**Lesson 1\_Homewor\_1\_2017025**

**Zadanie: Zistite aké procesy sú zavedené u vás vo firme a vhodne ich zdokumentujte**

**Iterácie**

Pri písaní a dolaďovaní tlačovej správy s klientom vzniká niekoľko verzií. S tým detailom, že už prvá tlačová správa nie je len MVP, ale finálna verzia, „the best“ copywritera.

Pri testovaní na mediálnom trhu. Ak na publikovanú tému nie je odozva, hľadá sa iná téma, iné spracovanie témy, mení sa taktika. Neviem, či ide skutočne o iteráciu, lebo sa deje už po „uvedení na trh“.

**Inkrementy**

Teraz si skutočne nespomínam na rozdiel medzi iteráciou produktu a inkrementom☹

**Definition of “done”**

V prípade služieb v PR sa nehodnotia jednotlivé kroky, iterácie, sprinty, alelen mesačný, kampaňový alebo ročný výsledok prostredníctvom KPIs.

Ten systém ale považujem za zastaralý, pretože splnené KPI môže pokojne znamenať, že klient je nespokojný, Druhá stránka veci však je, že jednotlivé aktivity v PR sú len tažko kvantifikovateľné, a nemá zmysel kvantifikovať „done“ výsledok 1:1 stretnutia s novinárom, keď ide o napr. budovanie vzťahov.

Ale začnem rozmýšľať nad tým, v ktorých aktivitách by sa dal tento prístup použiť.

**Role, tímy**

**Product Owner a Scrum Master** som na kampaniach ja – teda Account manager

V PR však aj **Chickens ako klienti** chcú podieľať na rozhodovaní a chcú mať právo rozhodovať o systéme práce a detailoch práce. Vnímam tento trh ako veľmi zdeformovaný a moja snaha posúvať Klienta naspäť do klientky s „chickens“ ako revolucna a nie vždy dobre prijímaná. Nie klientom, ale šéfom či kolegami. Je to prosto drzosť, hovoriť klientovi „nie“.