

Slutrapport projektgenomförande - Lexicon AB

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

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	2
1 Projektsammanfattning.....	3
2 Målgrupp och behov	4
3 Redogörelse av projektresultatet	6
4 Redogörelse av projektets genomförande	11
5 Vad händer nu?	20
Bilaga 1. Målgruppens behov och hinder	21

1 Projektsammanfattning

Organisation/företag:

Lexicon AB

Projekttitel:

Ökad digital kompetens hos svenska småföretag och egenföretagare

Projektets start- och slutdatum:

2020-08-01 till och med 2021-11-30

Kort beskrivning av projektet och dess syfte (max 200 ord):

En digital utbildningsplattform för småföretagare som guidar och utbildar för en digitaliserad arbetsvardag.

Projektet skall tillhandahålla en digital utbildningsplattform för småföretagare. Innehållet ska guida och utbilda användarna genom de steg de behöver ta för att bli mer digitala.

Vår lösning ska genom kompetensutveckling och konkreta guider öka användarnas motivation till att dels använda digitala tjänster, dels inspirera, underlätta och bidra till direkt affärsnytta.

Kort beskrivning av projektets målgrupp och deras behov (max 200 ord):

Projektets primära målgrupp är företag med upp till 10 anställda.

Vi vet att tidsbrist och produktionsbortfall på kort sikt är stora utmaningar för småföretagarna när det gäller att prioritera kompetensutveckling och digitaliseringsinsatser.

Svenska småföretag och egenföretagare har litet utrymme till att planera för kompetensutveckling och användarstöd. Inte minst gäller det inom digitalisering där utvecklingen går rasande fort.

Små företag hamnar därför efter i de nya sätten att digitalt mötas, kommunicera, projektarbeta, marknadsföra, sälja och svara digitalt på offentliga upphandlingar. Detta medför risk för minskad lönsamhet och konkurrenskraft bland annat eftersom:

- ineffektiva interna processer kostar tid och pengar som kunnat användas mer produktivt
- marknadsföringen är ineffektiv.

- Offentliga upphandlingar missas när de inte kan inkomma med adekvat digitalt underlag.

2 Målgrupp och behov

2.1 Primär målgrupp

Företag med upp till 10 anställda.

2.2 Sekundär målgrupp

Företag med 10–100 anställda

2.3 Behov

Det övergripande behovet kan sägas vara att med hjälp av en enkel, validerad plattform kunna kompetensutvecklas för att med hjälp av digitaliseringens möjligheter kunna:

- effektivisera interna processer och arbetssätt med hjälp av digitala verktyg.
- Anpassa utbud och kunna möta en digitaliserad kundkrets på ett bättre sätt.
- Modernisera, förenkla och komma igång med digital marknadsföring.
- Utöka sina affärsmöjligheter genom att arbeta med nya marknader så som offentlig upphandling.

Målgrupperna försöker idag lösa behoven på i huvudsak två sätt. Dels genom att köpa in tjänster, dels givetvis genom att söka information själv. Det är både dyrt och tidsödande.

2.4 Hinder

I de kvalitativa intervjuer som gjordes i förstudien till projektet angav flertalet av deltagarna att det är tidsbrist som gör att de inte tar tag i de kunskapsluckor som finns. Att det tar alldeles för mycket tid att sätta sig in i vad man kan göra och hur det skulle kunna bidra i deras företagande. Vartefter de fortsatte att föra sina resonemang visar det sig att det också handlar om lågt självförtroende när det gäller program och digitala tjänster som de inte kan.

Under projektets gång har samma resonemang återkommit gång på gång. Tidsbrist och till viss mån ett lågt självförtroende i relation till att ta sig an delar i sitt företagande som man känner att man inte behärskar.

2.5 Hur projektets lösning kan tillgodose och åtgärda behov och hinder

Värdet för småföretagare är att de på ett enkelt sätt får tillgång till användarstöd och kvalitetssäkrad kompetensutveckling i sin vardag, till ett rimligt pris. Innehållet i plattformen kan användas för att gå en kort utbildning när tid ges. Alla utbildningar är korta just av den anledningen – att även en tidspressad småföretagare ska ha tid att genomföra en utbildning under sin arbetsdag. Den fungerar också som ett stöd i arbetet då alla utbildningsavsnitten är sökbara, tydligt rubricerade och lätta att hitta då man behöver lära sig något specifikt i en applikation utifrån de arbetsuppgifter man just då jobbar med (kallat "learning on demand" eller "just in time"). I dessa lägen har också inläringen störst effekt då man samtidigt tillämpar det man utbildas i (kallat "problembaserat lärande"). Svaret/instruktionerna är alltså bara ett par knapptryck bort när man som mest behöver det.

3 Redogörelse av projektresultatet

I projektet utvecklade vi en ny digital plattform som är basen för en kommersiell tjänst som riktar sig till småföretagare. Vår målsättning med projektet var att skapa EN destination för målgruppen avseende konkret, enkel och tillgänglighetsanpassad kompetensutveckling som är direkt kopplad till deras arbetsvardag.

Resultatet av projektet ingår nu i vårt utbud av standardiserade produkter och det är vår första helt tillgänglighetsanpassade utbildningsplattform. Plattformen kommer ligga till grund för vidareutveckling och anpassning av våra andra produkter och vår hemsida.

När vi inledde projektet i augusti 2020 låg fokus främst på den tekniska lösningen, parallellt med att vi utvärderade och reviderade befintligt innehåll som kunde vara aktuellt för användarna. Under projektets gång framgick det den befintliga tekniska lösningen vi hade förutsatt oss att vidareutveckla och använda inte höll måttet ur ett tillgänglighetsperspektiv och skulle kräva allt för stora investeringar för att anpassas, varpå ett beslut att byta teknisk lösning togs. Tillgängligheten var avgörande för slutprodukten och beslutet var tvunget trots att det innebar vissa förseningar i projektet.

3.1 Beskriv kortfattat projektets mål och leveranser

Konkret har projektet mynnat ut i två omfattande leveranser:

3.1.1 Teknisk plattform

Projektet har levererat en digital utbildningsplattform för småföretagare som är byggd i Umbraco. Utbildningsplattformen tillhandahålls till målgruppen på webben via en enkel inloggning. Innehållet guidar och utbildar användarna genom de steg de behöver ta för att bli mer digitala i sin arbetsvardag. Enkelt användande har varit ledord i utveckling av användargränssnittet. Det är enkelt att söka innehåll, lätt att hitta tillbaka där man var och se vilka utbildningsspår man slutfört.

I den tekniska lösningen har tillgänglighetsanpassningen legat i fokus, tjänsten är byggd för att vara tillgänglig för alla. De eventuella brister i tillgänglighet som finns och eller uppkommer på den tekniska plattformen dokumenteras i den Tillgänglighetsredogörelse som finns i sidfoten på webbplatsen: <https://www.digitalaforetag.se/tillganglighetsredogorelse/> i enlighet med de rutiner som digg.se rekommenderar.

3.1.2 Utbildningsinnehåll

Vi har producerat nytt innehåll i form av filmer, guider och artiklar. Dock har vi valt att inte ha med några tester då det under projektets gång inte alls har efterfrågats av målgruppen på det sätt vi först trodde. Efterfrågan var i stället utbildning och direkt stöd i vardagen och därför har vi fokuserat på de bitarna när det kommer till innehåll.

Allt huvudsakligt material är tillgänglighetsanpassat enligt utlovat. Det som kvarstår är dock att göra klart tillgänglighetsanpassningen av det som vi har sett som fördjupningsmaterial i form av lathundar och webinarier. De brister som finns när det kommer till lathundar och webinarier finns dokumenterade i Tillgänglighetsredogörelsen på digitalaforetag.se: <https://www.digitalaforetag.se/tillganglighetsredogorelse/>

Utbildningsinnehållet är kategoriserat i vad vi kallar utbildningsspår. Dessa fungerar som övergripande teman för användaren som sedan under respektive utbildningsspår kan välja olika träningspass. Träningspassen består av ett varierande antal läroobjekt i varierande format så som instruktionsfilmer, text, guider, lathundar och övningar.

Allt innehåll är sökbart och kan användas fristående, men fokus ligger på själva utbildningsspåren och träningspassen som med korta filmer och texter får användaren från start till mål med de konkreta uppgifter som behöver utföras.

Innehållet är framtaget utifrån identifierade behov i målgruppen där vår ambition är att möta de önskemål och utmaningar som kommunicerats till oss under projektets gång.

Totalt finns vid denna rapportens författande drygt 200 läroobjekt kategoriserade i nedan utbildningsspår och träningspass.

Nedan listas utbildningsspår med tillhörande träningspass:

Effektivt arbete

- Effektivare vardag
- Snabb uppföljning och analys av data i Excel
- Effektiva digitala möten
- Effektivt samarbete **Smart användning av Microsoft Office**
- Lägga in grafisk profil i mallar – Word
- Lägga in grafisk profil i mallar – PowerPoint
- Skapa presentationer med PowerPoint
- Kom igång med Excel
- Kom igång med Teams
- Kom igång med Word

Inspelade webinarium

- Möjligheterna med Microsoft 365
- OneDrive, Teams, Sharepoint webbplatser, när använda vad?
- Nyheter och tips i Excel
- Arbeta smart med formler och funktioner i Excel

Marknadsföring och försäljning

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Google Ads
- Upphandling
- Swish som företagstjänst

Koll på GDPR

- Introduktion till GDPR
- Varför finns GDPR?

- GDPR i korthet
- För vilka och vad gäller GDPR
- Olika typer av personuppgifter
- Vilka personuppgifter hanterar ni?
- Personuppgiftsansvarig
- Dataskyddsombud
- Hur rör sig personuppgifter inom och utanför er organisation?
- Rättigheter och skyldigheter
- Principer för behandling av personuppgifter
- Rättslig grund för behandling
- Samtycke
- Nödvändig behandling
- Rätt till insyn och kontroll
- Rättigheter för den enskilde
- Dokumentationsskyldighet
- Informationsskyldighet
- Säker teknologi och ett säkert arbetssätt
- Incidenter och böter
- Att hitta rättslig grund
- Ert fortsatta arbete

IT-säkerhet

- Vad är IT-säkerhet
- Varför är IT-säkerhet viktigt och vilka risker finns det?
- Så arbetar du säkert
- Mer om att arbeta säkert

Digitala myndighetstjänster

- Försäkringskassans digitala tjänster
- Digital brevlåda
- Skatteverket digitala tjänster

Vid jämförelse med projektets initiala mål ser vi att vi avseende tillgänglighet och innehåll uppnått det vi förutsatt oss att göra. Vi är nöjda med leveransen och ser fram emot att förvalta och vidareutveckla vår digitala utbildningsplattform för småföretagare.

3.1.3 Marknadsföringsmaterial

Material för kommunikation genom partners och i digitala kanaler är framtaget, med undantag av köp av digital marknadsföring som vi valt att avstå finansiering för.

3.1.4 Effektmål

De effektmål som sattes i förstudien var enligt följande:

Målgrupp	Effektmål
Småföretagare	Småföretagare ska självständigt kunna påbörja och fortsätta sin digitaliseringsprocess.
Småföretagare	Att med rätt kompetens och kunskapsstöd kunna ställa om till verksamhetsmodeller som fungerar i den ständigt pågående digitaliseringsprocessen och därmed kunna delta och verka i ett digitalt samhälle.
Anställda hos småföretagare	Att kunna öka en grundläggande digital kompetens för att bidra till en fungerande omställning när behovet uppstår.
Småföretagare	Digital kompetens för att kunna delta i upphandlingar.

Det kan konstateras att den pågående pandemin har haft större inverkan på våra målgrupper än vad vi kunde förstå till fullo vid projektets start. Som känt har många branscher påverkats mycket svårt, vilket givetvis ger än mindre utrymme för att i stunden fokusera på kompetensutveckling. När pandemins mest akuta fas passerats ökade återigen intresset då behovet av verksamhetsutveckling ökat. Man inser behovet av kompetensutveckling för att kunna trygga sitt företag. Vi ser därför att effektmålen kvarstår och det är vad vi ska bistå med att leverera i digitaliseringsprocesser.

3.2 Viktiga insikter

En av de viktigaste insikterna som vi gjorde i projektet var valet att byta teknisk plattform. Affärsmässigt för oss var det en ganska utmanande insikt då vi över tid hade hoppats att få synergieffekter med befintliga produkter. Å andra sidan kommer det ändå bidra till vidareutveckling, men i lite större skala än vad vi först förutsåg.

En annan viktig insikt var att vi behövde sälla kraftigare i innehåll är initialt planerat. Parallellt med det här projektet har vi drivit en annan produktutveckling där POC (Proof Of Content) gett oss viktiga insikter om

hur en för stor mängd innehåll förvirrar snarare än understödjer kompetensutvecklingen för målgrupperna.

Vi har också fått revidera vår affärsmodell vilket vi enbart ser som något positivt då det ger oss en mer kontrollerad lansering och möjligheten att följa upp produkten på ett annat sätt.

Initialt hade vi satt som målsättning att ha en komplett lösning och tjänst redo för go-to-market i slutet av projektet. Detta mål är uppnått, strategi har omvärderats under projektets gång. Detta beror givetvis på rådande pandemi där vi sett att generella marknadsföringsaktiviteter inte gett det resultat som önskas. Vår strategi blir i stället att starta försäljning via våra befintliga kanaler, så som vårt nätverk av franchisetagare med närvaro på 30 orter i Sverige och stötta dem i deras försäljning med marknadsföringsmaterial. Vi för också dialog med företagorganisationer för att erbjuda tjänsten till deras medlemsföretag.

4 Redogörelse av projektets genomförande

Vi är som helhet nöjda med hur projektet gått och den utbildningsplattform som tagits fram. Som noteras under tidigare punkter i denna slutrapport har det skett förändringar, vilket är att betrakta som normala skeenden i nyutveckling av produkter och tjänster.

Vår största fallgrop var givetvis byte av plattform som har inneburit dels ökade kostnader och arbete, dels vissa förändringar av våra ursprungsidéer. Att byta plattform var helt rätt beslut och så snart vi kom i gång med det arbetet så har den delen gått enligt plan. Men vår största insikt utifrån plattformsbytet är att vi borde ha tagit ett något snabbare beslut kring bytet, vilket hade gett oss mer tid till att bygga den nya plattformen men även minskad arbetsåtgång då vi under några månader lade ner arbetstid på den första lösningen som sedan inte kunde användas. Kostnadsmässigt så har plattformsbytet inneburit att vi varit tvungna att ta in extern hjälp från Forefront Consulting Group för att bygga delar av grundfunktionaliteten i plattformen. Enligt den ursprungliga planen skulle vi ha byggt detta själva.

Något som tydligt har påverkat projektet är den pandemi som svept över världen det senaste 1,5 åren. Pandemin har gjort att vi haft utmaningar med att få sändningstid hos våra pilotföretag som fokuserat på helt andra saker under denna period.

Våra pilotkunder har vid användartester har gett oss insikten om att mer inte alltid är bättre. Man har uppskattat upplevelsen av att man får ”grepp” om tjänstens omfång och att man ser att en kontinuerlig vidareutveckling av tjänsten fortgår löpande. Vi ser också nyttan av att kunna ha en löpande, nära dialog med målgruppen, det finns ett stort behov av personlig relation i dessa processer. Vi tittar därför nu på hur vi skulle kunna vidareutveckla tjänsten med digitala dialogträffar.

Några av våra interna nyckelkompetenser har under projektets löptid valt att byta arbete, varit föräldralediga och på olika sätt påverkats av rådande pandemi. Vi har arbetat aktivt med kompetensöverföring för att projektet inte ska påverkas, men då situationen med pandemin är ny för oss alla har det lärt oss att kompetensöverföringen måste ske på ett annat sätt än vad vi är vana vid. Ett arbetssätt vi infört är att nyckelkompetenser spelar in interna instruktionsfilmer på specifika moment (hantering CMS etcetera) under pågående arbete så att detta finns tillgängligt för övriga medarbetare om ett övertagande måste ske med kort varsel. Detta arbetssätt har överförts på andra typer av projekt inom ramen för vår verksamhet. Att vi under projektet tappade nyckelkompetenser internt har inneburit att vi behövt använda underkonsulter i större utsträckning än vad som var planerat, vilket i sin tur har inneburit ökade kostnader i projektet.

4.1 Genomförandeplan/tidplan

Projektet var indelat i fyra etapper enligt nedan:

Etapp 1, Projektuppstart: 2020-08-01 tom 2020-09-30

Etapp 2, Första version av plattform: 2020-10-01 tom 2020-12-31

Etapp 3, Teknisk utveckling samt innehållsproduktion 2021-01-01 tom 2021-04-30

Etapp 4, Testning Kodvalidering, utvärdering samt lanseringsplan 2021-05-01 tom 2021-09 -30

Projektet har bedrivits iterativt inom ramen för varje etapp, med vissa överskjutande aktiviteter mellan etapperna, likväl som att flera av aktiviteterna följs upp löpande genom hela projektet. Projektets aktiviteter enligt följande:

Aktiviteter	Tidpunkter
Marknads- och kommunikationsplan	Etapp 1 2020-08-01-2020-09-30 (första version) Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30 (revidering)
Utvärdering och sammanställning befintligt och nytt innehållsmaterial - Bedömning av relevans för målgruppen - Analys av tillgänglighetsanpassning	Etapp 2 2020-10-01-2020-12-31
Teknisk utveckling - UX Design Etapp 3: Användarresor (user research) Informationsarkitektur Etapp 4: Utvärdering Validering	Etapp 3 2021-01-01 - 2021-04-30 Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30
Teknisk utveckling - UI Design Design (wire frames etc.)	Etapp 3 2021-01-01 - 2021-04-30 Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30
Teknisk utveckling - Systemdesign Arkitektur, specifikationer, tillgänglighet.	Etapp 3 2021-01-01 - 2021-04-30 Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30
Innehållsproduktion Manus, skärminspelningar, redigering, grafisk produktion, ljudproduktion transkribering.	Etapp 3 2021-01-01 - 2021-04-30 Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30
Användartester - Rekrytering deltagare - Observationstester (distans)	Etapp 3 2021-01-01 - 2021-04-30 Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30
Tekniska tester	Kontinuerligt under projektet från och med etapp 3 (2020-10-01)
Samverkan med småföretagare	Etapp 4 2021-05-01-2021-11-30

De främsta avvikelserna i projektet har varit:

- Plattformsbyte. Detta medförde försening under etapp 2 och 3 men gagnar tjänsten i helhet då vi skapat en plattform där vi kan möta tillgänglighetskrav på ett bra sätt.
- Marknadsförings- och försäljningsplanerna förändrades radikalt pga. rådande epidemi. Den digitala marknadsföringen ligger i plan, dock längre fram i tiden än initialt planerat.
- Utöver primär och sekundär målgrupp hade vi också som plan att kunna samarbeta närmare med befintliga partners så som företagorganisationer, vilket dock inte har fungerat under rådande pandemi då deras fokus legat på andra frågor. Det är fortfarande vår ambition men ligger också längre fram i tiden än vad vi initialt förutsatt oss att göra.
- Förlängning av etapp 4.

4.2 Projektets budget

Poster	Budget		Utfall		Andel av totala kostnader (%)
	PTS finansiering	Egenfinansiering	PTS finansiering	Egenfinansiering	
<i>Projektledning/Admin</i>	80 000 kr	100 000 kr	80 000 kr	130 000 kr	4%
<i>Teknisk utveckling</i>	205 000 kr	275 000 kr	205 000 kr	294 600 kr	11%
<i>Tillgänglighetsanpassning</i>	221 600 kr	0 kr	221 600 kr	11 634 kr	11%
<i>Användartester</i>	49 800 kr	0 kr	139 800 kr	0 kr	7%
<i>Samverkan med Småföretagarpanelen</i>	83 000 kr	0 kr	83 000 kr	33 200 kr	4%
<i>Innehållsproduktion</i>	1 120 500 kr	0 kr	1 120 500 kr	16 600 kr	58%
<i>Marknadsföring</i>	10 500 kr	40 000 kr	10 500 kr	15 150 kr	1%
<i>Hårdvara</i>	90 000 kr	0 kr	0 kr	0 kr	0%
<i>Mjukvarulicenser</i>	80 000 kr		80 000 kr	14 800 kr	4%
<i>Marknadsföring (fast kostnad)</i>	20 000 kr	50 000 kr	0 kr	0 kr	0%
Summa	1 960 400 kr	465 000 kr	1 940 400 kr	515 984 kr	100%

Pipistrello AB		
Poster	Budget	Utfall
<i>Innehållsproduktion ink. redigering</i>	<i>0 kr</i>	<i>57 475 kr</i>
Summa		<i>57 475 kr</i>

Magnus Digital Learning & Communication		
Poster	Budget	Utfall
<i>Innehållsproduktion - Copywriter</i>	<i>0 kr</i>	<i>10 500 kr</i>
Summa		<i>10 500 kr</i>

1x1 Litterär produktion		
Poster	Budget	Utfall
<i>Innehållsproduktion - manusarbete</i>	<i>0 kr</i>	<i>14 000 kr</i>
Summa		<i>14 000 kr</i>

Multiproduktion i Norden AB		
Poster	Budget	Utfall
<i>Inspelning studio halvdag</i>	<i>0 kr</i>	<i>9 360 kr</i>
<i>Produktionsledning</i>	<i>0 kr</i>	<i>1 520 kr</i>
<i>Prompter</i>	<i>0 kr</i>	<i>800 kr</i>
<i>Redigering</i>	<i>0 kr</i>	<i>7 680 kr</i>
Summa		19 360 kr

Forefront Consulting Group AB		
Poster	Budget	Utfall
<i>UX</i>	<i>0 kr</i>	<i>105 600 kr</i>
<i>UI Design</i>	<i>0 kr</i>	<i>32 470 kr</i>
<i>Produktionsledning</i>	<i>0 kr</i>	<i>18 700 kr</i>
<i>Systemutveckling</i>	<i>0 kr</i>	<i>31 330 kr</i>
Summa		188 100 kr

4.3 Projektets arbetssätt

4.3.1 Projektorganisation

Styrgrupp

Projektägare
Projektbeställare
Ämnesexpertis

Projektledare

Delprojektledare

Produktion

Produktionsledare
Filmproducent
Manusförfattare
Learning Designer
Art Director
Ljudproducent

Utveckling

Teknisk testledare
Utvecklare

4.3.2 Samarbetsformer

Lexicon använder sig av en egen projektmodell som baseras på agila metoder. Beroende på uppgiftens art inom ramen för projektets olika faser, eller etapper bedrivs vissa uppgifter enligt vattenfallsmodell, exempelvis vid innehållsproduktion där varje moment måste ske vid ett givet tillfälle för effektiv produktion.

I korthet listas arbetssätt i punktform nedan.

- Veckovisa avstämningsmöten med hela projektgruppen exklusive styrgrupp. Här hanterar vi status i projektet och tilldelar nyuppkomna uppgifter.
- Månatliga styrgruppsmöten med avstämning gällande projektets framskridande, riskanalyser och eskalerade strategiska beslut.

- Innehållsworkshops där innehållsproduktion planeras, granskas och korrigeras.
- Utvecklingsmöten. I genomsnitt varannan vecka i samband med avslutade sprinter.

4.3.3 Förankring

För att förankra projektresultaten, och säkerställa faktisk tillgänglighet, utförde vi kontinuerligt tester och utvärderingar med hjälp av Siteimprove för mjukvarutestning samt egna användartester inom koncernen och i vårt kontaktnät.

- Test, evaluering och validering av kod.
- Tester av plattformen som helhet, användargränssnitt och användarupplevelse.

Inför testning

- Kontrollera tidigare resultat om sådana finns.
- Kontroll av startkriterier – är vi klara att testa?

Genomförande

- Fördela testområden
- Gå igenom testområdena med testarna så att de är införstådda med uppgifterna.
- Samla in rapporter från testarna.
- Följ upp eventuella felrapporter.

Uppföljning

- Testrapportering, prioritering och åtgärdsplan.

5 Vad händer nu?

Nästa steg blir lansering. Detta sker i steg ett via Lexicons franchiseorganisation med närvaro och lokalt kontaktnät på cirka 30 orter i Sverige. Det innebär att vi under den närmaste tiden kommer att lägga fokus på att stödja franchisetagarna i sin bearbetning av befintliga kunder och kontaktnät genom att tillgängliggöra material för direktmarknadsföring. Som steg två har ett internt projekt har inletts för att införliva tjänsten med vår nya hemsida där e-handelslösningen byggs för transaktionell försäljning av licenser. När detta projekt är klart så kommer vi att genomföra en bredare lansering av digitalaforetag.se.

Genom att göra en kontrollerad lansering av plattformen, baserad på relationsförsäljning så har vi möjlighet att löpande att bredda innehållet på plattformen i den takt och omfattning som målgruppen önskar. Ett viktigt steg är även förvaltningen av tjänsten då vi löpande kommer att arbeta med uppdatering av innehållet så att det alltid är korrekt och relevant.

Lanseringen kommer att ske i flera steg:

1. Lansering gentemot samarbetspartners.
Arbetet är redan påbörjat genom att vi har gått ut med en förfrågan och påbörjat en dialog med befintliga samarbetspartners kring intresse av att köpa tillgång till digitalaforetag.se.
2. Lansering till koncernens franchisetagare
Flera av franchisetagarna har varit delaktiga i framtagandet av plattformen och erbjudandet. De har redan börjat prata med sina kunder om plattformen. Men, den stora lanseringen inom koncernen kommer att göras i samband med det koncerngemensamma franchisemöte som är planerat till första veckan i februari 2022. Det är hos franchisetagarna som den större delen av marknadsföring och försäljning kommer att ske.
3. Lansering genom digitala medier
Kommer att ske i samband med att vår nya hemsida lexiconinteractive.se lanseras. Projektet är pågående och enligt plan ska hemsidan lanseras under februari 2022. Vår befintliga webbsida har brister då det kommer till webshop och kontohanteringar – därav att vi väntar in den nya hemsidan för att fullt ut kunna sälja digitalaforetag.se

Bilaga 1. Målgruppens behov och hinder

Då målgruppernas behov är mycket likartade oavsett om vi kategoriserat dem som primär och sekundär samredovisas dem i tabellen nedan.

Målgrupp	Identifierat behov	Identifierat hinder	Identifierad åtgärd	Status
Företag med upp till 10 anställda. Företag med 10–100 anställda.	Tillgång till lättanvänd, validerad kompetensutveckling.	Svårt att hitta anpassad, enkel utbildning som inte tar för mycket tid i anspråk.	Tillhandahålla en enkel tjänst som levererar användarstöd i vardagen och ett så kallat "just in time-lärande". Kompetensutvecklingen kan ske i direkt anknytning till att uppgiften ska genomföras.	Lexicon erbjuder en enkel tjänst för kompetensutveckling inom digitalisering.
Företag med upp till 10 anställda. Företag med 10–100 anställda.	Behov av att utvecklas inom delar av företagandet som inte rör kärnverksamheten så som administration i digitala verktyg, exempelvis Office.	Kompetens- och tidsbrist har identifierats som hinder för att vidareutveckla sådant som digital försäljning.	Tillhandahålla en enkel tjänst som levererar användarstöd i vardagen och ett så kallat "just in time-lärande". Kompetensutvecklingen kan ske i direkt anknytning till att uppgiften ska genomföras.	Lexicon erbjuder en enkel tjänst för kompetensutveckling inom digitalisering.
Företag med upp till 10 anställda. Företag med 10–100 anställda.	Effektivisera interna processer och arbetssätt med hjälp av digitala verktyg.	Utmaningar med att hitta rätt verktyg och att arbeta med dem på rätt sätt för att effektivisera verksamheten.	Utbildningsspår inom ramen för tjänsten som ger guidning i de mest vanliga programmen och apparna och hur dessa kan användas.	Levererat och kommer fortsätta vidareutvecklas.

<p>Företag med upp till 10 anställda. Företag med 10–100 anställda.</p>	<p>Anpassa utbud och kunna möta en digitaliserad kundkrets på ett bättre sätt.</p>	<p>Resurskrävande att vidareutveckla och anpassa verksamheten för exempelvis e-handel.</p>	<p>Utbildningsspår inom ramen för tjänsten som ger guidning i de mest vanliga programmen och apparna och hur dessa kan användas.</p>	<p>Levererat och kommer fortsätta vidareutvecklas.</p>
<p>Företag med upp till 10 anställda. Företag med 10–100 anställda.</p>	<p>Modernisera, förenkla och komma igång med digital marknadsföring.</p>	<p>Resurskrävande att sätta sig in i och kostsamt att köpa in som tjänst.</p>	<p>Utbildningsspår inom ramen för tjänsten som ger guidning i de största digitala kanalerna och hur dessa kan användas.</p>	<p>Levererat och kommer fortsätta vidareutvecklas.</p>
<p>Företag med upp till 10 anställda. Företag med 10–100 anställda.</p>	<p>Utöka sina affärsmöjligheter genom att arbeta med nya marknader så som offentlig upphandling.</p>	<p>Kompetensbrist avseende offentlig upphandling och de digitala verktyg som används i sammanhanget.</p>	<p>Utbildningsspår inom ramen för tjänsten som ger guidning för att komma igång med offentlig upphandling.</p>	<p>Levererat och kommer fortsätta vidareutvecklas i relation till förenklade upphandlingsregler etc.</p>