

Slutrapport projektgenomförande - Ancon AB

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	4
4	Redogörelse av projektets genomförande	5
5	Vad händer nu?	7

1 Projektsammanfattning

Organisation/företag: Ancon AB
Projekttitel: Anpassningsbart kassasystem
Projektets start- och slutdatum: 20180201 - 20190331
Kort beskrivning av projektet och dess syfte (max 200 tecken): Utveckling av stödfunktioner i Ancons nya kassasystem för att förenkla användningen av systemet för människor med funktionsvariationer.
Kort beskrivning av projektets målgrupp och deras behov (max 200 tecken): Människor med olika funktionsvariationer så som kognitiva nedsättningar, synnedsättning, dyslexi, dyskalkyli.

2 Målgrupp och behov

Vi på Ancon utvecklade 2010 stödfunktioner till vår då aktuella mjukvara, Ancon G1. Detta utvecklades tillsammans med Arbetsförmedlingen. Denna målgrupp var då identifierad. Människor med olika funktionsvariationer så som kognitiva nedsättningar, synnedsättning, dyslexi, dyskalkyli. Under de senaste 8 åren så har Ancon tillsammans med Flexénita AB levererat ut "Ancon G1 Assist" till över 100 kommuner samt därtill privata verksamheter. Ancon G1 Assist har hjälpt oerhört många att kunna arbeta vid en kassaplats och således bygga självkänsla och få möjligheten att växa på arbetsplatsen.

Ancon G2 Assist, detta projektet, har riktat sig till samma målgrupp men som mål att nytta dagens teknik till att bygga en bättre lösning som stöttar brukaren ytterligare. En typisk verksamhet för produkter har varit, och är, caféer och butiker – ofta i regi av kommun – där de erbjuder arbetstillfällen till människor med kognitiva nedsättningar eller andra funktionsvariationer beskrivit ovan.

Målgruppen har även varit något breddad i och med att vi släpper alla dessa assist-funktioner tillgängliga till alla våra kunder. Således kan alla arbetsplatser som har en Ancon G2 kassa erbjuda assist-funktioner till sina arbetstagare.

3 Redogörelse av projektresultatet

Under projektet så har vi följt plan som baserats på två spår, dels utveckling av själva lösningen – men också paketering och marknadsföring av produkten.

Produktutvecklingen har enligt plan innefattat både dialog med befintliga Ancon G1 Assist brukare. Vi har lyft in våra kunskaper av målgruppen samt vår ökade erfarenhet av moderna utvecklingstekniker. Detta har resulterat i att vi utvecklat Ancon G2 Assist som baseras på vår nya mjukvara Ancon G2, nu med assistfunktioner. Produkten är utvecklad, testad och lanserad.

Avseende paketering och marknadsföring så har en egen hemsida skapats: <https://assist.ancon.se> innehållande beskrivning av Ancon Assist så väl som en animerad film som tydliggör Ancon G2 Assist för en presumtiv kund. Hemsidan är uppbyggd på "Inbound/Content Marketing" som bygger på att driva in trafik via Google, både via sökmotoroptimering men även annonser. Väl inne på hemsidan så attraherar vi inköpare med matnyttiga texter baserat på "Awareness – Concideration -> Decision". Detta innebär att inköparen läser intressanta texter och slutligen laddar hem en guide från hemsidan, då har vi kontakt med inköparen och de läggs in i ett arbetsflöde där de får automatiska mail från oss med mer info – slutligen tar vi telefonkontakt med personen för att komma framåt i säljprocessen.

3.1 Beskriv kortfattat projektets mål och leveranser

Kortfattat så har vi (som angivet ovan) levererat enligt plan avseende utveckling av programvara – baserat på användarintervjuer, UX-design, användartester och mentorskap. Därtill har vi levererat all form av marknadsföring, även det enligt plan.

3.2 Viktiga insikter

Då vi är ett erfaret systemutvecklingsbolag så är vi förhållandevis kompetenta avseende kravställning -> utveckling -> lansering. Med det sagt. I vår tidigare plattform G1 så var Assistfunktionen en extra modul som kunde köpas till. I Ancon G2 så ingår nu Assistmodulen, kostnadsfritt. Vår intention med detta är att möjliggöra fler arbetsplatser att kunna erbjuda arbete till människor med

funktionsvariation. I vår marknadsföring och kommunikation till befintliga "vanliga" kunder så har det varit svårt att uppmärksamma dem på denna möjligheten.

Som kommentar till ovan stycke. Den tydliga målgruppen vi har i form utav renodlade arbetsplatser för människor med funktionsvariationer, de förstår värdet av produkten och där är det en succé.

4 Redogörelse av projektets genomförande

Genomförandet av projektet har gått enligt plan avseende alla delar som skulle produceras så som produkt och marknadsföring. Då vi är ett bolag med stor tillväxt i ordinarie affärsområde så fick projektet lov att förlängas lite. Så kortfattat kan man säga att om vi skulle göra om projektet så hade vi haft en längre tidsplan utstakad från början.

4.1 Genomförandeplan/tidplan

Vi genomförde arbetet enligt projektplanen med två avvikelser:

- Under etapp 1 och 2 så flyttade vi om aktiviteter. Vi tjuvstartade på en aktivitet som skulle utföras under etapp 2 redan vid etapp 1.
- Vi förlängde etapp 3 med två månader enligt ö.k med PTS.

4.2 Projektets budget

Redovisa projektets totala kostnad och hur det har finansierats (belopp uppdelat på PTS finansiering och egenfinansiering) samt eventuella avvikelser gentemot budget. Ange totala kostnader, det vill säga interna kostnader + eventuella underleverantörers kostnader.

Kolumnen "Andel av totala kostnader" beräknas $\frac{\text{utfall PTS finansiering för posten}}{\text{utfall total summa PTS finansiering}}$. Se exempel i tabellen.

Poster	Budget		Utfall		Andel av totala kostnader (%)
	PTS finansiering	Egenfinansiering	PTS finansiering	Egenfinansiering	
Projektleddning & Mentorskap	133 955kr	133 955kr	133 955kr	133 955kr	50 %
Marknadsföring	275 625kr	275 625kr	133 955kr	133 955kr	50 %
Produktutveckling	202 120kr	202 120kr	202 120kr	202 120kr	50 %
Summa	611 700kr	611 700kr	611 700kr	611 700kr	611 700kr

Kostnader för underleverantörer. Ange totala kostnader för eventuella underleverantörer. Kopiera tabellen nedan och fyll i en tabell för varje underleverantör till projektet.

Underleverantör Flexenita		
Poster	Budget	Utfall
<i>Projektledning</i>	<i>179 000kr</i>	<i>179 000kr</i>
Summa	<i>179 000kr</i>	<i>179 000kr</i>

Underleverantör Invisé		
Poster	Budget	Utfall
<i>Marknadsföring</i>	<i>601 250kr</i>	<i>601 250kr</i>
Summa	<i>601 250kr</i>	<i>601 250kr</i>

4.3 Projektets arbetsätt

Projektet har drivits av Ancon AB och dess produktägare Mikke Selander (VD) tillsammans med samarbetspartnern Susanne Barkvik via bolaget Flexénita AB.

Susanne Barkvik har ansvarat för kommunikation med brukare och levererat feedback avseende produktutvecklingen.

Avseende marknadsföring har båda projektledarna ovan drivit processen tillsammans med flertalet medarbetare hos Invisé så som fotograf, copywriter, inbound marketing specialist, webbutvecklare, designers.

5 Vad händer nu?

Ancon har över 100 kunder som använder Ancon G1 Assist. Dessa kunder kommer nu få möjligheten att uppgradera till Ancon G2 Assist. Därtill adderas nya kunder på under hösten som tillkommit tack vare ökad marknadsföring. Parallellt med detta så kommer även "vanliga" kunder till Ancon att kontinuerligt utbildas i möjligheterna som Assist-

funktionerna medför. Detta kommer dels göras av automatiserade processer från Ancona marknadsavdelning, men även via Ancons säljkår som idag består av 7st duktiga fältsäljare.

Bilaga 1. Målgruppens behov och hinder

Fyll i identifierade behov och hinder för respektive målgrupp samt vilken åtgärd ni identifierat för de olika hindren. I kolumnen "Status" beskriver ni hur långt ni kommit i att åtgärda hindret.

Målgrupp	Identifierat behov	Identifierat hinder	Identifierad åtgärd	Status
Befintliga Ancon G1 Assistentkunder	Behov av modernare system och funktioner.	Ancon G1 hade limiteringar avseende funktioner på grund utav gammal mjukvara	De efterfrågade funktionerna, t.ex uppladdning av flera bildformat ska stödjas	Målgrupp tillfredsställd med alla nya funktioner i Ancon G2.
"Vanliga kunder"	Behöver få vetskap om möjligheter som Assistentfunktioner medför.	Har ingen kompetens om människor med funktionsvariationer	Utbildning av Ancons säljare så de kan uppmärksamma möjligheterna samt ökad marknadsföring via content marketing	Delvis tillfredsställd. Kräver kontinuerlig sälj/marknadsföring/utbildning.
