

# Slutrapport projektgenomförande - Min Ekonom

---

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

## Innehållsförteckning

1	Projektsammanfattning .....	3
2	Målgrupp och behov .....	4
3	Redogörelse av projektresultatet.....	5
4	Redogörelse av projektets genomförande .....	9
5	Vad händer nu? .....	17
	Bilaga 1. Målgruppens behov och hinder.....	19

## 1 Projektsammanfattning

<b>Organisation/företag:</b> Tieto Sweden AB
<b>Projekttitel:</b> Min ekonom
<b>Projektets start- och slutdatum:</b> 2020-06-01 - 2022-01-10
<b>Kort beskrivning av projektet och dess syfte (max 200 ord):</b>  Att ge personer med lindrig intellektuell funktionsnedsättning ett digitalt och tillgängligt stöd för att förstå sin vardagsekonomi och därmed få bättre förutsättningar att leva ett mer självständigt liv.
<b>Kort beskrivning av projektets målgrupp och deras behov (max 200 ord):</b>  Många i målgruppen – personer med lindrig intellektuell funktionsnedsättning, lever idag i ett digitalt utanförskap. Detta gäller särskilt ekonomiska förutsättningar.  Att hantera sin privatekonomi handlar om mer än bara pengar. Många människor, däribland målgruppen, har ofta svårt att planera och disponera sina tillgångar. Ekonomi är ett abstrakt och ofta svårbegripligt begrepp, vilket många gånger leder till att pengar spenderas alldeles för fort, på fel saker och utom kontroll. Idag har det svenska samhället nästan bara digitala pengar och målgruppen behöver få tillgång till, förstå och kunna tillgodogöra sig det kontantlösa samhället. För att kunna leva ett mer självständigt liv krävs det extra stöd för att kunna använda sina pengar på rätt sätt. Med en digital tjänst ska man kunna få stöd och vägledning i hur man kan använda sina pengar och få bättre kontroll på sin ekonomi.  För att lösa detta ska projektet ta fram en MVP (Minimum Valuable Product – en sorts minsta-version av tjänsten som ändå fungerar och skapar nytta). Arbetet kommer göras i nära samarbete med målgruppen. På så vis säkerhetsställer vi att vi löser rätt behov på rätt sätt och i rätt ordning.

## 2 Målgrupp och behov

Projektets primära målgrupp är personer med lindrig intellektuell funktionsnedsättning. Då främst yngre personer, som inte redan har en etablerad lösning eller strategi för att hantera sin privatekonomi. Vi har också tagit med anhöriga till målgruppen eftersom de idag ofta fungerar som målgruppens stöd i frågor kring privatekonomi.

Vi har identifierat följande behov hos målgruppen:

- Att känna sig självständig
- Att känna att man förstår
- Att känna trygghet kring ekonomi
  - Har jag råd?
  - Drog köpet?
- Att känna till sina rättigheter

Vi har identifierat följande hinder hos målgruppen:

- Svårighet att förstå pengars värde
  - Vad är dyrt och vad är billigt?
  - Vad innebär siffrorna?
- Svårighet att ta till sig begrepp som *"transaktioner"*, *"saldo"*
- Svårighet att fatta beslut. Detta leder ibland till att andra (även främlingar) fattar beslut åt målgruppen
- En utsatthet genom att målgruppen ses som svag och lättmanipulerad
- Nedsatt närminnesförmåga - svårt att komma ihåg vart pengarna tagit vägen

Under projekttiden har pandemin bidragit till ett ännu mer digitalt samhälle, det har givetvis påverkat målgruppen. De som har möjlighet och stöd har blivit mer digitala, men de som inte har möjlighet eller saknar stöd har sannolikt hamnat i ett ännu djupare utanförskap. Samtidigt har ett ständigt ökande utbud av prenumerationstjänster/prenumerationsekonomi (VOI, Netflix osv) bidragit till att alla fått en sämre överblick över sin privatekonomi vilket givetvis påverkar en redan utsatt målgrupp ytterligare.

### 3 Redogörelse av projektresultatet

Projektet ”Min ekonom ” har tagit fram en MVP, alltså en minsta-version av en tjänst som fungerar och fokuserar på att skapa nytta. Lösningen är i form av en mobilapp. Vi valde att göra en så kallad *native app* för att kunna utnyttja smarta telefoners inneboende stöd för till exempel röst, kontrast och textstorlek.

#### 3.1.1 Användarnära innovation – lösningen

En utmaning i att ta fram en helt ny tjänst är att skapa tillit, trygghet och att få tjänsten att kännas bekväm och värd besväret för den som ska ladda ner och använda den.

En central del av utvecklingen och designen av vår tjänst har varit att arbeta användarcentrerat för att ta fram en digital lösning med utgångspunkt i universell utformning. Det här arbetet hade kunnat vara mer omfattande om det inte hade kommit en pandemi emellan, men har trots allt fungerat väldigt väl givet omständigheterna.

Nytta med tjänsten, dvs att få koll på sin privatekonomi har varit tydlig och i de tester vi gjort verkar den efterlängtd, framförallt ”*Har jag råd*”-funktionen. I allt från problemformulering till prioritering och den faktiska lösningen har representanter från målgruppen varit involverade och det har fungerat väldigt väl – helt enligt plan. Vår lösning har också utvärderats av andra potentiella målgrupper, och de resultaten pekar också på att vår hypotes kring universell utformning verkar stämma.

#### 3.1.2 Teknisk lösning

Mobilapplikationen är en cross-platform-applikation, vilket innebär att samma kod kan delas för att skapa mobilapplikationer för både iOS och Android.

Appen integreras mot en PSD2-plattform. Vi har utgått från TINKs open banking-plattform då den är väldokumenterad, etablerad och säker.

Men det finns också andra plattformar, och vi vill hålla dörren för samarbeten öppna så länge som möjligt, och har därför inte låst oss till TINK (ännu).

Eftersom vi bygger en minsta-version av tjänsten har vi valt att utgå från att användare har ett bankkonto med BankID redan.

#### 3.1.3 Ekosystem och avsändare till tjänsten

En tidig hypotes var att vi (som TietoEVERY) inte skulle stå som avsändare till lösningen, utan vi sökte en partner som ville stå bakom den, tillsammans med oss. Det skulle utgjort en av grundstenarna i ekosystemet.

Med facit i hand har det varit enormt svårt att övertyga finansiella partners om nytta med tillgängliga pengar. En slutsats är att de finansiella institutionerna i form av bland annat banker kommer att agera i frågan först när det finns regulatoriska krav på tillgänglighet, men inte innan. Krav på tillgänglighet är säkert inte allt för många år bort, men vad gör vi i mellantiden? Det här är ett problem här och nu!

Under projektet har vi vridit och vänt på ”*what’s in it for me*” från finans-sidan. Vi har ställt oss frågan kring hur kan det vara så svårt?

Vi har utrett huruvida vi kan ge ut den själva, men TietoEVRY är ett IT-företag inom business to business, alltså inte till slutkonsument.

Men, kanske kan vi starta en egen organisation som kan stå bakom appen? Här är vi nu – ge ut den själva!

### 3.1.4 Sammanfattningsvis

Ett något pessimistiskt sätt att se på saker är att det inte finns en självklar plats för lösningar för alla på den svenska marknaden. Att ”för alla” är ointressant och inte ”ett måste” och därför ignoreras den här typen av problematik och lösningar. Här skulle vi kunna avvakta och vänta in styrmedel från t ex lagstiftning. Men det tar lång tid att ta fram lagar, och lika lång tid att införliva dem. Det måste finnas ett snabbare sätt.

Användarefterfrågan finns och open banking-lösningar är etablerade och säkra. När vi kommit så här långt är det ingen som vill sluta – arbetet med avsändare och ekosystem fortsätter.

## 3.2 Beskriv kortfattat projektets mål och leveranser

Under hela utvecklingen har användarna varit en viktig komponent – vi har jobbat med användarnära innovation och tagit fram både problembild och lösningsförslag tillsammans med representanter från målgruppen.

Projektets mål har varit att ta fram en MVP, en minsta-version på en lösning som gör vardagsekonomi mer begriplig för alla, med fokus på den primära målgruppen personer med lindrig intellektuell funktionsnedsättning.

Under förstudien hade vi ett antal leveranser tilltänkta:

Projektets leveranser enligt förstudien
Ta fram UX- prototyp för utvärdering/validering tillsammans med användare och anhöriga
Identifiera och etablera ett ekosystem tillsammans med utvalda samhällsaktörer
Ta fram en hållbar affärs- och förvaltningsmodell, som säkerhetsställer att målgruppens intressen tillvaratas.
Säkerställa applikationens tillgänglighet och användbarhet för målgruppen
Ta fram en MVP, en första fungerande version.
Ta fram en digital lösning med utgångspunkt i universell utformning

Vi har under projektet tagit fram flertalet prototyper som vi utvärderat och testat med användare och anhöriga, med gott resultat.

Under projektet har vi identifierat ett tilltänkt ekosystem där vi samverkar med en mängd olika aktörer. Tyvärr har vi inte lyckats etablera partnerskapet och därmed inte ekosystemet.

Vi har en plan för en affärs-och förvaltningsmodell där vi säkerhetsställer att målgruppens intressen tillvaratas.

Vi har tagit fram en MVP, en mobilapp, som vår målgrupp har testat. Vi har under projektets gång fått omprioritera funktioner och lärt oss mycket kring utformning av appen och prioritering av vilka funktioner som skapar mest nytta.

Vi har tagit fram en digital lösning i form av både en app och en webb med universell utformning med fokus på emotionell design och inkludering.

### 3.3 Viktiga insikter

#### 3.3.1 Användarinsikter

Idag tycker målgruppen generellt att det är svårt att betala, i den mån det fungerar är det fortfarande vanligast med kontanter, i alla fall före pandemin. Ofta finns en God man eller anhörig som sköter det mesta med ekonomin och den individuella självständigheten saknas eller begränsas på flera sätt. Många är rädda att något ska gå fel eller att någon ska ta ens pengar. Ofta är målgruppen mycket godtrogen och vill gärna hjälpa andra vilket leder till en ytterligare utsatthet och gör att man lätt blir lurad på sina pengar.

Det finns även flera exempel på att personalen på t ex boenden ligger ute med pengar då det inte har gått att betala med ett kort vilket leder till att överblick och kontroll på den enskilda ekonomin blir omöjlig att upprätthålla.

Det finns en utsatthet i målgruppen då många har svårt att sätta gränser och säga ifrån. Det är inte ovanligt att målgruppen blir uppvakade av olika personer och uppmanas köpa saker åt dem eller övertygade att köpa mer än de planerat.

Flera representanter från både anhöriga och målgruppen som vi intervjuat berättar att de har idag ett kort med fickpengar och ofta ett kort för att handla mat. Pengarna begränsas för att det inte ska försvinna stora summor.

I vissa fall hålls betalkorten även inlåsta av personalen på boendet. Vid veckohandling måste personalen följa med och handla och övervaka så att inga felaktiga inköp görs. Det här gäller i större utsträckning betalning med kort och digitala pengar än med kontanter, vilket får sägas leda till sämre förutsättningar till ett gott och självständigt liv. Ett steg bakåt för individen som blir mer låst och begränsad än tidigare.

#### 3.3.2 Affärsmodell

Som beskrivits ovan har vi inte hunnit hela vägen med avsändare och affärsmodell. Vi tror det behövs mer tid för mognad, insikt och handlingskraft för att få till den typ av partnerskap som den här lösningen behöver.

Kanske kan det komma när lösningen finns på marknaden. Vi tror att det skulle kunna vara så, och därför kommer vi i arbetsgruppen att försöka ge ut den själva. Genom den fantastiska feedback vi fått från målgruppen och det förtroende från PTS som möjliggjort lösningen vägrar vi falla på målnöret.

### 3.3.3 Samarbeten och andra parter

#### Länsstyrelsen Örebro

Vi har under hela projekttiden kontinuerligt samverkat med Länsstyrelsen i Örebro där vi kunnat ha en öppen och konstruktiv dialog kring möjligheter, utmaningar, frustrationer och prioriteringar. Deras nätverk, kunskap, attityd och insikter har varit ovärderliga!

#### Fellingsbro folkhögskola

Samarbetet med elever på Fellingsbro folkhögskola är själva kärnan i vår lösning. Tillsammans med kursansvarig har vi jobbat gemensamt i allt från problemformulering till koncept till test av färdig lösning. Utan Fellingsbro hade den här lösningen inte varit i närheten av så enkel att använda och relevant som den är idag!

#### Stockholms stad

Vi har fått tillgång till användare och personal på Hägersten-Älvsjö LSS boende som har varit behjälpliga i form av bollplank, användartestning och feedback. Vi hade med hjälp av tur och timing möjlighet att utföra användartester i verkligheten mellan Covid-toppar och med dubbla vaccinationer.

#### Anhöriga och föräldrar till målgruppen

Via tips och rekommendationer har anhöriga och föräldrar fått reda på projektet, vilket har lett till att vi samverkat med flera olika personer och fått ytterligare insikter och vyer kring behoven och dessutom tagit chansen att göra ytterligare några användartester.

#### TINK

Förutom den dokumentation och support som redan finns på TINKs hemsida har vi haft ett bra utbyte och dialog kring funktioner och den tekniska lösningen.

#### Swish

Swish har under projektperioden fungerat som bollplank.

#### Bankomat

Bankomat har varit ett välkommet bollplank vars insikter och kunnande kring kontanter och användares behov vi värderar högt

### 3.3.4 Hjälpmedel

Under projekttiden har vi också utvärderat huruvida lösningen skulle kunna vara ett hjälpmedel som skulle kunna förskrivas av kommuner och regioner. Vi har haft kontakt med både Region Stockholm och Region Örebro och efterfrågan är påtaglig. Dock fastnar vi i de något luddiga ramarna kring CE-märkningen.

#### CE-märkning

Det finns riktlinjer kring CE-märkning av medicintekniska produkter. Beroende på vem du frågar kommer de ha en åsikt kring huruvida en app som hjälper ett visst medicinskt tillstånd (i det här fallet nedsatt kognition) är en medicinteknisk produkt eller inte. Experter inom området för CE-märkning anser att det inte är en medicinteknisk produkt, medan experter på hjälpmedelscentralen tycker tvärtom.



I den fas i utveckling av tjänsten där vi befinner oss just nu inser vi att CE-märkning kräver stort tålamod och engagemang, eftersom det är komplext och krångligt. Vi parkerar därför CE-märkningen tills vidare och kanske återkommer till detta, men som vi bedömer det idag tar det för mycket tid och engagemang och tillför inte motsvarande värde.

## 4 Redogörelse av projektets genomförande

### 4.1 Arbetsprocess

Vi har arbetat enligt metoden *design thinking* där en i designprocessen går igenom olika steg:

- *Discovery*: börja lära känna användarna, intervjua dem och deras anhöriga, skapa personas utifrån dessa data, måla en lite större bild av målgruppens situation. Definiera - förstå användarnas behov, vilka problem stöter de på vad gäller ekonomi i sin vardag? Dra insikter att ta vidare in i nästa steg.
- *Design*: Idégenerera - utforska idéer på potentiella lösningar och funktioner som möter målgruppens behov. Börja stort – sen skala ner. I vårt fall har vi talat både med målgruppen och haft en referensgrupp. Prototyp – skissa på lösningar, visualisera för att kunna diskutera och testa om det passar användarna.
- *Test*: ju tidigare vi kan testa våra idéer desto bättre! Därför har vi haft flera testomgångar för att snabbt kunna verifiera vad som fungerar och vad som behöver göras om. Under dessa faser testas allt från om testpersonerna förstår hur de ska använda en funktion och vad syftet är, till hur de reagerar på färger.
- *Utveckling*: när vi utvecklar vill vi vara säkra på att vi gör rätt saker, och i det här projektet har det varit stort överlapp mellan design och utveckling. Mycket av designen finns ju i tekniken i form av haptik, flöde för inlogg och så vidare – tät samverkan och ett tvärfunktionellt team har varit viktiga byggstenar

Processen i sig är inte linjär, utan fungerar mer som loopar vi gör en sak tills vi är nöjda med den och går sen vidare i processen. Ibland tar vi ett kliv tillbaka och gör om.

#### 4.1.1 Discovery

I Discovery-fasen undersöker vi nuläget och söker en prioriterad problemformulering. Vilka är de viktigaste utmaningarna att lösa? Vi säkerställer och verifierar vilka problemen är och att de är värda att lösa.

Projektet har utfört en *Discovery* i nära samverkan med elever och lärare på Fellingsbro Folkhögskola och med Länsstyrelsen i Örebro. Tillsammans har vi identifierat problemområden, verifierat idéer och prioriterat lösningar. Genom workshopövningar och grupparbeten satte eleverna fingret på de tre största utmaningarna med pengar och ekonomi utifrån hur det ser ut och fungerar idag. Med avstamp i nuläget tog vi tillsammans fram idéer för hur det borde vara.

Utifrån workshopen i Fellingsbro jobbade vi fram funktioner som på olika sätt löser de vanligaste ekonomiska vardagsutmaningarna.

Projektgruppen har också stämt av och prioriterat dessa funktioner tillsammans med representanter för Hägersten/Liljeholmens Stadsdelsförvaltning i Stockholm samt ett mindre antal anhängare och potentiella användare.

### 4.1.2 Design

När vi visste vilka utmaningarna var och verifierat vad vi ville lösa började vi undersöka hur vi skulle kunna lösa det i Design-fasen. Design är inte bara hur något ser ut, utan också hur något fungerar.

Designen för tjänsten Min Ekonom har tagits fram i ett tvärfunktionellt team av designers (Service Design, UX, UI, Gamification) och utvecklare för att snabbt kunna verifiera vad som är tekniskt och användarmässigt gångbart eller ej.

Eftersom vi tar fram en helt ny tjänst la vi mycket fokus på att delarna ska kännas bekanta och trygga. Vi har använt designmönster (patterns) från både chat-appar som Messenger och Snap och sociala-medieappar som Instagram och Facebook. Vi har också sneplat en del på haptik i lösningar som Pokemon GO och Swish.

Vi lärde oss mycket om signalvärdet av olika färger, exempelvis när röd, grön och orange/gul används för att signalera något som är dåligt, bra eller på gränsen däremellan. Vi har även testat oss fram till bra begripliga begrepp, då ekonomivärlden innehåller ovanligt många onödigt krångliga uttryck.

Vi har också utvärderat olika sätt att göra det abstrakta i digital ekonomi mindre abstrakt, framförallt genom avataren Min Ekonom. Börsen personifierar själva ekonomen, och är den du frågar om råd eller tips. Vi var lite rädda att alla kanske inte skulle lita på råd från en tecknad börs, men hittills har det bara varit kärlek till börsen (även om någon trodde det var en potatis). När design övergick i utveckling samarbetade vi tätt mellan designers och utvecklare för att säkerställa att utseende, funktionalitet, tillgänglighet och haptik levde upp till den standard vi eftersträvade.

### 4.1.3 Test

Att testa idéer och lösningsförslag ofta har varit oerhört viktigt under detta projekt. Det var viktigt att våra testpersoner kände sig bekväma, helst i sin hemmiljö för att vi skulle kunna testa rätt saker. Vi undersöker inte Teams-möten eller hur man sitter i ett konferensrum – utan den lösning som ska funka i vardagen hemma hos mig – då behöver testmiljön vara motsvarande.

Vi hade turen att få komma till Fellingsbro Folkhögskola precis innan pandemin stoppade alla möjligheter till spontana kontakter. Testerna utfördes för att säkerställa att vi prioriterat rätt kring funktionalitet och lösning. I den tidiga testfasen lärde vi oss att ”börs-maskoten” som vi designat i syfte att göra ekonomi mindre abstrakt och mer konkret representera ”Min ekonom”, föll användarna väl i smaken. Börsen skapar både en trygghet kring tjänsten och en pålitlighet kring att det som fanns i tjänsten gick att lita på. Vi lärde oss också att det var centralt att vi använde ett enkelt och

okonstlat språk för att man skulle förstå, något vi genom projektets gång fått positiv feedback på.

Vi insåg också tidigt vikten av att pausa ”goda intentioner” – funktionerna som finns i appen idag bygger på insikter från våra möten med de som ska använda appen, inte på åsikter från tryckare.

Att testa tidigt kan kännas läskigt, för att saker inte är riktiga klara, men den återkoppling vi fick gjorde att vi kunde styra projektet och prioritera rätt saker framåt. Under hela projektet har vi arbetat med prototyper, för att snabbt kunna testa och justera vår lösning. Från pappersprototyp till wireframes till den fungerande appen.

Vi har testat appen i fyra omgångar:

- I Fellingsbro i ett tidigt skede ville vi testa själva anslaget och huruvida vi hittade rätt med emotionell design. Vi testade i grupp och ville ta reda på om användarna fick ett förstående och en trygghet för vad vi skapat? Vi använde A/B-testning kring olika grafiska uttryck, benämningar på knappar och menyval.
- Vi testade appen digitalt på ett antal 11 - 13 åringar som inte har vuxit upp med kontanter som betalmedel, några hade knappt ens sett kontanter. På grund av pandemin utfördes dessa undersökningar digitalt. Under testet undersökte vi startsidan och dess funktioner - exempelvis visualiseringar av saldo, hur förstår det? Vi testade också sidan ”Mina köp” samt quizet ”Hur är du med pengar?”.
- Efter dubbelvaccinationer och med lite pyssel fick vi till att få träffa boende på ett av Stockholms stad LSS-boenden. Här testade vi prototypen med fokus: förstår användarna vad de har på kontot baserat på vad de ser på startsidan? Vidare testades funktionerna ”Har jag råd” och ”Jag ångrar mig”.
- När utvecklingen av MVP-appen närmade sig sitt slutskede träffade vi återigen studenterna på folkhögskolan i Fellingsbro. Denna gång var det både nya och bekanta ansikten vilket blev en bra mix för testerna. Studenterna fick denna gång prova vår programmerade version av appen. De fick ladda ned den på sin egen telefon, vilket såklart var spännande. Formatet för testet var mer fokuserat kring att lösa en uppgift:
  - Har du råd att köpa de där fina jeansen för 699 kronor?
  - Du köpte ett doftljus, men nu ångrar du dig, får du lämna tillbaka det?Testpersonerna fick prova på flödet i appen och funktionerna för ”Onboarding”, ”Startsidan”, ”Har jag råd”, ”Jag ångrar mig” och ”Mina köp”.

#### 4.1.4 Utveckling

Under projektets gång har utvecklingen av mobilapplikationen och hemsidan skett på ett iterativt sätt. Projektgruppen har arbetat fram en funktion ihop med en design som sedan utvecklats till en nivå där funktionen i fråga kan testas av. Sedan sker eventuellt en serie av förbättringar som sedan implementeras av utvecklarna, så har arbetet fortsatt tills projektgruppen nått resultat de är nöjda med.

Appen är utvecklad med hjälp av React Native som är ett öppet källkodsbibliotek för att bygga mobilapplikationer för iOS och Android med en och samma kodbas. Tack

vare teknologivalet kan vi tillhandahålla mobilapplikationer för båda plattformarna och därmed vara teknologi-agnostiska och erbjuda mobilapplikationen för majoriteten av användare samtidigt som vi utnyttjar de båda mobilplattformarnas inneboende tillgänglighet som röststyrning, kontras, större text osv.

Under utvecklingens gång har vi lagt stort fokus på en stark användarupplevelse så vi har fokuserat på:

- Prestanda
- Animeringar
- Utnyttja operativsystemet *best-practices*
- Haptisk återkoppling

Vi har valt att lägga stort fokus på användarupplevelsen för mobilapplikationen för att vi anser att det en av de största bidragande faktorerna till att mobilapplikationen faktiskt kommer användas.

### 4.5 Fallgropar

Vi har under projektets gång åkt ner i ett par fallgropar. Från alla första början av projektet trodde vi på vårt ekosystem med partners, men som tyvärr kom att bli vår största fallgrop. Även vår uppfattning om synen på kontanter som vi upptäckte i våra digitala tester skulle kunna kallas en fallgrop. Sen skulle vi också vilja benämna pandemin som en fallgrop, i alla fall en stor åverkan på projektet.

#### 4.5.1 Pandemin

Det är svårt att kalla Covid -19 en fallgrop, men givetvis har pandemin påverkat även detta projekt. Det hade varit betydligt enklare att få till stånd samverkansmöten med både användare och partners om vi hade kunnat ses IRL! Kanske hade det då varit enklare att övertyga potentiella partners om värdet av produkten det hade i alla fall definitivt varit lättare att skapa ett företroende för oss IRL.

#### 4.5.2 Ekosystem/Partnerskap/utgivare

Vi trodde starkt på vår hypotes kring ekosystem och partnerskap redan från förstudiefasen. Tanken var att ekosystemet skulle samfinansiera och förvalta vår lösning. Att få till partnerskapet har varit en betydligt större utmaning än vi trott. Vi har under projektet gång vridit och vänt på det, pratat med många möjliga partners och intressenter. Vi kanske hade kunnat lyckas bättre om vi lagt ned ännu mer tid och fokus från början. Samtidigt, hade vi vetat exakt hur svårt det var kanske vi inte genomfört projektet alls.

Ekosystemet som vi tänkt oss kräver att alla parter bryr sig om kärnproblematiken. Så har det inte riktigt varit i vårt fall. Och det har tyvärr inte ändrats under projektiden. Exempelvis är inte lagkraven för tillgänglighet tillräckligt påtagliga för att alla ska agera, det gör idag inte tillräckligt ont att strunta i dem. Därför agerar man inte. På längre sikt tror vi att andra aktörer kommer att förstå problematiken och fler lösningar kommer att tillgängliggöras för målgruppen. Från start har vi sagt att vi, TietoEVERY, inte kan stå som utgivare för appen, vi har inget förtroende hos användarna och är inte heller ett Business 2 Consumer företag utan verkar enbart Business 2 Business – detta sätter bland annat juridiska käppar i hjulet.

Under projektets gång övervägde vi också huruvida ekosystemet kunde övergå i ett partnerskap, där engagemang i kärnproblematiken kunde ske mer passivt. Det här tillvägagångssättet var enklare att ta ställning till från potentiella avsändares sida, men inte heller här nådde vi ända fram, även om vi var mycket nära.

Hypotesen att TietoEVERY inte ska vara utgivare är dock fortfarande giltig – vi har dock undersökt den möjligheten också, utan framgång.

### 4.5.3 Kontanter

En tidig hypotes var att översätta *överblickbarheten* från kontanter, eftersom detta verkade vara en av de tydligaste fördelarna med kontanter. Att jag ser hur mycket pengar jag har och tydligt märker när mina pengar är på väg att ta slut.

Det visade sig dock att den typen av representation av ett värde var helt eller delvis ointressant för den redan digitaliserade delen av målgruppen.

Kontanter är bra på något som vi ville digitalisera men behovet var inte riktigt som vår hypotes. Vi tror inte att vi kunde gjort något annorlunda här men tack vare våra många användartester kunde vi identifiera den här typen av missvisande hypoteser och också ta bort funktioner som inte fyllde tillräckligt högt värde.

## 4.6 Genomförandeplan/tidplan

### 4.6.1 Ekosystem

Vi trodde starkt på vår hypotes kring ekosystem och partnerskap redan från förstudiefasen. Tanken var att ekosystemet skulle samfinansiera och förvalta vår lösning. Vi har under projektet gång vridit och vänt på det, pratat med många möjliga partners och intressenter och som vi tidigare beskrivit är detta vår största fallgrop. Det är också den aktivitet som tagit mest tid och energi och ätit upp mycket av budgeten, då vi lagt mycket tid på att söka efter rätt person att kontakta, otaliga möten, presentationer med olika fokus med mera. Mest tid har lagts på att förklara problematiken för olika personer inom finansvärlden utan att hitta någon som tycker det är relevant för dem i deras position just nu. Här tror vi dock att vi skulle kunna lyckas bättre om vi ger potentiella partners lite mer tid att ta in och landa problematiken, för att sedan kunna prata om möjliga lösningar och vägar framåt. Vi hade kunnat påbörja partnerarbetet tidigare, men då hade vi å andra sidan inte vetat vad vi ville lösa.

### 4.6.2 UX – User Experience

UX och användbarhet har varit en central roll genom hela projektet. Vi har sett det som extra viktigt att förstå vår målgrupp, validera våra användningsfall och ta fram en inkluderande emotionell design som skapar trygghet och som alla förstår och kan ta till sig. Vi har under projektet utfört aktiviteter såsom:

- Validera användarfall
- Användarstudier och prioritering utifrån insikter
- Skapa designsystem
- Emotionell design
- Koncept och prototyp
- UI-design
- Gamification
- Prioriteringsworkshop tillsammans med Länsstyrelsen i Örebro februari 2020
- Valideringsworkshop med ”Steget”

- Innovationsworkshop med målgruppen mars 2020
- Valideringsworkshop med LSS Stockholm stad april 2020

UX- aktiviteten har varit en aktivitet som avvikit från den ursprungliga projektplanen och gått något över budget. En bidragande del till detta är att vårt användarnära arbetssätt några gånger tvingat oss att backa för att göra om och göra rätt. Ett exempel på ett sånt omtag är hypotesen att det var viktigt att överföra *översikten* hos kontanter (att jag lätt kan se vad jag har i plånboken genom de olika sedlarnas färg, form och antal) också till digitala pengar.

Kontanter i sig är ju bara en representation av ett värde och vi la ganska mycket tid på att undersöka bra sätt att illustrera den här representationen av värde på ett relevant och enkelt sätt digitalt.

I testerna med 12-13-åringar visade det sig att vi verkade vara något på spåren med att räkna om saldot till saker som man brukar köpa. Lösningen verifierades av testanvändarna i Stockholm, men uppfattades inte alls så som vi trott av testanvändarna i Fellingsbro. Det här kan ha med ålder att göra – användarna i Stockholm var samtliga över 30 år, i Fellingsbro samtliga under 25. Detta ledde till en del extra arbete kring gränssnittet med extra UX-tid som följd. UX har också varit ett viktigt stöd i utvecklingen av appen i det tvärfunktionella teamet där UX jobbat tätt tillsammans med utvecklare med haptik och annan typ av interaktivitet för att förstärka och förtydliga funktioner i appen. De förstärkta funktionerna har både uppfattats och uppskattats av användarna.

### 4.6.3 Projektledning

Projektledningen har fortlöpt enligt plan under hela projektet – ett agilt arbete i ett tvärfunktionellt team. Regelbundna avstämningsmöten (stand ups) och en tydlig aktivitetslista har gjort att teamet kunnat prioritera det dagliga arbetet. Inga avvikelser.

### 4.6.4 Utveckling

Utvecklingen har skett i det tvärfunktionella teamet med en teknisk arkitekt och integrationsansvarig samt två stycken app-utvecklare. Vi satte tidigt en övergripande arkitektur för appen för att se över våra tekniska möjligheter. Med en arkitektur på plats utvecklade vi appen för en PoC och i sista skedet utvecklade vi färdigt en MVP. Avvikelserna mot planerad plan blev att huvudsakliga utvecklingen sköts till sista etappen, vilket visade sig vara bra då vi inte utvecklat något i onödan efter vissa omprioriteringar. Mer om utveckling finns under rubriken om vår arbetsprocess, 4.1.2 Utveckling.

#### 4.6.5 Test

Under test har vi både utvärderat våra prototyper och sedan vår slutgiltiga MVP. Vi har utfört både användartester och tekniska tester.

- **Fellingsbro maj 2021:** fysisk test: test av koncept och emotionell design.
- **Stockholm juni 2021:** digitalt test med 12-åringar: test av prototyp.
- **Stockholm augusti:** fysiskt test av test av prototyp.
- **Fellingsbro december:** fysiskt test: test av mobil lösning.

Mer om våra tester under rubriken 4.1.3 Test.

#### 4.6.6 Marknadsföring

Under projektets gång och med hjälp av den väldigt relevanta Go-to-market-kursen PTS tillhandahöll, prioriterades aktiviteter med marknadsföring upp. Marknadsföringen hjälpte oss både med att nå ut till fler inom målgruppen och att synas på företags radar i sökandet efter partnerskap. Aktiviteter som vi utfört under projektets gång:

- Webbsida
- Webinar graduates: Digital Tech Lunch: *Why most of Sweden's current digital solutions fail to include all its citizens, and what we can do about it*
- Women in Tech: *Why most of Sweden's current digital solutions fail to include all its citizens, and what we can do about it*
- Länsstyrelsernas betaltjänst-forum
  - Maj: presenterade projektet med dialog kring behovsbild och prioriteringar.
  - December: presenterade projektets status.

#### 4.7 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	
Ekosystem	288 838 kr	54302 kr	288 838 kr	70 262 kr	14,7%
UX	435 596 kr	83804 kr	435 596 kr	166 166 kr	22,1%
Projektledning	94 760 kr	18100 kr	94 760 kr	18 100 kr	4,8%
Utveckling	1 034 890 kr	194 840 kr	837 890 kr	194 840 kr	44,7%
Test	115 916 kr	21 484 kr	115 916 kr	21 484 kr	5,9%
Marknadsföring	0 kr	89 040 kr	0 kr	89040 kr	0%
<b>Summa</b>	<b>1 970 000 kr</b>	<b>461570 kr</b>	<b>1 773 000 kr*</b>	<b>559 892 kr</b>	

\*slutbetalningen återstår 197 000 kr



## 4.8 Projektets arbetssätt

### Projektorganisation:

Projektledare: Linnéa Källgård

UX-design: Linnéa Källgård, Cecilia Lindholm Kapetanakis, Vega Andersson

Gamification: Emelie Gustafsson

App-utveckling och integration: Joar Karlsson, Björn Bergström

Övergripande arkitektur och teknisk lösning: Tomas Green

### Samverkanspartners:

Under utvecklingsperioden har vi samverkat med en rad organisationer:

- Bankomat
- TINK
- Länsstyrelsen
- Klarna
- Swish
- Anyfin
- Swedbank
- Länsförsäkringar Bank
  
- Stockholms Stad
- Länsstyrelsen Örebro
- Region Örebro genom Fellingsbro folkhögskola

### Nätverk

- Graduates webinar
- Women in Tech
- Länsstyrelserna i Örebro och Dalarna

## 5 Vad händer nu?

### 5.1 Nyss:

Vi har under december månad presenterat ”Min Ekonom” för Länsstyrelserna Örebro och Dalarna där flera möjliga intressenter deltog . De ser behovet och det är ett viktigt nätverk för att nå ut i och sprida vår app i.

Under december har vi också presenterat resultatet för studenterna i Fellingsbro som var mycket lyriska över appen. Stora frågan var ”när kan vi ladda ned den i app-store?”

## 5.2 I närtid:

Projektteamet brinner för Min ekonom och det värde appen kan fylla för både den primära målgruppen, deras anhöriga och andra. Vi ser behovet och potentialen och har under årets varit bitvis mycket frustrerade över att vi inte kan förmedla detta till en organisation som kan ge ut den.

Istället för att bli uppgivna håller vi just nu på att utvärdera hur vi (projektteamet) kan ge ut den själva. I dagsläget ser det ut som en möjlig väg framåt där vi undersöker den bästa organisationsformen för att kunna ge ut och förvalta appen, vi behöver dock säkerställa att vi också kan göra detta på lång sikt.

Parallellt utforskar vi om hållbarhetsaspekten med jämlik ekonomi och de Globala målen är en väg för oss att gå i sökandet efter en partner, och som fortfarande gynnar målgruppen .

### 5.2.1 2022:

Under början av 2022 kommer vi fortsätta arbetet kring avsändare, ska det vara vi eller någon annan – oavsett, den kommer att ges ut!

Men, om vi ska ge ut den själva behöver vi sannolikt sponsorer för att kunna hålla appen levande och framförallt tillhandahålla den gratis för målgruppen. Ett spår vi tror på här är sponsorskap. På så sätt kan företag och organisationer bidra utan att känna att de också behöver stå som avsändare eller ta på sig något större ansvar.

Vi har också funderat på ett ”*worst-case scenario*”. Om vi inte skulle lyckas kommer en förenklad webbversion av lösningen att finnas. Den kommer att sjösättas oavsett, men fokus är fortfarande appen.

## 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
Personer med intellektuell funktionsnedsättning	Förstå vad jag har på kontot (saldo)	Svårt att förstå/begripa innebörd av siffror	Ett viktigt led i att ens vilja engagera sig i sin ekonomi är att man förstår och kan ta till sig språket. Vi har konsekvent jobbat med att använda ett begripligt språk och undvikit krångliga ord som 'saldo' och 'transaktioner'	Utvecklad och verifierad i appen
Personer med intellektuell funktionsnedsättning	Svårt att veta om jag har råd med ett köp	Svårt att förstå/begripa innebörden av siffror	Idag frågar många sina anhöriga om de har råd med något, ibland flera ggr om dagen. Alternativt chansar man på att ha råd, men det kan bli pinsamt om det inte finns tillräckligt på kontot. Vi skapade funktionen 'Har jag råd' som räknar ut om du har råd med ett visst köp och ändå tillräckligt med pengar till nästa lön.	Utvecklad och verifierad i appen
Personer med intellektuell funktionsnedsättning	Lätt att det blir impulsköp	Svårt med beslut, lätt att övertala	Att det blir impulsköp är svårt att undvika, vi vill göra det lättare att lämna tillbaka köpta saker som man ångrar. Vi skapade funktionen 'Jag ångrar mig' som stöd.	Utvecklad och verifierad i appen

Målgrupp	Identifierat behov	Identifierat hinder	Identifierad åtgärd	Status
<b>Personer med dyskalkyli</b>	<b>Förstå vad jag har på kontot (saldo)</b>	<b>Svårt att räkna &amp; därmed förstå om man har råd.</b>	Ekonomi är abstrakt, och siffror är också abstrakt. Vi har utvärderat flera sätt att göra båda mer konkreta. Bland annat med hjälp av klarspråk och visualiseringar av saldo. Även funktionen 'Har jag råd'.	<b>Utvecklad men ej testat appen mot denna målgrupp</b>
<b>Personer med förvärvad hjärnskada</b>	<b>Förstå vad jag har på kontot (saldo)</b>	<b>Bristande närminne, svårt att förstå pengars värde</b>	Klarspråk och visualiseringar av saldo. Även funktionen 'Har jag råd'. Här tror vi att det finns en emotionell tröskel att be om hjälp – det är pinsamt och skapar skamkänslor. En diskret mobilapp blir ett perfekt stöd	<b>Utvecklad men ej testat appen mot denna målgrupp</b>