**Projektplan Vildland - äventyr**

Dan, Pontus, Megan

**Bakgrund**

Vildland är ett varumärke i Vildlandsfabriken AB, ett förtag 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 omsättnignen ökat men vinsten minskat (minskad vinstmarginal), omsättningen ligger senaste bokslutet på ca 11,5 miljoner (2022).

**Idebeskrivning**

Vi startade med att se igenom VILDLANDs hemsida för att granska saker att utveckla. Så i en första granskning kände vi att det fanns flera affärsmöjligheter för dem. Första tanken var att det var komplicerat att boka event då man behövde ringa eller maila och det är saker som gör det jobbigare för en kund att faktiskt köpa tjänsten. Vi kände även att göra det enklare i mera perspektiv så att göra paket för event med hyra av utrustning och saker man behöver för resan. Så även att ge möjlighet till hyra är en bra sak för då fokuserar man på just kundkretsen nya utövare.

**Vad vi vill göra:**

* Göra paket möjligheter
* Ge rekommendationer till kunder och få en databas av kunder
* Hyra utrustning
* Mer event speciellt fiske

**Vad leder det till:**

Grund iden är att göra det lättare för kunderna och därför skapa mer nya kunder. Nya kunder är dem som kommer behöva mest nya grejer så att fokusera på att få in nya leder till en betydligt större merförsäljning. Vi anser att det blivit mer populärt med att resa inom landet så därför bygga ut på det är en bra ide. Vi vill att äventyr ska vara framstående och att dem olika äventyren man kan boka ska höra ihop med våra produkter så fisketurer känns som en viktig del i det. Vi tycker även att man kan utnyttja just att man är i borås för då man har både göteborg och vättern en timme bort så öppnar upp för nya möjligheter.

Den framtagna idén bygger på en sidoverksamhet till dagens försäljning, dvs event. Företagets erbjudande har idag en ganska komplex procedur kring försäljningen av ett event, mycket måste skötas via telefonkontakt eller fysiskt möte. Detta binder upp personal och leder till omständigt förfarande. 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 det nuvarande utbudet av produkter hos Vildland möjliggör för en direkt marknadsföring, försäljning och uthyrning av företagets produkter.

Effektmål:

* Resurser kan allokeras 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

Användarresan tillsammans med Användarberättelser (krav)

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,

Teamet - hur kommer du bemanna ditt team

Hur ser vår utvecklingsorganisationen or processer ut?

Vi vill använda oss av scrumkan och ha en liten grupp människor som jobbar med just det projektet. Vi vill ha en utvecklare som kan ux, vi vill använda oss av någon som kan frontend med tanke på att användarvänligheten ska var bra, vi vill ha en utvecklare av backend/datalager, En utvecklare som kan göra mellanlager( Logiskt lager ),en product owner behövs så vi får en tydlig plan tillsammans med Vildland.

Vi vill först skapa en product backlog så vi får en tydlig plan om vad som ska göras och hur en slutprodukt skulle kunna se ut. Vi skapar en prioteringslista där vi fokuserar på att ha en MVP så fort som möjligt.

Ux-ansvarige tilsammans 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

Tids- och resursplan

Svensk näringsgrensindelning

47641