**Interessentanalyse**

*“If you want visitors to come back again — and say nice things about your town to others who might come, too — you need to have some good answers at the ready. That means offering things to see and do that are either unique or extraordinary…”* [1]

Gruppen vil i dette afsnit, kigge på diverse personer/grupper, der kan fungere som interessenter i projektet, altså en person der vil have nytte af projektet. Herefter vil gruppen prioritere disse interessenter, alt efter hvor relevante de er i forhold til projektet.

**Turister**

Turister er en væsentlig interessent i projektet, da en turist ofte vil se hvad byen har at byde på, eller nogle unikke attraktioner [1].

Hvis turisterne ikke planlægger hvad det er, de vil se, kan turisterne spare tid [2]. Turisterne kan vælge at gå en længere rute, og derved have mulighed for at finde andre ting, som de vælger at bruge deres tid på. Et ruteplanlægningsværktøj vil derfor være interessant for turister, da de derved kan komme til at besøge alle de attraktioner/seværdigheder, som de ønsker.

**Staten**

Staten er en interessent i projektet. Hvis der er nogle unikke eller ekstraordinære attraktioner i en by, vil turister huske disse, som gode oplevelser, og nogle vil derfor komme igen. Det er noget som staten er interesseret i, da der kommer flere penge ind i landet [3].

Her vil et ruteplanlægningsværktøj kunne hjælpe turister med at se nogle af de attraktioner der er i landet, hvis der fx er en top 5 over de attraktionerne der er i landet, eller i den by ferien foregår.

**Retail handel**

Diverse forretninger er også interessenter i projektet, da kendte brands som fx IKEA, H&M, Bilka og lignende lever af deres kunder [4]. Ved at implementere disse adresser, i et ruteplanlægningsværktøj, kan det tiltrække turister, og derved øge omsætningen.

**Turistkontoret**

Turistkontoret er også en væsentlig interessent i projektet, da deres job er at servicere turister og hjælpe dem med at finde vej til diverse attraktioner. Et ruteplanlægningsværktøj kan potentielt udgøre en risiko for at der bliver mindre at lave i et turistkontor og derfor medføre nogle fyrringer. På den anden side kan det også hjælpe turister med at få hjælp, når nu turistkontoret har lukket, eller hvis der er for lange køer.

**Interessentanalysen – Prioriteringen**

For at prioritere interessenterne i projekter, har gruppen valgt gøre brug af indflydelse/medvirken-matrixen. Hvoraf der er fire underpunkter, kaldet gidsler, ressourcepersoner, ekstern og grå eminence.

Gidsler er interessenter i projektet, med en vigtig aktiv medvirken og lille indflydelse. Ressourcepersoner er interesserenter i projektet, med en vigtig aktiv medvirken og stor indflydelse. Eksterne er interessenter i projektet, med en mindre vigtig aktiv medvirken og lille indflydelse. Grå eminence er interessenter i projektet, med en mindre vigtig aktiv medvirken, og stor indflydelse.

**Gidsler**

Gidslerne i projektet, er staten, de større butikker og turisterne.

Disse interessenter er gidsler, da det uden deres interesse, vil være meget svært, at lave et ruteplanlægningsværktøj, der opfylder det turisterne har brug for. Grunden til at deres indflydelse på projektet ikke er stor, skyldes at adresserne ligger på nettet, så det er forholdsvist nemt at finde adresserne til attraktioner, butikker etc. uden deres hjælp. Grunden til at turisterne er gidsler, skyldes, at de ikke har meget indflydelse i projektet, de skal blot anvende ruteplanlægningsværktøjet.

**Ressourcepersoner**

Ressourcepersonerne i projektet, er turistkontoret.

Turistkontoret i dette projekt er ressourceperson, da de har rigtig mange informationer om turister, og hvad turisterne gerne vil se. Derudover kan de have idéer til hvad der skal indgå i gruppens program, for at det vil være mest optimalt for turisterne.

**Eksterne**

De eksterne i projektet, er INGEN.

Disse interessenter er på en måde ”offerene” ved projektet. De har ikke særlig meget at skulle have sagt, og de har stort set ingen indflydelse på projektet, men projektet har en indflydelse på dem, og deres indkomst.

**Grå eminence**

Den grå eminence i projektet, er Google Maps.

Google medvirker ikke i projektet aktivt, men Google har en meget stor indflydelse på projektet, idet ruteplanlægningsværktøjet skal køre gennem Google Maps.

**Resultater**

Ud fra interessenterne fra interessentanalysen, har gruppen vurderet, at der er to væsentlige store interessenter, i forhold til de andre. Disse to interessenter, er, turisterne og turistkontoret.

Grunden til, at det er disse to, skyldes, at hvis gruppen senere hen skal udvikle et program, så mener gruppen, at det program skal rettes hen imod den ene eller den anden. Altså lave et ruteplanlægningsværktøj der har turisterne som fokus, hvor så det ville komme med forslag og idéer til hvad turisterne kan se i byen og lignende. Hvis det så derimod er turistkontoret, der er i fokus, kunne et program måske programmeres i forhold til turistkontorets ønsker, således, at turisterne vil komme tilbage til byen.

Gruppen har besluttet, at fokusset i projektet, vil være turisterne fremfor turistkontoret, da gruppen mener, at det er vigtigst, at turisterne får det bedste ud af deres ferie som muligt.

[1] University of Minnesota, 2011

<http://www.extension.umn.edu/community/news/tourism-assets.html> set d. 18/11-2014

[2] Youth Central, Dept of Human Services Victoria, Victorian Goverment

<https://www.youthcentral.vic.gov.au/travel-transport/travelling-overseas/planning-your-trip>

set d. 18/11-2014

[3] VisitDenmark, Turismens økonomiske betydning i Danmark, 2011

<http://www.visitdenmark.dk/sites/default/files/vdk_images/PDF-and-other-files/Analyser/2013/turismens_oekonomiske_betydning_i_danmark_2011_revideret_udgave.pdf> set d. 18/11-2014

[4] Information, Forbrugerrådet: Pengeløse butikker udelukker kunder, 2014

<http://www.information.dk/telegram/496765> set d. 18/11-2014