

Stockholm 2018-01-10

Ver 1

Slutrapport projektgenomförande - Papereed

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

Innehållsförteckning

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

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:	Papereed
Projektnamn:	Ljudartiklar för alla
Författare av detta dokument:	Ola Andersson
Projektets tidplan (från datum – till datum)	2017-02-01 till 2017-12-31

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.

Projektet har levererat en tillgänglighetsanpassad iPhoneapp som låter en användare lyssna på artiklar från olika svenska tidskrifter. Artiklarna är inlästa av Papereeds runt trettio egna inläsare.

Vid sidan av appen har också övriga delar av tjänsten vidareutvecklats för att kunna leverera nödvändig och tillräcklig funktionalitet och erbjuda en homogen användarupplevelse. Hit hör:

- webbspelare för ljudartiklar, vilket låter förstagångsbesökare provlyssna artiklar och ger återkommande lyssnare som inte har iPhone möjlighet att lyssna på artiklar.
- Serverkomponenter för att kunna leverera ljudartiklar av bra kvalitet och med minimal fördröjning.
- Infrastruktur för inläsning och publicering av artiklar till en nivå som är tillräckligt automatiserad för att göra det möjligt att skapa och publicera artiklar på ett kostnadseffektivt sätt.

En del av projektet har handlat om att marknadsföra och sprida tjänsten i syfte att öka användarbasen så mycket som möjligt. Hit hör att publicera och marknadsföra artiklar. Konkret har det betytt följande arbetsuppgifter:

- Knyta publicister till tjänsten för att få rättigheter att spela in och publicera deras artiklar.
- Rekrytera inläsare.
- Välja ut och publicera artiklar för inläsning.
- Kontrollera kvalitet på inlästa artiklar och publicera dem för lyssning.
- Marknadsföra artiklar i sociala medier. Via direktlänkar till ljudartiklarna och i vissa fall också via korta "reklamfilmer".

3.1 Resultatsammanfattning

Vi är nöjda med den primära tekniska leverabeln, iPhone-appen, som fungerar som planerat och har fått bra mottagande, både i de användartester vi utfört och ute hos "riktiga" användare.

Tyvärr hade vi mycket dålig koll vid projektstart på vad som krävs för att få användare till den här typen av tjänst. Vi trodde att en bra teknisk lösning säljer sig själv och hade inte alls tagit tillräcklig höjd för vare sig marknadsföringstid eller löpande produktionstid av livetjänsten. Detta gjorde att projektplanen innehöll alldeles för mycket tekniska leverabler och för lite tid för övriga delar.

Under projektets gång (särskilt i etapp 3 efter applansering) insåg detta och omprioriterade vår interna tid till att fokusera mycket mer på att sprida appen och mindre på att bygga vidare på nya tekniska bitar. För att kunna driva denna tjänst vidare är det av högsta vikt för oss att hitta fortsatt finansiering och det görs genom att visa att appen används, inte genom att visa att vi har specifika olika tekniska bitar på plats.

4 Bakgrund

Människor har idag allt mindre tid att lägga på tidningsläsning och möjligheten att kunna lyssna på artiklar gör att tillgängligheten för tidningsinnehållet ökar. Vissa människor vill kunna lyssna som ett komplement till tidningsläsande, tex. När man tränar eller kör bil. Andra människor har av olika anledningar svårt att läsa en tidning och kan då tillgodogöra sig innehållet genom att lyssna till tidningen istället.

Detta är bakgrunden till varför vi startade en ljudartikeltjänst.

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 bygga en ljudartikeltjänst som primärt skulle användas via en app på en mobiltelefon. Tjänsten skulle vid projektslut vara

lanserad och innehålla riktigt material från olika svenska tidsskrifter. Tjänsten skulle kunna användas av två primära målgrupper:

- A. Personer som idag läser tidsskrifter och som skulle vilja lyssna på delar av dem som ett komplement till läsandet.
- B. Personer som av någon anledning inte kan läsa en tidsskrift (tex. På grund av en synnedsättning) och därför skulle vilja lyssna på den istället.

Trots ett antal omprioriteringar av arbetsuppgifterna under projektets gång, vilket i huvudsak resulterat i mindre fokus på teknik och mer fokus på att sprida tjänsten, så har huvudsyftet med projektet uppnåtts. En tillgänglighetsanpassad tjänst för ljudartiklar finns nu i drift.

6 Projektets mål

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

Målgrupp	Effektmål
Målgrupp A	<p>A1. Större tillgänglighet. Möjligheterna för en användare att tillgodogöra sig en tidningsartikel ska öka. Exempel: Tidningsartikel X som tidigare publicerades i papperstidning Y och som text på Ys webbsite finns numera också i ljudform via Papereeds tjänst.</p> <p>A2. Anpassat innehåll. En användare ska på ett enkelt sätt kunna hitta lyssningsvärda artiklar. Exempel: istället för att som tidigare hitta ett fåtal intressanta artiklar i varje tidning kan jag numera hitta tidningsartiklar från flera olika tidningar på samma ställe och söka efter dem baserat på intresseområde.</p>
Målgrupp B	<p>B1. Större tillgänglighet. En användare ska kunna nå fler tidningsartiklar på egen hand, och på ett enklare sätt, än vad han tidigare kunnat göra. Exempel: Tidningsartikel X som jag tidigare enbart kunde nå via en otillgänglig webbsite finns numera lättillgänglig i Papereeds tjänst. Eftersom jag gärna lyssnar på artiklar från olika tidningar ökar skillnaden i tillgänglighet ännu mer.</p> <p>B2. Högre kvalitet. Artiklar som användare tidigare enbart kunna tillgodogöra sig via talsyntes kan nu fås med mänsklig uppläsning.</p> <p>B3. Inkluderande tjänst. Målgrupp B ska kunna använda samma tjänst och nå samma innehåll, till samma kvalitet, som målgrupp A.</p>

Projekt mål:

- Att vi har minst 2000 användare vid projektslut.

- Att vi har minst 20 olika tidningspartners vid projektslut.
- Att inläsare tillsammans producerar minst 300 minuter inspelat material i veckan vid projektslut.
- Att vi har minst 5 "testimonials" på webbsajten från nöjda synskadade användare vid projektslut.
- Att vi har minst 500 likes på Facebook vid projektslut.

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.

- iPhoneapp är lanserad. Appen är tillgänglighetstestad i två omgångar med bra resultat.
- Websajt och webbspelare har modifierats och delvis tillgänglighetsanpassats men inte fullt ut.
- Runt 300 registrerade användare vid projektslut.
- Ca. 10-12 tidningspartners.
- Produktionstakt av 100 minuter inspelade artiklar i veckan (ungefär, varierar ganska mycket).
- Runt 160 Facebookföljare.

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.

Insikt 1: vi fokuserade alldeles för mycket på de tekniska leverablerna i projektplaneringen. Att tillgänglighetsanpassa två olika appar och en webbsajt innan vi hade några användare var helt fel. Dessutom lade vi in för mycket funktionalitet i appen innan lansering vilket kostade mycket tid.

Insikt 2: Vi tog alldeles för lite höjd för arbetet med att sprida tjänsten och hitta användare. Även om vi hade budgeterat viss fast kostnad för annonsering och liknande så hade vi inte planerat in tillräcklig tidsåtgång varken för artikelproduktion/publicering eller marknadsföring. När vi insåg detta var vi

tvungna att omprioritera mycket men lyckades ändå inte nå särskilt många lyssnare.

Insikt 3: Vi siktade alldeles för brett i vårt arbete med att nå tidningspartners. Tanken var att ju fler tidningar (och därmed brett innehåll av olika artiklar) vi hade ju fler lyssnare skulle vi få. Den strategin stämmer kanske på sikt men initialt är den snarare kontraproduktiv. För det första tar det väldigt mycket tid att prata med 30-40 olika tidningar, presentera lösningen, göra testinspelningar åt dem osv. För det andra så är det svårt att hålla nära kontakt med många olika tidningar och på så sätt kunna lära känna dem, förstå deras behov osv. Det hade varit mycket bättre att hitta 2-3 tidningar, fokusera stenhårt på dem och nå ut till deras målgrupper i ett första steg. För att sen bredda utbudet över tid och kunna nå andra målgrupper, som synskadade, i ett andra steg.

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.

Februari: workshop i Polen för att initiera apputvecklingen.
Polenkonsulter inleder apputveckling.
Serverutveckling inhouse.

Mars/april: Apputveckling fortsätter i Polen. Användartester med synskadade användare i mitten av april. Visar bra resultat.

Maj/juni: Slutleverans från Polen, budget slut men mycket mindre levererat än vad som var planerat. Apputveckling fortsätter därför inhouse.

Avvikelse: Den försenade apputvecklingen orsakar att inplanerat arbete med webbspelare och sajt försenas (och i slutänden inte blir fullständigt avslutat heller).

Det hade varit bättre: att inte använda en extern apputvecklingsfirma utan istället tagit in 1-2 billiga/nyxade resurser inhouse för att kunna ha bättre kontroll på leverabler.

Aug/september: Apputveckling slutförs. Lansering i september. Mycket jobb mot tidningar för att hitta partners.

Avvikelse: Ingen inplanerad tid i projektet för att hitta tidningspartners.

Okt/november: Uppdatering av webbspelare och webbsajt. Nyrekrytering av inläsare. Mycket jobb med att publicera och marknadsföra artiklar.

Avvikelse: Ingen inplanerad tid i projektet för de icke-tekniska bitarna.

Det hade varit bättre: att planera in ordentligt med tid i projektplanen för marknadsföring, artikelproduktion och inläsarrekrytering.

December: 100% fokus på artikelproduktion och marknadsföring för att öka antalet användare.

8.2 Projektets budget

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

POST	KOSTNADER	
	budgeterad	verklig
Projektleddning	50000	50000
apputveckling (iOS)	562000	1100000
serverutveckling	980000	400000
tillgänglighetsutvärderingar	63000	30000
marknadsföring+sälj	264000	574000
webbsajtsutveckling	138000	60000
webbspelareutveckling	232000	80000
inläsningspremier	50000	43000
reskostnad	20000	20000
legal hjälp	10000	12000
TOTAL	2369000	2369000

Finansieringsuppdelningen är enligt plan, 1201000 av ovanstående kostnader har täckts av PTS-finansieringen, resterande del är egenfinansierad.

8.3 Projektets arbetssätt

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

I de inledande etapperna, när vi använde Polidea för apputveckling och användartester, så hade vi 3 stående avstämningsmöten via Skype per vecka. Två för UX/krav/design och ett för utvecklingsdemo. Vi använde också Slack för daglig kommunikation.

I senare delen av projektet skedde all utveckling inhouse.

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.

För att få den lanserade tjänsten att växa och leva vidare måste vi få bättre kontinuitet i artikelpubliceringen och bli bättre på att rekrytera nya lyssnare. Vi

tror att bästa sättet att göra detta är att få ett tätare samarbete med ett fåtal publicister och att få dem att marknadsföra ljudartiklarna mer aktivt i sina kanaler. På detta sätt kan vi nå deras målgrupper och nå en första kritisk nivå av användare (runt 5000). När vi en sån nivå kan vi börja ta betalt för lyssningar, alternativt lägga in reklam i tjänsten, och då också ha mycket lättare att få det externa kapital som är nödvändigt för att få tjänsten att bli livskraftig.

Om vi kan nå detta steg återstår att se. Hittills har vi inte lyckats hitta ny finansiering och eftersom vi inte har något kapital i bolaget kan därför bara producera en begränsad mängd artiklar just nu.