

FEEDBACK GRUPOS

- No concentrar muchos datos en una misma diapositiva combinando tamaños de letra distintos y varios colores diferentes (QRico)
- No mezclar 3D y 2D en las gráficas y fotos
- No usar distribuciones/rangos, sino valores fijos en las gráficas de tartas con rangos grandes.
- Se rechaza el feedback por falta de recursos/tiempo o porque no interesa al cliente.
- El feedback de los clientes es sagrado (*O tiene que parecer que nos lo es*)
- La demostración debe contener todo lo que hay (en referencia a los casos estrella, no toda la funcionalidad) no solo lo nuevo que se ha hecho.
- Los datos en las demostraciones deben ser realistas, o bien que den apariencia de realidad.
- Explicar cómo interpretar las gráficas burndown y burnup
- No hay que asumir que el público sepa de algo.

FEEDBACK CLIMBCODE

- Asociar commits con issues
- Refinar los precios de la escuela
- Transparencias 35 (desviaciones globales) y 39 no claras
- Aclarar lo del .value
- No hay que trabajar tanto >:-)))) EKISDE
- Métrica de rendimiento horas/ horas y describir como de buena o malo es la performance (acotando los posibles valores para tener referencia de cuánto es bueno y cuánto es malo). Cambiar SPs a ½ Hora
- Ejemplos de métrica de rendimientos
- Raking de performance (Patri).
- Explicar las gráficas.

PRÓXIMO SPRINT

- Versión online final.
- Plan de marketing.
- Organización en grupo de un evento en el que se anuncien, compañías, profesores, etc.
- Plan claro para la organización del evento.
- Como vamos a ganar dinero.
- Quitar el tiempo que emplea cada uno en las tareas o no gastar tanto tiempo ahí. Reducir tareas personales en la presentación.
 - Project status: categorías sobre lo que hemos trabajado 'pagos', 'seguridad', poco más. Medida de rendimiento con ranking.
- Lanzamiento individual.
- Lanzamiento de la clase.
- Plan de negocio.
- Anuncios para cada uno de los roles.
 - Programadores
 - Escuelas: profesores y usuarios.
 - Demo global como ahora.
- Plan de negocio junto con la idea.
- Mostrar lo mínimo y más importante, cuidar el ritmo.
-

FEEDBACK GENERAL

- Hacer un teatro /anuncios

- Versión final del proyecto, disponible online
- Plan de marketing
- Organización en grupo de un evento en el que se anuncien inversores, compañías, etc
- Varias demostraciones, para la persona que va a pagar, usuarios, inversores, etc
- Siempre poner quién está logado en la demo.
- Caso bueno y caso malo de las medidas de rendimiento. Sistemas de castigo y recompensas por el rendimiento.
- Medidas de evolución de cada integrante.
- Decir como se gana dinero.
- Idea, cómo ganar dinero, demo para distintos perfiles, cómo se va a hacer el marketing, lecciones aprendidas de los problemas. Pierden peso las tareas individuales.
- Hay que organizar el evento de lanzamiento tanto nosotros como la clase entera.
- Pensar en invitados para la organización.
- Anuncios para cada rol (vídeos?)

Evento

- Día y hora.
- Lugar
- Invitados: Los del plan de pilotaje, posibles inversores (directores, editoriales, Junta de Andalucía). No solo individuales, general inversores, otras empresas.

- Publicidad, plan de difusión. Se puede usar a los profesores.
- Idealmente conjunto mañana y tarde.
- Presentación de todo el grupo de clase.
- Horario, calendario
- Logo.
- Temática
- Programa
- Planificación de cómo se van a desarrollar.
- Tarjetas de identificación?