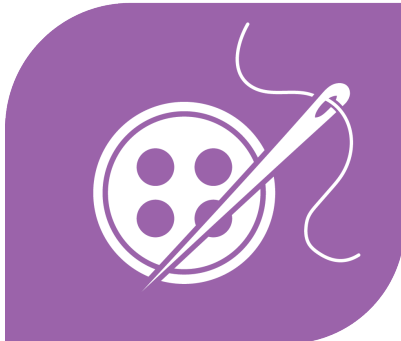


TPK4115 Praktisk prosjektledelse
Semesteroppgave

StudFix

Reflection Report for Product-Based Assignments



10113
10040
10091
10086
10148

Vår 2023

Innhold

1	Introduksjon	1
2	Refleksjon av prosjektledelse innsats	3
2.1	Organisering og refleksjon	3
2.2	Effektivitet av risiko styringsplan	5
2.3	Effektiviteten av kommunikasjonsplanen	6
2.4	Suksess på bakgrunn av suksessfaktorene	6
3	Evaluerings av nytteverdi (Prosjektsuksess)	7
4	Faktorer som har bidratt til fiasko/suksess	9
5	De viktigste lærdommene fra prosjektet	11
6	Refleksjon over learning og unlearning	12
6.1	Learning	12
6.2	Unlearning	12
7	Acknowledgments	14
	Vedlegg	15
A	Pre Report	15
B	Product	29

Figurer

1.1	Markedsundersøkelse	1
-----	-------------------------------	---

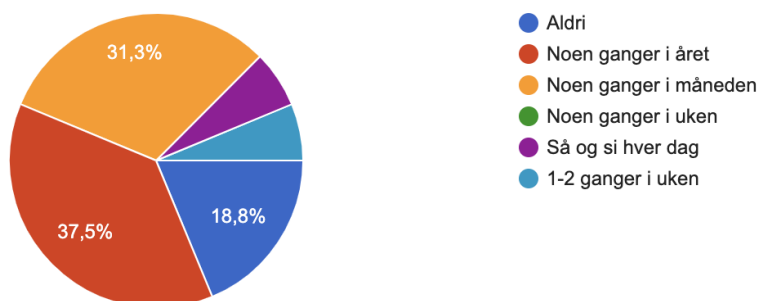
Tabeller

2.1	Rolleinndeling av prosjektmedlemmer	4
2.2	Ansvarfordeling av gruppemedlemmer	5
2.3	Egenvurdering av gruppens innsats	6
3.1	Egenvurdering av produktets kvalitet	8

1 Introduksjon

Prosjektoppgaven gikk ut på å produsere et produkt som dekket et manglende behov i dagens samfunn. Gjennom utviklingen av produktet skulle vi lære viktige kriterium for hva som er viktig i et prosjekt for å jobbe effektivt, få en dypere innsikt i eventuelle utfordringer som kan oppstå og hvordan best mulig takle disse. Videre skulle det gi oss en innsikt i viktige ferdigheter for å jobbe med andre, lære hva som blir definert som suksess i prosjekt, og generelt hvordan et produkt blir utviklet fra start- til sluttfasen.

Da gruppen skulle velge et produkt å utvikle, krevde det mange diskusjoner og idémyldringer rundt hvilket problem som skulle løses og hvilke behov som måtte dekkes. Av den grunn kom gruppen frem til at det var lurt å fokusere på studentmiljøet, da alle i gruppen er studenter. Dette ville gi oss en unik fordel i prosjektet, da alle kunne bidra med egne personlige erfaringer, i tillegg til informasjon vi fant gjennom markedsundersøkelser. Sammen kom gruppen frem til at det var et stort behov for en løsning blant studenter når det kom til hjelp med hverdagsproblemer. Dette ble også støttet gjennom en av spørsmålene fra markedsundersøkelsen (figur 1.1), som tok for seg hvor ofte studenter bruker ulike hjelpetjenester. Med dagens digitalisering ble gruppen enige om at en digital løsning ville være den beste måten å imøtekomme behovet på. Dermed ble det bestemt å utvikle en app *av studenter for studenter*, der man kan kontakte andre studenter for å få hjelp med ulike tjenester. Gruppen valgte å fokusere på en app i første omgang, da det er mer sannsynlig at studenter vil bruke en app på mobilen sin, enn en nettside. Målet var å utvikle en brukervennlig og praktisk applikasjon som ville hjelpe studenter i deres hverdag, samt skape en positiv og nyttig plattform for studentmiljøet.



Figur 1.1: Markedsundersøkelse

Formålet med appen er å skape en plattform hvor studenter kan tilby og motta hjelp fra andre studenter. Ved å bruke plattformen kan studenter be om hjelp med en rekke forskjellige ting,

og de som tilbyr hjelp kan tjene litt ekstra penger ved siden av studiene. Vår visjon er å skape et nettverk for studenter som gjør det enklere å be om hjelp samtidig som de kan utvikle sine ferdigheter ved å hjelpe andre som trenger det. Vi tror at dette kan bidra til å senke terskelen for å be om hjelp, og samtidig gi studentene en mulighet til å tjene litt ekstra penger og utvikle sine ferdigheter.

2 Refleksjon av prosjektledelse innsats

2.1 Organisering og refleksjon

Etter det ble kommet frem til et produkt, måtte vi videre fordele oppgaver, roller og ansvar i prosjektorganisasjonen. Det er viktig når en jobber i en organisasjon eller gruppe, at en koordinerer sine oppgaver for å oppnå prosjektet sine mål på en effektiv måte. Vi måtte ta hensyn til en rekke ulike faktorer når det kom til inndeling av roller. Dette gikk ut på hvordan teknologien kunne endre seg gjennom prosjektets livsløp, hvor stor tilgjengeligheten på diverse ressurser var, hva prosjektet kunne tilby og hvilke krav vi stilte til de diverse beslutningsprosessene vi måtte ta. Vi tok utgangspunkt i en balansert matrisestruktur, der vi hovedsakelig delte på autoriteten og forventet at alle skulle delta likt i beslutninger. Dette gjorde at vi kunne hjelpe hverandre mer fritt over de ulike områdene, og ingen ble sittende alene med et ansvarsområde. [1].

Den helhetlige gjennomføringen og prosjekt handteringen i gruppen blir vurdert i dette avsnittet. Kriteriene vi vurderte dette ut i fra handlet om hvor effektivt vi jobbet, hvordan vi strukturerte arbeidet, risikoanalysen i pre-reporten, og hvordan kommunikasjonsplanen og fremdriftsplanen fungerte.

Tidligere nevnt i pre-reporten var et ansvarsområde 'koordinator'. Det ble i senere kommet frem til at det falt mest naturlig for gruppens struktur å forandre dette området til 'prosjektleder'. Noen i gruppen tok fort mer styring enn andre, og viste et større engasjement for å få oversikt og struktur i prosjektgruppen. Dette medførte at han fikk rollen som prosjektleder. Han passet på at alle gjorde sin del for å bidra til gruppen, samt planla når vi skulle ha møter, koordinerte de ulike oppgavene som måtte bli gjennomført, og passet på at vi hadde en jevn fremgang i prosjektet. På grunn av at vi tok utgangspunkt i en balansert matrisestruktur ble det vanskelig for prosjektleder å planlegge og koordinere oppgaver da alle medlemmene skulle ha lik deltakelse i beslutninger. Komme frem til enighet ble vanskelig". Dette gjorde det vanskelig å holde oversikt og vi fikk en sen start på prosjektet.

De resterende medlemmene ble inndelt etter sine styrker og interesser. En ble utvikler, som hadde hovedansvaret for utvikling av produktet. Mer spesifisert var han *frontend*-utvikler, som jobbet med det sluttbrukeren skulle se. Ansvarsområdet hans var rundt selve utviklingen av appen, og dermed var han ansvarlig for layout, og oppfordring til idemyldring i gruppen. Rollen passet han bra da han er flink til å kommunisere med de andre medlemmene og var imøtekommende person

å diskutere med. På den andre siden var det en krevende rolle da ingen av oss har jobbet med et sånt prosjekt før, og det krevde masse undersøking og læring for å utvikle appen. Det var også intern strid om hva som skulle være med i appen og hvordan layouten skulle være.

Ei fikk rollen som Researcher. Som Researcher hadde hun ansvaret for å gjennomføre forskning på hva som burde være med i appen, gjennom å samle relevant informasjon. Videre var det hun som hadde ansvar for å se om interessen for en slik plattformen var der. Dette ble utført ved å se på liknende konkurrenter og gjennomføre diverse markedsundersøkelser for å finne ut hva brukerne forventet av appen. Etter startfase av prosjektet hadde dette aspektet relativt mindre betydning for produktet. Dermed mente gruppen det var hensiktsmessig å la personen få ansvaret for designet av selve applikasjonen. Dette gjorde at fremdriften i prosjektet gikk fortere da det ble mindre ansvar på de resterende medlemmene i gruppen.

De to siste medlemmene ble markedsførere. Promotering er en essensiell del for å rekke ut til det ønskede markedet. Oppgavene gikk ut på å gjennomføre ulike undersøkelser på hvordan vi best kunne promotere appen til målgruppen og videreføre denne informasjonen til utvikleren. Problemer vi møtte på her var at siden det var to personer, måtte de dele på samme arbeidsoppgaver som medførte litt miskommunikasjon mellom de og resten av gruppen. Videre i prosjektets livsløp ble det regnet som hensiktsmessig å dele markedsføring i to deler, promotering og design. Promotering gikk ut på å formidle appen på best mulig måte til relevant målgruppe, studenter. Design gikk ut på å utforme det visuelle aspektet med Researcheren.

Tabell 2.1: Rolleinndeling av prosjektmedlemmer

Gruppemedlem	Rolle
10148	Prosjektleder
10040	Utvikler
10091	Researcher
10113	Markedsfører
10086	Markedsfører

Tabell 2.2: Ansvarfordeling av gruppemedlemmer

Oppgaver	Ansvarlig person
Finne produkt ide	Alle medlemmer
Utdeling av ansvarsområder	Alle medlemmer
Skriving av peer-review rapport	Alle medlemmer
Bestemmelse av design layout	Researcher og Utvikler
Markedsundersøkelse - studenter	Markedsførere
Utvikling av selve appen	Researcher
Logo design	Markedsfører
Rapportering av utvikling	Alle medlemmer
Møtereferat	Prosjektleder

2.2 Effektivitet av risiko styringsplan

Fra pre-reporten lagde gruppen en risikoanalyse av hva risikoer som kunne oppstå gjennom prosjektet, og hvordan dette kunne påvirke arbeidet. Den største handlet om hvor stor interessen for produktet var blant studentene. Gjennom markedsundersøkelser fikk vi en stor variasjon i hvor nødvendig de syntes appen var. Noen var meget begeistret, mens andre syntes det var unødvendig. Dette medførte et vanskeligere marked for oss.

Etter dette var det en middels risikofaktor rundt selve programmeringen, eller i vårt tilfelle layouten til appen. Da ingen av oss har noen særlig erfaring med dette, var det en bratt læringskurve. Til tross for dette var det et problem vi fort kom oss over og i lengden var det en god erfaring å ta med seg videre.

Videre var det en middels risikofaktor rundt kommunikasjonsflyten i gruppen. Dette var ikke et stort problem da vi tidlig etablerte hvor vi skulle kommunisere og lagde både Teams og Messenger grupper. Mange er også godt bekjente som gjorde at kommunikasjonsflyten ble veldig naturlig. Et problem derimot var at under diskusjoner kunne samtaleemne ofte gå ut av det som var faglig viktig for prosjektet.

Til slutt burde gruppen ha vurdert risiko rundt tidsrammer og fremdriftsplan. Fremdriftsplanen var ikke spesifikk nok som medførte at tidsrammene rundt når oppgaver skulle være gjort, ble utydelige som påvirket prosjektets fremdrift. Selv om prosjektet ble fullført i tide, og oppnådde ønskede mål, kunne det ha forbedret fremdriften gjennom prosjektets tidsløp.

2.3 Effektiviteten av kommunikasjonsplanen

Kommunikasjonsplanen var et verktøy som kom godt til nytte for gruppen. Kommunikasjonen utenfor møter skjedde via de planlagte plattformene, og ved å ha dynamiske møtetidspunkt kunne gruppemedlemmene være fleksible rundt sin egen timeplan. Det var derimot tider det var dårlig varsling om møter, men dette kan løses ved at møteinnkallelser må komme et fastbestemt antall dager før møtetidspunktet. Dette var noe prosjektleder burde ha tatt tak i tidligere. Valget om å ha en dynamisk møteagenda var en god ide i starfasen av prosjektet, men fungerte ikke som ønsket videre. Tanken bak å la agendaen være dynamisk var at det skulle være friere flyt av ideer og idemyldring under møter, men da prosjektet ble mer fastsatt resulterte dette i en rotete start på møter. En mulig forbedring er å ha en strukturert møteagenda som blir sendt sammen med møteinnkallelse.

2.4 Suksess på bakgrunn av suksessfaktorene

Basert på suksessfaktorene satt av gruppen kan man regne prosjektet som en suksess. Dette betyr ikke at det ikke var noe avvik fra kriteriene, men heller at avvikene ikke var av stor nok betydning for prosjektet som helhet. Gruppedynamikken var ypperlig, med en god kommunikasjonsflyt og bra samarbeid under arbeidsøkter. Utenfor gruppemøter kunne gruppemedlemmene være flittigere på å svare på meldinger, men generelt var kommunikasjonen god. Dette medførte til et sterkt team. Prosjektet vil også kunne regnes som fleksibelt, siden det ikke fastlåser seg i et spesifikt marked. Derimot vil prosjektet ikke regnes som skalerbart, med hensyn til data samlet fra markedsundersøkelser. Fra interessentenes perspektiv kan man regne prosjektet som en delvis suksess. Gruppen har tatt til betraktning hvordan prosjekt vil appellere til interessentene, men har ikke direkte nådd ut til alle interessentene for å høre deres mening.

Vi vurderer vår prosjekt organiserings innsats som suksessfull:

Tabell 2.3: Egenvurdering av gruppens innsats

Skala	Sterkt uenig	Uenig	Verken enig eller uenig	Enig	Sterkt enig
Gruppens respons				X	

3 Evaluering av nytteverdi (Prosjektsuksess)

Gruppen har hovedsakelig identifisert studenter som målgruppe. Dette valget ble tatt gjennom en rekke idemyldringer, fordi det var en mangel på en trygg plattform hvor studenter kan nå hverandre til en billig penge. Til vanlig blir liknende applikasjoner som Finn.no, Mittanbud etc. brukt til å tilby og motta tjenester. Av den grunn brukte gruppen disse plattformene som et utgangspunkt for prosjektet.

På en bredere skala har gruppen også et ønske om at denne plattformen vil nå ut til interessenter som studentorganisasjoner og linjeforeninger. Per dags dato er det en rekke ulike organisasjoner som tilbyr lavterskel tjenester. Problemet med dette er at en stor andel studenter ikke vet at disse eksisterer. Derfor vil vi gjøre denne plattformen til et knutepunkt hvor de har mulighet for større eksponering. Gjennom søkefunksjonen som er implementert i plattformen vil det gjøre det enklere for studenter å komme i kontakt med disse organisasjonene.

For å få en mest mulig nøytral evaluering av kvaliteten på plattformen, ble de første brukerne kontaktet for å høre om deres opplevelser. I tillegg ble det i forkant laget en markedsundersøkelse for å måle behovet for en slik applikasjon for studenter.

Gjennom markedsundersøkelsen fikk applikasjonen mye positiv respons når det kom til nettverksbygging. Flere kommentarer skildret dette som en *«unik mulighet til å utvide nettverk på tvers av klassetrinn og linjer»*. Et av målene gruppen hadde satt seg i forkant gikk nemlig ut på å utvide nettverkskretsen til studenter. På den andre siden var det fortsatt noen studenter som var skeptiske til denne muligheten, noe som rapporten kommer tilbake til. Av den grunn ble dette aspektet ansett som halvveis vellykket. Videre hadde gruppen lyst til å måle interessen for å tjene penger på en hobby som kakelaging, syng, etc. Dette ga også et svært positivt utslag med kommentarer som *«det hadde vært fint med en lavterskel plattform hvor jeg kan hjelpe studenter i nød.»* Som oppsummering målte gruppen hvor høy interessen for å kjøpe tjenester av studenter var. Det ble dermed et positivt resultat når et stort flertall var åpne for denne ideen.

Tilbakemeldingen som dukket opp oftest omhandlet sikkerhet og personvern. Etter vi fikk ulike personer til å teste prototypen av plattformen ble det fort lagt merke til at det ikke var noen form for verifisering av studenter. Med andre ord var det ingen forsikring om at man kommer i kontakt med en student eller ikke, samt at denne personen er en ordentlig bruker. På grunn av dette

iverksatte gruppen en løsning, i samarbeid med NTNU, om å implementere en påloggingsmetode gjennom Feide. Videre vil vi også legge til verifisering gjennom BankID for å skape en enda tryggere plattform. Dette vises i appen som et blått verifikasjonsmerke.

I videre dialog med de første testerne av plattformen gikk flere av tilbakemeldingene ut på at fargebruken passet godt til tematikken. «*Den visuelle appellen til nettsiden bidro med å øke brukervennligheten og satte positive preg på nettsiden som en helhet.*» Dette er et eksempel på en av tilbakemeldingene på det visuelle aspektet av plattformen. Den overordnede strukturen av nettsiden viste seg å også være bemerkelsesverdig fra brukerne. «*Det at man kan ha mulighet til å ha en oversiktlig liste med potensielle selgere er noe flere plattformer sliter med.*»

Vi vurderer vår prosjektorganiserings innsats som suksessfull:

Tabell 3.1: Egenvurdering av produktets kvalitet

Scale	Strongly Disagree	Disagree	Neither agree or disagree	Agree	Strongly Agree
Your response				X	

4 Faktorer som har bidratt til fiasko/suksess

For å kunne si noe om hvilke faktorer som har bidratt til suksess eller fiasko i dette prosjektet tar vi i bruk metoden til Jugdev og Muller [1]. Det går ut på å bruke de allerede definerte suksesskriteriene ved oppstart som er nevnt i pre-reporten, og ut ifra det kan vi skape en referanseramme for identifisering av suksessfaktorer i denne oppgaven. Suksessfaktorene som ble nevnt i pre-reporten og faktorene som vi så på som nødvendig å ta med underveis i prosjektet kan videre deles i 3 kategorier: prosjektledelsessuksess, prosess-suksess og prosjektsuksess.

Prosjektledelsessuksess:

1. **Gjennomføringstid:** Prosjektet ble gjennomført innen den fastsatte tidsrammen. Dette er en viktig suksessfaktor prosjektet har oppnådd, med tanke på at en eventuell forsinkelse ville føre til ekstra kostnader, mulig tap av konkurransefortrinn og redusert kundetilfredshet.

Prosess-suksess:

1. **Fleksibilitet:** Høy grad av fleksibilitet. Ved å basere appen på ulike tjenester, eksempelvis syng og baking, har vi muligheten til å tilpasse oss endringer i markedet. Dersom et område ikke vekker så mye interesse, kan vi enkelt rette fokuset til noe annet. Med andre ord er bedriften i stand til å tilpasse seg til kundenes behov og endringer i markedet som fører til suksess av prosjektet.
2. **Sterkt team:** Høy grad av motivasjon og engasjement blant prosjektteamet har ført til suksess i prosjektet. De fleste i teamet kjente hverandre fra før og var flink til å samarbeide effektivt, dele kunnskap og erfaring med hverandre.
3. **God kommunikasjonsflyt innad i organisasjonen:** Middels grad suksess . Kommunikasjonsplanen ble ikke fulget opp slavisk. Mindre kommunikasjon med hverandre når vi jobbet med oppgaver på egenhånd.

Prosjektsuksess:

1. **Forretningsplan:** Det ble ikke utarbeidet en klar og tydelig nok forretningsplan til prosjektet. I tillegg ble det satt urealistiske mål når det gjaldt utvikling av appen, med tanke på at ingen i gruppen hadde noe særlig erfaring i fagfeltet. Gruppen fikk derfor utfordringer rundt utvikling og programmering av appen, noe som førte til fiasko av

prosjektet til en viss grad.

2. **Produkt/marked:** Lite markedsføring og promotering av tjenesten førte til en viss grad av fiasko. Gruppen fikk ikke til å nå ut til et bredt spekter av studenter på tvers av alle campuser i Trondheim, slik som det var planlagt i pre-reporten. Resultatet av markedsundersøkelsen viser derfor bare svarene vi fikk fra studentene på NTNU.
3. **Skalerbarhet:** Ut ifra markedsundersøkelsen og varierende engasjement fra studentene, tyder dette på at tjenesten vil sannsynligvis ikke oppnå ønsket skalerbarhet og vi ser på det som lav/middels suksess.

Det er flere faktorer som er viktige og disse er med på å påvirke hverandre og være gjensidig avhengige av hverandre. For eksempel vil et sterkt team med god kommunikasjon og fleksibilitet være i stand til å utvikle en god forretningsplan, og oppnå produkt/marked-tilpasning. Produkt og marked tilpasning vil være den største suksessfaktoren til prosjektet vårt. Oppstartsbedriften har en klar målgruppe som er studenter på tvers av alle campuser i Trondheim. Det er derfor viktig å forstå de spesifikke behovene for målgruppen og tilpasse produktet etter det for å oppnå suksess i prosjektet.

Sammenligning av faktorene som er identifisert i prosjektet med faktorene som er oppført i boken viser at mye er likt, men med forskjellige navn. For eksempel vil produkt/marked tilpasning og riktig valg av prosjekter beskrevet av Murphy ha samme hensikt [1]. Begge dreier seg om å tilpasse prosjektet til markedet og målgruppen. På samme måte vil sterkt team sammenlignet med koordinering og gode relasjoner til interessentene beskrevet av Murphy, ha samme hensikt. Begge handler om godt samarbeid og kommunikasjon i et prosjekt.

Andre faktorer som dreier seg om det samme, men er kalt forskjellige i vår prosjekt sammenlignet med boka er:

- God forretningsplan kontra enighet om suksesskriterier (Murphy)
- God kommunikasjonsflyt innad i organisasjonen kontra kommunikasjon (Pinto)
- Skalerbarhet kontra effektiv program- og porteføljestyring (Cooke-Davis)

5 De viktigste lærdommene fra prosjektet

For å sikre en effektiv og vellykket gruppeprosess, anbefaler vi å utvikle en detaljert plan med klare frister, milepæler og møtetider. En strukturert tilnærming som dette vil gi alle gruppemedlemmer en tydelig forståelse av hva som kreves av dem og når, samt bidra til å sikre at alle er tilstede og arbeider sammen på gruppemøtene.

Vi vil også anbefale å benytte øvingstimer eller kommunisere via e-post for å søke hjelp fra studentassistentene. Vi har erfart at dette er en nyttig strategi for å håndtere vanskelige problemstillinger, og at det gir økt motivasjon og produktivitet når gruppen kan løse utfordringer sammen. Slik vil gruppen kunne håndtere eventuelle hindringer som oppstår, og samarbeidet vil bli mer produktivt og effektivt.

Basert på vår erfaring, anbefaler vi å fordele oppgaver basert på individuelle interesser og kompetanse, da dette kan øke produktiviteten i utviklingen av et produkt. Videre har vi observert at felles interesse for selve produktet bidrar til høyt nivå av engasjement blant gruppemedlemmene.

For å opprettholde en positiv og åpen gruppedynamikk som bidrar til en smidig samarbeidsprosess, er det hensiktsmessig å ha en fast kommunikasjonsplattform i gruppen. Mer konkret benyttet vi Facebook Messenger til rask meldingsutveksling og for å avtale møtetider og steder, mens Microsoft Teams ble brukt til faglige diskusjoner og deling av filer. Vi har også erfart at det er klokt å sette frister noen dager før den faktiske innleveringsfristen, da dette vil gi rom for uventede situasjoner som kan forsinke arbeidet. Videre er det viktig å dokumentere møteagender og referater, slik at eventuelle fraværende gruppemedlemmer kan bli oppdatert på fremdrift og gjennomføring av rapporten. Dette vil også muliggjøre refleksjon og evaluering av gruppearbeidet etter at det er fullført.

Vi har imidlertid erfart at selv om man planlegger arbeidsflyten ned til hver minste detalj, kan uforutsette forpliktelser som skolearbeid og verv dukke opp og forstyrre den planlagte fremdriften. Derfor er det viktig å være fleksibel når det gjelder møtetider og forstå at alle gruppemedlemmer kanskje ikke vil kunne yte sitt beste i enhver arbeidsuke. Å være forståelsesfull og ha tillit til hverandre kan bidra til en bedre gruppeprosess og et mer vellykket resultat.

6 Refleksjon over learning og unlearning

6.1 Learning

Vi har lært at en dedikert prosjektleder er avgjørende for å sikre organisering og målretting i arbeidet, spesielt i perioder med høye arbeidsmengder. I startfasen hadde vi problemer med å fordele ansvar og initiativ, men da en av gruppemedlemmene tok styring, opplevde vi en økende grad av effektivitet og struktur i prosjektet.

Vi så verdien av å skrive en grundig risikovurdering for pre-report, som hjalp oss med å identifisere mulige utfordringer som kunne oppstå i løpet av prosjektet. Ved å forberede oss på disse situasjonene på forhånd, var vi bedre i stand til å takle dem hvis de skulle oppstå. En av de største risikoene vi identifiserte, var knyttet til hvor stor interesse studentene ville ha for produktet vårt. Vår markedsundersøkelse bekreftet denne bekymringen da vi opplevde varierende deltakelse fra studentene. Dette viste oss viktigheten av å skrive risikovurderinger tidlig i prosjektet og ikke vente til etter at problemene har oppstått.

Under utviklingen av produktet økte flere av gruppemedlemmenes tekniske kompetanse, spesielt innen app-utvikling. Gjennom eksperimentering og læring av nye programmeringsspråk og verktøy som var nødvendige for å bygge vår app-prototype, fikk vi verdifull erfaring og kunnskap. Dette vil være nyttig for oss i fremtidige prosjekter og karriere.

6.2 Unlearning

I startfasen av prosjektet, hadde vi visse forventninger om at utviklingen av en app ville være en stor utfordring. Men ved å følge en grundig plan, fordele ansvar og oppgaver, samt etablere effektiv kommunikasjon og samarbeid internt i gruppen, opplevde vi at arbeidet var overkommelig. Dette illustrerer viktigheten av en strukturert tilnærming til prosjektledelse og samarbeid, som kan resultere i positive resultater for prosjektets fremgang og suksess.

Opprinnelig antok vi at arbeidsflyten i prosjektet ville være jevn gjennom hele perioden, men vi opplevde at uforutsette hendelser som eksamener, store oppgaver i andre fag, reiser og sykdom oppsto hyppig og uregelmessig. Vi måtte dermed være mer fleksible og tilpasse arbeidsplanen etter disse hendelsene. Vi fokuserte på å utnytte tiden best mulig og møtes når det var praktisk for alle.

Da vi startet utviklingen av produktet, hadde vi en forventning om at vår store interesse og engasjement for produktet ville bli delt av andre studenter, som var vår primære målgruppe. Imidlertid viste vår markedsundersøkelse at dette ikke var tilfellet. Dette fikk oss til å erkjenne viktigheten av å være bevisst på våre egne forutinntatte holdninger og å være villige til å reflektere over dem. Dette kan bidra til å forbedre vår forståelse og kommunikasjon med målgruppen, og sikre at produktet blir tilpasset deres behov og ønsker.

7 Acknowledgments

Vi har først og fremst lyst til å rette en takk til de studentene som tok seg tid til å svare på markedsundersøkelsen som ble utviklet. I tillegg vil vi rette en takk mot de første brukerne av plattformen som bidro med tilbakemeldinger for videreutvikling av produktet.

Videre vil vi takke foreleser Bassam Hussein for hans innvirkning på vår prosjektorganisasjon, samt hans engasjement rundt faget. Dessuten vil vi rette vår takknemlighet mot studentassistentene i faget som kom med konstruktiv kritikk til både produktet og organisasjonsstrukturen innad i gruppen.

A Pre Report

StudFix

Pre-report gruppe 22



10113.
10040
10091
10086
10148

Vår 2023

Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon	1
2	Interessenter	2
3	Risiko	4
4	Egenskaper for utvikling	5
5	Prosjektstruktur	6
6	Fremdriftsplan	7
7	Suksessfaktorer	8
8	Roller og ansvar i prosjektet	9
9	Kommunikasjonsplan	10
	References	11

Figurer

1	StudFix logo	1
2	Interessentkategorisering (innflytelse-interesser)	3
3	Prosjektstruktur	6

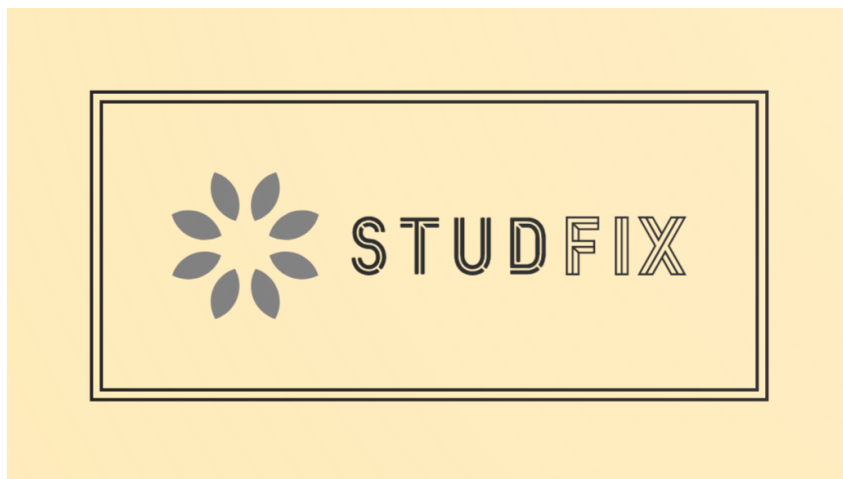
Tabeller

1	Risiko vurdering	4
2	Fremdriftsplan	7
3	Roller i prosjektet	9

1 Introduksjon

Produktet som gruppen har utviklet er StudFix, en applikasjon av studenter for studenter. Vårt formål er å skape en lavterskel plattform hvor studenter som trenger hjelp med en tjeneste enkelt kan nå en annen student som tilbyr nettopp denne tjenesten. For eksempel, hvis en student har klart å ødelegge sin genser og trenger hjelp med å sy kan en annen student tilby denne tjenesten og få en pengesum som betaling. På denne måten fungerer denne plattformen på en fleksibel og trygg måte som gir positive gevinster for både den som tilbyr tjenesten og den som mottar.

Bakgrunnen til dannelsen av StudFix er å skape en plattform som oppfordrer studenter til å drive med sine hobbyer samtidig som det gir andre studenter en mulighet til å motta en billig og pålitelig tjeneste. Forskning viser også at mennesker med hobbyer har mindre sannsynlighet for å lide av stress, dårlig humør og depresjon [1]. I tillegg la vi merke til en stor distanse mellom campuser på NTNU i Trondheim hvor dette hovedsakelig går ut på at det er vanskelig å bli kjent med nye mennesker på tvers av campuser. Dermed er det også en mulighet til å bli kjent med nye som ikke nødvendigvis er på ditt campus.



Figur 1: StudFix logo

2 Interessenter

Potensielle interessenter i bedriften Studfix kan være:

Studenter: her skiller vi mellom de som utfører jobben og de som ønsker jobben utført .

1) Studenter som utfører jobben: ønske om å finne en småjobb på en brukervennlig og pålitelig plattform som tilbyr en jobb som passer deres interesser, ferdigheter og timeplan. Det er viktig at denne gruppen er tilfredsstilt med lønn, arbeidsforhold og oppgaver.

2) Studenter som ønsker jobben utført: ønske om å finne kvalifiserte studenter som tilfredsstiller deres behov og tilbyr de tjenestene de trenger gjennom plattformen

Studentorganisasjoner: ønske om å samarbeide for å tilby jobbmuligheter til deres medlemmer. For eksempel: START NTNU, MAKE NTNU, Strindens Promenade Orchester.

Linjeforening: ønske om å samarbeide for å få jobber utført av studenter. For eksempel opptreden av et band på en linjeforening arrangement.

Investorer: personer/organisasjoner som ønsker å investere i appen og dens utvikling.

Konkurrenter: andre nettsider/apper som tilbyr lignende tjenester som for eksempel "Mittanbud" og "MinSmåjobb". Må ta hensyn til at de kan påvirke bedriftens suksess og markedsandel.

Media og presse: journalister og medieorganisasjoner som har et ønske om å skrive om bedriften og dens aktiviteter.

Universiteter og høyskoler: ønske om å sikre at det tilbys relevante småjobber og at disse jobbene utføres på en trygt og forsvarlig måte. For eksempel ikke brukt til å gjøre skolearbeidet til hverandre. De kan også være interesserte i å samarbeide ved å markedsføre plattformen for studenter og bidra med å utvide plattformens tilbud.

Myndigheter: det stilles lover og regler som påvirker virksomheten, for eksempel skatt og arbeidsrettigheter. Viktig at disse reglene er forstått og overholdt.

For å planlegge en effektiv interessentinvolveringsstrategi må vi først kartlegge de identifiserte interessentene. Dette kan gjøres ved å benytte interesse-innflytelse-matrise.

		(Interesser) uttrykt som krav og forventninger	
		Liten	Stor
Innflytelse	Kritisk	Gruppe 2 Offentlige myndigheter Investorer Konkurrenter	Gruppe1 Studenter Universiteter og høyskoler
	Marginal	Gruppe 4 Personer utenfor målgruppen, altså personer som er ikke studenter.	Gruppe 3 Media og presse Linjeforening Studentorganisasjoner

Figur 2: Interessentkategorisering (innflytelse-interesser)

Gruppe 1 tar for seg sentrale interessenter. Denne gruppen bør bli involvert tidlig i prosjektutviklingen. Det er helt avgjørende med tett oppfølging, involvering og medvirkning. Det er viktig at det er en klar og tydelig kommunikasjon om prosjektet og hvilke krav og forventninger interessentene har.

Gruppe 2 regnes som prioritert gruppe, de har potensiale til å true og bli motstandere av prosjektet, det er dermed viktig å minimalisere avhengigheten fra disse interessentene. For å unngå negative konsekvenser og for å bygge gode relasjoner er det viktig å utforske deres grunner for å lite interesse og gi de anerkjennelse for deres bidrag i prosjektet. Det kan også være lurt å holde de informert om prosjektets fremdrift og gi de regelmessige oppdateringer.

Gruppe 3 regnes som ideell interessent, det er viktig å høre på dem og informere dem for å holde interessentene støttende. Dette kan gjøres ved å skape et positivt miljø som oppmuntrer de til engasjement og vise at deres bidrag er verdsatt. Dette kan gjøres gjennom å invitere de til å dele sine synspunkter og bekymringer på jevnlige møter.

Gruppe 4 regnes som marginal intressent, de krever minimalt innsats og det holder med å bare overvåke de. Det er derfor ikke nødvendig å bruke ressurser for å involvere disse interessentene i prosjektutviklingen.

3 Risiko

Det er masse som kan medføre at prosjektet vårt ikke kan bli gjennomført, bli endret eller ikke få de resultatet som vi ønsket i utgangspunktet. Derfor er det viktig av vi har prosjektrisikohåndtering av hva som kan skje, spesielt med hensyn til videreutvikling av produktet. Hovedfokus er å beskrive prosessene som er viktige for å kunne drive en forsvarlig risikohåndtering, de er med dette her et fokus på å identifisere, analysere og håndtere risikofaktorer som kan oppstå gjennom hele livsløpet til prosjektet.

Gjennomføring av denne risikoanalysen har sine svakheter. Vi som skal gjennomføre dette prosjektet vil ha våre egne subjektive oppfatninger av hva risikoer som kan oppstå, som kan gjøre oss blinde for andre synspunkter. Derfor er det meget viktig vi gjennomfører denne analysen for å få en mer strukturert og oversiktlig syn på hva vi kan forvente fremover. Vi har hovedsaklig satt hovedfokuset på nærliggende risikoer som er relatert til prosjektgjennomføringen.

Tabell 1: Risiko vurdering

Risiko	Alvorlighetsgrad	Konsekvenser	Tiltak
Studenter ikke interessert	Stor	Produktet oppnår ikke de fastsatte målene til prosjekt gruppen	Markedsføring, og god viderføring av produktinformasjon
Problem med programmering	Middels	Får ikke utviklet produktet vårt	Kontakt med fagfolk
Dårlig samarbeid innenfor gruppen	Middels	Får ikke god flyt og dårlig arbeidsmiljø	Kalle inn alle til et ekstraordinær møte

4 Egenskaper for utvikling

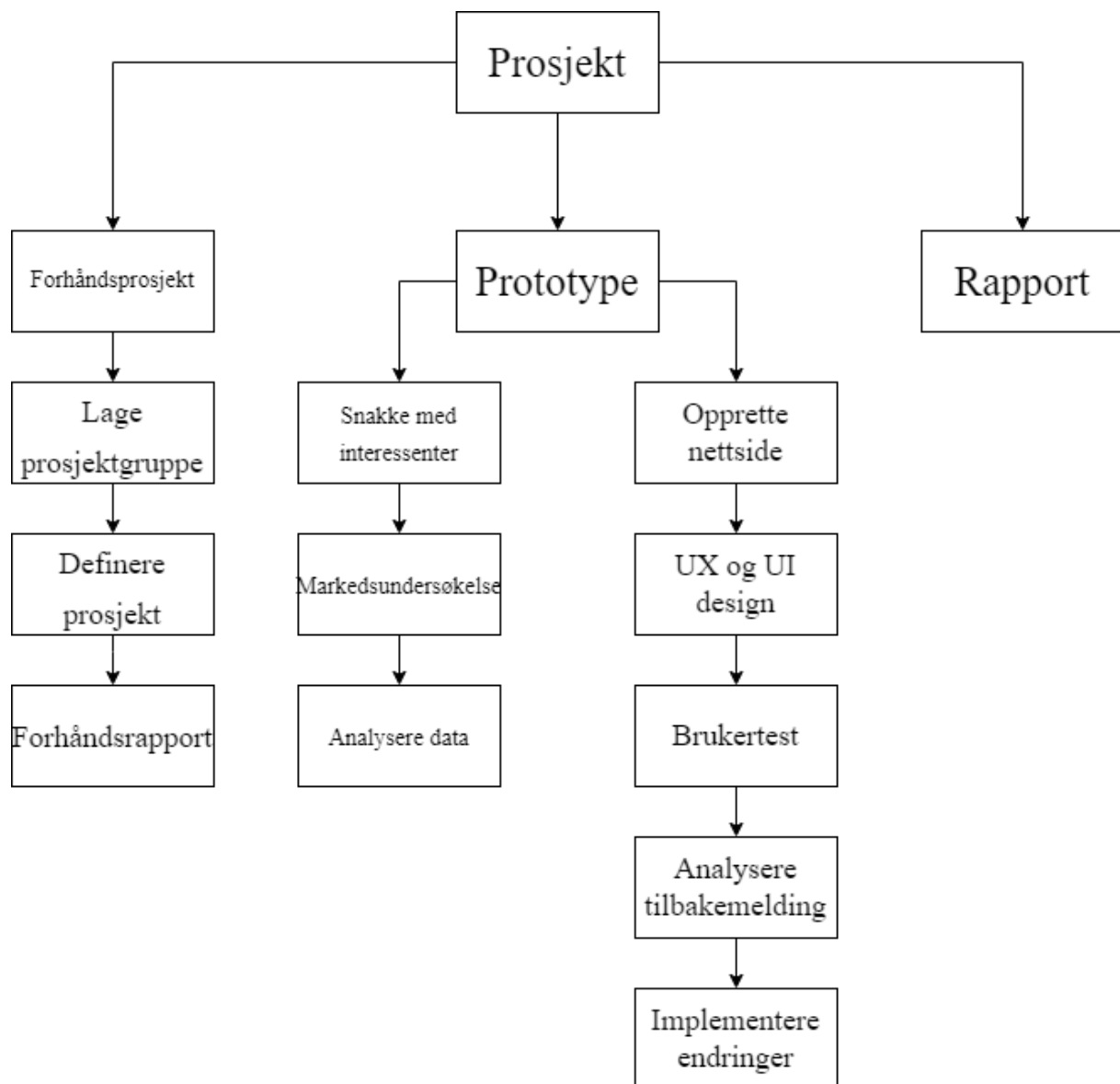
Prosjektet er ikke meget komplekst fra et teknisk standpunkt. Dette medfører til at gruppen heller kan allokere ressurser til å hovedsaklig styrke organisasjonen. Egenskapene nødvendige er blant annet:

- Visuelle formidlingsevner i form av UI og UX design.
- Bruk av applikasjoner som Wordpress, Wix eller Squarespace.
- Effektive markedsføringsstrategier.
- Forsåtelse av organisasjonsteori.
- Godt samarbeid- og koordineringsegenskaper.
- Gode budsjetteringsegenskaper.

Mesteparten av egenskapene nevnt vil komme fra å bruke eksterne kilder som lesebøker, samt erfaringsbasert læring. Undersøkelse av konkurrenter og/eller liknende prosjekter i markedet vil være en god metode på å anskaffe kunnskap. En mulighet vil også være å delta på kurs, enten fysisk eller på nett.

5 Prosjektstruktur

Nedenfor finner man en figur som viser til hvordan Prosjektstrukturen er bygd opp. Denne inkluderer begge rapportene, samt utviklingen av prototypen.



Figur 3: Prosjektstruktur

6 Fremdriftsplan

Fremdriftsplan gir en detaljert oversikt over ansvarsområder, oppgaver og tidsperspektiv. En får en oversikt over hvem som er ansvarlig for hva og når dette skal være gjennomført. Som prosjektleder skal en også lage en start- og sluttdato for prosjektet, definere hovedoppgaver med underoppgaver, tildele ansvar og oppgaver til andre personer som er involvert i prosjektet. Å ha en fremdriftsplan gir en mulighet til å evaluere og kontrollere prosjektets fremdrift underveis i prosessen ved å sammenligne den med prosjektplanen, som gir oss muligheten til å se om vi ligger etter antatt tidsbruk.

Start dato: 23.02.23 Slutt dato: 27.04.23

Tabell 2: Fremdriftsplan

Oppgave	Ansvarlig	Måned			
		Januar	Februar	Mars	April
Pre-rapport	Alle				
Intervju interessenter	10148				
Markedsundersøkelse	10086, 10113				
Prototype	10040, 10091				
Brukertest	10086, 10113				
Ferdigstille produkt	10040, 10091				
Rapport	Alle				

7 Suksessfaktorer

Når det kommer til suksessfaktor-aspektet er det en rekke faktorer som må tas til betraktning for at prosjektet skal bli ansett som en suksess.

- Produkt/market tilpasning: Målet med prosjektet er å nå ut til et bredt spekter av studenter på tvers av alle campuser i Trondheim.
- Sterkt team: God dialog innad i gruppen og klare mål for prosjektet er noen viktige faktorer for et godt samarbeid. Gruppedynamikk spiller en stor rolle når det kommer til prosjektets suksess.
- God forretningsplan: En god forretningsplan er meget aktuelt for ethvert prosjekt, fordi den gir en klar og tydelig strategi for hvordan prosjektet skal lykkes. En god forretningsplan kan hjelpe bedriften med å ta riktige beslutninger og følge en langsiktig plan for vekst og suksess.
- God kommunikasjonsflyt innad i organisasjonen: God kommunikasjon er avgjørende for å sikre at alle i organisasjonen har en klar forståelse av mål og oppgaver, og at alle jobber mot de samme målene. God kommunikasjon kan også bidra til å redusere konflikter og misforståelser og forbedre samarbeidet innad i gruppen.
- Skalerbarhet: Skalerbarhet refererer til evnen til å vokse og utvide virksomheten på en effektiv måte. Dette kan være spesielt viktig for nyoppstartede virksomheter som ønsker å vokse raskt. Skalerbarhet kan også bidra til å øke inntektene og redusere kostnadene, noe som kan føre til økt lønnsomhet og suksess på lang sikt.
- Fleksibilitet: Fleksibilitet refererer til evnen til å tilpasse seg endrede forhold og behov. I en stadig mer dynamisk og utfordrende forretningsverden kan fleksibilitet være avgjørende for å overleve og lykkes. Fleksibilitet kan også bidra til å forbedre kundetilfredshet, øke innovasjon og øke effektiviteten.

8 Roller og ansvar i prosjektet

Tabell 3: Roller i prosjektet

Roller i prosjektet	Ansvarsområder	Medlemmer
Koordinator	Delegering av oppgaver, forsikre at alle jobber mot samme mål og utfører sine oppgaver på en bærekraftig måte	10148
Researcher	Finner relevant informasjon på internett, lager undersøkelser som skal gis ut til relevant målgruppe	10091
Utvikling	Ansvar for videreutvikling av produktet, leder idémyldring innad i gruppen for hvordan produktet kan nå enda fler	10040
Markedsføring	Hovedansvar for visuell utforming av produkt (logo, app etc.), nå ut til studenter gjennom bruk av reklamasjon, forsikre at designet er tilfredsstillende	10086, 10113

9 Kommunikasjonsplan

En kommunikasjonsplan er avgjørende for å sikre at alle medlemmene i en prosjektgruppe er godt informert og samarbeider effektivt. Kommunikasjon er en viktig faktor i et vellykket prosjekt, da det kan bidra til å fremme samarbeid, koordinering og forståelse mellom teammedlemmer. En godt utarbeidet kommunikasjonsplan vil kunne hjelpe til med å unngå forvirring og misforståelser, og sørge for at alle i teamet er på samme side når det kommer til mål, oppgaver og fremdrift.

- Møtetidspunkt: På bakgrunn av de respektive gruppemedlemmenes travle timeplan er møtetidspunktene dynamiske og forandres hver uke. Vanligvis varer et møte i omkring 2 timer.
- Agenda for gruppemøter: Som ovenfor er agendaen for gruppemøtene dynamiske. Det som koordinator har forberedt blir som oftest gått igjennom i plenum på møtene.
- Møtested: Gruppen møtes på Byggeteknisk på Gløshaugen.
- Utveksling av informasjon: Gruppen har et felles dokument på Microsoft Teams hvor all relevant informasjon angående deres roller blir skrevet ned. Dette er viktig for kontinuitet i prosjektet, samt at det blir lettere å få en viss oversikt over hva en jobber med til enhver tid.
- Organisering av kommunikasjon med interessenter: Som kommunikasjonsmiddel med interessenter blir som oftest Microsoft Teams eller Messenger brukt. For målgruppen vi ønsker å nå ut til blir Facebook også brukt.

Referanser

- [1] *Purposeful activity - Hobbies*. URL: <https://www.headtohealth.gov.au/meaningful-life/purposeful-activity/hobbies> (sjekket 22.02.2023).

B Product



STUDFIX



Velkommen tilbake

Email

Passord

Logg inn

[Glømt passordet dit?](#)



hjem



søk



ny



favoritt



profil



STUDFIX



STUDFIX



Spørsmål



Kategorier



Bruksanvisninger



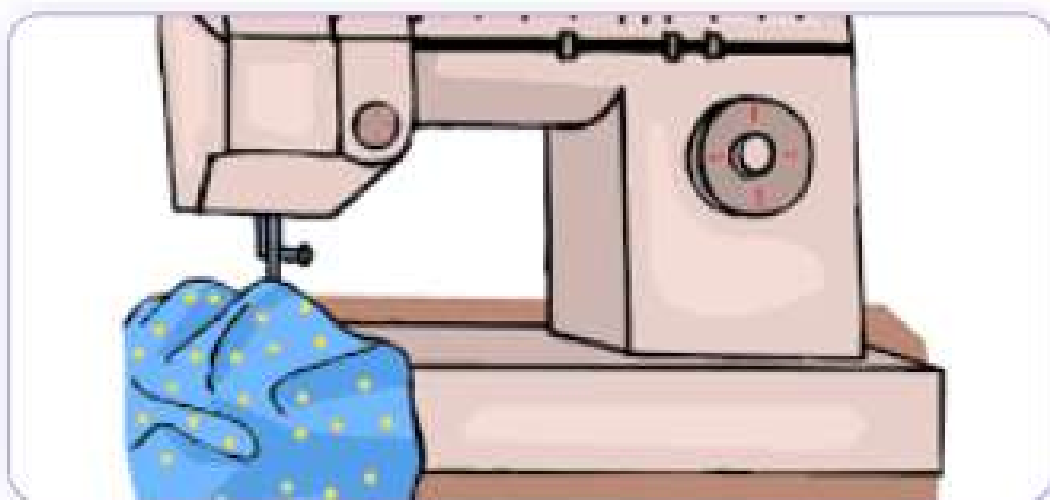
STUDFIX



Sy hjelp



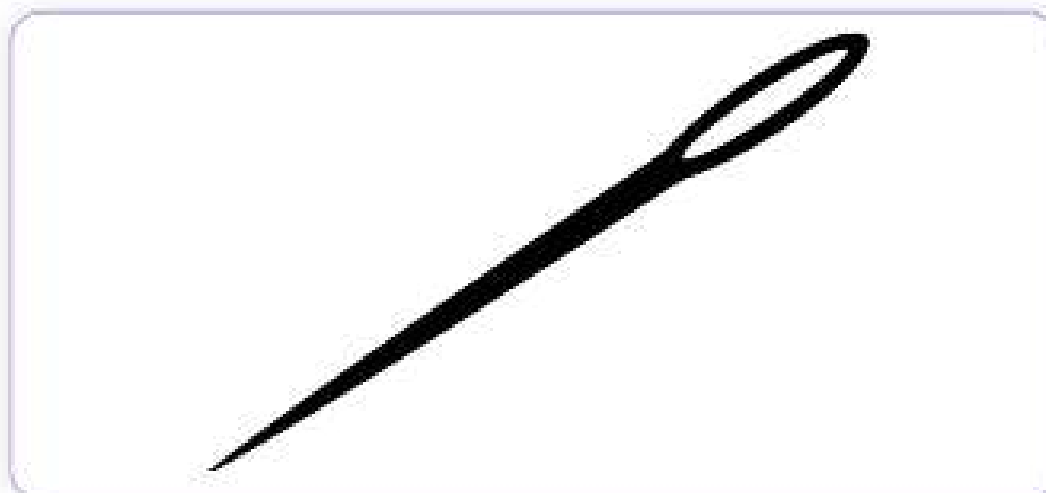
Hva trenger du hjelp med?



Sy maskin



Om du har spørsmål eller et behov for hjelp som omhandler sy maskin.



Sying med nål og tråd



Hjelp med sying ved bruk av enkel nål og tråd



STUDFIX



Kategorier



Hva trenger du hjelp med?



Syng

01



Strikking

02



Maling

03



Bygging

04



Flytting

05



Personer



Fornavn Etternavn



Kort beskrivelse

01

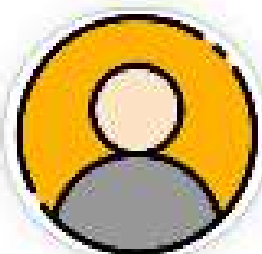


Fornavn Etternavn



Kort beskrivelse

02



Fornavn Etternavn



Kort beskrivelse

03



Fornavn Etternavn

Kort beskrivelse

04



Fornavn Etternavn

Kort beskrivelse

05





STUDFIX



Fornavn Etternavn



Lokasjon



Oppskrifter



Tidligere oppdrag

Hva det er personen kan hjelpe med

Book denne personen

Anmeldelser:



Ikke bra

2/5



Kjempe bra service

5/5

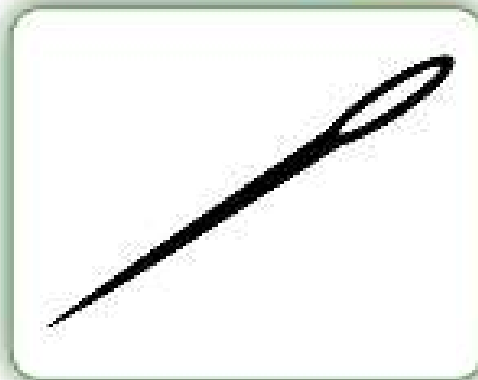
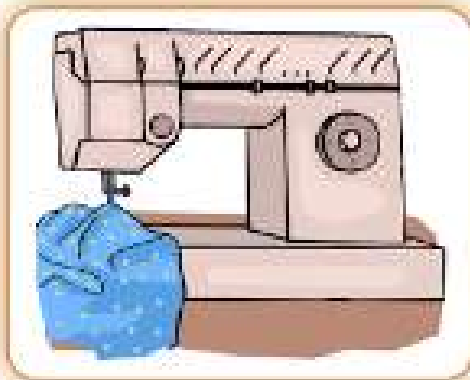


Helt grei

3/5



Tidlegere oppdrag





Oppskrifter



Hva ser du etter?

Overskrift

Tittel her

*Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.*



Overskrift

Title here

*Praesent id
sollicitudin diam,
mattis dictum enim.*





STUDFIX



Booking informasjon



Hva trenger du hjelp med?

Beskriv hva du trenger hjelp med

Lokasjon 

Hvor du bor?

Betalingsform



Klarna.



Vilkår og betingelser



Ved å klikke på denne knappen godtar du våre vilkår og betingelser

Bekreft booking



Ofte stilte spørsmål

FAQ spørsmål og svar

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Proin laoreet

Praesent id sollicitudin diam, mattis dictum enim.

Curabitur

Curabitur bibendum vehicula nisi at sagittis.

Praesent

Proin laoreet consequat turpis, in ornare lacus placerat porta.

Lorem ipsum

Maecenas convallis in enim nec eleifend.

Har du andre spørsmål?



Kundeservice



+47*****



studfix@gmail.com



chat

Referanser

- [1] Bassam Hussein. *Veien til suksess*. Fagbokforlaget, 2016.