

# SLUTTRAPPORT FOR



MindYourKey

Gruppe 12:

Thea Christianslund, Vilde Hagtvedt, Regine Drange Eriksen,  
Ramla Warsame, Najma Adan og Anne Drottning

# INNHOILDSFORTEGNELSE

EXECUTIVE SUMMARY .....	1
PROSJEKTBEKRIVELSE .....	1
AKTIVITET OG TIDSPLAN .....	2
FLASKEHALSVURDERING .....	3
ØKONOMIANALYSE .....	4
UTVIKLINGSFASEN .....	4
DRIFTSFASEN .....	5
FØLSOMHETSANALYSE .....	6
MARKEDSPPLAN .....	6
RISIKOVURDERING OG BEREDSKAPSPPLAN .....	8
RISIKOVURDERING .....	8
BEREDSKAPSPPLAN .....	9
ORGANISERING OG SAMARBEIDSKONTRAKT .....	9
SAMARBEIDSKONTRAKT .....	9
Bibliografi .....	13

## FIGURLISTE

Figur 1 Work Breakdown Structure for prosjektet .....	2
Figur 2 Gantt-skjema for prosjektet sin levetid .....	3
Figur 3 Den kritiske veien gjennom prosjektet .....	3
Figur 4 Budsjett for utviklingsfasen til prosjektet .....	4
Figur 5 Budsjett for det første året i driftsfasen .....	5
Figur 6 Kontantstrømmen til MindYourKey i lanseringsåret og de følgende tre årene. ....	5
Figur 7 Produktsammenligning med konkurrerende bedrifter .....	7
Figur 8 Beskrivelse av medlemmene i MindYourKey sitt arbeid i løpet av prosjektet .....	12

## TABELL-LISTE

Tabell 1 S.W.O.T analyse for markedet til MindYourKey .....	6
Tabell 2 Risikoanalyse for kritiske hendelser .....	8

# VEDLEGG

Vedlegg 1 WBS- og Gantt-skjema.....[WBS-og-Gantt-skjema.xlsx]

Vedlegg 2 Budsjett for utviklings og driftsfasen med beregninger.....[budsjett\_MindYourKey.xlsx]

## EXECUTIVE SUMMARY

Prosjektidéen bak MindYourKey er å finne en effektiv og enkel måte å kunne spore nøklene sine ved hjelp av en kartfunksjon på internettet. MindYourKey skal være brukervennlig for alle, som gjør at alle som noensinne har mistet en nøkkel eller vil unngå dette er potensielle kunder. De fleste har vært borti å miste en nøkkel selv eller kjenner noen som har gjort det som viser til at det eksisterer et behov for dette produktet. MindYourKey er ikke de første som er ute etter å dekke dette behovet og vi lanserer produktet med allerede eksisterende og etablert konkurranse i produkter fra Tile Mate og Chipolo.

I MindYourKey skal vi i løpet av en 43 uker lang periode som startet i August produsere et produkt som er bedre enn konkurransen og allikevel til en konkurransedyktig pris, i håp om at antall mennesker som mister nøklene reduseres. For å få i gang prosjektet kreves en investering på 250 000 kr som i følge våre prosjeksjoner vil betales tilbake i løpet av 2 år.

## PROSJEKTBSKRIVELSE

Målet til *MindYourKey* er å gi kunder en følelse av sikkerhet ved å på en enkel og brukervennlig måte kunne spore opp en forsvunnet nøkkel. De fleste har opplevd å miste en nøkkel, om det var en husnøkkel, bilnøkkel eller nøkkel til et smykkeskrin; og dette er bakgrunnen for prosjektet. Produktet som blir tilbudt er et nøkkeldeksel i gummi som kan festes rundt toppen av nøkkelen du vil kunne spore. Nøkkeldekselet består av en chip som bruker GPS, LED lys og et lite lydsystem slik at det er lettere å fysisk lete når kartet viser at du er i nærområdet.

Springen av nøkkelen foregår gjennom hjemmesiden vår ved at kunden taster inn sin personlige kode, og da får opp et kart over nærområdet ditt som belyser din og nøkkelen sin posisjon. Når kunden er innenfor ca. 7 meter av nøkkelen vil det være mulig å aktivere lyd og lys.

Det er ikke direkte statistikk på hvor mange nordmenn som mister nøkkelen sin årlig. For å få en idé om kundemarkedet har vi sett på statistikk fra USA og nyheter i Norge, og kombinert dette. I USA er det årlig ca. 20 millioner hus nøkler og bilnøkler som forsvinner i USA (Smart-i-tag Company, 2008), dette utgjør at ca. 5.68% av befolkningen i USA årlig mister nøklene sine. I løpet av tre måneder i 2013 fikk Tromsø politistasjon inn ca. 400 nøkler som noen har mistet (Moe, 2013). Dette utgjør ca. 3 % av befolkningen i Tromsø i måneden. Vi valgte derfor å kombinere disse to verdiene og ender med et kundemarked på 4.5% av Bergen sin befolkning årlig, som tilsvarer ca. 1000 kunder i måneden.

Det eksisterer ulike verktøy for å finne igjen nøkler allerede, men vi ser et forbedringspotensiale i alle sammen. På markedet i dag finner man konkurrenter som Chipolo Key Finder (Chipolo, 2019) og

Tile Mate Bluetooth-tracker (Tile, 2019). Det som går igjen for disse produktene er liten rekkevidde og mangel på vannavstøtende egenskaper. Nøkkeldekslet til MindYourKey er vanntatt, og GPS sporingen gjør rekkevidden større og nøyaktigheten bedre. I tillegg festes nøkkeldekslet direkte på nøkkelen så selv om nøkkelen faller av nøkkelknippet kan du finne den igjen.

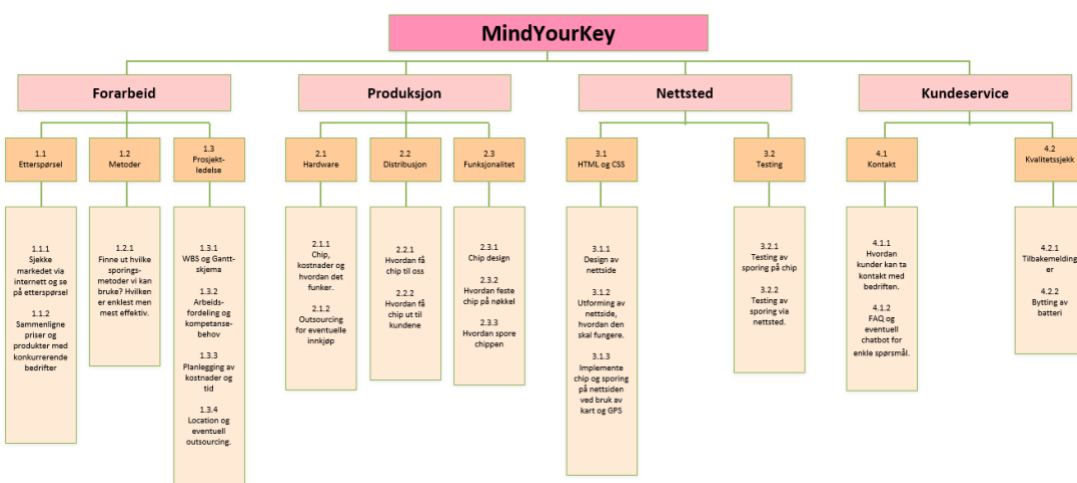
MindYourKey stiller med en konkurransedyktig pris på 250 kr for selve nøkkeldekslet og en månedlig avgift på 150 kr for å kunne utføre sporingen. Produktet kommer også et ett års garanti, og gratis bytte av batteri årlig.

## AKTIVITET OG TIDSPLAN

For å utvikle vår tids- og aktivitetsplan har vi brukt Work Breakdown Structure (WBS) og Gantt-skjema. I WBS-skjemaet (Figur 1) er aktivitetene som må utføres for å gjennomføre prosjektet vårt oppført som ulike steg. Gantt-skjemaet (Figur 2) er basert på aktivitetene fra WBS-skjemaet med tidsestimering for hver aktivitet, og synlig avhengighet mellom aktivitetene. Begge figurene er tilgjengelig i Vedlegg 1.

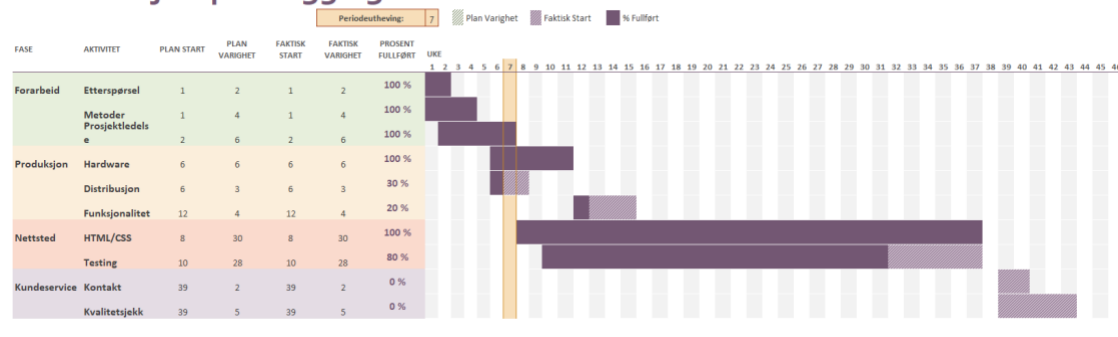
På dette punktet i prosjektet er vi i uke 7 som har medført at Gantt-skjemaet har blitt oppdatert. Det vi trodde kom til å ta lengst tid var nettstedet, men den delen er vi nesten allerede ferdig med ganske tidlig i prosjektet. I tillegg ligger vi foran skjema med hardware, men ligger bakpå med distribusjon.

Ut fra planen har vi fremdeles god tid igjen før lansering, som gjør at vi kan bruke ekstra tid på å perfektionere de siste oppgavene vi har.



Figur 1 Work Breakdown Structure for prosjektet

## Prosjektplanlegging

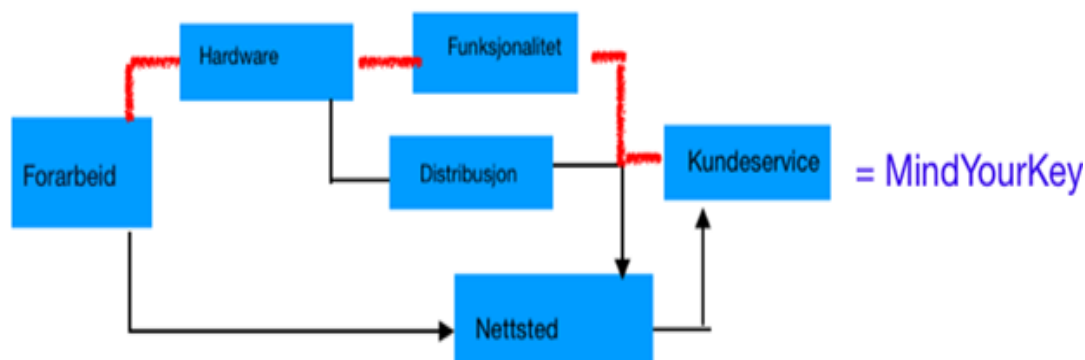


Figur 2 Gantt-skjema for prosjektet sin levetid

## FLASKEHALSVURDERING

Flaskehalsvurderingen av prosjektet går ut på å identifisere de kritiske hendelsene og ressursene, for så å finne den kritiske veien til prosjektet. Dette er gjort ut fra Gantt-skjemaet (Figur 2). Den kritiske veien til prosjektet går fra idé til ferdig produkt og kan gå mange ruter ut fra hvordan man prioriterer og utfører del-aktivitetene.

Den kritiske veien er den lengste (den mest tidskrevende) veien bestemmer utgangspunktet til sluttdato estimering, vår kritiske vei er vist i Figur 3.



Figur 3 Den kritiske veien gjennom prosjektet

De kritiske hendelsene er da Forarbeid, Hardware, Funksjonalitet og Kundeservice. Før vi kan starte med noen ting må forarbeidet være fullført, slik at vi vet hva vi skal gjøre. Etter at forarbeidet er klart gjelder det å få tilgang til hardware slik at det kan testes i forbindelse med sporing og nettsted, denne testingen

foregår under Funksjonalitet punktet. Til slutt må vi da være klar med Kundeservice når vi lanserer for å være sikre på at vi kan svare på alle spørsmålene kunder og brukere kan ha.

De kritiske ressursene for prosjektet vil være sporings-chipen, LED lysene, lydsystemet og tid. At hardwaren fungerer som de skal er svært viktig for at vi skal kunne fullføre prosjektet. I tillegg vil tid være en kritisk ressurs siden feilberegning av tid kan føre til utsetting av prosjektet.

## ØKONOMIANALYSE

Budsjettet til prosjektet er delt inn i en utviklingsfase og en driftsfase. Utviklingsfasen går fra starten av prosjektet frem til lansering og inneholder lønnsberegninger og produksjonsutgifter for første omgang av produktet. Driftsfasen vil også inneholde lønnsberegninger og produksjonsutgifter, men inkluderer også inntekter.

Oversikten over budsjettet og mellomregningene er tilgjengelig i Vedlegg 2.

### UTVIKLINGSFASEN

I følge Gantt-skjemaet i Figur 2 vil utviklingsfasen vare i 43 uker. Lønnsutgiftene tar utgangspunkt i lik timelønn på 300 kr og likt antall arbeidstimer for hver person på 8 timer i uker. Produksjonsutgiftene er beregnet ut fra pris på konkurrerende produkter og priser på de ulike elementene inkludert i nøkkeldekselet. Som nevnt i PROSJEKTBEKRIVELSE regner vi med et marked på rundt 1000 kunder i måneden, og vil derfor ha 2000 enheter av produktet klart til lanseringen.

Budsjettet for utviklingsfasen vises i Figur 4 og basert på dette regner vi med å få en investering på 250 000 kr, dermed har vi litt å gå på.

Utviklingsfasen			Konstanter for utviklingsfasen		
Lønn	kr	103 200,00	Pris pr. Enhet fra fabrikk	kr	57,10
Enheter klar til distribusjon	kr	114 200,00	Antall enheter utvikling		2000
<b>SUM</b>	kr	<b>217 400,00</b>	Timeslønn	kr	300,00
			Antall timer per uke		8
			Antall ansatte		6
			Varighet (uker)		43

Figur 4 Budsjett for utviklingsfasen til prosjektet

## DRIFTSFASEN

Vi regner med at vi ikke får solgt til mer enn 40% av markedet det første året etter lansering, men vi regner videre med at salget øker til 5% mer av markedet hvert år. Inntektene fra kjøp av produktet og abonnementet er det som utgjør inntektene til bedriften. Utgiftene inkluderer produksjon, lønn og reklame. Reklamen på nett inkluderer da Facebook og VG. For å nå ut til de eldre vil vi også sponse et radioprogram med gratis produkter i mot at de reklamerer for oss, og en annonse i VG hver søndag. Budsjettet for det første året i driftsfasen er vist i Figur 5.

Driftsfasen		Konstanter for driftsfasen pr. Mnd	
Produksjon av enheter	kr 57 100,00	Pris pr. Enhet fra fabrikk	kr 57,10
Lønn	kr 9 600,00	Antall enheter i mnd	1000
Reklame	kr 44 860,30	Timeslønn	kr 300,00
<b>SUM utgifter</b>	<b>kr 111 560,30</b>	Antall timer per uke	8
Inntekter salg ekskl. Moms	kr 75 000,00	Antall ansatte	6
Inntekter abonnement ekskl. Moms	kr 45 000,00	Varighet (uker)	4
<b>SUM inntekter</b>	<b>kr 120 000,00</b>	Salgspris	kr 250,00
		Abonnement pris	kr 150,00
<b>TOTALT</b>	<b>kr 8 439,70</b>	Hvor mye vi selger	0,4
		Moms	0,25
		Facebook reklame	kr 3 000,00
		Radio reklame	kr 171,30
		VG reklame (avis søndag)	kr 40 329,00
		VG reklame (på nett)	kr 1 360,00

Figur 5 Budsjett for det første året i driftsfasen

For å se på hvor lang tid det er til vi kan betale tilbake investorer og når vi begynner å virkelig tjene penger ser vi på kontantstrømmen til MindYourKey. Tallene på kontantstrømmen er vist i Figur 6, hvor vi ser at investeringen vil være betalt tilbake etter 2 år.

Siden investeringsbeløpet og tilbakebetalingstiden er så lav/kort, vil det være lav risiko å investere i vårt prosjekt

	År 0	År 1	År 2	År 3	År 4
Årstall	2019	2020	2021	2022	2023
Kontantstrøm	-kr 250 000,00	kr 101 276,40	kr 281 276,40	kr 461 276,40	641276,4
Akkumulert kontantstrøm	-kr 250 000,00	-kr 148 723,60	kr 132 552,80	kr 593 829,20	kr 1 235 105,60

Figur 6 Kontantstrømmen til MindYourKey i lanseringsåret og de følgende tre årene.



## FØLSOMHETSANALYSE

Følsomhetsanalysen presenterer tre ulike situasjoner gitt ulike markeds scenarioer.

### 1. Pessimistisk scenario

Det er nødvendig å selge 380 enheter i måneden for å gå i pluss. Dersom dette målet ikke blir nådd må det kuttes i utgiftene eller skaffes mer finansiering.

### 2. Sannsynlig scenario

Det vil sannsynligvis gå sakte i begynnelsen før produktet blir anerkjent. Etterhvert som produktet blir mer kjent vil vi ha en stabil økning med økt aktivitet som også produseres gjennom kampanjer og konkurranser.

### 3. Optimistisk

Hvis vi klarer å gå viralt på nettet og bli omtalt i større aviser, vil vi ha større overskudd enn forventet. Dette vil vi bruke til investere videre i bedriften for å ekspandere utenfor Norge videre utvikling og forbedring av produktet.

## MARKEDSPLAN

For å kunne formulere strategier som støtter forretningsidéen vår med mål om å bli førstevalget til kundene bruker vi en S.W.O.T analyse som analyserer interne og eksterne styrker og svakheter. S.W.O.T analysen er vist i Tabell 1. De interne styrkene til MindYourKey er et stort fokus på kundeservice, mens svakhetene er fokusert på kompetanse og erfaringsmangel. De eksterne mulighetene våre er at vi når ut til nye markeder og inkluderer nyttige tilleggsfunksjoner, mens de eksterne truslene er konkurranse på markedet og synkende etterspørsel siden det når også blir flere med kodelås på ytterdøren.

*Tabell 1 S.W.O.T analyse for markedet til MindYourKey*

Intern analyse	Ekstern analyse
----------------	-----------------

<b>Styrker</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- God kundeservice</li> <li>- Godt arbeidsmiljø</li> <li>- Kunderelasjon</li> <li>- God markedsføringsplan</li> </ul>	<b>Trusler</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkurransen</li> <li>- Synkende etterspørsel</li> </ul>
<b>Svakheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mangel på riktig kompetanse</li> <li>- Mangel på erfaring</li> <li>- Pris</li> </ul>	<b>Muligheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nye markeder</li> <li>- Tilleggsfunksjoner</li> </ul>

Våre viktigste konkurrenter ble nevnt i PROSJEKTBEKRIVELSE og inkluderer Tile Mate og Chipolo. Begge disse bedriftene tilbyr lavere priser enn vårt produkt. Dette kan føre til at potensielle kunder velger oss bort, men til gjengjeld tilbyr vi et produkt med høyere kvalitet som er grunnen til den høyere prisen.

MindYourKey sitt produkt utfordrer de andre bedriftene med forbedret sporing og vanntett deksel. En oppsummert sammenligning av vårt produkt og konkurransen er vist i Figur 7.

	Tile Mate Bluetooth tracker kr 229,00	Chipolo Classic Key Finder kr 199,00	MindYourKey kr 250,00
Bluetooth	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
GPS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Rekkevidde	45 m	60 m	Ubegrenset
Feste	På nøkkelhank	På nøkkelhank	På nøkkelen

Figur 7 Produktsammenligning med konkurrerende bedrifter

Siden det allerede eksisterer lignende produkter på markedet vil lanseringen av MindYourKey sitt produkt kreve mye markedsføring. Vi har derfor delt inn i ulike kundegrupper basert på alder og

tilpasset markedsføringen til dette. Ved reklamer og konkurranser på Facebook satser vi på å nå ut til aldersgruppen 16 – 40 år, mens reklamering på radiostasjoner og i papiravis vil nå kundene over 40 år.

Markedsføringen vil ta stor del på sosiale medier ved å opprette en egen side på Facebook, Twitter og Instagram hvor det også vil foregå konkurranser for å øke aktiviteten og rekkevidden. For å få reklame på radio vil vi ha et samarbeid hvor de får produktet gratis i mot reklamering.

I tillegg til dette samarbeidet med radiostasjoner vil vi ha et samarbeid med fabrikken som klargjør produktet vårt. Dette er viktig for at produktet skal være av høy kvalitet og klargjort innen tidsfristen.

## RISIKOVURDERING OG BEREDSKAPSPLAN

### RISIKOVURDERING

Risikovurderingen av prosjektet består av tre trinn: identifisering, analyse og evaluering av de ulike risikoene. For å identifisere risikoene lager vi en liste over hendelser som vil skape problemer. I vårt prosjekt består det av hardware produksjon, forsinkelser av hardware og feilberegninger i budsjettet.

Analysen og evalueringen av risikofaktorene er vist i Tabell 2. Her listes det hendelser som beskriver hva som kan gå galt, hva konsekvensene blir og hvor ofte vi kan tillate dette å skje.

Evalueringen av risikoen inkluderer av å vite hvordan problemene skal håndteres.

*Tabell 2 Risikoanalyse for kritiske hendelser*

Hva kan gå galt?	Konsekvenser	Antall tillate hendelser
Funksjonsfeil på produktet	Produktet må erstattes. Partiet med produkter må testes. Bedriften taper penger.	20

Forsinket levering av produktet	Kunder får dårlig inntrykk av produktet og bedriften. Bedriften mister kunder.	2
Ingen levering av produktet	Bedriften står igjen uten noen produkter. Misfornøyde kunder. Bedriften mister penger. Bedriften må finne nye samarbeidspartnere.	1

## BEREDSKAPSPLAN

For å være klar til å håndtere de potensielle problemene listet i Tabell 2 lager vi en beredskapsplan. Ved problemer med produktet vil vi utføre søk for å finne kilden til problemet og løse dette. Viser det seg å være problemer som stammer fra produksjonen vil vi vurdere å finne nye produsenter. Hvis det oppstår forsinkelser i produksjonen vil vi prøve å minimere tid mellom de ulike produksjonstrinnene og vurdere alternativer til disse.

## ORGANISERING OG SAMARBEIDSKONTRAKT

For organiseringsbeskrivelsen har vi valgt å fokusere på arbeidsoppgavene gjort i forbindelse med prosjektet som utført i faget ING102.

MindYourKey har en organisk organiseringsstruktur uten noe definert hierarki. Ved rapporter blir skriveoppgavene fordelt likt og jobbet med i fellesskap. Alle er flinke på å jobbe på tvers av originale arbeidsoppgaver og være hjelpsomme når det trengs. Beskrivelse av medlemmene og hva hvert medlem har bidratt med er vist i Figur 8.

## SAMARBEIDSKONTRAKT

### Målet med prosjektet

Prosjektet vårt handler om å utvikle et produkt og en nettside som kan brukes til å finne igjen nøklene dine.

### **Prosjektmedlemmer**

Gruppen vår har 6 medlemmer: Vilde Hagtvedt, Thea Christianslund, Regine Drange Eriksen, Ramla Warsame, Najma Adan og Anne Drottning.

### **Møter**

Vi har hatt møter ca. en gang i uken og ble dokumentert i et møtereferat. Møtelederen har oversikt over møtesteder, booking av grupperom og må være en påminner for alle i gruppen. På slutten av hvert møte skrives en agenda for det neste møtet. Om noen ikke kan møte opp pga. sykdom eller annet, vil dette noteres. Det anbefales da å se på møtereferatet for å holde seg oppdatert.

### **Organisering og Arbeidsfordeling**

Arbeidet som skal gjøres har blitt delt i fem deler:

1. **HTML - Vilde og Thea**

Ha hovedansvaret for å produsere nettsiden for prosjektet, og sørge for at alle sidene virker og er linket sammen. Noen sider blir laget av de individuelle medlemmene.

2. **Akademisk skriving - Anne**

Her vil alle skrive deler av oppgaven, mens hun har ansvar for å se over alt og binde det sammen, og sørge for at teksten har god flyt.

3. **Design - Regine**

Har ansvar for å bestemme og implementere designet av nettsiden. Det skal gjøres i et eget css dokument og eventuelt litt java script. Gruppen vil komme med forslag på ulike grensesnitt, og hele prosjektgruppen vil bestemme i fellesskap hvilket som skal brukes.

4. **Møte-keiser - Vilde**

Møte-keiseren har ansvar som møteleder. Ansvarer inkluderer booking av rom, påminnelse om møter og gjennomgang av agenda.

## 5. Sekretær - Thea

Sekretæren skriver referat i løpet av møtet og har ansvar for å dele dette med de andre.

## 6. Potet - Ramla og Najma

Hjelper til der det trengs

### Samhandling og Kommunikasjon

Oppgaver som skrives vil være på en delt mappe på Google Drive hvor alle har tilgang til å se og redigere alle dokumentene. For koder og dokumentasjon rundt de har vi et eget GitHub repository.

Kommunikasjon vil foregå for det meste via Facebook messenger og på møter/skolen.

### Kontraktsbrudd

Ved å signere denne kontrakten godtar man de følgende vilkår:

- På møter skal det jobbes effektivt
- Arbeidsoppgaver skal gjøres ordentlig og innen de ulike tidsfristene som settes på møtene
- Det skal være gjensidig respekt mellom alle medlemmene i gruppen
- Man har ansvar for å møte opp til riktig tidspunkt for møter med et slingringsmonn på 15 minutter
- Ved sykdom skal det varsles i god tid og sykedager vil noteres
- Det skal være ærlig kommunikasjon i gruppen, hvis man ikke får tid til å følge frister eller lignende skal man si ifra
- Alle skal være hjelpsomme og hjelpe der man kan, og samtidig ikke være redd for å spørre de andre om hjelp

Ved kontraktsbrudd:

- Hvis man ikke møter opp, gjør sine oppgaver eller svarer på meldinger vil man få to advarsler før vi kontakter undervisere og fjerner personen fra gruppen
- Hvis man ikke fullfører arbeid innen fristen og annet arbeid bygger på dette må man også hjelpe til på det videre arbeidet
- Ellers ved andre brudd må man stille med sjokolade, muffins eller annet godt til de andre i gruppen og be om unnskyldning



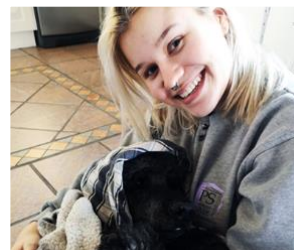
Har ansvar for å lese over innleveringene og binde tekstene sammen. Denne oppgaven er gjort av Anne fordi hun har erfaring med å skrive oppgaver fra tidligere studie. Var også med å hjelpe til på JavaScript delen på grunn av tidligere erfaring med dette.

Anne Drottning



Har hovedansvar for design og implementering av dette ved CSS. Dette ansvaret falt på Regine siden hun har studert formgivning på videregående og har erfaring med, og et godt øye til godt design.

Regine Drange Eriksen



Har sammen med Thea ansvar for HTML. Dette var noe for Vilde siden hun liker å spille dataspill og har erfaring med data fra før. I tillegg har Vilde fungert som "Møtekeiser" og hatt ansvar for å informere om møter og booking av grupperom.

Vilde Hagtvædt



Har ansvar for HTML sammen med Vilde. Fungerte også som sekretær i gruppen og noterte sammendrag av hvert møte som ble holdt. Thea har tidligere erfaring med forbrukeratferd og jus fra Høgskolen og var god å ha på laget. Hun har også erfaring med HTML og CSS fra ungdomsskolen.

Thea Christianslund



Har vært med å skrive på alle oppgavene og var ansvarlig for klipping av videoen som ble laget i forbindelse med første innlevering. Ramla fikk ansvar for dette siden hun liker å redigere videoer og har erfaring med dette fra videregående.

Ramla Warsame



Har vært med å skrive på alle oppgavene og har hjulpet litt til med CSS siden hun har jobbet med det tidligere.

Najma Adan

Figur 8 Beskrivelse av medlemmene i MindYourKey sitt arbeid i løpet av prosjektet

# Bibliografi

Chipolo, 2019. *Chipolo*. [Internett]

Available at: [https://chipolo.net/en/products/chipolo-classic?gclid=CjwKCAiAh5\\_uBRA5EiwASW3lanFjbwCrG-KRmPtmqU0ZjecPcbt6eAg7tddsKVjOVn5USC1bDmrrLRoC5B0QAvD\\_BwE](https://chipolo.net/en/products/chipolo-classic?gclid=CjwKCAiAh5_uBRA5EiwASW3lanFjbwCrG-KRmPtmqU0ZjecPcbt6eAg7tddsKVjOVn5USC1bDmrrLRoC5B0QAvD_BwE)  
[Funnet 9 November 2019].

Moe, M. L., 2013. *iTromsø*. [Internett]

Available at: <https://www.itromso.no/nyheter/article8727029.ece>  
[Funnet 26 September 2019].

Smart-i-tag Company, 2008. *SmartiTag*. [Internett]

Available at: [https://www.smartitag.com/Facts\\_Lostandfound.htm](https://www.smartitag.com/Facts_Lostandfound.htm)  
[Funnet 3 November 2019].

Tile, 2019. *The Tile app*. [Internett]

Available at: <https://www.thetileapp.com/en-us/>  
[Funnet 3 November 2019].