## Interessentanalyse – Skabelon

Interessentanalysens formål er at give projektlederen og projektgruppen et overblik over personer, der har interesse i projektet. Samtidig giver analysen et overblik over, hvilke tiltag der kan iværksættes for at håndtere interessenterne bedst muligt.

Skemaet udfyldes efter følgende steps:

1. Identificer alle interessenter i projektet
2. Grupper interessenterne efter fx hvem der er vigtigst for projektet.
3. Udvælg de 5-10 vigtigste interessenter
4. Beskriv interessentens oplevede fordele og ulemper ved projektet
5. Beskrivelse af, hvordan interessenterne håndteres og hvornår. Husk at gøre det konkret

Det er en god ide at opdatere analysen med jævne mellemrum.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Projekt - Wishywishy | | | | Udfyldt af gruppen | | Dato 4/4/24 |
| Interessent | Interessenten kan opleve følgende FORDELE ved projektet | Interessenten kan opleve følgende ULEMPER ved projektet | Samlet vurdering af interessentens bidrag/position | | Håndtering af interessenten | |
| Gavegiver | Nemt overblik over hvad en person ønsker sig. At kunne se hvilke ønsker allerede er købt. | Man skal have et login, at skulle give sin data. | Er en af de primære brugere, uden denne interessant fungerer siden ikke. | | Vi sikrer god UX for brugeren og passer på deres data, kommunikerer klart om dette. | |
| Gavemodtager | At kunne have alle sine ønsker samlet et sted, og nemt kunne dele disse. Sikrer at man ikke får dobbelt-gaver. | Man skal have et login, at skulle give sin data. Alle skal benytte ønskelisten for at undgå dobbelt-gaver. | Er en af de primære brugere, uden denne interessant fungerer siden ikke. | | Vi vil sikre at gøre siden brugervenlig, således at vi kan få så mange til at bruge listen som muligt. | |
| Udviklingsteam | Personlig udvikling, løn. | Pressede deadlines som kan føre til stress og dårlig kodekvalitet. | Vitale for udviklingen af produktet. | | God struktur og overblik over projektet. Dette kan være i form af daily stand-up, agilt arbejde og burndown chart. | |
| Firmaer som vil reklamere for varer | Potentielt øget salg og kendskab til deres produkt. | At det ikke øger salg og derfor ikke fører til mere profit. | Product owners primære indtægt. Vores kunder kan også blive irriteret over for mange irrelevante reklamer og skal derfor balanceres. | | Vi vil sørge for at kunden ikke får vist for mange reklamer, vi vil undgå pop-up reklamer. Pakkeløsninger for mængder af synlighed. | |
| Konkurrenter (Ønskeskyen f.eks.) | Vi øger bruget af digitale ønskelister hvilket i sidste ende kan ende med flere brugere for dem. Vi hjælper med at normalisere brugen af denne form for ønskelister. | Vi kan udkonkurrere dem. Mindre trafik for dem. | På samme måde som vi normaliserer brugen af digitale ønskelister gør vores konkurrenter også dette for os. | | Vi vil holde os opdateret på hvilke nye features de laver for at kunne holde os på forkant. | |
| PO | Tjene moneter fra reklameindtægter. | Potentielt tab af penge hvis projektet fejler. | Komme med ønsker og input med forbedringer til produktet. Finansiering af produktet. | | Skal holdes opdateret under projektets forløb. | |
| Scrum master | Personlig udvikling, løn. | Kan blive frataget rollen hvis projektet ikke går som planlagt. | At kunne have et overblik, facilitere kommunikation mellem PO og udviklingsteam. | | At sørge for at de andres håndteringer af interessenter bliver overholdt. | |
|  |  |  |  | |  | |
|  |  |  |  | |  | |
|  |  |  |  | |  | |