 저장하고 나면 같은 레이블이 붙은 페이지 목록이 동적으로 생성되는 것을 확인할 수 있다.

모두  
"onboarding"  
이라는 레이블이  
붙은 페이지인데,  
페이지 맨 아래  
자동으로  
추가된 목록이다.

d. Check IntelliJ has been installed: on Mac to open **Spotlight** and find IntelliJ

4. Add the local Maven mirror into your Maven setting.xml so instead of downloading

- Edit your `~/.m2/settings.xml` (in your home folder)
- Put the declaration of the local Nexus repository (`http://nexus.atlassian.vn:8081/nexus/content/groups/public`)

```

<mirror>
  <id>nexus</id>
  <mirrorOf>central, !atlassian-plugin-sdk</mirrorOf>
  <url>http://nexus.atlassian:1098/nexus/content/groups/public</url>
</mirror>
    
```

**Related articles**

- How to: Work with the REST API
- How to: Conduct Code reviews
- How to: Develop plugins
- How to: Setup your development environment

Like Be the first to like this onboarding kb-how-to-article

Write a comment...

## 2. 애플리케이션 및 네트워크 아키텍처 문서

이 문서들은 팀 전체가 항상 볼 수 있도록 해 놓아야 한다. 컨플루언스에서 아키텍처 문서를 준비하는 방법을 살펴보자.

Gliffy 같은  
다이어그램 도구로  
쉽게 편집할 수 있는  
리치 다이어그램을  
집어넣는다.

Mobile Development Team / Pages / Mobile Development Team / Teams in Space architecture

### Teams in Space architecture

This page provides a very high level overview of Teams in Space's dependencies and the role each one plays in Teams in Space. This page makes references to external resources (websites, books) where one can find more information.

#### Technical Introduction to Teams in Sapce

Teams in Space is a web application written in Java. It is deployed as a standard **Java WAR** file into a java Servlet Container such as **Tomcat**.

gliffy Diagram | name = ts-architecture

#### Entity Engine and working with the Teams in Space database

Teams in Space uses Entity Engine module of the **ORBiz** suite to communicate with the database. You can learn more about the Entity Engine by reading its [online documentation](#).

If you are using Teams in Space's API you will notice that a lot of code deals with `GenericValue` objects. The `GenericValue` is an ORBiz entity engine object. Each `GenericValue` object represents a record in the database.

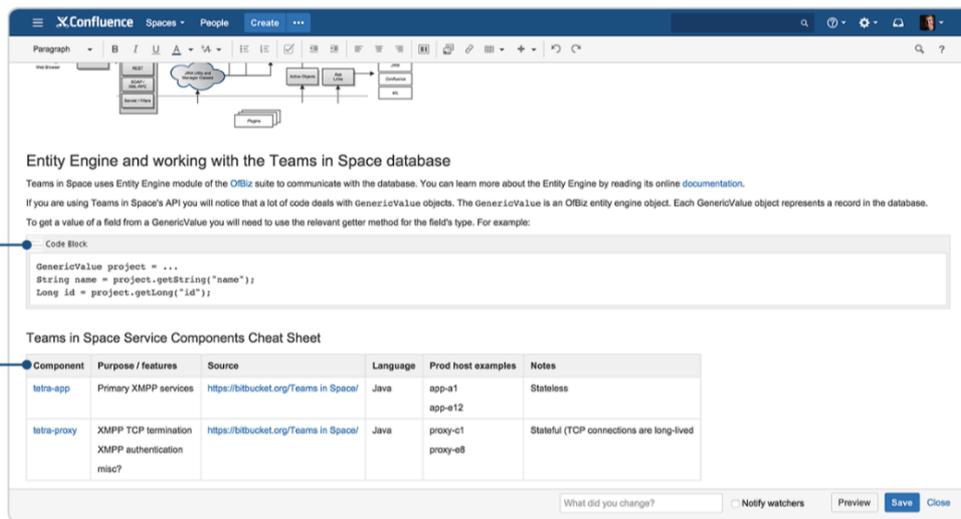
What did you change? Notify watchers Preview Save Close

**전문가 팁:** 아키텍처 다이어그램을 넣을 때는 다이어그램 작성 도구를 사용하자. Atlassian 마켓플레이스에 이런 용도로 안성맞춤인 것으로 [Gliffy](#) 와 [Draw.io](#) 가 있다. 둘 다 컨플루언스 내부에서 다이어그램을 편집할 수 있는 애드온이다. 이 둘 외에 [websequencediagrams.com](#) 도 간단한 관계형 다이어그램을 그리고 이미지로 첨부하는 용도로 종종 사용한다.

아키텍처 문서에서 가장 중요한 부분은 다이어그램, 구성요소, SDK, API 및 관련 문서를 전부 한 곳에서 참조할 수 있는가 하는 점이다. 이런 문서에는 상황에 따라 정보가 많이 담겨있을 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다. Atlassian 에서는 이런 모든 정보를 표에 집어넣는다. 표는 페이지에 쉽게 집어넣을 수 있으면서도 유연하게 써먹을 수 있다. **표 도구 메뉴(table tools menu)**에서 열이나 행을 더하거나 잘라낼 수 있고, 셀을 합치거나 강조할 수도 있다.

코드 블록 매크로 (code block macro)로 코드 조각을 참조한다.

표를 만들고 구성요소 및 주요 링크와 비교사항을 채워넣는다.

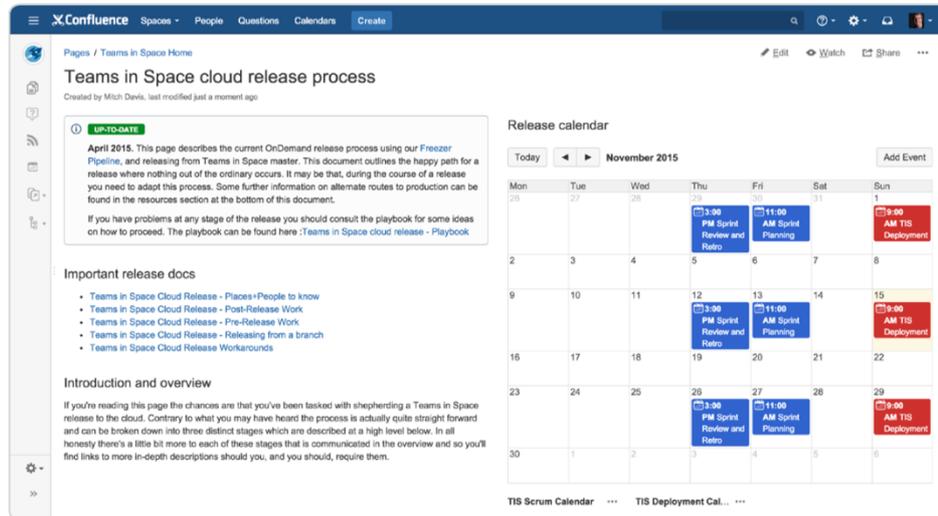


온보딩 콘텐츠와 마찬가지로 모든 관계형 아키텍처 문서에 같은 레이블을 붙여서 정리해두면 좋다.

### 3. 릴리즈 절차에 관한 문서

컨플루언스에서 만들어서 모아줘야 할 또 다른 문서로 릴리즈 준비 및 릴리즈 절차에 관한 문서가 있다. 이 문서는 릴리즈를 자연스럽게 마무리하는 방법을 정리한 것으로, 연속적인 개선의 문화를 구축하는 데도 도움이 된다. 보통 새로운 방법을 도입하고 절차를 개선하다 보면 이 문서도 꾸준히 업데이트해야 한다. 따라서 항상 최신

판을 열어볼 수 있도록 해야 하는데, 컨플루언스에서는 이런 작업이 자연스럽게 이뤄진다.

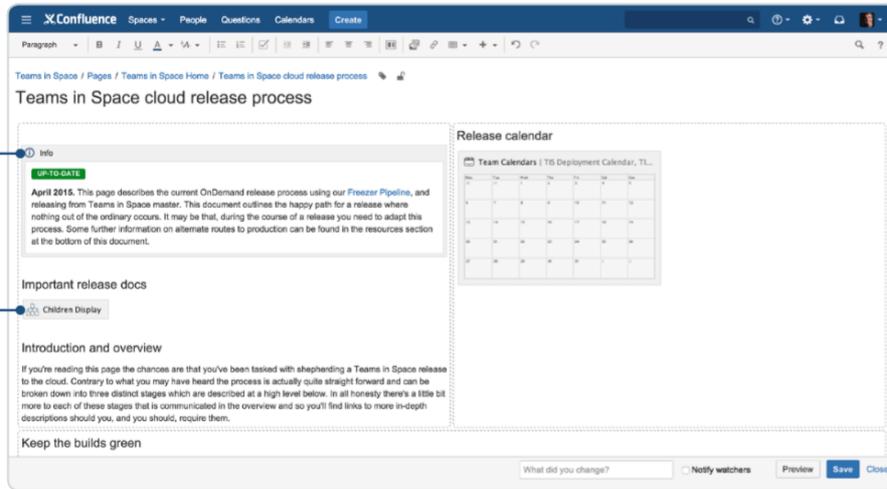


릴리즈 절차에 관한 문서에서 가장 중요한 세 가지를 꼽자면 다음과 같다.

- 지속적인 수정 및 개선:** 각각의 릴리즈가 진행될 때마다 팀에서 배우는 게 있어야 한다. 개발 속도와 릴리즈 간격을 개선해 가면서 관련 문서도 현 상황에 맞게 수정해야 한다. Atlassian에서는 정보 매크로를 써서 페이지의 중요도를 표시한다.
- 관련 문서 한 군데로 모으기:** 주요 이해당사자, 가능성 있는 차선택, 릴리즈 전후로 필요한 모든 송수신 내역 등을 모두 문서로 남겨야 한다. Atlassian에서는 각각의 정보를 별도의 자식 페이지에 저장한다. 이렇게 연관성이 있는 페이지들을 한꺼번에 보여주려면 페이지 맨 위에 자식 보여주기(children display) 매크로를 추가하면 된다. 이 매크로를 사용하면 홈페이지의 모든 하위페이지를 보여주기 때문에 필요한 페이지를 빠르게 열어볼 수 있다.

정보(info) 매크로로  
중요 공지를 띄우거나  
이 문서가 최신판인지  
등을 보여준다.

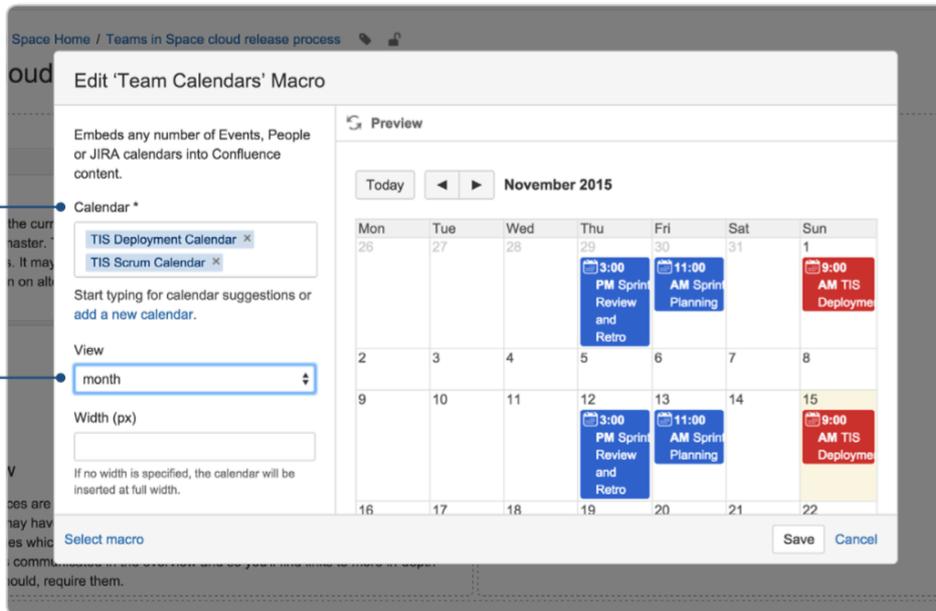
메인 릴리즈 절차 페이지  
에 모든 관련된 자식 페이  
지를 표시한다.



3. **절차 시각화:** 팀 캘린더(Team Calendar)는 컨플루언스 애드온 가운데 하나로, 팀 휴가나 JIRA 릴리즈 및 기타 이벤트를 한 곳에서 간편하게 추적하는 용도로 쓰인다. 릴리즈 마감일 페이지에 캘린더를 집어넣어서 모든 팀원들이 릴리즈 날짜를 주지하고 해당 날짜에 팀 전체가 준비될 수 있는지 확인하여 혼선이 발생하는 것을 미리 방지하도록 하자. 캘린더는 월이나 주 단위 또는 타임라인에 맞춰 볼 수 있다.

팀 캘린더(Team  
Calendar)  
매크로로 집어넣을  
캘린더 선택

페이지에서  
캘린더를 표시할  
방식을 선택



## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

신뢰할 만한 문서를 많이 만들어서 한 군데 잘 모아놓는다고 해서 개발팀이 저절로

훌륭해지는 건 아니겠지만, 더 빠르게 움직일 수 있는 팀을 만드는 데, 그리고 괜찮은 팀을 끝내주는 팀으로 만드는 데는 분명 도움이 된다. 이번 장에서 배운 내용을 간단하게 정리해 보자면 다음과 같다.

- **작업 목록 페이지 작성:** 새로 합류한 모든 팀원들을 위한 온보딩 작업 목록을 만들어 둔다.
- **하우투 문서 템플릿:** 기본으로 내장된 하우투 문서 페이지 템플릿으로 개발 관련 중요 하우투 가이드를 빠르게 작성할 수 있다.
- **레이블별 콘텐츠 매크로:** 같은 레이블이 붙어있는 모든 페이지를 묶어준다.
- **다이어그램 애드온:** 컨플루언스 안에서 바로 다이어그램을 생성하고 편집하고 공유한다.
- **코드 블록 매크로:** 어떤 프로그래밍 언어의 코드든 코드 조각을 페이지에 끼워넣을 수 있다.
- **자식 디스플레이 매크로:** 부모 릴리즈 절차 페이지 밑에 있는 모든 자식 페이지를 보여준다.
- **정보 매크로:** 페이지 맨 위에 눈에 띄는 공지나 안내사항 등을 띄운다.
- **팀 캘린더 애드온:** 릴리즈 날짜, 팀 휴가 및 기타 이벤트를 캘린더로 보여준다.

## 5 장

# 릴리즈 계획 페이지 만들기

## 존 웨텐홀

제품 릴리즈를 위해서는 아주 많은 업무량이 투입되며, 개인 및 팀 사이의 업무를 조율하는 일도 중요하다. 릴리즈 관리를 전담하는 코디네이터를 두는 곳도 있고, 개발자나 제품 매니저 또는 프로젝트 매니저가 릴리즈 계획을 책임지는 곳도 있다.

Atlassian 에서는 각 릴리즈를 위해 필요한 모든 업무 및 정보를 구성하고, 다른 사업과 관련된 내용을 소통하기 위한 용도로 [컨플루언스](#)를 사용한다.

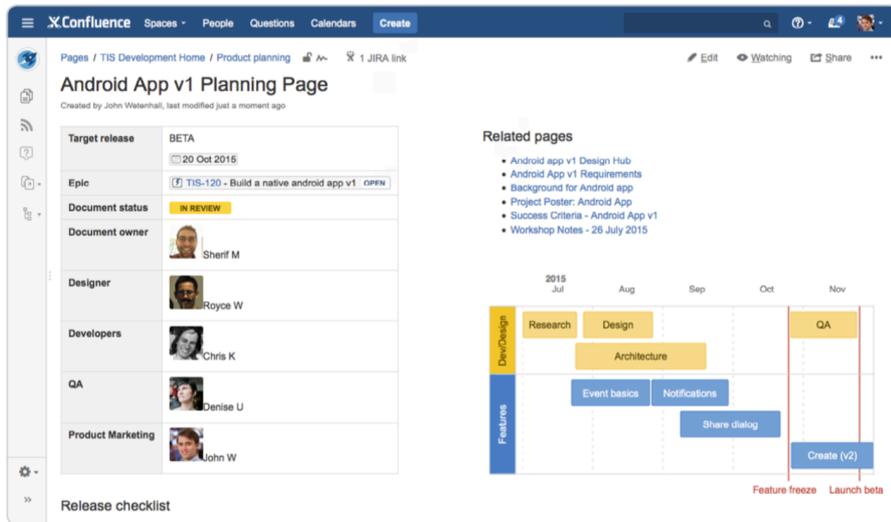
얼마 전에 우리가 어떤 식으로 릴리즈에 접근하는지, 릴리즈에 필요한 것은 무엇인지, 그리고 그것들을 어떻게 구성하는지 등에 관한 글을 남긴 적이 있다. 이번 장에서는 끝내주는 릴리즈 계획 페이지를 구축하는 방법에 대해 알아보도록 하겠다. 이 페이지를 만들면 다음과 같은 일을 하는 데 도움이 된다.

- **파악:** 핵심 목표, 인력, 고수준 로드맵을 파악한다.
- **수집:** 모든 관련 배경 정보 및 진행중인 업무를 수집한다.
- **추가 정보 제공:** 동료들에게 JIRA 에 있는 상세한 내용 및 기타 관련 페이지에 대한 정보를 제공한다.

릴리즈와 관련된 일을 하는 모든 사람들이 처음부터 같은 내용을 숙지할 수 있도록 하자. 다음과 같은 단계를 밟아가면 끝내주는 릴리즈 계획 페이지를 만들 수 있다.

### 1 단계: 핵심 상세 정보를 파악한다.

릴리즈 관련 인물, 릴리즈 목표 및 예상 산출물 등의 정보를 릴리즈 계획 페이지를 열어보는 사람이라면 누구든 빠르게 파악할 수 있도록 만들어야 한다. 작업이 끝나고 나면 페이지 맨 위쪽은 다음과 같이 구성될 것이다.



빈 페이지를 생성한 다음 핵심 정보를 집어넣을 2열 페이지 레이아웃을 추가한다. 페이지 레이아웃은 다음과 같이 편집기 도구모음에 들어있다.

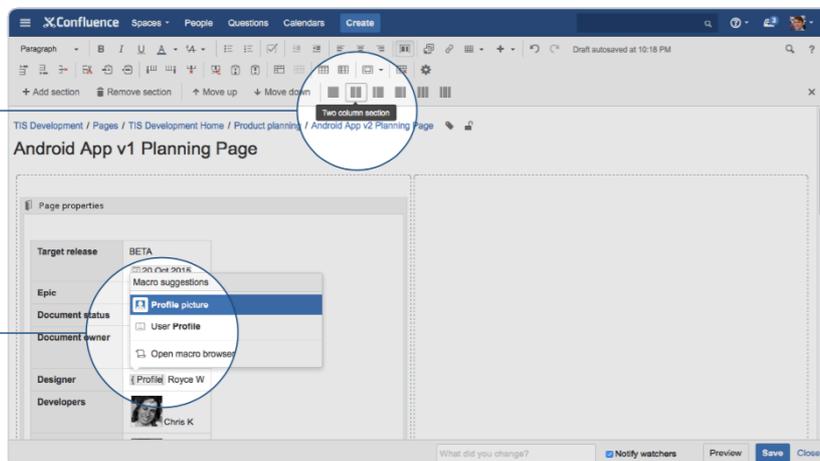


누가...

왼쪽에 릴리즈의 고수준 상세정보를 표시할 표를 추가하자. 프로필 사진(profile picture) 매크로를 이용하는데, 매크로 브라우저에서 찾아도 되고 {를 누른 다음 "profile picture"를 입력해도 된다. 이 매크로는 프로필 사진을 표시해준다. 이름 옆에 사진을 표시해 주면 이름과 얼굴을 매칭시킬 수 있어서 원격 팀 업무를 한다든가 할 때 도움이 된다. @멘션에서 사람 이름 위에 커서를 올리면 좀 더 자세한 정보를 볼 수 있다.

2열 페이지 레이아웃으로 구성한다.

프로필 사진(Profile picture) 매크로로 이름 옆에 프로필 사진을 보여준다.



**전문가 팁:** 표를 페이지 속성(page properties) 매크로 안에 집어넣으면 모든 릴리즈의 핵심 상세정보가 요약되어 들어간 [보고서를 생성](#)할 수 있다.

### 무엇을...

릴리즈 이름이라든가 예상 출시일, 계획 페이지의 상태, 릴리즈의 상태 같은 주요 상세정보도 넣어줘야 한다. 페이지나 개별 라인 아이템의 상태는 [상태 매크로](#)로 표시하면 된다. 편집기 도구모음에서 "Insert more content" 버튼을 눌러서 찾을 수도 있고 { 버튼을 눌러서 찾을 수도 있다. 상태가 바뀐 것을 표현하기 위해서 텍스트와 색을 바꾸자.

계획 페이지 상태의 예: **DRAFT** **IN REVIEW** **CURRENT**

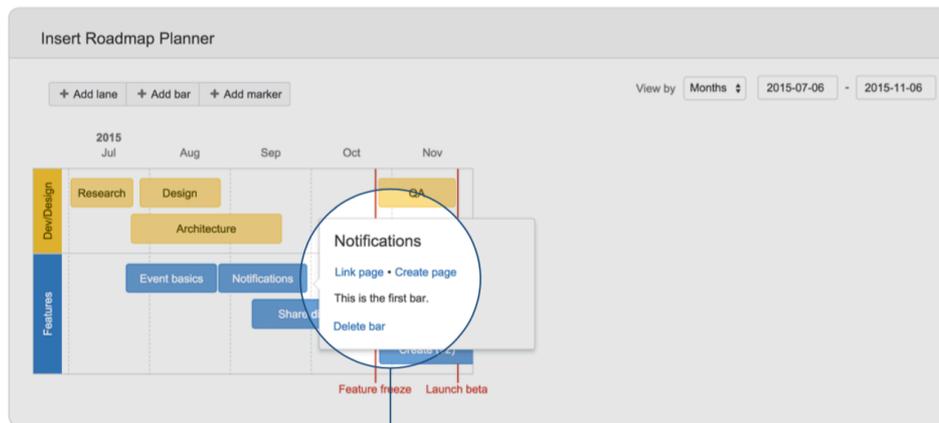
릴리즈 상태의 예: **PLANNING** **IN PROGRESS** **AT RISK** **SHIPPED**

릴리즈의 핵심 목표나 기타 참고사항(열띤 토론 끝에 릴리즈에 추가하지 않기로 결정한 항목에 관한 내용 등)도 추가하자. 팀 내에서 목표를 정한 배경 정보가 들어있는 의사결정 페이지 등에 대한 링크를 넣어주는 것도 좋다.

## 2 단계: 계획 시각화

로드맵을 그려보면 여러 업무흐름이 어떻게 서로 맞물리게 될지 간략하게 파악하기도 좋고, 팀 안팎에서 타이밍에 관해 소통하는 데도 유용하다. Atlassian에서는 [컨플루언스의 로드맵 매크로](#)로 계획을 시각화한다. (데이터 주도 로드맵을 만들고 주어진 자원으로 무엇이 가능할지 판단하고 싶을 때는 [JIRA 용 포트폴리오](#)를 이용한다.)

로드맵 매크로도 다른 매크로와 같은 방법으로 넣으면 된다. 업무 흐름에 대해서는 레인을 추가하면 되고, 에픽에 대해서는 막대를, 마일스톤에 대해서는 마커를 추가하여 원하는 대로 꾸밀 수 있다. 막대를 움직여 가면서 여러 다른 타이밍을 만들어 보고, 끌어올려서 크기를 조정할 수도 있다.



다른 컨플루언스 페이지로 연결하거나 자세한 설명을 추가할 수 있다.

막대로 집어넣은 특정 에픽이나 기능에 대해 좀 더 상세한 정보를 제공하고 싶다면? 막대에 링크를 연결해 주면 된다. Atlassian에서는 보통 관련된 상세한 내용이 들어있는 제품 스펙에 대한 링크를 연결해준다. 만약 계획이 바뀌면 로드맵을 바꿔야 한다는 점도 잊지 말자. 계획을 수정한 다음 로드맵도 편집해줘야 한다.

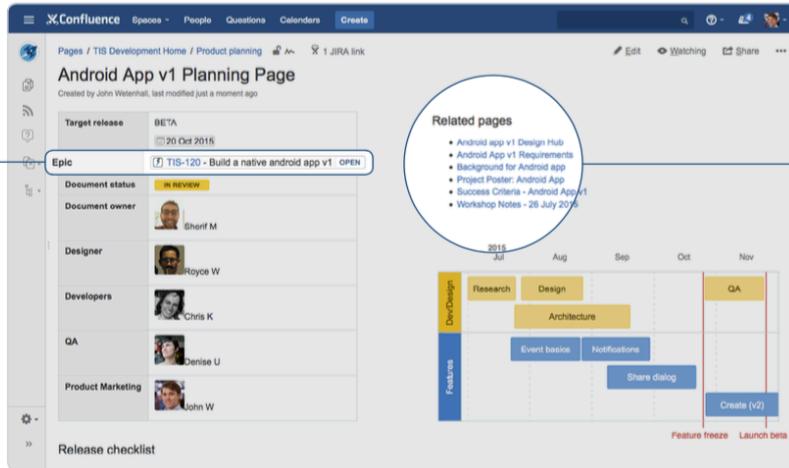
### 3 단계: 점 잇기

릴리즈 계획 페이지에서 마지막으로 해야 할 일은 사람과 그 사람이 필요로 하는 정보를 이어주는 일이다. 릴리즈 절차에 따라 방법이 다양할 수 있을 텐데, 여기에서는 몇 가지 기본적인 팁을 살펴보겠다.

우선 [JIRA](#) 링크를 맨 위에 있는 표에 복사하여 붙여서, 릴리즈 페이지를 해당 릴리즈와 관련된 업무를 추적하고 있는 JIRA 에픽에 연결한다. 이번 릴리즈에서 여러 에픽이 필요하면 아래쪽에 표를 따로 추가해서 연결해도 된다. 이슈도 복사하여 붙여서 최신 상태가 동적으로 갱신되어 표시될 수 있도록 하자.

다음으로는 맨 위 오른쪽 열, 로드맵 위, "관련 페이지(Related Pages)"라는 제목 아래에 [자식 표시\(children display\) 매크로](#)를 추가한다. 이렇게 하면 릴리즈 계획 페이지의 자식 페이지(또는 하위 페이지)가 표시된다. 매크로 편집기에서 보여줄 페이지 수와 콘텐츠를 지정할 수 있다.

관련 JIRA 에픽 링크를 복사하여 붙여서 계획 페이지를 실제 업무 추적 부분과 연결한다.



관련 페이지를 계획 페이지의 자식 페이지로 묶어준 다음 자식 표시 매크로로 표시해 준다.

팀원들에게 릴리즈와 관련된 페이지는 전부 계획 페이지의 자식 페이지로 만들어달라고 부탁해 두면 손쉽게 자동으로 한 군데 모을 수 있다. 계획 페이지를 만들기 전에 먼저 만들었던 페이지도 관련 페이지로 지정할 수 있다. 맨 오른쪽 위에 있는 "... 드롭다운 목록에서 페이지를 옮기면 된다.

릴리즈와 관련하여 일반적으로 다음과 같은 페이지들을 만들게 된다.

- **디자인 허브:** 관련 UX/UI 디자인 용
- **경쟁사 동향:** 다른 도구에서 같은 문제를 해결하는 방법 정리
- **분석:** 사용을 어떤 식으로 측정할 것인가? 다른 기능의 사용에는 어떤 식으로 영향을 끼치게 될까?
- **성공 요건:** 어떤 목표치에 도달해야 할까?
- **워크샵 노트:** 관련 스파이크 및 워크샵의 내용 정리
- **사용자 테스트:** 새 기능에 대한 사용자 테스트 계획 및 관련 노트

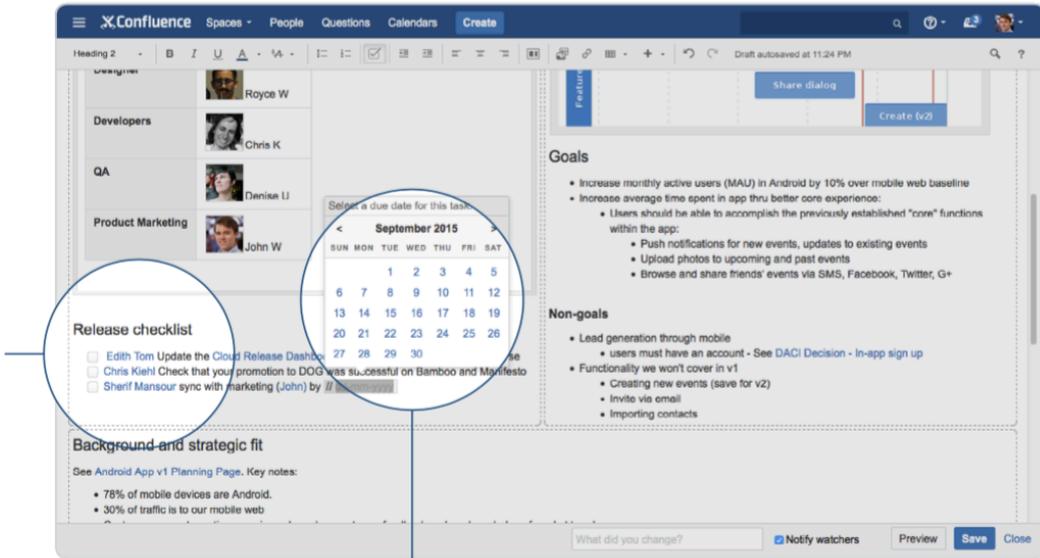
마지막으로 누구나 필요한 추가정보를 얻을 수 있도록 2 열 섹션 아래쪽에 링크와 콘텐츠를 추가하는 것도 좋다. Atlassian 에서는 보통 다음과 같은 정보를 추가한다.

- 고객들을 위해 해결할 문제 요약
- 공개 이슈 트래커 JIRA 에 있는 관련된 기능 요청에 대한 링크
- 이 릴리즈에서 필요한 에픽에 대한 고수준 뷰
- 이 릴리즈와 관련된 미해결 질문 목록

이제 마지막으로 작업 기능으로 릴리즈 체크리스트를 추가해 보자. 편집기 도구모음

에서 체크 박스를 선택하거나 “[”를 입력한 다음 ”]”를 입력하여 **작업 목록을 생성**한다. @멘션으로 작업을 특정 인물에게 할당할 수도 있고 “//”를 입력하여 마감일을 지정할 수도 있다. 이렇게 간단하게 작업 목록을 만들어 두면 릴리즈하기 전에 사소한 사항을 빼먹는 일을 방지할 수 있다.

간단한 릴리즈 체크리스트를 곁하여 페이지 내에서 작업을 바로 할당한다.



“//”를 입력하여 작업 마감일을 설정한다.

이렇게 해 주면 릴리즈 계획, 그런 계획을 한 이유, 관련된 인물, 타임라인 계획, 추가 정보에 대한 링크 등을 담고 있는 페이지를 만들 수 있다.

## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

매크로도 많이 써야 하고 넣어야 할 내용도 다양하기 때문에 어려워 보이긴 하지만, 일단 만들어놓고 나면 정말 유용하다. 지금까지 배운 내용을 간단하게 정리하면 다음과 같다.

- **페이지 속성 매크로:** 맨 위에 있는 표를 이 매크로 안에 넣어주면 릴리즈 페이지를 손쉽게 모아줄 수 있다.
- **페이지 레이아웃:** 다양한 열 레이아웃으로 문서를 구성할 수 있다.
- **프로필 사진 매크로:** 이름 옆에 프로필 사진을 붙여준다. 원격 팀의 경우에 사용하면 좋다.
- **상태 매크로:** 상태를 보여줄 수 있다. 색상이 다양한 레이블을 붙여준다.
- **로드맵 매크로:** 몇 번 클릭만으로 시각적인 로드맵을 만들 수 있다.
- **JIRA 링크:** 컨플루언스 페이지를 JIRA의 프로젝트 및 에픽하고 연결해준다.

- **자식 표시 매크로:** 관련된 페이지를 보여준다. 릴리즈 관련 정보를 계획 페이지 밑에 구성하면 좋다.
- **작업 목록:** 자질구레한 일들을 빼먹지 않도록 작업을 할당할 수 있다. 마감일도 지정할 수 있다.

## 6 장

# 스프린트 회고 및 데모 페이지 만들기

사라 고프-듀폰

*“공유하지 않은 지식은 버려진 지식이다.”*

*– 정말 똑똑한 우리 회사 동료*

우리처럼 소프트웨어를 만드는 사람들은, 감히 말하건데, 태성적으로 게으르다. 게으르지 않다면 컴퓨터에게 반복적인 일을 대신 하라고 시키는 걸로 먹고 살지는 않을 테니 말이다. 꾸준히 일하는 방식을 개선하고 더 나은 제품을 만들어내는 것도 결국은 이런 게으름 때문이다. 그래야 우리도 그렇고 우리 고객도 그렇고 더 편하게 살 수 있기 때문이다.

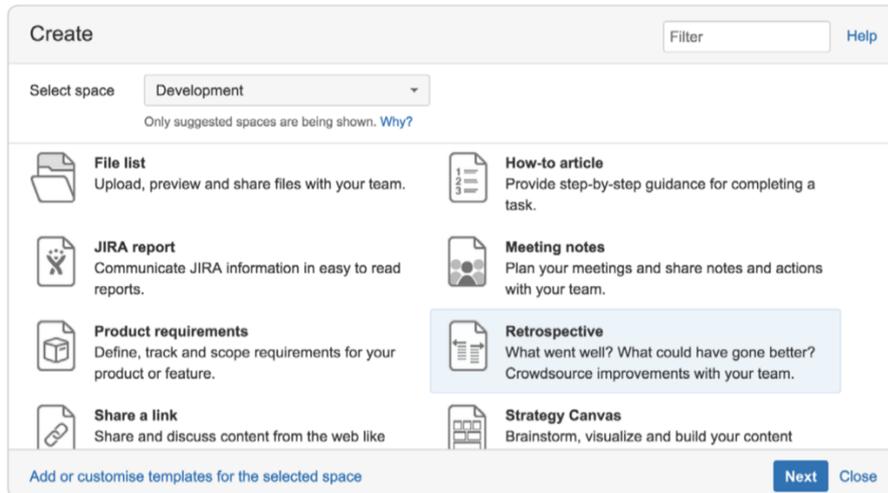
하지만 똑같은 걸 계속해서 다시 배워야 한다면 배우고 개선시키는 일이 정말 힘들어진다. 아마 태고적부터 사람들은 이 사실을 알고 있었기 때문에 뭔가를 기록하는 습관을 가지게 되었을 것이다. (이런 전략적인 게으름이 소프트웨어를 만드는 사람들에게만 국한된 특징은 아닐 테니 말이다.) 다행히도 현대인인 우리에게 **컨플루언스**가 있기 때문에 고생스럽게 돌판 위에 글씨를 새길 필요는 없다.

소프트웨어를 만드는 사람들은 팀 내에서, 그리고 우리 제품과 관련하여 더 많은 것을 배우는 데 있어서 스프린트 회고와 데모에 크게 의존한다. 배운 것을 기록하고 팀 외부에까지 공유하기 위한 페이지를 만드는 방법을 알아보자.

### 스프린트 회고

컨플루언스에서는 **회고 템플릿(Retrospective Blueprint)**을 제공한다. 혹시 템플릿을 처음 사용해 보는 거라면 화면 맨 위에 있는 **생성(Create)** 버튼 옆에 있는 ...를 누른 다음 **Retrospective** 를 선택하고 **다음(Next)** 버튼을 누른다. 그러면 페이지 제목을 입력

하고 참가할 팀 멤버를 선택하는 화면이 뜬다. 참가자는 페이지에서 @멘션으로 지정 되기 때문에 컨플루언스에서 자동으로 그 사람들에게 공유를 해 준다.

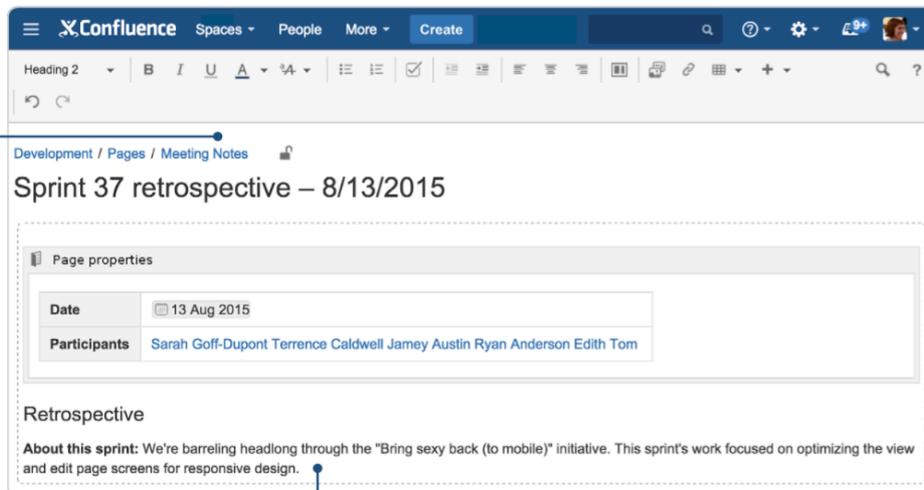


내용을 다 넣은 다음 대화상자 맨 아래 있는 생성(Create) 버튼을 클릭하면 새 페이지가 열린다. 이 템플릿에서 페이지를 몇 개의 서로 다른 레이아웃으로 만들어진 섹션으로 나눠주는 것을 확인할 수 있다. 맨 위하고 맨 아래 섹션은 1 열로, 중간 섹션은 2 열로 이루어진다.

### 무대 설정

템플릿이 그렇게 만들어져 있는 건 아니지만 나는 해당 페이지를 나중에 (한 달이 될 수도 있고 1 년이 될 수도 있다) 열어도 잘 기억할 수 있도록 이 스프린트가 어디에 초점을 맞추고 있는지 설명하는 내용을 한 두 문장 정도로 적어두는 걸 선호한다.

쉽게 찾을 수 있도록 모든 회의록을 한 부모 페이지 밑에 넣는다.

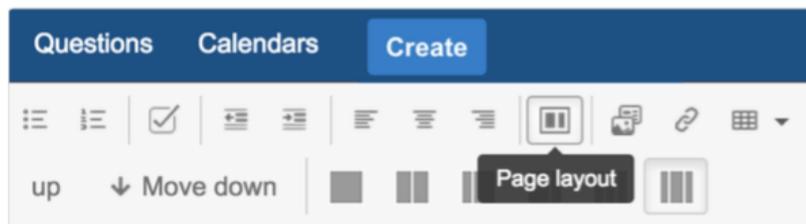


스프린트에 대해 간단한 설명을 적어두면 나중에 나머지 내용의 맥락을 더 잘 파악할 수 있다.

## 아이디어 기록

회고 템플릿의 기본은 "잘 된 것/잘 안 된 것" 형식으로 구성되어 있어서, 팀에서 각 개인별 피드백을 액션 아이템 형태로 만들기 좋게 되어 있다. 팀 구성원의 숙련도가 높다면 "시작/정지/계속" 형식으로 **템플릿을 고쳐서** 써도 된다. (기본 섹션은 남겨둘 수도 있고 지워버릴 수도 있다.)

페이지의 섹션을 세 열로 나누고 싶다면 커서를 기존 두 열 중 한 열에 위치시킨 다음 편집기에서 페이지 레이아웃(Page layout) 버튼을 클릭한 다음 3 열짜리 옵션을 선택하면 된다. 그리고 나서 기존 열의 내용을 복사해서 새로 만든 세 번째 열에 복사해 넣고 세 열의 헤더를 적절하게 바꾼다. 회고에서 두 방식을 다 쓸 생각이라면 페이지 레이아웃 버튼을 클릭한 다음 섹션 추가(Add section)을 선택해서 새 섹션을 추가한 다음 새 섹션에서 3 열 레이아웃을 선택하면 세 열짜리 섹션을 추가할 수 있다.

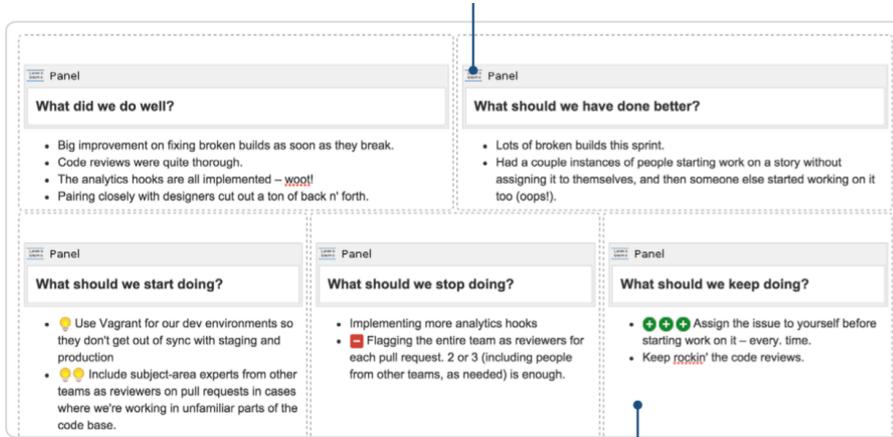


이제 팀 내에서 토론할 대상을 정리하고 범주를 나눌 준비가 끝났다. 그런데 가장 중요한 포인트, 즉 다음 스프린트에서 최우선으로 잡아야 할 항목은 어떻게 결정할까?

우리 팀에서는 투표를 한다. 각 팀 멤버마다 각 범주별로 최대 세 표를 던질 수 있는데, 각 항목 옆에 이모티콘으로 표시한다. 몇 가지 이모티콘을 추천해 보자면 다음과 같다.

- : (+)로 입력
- : (-)로 입력
- : :-로 입력
- : :-(로 입력
- : :-P로 입력
- : (y)로 입력
- : (n)로 입력
- : (on)으로 입력

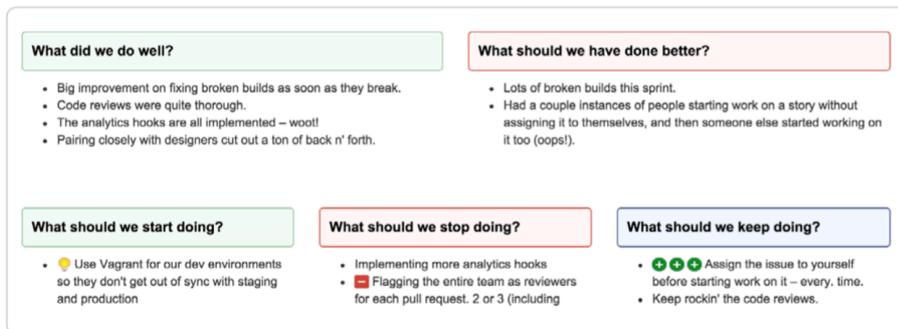
패널에는 빨간색, 녹색 배경색이 기본으로 들어간다. 미리보기로 보거나 페이지를 저장하고 나면 확인할 수 있다.



페이지의 각 섹션마다 서로 다른 레이아웃을 섞어 쓸 수 있다.

**전문가 팁:** 패널(Panel) 매크로에서는 패널을 클릭하고 편집(Edit)을 선택하여 배경색을 바꿀 수 있다. 나는 계속 할 일 섹션에는 깔끔하고 차분하고 멋져 보이는 파란색을 배경으로 깐다. 테두리 색(Border Colour)은 #334C80 으로, 배경 색(Background Colour)은 #F0F3FF 로 지정해 보자. 패널 모양새는 이렇게 색상 코드만 있으면 멋지게 바꿀 수 있다.

페이지를 저장하고 나면 다음과 같은 화면을 볼 수 있다.



## 쿨하게 마무리

성공적인 팀의 공통점으로 팀 멤버들끼리 해당 스프린트에서 잘한 일을 서로 칭찬해 준다는 점이 있다. (참고: 매니저는 칭찬을 할 수도 없고 칭찬을 받을 수도 없다. 철저하게 팀 일반 멤버들 사이에서만 이렇게 해 보자.) 템플릿에서 자동으로 만들어준 "Actions" 섹션 위에 "감사의 글"이라고 쓴 다음 단락(Paragraph) 메뉴를 클릭하여 "제

목 2(Heading 2)"를 선택해서 섹션 제목 형식을 지정한다. 그 밑에 팀원 사이에서 서로 칭찬을 할 수 있는 목록을 추가한다.

마지막으로, 멋진 아이디어를 함부로 버리지 말고 행동을 취해야 한다. 템플릿에서는 이를 위한 Actions 섹션을 자동으로 만들어준다. 체크리스트가 기본으로 들어가 있는데, 여기에서 세 가지 기능이 유용하다.

- @멘션: 각 아이템 책임자를 지정한다.
- 날짜: 액션 아이템 마감일을 지정한다. (//를 치면 날짜 선택기가 뜬다.)
- JIRA 이슈(JIRA issues) 매크로: 더 큰 규모의 액션 아이템의 진행상황을 확인할 수 있다. ({를 친 다음 JIRA 라고 치면 컨플루언스 화면에서 바로 JIRA 이슈를 새로 만들 수 있다.}

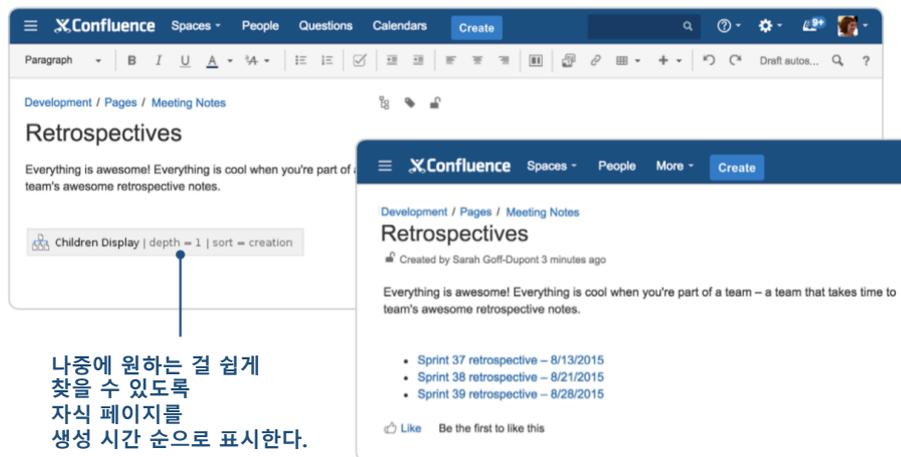


## 스프린트 데모

제목과 보고 요약하는 사람도 있을지 모르겠다. 걱정할 필요 없다. 보통은 현장에서 라이브로 (또는 적어도 실시간으로) 하는 걸 데모라고 생각한다. 하지만 원격으로 일하는 팀에서는 그렇게 할 수 없는 경우가 많다. (소프트웨어 분야에서는 원격으로 일하는 팀도 엄청나게 많다.) 따라서 모든 구성원들이 동시에 온라인으로 모일 수 없다면 **캠스튜디오**(Camstudio)나 **징**(Jing) 같은 화면 캡처 도구로 데모를 녹화한 다음 컨플루언스 페이지에 동영상을 집어넣는 식으로 하면 된다.

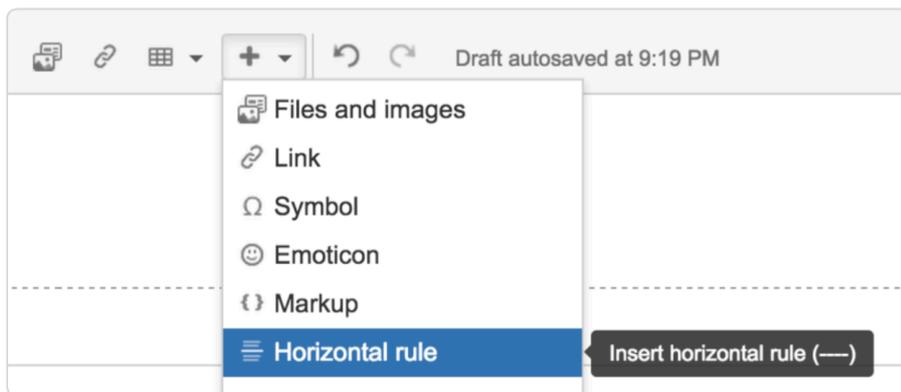
## 페이지 레이아웃

빈 페이지를 만든 다음 팀 멤버들이 나중에 컨플루언스의 **빠른 검색**(quick search) 기능이 팀 공간에서 쉽게 찾을 수 있는 제목을 적어주자. 예를 들어 회고라는 부모 페이지를 만든 다음 각 스프린트의 회고 노트를 그 자식 페이지로 만들 수도 있다.

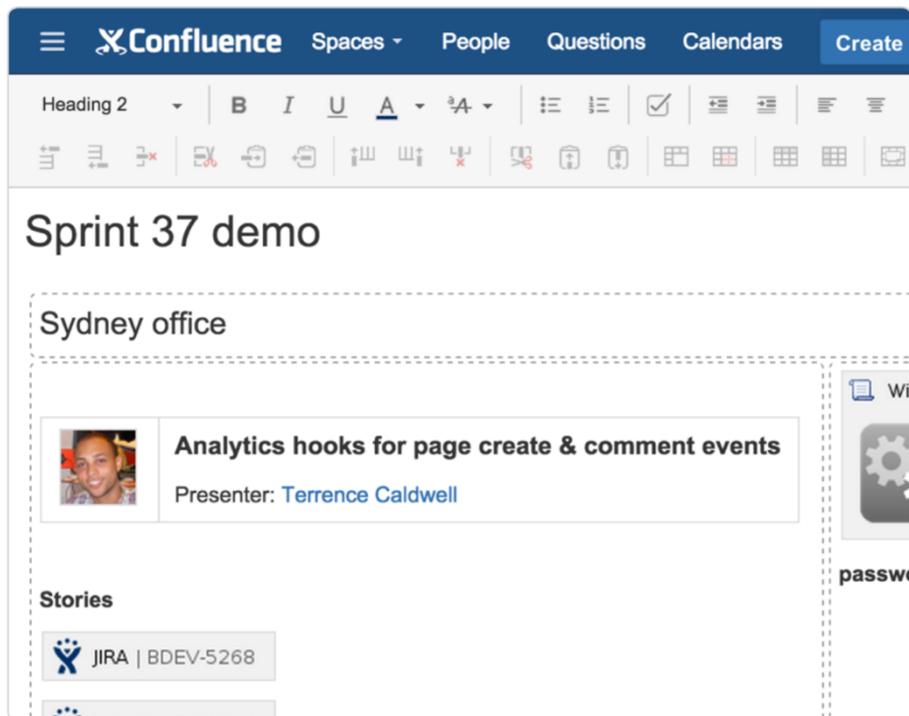


부모 페이지에서 자식 보기(Children Display) 매크로를 쓰면 한결 낫다. (이 매크로를 쓴다고 페이스북에서 애들 사진을 가져와서 이 페이지에 보여주진 않으니 걱정 말자. 썰렁해서 죄송하다...) 어쨌든...

페이지를 어디에서 만들든 페이지 레이아웃(Page layout) 버튼을 눌러서 각 지부 또는 로컬별로 섹션을 추가하는 숫관을 들이는 게 좋다. 나는 제목은 1 열 섹션에 넣고, 각 영역을 가르는 회색 선을 추가하는 것을 좋아한다. 가로선을 추가하고 싶다면 *기타 콘텐츠 삽입(Insert more content)* 메뉴에서 *가로줄(Horizontal rule)*을 선택한다.



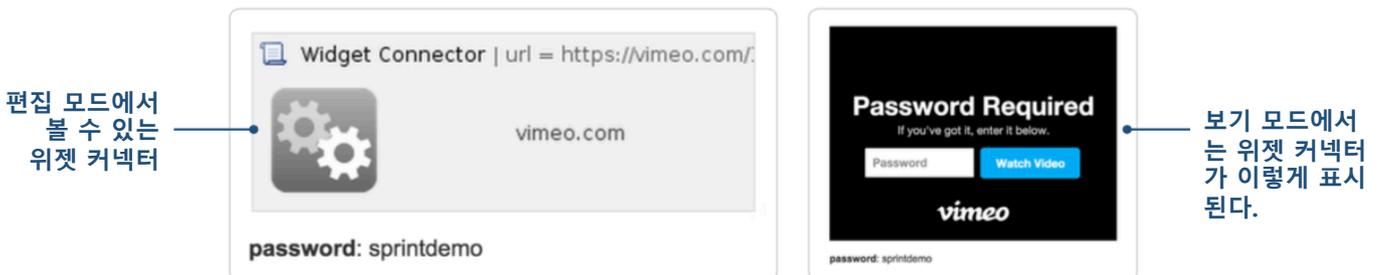
데모가 실제로 들어가는 섹션에서는 2 열 레이아웃을 써서 페이지 콘텐츠를 밀도 있게 구성하면서 가독성을 높인다. 왼쪽 열에는 발표자 및 데모 주제에 관한 정보가 담겨있는 표를 넣는다. 그 밑에는 JIRA 매크로를 이용하거나 앞에서 언급한 것처럼 각 이슈에 대한 링크를 복사해 붙여서 관련 JIRA 이슈를 넣는다.



**전문가 팁:** [프로필 사진\(Profile picture\)](#) 매크로를 적절히 활용하자. 서로 얼굴을 직접 볼 수 있는 기회가 많지 않다면 이렇게 사진으로라도 자주 보면 도움이 된다.

### 동영상 활용

오른쪽 열에는 [위젯 커넥터](#) 또는 [멀티미디어](#) 매크로로 스크린 캡처 영상을 집어넣는다. 둘 다 [기타 콘텐츠 삽입\(Insert more content\)](#) 메뉴 맨 아래쪽에서 [기타 매크로\(Other macros\)](#)를 선택하여 매크로 검색 및 선택기 화면을 띄워서 고를 수 있다.

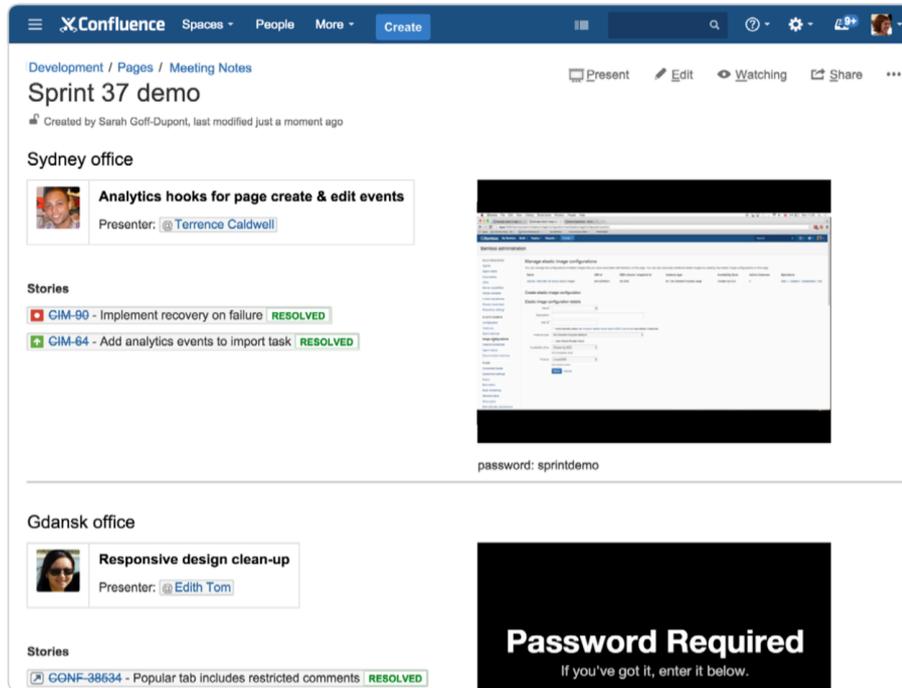


편집 모드에서 볼 수 있는 위젯 커넥터

보기 모드에서는 위젯 커넥터가 이렇게 표시된다.

**전문가 팁:** 사용자나 경쟁사 사람들이 다 볼 수 있는 인터넷에 아직 릴리즈되지도 않은 결과물을 올려놓는 게 불안한 사람도 있을 것이다. 그런 경우라면 [Vimeo](#) 에서 팀 계정을 하나 만들어서 쓰면 된다. 유튜브하고 거의 같지만 동영상에 비밀번호를 손쉽게 걸 수 있다.

페이지를 저장하고 나면 다음과 같은 화면을 볼 수 있다.



## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

지금까지 템플릿, 페이지 레이아웃, 매크로를 넘나들며 다양한 기능을 알아보았다. 이번 장에서 배운 내용을 간단하게 요약해 보면 다음과 같다.

- **회고 템플릿:** 사용자가 할 일을 상당히 많이 대신해준다. 빈 칸을 채우고 감사의 글 및 스프린트 개요 섹션을 추가하고 저장하면 끝난다.
- **페이지 레이아웃:** 페이지를 적절하게 나눠서 1 열, 2 열, 3 열 레이아웃을 섞어 주면 페이지를 더 멋지게 만들 수 있다. 페이지 레이아웃은 중독성이 강하니 주의하자.
- **JIRA 링크:** JIRA 이슈에 대한 링크를 붙여넣거나 JIRA 매크로를 열어서 검색해서 집어넣을 수도 있다.
- **프로필 사진 매크로:** 팀 동료 사진을 집어넣어 보자.
- **위젯 커넥터 매크로:** 유튜브, Vimeo, 트위터, 슬라이드셰어 링크 매크로들을 사용하면 페이지의 내용을 멋지게 보여줄 수 있다.
- **멀티미디어 매크로:** .mp4 동영상을 컴퓨터에서 바로 집어넣을 수 있다. .mp3 파일을 선택하면 사운드트랙을 집어넣을 수도 있다.

## 7 장

# 개발 팀의 성과를 블로그로 공유하는 법

## 라이언 앤더슨

개발팀에서 가장 어려운 것 중 하나가 팀 및 조직의 모든 구성원에게 현 상황을 알리는 일이다. 특정 프로젝트의 현재 상태를 알고 싶은 사람도 있을 것이고, 어떤 새로운 기능이 나올지 알고 싶은 사람도 있을 것이고, 다음 분기에 어떤 게 나올지 알고 싶은 사람도 있을 것이다. 많은 팀에서 대규모 현황 보고회를 열거나 단체 메일을 보내거나 하는 방법을 사용하지만 투명성이나 가시성 면에서는 둘 다 그다지 효과적이지 못하다. 이메일을 놓치거나 대충 한 번 읽고는 다시는 그 메일을 열어보지 않는 일이 비일비재하다. 회의 시간에 공표한 내용을 나중에 다시는 찾아보지 못하는 경우도 왕왕 있다. 그리고 질문을 하기도 쉽지 않다.

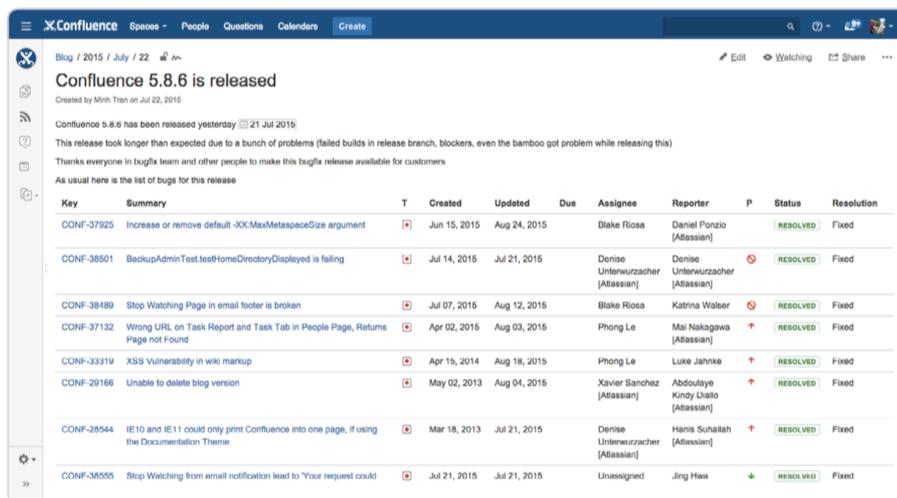
컨플루언스 블로그는 어떨까? 이번 장에서는 **블로그 포스트**를 이용하여 중요한 뉴스나 업데이트를 개발팀 내부에서, 또는 더 큰 규모의 조직 전체에서 공유하는 방법을 알아보기로 하자. 블로그는 메일함 안에 파묻히는 일도 없고, JIRA 이슈나 매크로 같은 동적인 콘텐츠를 활용하여 작성할 수도 있고, 소셜한 특성이 있어서 이메일을 수없이 주고받지 않아도 관련 이해당사자와 대화를 주고받을 수 있기 때문에 팀원들이나 같이 일하는 동료들에게 정보를 업데이트해 주기에 아주 좋은 도구다. 우리가 Atlassian 에서 늘상 발행하는 세 가지 블로그를 살펴보자.

### 블로그 1: 프로젝트 및 릴리즈 업데이트

Atlassian 에서는 새 릴리즈를 고객에게 공개하기 전에 개발팀에서 컨플루언스로 Atlassian 직원들에게 릴리즈 내용을 알리는 내부 블로그 포스트를 작성한다. 개발자

들은 어떤 기능이 출시되었는지, 제품이 어떻게 바뀌었는지를 알고 싶어한다. 모든 사람들에게 새 정보를 알리는 데 가장 쉽고도 효과적인 방법이 바로 블로그 포스트다.

릴리즈에서 출시한 기능을 보여주는 가장 쉬운 방법은 컨플루언스 페이지에 JIRA 이슈를 쉽게 집어넣을 수 있게 해 주는 [JIRA 이슈 매크로](#)를 써서 이슈를 불러오는 것이다. 이렇게 집어넣은 이슈는 동적으로 갱신되기 때문에 누구든 링크를 클릭해서 JIRA로 들어가서 상세내역을 확인할 수 있다.

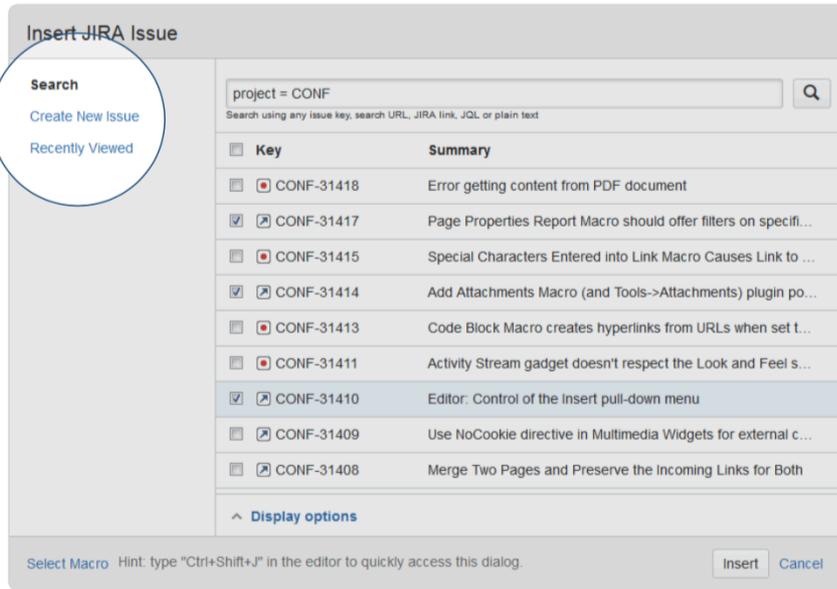


JIRA 이슈 매크로를 이용하면 다음과 같은 일을 할 수 있다.

- 페이지에 JIRA 질의 언어(JQL: JIRA Query Language)를 이용한 검색 결과를 바탕으로 JIRA 이슈 표를 표시
- JIRA URL로 페이지에 JIRA 이슈 표를 표시
- JIRA 사이트에서 단일 이슈를 표시하거나 JIRA 검색 결과 중에서 일부 이슈를 표시
- JIRA 사이트에서 선택한 이슈 개수 표시
- 컨플루언스를 벗어나지 않은 채로 JIRA에서 새 이슈를 생성하고 페이지 내 그 이슈를 표시

JIRA 이슈 매크로는 JIRA를 컨플루언스로 이어주는 매우 강력한 매크로이다. 아래에서 매크로를 설정하고 JIRA에서 가져올 이슈를 찾아내는 방법을 알아보자.

JQL로 JIRA 이슈를 검색하거나 새 JIRA 이슈를 생성하거나 가장 최근에 본 JIRA 이슈를 다시 볼 수 있다.



### 전문가 팁: JQL 로 이슈를 표시하는 방법

JQL 을 이용한 검색 결과를 바탕으로 페이지에 JIRA 이슈들을 표 형태로 표시할 수 있다.

JQL 은 JIRA 에서 사용하는 SQL 과 유사한 질의 언어이다. 기본적으로 JQL 질의는 필드 뒤에 (=, > 등의) 연산자가 오고, 그 뒤에 하나 이상의 값이나 함수가 오는 형태로 구성된다.

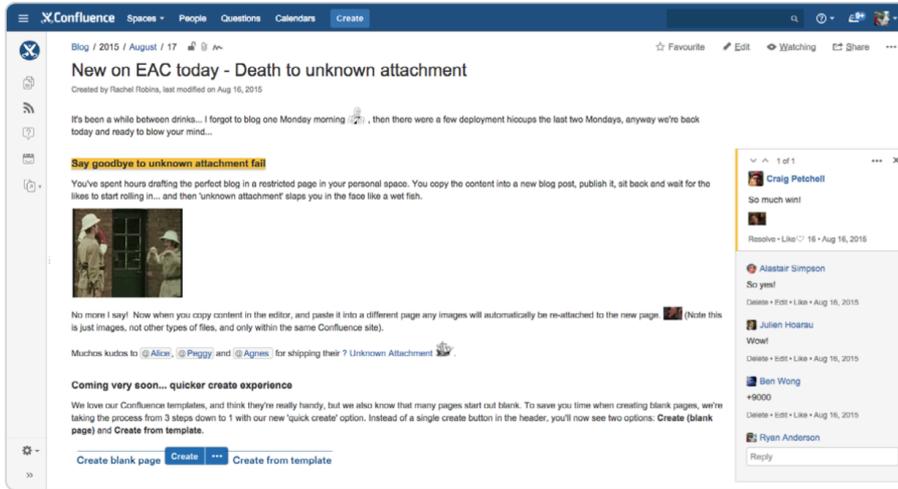
예:

- 'TEST' 프로젝트에 있는 모든 이슈를 찾아내는 질의  
`project = "TEST"`
- 'CONF' 프로젝트의 'documentation' 구성요소의 모든 이슈를 찾아내는 질의  
`project = CONF and component = documentation`

JQL 문법에 대한 자세한 내용은 JIRA 문서 [Advanced Searching](#) 에서 찾아보자.

Atlassian 릴리즈 블로그는 대체로 간단한 편이다. JIRA 이슈 매크로를 이용하면 최신 제품 릴리즈 관련 내용을 손쉽게 집어넣을 수 있다. 하지만 읽기 편한 릴리즈 블로그 포스트도 올라온다. 재밌는 동영상이나 힙챗 이모티콘, 말장난 같은 게 많이 들어간다. 다음은 Atlassian 의 'EAC'라는 컨플루언스 인스턴스에서 쓸 수 있는 새 기능을 알

리기 위한 블로그 포스트이다.

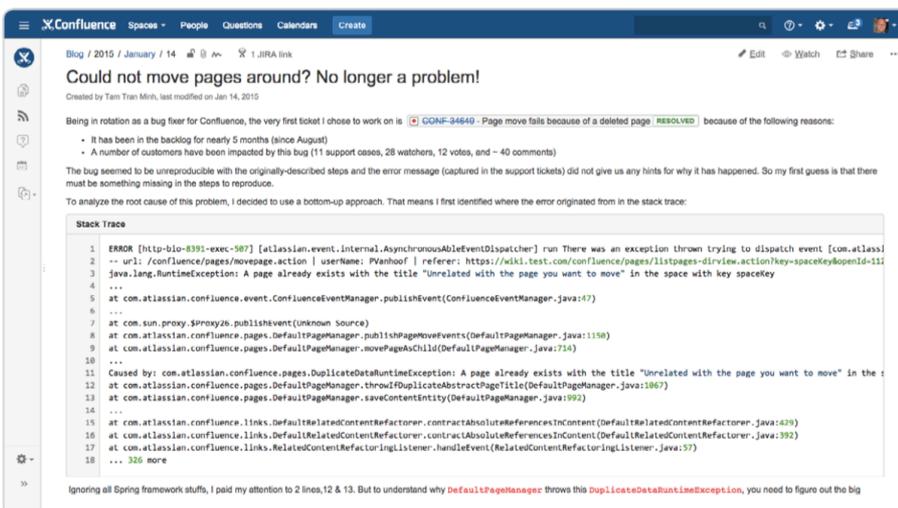


블로그 포스팀을 재미있고 편하게 쓰면 팀이나 조직 구성원들의 참여를 장려하기에 좋다. 위의 화면 오른쪽을 보면 상당히 호응이 좋다는 것을 확인할 수 있다.

## 블로그 2: 팀 내부에서 지식을 공유하는 법

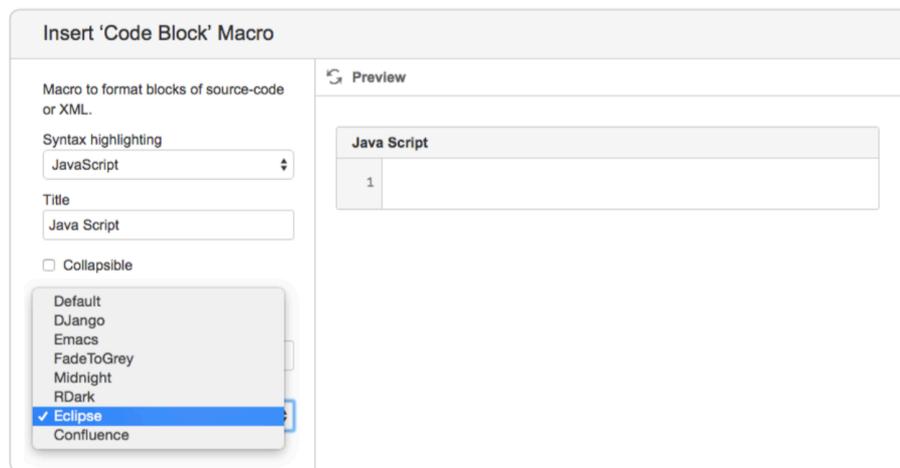
Atlassian 개발팀에서는 정기적으로 까다로운 기술적인 문제에 대한 도움을 구한다거나 그런 문제를 해결한 방법을 공유하기 위한 블로그 포스트를 올린다. 컨플루언스에서 코드와 관련된 글을 작성할 때는 **코드 블록(Code Block)** 매크로를 이용하면 좋다.

**코드 블록(Code Block)** 매크로를 이용하면 페이지 내부에서 문법이 강조된 코드를 보여줄 수 있다. 컨플루언스에서는 수많은 구문 강조법 및 테마에서 원하는 형식을 선택할 수 있다.



페이지에 매크로를 추가할 때는 편집기 도구모음에서 **삽입 메뉴(Insert menu)**를 클릭하고 **'기타 매크로(Other macros)'**를 선택한다. 그러면 매크로 브라우저가 열리고, '코드 블록(Code Block)'을 선택할 수 있다. 선택하고 나면 여러 필드를 마음대로 설정할 수 있다.

Atlassian의 인트라넷에 올라온 블로그 포스트 중에 *코드 블록 매크로*를 사용하는 방법을 잘 보여주는 한 예를 들면 다음과 같다.



**전문가 팁:** 자동입력 기능으로 매크로 입력 속도 끌어올리기  
 '{' 뒤에 매크로 이름 앞부분을 입력하면 매크로 이름을 자동으로 추천해 준다.

### 블로그 3: 신입사원을 위한 문서

새 멤버가 합류하면 최대한 빨리 업무에 합류해야 한다. Atlassian에서는 신입이 들어오면 컨플루언스에서 자기 소개 페이지를 만든다. 전체 조직에 자신을 소개하는 것이다. Atlassian 멤버들은 신입에게 환영 댓글을 쓴다. 컨플루언스는 물론 조직 전체에 대해 매우 긍정적인 첫인사 방식이라고 할 수 있겠다.

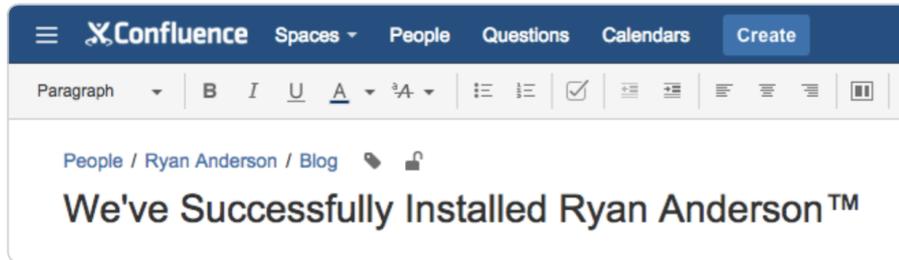
훌륭한 자기 소개 블로그 포스트의 몇 가지 핵심 요소를 알아보자.

#### 좋은 제목

자기 소개 블로그 포스트를 사람들이 많이 보게 하려면 제목을 잘 붙여야 한다. 몇 가지 예를 들면 다음과 같다.

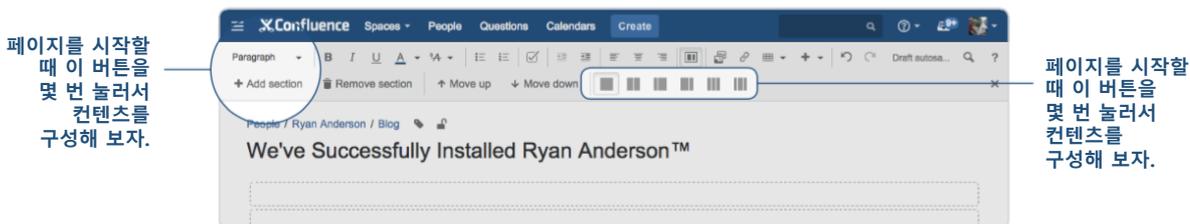
- Atlassian에서 일해보겠다고 지원한 라이언 앤더슨, 그 충격 비화...

- 라이언 앤더슨™ 설치 완료!
- 새로운 캐릭터가 생성되었습니다: 라이언 앤더슨



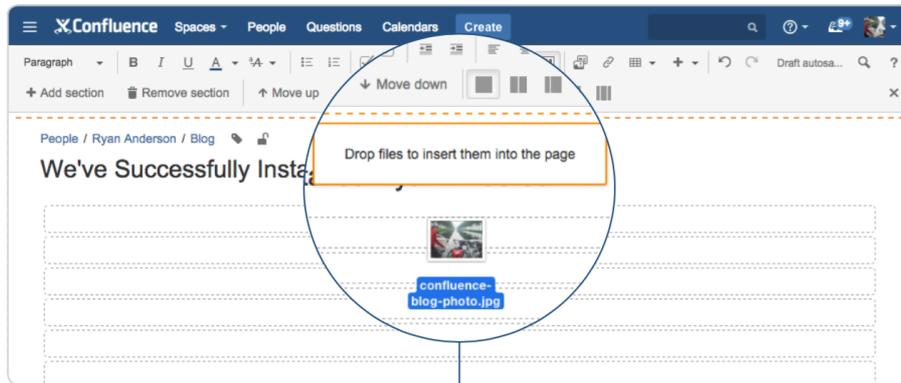
### 페이지 레이아웃으로 블로그 포스트 구성하기

페이지 레이아웃을 이용하여 블로그 포스트를 여러 섹션과 열로 구성할 수 있다. 페이지 레이아웃에 대해 배우고 싶다면 '섹션 추가(Add Section)' 버튼을 몇 번 눌러보면서 직접 블록을 만들어 보자. 그리고 나서 페이지를 만들면서 여러 열 구성을 직접 시도해 보자. 필요하다면 언제든지 고칠 수 있다.



### 그림... 수많은 그림

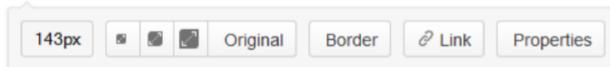
여행 사진, 음식 사진, 취미 관련 사진, 가족 사진 같은 걸 잘 넣어 주면 사람들에게 괜찮은 첫인상을 심어줄 수 있다. 컨플루언스에서는 끌어다 놓기만 해도 그림을 집어 넣을 수 있다. 부끄러워 하지 말고 마음껏 뽐내 보자. 그림을 하드 드라이브에서 끌어와서 컨플루언스 편집기에 떨구면 끝이다. 컨플루언스에서 페이지에 이미지를 첨부하고 제 위치에 알아서 넣어준다. 위치를 조정하고 싶다면 그 그림을 클릭해서 원하는 위치에 옮겨놓기만 하면 된다.



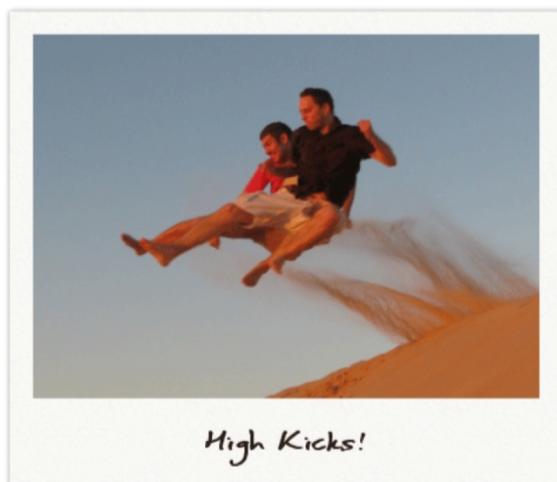
이미지나 파일을 컨플루언스 편집기에 끌어다 놓기만 하면 된다.

### 전문가 팁: 그림에 스타일을 추가하는 방법

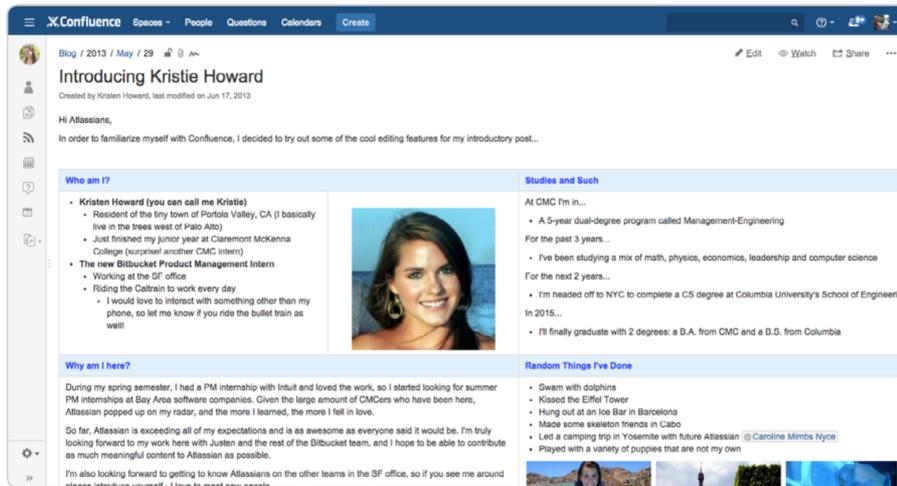
페이지를 편집할 때 이미지를 선택하면 이미지 속성 패널이 뜬다. 이 패널에서 이미지의 모양새를 바꿀 수 있다. 사이즈를 변경하거나 테두리나 효과를 추가하거나 이미지를 다른 페이지로 연결할 수도 있다.



'속성(Properties)' 버튼을 클릭하면 즉석 카메라 효과, 그림자 효과, 굵은 그림자 효과를 비롯한 각종 효과를 추가할 수 있다.



작업이 다 끝나면 팀 동료들에게 공유할 만한 멋진 블로그 포스트가 완성될 것이다. 다음은 괜찮은 블로그 포스트의 예이다.



## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

새로운 정보를 공지하거나 상태 보고를 공표하거나 시급한 정보를 공유할 때는 블로그 포스트만한 게 없다. 여기에서 배운 내용을 팀에 전파할 수 있도록 블로그링 문화를 구축하고 개발팀과 조직 전체에 하나 된 느낌을 불어넣어 보자. 이번 장에서 배운 내용을 요약해 보면 다음과 같다.

- **JIRA 이슈 매크로:** JIRA 이슈를 컨플루언스 페이지로 끌어올 수 있다.
- **코드 블록 매크로:** 컨플루언스 페이지에 소스 코드를 넣어 보자.
- **페이지 레이아웃:** 블로그 포스트를 여러 서로 다른 다단 레이아웃으로 구성해 보자.
- **이미지 추가:** 이미지나 파일을 컨플루언스에 끌어다 놓기만 하면 손쉽게 접어넣을 수 있다.
- **이미지 효과:** 이미지에 효과를 더해서 색채를 덧붙여 보자.

## 8 장

# 릴리즈에 대한 문서를 작성하고 릴리즈 노트를 공유하는 방법

제이미 오스틴

소프트웨어 릴리즈 문서를 작성하는 일은 소프트웨어 팀에서 당연히 해야 할 일이다. 이 일은 릴리즈를 출시하는 일 못지 않게 중요하다. 왜 그럴까?

- **가시성 증대:** 릴리즈에 관한 문서를 작성해 두면 팀에서 한 일을 돌이켜보고 프로젝트 마일스톤을 달성하는 과정을 되새겨볼 수 있다.
- **꾸준한 향상:** 애자일 팀이라면 매번 릴리즈할 때마다 향상을 해야 한다. 규칙적으로 릴리즈 보고서를 작성하다 보면 팀의 성과를 돌이켜보고 향상시킬 방법을 고민해볼 수 있다.
- **과거에 대한 회고:** 항상 과거로 돌아가서 각 릴리즈에서 어떤 성과를 냈는지 확인해 보자.
- **더 나은 소통:** 지원 및 작전팀에 어떤 것을 릴리즈했는지 분명하게 보고하고 더 자세한 내용을 확인할 수 있는 이슈 링크를 제공하자.

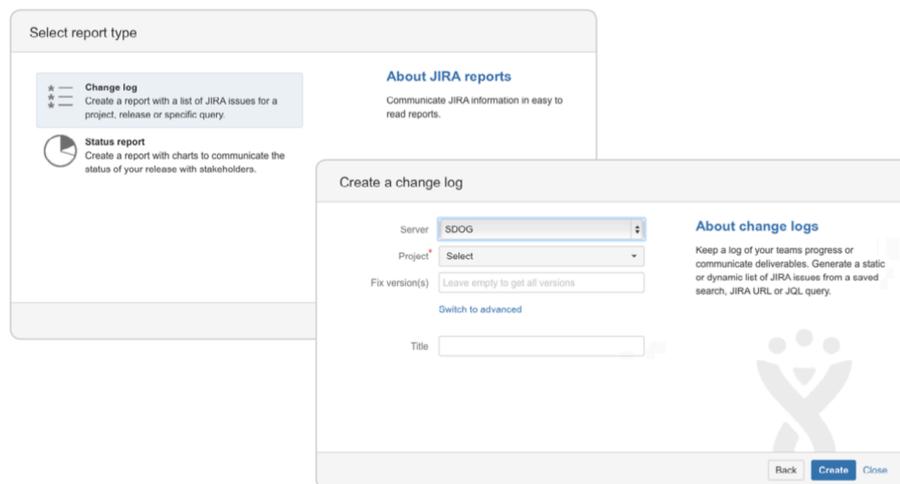
솔직히 말해서 이런 일을 좋아하는 팀은 정말 찾아보기 힘들다. 한 가지 희소식을 전하자면, 이런 일이 단순히 피치 못해 해야만 하는 일이라든가 시간 낭비는 아니라는 점이다.

자신이 한 일 대부분 JIRA 에서 추적하고 보고했다면 컨플루언스와 JIRA 의 통합 기능을 통해 릴리즈 결과를 JIRA 에서 컨플루언스 페이지로 바로 넣어줄 수 있다. 컨플루언스 페이지에서는 색채 및 상세한 내용을 더하고, 그 내용을 내부적으로 발행할 수 있다. 나중에는 공개적으로 발행할 수준까지 올라갈 수 있다.

## 내부 릴리즈 보고 생성

컨플루언스에서 제공하는 *JIRA 보고서(JIRA Reports)* *템플릿*부터 시작해 보자. 맨 위에 있는 *템플릿*으로부터 **생성(Create from template)** (**Create ...** 버튼) > **JIRA 보고서(JIRA report)** > **변경 로그(Change log)** > **생성(Create)**을 선택하자.

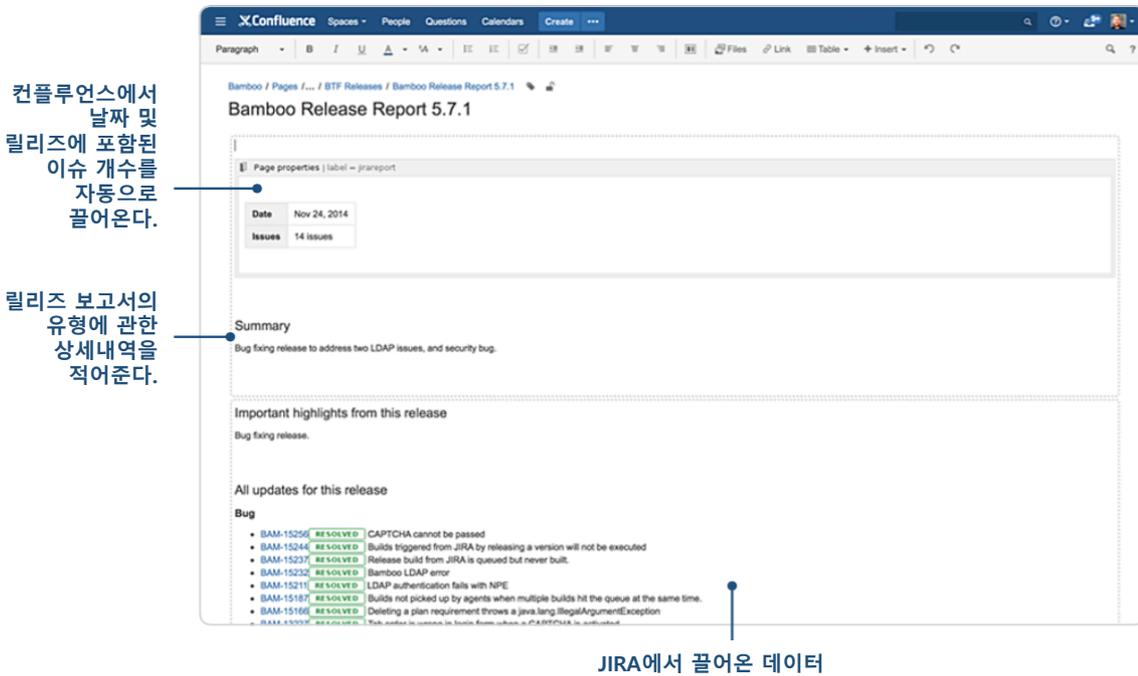
**변경 로그 보고서(Change log report)**를 선택해서 내부 릴리즈 보고서를 만들자. 이 보고서는 주어진 릴리즈 또는 프로젝트에서 완료한 JIRA 이슈를 상세하게 정리해 준다. 컨플루언스에서 어떤 릴리즈를 보고할지, 어떤 항목을 집어넣을지 등을 지정하면 이 보고서를 완성할 수 있도록 도와준다.



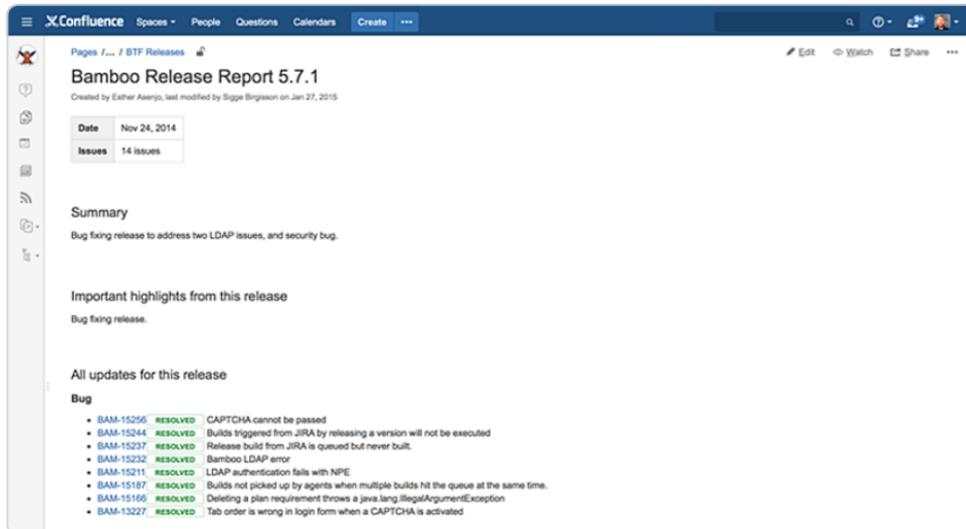
우선 프로젝트를 선택한다. (JIRA 인스턴스가 여러 개 있다면 어떤 사이트를 쓸지도 선택해야 한다.) **변경 로그 생성(Create a change log)** 스크린에서 필요한 필드를 채워넣고 나서 **생성(Create)**을 선택한다. 변경 로그 보고서에는 JIRA 에서 지정한 데이터 외에 직접 편집하게 세세하게 수정할 수 있는 기타 페이지 항목이 들어간다.

이슈 목록을 동적 또는 정적으로 만들어낼 수도 있다. 릴리즈 노트는 특정 시기에만 들어지는 문서이기 때문에 정적 목록이 더 낫다. 동적 목록을 넣고 싶다면 **고급 모드로 전환(Switch to advanced)** 링크를 누른 다음 JQL 을 직접 넣어주면 된다. (**JIRA 보고서 템플릿(JIRA report blueprint)** 문서에서 자세한 내용을 찾아볼 수 있다.)

편집 모드에서는 다음과 같은 식으로 표시된다.

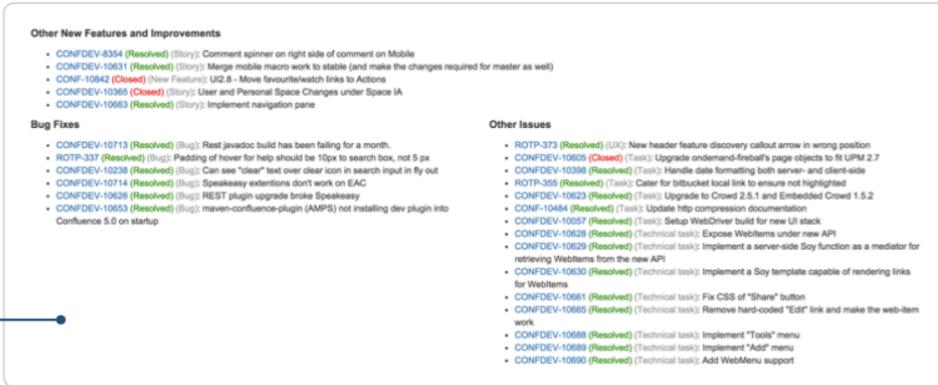


저장하고 나면 다음과 같은 화면이 나온다.



위 화면에서 볼 수 있듯이 이번 변경 로그는 버그 픽스 위주로 구성되어 있다.

컨플루언스에서 릴리즈 내용을 “버그 수정 (Bug Fixes)”, “새 기능 (New Features)”, “개선사항 (Improvements)” 등으로 자동으로 나눠준다.



컨플루언스에서 JIRA 에 있는 이슈 유형에 맞춰 릴리즈 내용을 “버그 수정(Bug Fixes)”, “새 기능(New Features)”, “개선사항(Improvements)” 등으로 자동으로 나눠준다. 이런 자동화 기능 덕에 수동으로 편집하고 형식을 맞추지 않아도 되기 때문에 정말 편리하다.

## 일반 공개를 위한 릴리즈 노트 만들기

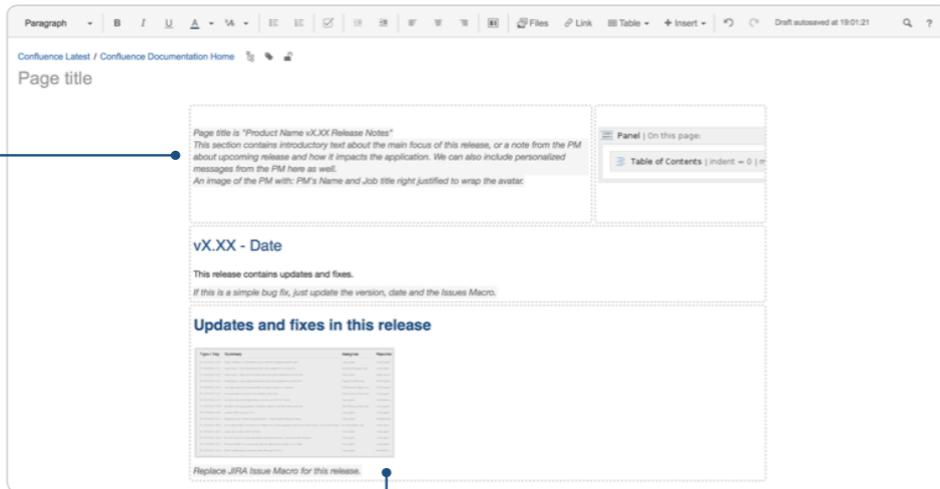
나만의 릴리즈 노트 템플릿을 만들어서 고객을 대상으로 하는 릴리즈 노트를 완벽하게 만들어 보자. 예를 들어 Atlassian 에서 JIRA 릴리즈 노트를 발행할 때는 다음과 같은 템플릿을 사용한다.

### 템플릿

마음에 드는 릴리즈 노트 페이지를 만들고 나면 컨플루언스에서 그 페이지를 템플릿으로 만들어서 두고두고 사용할 수 있다. 릴리즈 노트를 페이지 템플릿으로 표준화해놓고 나면 릴리즈 노트를 누가 만들든 일관성을 유지할 수 있다. 컨플루언스에서 템플릿을 만드는 방법은 [별도의 문서](#)에서 자세하게 배워보자.

템플릿에는 페이지를 만든 사람이 내용을 집어넣을 때 도움을 받을 수 있을 만한 텍스트를 집어넣을 수 있다. 맨 위쪽에는 릴리즈에 무엇이 포함되어 있는지, 주된 테마가 무엇인지 등을 요약한 내용을 간단히 넣도록 해야 한다. 그냥 버그 픽스 위주의 릴리즈라면 이 부분에 특별히 추가할 만한 내용이 많진 않을 것이다. 하지만 메이저 릴리즈라면 새로운 기능의 파급효과 등에 대한 내용을 간단하게라도 적어주면 좋을 것이다.

템플릿에는 새로운 사용자가 템플릿으로부터 새 페이지를 만들었을 때 도움이 될 만한 보조 텍스트를 넣을 수 있다.



JIRA 이슈 매크로를 사용했다.

삽입 메뉴에서 + 버튼을 눌러서 수평선을 넣었다.



페이지를 더 낮게 만들 수 있는 내용 추가

이 페이지에는 다음과 같은 항목들이 포함되어 있다.

**매크로:**

- **목차 매크로:** 릴리즈 노트에 있는 내용을 간략하게 요약
- **JIRA 이슈 매크로:** 이번 릴리즈에서 해결된 이슈를 상세하게 기록하고 주요 이슈의 득표수를 정리

**전문가 팁:** 릴리즈 노트에 들어가 있는 내용 중에는 재사용할 만한 부분도 있는데, **발췌+포함 페이지(Excerpt + Include Page) 매크로**를 이용하면 같은 내용을 반복해서 입력하지 않아도 다시 집어넣을 수 있다.

## 추가 내용:

- **스크린샷 및 동영상:** 메이저 릴리즈에 대해서는 스크린샷이나 데모 동영상을 추가하여 새 기능 및 개선사항을 보여주는 게 좋다.
- **권한 및 제한사항:** 릴리즈 노트에서는 권한(permissions)이 중요하다. 릴리즈 노트를 작성 중에는 미공개(private)으로 해 놓고 꼼꼼하게 퇴고를 거쳐야 한다. (컨플루언스의 인라인 커멘트 기능은 문서를 퇴고할 때 아주 유용하다.) 공개할 준비가 다 되었다면 읽기 제한을 변경하면 된다. (더 자세한 내용은 ["컨플루언스로 사외 공개용 기술 문서를 만드는 방법"](#)에서 알아보도록 하자.)

## 릴리즈 노트 템플릿 편집 및 구성

페이지 템플릿에는 원하면 언제든지 내용을 추가할 수 있다. 내부용 및 외부 공개용 릴리즈 노트에 "버그 수정" 섹션과 "새 기능 및 개선사항" 섹션을 추가해서 수정된 내용과 추가된 내용이 들어가도록 구성할 수도 있다. 매크로를 추가하거나 이미지, 스크린샷, 동영상 같은 걸 집어넣는 등 마음대로 하면 된다.

단, 다음 두 가지만 기억해 두자.

1. 릴리즈 노트는 조직 내부에 있는 사람에게나 조직 외부에 있는 사람에게나 모두 중요하다.
2. 컨플루언스에서 릴리즈 노트 템플릿을 설정해 두면 조직 내외부의 독자들에게 올바른 정보를 제공하면서도 혼란은 최소화할 수 있다.

## 릴리즈 노트에 들어갈 콘텐츠 준비시 고려할 점

1. **대상 독자:** 이 릴리즈 노트를 누가 볼 것인가? 문서를 만들기 전에 누가 볼 문서인지 생각해 보자.
2. **타이밍:** 독자들이 이 릴리즈 노트를 언제 보게 될까? 릴리즈 당일? 릴리즈 이전? 배포 시기 및 검토 일정 등을 감안하여 릴리즈 노트 작성 일정을 계획 하자.
3. **완료 사항:** 어떤 일이 완료되었나? 릴리즈 노트를 새 기능, 개선사항, 버그 수정 등의 섹션으로 나누자. 이렇게 하면 내용을 한 눈에 파악하는 데 도움이 된다.
4. **편집:** 릴리즈 노트를 여러 명이 함께 작성한다면 (내부 또는 외부) 독자들에게 보여주면 안 될 만한 내용을 누군가가 넣을 수도 있다. 릴리즈 노트를 편

집할 때는 이런 점에 주의하자. 특정한 기능이나 개선사항에 대해 더 자세하게 설명하거나 스크린샷이 강조될 수 있는데, 이러면 해당 아이템이 상대적으로 더 중요하다거나 더 복잡도가 높은 것으로 읽힐 수 있다는 점도 감안하자.

5. **사실 중심:** 항상 사실에 입각해서 쓰자. 릴리즈 노트는 정확하면서도 간결하게 써야 한다.
6. **스토리 와 메시지:** 스토리라인을 갖추고 있으면 개선사항에 맥락을 부여할 수 있다. 어떤 것을 바꿨고 그게 왜 중요한지 쉽게 이해할 수 있도록 해 보자.

개발자와 제품 매니저가 바로바로 업데이트할 수 있는 공유 문서를 사용하면 나중에 모든 일을 한꺼번에 하지 않아도 된다. 또한 릴리즈 노트는 다른 의사소통을 유발시키는 계기가 될 수도 있다. 앱 내부 알림, 제품 투어, 블로그 포스트, 뉴스레터 항목, 또는 도움말 및 고객지원 문건 등 다양한 용도로 콘텐츠를 활용할 수도 있다.

## 요약 정리: 지금까지 배운 내용

릴리즈 노트 템플릿을 잘 만들어 두면 - 거기에 고민이 담긴 훌륭한 콘텐츠가 더해지면 - 지금까지 한 일을 문서로 남겨야만 하는 소명을 만족시킬 뿐 아니라, 독자와의 관계를 심화시킬 수 있는 양질의 반복 가능하면서 일관성 있는 소통 도구를 만들어낼 수 있다.

릴리즈 노트 페이지 템플릿에는 다음과 같은 것을 추가해야 한다.

- **목차 매크로:** 위치를 빠르게 전환할 수 있도록 제목 링크 목록을 만들어 준다.
- **JIRA 이슈 매크로:** 해당 릴리즈에서 해결된 이슈에 관한 상세내역 및 이슈 투표 결과를 보여준다.
- **발췌 매크로:** 릴리즈 노트에 있는 특정 콘텐츠를 재사용한다.
- **페이지 포함 매크로:** 특정 콘텐츠를 여러 페이지에 걸쳐서 포함시킨다.
- **수평선: + 삽입 메뉴**에서 수평선을 선택하여 페이지의 섹션 사이에 구분선을 넣어줄 수 있다.
- **권한 및 제한사항:** 권한 및 접근 제한을 통해 페이지를 볼 수 있는 독자의 범위를 제어한다.

# 나가며

## 컨플루언스의 진정한 위력

**테렌스 캘드웰**

컨플루언스의 진정한 위력은 일단 정보를 생성하고 공유하고 저장하고 나면 나중에 그 페이지에서 모든 중요한 문서를 다 찾아볼 수 있다는 데 있다. 지난 주에 있었던 스프린트 계획 회의의 회의록, 다음 달에 나올 기능에 대한 디자인 목업, 최신 릴리즈에 대한 보고서, 우리 팀에서 이번 분기에 낸 엄청난 성과에 대한 블로그 포스트, 이런 걸 전부 컨플루언스 안에서 찾아볼 수 있는 것이다.

그리고 이런 것을 개발 팀 전체는 물론, 제품 관리팀, 디자인팀, QA 팀, 기술문서팀, 마케팅팀, 실행팀, 지원팀 등 사내 전반에 걸쳐서 사용할 수 있다는 점이야말로 컨플루언스의 매력이다. 소프트웨어 프로젝트를 지원하는 모든 이해당사자를 한 군데로 모으고, 논의 결과 또한 모아놓을 수 있다.

우리는 컨플루언스가 모든 문서가 모이는 곳이 되고, 아이디어와 이슈, 코드를 사람들과 이어주고, 논의와 연결해주는 접착제 같은 역할을 할 수 있기를 바란다.

즐겁게 협업하자!

**컨플루언스 무료 트라이얼**