

DONATEMAP

Donate, don't hesitate.



*Christian V.K. Evensen,
Dataingeniør*



*Frede K. Berdal,
Informasjonsteknologi*



*Even A. Sleire,
Dataingeniør*



*Etkar Hemit,
Dataingeniør*



*Magnus R. Gjørund,
Informasjonsteknologi*



*Matias R.V. Cerda,
Dataingeniør*

Prosjektønske: Lage en oversiktlig og sikker innsamlingsnettsiden

Gruppe:7

Innholdsfortegnelse

Executive Summary.....	3
Prosjektbeskrivelse	4
Tidsplan og Aktiviteter	5
Planlegging	5
Design av webside.....	5
Utvikling (back-end)	5
Beta testing.....	5
Launch	6
Kritisk vei for vårt prosjekt	6
Den kritiske veien.....	6
Den ikke-kritiske veien	6
Økonomianalyse	7
Følelsesanalyse	8
Markedsplan.....	8
SWOT-Analyse	9
Risikovurdering og Beredskapsplan.....	11
Samarbeidskontrakt.....	12
Målet med prosjektet	13
Prosjektledelse.....	13
Møter	13
Samhandling/Kommunikasjon.....	13
Kontraktsbrudd.....	13
Sosialt	14
Signaturer	14
Referanseliste	15

Executive Summary

I dag er verden avhengig av donasjoner og gaver for å endre den negative utviklingen som skjer globalt. Det er mange veldedige organisasjoner som kan bidra til å motarbeide dette. Derfor er ideen at prosjektet skal gjøre det enklere og mer motiverende for privatpersoner og bedrifter å donere til disse organisasjonene. Kundegruppen til prosjektet vil være godkjente veldedige organisasjoner i Norge.

Det finnes ikke en skreddersydd nettside for det norske folk. Behovet for en nettside som samler ulike organisasjoner for donering er stort. I dag er det ikke vanskelig for folk å donere, men det kan være lite oversiktlig og vanskelig å velge.

I dag finnes det 171 potensielle kunder, ettersom det er 171 store og små veldedige organisasjoner som er godkjente i Norge. I markedet finnes det tilsynelatende ikke noen andre prosjekt som fokuserer på den samme brukergruppen som dette prosjektet gjør, heller ikke de samme løsningene i form av rangeringssystem og publisitet.

Det finnes flere konkurrerende prosjekter som for eksempel Facebook og iDonate. Facebook tilbyr tjenester hvor man kan opprette en innsamlingsaksjon i forbindelse med bursdagen sin. iDonate er en portal som tilbyr en lignende tjeneste som prosjektet.

Disse tjenestene er nokså brukervennlige, men kunne likevel være mer systematiske. Nettsiden skal gjøre det enkelt og oversiktlig. Tjenestene tar i tillegg et lite ekstrabeløp per donasjon til gode for dem. Dette skal ikke DonateMap, i stedet skal organisasjonene betale en liten sum for abonnement på siden.

Prosjektplanleggingen begynte 01.09.2019. Og vil avsluttes 18.11.2019. Dermed vil varigheten av prosjektet være på litt over 2 måneder.

Prosjektet belager seg på kommunal støtte i startfasen, som vil være på 5000 kr per mnd. På grunn av lave utgifter satser prosjektet på at overskuddet vil føre til tilstrekkelige midler til markedsføring, noe som vil være viktig for å skaffe abonnenter og inntekt. Finansieringsbehovet vil derfor være lavt.

Risikoene for prosjektet vil være server som er hacket / infisert / defekt. Feil type reklame på nettsiden som vil føre til dårlig omtale. En annen risiko for prosjektet vil være at det er noe feil med betalingsportalen slik at betalingen fra abonnementene ikke går igjennom.

Prosjektbeskrivelse

Prosjektet skal være en nettside som samler forskjellige veldedige organisasjoner på et sted. Brukeren kan velge fritt mellom hvilken organisasjon man ønsker å donere til. Nettsiden skal være brukervennlig og gi en bedre oversikt over organisasjonene i Norge. Den skal vise hva organisasjonen vil bruke pengene på og hvor mye som faktisk går til veldedigheten. Nettsiden skal også vekke interesse for donering ved å ha et poengsystem der brukeren får et visst antall poeng ut ifra hvor mye og hvor ofte den donerer. Poengene gjør slik at man kan havne på en toppliste. Det skal finnes ulike topplister, en toppliste for uken, måneden, året og totalt. Å havne på topplisten skal være valgfritt, i tilfelle brukeren vil holde seg anonym. Poengsystemet skal også fungere som en virtuell valuta, der du kan løse inn poengene mot varer og tjenester hos bedrifter som er i samarbeid med prosjektet.

Det finnes 171 godkjente norske veldedige organisasjoner, og mange av de er ikke kjent blant majoriteten av folket (Innsamlingskontrollen, 2019). Derfor skal nettsiden få både store og små organisasjoner ut i søkelyset. Det finnes ikke noen nettside for det norske folk som samler alle de norske veldedige organisasjonene, som gjør det mye lettere å donere til noe brukeren selv vil støtte.

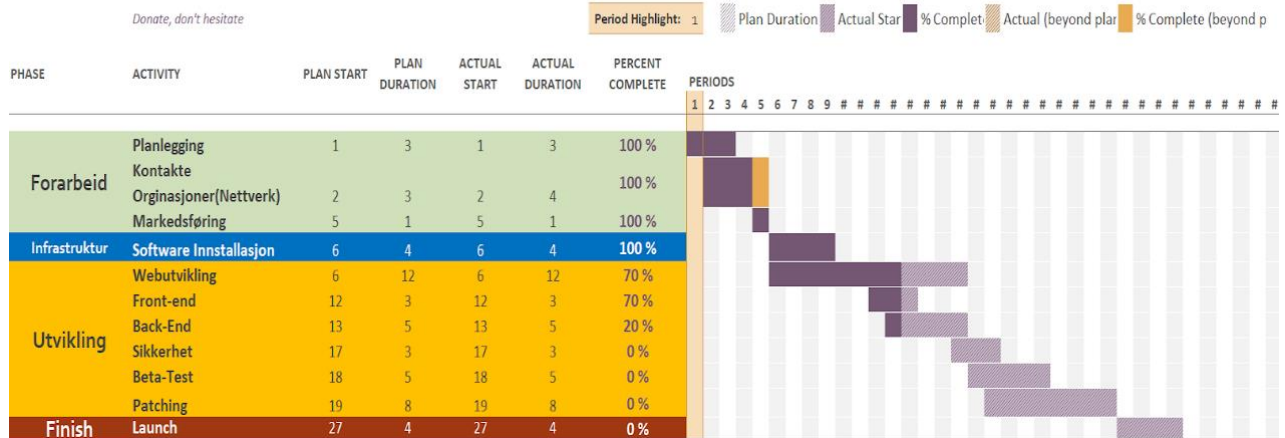
Prosjektet skiller seg ut fra konkurrerende aktører på flere områder. Belønningssystemet som gjør at brukeren mottar en prosentandel av donasjonen i virtuell valuta, er en nyskapende løsning innenfor donasjonsmarkedet. Hensikten med dette er å gjøre det mer motiverende for brukeren å donere. Konkurrentene tar en prosentandel per donasjon til egen inntekt. Derimot skal DonateMap ha en annen løsning hvor organisasjonene betaler en månedlig sum for å kunne være på nettsiden. Dette gjør at prosjektet kan belage seg på en mer stabil og forutsigbar inntekt.

Brukergruppen vil være de som donerer på nettsiden. Altså privatpersoner og bedrifter, siden begge disse gruppene har mulighet til å donere.

Kundene vil være de 171 veldedige organisasjonene som er godkjente av innsamlingskontrollen. Disse vil være kundene til prosjektet ettersom det er gjennom abonnenter prosjektet får inntekt. Prosjektet ønsker å ha både store og små organisasjoner på nettsiden.

Tidsplan og Aktiviteter

DonateMap



Figur 1. Lengden av rubrikken tilsvarer tidsbehovet. Rubrikkene som overlapper tilsier at det er aktiviteter som kan gjøre samtidig.

Planlegging

- Formålet med planlegging er å ha en strukturert plan for å kunne få gjennomført prosjektet på en god måte.
- Fremgangsmåte: Diskutere med gruppen. Bruke faglig kunnskap for oppsett av prosjektplanlegging.
- Ressursbehovene for planlegging er tid og kunnskap.

Design av webside

- Formålet er å lage en webside som gjør et godt førsteinntrykk for brukeren og framstå som en seriøs aktør.
- Fremgangsmåte: Planlegging mellom front-end utviklerne. Tilegne seg eventuelt kunnskap som trengs for å oppnå formålet.
- Ressursbehovet vil være tid og kunnskap.

Utvikling (back-end)

- Formålet er å ha en side som er funksjonell og ikke inneholder feil.
- Fremgangsmåte: Planlegging mellom back-end utviklerne. Tilegne seg eventuelt kunnskap som trengs for å oppnå formålet.
- Ressursbehovet vil være tid og kunnskap.

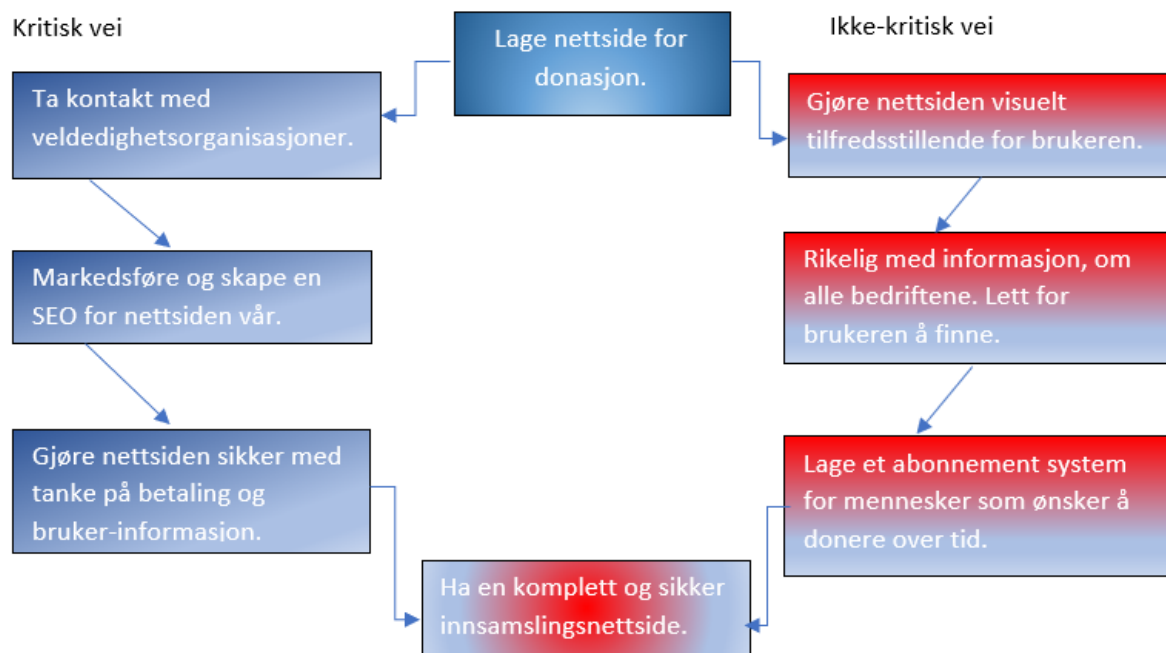
Beta testing

- Formålet vil være at siden er klar for bruk. Å fikse feil i koden/designet hvis det er behov for det.
- Fremgangsmåte: Teste siden på alle måter vi kan, slik at vi kan få avdekket eventuelle feil som gjør at siden ikke fungerer slik som ønsket.

Launch

- Formålet med launch er at siden skal være aktiv og klar for bruk.
- Fremgangsmåte:
- Gå til anskaffelse av en domene, altså reservere en nettadresse. Deretter laste opp filene i domene.

Kritisk vei for vårt prosjekt



Den kritiske veien innebærer blant annet å etablere kontakt med veldedige organisasjoner for at de skal bli fremtidige samarbeidspartnere. Dette er viktig for å få en tidlig inntekt, slik at nettsiden og de ansatte har ressursene som trengs allerede i startfasen. Markedsføring er neste steg på den kritiske veien, og går ut på å reklamere på diverse nettsider for å skape mer trafikk og en SEO (Search Engine Optimization). Siste steg på den kritiske veien går ut på å kryptere all informasjon som går gjennom nettsiden for å få en komplett og sikker innsamlings nettside.

Den ikke-kritiske veien innebærer å gjøre nettsiden brukervennlig for brukeren og gi kunden et intensiv til å være på DonateMap. Første steg her er å gjøre nettsiden visuelt tilfredsstillende slik det skal være selvforklarende hva som skjer dersom brukerne trykker på en knapp eller lenke. Andre steg er å komme med rikelig informasjon om hver enkelt av bedriftene prosjektet har samarbeid med, slik at det skal være lett for brukerne å finne ut hvem de skal donere til. Siste steg er å koble opp et abonnementssystem slik at de brukerne som ønsker å donere månedlig har muligheten til det.

Dette prosjektet kan ha flere kritiske hendelser. Kritiske hendelser er hendelser som kan føre til kritiske konsekvenser. En viktig kritisk hendelse man må være bevisst på er forskjellige typer hackerangrep. Andre viktige kritiske hendelser man må være forberedt på er: å finne seriøse villedige organisasjoner som er godkjente, for mye bruk av adblock fra brukerne slik at inntekten blir redusert, upassende reklame, riktig plassering av webserver (en sikker lokasjon), og passe på at betalingsportalen alltid er åpen.

For å gjennomføre prosjektet på en tilfredsstillende måte er det viktig at de kritiske ressursene er på plass. Kritiske ressurser er ressurser som er essensielle for at prosjektet skal gå som planlagt. De kritiske ressursene er: riktig ansettelse slik at man får ønsket kompetanse, riktig markedsføring, avtaler med villedige organisasjoner og avtale med en sikker betalingsportal.

Økonomianalyse

Utviklingsbudsjett (Figur 1)

A	B	C	D	E	F	G	H
Donatemap							
Inntekter	Penger inn per mnd	Engangsavgifter	Beløp	Utgifter	Penger ut per mnd		Overskudd per mnd
Kommunal støtte	kr 5 000,00	Domene	125kr	Webserver Leie	kr 250,00		
				Markedsføring	kr 500		
Totalt	kr 5 000,00				kr 750,00		kr 4 250,00

Driftsbudsjett (Figur 2)

A	B	C	D	E	F
Donatemap					
Inntekter	Penger inn per mnd	Utgifter	Penger ut per mnd		Overskudd per mnd
Ads	kr 3 000,00	Webserver Leie	kr 500,00		
Villedighetsorganisasjoner (350 mnd per bedrift)	kr 25 000,00	Kontorkostnader	kr 4 000,00		
		Sikkerhet	kr 1 000,00		
		Sosiale sammenkomster	kr 500,00		
		Lønn	kr 18 000,00		
Totalt	kr 28 000,00		kr 24 000,00		kr 4 000,00

I utviklingsfasen (figur 1) har prosjektet bare kommunal støtte som inntekt i begynnelsen. De eneste utgiftene prosjektet har da er webserver leie, markedsføring for 750 kroner i måneden og en engangsutgift på 150 kroner for å etablere domenet til nettsiden. Gruppen vil da være lokalisert på skolen og i garasjen til Matias. I starten bruker prosjektet egen kompetanse for å sikre nettsiden.

Når prosjektet er veietablert og ferdig med utviklingsfasen vil det ha tydeligere utgifter og inntekter. (figur 2) Dette vil blant annet være reklame og en abonnementsløsning som gir prosjektet ca. 28 000,- nok per måned.

Innen 3 år etter utviklingsfasen har bedriften estimert 50 betalende kunder i abonnementsløsningen som koster 500,- nok per organisasjon i måneden.

Om tre år vil utgiftene være betraktelig større enn tidligere. Dette er grunnet endring av lokasjon til større og mer formelle lokaler, større webservere og flere sikkerhetstiltak grunnet mer trafikk. Den største utgiften blir lønn for arbeiderne. Her sikter prosjektet på om lag 3000,- per ansatt. Det vil også bli sosiale sammenkomster og teambuilding, som julebord, lønningspils og escape rooms.

Overskuddet bedriften sitter igjen med vil bli brukt på videreutvikling av bedriften.

Følelsesanalyse

Pessimistisk:

- Kutte ned utgifter som lønn, flytte ut fra lokalet.
- Beholde sikkerhet for å ikke risikere for å bli utsatt for hackerangrep som kan lede til at sensitive persondata blir lekket.

Sannsynlig:

- Hvis utviklingen blir som planlagt, vil driftsbudsjettet ovenfor være et realistisk utgangspunkt. Her blir det omtrent 4000,- NOK overskudd per måned.

Optimistisk:

- Går det bedre enn forventet vil bedriften ekspandere globalt. Her vil det også være interessant å kjøpe opp konkurrenter, samt utvikle nettsidens tilbud og produkter.

Markedsplan

Markedet til nettsiden er veldedige organisasjoner i Norge. Det er 171 veldedige organisasjoner per dags dato som er godkjente i Norge, og alle disse er potensielle kunder.

Budsjettmessig har økonomiansvarlig anslått at månedsavgiften hver veldedig organisasjon må betale skal være på 350,- NOK. Dette vil øke etterhvert som markedet utvikler seg, men blir inngangsverdiene prosjektet begynner med. Planen er å begynne søket etter kunder allerede i Back-end fasen av prosjektet og holde det gående kontinuerlig, også etter launch. Det er en prosess som alltid vil være relevant for gruppen ut hele prosjektets levetid.

De største konkurrentene til prosjektet er bedrifter som Facebook og iDonate, som allerede har en etablert tjeneste. De fleste veldedige organisasjoner har en avtale med slike bedrifter som gjør det vanskelig for gruppen å stifte kontakter og samarbeid. Det som skiller deres løsning fra prosjektets er først og fremst at de tar et lite ekstrabeløp per donasjon (Paperless Transactions, 2019). Dette er noe

prosjektet ikke skal gjøre da det heller skal være de veldedige organisasjonene som betaler et månedsbeløp. I tillegg skal nettsiden være mer oversiktlig og brukervennlig enn konkurrentenes.

Prosjektet skal samarbeide med forskjellige bedrifter. Når kundene donerer blir de belønnet med et visst antall poeng som de kan løse inn for goder og tjenester fra disse bedriftene. På dette tidspunktet er det etablert avtale med en rekke kinoer blant annet ODEON, Nordisk film og Bergen Kino. Disse tilbyr gratis popcorn meny for de som innkasserer poengene på det. Samt kiosker som 7/11 og Narvesen som tilbyr gratis frozen yoghurt og kaffe for poeng. Disse bedriftene har vært åpen for samarbeid, og enkle å forholde seg til. Flere samarbeidsavtaler er under arbeid, for å kunne tilby et bredere utvalg.

SWOT-Analyse

Prosjektet har styrker og svakheter. Den største styrken er de lave utgiftene. I dette stadiet er det ingen høye utgifter, bare lave som støtten fra staten klarer å dekke. Grunnet de lave utgiftene er det lav økonomisk risiko hvis prosjektet ikke går som planlagt. Får prosjektet inn mindre donasjoner og inntekter enn forventet, vil det hovedsakelig resultere i mindre penger til veldedige organisasjoner.

En annen styrke er fleksibilitet i form av videreutvikling av prosjektet. Prosjektet er fortsatt i en startfase. Dermed kan man ikke vite hvordan nettsiden vil bli tatt imot av brukerne og kundene. Gruppen er derfor fleksible i hvordan videreutviklingen vil bli, og kan ta hensyn for hvordan brukerne og kundene domestiserer prosjektet.

Den største og viktigste svakheten å ta høyde for er mangel på erfaring. Gruppen er ny i bransjen og markedet, og har ingen kontakter eller tidligere erfaringer. Det kan føre til dårlig kommunikasjon og dårlige interne valg. For å kompensere for mangel på erfaring er planen å bygge et nettverk med kontakter og samarbeid fortløpende. Dette vil bli fokusert på i lik linje med utviklingen av nettsiden. Dersom det tar lang tid å bygge et nettverk vil det forsinke videreutviklingen betraktelig.

En annen svakhet er lite tverrfaglig kunnskap i gruppen. Både med tanke på markedet og konkurransen, men også utdanningsmessig er det veldig lite tverrfaglig kunnskap. Alle i gruppen har en utdanning innenfor IT, og har derfor lite kunnskap i andre fagfelt. Det vil være spesielt viktig å følge opp økonomi, markedsføring og andre aspekter knyttet til prosjektet. Dersom det blir knyttet kontakt med "mentorer" som kan gi veiledning og anbefalinger vil dette være veldig positivt for gruppens utvikling.

Går prosjektet som planlagt vil det gi nye muligheter senere. En av de første mulighetene som vil oppstå er muligheten til å ekspandere seg i markedet. Etter prosjektet har utvidet seg vil det bli lettere å få nye samarbeidspartnere, som igjen gjør DonateMap mer synlig i markedet og vil gi flere brukere og kunder. Etter prosjektet har ekspandert vil det gi muligheter til å kjøpe opp andre konkurrenter. Det vil bidra til en økt markedsandel og gi nye muligheter fremover.

Nettsiden kan gi muligheter til å rette ekstra oppmerksomhet mot akutte dagsaktuelle problemer som trenger pengedonasjoner. Et eksempel på et akutt dagsaktuelt problem er brannene i Amazonas som var i stort fokus for et par måneder siden.

Prosjektet har flere trusler som er viktig å være bevisst på. En viktig trussel er andre konkurrenter. Andre konkurrenter kan gjøre det vanskelig for prosjektet å ekspandere som ønsket i markedet. Det blir derfor viktig å tilby noe annet enn det de andre aktørene gjør for å få forventet resultat.

Hackerangrep er en annen trussel prosjektet må være forberedt på. Potensielle hackerangrep kan gi alvorlige konsekvenser. Disse angrepene kan lage problemer for nettsiden, svekke personvernet og gi økonomiske konsekvenser.

Interne konflikter kan resultere i store konsekvenser. En alvorlig intern konflikt kan ødelegge gruppedynamikken og evnen til samarbeid. Videre kan dette føre til at gruppen oppløses og prosjektet tar slutt.

Risikovurdering og Beredskapsplan

Hendelse:	Plan:	Kontakt:
Server som er defekt/hacket	Koble av server og koble opp backup server.	Matias Cerda
Forskjellige hackerangrep	Rapportere til sikkerhetsansvarlig som kan ordne opp.	Magnus Gjørund
Uvisst om godkjent organisasjon	Kontakte innsamlingskontrollen for å kunne sjekke om organisasjonen er godkjent.	Innsamlingskontrollen.no
Upassende reklame	Fjernes og rapporteres til ansvarlig.	Frede Berdal
Betalingsportal er nede	Rapporteres til ansvarlig snarest for å få fikset.	Even Sleire
Diverse nødsituasjoner	Kontakte relevant nødetat	Brann: 110 Politi: 112 Ambulanse: 113

For å forebygge disse hendelsene vil prosjektet gjøre en rekke tiltak:

- Serverne skal gjennomgå regelmessig vedlikehold og sikkerhetssjekk.
- Om prosjektet blir utsatt for hackerangrep vil sikkerhetsansvarlig gå igjennom hendelsesforløpet og dermed komme opp med en plan for å kunne forebygge fremtidige angrep.
- Dette kan være et problem helt i startfasen, der organisasjonene skal settes inn på siden. Det skal bli tatt nøye undersøkelse, og høre med innsamlingskontrollen om de er godkjente.
- Reklame er som regel skreddersydd for brukeren av hvilke cookies de har. Nettsiden skal selv om ikke akseptere upassende reklamer, og begrense typer reklamer som kan havne på siden. Det vil aktivt sjekkes om brukerne opplever upassende reklamer, og personlig sjekkes av utviklerne.
- Om betalingsportalen er nede, kontaktes ansvarlige som vil rapportere dette videre til den aktuelle samarbeidspartneren for denne tjenesten. Den ansvarlige vil sammen med samarbeidspartneren diskutere ulike tiltak for å forebygge lignende hendelser.

Samarbeidskontrakt

Christian von Krogh Evensen

Prosjektleder for DonateMap. Bakgrunn, påbegynt Dataingeniør utdanning. Tidligere sanitetsansvarlig for patruljen sin i forsvaret. Primæroppgavene vil være å ha det overordnede ansvaret for prosjektet. Vil også delta aktivt som fullstack.

Matias R. Vedeler Cerda

Front-end ansvarlig for DonateMap. Bakgrunn, påbegynt Dataingeniør utdanning. Tidligere erfaringer med HTML, CSS, JavaScript og Photoshop. Har også fagbrev i IT. Primæroppgavene vil være å ha det overordnede ansvaret for front-end utviklingen.

Frede Kjølsest Berdal

Back-end ansvarlig for DonateMap. Bakgrunn, påbegynt IT utdanning. Tidligere erfaringer med Java. Også tidligere spesialist for forsvaret. Primæroppgavene vil være å ha det overordnede ansvaret for back-end utviklingen.

Magnus Rode Gjøsund

Back-end utvikler for DonateMap. Bakgrunn, påbegynt IT utdanning. Tidligere erfaringer med programmering i språkene Python og C#. Primæroppgavene vil være å utvikle programvare for DonateMap.

Etkar Hemit

Back-end utvikler for DonateMap. Bakgrunn, påbegynt Dataingeniør utdanning. Tidligere erfaringer med Java og C#. Primæroppgavene vil være å utvikle programvare for DonateMap.

Even Ask Sleire

Front-end utvikler for DonateMap. Bakgrunn, påbegynt Dataingeniør utdanning. Erfaring med Java, HTML og CSS. Primæroppgavene vil være front-end utvikling for DonateMap.

Målet med prosjektet

Målet med prosjektet er å utvikle en nettside hvor det er enklest mulig for brukeren til å skaffe relevant informasjon om innsamlingsaksjoner, bedrifter og organisasjoner, med mulighet til å kunne donere eller støtte disse en sum.

Prosjektledelse

Prosjektleder: Christian von Krogh Evensen, Dataingeniør

Front-end ansvarlig: Matias R. Vedeler Cerda, Dataingeniør

Back-end ansvarlig: Frede Kjørseth Berdal, Informasjonsteknologi

Møter

Det vil være et fast møte i uken. Det vil også være mulig å få til to møter i uken ettersom når det passer for gruppen. Møtene vil foregå på ledig grupperom. Agenda og møteinnkalling vil være prosjektleders ansvar. Møtereferat vil Frede Kjørseth Berdal være ansvarlig for.

Samhandling/Kommunikasjon

Informasjonskanalene gruppen vil bruke er hovedsakelig Facebook. Eye-Share skal brukes som dokumentarkiv, dette er en elektronisk løsning som lagrer dokumentene trygt og kostnadseffektivt.

Kontraktsbrudd

Konsekvenser ved ugyldig fravær til avtalt møtetid, ikke holder deadlines, eller at arbeidsoppgaven ikke blir gjort på en tilfredsstillende måte, skal medlemmet straffes følgende:

- o Ugyldig fravær til avtalt møtetid: spandere ett stk brus av typen 0,5 liter til hvert gruppemedlem.
- o Ikke holder deadlines: Invitere til hjemmelaget pizza for resten av gruppen.
- o Ikke tilfredsstillende gjennomført arbeidsoppgave: Kaffebesøk med diverse søtsaker.
- o Ved flere kontraktsbrudd vil det bli tatt opp med vedkommende. Videre vil det være opp til vurdering at vedkommende ikke får delta i prosjektet.

Sosialt

Etter innlevert oppgave vil gruppen møtes for en sosial aften. Gjerne i form av middagsbesøk, spillekveld eller møtes for å ta noe å drikke.

Signaturer

Kommer signert vedlagt som PDF-fil

Magnus Rode Gjørund	
Even Ask Sleire	
Etkar Hemit	
Frede Kjørseth Berdal	
Christian von Krogh Evensen	
Matias R. Vedeler Cerda	

Referanseliste

- Innsamlingskontrollen. (Hentet 07.11.2019). Godkjente organisasjoner. Hentet fra: <http://www.innsamlingskontrollen.no/nb/innsamlingsregisteret/>
- Paperless Transactions. (Hentet 07.11.2019). Comparing the Best Online Fundraising Platforms for Non-Profits. Hentet fra: <https://www.paperlesstrans.com/comparing-the-best-online-fundraising-platforms-for-non-profits>