

Stockholm 2017-09-28

Ver 2.0

Slutrapport projektgenomförande Haja Applikation AB

Projektet är genomfört inom ramen för Post- och telestyrelsens (PTS) innovationstävling Innovation för alla.



8 Innehållsförteckning

	1
1 Inledning	3
2 Allmän information	3
3 Sammanfattning	3
4 Bakgrund	5
5 Syfte och målgrupp	6
6 Projektets mål	6
7 Redogörelse av projektresultatet	7
7.1 Beskriv kortfattat projektets resultat samt leverabler	7
7.2 Viktiga insikter	8
8 Redogörelse av projektets genomförande	8
8.1 Genomförandeplan/tidplan	8
8.2 Projektets budget	8
8.3 Projektets arbetssätt	8
9 Vad händer nu?	9

1 Inledning

Notera att slutrapporten är en leverabel till PTS och den är en redovisning av hur projektet har gått, vilka resultat som uppnåtts och de slutsatser som gjorts. Slutrapporten bör inte överstiga 20 sidor.

Den dokumentation som ni angivit i förstudien att ni ska producera i samband med projektet ska ses som fristående från detta dokument.

2 Allmän information

Företag/Organisation :	Haja Applikation AB Org.nr 556966-2728
Projektnamn:	Aktiv Fritid
Författare av detta dokument:	Hans Holmberg och vissa viktiga delar Joel Holmberg
Projektets tidplan (från datum – till datum)	2016-08-01 - 2017-07-31

3 Sammanfattning

Ange positiva effekter och därefter övriga erfarenheter av projektets genomförande samt kortfattad sammanfattning av resultatet. Bör vara ca 1-2 sidor långt kapitel.

Det finns många positiva effekter av detta projekt.

Ur företagets synvinkel har vi fått en unik möjlighet att bygga en organisation som fokuserar på tillgänglighetsarbete och som kommer att ha livskraft inom detta område även efter att projektet har slutförts. Företagets hemsida har utvecklats parallellt med projektet, och hemsidans tillgänglighetsartiklar som i många fall inspirerats av lärdomar från PTS-projektet, är vällästa både i Sverige och internationellt. Vissa inlägg har lästs av över 75 tusen personer. Detta bidrar till att vi säkerligen kommer att få framtida uppdrag inom utveckling, granskning och utbildning inom Tillgänglighetsområdet, förutom de vi redan fått.

Projektet har inneburit ett framgångsrikt samarbete med flera andra företag och organisationer. Även dessa kontakter kommer att vara viktiga långt efter projektets slut.

Vi har framgångsrikt klarat att utveckla produkten på utsatt tid och lansera den. Vi har fått många positiva reaktioner på funktionaliteten hos Dit-i-tid. Vår första betalande kund (arbetsterapeuter och handledare inom Gävle kommun) sade exempelvis att vår produkt var otroligt mycket bättre än de verktyg hon använt tidigare.

Övriga erfarenheter från projektet:

Vi har lärt oss att man inte kan vara nog noggrann och att vara ute i mycket god tid när man skall arbeta med underkonsulter. Vi fick en del problem under resans gång då vi inte fick tillgång till de personer vi önskade, eller vid den tid vi ville ha dem. Detta ledde till att vi tvingades till kraftigt ökad arbetstid för nyckelpersoner och en nyanställning. Inget fel på nyanställningar, men det är bättre att slippa tvingas till det.

Vi har sett att företagets storlek och ålder (litet och ungt) är ett problem som måste adresseras för att komma ifråga för riktigt stora organisationer och därmed stora potentiella intäkter. De oroar sig för vår överlevnad och risken att vi kör programvaran på servrar de inte har kontroll över (USA) och de risker detta kan medföra vad gäller bl.a. dataintegritet och stabilitet.

Vi arbetar med en plan för att komma runt detta seriösa problem, i form av lokala serverlösningar och avtal med någon större organisation som kan representera produkten, med oss som underleverantör.

Vår första samarbetspartner var Operan i Stockholm, som vi fick kontakt med redan strax efter att ansökan accepterats. Inledningsvis fungerade detta mycket bra med regelbundna avstämningar. Senare i projektet skedde stora personalförändringar hos Operan och även byte av leverantör av deras bokningstjänster, vilket gjorde att samarbetsprojektet mer eller mindre självdog. Vi måste ha lagt uppskattningsvis +100 timmar på detta. Kostsamt för bolaget, och i praktiken viss obetald övertid för de inblandade. Vi fick dock många insikter om våra framtida kunder och deras behov – exempelvis att vissa använder externa bokningssystem och inte själva kan göra en API-integration med Dit-i-tid.

Slutsatser av detta (så långt) misslyckande är svåra att dra, då vi inte kan ha kontroll eller inflytande över deras personalomsättning eller val av leverantörer. Ingenting fungerar alltid till 100%, ibland inträffar saker man inte kan styra över. Detta är en sådan händelse. Vi kommer att fortsätta kommunicera med Operans nya medarbetare för att försöka fullfölja våra ursprungliga intentioner.

Resultatet av projektet är en fungerande produkt vid namn Dit-i-tid, som väl uppfyller eller överträffar de målsättningar vi ställde upp i samband med projektstart. Vi har också producerat ett stödmaterial (LSS-delen av projektet) som finns tillgängligt on-line för alla som önskar ta del av det.

Även vidareutvecklingen av Resledaren 3.0 för att göra den kompatibel med Dit-i-tid är framgångsrikt slutförd och releasad parallellt med Dit-i-tid.

Vad gäller finansiering av projektet har bolaget stöttat med lite mer pengar och framförallt arbetstid än vad som var planerat. Detta har möjliggjorts genom andra betalda uppdrag som i sin tur orsakat obetald övertid inom projektet, och användning av ytterligare en anställd.

En grundläggande insikt vi fått är att de som känner till och påverkas av de problem vi försöker lösa (exempelvis Arbetsterapeuter som drabbas av "tomma timmar" genom att schemalagda personer inte dyker upp) inte är de personer som vi vill ska köpa vår lösning, dvs deras chef eller de som implementerar en API-lösning, dvs en IT-avdelning. Att nå Arbetsterapeuterna är lätt, att nå IT-avdelningens beslutsfattare eller chefen är mycket svårare. De som arbetar "på fältet" pratar inte nödvändigtvis med de som administrerar IT-verksamheten eller med chefen. Detta måste adresseras med intelligent och riktad marknadsföring. Vi arbetar med det och försöker lära oss mer.

4 Bakgrund

Redogör kortfattat för bakgrunden till projektet.

Många med kognitiva funktionsnedsättningar avstår från att delta i fritidsaktiviteter då de tvekar inför resan till och från aktiviteten och kanske upplever att de inte tydligt nog fått information om vad aktiviteten går ut på, vad de ska förbereda, vad de ska ha med sig och hur de ska ta sig till aktiviteten i tid.

Vi såg möjligheten att utveckla en produkt som gör det möjligt att kalla personer till möten/event/aktiviteter där inbjudan innehåller de element som reducerar motståndet mot att delta.

Haja Applikation hade tidigare utvecklat appen Resledaren 2.0 som är i drift och har drygt 15,000 nerladdningar. Resledaren togs fram för att passa människor med olika funktionsvariationer och göra det enklare att planera och genomföra en resa i kommunaltrafiken.

Genom att utveckla programvaran Dit-i-tid hoppades vi kunna erbjuda arrangörer, företag och föreningar att skicka sms-meddelanden där mottagaren dels får reda på tid och plats men också får en färdig resa, besked om vad som förväntas att mottagaren ska ha med sig och annat stöd. Detta skulle ske genom att man enkelt skulle kunna gå vidare till Resledaren från sms-meddelandet för utökad stöd.

Vi såg ett behov av en hemsida där man enkelt kan skicka inbjudningar utan teknisk kunskap eller en IT-avdelning i ryggen. Samtidigt såg vi ett behov av ett API som kan anropas från ett IT-system hos kunden, så att man kan automatisera utskick och reducera den tid det tar att genomföra utskicken.

För att genomföra detta behövde vi också modifiera och utveckla Resledaren 2.0.

Dessa tankar fick stöd och support i samtal med bl.a Autism- och Aspergerförbundet, Riksförbundet Attention och Föreningen för kognitivt stöd (FKS), och vi valde därför att gå vidare med en PTS-ansökan

5 Syfte och målgrupp

Redogör för syftet med projektet och till vilken målgrupp projektet riktades. Redogör för hur projektet har uppfyllt detta.

Syftet med projektet var att skapa en meddelande/inbjudnings-service där man som mottagare av meddelandet upplevde tydlighet och enkelhet, särskilt anpassad för människor med kognitiva funktionsnedsättningar och därför också bra för alla människor utan (hittills kända) kognitiva problem.

Under projektets gång har vi utfört löpande användartester både med den primära målgruppen och andra, såsom synskadade, och säkerställt att vi verkligen nått fram. Testerna har avsett både Meddelande-format och -struktur, Hemsidans utseende, ny funktionalitet hos Resledaren 3.0 samt stödmaterialet.

Säkert är det så att när många organisationer börjar använda vår produkt så kommer vi att få feedback med önskingar om förändringar och förbättringar. Detta är normalt i samband med nya programvaru-releaser, och något vi kommer att beakta och fortsatt arbeta med i den förvaltningsfas vi nu går in i.

Sammanfattningsvis anser vi att projektet har uppfyllt de syften och målsättningar som ställdes upp i projektplanen.

6 Projektets mål

Ange projektets mål (effektmål och resultatmål som specificerade i förstudiematerialet). Lämna redogörelsen i tabellform om det är möjligt.

Effektmål 1.

20% av målgruppen skall inom tre år självständigt kunna ta sig till och från sina fritidsaktiviteter och möten.

Effektmål 2.

Minst 70% av tillfrågade ska uppge att dit-i-tid har gett ökad eller mycket ökad trygghet, självförtroende och självständighet samt minskad eller mycket minskad oro och stress

Effektmål 3.

Resledaren 3.0 ska inom ett år från lansering av dit-i-tid ha dubbelt så många nedladdningar som innan lansering. Inom tre år ska appen ha laddats ner minst 100.000 gånger

Effektmål 4.

Inom tre år ska minst 25% av de tillfrågade organisatörerna använda tjänsten, och minst 50% ska uppge att de känner till tjänsten

Kommentarer:

På grund av att vi flyttat en del funktionalitet i tjänsten från Resledaren 3.0 till Dit-i-tids hemsida, kommer vi att ändra Effektmål 3 till att i stället mäta antalet skickade påminnelser.

Samtliga effektmål är ambitioner som ska uppfyllas efter lansering och marknadsföring och kan därför inte resultatredovisas i skrivande stund. Däremot kommunicerar vi gärna resultaten till PTS när de finns tillgängliga.

7 Redogörelse av projektresultatet

I detta kapitel vill vi att du lägger fokus på själva projektresultatet. Dvs. vad blev slutsatserna av projektet, oavsett om det är ett fälttest, teknisk utveckling, en studie eller något annat som utförts. Lämna gärna rekommendationer som andra projekt kan ha nytta av.

7.1 Beskriv kortfattat projektets resultat samt leverabler

Här redogör du för projektets resultat. Det kan vara en kortfattat beskrivning t.ex. av hur många personer som har deltagit i en specifik undersökning och resultatet av undersökningen, det kan vara en beskrivning av en teknisk lösning och hur den ska användas etc.

Målet med projektet var att ta fram en hemsida och ett API som tillät alla som anordnar aktiviteter eller möten att automatiskt eller manuellt skicka ut resor till deltagare som de kunde ta emot i appen ResLedaren. Efter behovsanalys och intervjuer uppdaterades målet till att innefatta flera delar av stegen "inför" aktiviteten, och vi började ta fram den ultimata påminnelse-tjänsten, inklusive resestöd.

Detta ledde till att vi utöver ResLedaren 3.0, och Dit-i-tids hemsida och API även utvecklade en webb-del som en del av en tre-steps-lösning; sms -> webb -> app. Detta matchade precis det behov som identifierats under behovsanalysen.

Dit-i-tid är nu en fullt fungerande sms-påminnelsetjänst som innehåller allt man behöver inför en aktivitet; sms-påminnelse, karta, kom-ihåg-lista, kontaktuppgifter, en färdig resa till ResLedaren, möjlighet att välja när nästa påminnelse kommer mm. För organisatören finns möjlighet att antingen integrera med Dit-i-tid:s API, eller använda vår webbsida www.dititid.se och formuläret där för att planera påminnelser manuellt.

Alla funktioner är testade i flera iterationer med personer från flera målgrupper, med huvudfokus på personer med kognitiva funktionsnedsättningar. Målet har varit att skapa en tjänst som fungerar för alla oavsett funktionsförmåga, och detta har styrt vår utveckling.

Utöver själva tjänsten har även gränssnitt tagits fram av administrativ typ, t.ex. för organisatörer att flera individer kan ansluta sig till samma Dit-i-tid-abonnemang, något som våra kunder bitt om under marknadsanalysen, samt möjlighet att "branda" påminnelserna (white labeling) så att de ser ut som att de kommer från just organisatören. T.ex. kan Min Stora Dag lägga till sin logga, och göra så att sms:et kommer ifrån "MinStoraDag" istället för "Dititid".

Parallellt med utvecklingen av Dit-i-tid togs ett stödmaterial för LSS-verksamhet fram och publicerades online. Materialet beskriver hur ResLedaren och Dit-i-tid kan användas i LSS-verksamhet.

En marknadsföringsfilm har skapats och blivit spridd i sociala medier.

Betald digital marknadsföring har inletts, och traditionell marknadsföring har genomförts (mässor, e-mail-kampanjer, "cold-calls", etc)

7.2 Viktiga insikter

Nu när projektet har ett resultat så finns det alltid viktiga insikter som gjorts, det kan t.ex. vara att man insett att olika användargrupper har helt skilda behov, något som man kanske inte insåg från början, att man skulle utvecklat på en annan plattform, etc.

Hänvisar till 7.1, där vi redovisar viktiga förändringar av produkt-definitionen som påverkade utvecklingen under etapp 2,3, och 4

8 Redogörelse av projektets genomförande

I detta kapitel vill vi ha en redogörelse av hur själva genomförandet av projektet har gått (vad har gått bra och vad har gått mindre bra och förslag på hur man kunde ha undvikit de värsta fallgroparna om man skulle göra om projektet – dvs. erfarenheter och insikter).

8.1 Genomförandeplan/tidplan

Lämna en kort redogörelse för de aktiviteter som du har genomfört i projektet och när under projekttiden de har ägt rum. Jämför med din ursprungliga projektplan och kommentera avvikelser från planen.

8.2 Projektets budget

Redovisa projektets totala kostnad och hur det har finansierats (belopp uppdelat på finansörer) och eventuella avvikelser gentemot budget.

8.3 Projektets arbetssätt

Redogör för projektorganisation, samarbetsformer och förankring i eventuella partnerskap och intresseorganisationer.

Projektet har haft en styrgrupp med tre personer – projektledaren och två tekniska projektledare. Styrgruppen har träffats månatligen eller oftare.

Utvecklarna i projektet har arbetat med en agil metodik. Arbetet delas upp i två-veckors perioder och perioderna inleds och avslutas med att gå igenom tidigare resultat och att definiera nästa s.k. sprint, dvs arbetsuppgifterna för nästa period. Metodiken stöds av programvaran JIRA..

Användartester har i huvudsak bedrivits tillsammans med Begripsam AB och det samarbetet har fungerat mycket bra. Vi har nyligen formulerat ett samarbetsavtal där vi har blivit Begripsams huvudleverantör av tekniska tjänster.

De organisationer där vi arbetat med alfa- och -betaversioner innan officiell release av Dit-i-tid under perioden mars- juni är Operan i Stockholm, Simrishamns socialtjänst och Enheten för hemlösa i Stockholms Stad.

Vi har kontinuerlig kontakt med Anna Sjölund som driver Autismpedagogik AB och via henne med större delen av de intresseorganisationer som verkar inom tillgänglighetsområdet. Anna är medgrundare av Haja Applikation AB och delägare.

Hajas Projektledare har haft kontakt med HiQ:s projektledare Mats Lagerblad (som tidigare fungerat som projektledare för bl.a. Resledaren-projektet) under de tidigare delarna av projektet för konsultation och stöd.

9 Vad händer nu?

Redogör för vad som händer nu med resultatet, hur tas det om hand, startas det ett nytt projekt eller blir det en lansering. Beskriv också hur ni har spridit projektets resultat. Redogör även hur resultatet kan användas av andra som berörs av projektet även efter att projektet har avslutats. Vilka andra kan ha intresse av att ta del av projektresultatet. Dela avslutningsvis med er av tankar och visioner för framtida forskning, utveckling etc.

Som tidigare nämnts har Dit-i-tid lanserats. Vi erbjuder 10 meddelanden/mötesinbjudningar gratis för att stimulera att personer/företag verkligen provar produkten. Vi har cirka 100 klienter som har börjat prova hittills (10:e september). Vi har ett par betalande kunder men har ännu inte genomfört någon bred marknadsföring.

Vi bearbetar flera organisationer som är relevanta för den primära målgruppen, i första hand via Anna Sjölund och hennes kontakter.

Vi har helt nyligen påbörjat digital marknadsföring på Facebook och Google Ads. Tidiga erfarenheter visar att det ger resultat i form av att fler bokar sig för en gratis-test.

Vi hoppas kunna anställa en säljare i början av 2018 för att aktivt bearbeta stora organisationer såsom Arbetsförmedling, Landsting etc.

Vi hoppas och tror att vi kan få kapitaltillskott i form av riskkapital för att möjliggöra en internationell lansering på marknader som är mycket större än den svenska. Innan vi aktivt söker sådant kapital behöver vi dock bevisa oss på hemmamarknaden, och därför måste vi intensifiera våra marknadsföringsinsatser för att skaffa oss en sund marknadsandel på hemmaplan. Med detta i ryggen kan vi kontakta externa investerare.

Så: kortsiktigt (12 mån) bygga affären i Sverige och långsiktigt därefter penetrera (i första hand) den Europeiska marknaden med hjälp av externt kapital.

Vi menar att vi med hjälp av våra produkter, vår hemsida och våra samarbetspartners kan nå ut till en internationell marknad med våra erfarenheter och vår kunskap om Tillgänglighetsfrågor. Vi har redan sett att vi oftare och oftare kommer i fråga i samband med upphandlingar inom Sverige. Vi har också fått flera förfrågningar från bl.a. England och USA. Detta ska leda till ett flöde av uppdrag som skapar förutsättningar för en organisk tillväxt och lönsamhet, oberoende av externt kapital.

Vi har också några nya produkt-idéer som ligger i linje med dessa ambitioner, men vi kan av konkurrensskäl inte nämna något om dessa i detta dokument.

