

Slutrapport projektgenomförande - Digital New Agency, LetsGig – Jobb på lika villkor

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

Innehållsförteckning

1	Projektsammanfattning.....	3
2	Målgrupp och behov	3
3	Redogörelse av projektresultatet	6
4	Redogörelse av projektets genomförande	11
5	Vad händer nu?	15

1 Projektsammanfattning

Organisation/företag: Digital New Agency Sverige AB
Projekttitel: Letsgig – jobb på lika villkor
Projektets start- och slutdatum: 8 januari 2018 – 31 mars 2019
Kort beskrivning av projektet och dess syfte (max 200 tecken): Syftet med projektet är att hjälpa unga personer med begränsad arbetslivserfarenhet att komma in på arbetsmarknaden genom extrajobb, oavsett funktionsförmåga. LetsGig är en mobil matchnings- och rekryteringsplattform som länkar samman arbetsgivare med studenter som söker extrajobb. Arbetsgivare når via LetsGig alla Sveriges alla studenter från 15 år. Plattformen lanserades i Mars av 2019 i samarbete med Mecenat som en ny jobbvertikal. Via plattformen ger vi unga personer ett verktyg att enkelt bygga sitt digitala CV, matchas med arbetsgivare och skapa kontakt direkt i mobilen via chatt.
Kort beskrivning av projektets målgrupp och deras behov (max 200 tecken): LetsGig riktar sig till "millennials" - den nya digitala generationen med begränsad yrkes- och arbetslivserfarenhet och som är ovana av traditionellt arbetssökande via personligt brev och CV. Projektet vänder sig även till personer som står långt från arbetsmarknaden på grund av otillgängliga rekryteringsprocesser och okunskap kring neurologiska funktionsvariationer.

2 Målgrupp och behov

Våra målgrupper är indelade i tre grupper:

- Huvudmålgrupp: Studerande på gymnasiet, högskola, universitet och yrkeshögskolor.
- Delmålgrupp 1: Unga med neurologiska funktionsvariationer (ADHD, ASD, Asperger, språkstörning och tourette)
- Delmålgrupp 2: UVAS (Unga vuxna som varken arbetar eller studerar)

För samtliga målgrupper har vi funnit att vägen till det första jobbet ofta går via personliga kontakter. För våra delmålgrupper är det inte ovanligt att deras väg till ett första jobb går via arbetsinriktade verksamheter med ett statligt stöd i grunden.

Behov och hinder

För vår huvudmålgrupp har vi identifierat två huvudsakliga behovsområden. Det första är att många studenter söker större valfrihet och att de söker extrajobb för att de vill tjäna extra pengar för att de sparar till exempelvis en resa eller olika aktiviteter. De söker ett relevant extrajobb som ger dem arbetslivserfarenhet och i bästa fall yrkeserfarenhet. Att extrajobb ger dem värdefulla kontakter för framtiden och karriären.

Det andra är att man behöver inkomsten för att ha råd att studera. En del arbetar vid sidan om studierna för att slippa ta lån, alternativt för att ta lån i mindre utsträckning.

Givetvis gäller även ovan identifierade behov våra delmålgrupper men inte i lika stor utsträckning. I våra intervjuer framkommer det tydligare att det för delmålgrupperna handlar om delaktighet, identitet, självkänsla, gemenskap och mening.

Behoven synliggörs av ett missnöje hos studenter när det gäller arbetslivsanknytning under utbildningen. Det gäller framför allt de som läser juridik, ekonomi, systemvetenskap, personalvetenskap och samhällsvetenskap. Här saknas det till exempel praktik ute hos företag. De som läser en mer praktisk inriktning har ofta praktik ute hos företag eller andra organisationer varför missnöjet hos dem är lägre. Gällande personer som varken arbetar eller studerar är förhoppningarna om ett meningsfullt arbete väldigt låga för att inte säga obefintliga. I våra intervjuer är det tydligt att många i målgruppen har ett lågt självförtroende och en väldigt svag självkänsla. För personer med funktionsvariation har attityden varit mer i form av "Jag tar det jag får" eller att hen hellre behåller det hen har än att riskera att prova något nytt.

7 av 10 företag uppger att de har svårt att hitta arbetskraft. Brist på personer med rätt yrkeserfarenhet är den vanligaste orsaken till att företagen haft svårt att rekrytera, vilket 70 procent anger som främsta orsak. Därefter kommer brist på personer med rätt engagemang och attityd (53 procent) och brist på personer med rätt utbildning (52 procent). Gymnasie- och högskoleutbildningar med låg relevans för näringslivet är en av förklaringarna. *(Källa: Svenskt Näringsliv: Rekryteringsenkäten 2018 Jobbskaparna larmar! Kompetensbristen ökar) Inläsning i olika bidragsformer, okunskap och otillgängliga rekryteringsprocesser en annan.*

Detta blir hinder för både vår huvudmålgrupp såväl som våra delgrupper. Sveriges studenter och unga som står långt ifrån arbetsmarknaden behöver fler, tillgängliga och effektivare vägar för att skapa kontakt med arbetsgivare. Det behövs större medvetenhet på marknaden om olika personliga utmaningar och praktiska verktyg för att inkludera och anpassa rekryteringen efter varje individs förutsättningar. Fler exempel på framgångar och de värden delmålgrupperna tillför.

Vägar som visat sig ha positiva effekter på ungas framtida etablering på arbetsmarknaden är arbetsplatspraktik, extrajobb, sommarjobb och trainee-program. Kandidater som har haft praktik och extrajobb säger också att den var viktig för att få ett relevant jobb i framtiden.

Vi tror även att studentmedarbetarsystemet är en bra väg framåt. En studentmedarbetaranställning innebär möjligheter för både studenter och arbetsgivare. Studenten får ett relevant och kvalificerat extraarbete på cirka 8 timmar per vecka parallellt med sina studier. Det ger både en inkomst och viktiga insikter inför det kommande arbetslivet. Arbetsgivaren får in ny kunskap i organisationen och stärker sitt varumärke. Systemet med studentmedarbetare innebär en stor samhällelig vinst och möjligheter till en förbättrad matchning på arbetsmarknaden. För vår delgrupp vet vi att ca 22% av studenterna på högskole- och universitetsnivå i Sverige uppger att de har någon form av funktionsvariation. *(Källa: CSN, Rapport 2018: 3 Studerandes ekonomiska och sociala situation 2017)*

Personer med funktionsvariation är därmed också en stor del av vår huvudmålgrupp. Detta gör det svårt att ibland identifiera specifika anpassningar då målgrupperna går i varandra. Vi gjorde ett medvetet val att under projektet att först fokusera på personer med neuropsykiatriska funktionsnedvariationer då många i den gruppen står utanför arbetsmarknaden. De i särklass största hindren för den här gruppen är att de ofta inte kommer till en arbetsintervju. De få som kommer till en intervju möts av okunskap om hur dessa skall utformas för att ge personen en rättvis chans. De saknas också alternativa sätt att genomföra en intervju på, som inte bygger på face-to-face-normen. Genom att försöka hitta universella principer hoppas vi kunna hitta en balans som skapar värde för hela målgruppen, som inkluderar så många som möjligt.

Trots att tillväxten i Sverige har varit väldigt stark i ett antal år ser vi ingen tydlig ökning vad gäller sysselsättningsnivån i gruppen funktionsnedsatta. Marknaden skriker efter arbetskraft och ändå går många personer med funktionsnedsättning utan arbete – trots att de har rätt utbildning.

I skrivandets stund står ca 60 % av personer med neurologiska funktionsvariationer mellan 16–64 år utanför arbetsmarknaden visar siffror från Statistiska Centralbyrån, SCB. Detta utanförskap är en stor kostnad och resursslöseri för hela samhället. I en stor undersökning gjord av Trygg-Hansa och Attention visar att 58 % av föräldrar till unga med funktionsvariation känner en stor oro inför sina barns framtid och deras möjligheter på arbetsmarknaden.

Detta är ett stort problem och hinder för personerna i de här gruppen men även för arbetsgivare då det finns en outnyttjad potential i den här gruppen som arbetskraft.

Många arbetsgivare vill gärna inkludera personer med funktionsvariation men saknar kunskap och praktiska verktyg för att leda och utvärdera arbetsinsatser och förbättringsarbete.

Många personer inom gruppen har till exempel utbildningar inom bristyrken i branscher som hotell och restaurang eller bygg och anläggning, men även inom hälso- och sjukvård eller läraryrken. Områden där det råder brist på arbetskraft i hela landet och där det offentliga är de största arbetsgivarna.

För båda våra delmålgrupper så riskera åtskilliga att hamna i långvarigt utanförskap. Beräkningar visar att utanförskap från 20 års ålder till pension kostar samhället 10–15 miljoner kronor per individ och innebär framförallt ett stort personlig lidande. Arbetslöshet och utanförskap är mycket vanligare bland de här två grupperna än andra. (Källa: Försäkringskassan). Att ha ett arbete är viktigt för identiteten och självkänslan. För många handlar det om livsviktig gemenskap. Att ha ett arbete handlar också om att bli sedd och känna att man bidrar till den gemensamma samhällsutvecklingen.

I valet av teknik, ReactNative, har vi stött på en hel del utmaningar kring tillgänglighet och möjlighet att följa riktlinjerna i WCAG. Både iOS och Android tillhandahåller APIer för att utveckla applikationer på ett tillgängligt sätt. Båda plattformarna tillhandahåller "paket" med tex funktioner för skärmläsare, VoiceOver (iOS) and TalkBack (Android). Detta finns även i ReactNative men vi anser att det är en bit kvar för att det skall fungera tillfredställande. ReactNative har många styrkor och vi pushar på utvecklingen för att göra den mer kompatibel med riktlinjerna inom WCAG. Idag fungerar VoiceOver och de flesta "native" funktionerna i LetsGig app. För att kompensera bristen i tekniken har vi gjort vårt yttersta för att utforma gränssnitt så att de skall fungera så bra som möjligt för våra delmålgrupper.

Status

LetsGigs är LIVE! Plattformen bidrar vi till att matcha arbetsgivare och jobbsökande på ett mer rättvist och tillgängligt sätt. Matchningen sker med utgångspunkt i vilka kompetenser kandidaten har och vad arbetsgivaren söker på flera olika nivåer. Vi inkluderar kontinuerligt nya matchningskriterier i vår algoritm.

3 Redogörelse av projektresultatet

3.1 Beskriv kortfattat projektets mål och leveranser

Projektet möter våra huvudsakliga användarfall för arbetsökare och arbetsgivare. Plattformen är även förberedd flera språk och stödjer i dagsläget svenska och engelska.

I skrivandets stund finns 272 kandidater och 28 företag registrerade i plattformen varav 11 kandidater uppger att de har en funktionsvariation. Vi har integrerat en egen kategori i LetsGig som vänder sig specifikt till målgruppen med funktionsvariation. Detta för att kunna anpassa rekryteringsflödet i takt med efterfrågan från företagen. Tillväxten är förnärvarande på ca 210 kandidater per vecka i de mobila applikationerna samt 467 via webben. Antal nya företag per vecka är 6 st. Företagen publicerar i snitt 2-3 annonser. Totalt har vi nått drygt 2500 personer med våra undersökningar, enkäter och intervjuer.

Extrajobb är ett utmärkt sätt för samtliga målgrupper att förvärva arbets- och yrkeslivserfarenhet utifrån de förutsättningar de har samt påbörja sin etablering på arbetsmarknaden. För huvudmålgruppen är LetsGig lanserat och de första 20 kandidaterna har matchats och kommit ut på extrajobb via plattformen.

För målgruppen UVAS och personer med funktionsvariation utvecklar vi hela tiden vår matchningsalgoritm och för dialog med flera intresseorganisationer om hur vi kan förbättra den. Vi gör även kontinuerligt tester med delmålgruppen för att förbättra tjänsten. I April anställer LetsGig förhoppningsvis en första person inom autismspektrat som en del i ett växande team. Målet är att LetsGig som plattform bidrar till fördomsfri och kompetensbaserad rekrytering. Svårigheten är dock inte tekniken utan att göra marknaden medveten om fördelarna med en rättvis och tillgänglig rekryteringsprocess. Det kräver beteendeförändring av en ganska konservativ bransch och att överbrygga fördomar i samhället som helhet.

Projektet LetsGig lanserades under början av 2019 i Stockholm där över 50 000 studenter fick information via e-postutskick från Mecenat samt att Mecenat gick live med LetsGig i sina egna kanaler. Vidare gick Mecenat ut med ett pressmeddelande till sina företagskunder vilket omfattar flera hundra företag. LetsGig gick även ut under vecka 11 med en bred marknadsföringskampanj via Clear Channels digitala bildskärmar i Stockholms tunnelbane- och pendeltågssystem. LetsGig finns idag för webb (gränssnitt för mobil och dator) och mobila applikationer för iOS och Android. Vi har även genomfört en integration med Mecenat där LetsGig blivit en del av Mecenats plattform vilket innebär att alla studenter som innehar ett Mecenat kort och besöker företagets webb eller app har tillgång till LetsGig.

De uppsatta effektmål som projektet har är ännu inte uppnådda då lanseringen av LetsGig skedde i mars 2019. Således kommer hela 2019 att behövas för att utvärdera och följa upp om projektets satta effektmål nås.

Projektet har tagit fram och testat ett praktiskt CSR program och utbildning för företag som vill satsa på neurologisk mångfald och inkludering. CSR-programmet går igenom företagets rekryteringsprocesser och policys och förbereder hela organisationen för att på bästa möjliga sätt inkludera personer med funktionsvariation på arbetsplatsen. Vi samarbetar idag med ett par större internationella företag som vill satsa på denna målgrupp.

Ett stort resultat utifrån projektet är att ett helt nytt affärsområde tagit form och nu utvecklas med stöd från både ägare och referensföretag. Det nya affärsområdet går under namnet Funky Innovation. Utgångspunkten för denna satsning är en viktig insikt som projektet bidragit med, att det inte räcker med insatser med fokus på endast extrajobb. Det behövs ett holistiskt tänk som inkluderar fler områden för att kunna skapa långsiktiga och hållbara lösningar för målgruppen. Digital New Agency Sverige AB har som en del i denna satsning även köpt plattformen för bland annat Fritidsnätet och Fritidsinfo som tidigare vunnit PTS innovationstävling.

Funky Innovation

Funky Innovation ska utveckla social och teknisk innovation som underlättar livet för personer med funktionsvariation. Vi utvecklar ett unikt ekosystem inom tre områden: arbete, utbildning och fritid.

Temet består av anställda inom DNA New Agency Sverige koncernen med lång erfarenhet av social och teknisk innovation samt expertis inom NPF. Vi samarbetar med flera intresseorganisationer där bland annat, Funktionsrätt Stockholms län, Autism och Aspergerföreningen, Attention och Hjärnkraft.

Ekosystemet består av följande tjänster:

FunkyWork

FunkyWork erbjuder ett praktiskt CSR program för företag som vill satsa på neurologisk mångfald och inkludering. FunkyWork integreras som del i LetsGig och vidareutvecklar tekniken för att göra rekrytering och bemanning tillgängligare och rättvisare för alla, oavsett funktionsförmåga.

Fritidsinfo och Fritidsnätet

Sveriges största kultur och fritidsguider för personer med funktionsvariation. På Fritidsinfo.se presenterar idag av drygt 1 000 verksamheter och 37 kommuner sina kultur- och fritidsaktiviteter. Genom Fritidsinfo når våra kunder drygt 50 000 unika besökare varje månad som aktivt söker olika typer av aktiviteter, kurser och utbildningar.

FunkyMe

FunkyMe är ett utvecklingsprojekt för att bidra till ökad självständighet, delaktighet och trygghet för personer med neuropsykiatriska funktionsvariationer (NPF), förvärvad hjärnskada och psykisk ohälsa.

FunkyMe är en unik individanpassad och personlig digital assistent som underlättar för användaren att hantera personliga utmaningar och undanröja hinder som uppstår på grund av okunskap och bristande tillgänglighet på arbetsplatsen, skolan och fritiden.

Plattformen är ett praktiskt hjälpmedel som minskar stress och ångest för individen, avlastar närstående och är ett stöd för arbetsgivare och yrkesverksamma i befintliga vårdinsatser.

FunkyMe gör personlig rådgivning tillgänglig på ett nytt och innovativt sätt utifrån användarens behov och önskemål.

FunkyEd

FunkyEd erbjuder micro-learning inom neurologisk mångfald och inkludering.

3.2 Viktiga insikter

Insikter om studenter och extrajobb

Vi har under projektet fått starkt gehör för att extrajobb vid sidan av studierna har

en stark koppling till en bra etablering på arbetsmarknaden för unga personer såväl på gymnasium och högskola/universitet nivå.

Många företag har svårt att förstå den yngre generationen (Millennials och Generation Z) och vad som engagerar och motiverar dem. Samtidig finns det en vilja och intresse att förstå dem och att bygga en relation till målgruppen redan i ung ålder.

Millennials och Generation Z har också en annan inställning till engagemang och lojalitet jämfört med äldre generationer, där de vill arbeta MED en organisation och inte FÖR den. Det visar sig också att den här generationen verkligen menar det de säger. Vid ett val av arbetsgivare kommer många fler i den här generationen att välja en arbetsgivare som har en tydlig värdegrund och verkar för att göra gott i samhället och inte enbart för att maximera företagets lönsamhet. Eller att lönen inte är det som faktiskt är det mest avgörande vid val av arbetsgivare. De har också en annan inställning till mångfald och accepterar mångfald i större utsträckning.

Det här påverkar företag och organisationer i hur de ska positionera och kommunicera gentemot målgruppen. Det handlar således inte enbart om att den yngre generationen både använder och konsumerar teknik på ett annat sätt än äldre generationer. De är också mer pålästa och medvetna om hur vårt egna beteende och agerande påverkar samhället och den miljö vi alla lever i.

En annan insikt att begreppet studentmedarbetaranställning bland privata företag över lag inte är så känt men att många tycker konceptet är tilltalande och intressant. Det är märkligt att inte fler privata företag har plockat upp den här formen. Vi tror att det här konceptet kan vara en av nycklarna för företag att bygga en bättre relation till deras framtida arbetskraft. Kvalificerade arbetsuppgifter med en tydlig koppling till pågående studier bidrar till bättre kvalitet i studierna samtidigt som studentmedarbetaren får möjlighet att omsätta teoretiska kunskaper och bidra till företagets utveckling och resultat. En studentmedarbetaranställning ger även studenten ökad kunskap om företagets förväntningar och förutsättningar.

Insikter om neurologisk mångfald på arbetsplatsen

Vi har också insett att många företag och organisationer inte ser potentialen hos målgruppen. Det finns många orsaker till det men en orsak av kanske mest betydelse är att uppmärksamheten har fokuserat alltför mycket på de utmaningar som ofta är förknippade med neurodivergens på arbetsplatsen, snarare än på styrkorna.

Vi har också fått insikter om att det finns ett stort intresse bland många företag och organisationer att lära sig mer och en vilja att vara med och skapa en förändring.

Tillsammans med våra pilotföretag har vi identifierat ett par insikter där arbetsgivare kan göra skillnad.

Rekryteringsprocess

Gör rollbeskrivningar så tydliga och koncisa som möjligt, så att jargong undvikes.

Arbetsbeskrivningar bör vara mycket tydligt avgränsade till "måste ha" och "trevliga" kompetenser och erfarenheter.

Företag bör även utvärdera hela sin nuvarande rekryterings- och anställningsprocess för att ta reda på om den är diskriminerande. Till exempel ta reda på om de har den rätta mixen av frågor och metoder avseende rekrytering av personer med generalistiska färdigheter jämfört med personer med enastående förmågor. Är det viktigt att en person är social när hen ska studera komplexa tekniska flöden?

En annan del av rekryteringsprocessen att överväga är det faktum att den konventionella ansikte mot ansikte intervjun ofta är ett test av "social kompetens". Exempelvis kan kandidater med ASD ha svårt för ögonkontakt, och läsa av kroppsspråk eller föra sitt eget kroppsspråk. Att då göra bedömningen i en traditionell intervjusituation medför nackdelar. Det gör det svårare för dem att visa de färdigheter och talanger som krävs i jobbet och leder ofta till att de utesluts för roller som de kanske hade varit en perfekt match för. Andra exempel är många inom autismspektrat är "alltför" ärliga om sina utmaningar, kämpar med ögonkontakt eller har brist på förtroende på grund av negativa erfarenheter i det förflutna.

Ökad medvetenhet och kunskap

Ökad medvetenhet och kunskap hjälper till och är en förutsättning för neurologisk mångfald. Arbetsgivare måste bli proaktiva genom utbildning och tillgängliggöra kunskap och information för hela organisationen inom neurologisk mångfald och inkludering.

Personer som inte är medvetna om hur det är att arbeta med en kollega som har ASD behöver den kunskapen för att förstå och kunna fungera ihop. Att ha tillgång till den utbildningsprogram via dator och mobil plus ett nätverk av anställda och experter med kunskap och kompetens blir en ovärderlig källa.

Individuellt stöd

En medveten och inkluderande arbetsplats kan ta tillvara på kompetenser och perspektiv och dra nytta av dessa.

Varje individ är unik och det behövs ett individuellt anpassat stöd för att en person med neurologisk variation ska kunna fungera bra och känna trygghet på en arbetsplats. Det saknas ett individanpassat digitalt stöd där individens personliga utmaningar är kartlagda tillsammans personliga lösningar för att undanröja de hindren som kan uppstå under en arbetsdag. Ett sådant stöd ger ökad självständighet, delaktighet och trygghet för personer med neuropsykiatriska funktionsvariationer på arbetsplatsen.

Om dessutom de närmsta cheferna och medarbetarna har tillgång till individens kartläggning skapar vi de bästa förutsättningar för att hindra att det uppstår situationer som uppstår på grund av okunskap och bristande tillgänglighet till kunskap.

Insikter om en helhet – ett nytt ekosystem där allt hänger ihop

De arbetsgivarna som beslutar sig för att genomföra och bereda plats för neurologisk mångfald på sin arbetsplats kommer att inse att det gagnar samtliga medarbetare.

En generell och standardiserad syn på de anställda gör att individuell talang och kapacitet går förlorad. Neurologisk mångfald bidrar med nya och annorlunda

perspektiv som är till stor fördel i allt från rekryteringsprocesser, arbetsmiljö till innovationsprocesser.

Förmågan att tänka annorlunda är högt eftertraktad på dagens arbetsmarknad. Inom den amerikanska tech-sektorn har exempelvis begreppet "neuro diversity" börjat bubbla och företag som Microsoft, IBM och Dell har börjat se över sina rekryteringsprocesser för att hitta och anställa människor utifrån neurologisk mångfald. De har förstått att människor med diagnoser inom autism och ADHD kan vara bättre på vissa arbetsuppgifter. Det tyska mjukvaruföretaget SAP vittnar om att sedan de startade sitt neurologiska mångfaldsprogram har de sett en rad vinster, både i form av bättre arbetsplatsklimat med tätare sammanhållning men också i form av ökad vinst.

Undersökningar gjorda av Gartner and Maverick av bland annat SAP, Microsoft, Walgreens, JP Morgan and Apple visat tydligt att:

- Neurologisk mångfald på arbetsplatsen inspirerar och främjar innovation.
- Mångfald bidrar till att företagen tänker utanför "boxen".
- Bidrar till övriga anställdas engagemang.
- Nöjdare kunder.
- Starkare varumärke.
- En "medveten" arbetsplats motiverar, lockar och behåller sin personal.

Våra egna insikter från projektet plus globala insikter har lett oss fram till att det finns ett behov att utveckla ett ekosystem av tjänster, som skapar en helhet och synergier mellan varandra för unga personer med och utan funktionsvariation utifrån tre övergripande områden:

1. Utbildning
2. Arbete
3. Fritid

4 Redogörelse av projektets genomförande

Detta projekt har sannerligen varit både utmanande och väldigt lärorikt. Nu i efterhand känns det som ett helt liv har förflutit. Projektet fick en tuff start där närstående till person inom kärnteamet fick en livshotande diagnos och följande behandling. Vi red ut detta och alla mår idag bra. Barn har fötts och nya vägar har skapats. Detta har skapat ett mycket starkt och sammansvetsat team.

Vad har gått bra

1. Vår modell för att engagera referensföretag.
2. Utvecklingsmetod enligt SCRUM med korta sprintar och täta avstämningar.
3. Att involvera användare / referensföretag tidigt.
4. Research och val av teknik.

5. *Sammanställningen av tvärfunktionella team.*
6. *Kontakt med målgruppen.*

Vad har gått mindre bra

1. *Tillsättning av det tekniska utvecklingsteamet med rätt kompetens tog längre tid än planerat och krävde stor ansträngning.*
2. *Vi hade som mål att ha 5 st referensföretag som resulterade i 2 st. Varav ett stort internationellt.*
3. *Att hitta en effektiv form att jobba med team i flera länder.*
4. *Beta testning tog längre tid på grund av att vi saknade "rätt" frontend utvecklare*
5. *Tillgänglighetsarbete enligt riktlinjerna inom WCAG på grund av ny teknik.*
6. *Matchning, rekrytering och tillsättning av personer med funktionsvariation tar mycket längre tid än planerat. Vi väntar fortfarande på accept från våra referensföretag.*
7. *Svårt att hålla budet. Mer resurser krävdes av DNA Media.*

Vad vi hade kunnat undvika

1. *Tidsförlust på grund av val av teknisk utvecklingspartner.*
2. *Att strukturera och planera funktionalitet för tidigt.*

4.1 Genomförandeplan/tidplan

- Etapp: Januari 2018 - mars 2018
 - Marknads- och affärsplan
 - Kartläggning av behov, önskemål hos målgrupperna
 - Hitta referensföretag
 - Utveckling av prototyp – användartester
- Etapp 2: Mars 2018 – juni 2018
 - Kartläggning av behov, önskemål hos målgrupperna
 - Hitta referensföretag
 - Utveckling av prototyp – användartester
- Etapp 3: Juni 2018 – november 2018
 - Utveckling av plattform
 - Utbildning & workshops med referensföretag
 - Framtagning av guideline för praktiskt utbildnings- och certifieringsprogram
 - Säljbearbetning av kundföretag och extrajobbare för test av betaversion.
 - Löpande användartestar
- Etapp 4: November 2018 – Mars 2019

- Utveckling av plattform
- Integration av Mecenat för att nå studenter
- Utbildning & workshops samt implementering med referensföretag
- Säljbearbetning av kundföretag inför lansering
- Lansering av plattform
- Utvärdering av projektet

Den enskilt största avvikelsen under projektgenomförandet var att vår tillsättning av det tekniska utvecklingsteamet med rätt kompetens tog längre tid än planerat och krävde stor ansträngning. Det medförde viss försening i andra delar som till exempel användartester, säljbearbetning av företag och lansering av plattformen.

4.2 Projektets budget

Poster	Budget		Utfall		Andel av totala kostnader (%)
	PTS finansiering	Egen finansiering	PTS finansiering	Egen finansiering	
Utveckling	1 114 748 kr	371 377 kr	1 114 748 kr	1 371 377 kr	51 %
Test	424 898 kr	419 602 kr	424 898 kr	419 602 kr	17 %
Projektledning	99 805 kr	764 840 kr	99 805 kr	764 840 kr	18 %
Marknadsföring	360 245 kr	283 850 kr	360 245 kr	283 850 kr	13 %
Inköp	0 kr	60 000 kr	0 kr	60 000 kr	1 %
Summa	1 999 891 kr	1 899 669 kr	1 999 891 kr	2 899 669 kr	100%

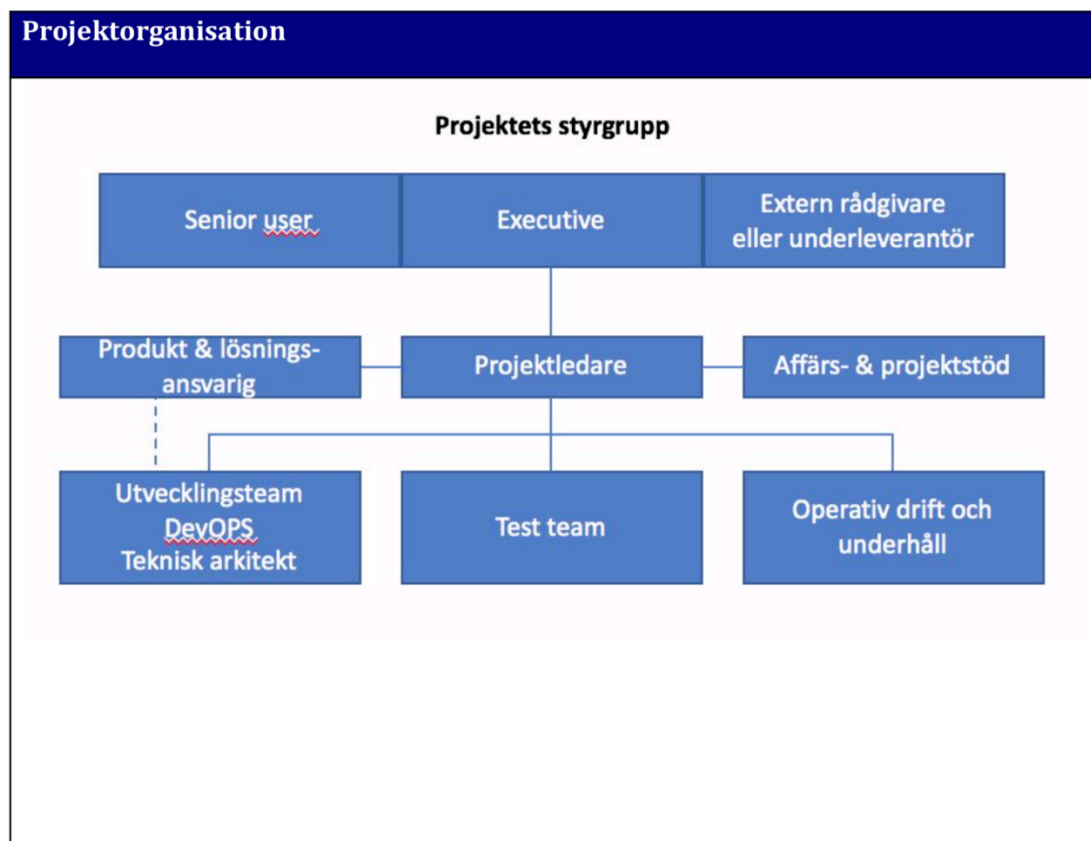
Kostnader för underleverantörer.

Underleverantör X		
Poster	Budget	Utfall
Utveckling	1 486 125 kr	2 486 125 kr
Test	844 500 kr	844 500 kr
Projektledning	864 645 kr	864 645 kr
Marknadsföring	644 290 kr	644 290 kr
Inköp		60 000 kr
...		
Summa	3 899 500 kr	4 899 500 kr

4.3 Projektets arbetssätt

Projektorganisation:

Projektet har haft ett seniort team med Produktägare, projektledare, CTO, seniora back-end, fron-tend utvecklare, UX design och en scrum master.



Partnerskap:

- *Mecenat ger oss tillgång till alla Sveriges studenter från 15 år.*
- *Attention Stockholms län, Hjärnkraft, Autism och Aspergerföreningen, Föreningen Fritidsinfo, Funktionsrätt Stockholms län har agerat som expertrådgivare. Relationen och samarbetet med dessa intresseorganisationer fortsätter i Funky Innovation.*

5 Vad händer nu?

Projektet har blivit ett företag som lanserats under mars 2019. Målsättningen är att bygga ett lönsamt företag. Vårt arbete med Funky!nnovation hoppas vi ger avtryck i samhället och att vi tillsammans med kunder, partnerföretag och intresseorganisationer kan göra en samhällsförändring för unga personer i Sverige oavsett funktionsvariation.

Bilaga 1. Målgruppens behov och hinder

Målgrupp	Identifierat behov	Identifierat hinder	Identifierad åtgärd	Status
Personer med funktionsvariation inklusive UVAS.	Behöver hjälp för att kunna etablera sig på arbetsmarknaden.	Har pga funktionsvariation och utanförskap svårare att söka jobb på det traditionella sättet – dvs "face to face", svårare att ta sig till intervju etc. Behöver komma in på arbetsmarknaden för att inte hamna i utanförskap.	Målgruppen behöver bättre digitala stöd för självhjälp för att kunna verka på arbetsplatsen. De behöver även företag och organisationer som har bättre kunskap och medvetenhet om deras utmaningar men även för att se deras potential och inte se till hinder.	Pågående.
Studenter	Behöver ett enklare sätt presentera sig och sina färdigheter för att etablera sig på arbetsmarknaden för att bygga arbetes- och yrkeslivserfarenhet.	"Millenials", Digitala, är inte bekväma/saknar erfarenhet att söka jobb på det traditionella sättet med CV, personligt brev. Vill att det ska vara lika smidigt som att "surfa på sociala medier"	LetsGig plattformen erbjuder studenter ett väldigt enkelt sätt att bygga digitala CVn och bli matchad mot lämpliga extrajobb vilket är en bra väg till att bli etablerad på arbetsmarknaden.	Tjänsten är lanserad och de första matchningarna har börjat.

<p>Företag och organisationer</p>	<p>De behöver hjälp med utbildning, certifiering som leder till en ökad medvetenhet om fördelar och möjligheter med att jobba med personer med funktionsvariation. De behöver också smarta digitala verktyg för att lättare kunna skapa extra jobb och administrera dessa.</p>	<p>Behöver ökad medvetenhet, kunskap, verktyg och stöd om personer med funktionsvariation och särskilt inom neurologisk mångfald för att se möjligheterna och potentialen istället för hinder.</p>	<p>Framtagning av utbildnings- och certifieringsprogram för att arbeta med neurologisk mångfald.</p> <p>LetsGig plattformen ger företag och organisationer ett enkelt verktyg för att skapa jobbannonser och matcha mot lämpliga kandidater</p>	<p>Utbildnings- och certifierings program klart.</p> <p>LetsGig plattformen är lanserad och de första matchningarna har börjat.</p>
-----------------------------------	--	--	---	---