

Final Project Report

1 Executive Summary

Il progetto è stato completato con un notevole anticipo rispetto ai termini stabiliti nelle CoS e impiegando meno giorni di quelli previsti dal Project Network Diagram. Il motivo principale è stato l'aver studiato e implementato l'algoritmo di schedulazione (task più complesso ed articolato da realizzare) utilizzando più risorse in parallelo, riducendo così la durata in termini di giorni.

Al contrario, alcune attività sono state sottostimate, in particolare quelle relative alle interfacce grafiche della Web app, e ciò ha portato il team ad aver completamente consumato il tempo aggiuntivo predisposto mediante il task Dummy 3.

2 Livello di successo e performance complessive del progetto

Il sistema per la digitalizzazione degli ordini ha ridotto fin da subito la percentuale di errori e smarrimenti, stando ai report prodotti dal committente, per cui si può dedurre che nel corso dell'anno saranno soddisfatti i relativi criteri di successo elencati nel POS.

L'algoritmo per la schedulazione degli ordini, essendo la parte più complicata del progetto, ha avuto bisogno di alcune piccole modifiche apportate in seguito ai test eseguiti in produzione, ma complessivamente si è dimostrato molto valido ed efficiente, soddisfacendo a pieno il proprietario. Nei primi giorni di messa in opera non è stato subito semplice per i lavoratori del chiosco accettare di lavorare seguendo la schedula fornita dal software. Durante i primi servizi ci sono stati alcuni disguidi causati dall'istinto e dall'abitudine dei dipendenti che li hanno portati a modificare pesantemente l'ordine

di preparazione proposto dall'algoritmo, visto che risultava ben diverso dal modo un cui erano soliti a lavorare. Successivamente, però, i lavoratori hanno iniziato a dar sempre più fiducia al software e a notare come seguendo le indicazioni fornite si riesca a preparare e consegnare una grande quantità di ordini in maniera molto più semplice e organizzata rispetto a prima, riducendo notevolmente i tempi di attesa per i clienti. Sempre dai report del proprietario, si evince che dal momento in cui viene inserito un ordine e fornito l'orario previsto di consegna, esso risulta pronto per essere ritirato dal cliente con al massimo 10 minuti di ritardo.

Per quanto riguarda l'applicativo online, essendo l'ultimo modulo implementato e rilasciato, e avendo il proprietario comunicato di non aver ancora iniziato una campagna pubblicitaria ben organizzata, non sono presenti ancora dati definitivi ma solo preliminari. Essi lasciano presupporre che la nuova modalità di ordinazione risulta vincente e molto apprezzata dai clienti, soprattutto quelli più giovani. Per un feedback più strutturato e preciso occorrerà attendere qualche tempo e l'inizio della campagna pubblicitaria.

3 Organizzazione e amministrazione del progetto

Stando ai feedback raccolti dai vari membri del progetto è stato fondamentale l'aver inserito uno sviluppatore esperto in ambito ristorazione tra le risorse. Infatti, ha consentito ai vari sviluppatori di diventare autonomi velocemente nello sviluppo, potendosi confrontare direttamente e in maniera immediata con un esperto di dominio.

L'utilizzo di Slack come mezzo di comunicazione è stato particolarmente utile per raccogliere in un unico luogo quante più informazioni possibili riguardanti il progetto. I membri del team sono rimasti soddisfatti della suddivisione del workspace in vari canali che consentiva di rimanere aggiornati solo sulle parti di loro interesse.

Infine, la scomposizione del progetto in milestone ha consentito di avere una miglior gestione delle risorse in termini di tempo d'utilizzo e ha permesso di concentrarsi di volta in volta su singole porzioni di progetto e non sulla sua totalità. Inoltre, anche la consegna del progetto ha seguito la scomposizione appena citata. Ciò ha consentito di rilasciare i deliverables del progetto in maniera più agevole e controllata.

4 Tecniche impiegate per il raggiungimento del risultato

Per portare a compimento il progetto entro i termini prefissati è stato fondamentale, come già illustrato in precedenza, suddividerlo in milestone per agevolare il lavoro.

Inoltre, i documenti tecnici prodotti (RBS, Priorità RBS, WBS, Dipendenze, Stime, Project Network Diagram, Gantt, Matrice RASCI) hanno fornito una linea guida scritta ben chiara da seguire, e a cui poter fare riferimento.

Infine, l'aver utilizzato software come Slack per la comunicazione, Trello per poter visualizzare lo stato di avanzamento lavori (task da fare, completati e in sviluppo) e Project per la gestione progetto (risorse e tempi) è stato cruciale per il completamento ed il successo del progetto.

5 Pregi e difetti dell'approccio utilizzato

Tra i pregi dell'aver utilizzato un approccio incrementale rientra sicuramente il fatto di poter suddividere il progetto in moduli più semplici che vengono poi rilasciati in momenti diversi. Ciò ha portato a 2 vantaggi:

- il team si è potuto concentrare solo sui task relativi alla prossima milestone da rilasciare e non su tutto il progetto;
- il committente ha potuto abituarsi gradualmente alle nuove modalità operative introdotte dai moduli software, essendo essi stati installati con una certa distanza in termini di tempo uno dall'altro.

Inoltre, visto che le diverse milestone erano composte da attività di tipologia diversa, è stato possibile schedare l'impiego delle risorse solo nei momenti in cui il loro lavoro era effettivamente necessario e non per tutto il progetto.

6 Raccomandazioni

La prima raccomandazione riguarda la milestone 3, ovvero l'applicativo Web per l'ordinazione online. Dal momento che tale deliverable non è stato valutato in maniera adeguata per motivi di tempo e di scarsa adozione iniziale,

sarebbe opportuno rimanere in contatto con il committente e richiedere dei feedback per quanto riguarda il successo del prodotto riscontrato dai clienti. Ciò aiuterebbe la software house a capire meglio i punti di forza così come le funzionalità da migliorare e quelle da aggiungere.

Il PM ritiene questa attività di notevole importanza visto l'investimento che l'azienda ha deciso di attuare per rendere l'intero progetto un prodotto vendibile ad altri chioschi. A questo proposito si raccomanda di progettare una piccola campagna di marketing che possa rendere noto il nuovo servizio della software house alle realtà potenzialmente interessate, mettendo in risalto il successo e le potenzialità riscontrate da Pida par tot.