

Próxima lección:

- Plan de negocio. Mostrar la forma que tenemos de hacer dinero o negocio y como mantener a los usuarios en la plataforma, explicando el MVP refinado/concentrado/revisitado.
- Previsión y análisis de ventas y gastos, alcance a los usuarios con datos lo más reales posibles. Gracias a eso tendremos la previsión de cuanto vamos a ingresar y gastar.
- Los costes de infraestructura o personal, marketing, costes indirectos.
- Cómo conseguimos ese dinero para pagar los gastos. Préstamos, plan de financiación de bancos... Ofertas que tiene el santander, el bbva...
- Análisis para ver dónde alcanzamos el punto de apalancamiento/endpoint. Si el tiempo es muy largo (superior a 1 año) puede ser poco atractivo para inversores.
- Análisis SWOT del proyecto (parte importante del plan de negocio)
- Plan de marketing: Banners, videos, segmentación de clientes y usuarios, elección de los medios de publicidad e inversión en ellos. Relacionar con las palabras claves la búsqueda de usuarios.
- Análisis de competidores. Hecho diferencial con respecto a ellos. (Comparison framework) Matriz de filas = competidores, columnas = características principales de comparación. La última fila es el proyecto nuestro y tenemos que dejar claro en ella qué nos diferencia de la competencia. Añadir después por qué esa diferencia resulta atractiva a los potenciales clientes.
- Planificación de cómo vamos a hacer crecer el proyecto y seguir atrayendo más clientes. A corto, medio y largo plazo. Corto plazo ≤ 1 año. Medio plazo = 2 o 3 años. Largo plazo = 4-6 años. H5, H10 ("hemos llegado a x países").
- Mostrar el equipo de trabajo: Fotografía profesional, nombre, puesto y descripción de por qué esa persona está en el puesto. Que se vea que tenga una estructura de equipo. Nada de decir que estamos porque somos amiguitos. No todo el mundo tiene por que tener un cargo dentro de la empresa.

Orden recomendado:

Inicio efectivo: Video promocional

- 1) MVP (la idea de negocio y forma de hacer dinero). No un tutorial de la aplicación, eso pa tí. - **3 sp - AleR**
 - a) Cómo ganamos dinero: licencias, compra ejercicios, promociones... (**3 diapositivas**).

- b) Explicar el MVP. **(1-2 diapositivas)**
 - c) Incluir Demo con despliegue **(1 diapositiva)**
- 2) Equipo de trabajo - **1 sp - Migue**
 - a) Roles bien definidos y por qué. **(4 diapositivas)**
- 3) Análisis de competidores (filas-> competidores, columnas-> características) - **2 sp - Alvaro D.**
 - a) Matriz Comparison Framework: Kaggle, Idoceo, ClassDojo, Moodle. **(1 diapositiva)**
 - b) Hecho diferencia. **(1 diapositiva)**
- 4) SWOT (Oportunidad de porque sacar el negocio ahora mismo). - **1 sp Alvaro D. (1 diapositiva)**
- 5) Planificación corto, medio y largo plazo. - **2 sp - Álvaro S.**
 - a) Corto (1 año) ; Medio (2-3 años) ; Largo (4-5 años) **(1-2 diapositivas)**
- 6) Plan de Marketing.
 - a) Usar lo que ya tenemos. (Hay un documento en el repo, **metodología**) **(Lo que ya hay + 1 diapositiva si hace falta) - 1 sp - Jesús**
 - b) Cambiar Banners. (Ver arriba para formato) **(1-2 diapositivas)**
 - i) Inversores - **2 sp - Alvaro S.**
 - ii) Escuelas(Clientes) - **2 sp - Andrés**
 - iii) Programadores(Usuarios) - **2 sp - Andrés**
- 7) Análisis de costes, ingresos, financiación y endpoint (punto en el que los gastos se igualaban con los beneficios). **(3-5 diapositivas) - 6 sp - AleG**
 - a) Costes de infraestructura, personal, marketing, indirectos.
 - b) Prestamos bancos, etc.
 - c) Previsión gastos, ganancias.. (endpoint).
- 8) Conclusiones, hay que decir si somos cerdos o gallinas y cuanto más cerdos mejor. Cerdo y gallina metodología SCRUM. Decir que estamos poniendo toda la carne en el asador, asumiendo riesgos. Vamos a tope. Decir el impacto catastrófico que tendría el fracaso del proyecto.(Si no sacamos el proyecto adelante no comemos). **(1 diapositivas) - 2 sp - Alvaro D.**

Otros)

- Edición vídeo promocional. - **4 sp Migue.**
- Informe de mejoras. - **1 sp - Alvaro D.**
- Añadir introducción al vídeo de inversores. Más corporativo (logo, etc.). - **2 sp Jesús.**

Reparto: **1sp = 30 min**

- **Ale R. 3 sp.**
- **Migue. 5 sp.**
- **Alvaro D. 6 sp.**
- **Alvaro S. 4 sp.**

- **Jesús 3 sp.**
- **Andrés 4 sp.**
- **Ale. G. 6 sp.**

Primera semana será entre 10 y 15 minutos como antes hacíamos, la segunda semana será un poco menos.

FEEDBACK GRUPOS

- Google primer para el plan de publicidad (<https://www.yourprimer.com/>)
- Para el final que no sea un corte tan abrupto.
- No poner ingresa a (panchito) -> registrate en, buscanos en
- Aunque se tengan varios negocios en la misma web, promocionar un único negocio en los videos promocionales
- No suele salir bien hacer el mismo video para usuarios que inversores, separarlos siempre.
- Si se tiene una aplicación en PlayStore, crear una página web simple con la información de la aplicación y que redirige a la PlayStore, es lo ideal.
- Para aplicaciones android y crear un buen estilo de app, <https://material.io/>.
- No poner nombres raros en las citas, la gente no se va a quedar con él y/o va a buscarlo, distrayendose. "Teofastro"
- Tampoco nombres muy conocidos, al fin y al cabo ya están muy oídos.
- Se puede decir que la cita la ha dicho unos mismo o decir "Como alguien dijo una vez" o algo similar.
- Crear un fondo corporativo, para que al final se vea el fondo de pantalla del ordenador, mostrando la empresa.
- Herramienta *moovly* para hacer videos de publicidad (<https://www.moovly.com/>).
- En imágenes/diapositivas/presentaciones tipo definición (una imagen y una definición) poner la imagen arriba, el texto debajo, ya que lo primero que se percibe es la imagen.
- Nosotros somos el sector cuaternario, de conocimiento. *Wow*

FEEDBACK INTERACTEACH

- La demo destinada a inversores está bien, es directa. Esta bien no tener vergüenza por mostrar la fuente de dinero.
- Los banners son más carteles que banners, adaptarlos a un banner, más apaisado, más pequeño, etc.
- Poner en los banners el logotipo y el nombre de la aplicación en grande, sobretodo el logotipo y una frase. No desaprovechar tanto espacio.
- **CAMBIAR COMPLETO.** El banner de los profesores, cambiar los colores. El texto no resalta, hay que pararse para leerlo. Debe haber una imagen que llame la atención.
- **MODIFICAR.** El banner de los programadores, idem, mostrar el logo, nombre más grande.
 - Sugerencias:
 - Poner el fondo al estilo “antiguo”.
 - No se muestra “por qué”. No se transmite porque van a recibir el dinero. Podría hacer click por curiosidad, pero podría no interesarle finalmente. Dado que los clicks cuestan, hay que cuidar eso.
 - El icono de JS resalta demasiado. El ordenador de fondo, poniendo el código un poco más grande quizás esté mejor. En general es llamativo.
- **CAMBIAR COMPLETO.** El banner de los inversores. El inversor tiene que ver “voy a hacer una inversión y voy a ganar dinero”. Nuestro proyecto es “auxiliar a la gente que está en los colegios con la posibilidad de hacer ejercicios interactivos, y que haya gente que hagan esos ejercicios y que nosotros ganamos dinero con ello”, no “make teaching fun”.
- Consejo para los banners: Mostrar gente en ellos.
 - Especificaciones de imagen recomendadas**
 - Tamaño de imagen recomendado:
 - **1.200 x 628 píxeles (1.91:1)**
 - Para maximizar la entrega del anuncio, usa una imagen que contenga **poco o ningún texto superpuesto.**
- El nombre no cuaja, no se te queda en la cabeza. Buscar uno más fácil de leer.
- Idea para el fin del video promocional: Álvaro S. tira los cuadernos y saca su portátil
- Introducción muy larga, hay que tratar que el mensaje llegue antes.
- No explicitar tanto en la promo la de escuelas privadas, hay que centrarse en ellas, pero no cerrar puertas.

FEEDBACK GLOBAL

- Propuesta de Corchuelo: Reducir siguiente entrega a 2 semanas, dejar la última semana para demos de entrevistas de trabajo y curriculums. Esto es debido a que el pilotaje de los grupos no ha sido tan bueno como se esperaba, y el plan de negocio no va a ser tan bueno como para dedicarle 3 semanas.
- **NOTA de anuncios: Los anuncios de por la mañana no son iguales que por la tarde, la audiencia por la noche son más generalistas, por la mañana es gente que probablemente tenga tiempo libre. No es nuestro caso, hay que ser directos, no hay tiempo que perder, solo hay 20s. Hay que mostrar que buscamos hacer negocio, no mostrar habilidades técnicas.**

FEEDBACK EVENTOS

- Contenido: Anuncio/teatrillo, idea, marketing y anuncios, demo de inversores.