## Interessentanalyse – Skabelon

Interessentanalysens formål er at give projektlederen og projektgruppen et overblik over personer, der har interesse i projektet. Samtidig giver analysen et overblik over, hvilke tiltag der kan iværksættes for at håndtere interessenterne bedst muligt.

Skemaet udfyldes efter følgende steps:

1. Identificer alle interessenter i projektet
2. Grupper interessenterne efter fx hvem der er vigtigst for projektet.
3. Udvælg de 5-10 vigtigste interessenter
4. Beskriv interessentens oplevede fordele og ulemper ved projektet
5. Beskrivelse af, hvordan interessenterne håndteres og hvornår. Husk at gøre det konkret

Det er en god ide at opdatere analysen med jævne mellemrum.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Projekt:  Ønskeskyen | | | | Udfyldt af:  JAMS | | Dato:  04/04/2024 |
| Interessent | Interessenten kan opleve følgende FORDELE ved projektet | Interessenten kan opleve følgende ULEMPER ved projektet | Samlet vurdering af interessentens bidrag/position | | Håndtering af interessenten | |
| Familie og venner | * Åbenhed om ens ønskeliste. * Nem at få et overblik over forskellige ønsker fra ønskeren. * Der bliver ikke købt ens gaver | * Kan føle sig presset af en stor ønskeliste men ikke vil skuffe ønskeren. | * Der er ikke et højt bidrag fra ens familie og venner udover at tilføje et fåtal af brugere. | | * Feedback af et prototypeprodukt. * Feedback generelt af et færdigt produkt. | |
| Bruger (Ønskeren) | * Kan nemt poste de vare eller services man ønsker. * Kan kategorisere sine ønsker ud fra forskellige ønske lister. | * Server fejl kan forårsage, familie eller venner ikke kan tilgå sine ønsker. * Mangler overraskelseselementet ved at få en gave. | * Brugeren ligger mellemhøjt, da de skal forstille sig at være slutbrugeren af dette projekt. De kan bidrage meget, da vi kan få feedback fra disse bruger omkring deres oplevelses. | | * Markedsføring til diverse sociale medier * Feedback fra brugerne om deres oplevelse * Markedsføring strategier. | |
| Virksomhed | * Kan nå ud til flere forbrugere. * Kan markedsføre kampagner for deres produkter. | * De kan miste kunder til deres konkurrenter hvis de deler samme reklameplads. | * Har en høj bidragsposition, for både brugerne, og projektet.   + Brugerne – De kan hjælpe forbrugeren med at finde deres produkter.   + Kan investere i vores produkt ved at købe reklameplads for deres produkter. | | * Sørge for at alle virksomheder får lige antal visninger på tværs af reklamepladserne. * Virksomhederne kan købe flere reklamepladser, men de kan ikke købe flere visninger for at gøre det mere fair. * En klar kommunikationsplan så virksomheder ved hvad de køber. På den måde undgår vi uoverensstemmelser. | |
| Investor | * En ønskeliste kan give en investor en klar forståelse af virksomhedens langsigtede mål og strategi. * Investor kan bruge ønskelisten som et redskab for at finde områder, der kan tilføre værdi for virksomheden. | * Ved uddeling af virksomhedens mål og strategi til offentlig kan skabe en forhindring for virksomheden. * Investors misforståelse for kampagnen kan skabe en uønsket vej for investor. | * De kan bidrage stort til projektet med økonomisk hjælp samt skabe et større netværk. | | * En klar kommunikationsplan - så investorer ved hvad deres investering går til. | |
| Konkurrenter | * Have en indsigt i hvordan vores hjemmeside fungerer og derfra tilpasse sig. * Lægge en plan for hvordan de kan få en større andel i markedet | * Deres kunder kan blive direkte stjålet, da vi befinder os i samme marked. | * Konkurrenterne bidrager ikke til så meget, andet end at vi kan tage inspiration fra dem. De fejl som de har været igennem, er noget som vi kan tage højde for. | | * UI og UX   + Tage adskillige test med både ekspert brugere og ikke ekspert brugere. | |