

# Projektplan Vildland - äventyr

Dan Lund, Pontus Berglund

## Bakgrund

Vildland är ett varumärke i Vildlandsfabriken AB, ett företag som driver specialiserad butikshandel med sport- och fritidsartiklar utom cyklar och båtar samt postorderhandel och detaljhandel på Internet med sport- och fritidsutrustning (Allabolag.se). Vildland har en bred försäljning av så kallade "outdoor" produkter; utomhusmatlagning, vandringskläder, utrustning för camping och fiske/jakt. De senaste åren har omsättningen ökat men vinsten minskat (minskad vinstmarginal), omsättningen ligger senaste bokslutet på ca 11,5 miljoner (2022).

## Idebeskrivning

Analys av VILDLANDs hemsida visar flera utvecklingsbara affärsmöjligheter. Analysen visar en komplicerad procedur för att boka event, man behövde ringa eller e-posta. Detta är saker som gör det jobbigare och svårare för en kund att köpa tjänsten. Den framtagna idén bygger på göra det enklare, med färdiga och flexibla paket för event med hyra av utrustning och andra saker man behöver för resan (kringutrustning).

## Vad vi vill göra:

- Göra event till flexibla men paketerade lösningar
- Ge rekommendationer till kunder och få en databas av kunder
- Hyra utrustning i samband med event
- Bygga ut event till upplevelser, man köper en upplevelse

## Vad leder det till:

Grundidén är att göra det enklare för kunderna och skapa en kontinuerlig tillväxt av nya kunder. Nya kunder är dem som behöver mest nya grejer, fokusera på nya kunder leder till en betydligt större merförsäljning. Det har blivit mer populärt med att resa inom landet så en byggnad av event (upplevelser/äventyr) ligger i tiden. Upplevelsen ska vara framstående. När man bokar upplevelsen så ska Vildlands produktutbud höra ihop med upplevelsen. Vid en t.ex. ett fiskeäventyr så kopplas man till Vildlands fiskeprodukter och passande kringutrustning. Vi tycker även att man kan utnyttja att man är i Borås; närheten till Göteborg, Vättern och andra natursköna områden där kundupptagning och event kan ske.

Företagets eventerbjudande har idag binder upp personal och har en onödigt komplex procedur. De flesta kunder (privatpersoner) och företag har idag ett krav på snabbhet och flexibilitet.

Genom att möta morgondagens marknad med krav på snabba och flexibla erbjudanden för outdoor aktiviteter genom ett tillägg till Vildlands befintliga webstruktur kan följande mål nås:

Mål:

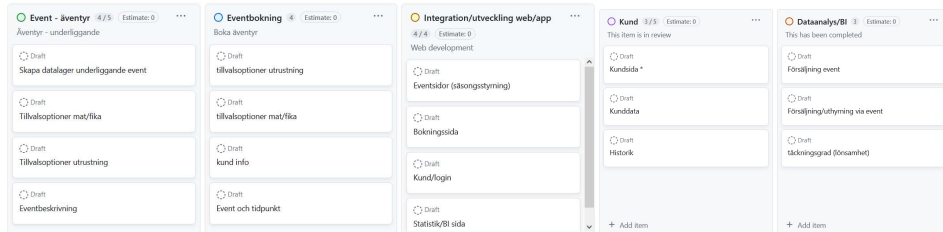
- Enkelt paketerat och snabba, flexibla erbjudanden till kunder (privatpersoner och företag)
- Direktkoppling mellan event bokning och utbudet av produkter hos Vildland möjliggör för en direkt marknadsföring, försäljning och uthyrning av företagets produkter.

#### Effekt mål:

- Resurser kan allokteras om till marknads och försäljningsarbete istället för att bindas upp vid eventbokning.
- Ökad marknadsandel av outdoor upplevelser i västra Götalandsregionen, målsättningen är 17% av marknaden 2026.

#### Omfattning - WBS - avgränsningar

WBS: vissa delar finns i på plats i dag hos Vildland, t.ex. finns kundregister, login och bokning av viss utrustning. Det finns också viss information kring event som skulle kunna återanvändas (bilder, bildtext).



#### Användarresan tillsammans med Användarberättelser

##### Användarberättelser

###### **Privatkund Kalle**

(Actor) Kalle vill boka ett fiskeäventyr/resa en eftermiddag/kväll, har aldrig fiskat har ingen lämplig utrustning

(Need) Funktion saknas för att boka upplevelse inklusive hyra utrustning med tillbehör

(Benefit) Ger möjlighet att enkelt och flexibelt för Kalle att boka fiskeäventyr, hyra utrustningspaket (all included/all inclusive?) och merförsäljning (gadgets)

###### **Internt försäljare på företaget**

(Actor) Försäljaren Sven vill ge kunden lättare att köpa mer, öka kundkretsen (färdiga paket företagsevent), då får han mer tid att ägna sig åt kunder i butiken

(Need) Enklare att boka företagsevent, tydligare vad företaget erbjuder

(Benefit) Logistiken blir enklare (kundfokus), merförsäljning, använda kunddata

###### **Företagskund**

(Actor) företaget Verksam AB

(Need) Företaget vill hitta en aktivitet för teambuilding, snabbt och enkelt, för att kunna jämföra flera erbjudanden, aktiviteten bör skräddarsys

(Benefit) Erbjudanden online, flexibelt designade, konkurrenskraftiga, merförsäljning,

## Användarresan

Företaget verksam letar efter en aktivitet för en teambuilding. Ansvarige vill hitta tre alternativ att jämföra. Ansvarige kollar runt på webben och hittar några ideer, men avfärdar de som inte ger en prisbild, eller som innebär telefonkontakt. Ansvarige vill inte vänta på offerter eller sitta och ringa, den ansvarige vill ta beslut enkelt och snabbt. Kraven på teambuildingen är att den skall inkludera allt som kan tänkas ingå, mat, dryck aktiviteten och eventuell utrustning som krävs. Den ansvarige vill köpa en helhet, en upplevelse, där det går att välja lite, men att allt ska ingå.

Med Google hittar ansvarige Vildlands upplevelsesida/event. Ansvarige surfar runt bland de olika paketen som finns och fastnar för en överlevnadskurs, med mat och guide. Ansvarige ser också att det går att hyra utrustning som behövs som en del anställda inte kanske har, t.ex. vandringskängor och ryggsäck. Hon ser att Vildland erbjuder mat/dryck och fika. Priset är kanske något högre än konkurrerande men Vildlands paket kan skradda sys och tillval finns till allt, första förbandspaket, myggmedel mm som ansvarige inte ens tänkt på.

Ansvarige bokar Vildland. Det blir en bra upplevelse. Allt blev som det beskrevs; guiden var mycket kunnig, utrustningen de hyrde fungerade, mat och dryck var tillräcklig, och till och med plåstren de fick med Vildlands logga räckte gott och väl.

Efter äventyret sprider ansvarige och deltagar bilder på social media, de berättar för vänner och kunder om äventyret. De får också en förfrågan av Vildland om Vildland får använda dem som referens för framtida kunder. Detta går bra, till och med så bra att de funderar på Vildlands kanot och fiskeäventyr för nästa år.

## Teamet - hur kommer du bemanna ditt team

Utvecklingsteamet vill använda sig av scrumban och ha en liten grupp människor som jobbar med just det projektet. Projektet behöver följande kompetenser

- en utvecklare som kan UX,
- en frontend utvecklare med tanke på att användarvänligheten ska vara bra,
- en utvecklare av backend/datalager,
- en utvecklare som kan göra mellanlager( Logiskt lager),
- en product owner behövs för en tydlig plan tillsammans med Vildland.

Först skapas en product backlog så vi får en tydlig plan om vad som ska göras och hur en slutprodukt skulle kunna se ut (överblick och omfattning). Vi skapar en prioriteringslista där vi fokuserar på att ha en MVP så fort som möjligt.

UX-ansvarige tillsammans med product owner gör en Figma prototyp så företaget kan ge feedback på den. Sen har dem möte varannan vecka och går igenom saker man eventuellt vill utveckla / ändra. Vi kör sprinter på en vecka där vi börjar varje med att planerar vad som ska göras i denna sprint och då även prioritera issues. Vi vill använda oss av en daily standup så vi inte tappar för mycket tid till möten utan någon produktivitet. Vi vill ha en sprint Review / Retrospective på måndagen innan vi börjar planera för nästa sprint så man direkt från att prata om vad som kan utvecklas så man tar med det till nästa sprint. Product owner har avstämningar med Vildland efter varje avslutad sprint varje vecka och tar med det till teamet på mötet på måndagen.

Vi kommer använda oss av Githubflow / Trello så att vi har en product backlog och kan använda oss av en kanban tavla där.

Vi vill ha med

- Product backlog
- Sprint backlog
- In progress
- Test
- Completed

## Aktivitetsplan/Backlogg/Sprintplanering

Aktivitetsplanering nedan bygger på uppdelning i tvåveckorssprintar.

Sprint 1: Vildland måst ha möjlighet att lägga in/editera egna event. För detta syfte är det lämpligt att en funktion byggs in i nuvarande gränssnitt så att event kan styras med avseende på säsong, produktutbud mm.

### **Sprint 1 (Event pages)**

Skapa datalager underliggande event

Eventbeskrivning

Event (event – tidpunkt)

Tillvalsoptioner utrustning

Sprint 2: Det nuvarande bokningssystemet av utrustning måste anpassas till att även inkludera eventpaket och eventuella tillvalsoptioner.

### **Sprint 2 (Booking event)**

Kund (befintlig sida)

Eventbokning (kund, event, tidpunkt)

Tillvalsoptioner utrustning

Sprint 3: Kundsidan finns idag men behöver förmodligen anpassas till event (har ej kunnat titta på denna).

### **Sprint 3 (Kundsida)**

Kund (befintlig sida)

Eventbokningshistorik

Tillvalsoptioner utrustning

Sprint 4: tillvalsoptioner för event avseende mat/fika mm. Koppling till extern matleverantör. Uppdatering krävs av kundsidor och eventsidor för denna tilläggsoption

### **Sprint 4 (Tillval mat/fika mm.)**

Tillvalsoptioner mat/fika mm  
(eventbokningssida)

Koppling extern leverantör ("Foodora")

Sprint 5 kundunderlaget, eventbokningar mm kan ge en stor fördel för att styra verksamheten. Detta gäller allt från täckningsgrad till att erbjuda event och tillvalsoptioner och säsong.

#### **Sprint 5 (Statistik/BI)**

Tillvalsoptioner utrustning mat/fika mm  
(eventbokningssida)

Koppling extern leverantör ("Foodora")

#### **Tids- och resursplan**

Tidsspannet för respektive sprint är 2 veckor, resulterande i total utvecklingstid på 10 veckor.

Resursplaneringen för detta projekt är estimerat till 400h.