



iGreen

Projektrapport - Flow 3 - Gruppe 5

Overemne: Byg en app

Gruppe: Daniel Silva, Kira Gravesen, Magnus Pantmann og Owais Dashti

CPHBusiness Academy 23/10/2020

Indholdsfortegnelse

Idéer	0
<i>Hvem skal vi vælge?</i>	<i>0</i>
<i>Vi gik med</i>	<i>1</i>
Verdensmål.....	1
7 - bæredygtig energi	1
8 - Anstændige jobs og økonomisk vækst	1
9 - Industri, innovation og infrastruktur	2
11 - Bæredygtige byer og lokalsamfund	2
12 - Ansvarligt forbrug og produktion	2
13 - Klima indsats	2
14 - Livet i havet	2
15 - Livet på land	3
Brainstorm	3
<i>Negativ brainstorm.....</i>	<i>3</i>
App brainstorm	4
<i>Negativ app brainstorm</i>	<i>4</i>
App 'ens formål.....	5
OBS - Objective breakdown structure.....	6
PBS - Project breakdown structure	7
WBS - Work breakdown structure	9
Interessent-analyse	10
Risikoanalyse	12
Gantt chart.....	13

Idéer

Hvem skal vi vælge?

- Bæredygtighed - fx. Apple
- **“Apple commits to **carbon** neutrality for supply chain and products by 2030. Already **carbon** neutral for its operations, **Apple** is unveiling a roadmap to achieve zero **carbon** for its supply chain and products by 2030.”**
- “Lighter on the planet. Right out of the box.” mindre indpakning, fjerne ekstra dele som produceres unødigt.
- **“Trade it in. Help the planet out.”**
- **Nike:** “At NIKE, we believe we have a responsibility to conduct our business in an ethical way. We expect the same from our suppliers, and focus on working with long-term, strategic suppliers that demonstrate a commitment to engaging their workers, providing **safe working conditions** and **advancing environmental responsibility**. This includes working to combat risks of forced labor, modern slavery and human trafficking.”¹
- “Omdannelse af affald til materialer til fremstilling af vores produkter er en af de vigtigste måder, vi kan reducere spild på, og dermed nedsætte vores samlede globale CO2-udledning. Tag med på vores rejse.”²
- “If there is no planet, there is no sport”
- **Lego:** Siden 2015 har Lego investeret i at producere bæredygtige klodser, og senest i år 2030 skal samtlige af Legos producerede klodser være lavet af bæredygtige materialer. De bæredygtige klodser består af blade og buske lavet af sukkerrør.
- **Tesla:** “Bliv bæredygtig eller død” Vi må på et tidspunkt opnå en bæredygtig energi-økonomi, ellers løber vi tør for fossile brændstoffer, og vores civilisation kollapser, skriver

¹ <https://www.nike.com/help/a/supply-chain>

² <https://www.nike.com/dk/baeredygtighed>

Elon Musk. Pointen med produktet er, at give folk friheden til at lade deres elbiler op i hjemmet - på en bæredygtig måde.³

Vi gik med

Virksomhed: Apple

Verdensmål

De verdensmål vi synes Apple står inden for

7 - bæredygtig energi

- Solceller, vind- og solenergi "...at alle virksomhedens anlæg rundt om i verden forsynes udelukkende af miljøvenlig energi. Det omfatter butikker, kontorer, datacentre og delte centre 43 lande, bl.a. USA, Storbritannien, Kina og Indien." ⁴
- "Globally, Apple is launching one of the largest new solar arrays in Scandinavia, as well as two new projects providing power to underserved communities in the Philippines and Thailand." ^{5 6}

8 - Anstændige jobs og økonomisk vækst

- 2 millioner jobs i USA⁷
- 1.76 millioner jobs i Europa⁸
- Working conditions⁹
- Jobs i Indien og Kina ift. Produktion bør være under humane forhold og trivsel

³ <https://www.dr.dk/nyheder/viden/tech/robot-teslaer-og-baeredygtighed-er-noegleord-i-elon-musks-elektriske-masterplan>

⁴ <https://www.apple.com/dk/newsroom/2018/04/apple-now-globally-powered-by-100-percent-renewable-energy/>

⁵ (<https://www.apple.com/newsroom/2020/07/apple-commits-to-be-100-percent-carbon-neutral-for-its-supply-chain-and-products-by-2030/>)

⁶ <https://www.tvmidtvest.dk/thisted/apple-faar-stroem-fra-solceller-i-thisted-og-moeller-i-esbjerg>

⁷ <https://www.apple.com/job-creation/>

⁸ <https://www.apple.com/dk/job-creation/>

⁹ <https://www.apple.com/supplier-responsibility/>

- Trade in - bæredygtig produktion -> folk værdsætter dette og ønsker at købe Apple produkter

9 - Industri, innovation og infrastruktur

- Lægger sig meget op til den bæredygtige energi ift. Infrastruktur
- Innovationen lægger sig i at de fjerner plastik og formindsker carbon emission
- Solceller/Vind- og solenergi → bæredygtig industri
- Udvikler nye tiltag for at skabe en mere miljøvenlig produktion (ingen plastik, mindre tilbehør når man køber en iPhone)

11 - Bæredygtige byer og lokalsamfund

- Apple Park, hovedkontor og facilitetscenter
- Vedvarende energi

12 - Ansvarligt forbrug og produktion

- Informationer gives til kunderne omkring hvad der gøres ift. Emner der pårøre

13 - Klima indsats

- Den klimainsats som apple gør sig, er at de har valgt at deres energi kommer fra solceller, de har valgt at bruge mindre plastisk i deres nye IPHones indpakninger, det vil sige de er mere miljøbevidste, og deres mål i 2030 er at udlede så lidt co2 som muligt.

14 - Livet i havet

- Der bliver brugt mindre plastik i deres produktion, hvilket er positivt for forureningen, da der dermed bliver smidt mindre plastik ud.
- Verdenshavene absorberer 30% af menneskets CO2-udledning - Apple har målsætninger om at være "carbon neutral" inden 2030.

- Der er i gennemsnit 13000 stykker plastikaffald pr. kvadratkilometer i havet - Apple bruger genanvendte materialer til at producere deres produkter^{10 11}

15 - Livet på land

- <https://www.apple.com/environment/>

Brainstorm

- Skal være overskuelig for brugeren.
- App'en skal fremhæve Apple's ambitioner om at være carbonneutrale inden 2030
- Vise resultater - at de rent faktisk gør en forskel
- Vise de resultater som de allerede har opnået
- App'en skal vise hvad Apple står for og hvilke 17 verdensmål de udfylder.
- Skal kunne give et positivt indblik i Apples produktion, således at kunderne kan værdsætte og springe ud i et køb.
- Apples minimalistisk stil

Negativ brainstorm

- De resultater som Apple mener de har opnået, har de faktisk ikke opnået. (De lyver overfor brugeren)
- Det kan hurtigt blive overfladisk (men også for tekst tungt)
- Dårligt brugeroplevelse ved handel
- Hvis tekst er for svært at læse rent grafisk
- Hvis App'en er for svær at finde rundt i. (Ingen home knap, dårligt opdelte undersider, overskueligt, fx)
- Hvis billedkvaliteten er dårligt
- Ikke responsivt design

¹⁰ <https://www.apple.com/environment/>

¹¹ <https://www.information.dk/mofo/plastikplagen-klodens-naeste-udfordring>

App brainstorm

- Trade in page - som viser hvordan kunden har hjulpet klimaet ved f.eks. Nedsætning af co2
- Trade in som giver kunden en kupon som gælder et års tid
- Forum til indsamling af statistik for forbedring af
- Kommunikations app, hvor man kan logge ind som privat person og virksomhed, så ligger virksomheden en kampagne op fx aflevere din gamle jakke og få 20%, og man kan nu benytte sig af tilbuddet, og ligge det op på sin profil, så andre private profiler får lyst til at benytte sig af det samme tilbud, og sammen bliver mere miljøvenlige.
- Social app indeholder:
 - Trade in
 - Forum hvor virksomheder kan lægge bæredygtige kampagner op
 - Herunder kan kunder som gøre brug af disse kampagner lægge billeder op i et chatforum
 - Statistik side(plastik og CO2) hvor man kan se hvor meget den enkelte privatperson har hjulpet, hvor meget virksomhederne har hjulpet og hvor meget selve appen har hjulpet.

Negativ app brainstorm

- Dataindsamling kan blive tidskrævende og problematisk
- Kræver mange ressourcer og reklame for at starte
- Kan komme til at minde for meget om apps der allerede findes
- Det kræver meget serverplads at opbevare data for alle personer, virksomheder og statistikker

App 'ens formål

Navn: iGreen.

Det er WWF der er gået i samarbejde med Apple om at lave den her app, da begge virksomheder går meget op i bæredygtighed og miljøet. De har "hyret" os til at udvikle den her app for dem.

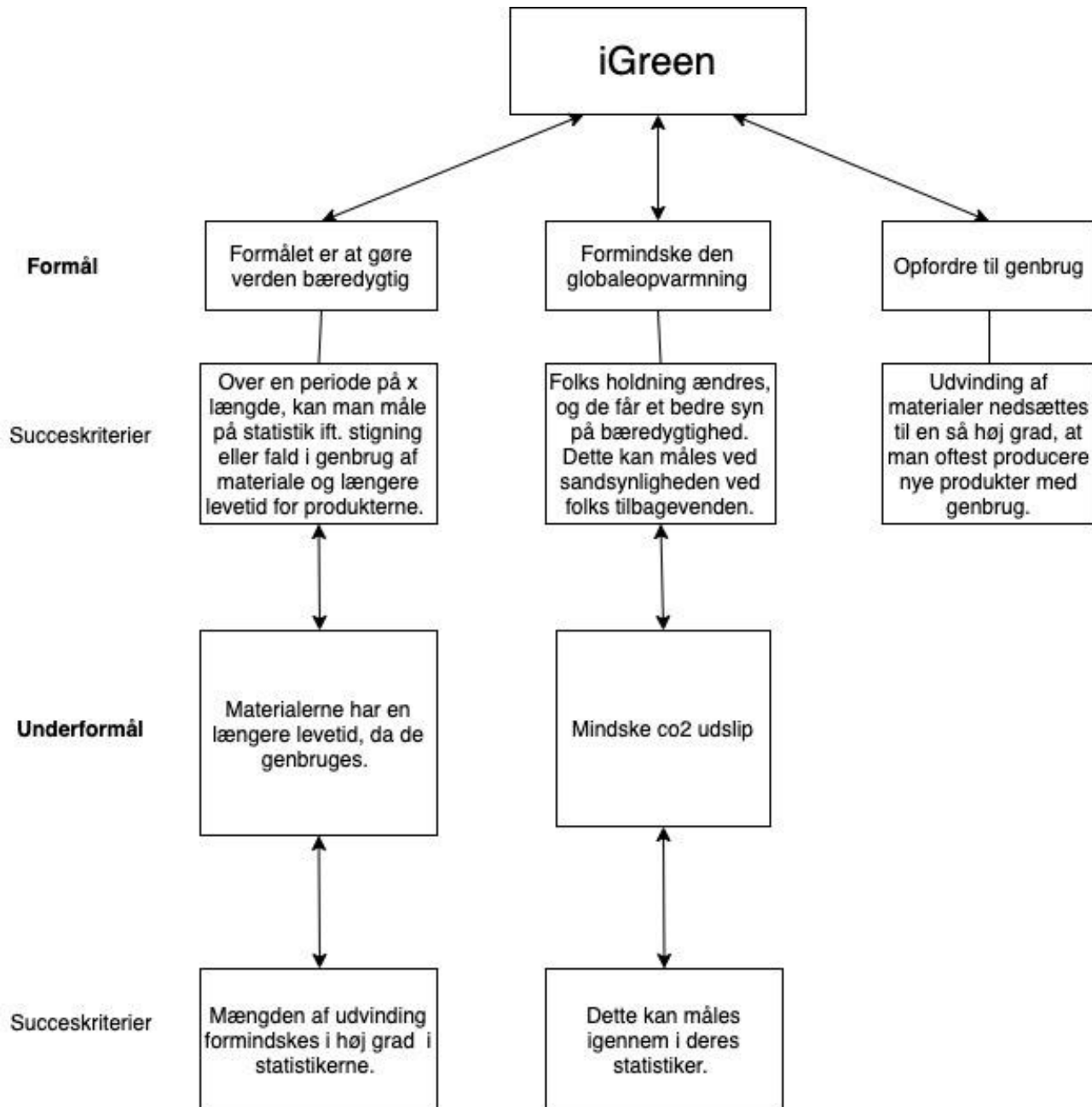
App'en er udelukkende til grønne kampagner - eksempelvis genbrug af elektronik og tøj.

Det er en platform for virksomheder og privatpersoner, der hver har sin egen profil. Under profilerne kan man se statistikker for hvordan virksomhederne/individerne har været med til at gøre verden grønnere (fx hvor mange kg tøj man har genbrugt, hvor meget elektronik man har indleveret, hvor meget CO2-udledning/plastik man har skånet verden for.)

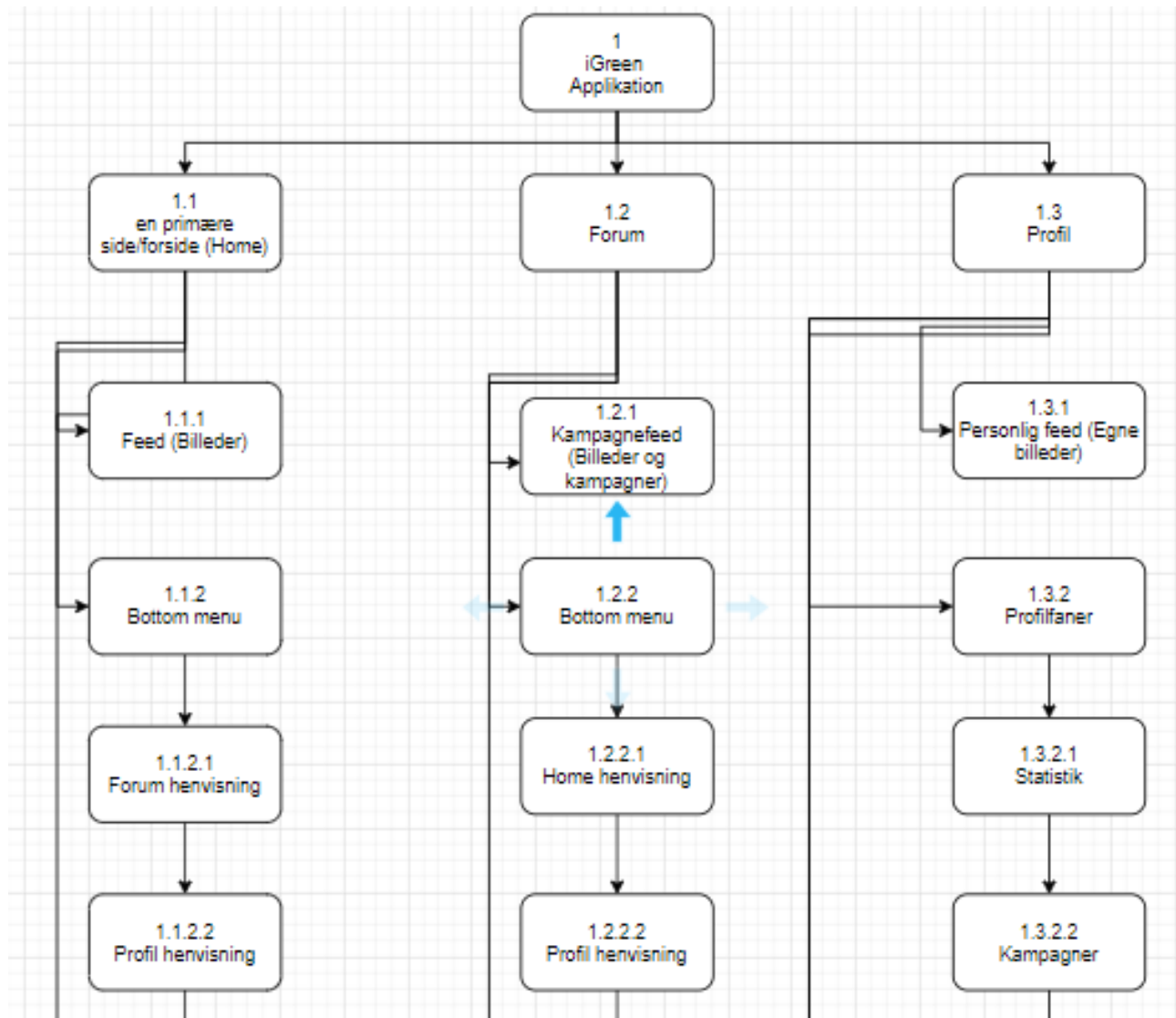
Der går konkurrence i den og man får lyst til at overgå sine venner ved at deltage og genbruge mere. Virksomhederne har mulighed for at ligge grønne kampagner op, så både virksomheden og den private kunde kan gavnnes. Man kan "deltage" i kampagnerne og være med til at gøre en forskel. H&M kunne fx lave en kampagne hvor man skal indlevere 1 kg tøj nede i en af deres butikker, og så får man en rabatkupon. H&M registrerer privat personens indlevering på app'en, og det kan man så se under 'statistikker'.

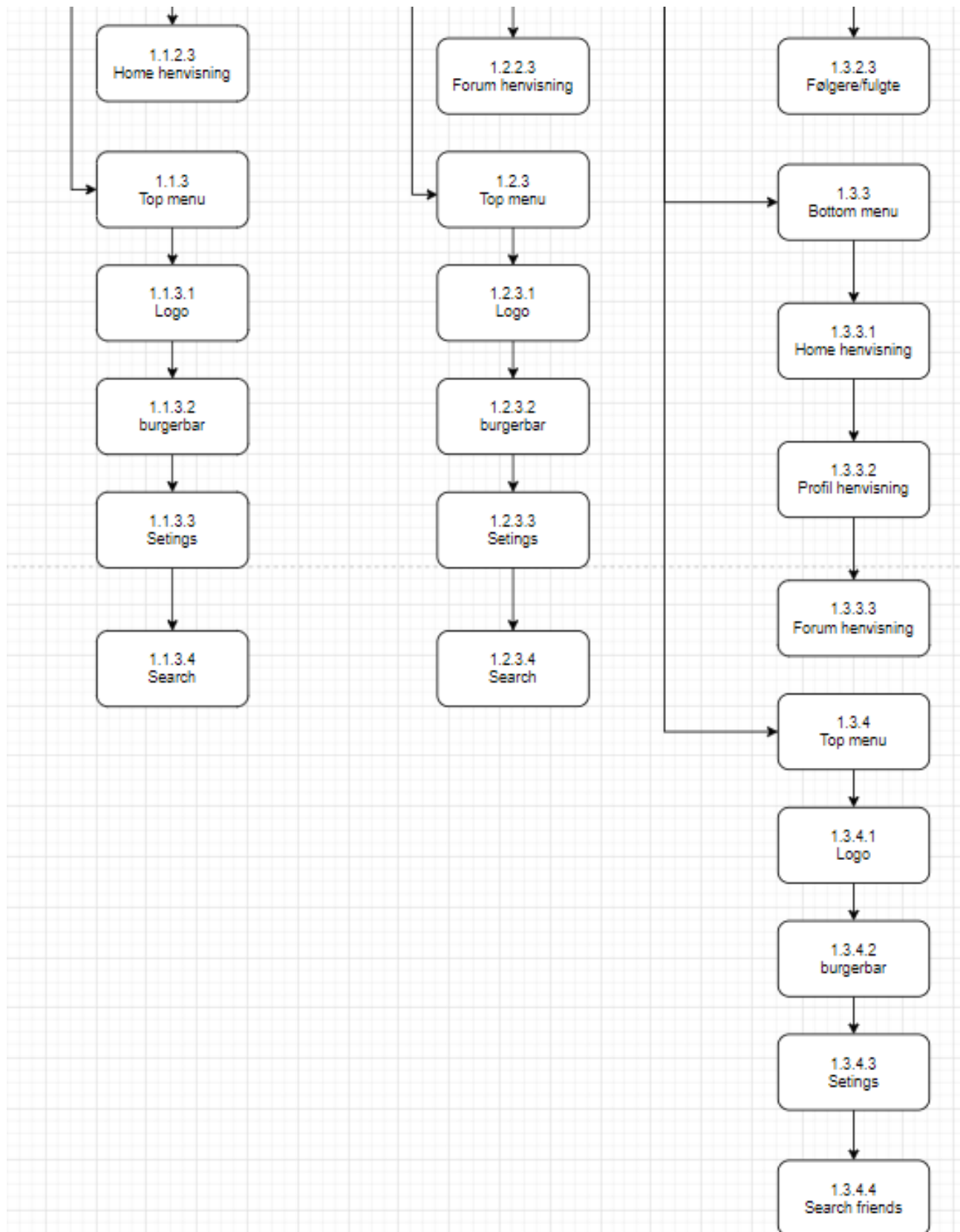
Den private kunde skal kunne ligge billeder op af den kampagne der gjort brug af, så andre kunder har mulighed for at se, og gøre brug af den her kampagne.

OBS - Objective breakdown structure

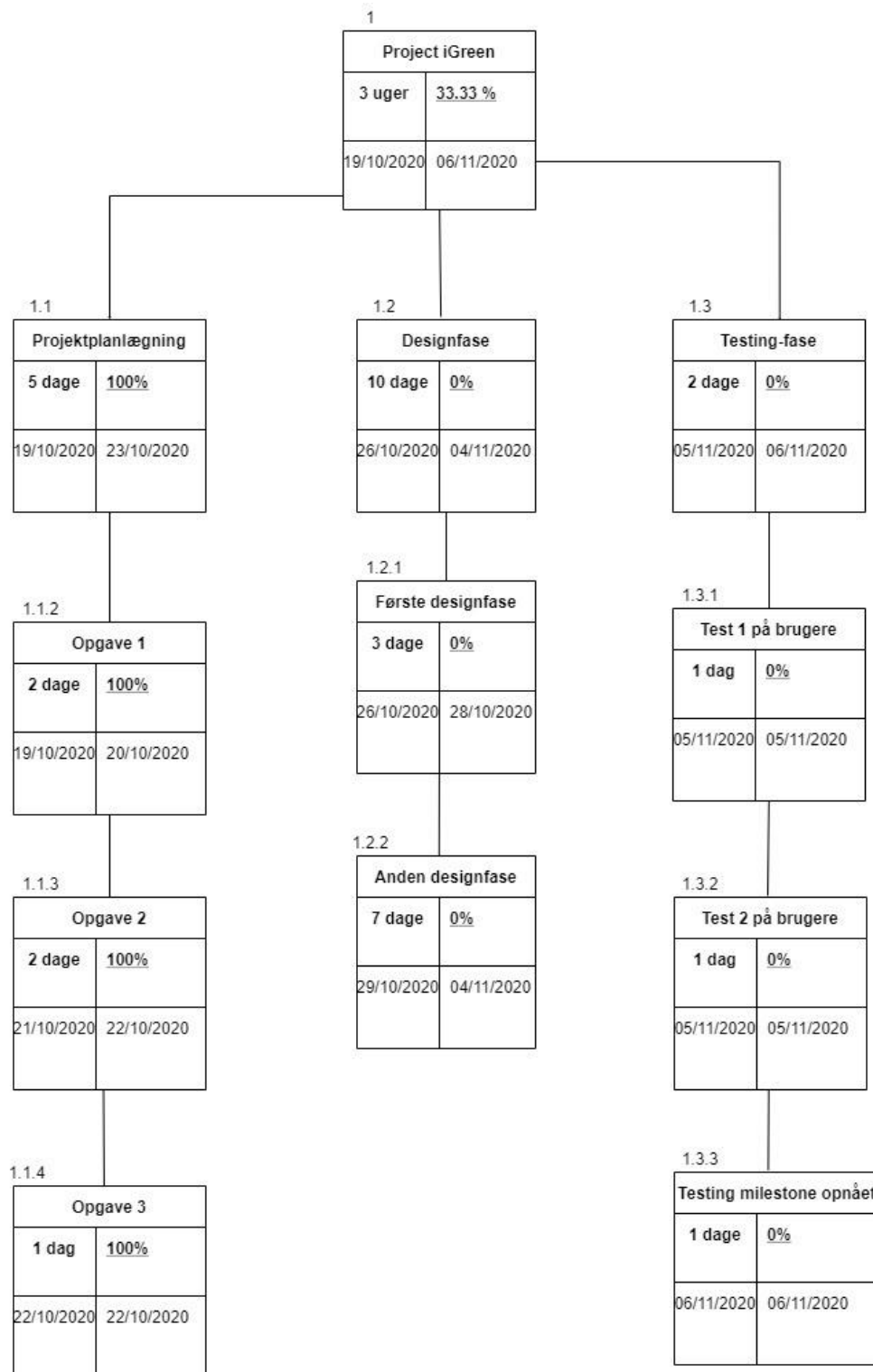


PBS - Project breakdown structure





WBS - Work breakdown structure



Interessent-analyse

Projekt: iGreen			Udfyldt af: Daniel, Kira, Magnus & Owais	Dato: 21/10/2020
Interessent	Interessentens kan opleve følgende FORDELE ved projektet	Interessentens kan opleve følgende ULEMPER ved projektet	Samlet vurdering af interessentens bidrag/position(magt) (1-10, hvor 1 = meget passivt og 10 = meget aktivt)	Håndtering af interessenten
WWF, World Wild Fund for Nature	Troværdighed, støtte, samarbejdspartnere	WWF har mange bolde i luften - ikke sikkert de kan investere så meget tid i app'en	Bidrag: 8 Position: 10	Der vil være tæt kontakt mellem WWF, ved hver scrum møde, hvis der blev sagt noget vigtigt ellers 1 gang om ugen under et sprint review.
Apple(investor)	Kapital til virksomheden, Netværk	Kan nedsætte eller afbryde deres finansiering, hvis de er utilfredse med projektet.	Bidrag: 10 Position: 5	Kontakten mellem projektlederne og Apple sker jævnligt i form af møder og mails. Dette sker i form af sprint review 1 gang om ugen.
Virksomheder der vil bidrage til en grønnere fremtid	Positiv media omtale, flere kunder	Hvis de ikke opnår nogen form for besparelse af fx CO2 udslip.	Bidrag: 9 Position: 7	Virksomhederne bliver ikke involveret i processen, men når app'en er færdig vil der blive lavet en testrunde, hvor der kan gives feedback.

App'ens brugere	Positiv omtale ved kundetilfredshed. Bliver mere bæredygtige, og er hjælper mod en grønnere verden.	Hvis kunderne ikke føler, at de får gode tilbud når de aflevere deres gamle vare.	Bidrag: 10 Position: 8	Primære brugere. Nogle kan have mulighed for at være beta-testere. Udsendelse af nyere versioner af appen vil ske forud for the final release. Feedback vil indsamles fra en håndfuld brugere
Projektledere	Indkomst, erfaring og potentielle nye stillinger og kunder.	Spild af tid hvis app'en flopper Svært at leve op til organisations krav	Bidrag: 10 Position: 6-7	Projektledere skal have overblik over alle sider af projektet
Producenter af elektronik, tøj med videre	En større genanvendelighed kan have positiv værdi	Negativ omtale da det ikke er alle som er tilhængere af genbrug. Hvis materialerne ikke er brugbare, så falder genbruget og evt. salg	Bidrag: 7 Position: 5	De vil ikke blive inddraget i projektet.
Producenter af emballage	Genbrugt materiale	Hvis materialerne ikke er brugbare, så falder genbruget og evt. salg	Bidrag: 7 Position: 5	De vil ikke blive inddraget i projektet.

Risikoanalyse

Projekt: iGreen				Udfyldt af: Owais, Kira, Magnus & Daniel	Dato: 21/10/2020
Hvad kan gå galt?	Konsekvens for projektet (1-5)	Sandsynlighed (1-5)	Risikotal (K x S)	Handlinger	
				Forebyggende	Afbødende
En del er kodningen til applikationen slettes	5	1	5	Backup i github	Overarbejde
En del af rapportskrivning slettes	5	1	5	Backup ved skrivning i f.eks. Google Docs	Overarbejde
Investorerne ønsker ikke længere at samarbejde	5	2	10	Holde god kontakt til investorerne og behandl dem kærligt	Projektet bliver ikke til noget / vi skal bruge til på at finde nye investorer
En person bliver syg i gruppen	2	4	8	Bliv hjemme og arbejd hjemmefra	Andre gruppemedlemmer smittes og tidsplanen forværres
Person møder ikke op til et møde	3	2	6	Sørger for god kontakt imellem alle medlemmer	Overarbejde/ekstra arbejde til de andre

Gantt chart

