

A photograph of a cruise ship dining room. The room features round tables with white tablecloths, blue upholstered chairs with wooden frames, and a red carpet. In the background, there is a bar area with a glass display case and a potted plant. The ceiling is decorated with gold-colored trim and a large, ornate glass chandelier. The text "Bord 25" is overlaid on the left side of the image.

# Bord 25

ING102 Gruppe 25:  
Thomas, Øyvind, Emilie, Johan,  
Magnus, og Alvin

# Innholdsfortegnelse

<b>Beskrivelse av prosjektidé</b>	<b>2</b>
<b>Produktet</b>	<b>2</b>
<b>MVP</b>	<b>2</b>
Problemstilling	2
App for bordbestilling	2
<b>Størrelse</b>	<b>3</b>
<b>Kunde</b>	<b>3</b>
<b>Konkurrenter</b>	<b>3</b>
<b>Tid- og ressursbehov</b>	<b>4</b>
<i>Tids- og aktivitetsplan (Gantt- skjema)</i>	4
<i>Kritisk vei</i>	5
<i>Beredskapsplan</i>	5
<b>Finansiering</b>	<b>6</b>
<b>Kilder</b>	<b>6</b>
<b>Vedlegg</b>	<b>7</b>

## Beskrivelse av prosjektidé //Emilie

Forretningsidé: Bord25 gjør det enkelt for forbrukeren til å reservere bord på enkelte restauranter i en enkel og oversiktlig app.

Vi har sett på andre konkurrenter og lignende bedrifter og har konkludert med at det er få som tilbyr denne type app, og bruken av mobil og restaurantbesøk blant forbrukere vokser. (SSB, 2018) (E24, 2018, 2019)

## Produktet

### MVP //Øyvind

Appen gjør det enkelt for kunden å bestille et bord på en enkelt restaurant, med et enkelt og intuitivt brukergrensesnitt.

### Problemstilling //Øyvind

App som gjør det enkelt for alle som ønsker å bestille bord på enkelte restauranter i en app. Både restauranter og kunder skal kunne bruke samme app. Bergen er utgangspunktet men vi vil ha mulighet til å utvide hvis appen blir en suksess.

- Det skal være enkelt å registrere seg og enkelt for restauranten
- CashPoints
- Hvordan gjøre det enkelt, for begge parter, å håndtere bordbestilling på en effektiv, sikker og profitabel måte?

Mål:	Effektmål:	Mulige problemer:
<ul style="list-style-type: none"><li>- Å tjene penger</li><li>- Ha faste brukere</li><li>- Utvide tjenesten til flere restauranter</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Få flere folk ut i sosiale settinger over en hyggelig middag</li><li>- Gjøre hverdagen til folk litt enklere</li><li>- Effektivisere bordbestilling både for kunde og for restaurant</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Restaurantene kan velge å ikke benytte seg av appen</li><li>- Tekniske problemer -&gt; server, internett, sikkerhet osv.</li></ul>

### App for bordbestilling //Magnus

Vi ser for oss en App som kan brukes til å reservere bord på enkelte restauranter i Bergensområdet. Appen skal gjøre det mulig å reservere bord til bestemte tider for å gjøre det lettere for forbrukerne å vite om det er ledig plass og for de som driver restauranten å beregne hvor mange ansatte de måtte trenge.

Bord25 er laget for å forenkle hverdagen. Det skal være enkelt å bestille bord på en restaurant på noen minutter, uansett hvor du er. Appen vår skal kunne kommunisere med restaurantene slik at det også vil være lettere for dem å ta imot bestillinger.

**Målgruppe:** Unge voksne fra 20-30 år.

**Volum:** Vi har i første omgang målsetning om at ca 1000 personer skal ta i bruk appen minst 1 gang i måneden.

**Kvalitet:** Appen skal være lett å bruke. Den skal ha et intuitivt og enkelt design.

## **Størrelse //Thomas**

Restaurantbransjen vokser raskere og øker omsetningen med flere milliarder kroner hvert år. I en artikkel fra E24 skrives det “Vokser raskere enn dagligvarebransjen, nettmat og bensinstasjonene - sammenlagt”. (E24, 2018) Dette forteller oss at restaurantbransjen er preget av økende omsetning og etablering av flere restauranter. Vi står ovenfor sterk vekst i næringen.

## **Kunder //Thomas**

Vi tenker å finne to selvstendige restauranter, med rundt 200 kunder i uken, som vi selger appen vår til. Senere kan vi utvide appen vår til flere restauranter. For å få restaurantene interessert skal vi snakke med de og vise fram en prototype av appen. Kundene som skal bruke appen skal være i vår målgruppe, men kan senere utvides. For å nå ut til kundene vår tenker vi å reklamere og/eller kjøre noen kampanjer.

## **Konkurrenter //Øyvind**

Lignende konsept som allerede finnes på markedet er “Bookatable by Michelin”. Problemet med dette nettstedet er at det er svært få valgmuligheter.

Annet lignende konsept som vi kan finne inspirasjon fra er det nettbaserte bestillingssystemet GloriaFood. Dette er en tjeneste restauranter kan benytte seg av, slik at de kan få enklere bestillingssystemer.

Vi klarer ikke finne gode alternativer eller konkurrenter som tilbyr det vi ønsker å utvikle.

Restaurantene bruker egne bord bestillingssystemer på deres nettside. Dette kan gjerne være enklere for restauranten per dags dato med tanke på at det er restaurantene selv som får bestillingen direkte og slipper å forholde seg til andre mellomledd. Vi tror dette er tilfelle for det ikke finnes gode alternativer.

Vi har vurdert tilsvarende konkurrenter som kan true konseptet vi ønsker å utvikle. Her finner vi mat leverings aktører som Foodora, Wolt etc. Dette kan være trender som er med på å endre nordmenns restaurant vaner ved å incentivere take-away. I en artikkel hentet fra E24 i år heter det at “Stadig flere spiser mat utenfor hjemmet, og dropper dagligvarebutikkene” (E24, 2019).

## Gjennomførbarhet //Magnus

I praksis vil dette være en todelt applikasjon hvor kunder kan opprette brukere på eget initiativ og restauranter kan i samarbeid med oss få tilgang til den andre delen av appen - den som håndterer bestillingene. For at dette skal fungere best mulig for restauranten vil vi også tilby at de selv kan legge inn bordbestillinger manuelt for de kundene som ringer inn og bestiller bord. Dette vil gjøre at restaurantene med vår applikasjon ikke trenger å bruke to forskjellige systemer. Restaurantene kan selv redigere beskrivelsen av restauranten og oppdatere åpningstider.

I startfasen vil vi prøve ut systemet vårt på lokale restauranter og caféer i Bergen, men på sikt er store kjeder og et større geografisk område et naturlig mål.

## Tid- og ressursbehov //Johan

Det å utvikle en app som er optimal for forbrukeren er et prosjekt som kan være både tids og ressurskrevende. Det å utvikle en app som både skal være funksjonell, moderne, sikker og stilfull. Det vil også være svært viktig å opprettholde de høyeste sikkerhetsstandarder slik at sensitiv informasjon blir godt bevart. For å kunne klare å utføre dette både effektivt og systematisk velger vi å benytte oss av et Gantt-skjema.

## Tids- og aktivitetsplan (Gantt- skjema) // Johan

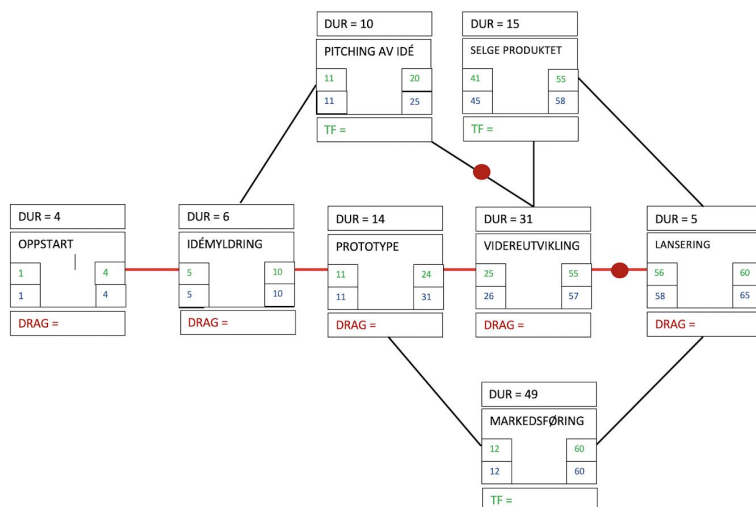
### GANTT SKJEMA

Oppgavenavn	Start Dato	Slutt Dato	Tidsbruk (Arbeidsdager)	Uke 1	Uke 2	Uke 3	Uke 4	Uke 5	Uke 6	Uke 7	Uke 8	Uke 9	Uke 10	Uke 11	Uke 12
<b>Bord25 prosjektplan</b>															
Oppstart	9/2	9/6	5												
Idemyldring	9/9	9/13	5												
Utvikle fungerende prototype (MVP)	9/16	10/4	15												
Avtale med restaurantene	9/30	10/11	10												
Videreutvikle app funksjoner	10/7	11/1	20												
videreutvikle app design og estetikk	10/28	11/15	15												
Selge produkt	10/28	11/15	15												
Markedsføring	11/4	11/22	15												
Avslutning/lansering	11/21	11/22	2												
Debugging	10/7	11/22	40												

Som vist i skjemaet ønsker vi først å utvikle et mvp produkt slik at vi har en base å bygge ut i fra før vi går videre til å snakke med forskjellige restauranter om hvilke funksjoner de trenger. Etter vi har fått tilbakemeldinger på hva som må være med av funksjoner fortsetter vi videreutvikling av appens funksjoner og design. Når arbeidet med appen begynner å nærme seg ferdig begynner vi å selge produktet til restauranter og starter markedsføring mot forbrukere, før vi til slutt lanserer appen.

Det er veldig viktig at vi tidlig i prosjektet får snakket med restauranter som kan være aktuelle for appen vår slik at vi tidlig kan begynne å utvikle de funksjonene som er ønsket. Debugging av appen bør gå kontinuerlig under hele prosjektet slik at vi kan få en så smertefri lansering som mulig. Appens funksjoner bør også i stor grad være ferdig utviklet før vi forsøker å selge produktet til restauranter, og appens design bør i stor grad være ferdig til vi begynner å markedsføre mot forbrukere. Hele appen må være ferdig før lansering.

## Kritisk vei //Emilie



Punktene som er markert med rød sirkel anses som kritiske knutepunkt for at prosjektet skal kunne være gjennomførbart. Mellom Pitching av idé og Videreutvikling er det første kritiske knutepunktet plassert. Det vil være helt essensielt at den tjenesten som er pitchet til restaurantene når opp til den standarden som er lovet, slik at restaurantene sine forventninger tilfredsstilles. Det andre kritiske knutepunktet er plassert mellom Videreutvikling og Lansering. Det vil bli bestemt en lanseringsdato som vil markedsføres til kundene. Det vil være viktig å holde denne fristen slik at forventningene kundene har er opprettholdt. Det som forventes fra kundene er at produktet vil være klart og operativt.

## Beredskapsplan //Magnus

<b>Miste motivasjon</b>	-Feire delmål for at folk ikke skal miste motivasjon
<b>Bruke opp ressursene før ferdigstilt produkt</b>	-Sette lavere mål for appen
<b>Sykdom</b>	-Ha mulighet til at ansatte kan bytte til andre oppgaver hvis noen skulle bli syke -Varierende oppgaver
<b>Back-up</b>	-Alltid ha en back-up av arbeidet sånn at dataen ikke går tapt hvis noe skulle skje
<b>Problem med å nå ut til restauranter/kunder</b>	- Starte kampanjer for å prøve å nå ut til flere kunder -Sende ut flere ansatte for å snakke med restauranter -Reklamering

Finansiering for oppstart vil være nødt til å belage seg tungt på investorer som har tro på konseptet vårt. Etter oppstartsfasen, når appen er oppe og går som ønsket, vil inntektene komme fra hovedsaklig tre kilder:

- Den største utgiften vil, både under oppstart og normal drift, være lønn. Andre utgifter vil komme i form av investeringer i reklame og drift av serverne. Lisenser vil mest sannsynlig ikke bli en utgift for oss ettersom dette vil være et program som skal lages ved bruk av opensource-programvare som for eksempel libGDX eller Eclipse Scenebuilder (fxml).

Vedlagt budsjett tar utgangspunkt i at vi jobber med relativt få restauranter og at vi sann sett går i null. Når vi etterhvert får flere restauranter og derav flere kunder med på laget, så vil alle inntekts områdene øke og prosjektet vil gå i pluss.

6



## Kilder

- E24. (2018). Vokser raskere enn dagligvarebransjen, nettmat og bensinstasjonene - sammenlagt. Hentet fra URL <https://e24.no/naeringsliv/i/rL6lk3/vokser-raskere-enn-dagligvarebransjen-nettmat-og-bensinstasjonene-sammenlagt> (Hentet: 11. september 2019)
- E24. (2019). Rekordmange spiser ute: Orkla vil ha en del av kaken. Hentet fra URL <https://e24.no/boers-og-finans/i/7l8JG9/rekordmange-spiser-ute-orkla-vil-ha-en-del-av-kaken> (Hentet: 11. september 2019)
- SSB. (2018). Internett og mobil. Hentet fra URL <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/faktaside/internett-og-mobil> (Hentet: 24. september 2019)
- SSB. (2019). Folketall i Bergen. Hentet fra URL <https://www.ssb.no/kommunefakta/bergen> (Hentet: 29. september 2019)
- Forskning.no. (2018). Matvaner i Skandinavia. Hentet fra URL <https://forskning.no/mat-oslo-met-partner/sa-forskjellige-er-matvanene-i-norge-danmark-og-sverige/277669> (Hentet 29. september 2019)

## Referanseliste

- E24. (2019). Rekordmange spiser ute: Orkla vil ha en del av kaken. Hentet fra URL <https://e24.no/boers-og-finans/i/7l8JG9/rekordmange-spiser-ute-orkla-vil-ha-en-del-av-kaken> (Hentet: 11. september 2019)
- SSB. (2018). Internett og mobil. Hentet fra URL <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/faktaside/internett-og-mobil> (Hentet: 24. september 2019)