

Projectplan BuyBay



Nijmegen, oktober 2021
Sophie de Graaf, Tobias Groen & Sven Hund
Titel: Projectplan BuyBay

Studenten: Sophie de Graaf

Tobias Groen

Sven Hund

E-mail: Sophie: S.deGraaf2@student.han.nl Tobias:

Tobiaspj6@gmail.com Sven: SE.Hund@student.han.nl

Organisatie: BuyBay

Bijsterhuizen 2514D

6604 LN Wijchen

Contactpersoon: Jeannette van der Snoek

E: Jeannette.vandersnoek@buybay.com

Opleiding: Minor Smart Industry

Hogeschool Arnhem Nijmegen Laan van Scheut 10

6525 EM Nijmegen

T: 024 - 353 05 00

Datum en plek: 22-10-2021, Nijmegen

Versie: 1.0

Kans: 1.0

Bron illustraties: <https://solarimpulse.com/companies/buybay>

Inhoudsopgave

Inleiding	4
1. Achtergrond	5
1.1. Stakeholders	5
2. Projectbeschrijving	6
2.1 Onderzoeksvraag	6
2.2 Aanleiding	6
2.3 Doelstelling	6
2.4 Beoogd projectresultaat	7
2.5 Afbakening	7
3. Randvoorwaarden	8
3.1 Opleverdatum	8
3.2 Budget	8
3.3 Andere randvoorwaarden	8
4. Projectaanpak	9
4.1 Innovatiecyclus	9
4.2 Scrum onderdelen	9
5. Projectorganisatie en communicatie	11
5.1 Contactgegevens	11
5.2 Contactfrequentie	11
5.3 Kwaliteitswaarborging	12
6. Planning	13
Bibliografie	15

Inleiding

Dit document toont het Projectplan voor het project voor BuyBay. BuyBay is een

technologiebedrijf dat innoveert op het gebied van retourbeheer. Ze verwerken en verkopen retourproducten voor retailers, e-tailers, merken, distributeurs en fabrikanten. De opdrachtgevers zijn Jeannette van der Snoek (Quality Control) en John Waner (Operations Wijchen).

De aanleiding van het project komt voort uit het feit dat BuyBay niet of zo min mogelijk wil dat hun klanten verantwoordelijk zijn voor de kwaliteitscontrole van BuyBay. BuyBay heeft de wens om zelf tools in handen te hebben om de kwaliteit zo goed mogelijk te kunnen waarborgen. Het lastige hieraan is dat het om een non-batch productie omgeving gaat. Het is onmogelijk om 100% kwaliteit te kunnen waarborgen voor alle verschillende producten omdat dit simpelweg te veel tijd en middelen in beslag neemt.

Het doel van dit document is om het project vorm te geven en om inzicht te geven in wat er opgeleverd zal worden. In dit plan wordt toegelicht waarom het project uitgevoerd wordt, wie het project zal uitvoeren, welke projectmethode er toegepast gaat worden en wat het beoogde projectresultaat is. Dit document dient als richtlijn voor de projectgroep waarmee het project opgezet gaat worden. Tevens dient het als beslisdocument voor de opdrachtgever.

De opbouw van dit document is als volgt: een achtergrond omschrijving ter introductie met een beschrijving van de organisatie en de stakeholders. In het hoofdstuk Projectbeschrijving is de onderzoeksvraag, aanleiding, doelstelling, projectresultaat en afbakening beschreven. Vervolgens zijn de randvoorwaarden en de projectaanpak toegelicht. In het hoofdstuk Projectorganisatie en communicatie worden de contactgegevens en contactfrequenties gegeven. Vervolgens wordt de planning toegelicht. De geraadpleegde bronnen zijn te vinden in de bibliografie.

1.Achtergrond

BuyBay is een technologiebedrijf dat innoveert op het gebied van retourbeheer. Ze verwerken en verkopen retourproducten voor retailers, e-tailers, merken, distributeurs en fabrikanten. Door de inzet van pricing-algoritmes, software en marketplaces, zorgen zij altijd voor een match met een geschikte koper voor optimale winst. Ze voegen waarde toe aan geretourneerde producten via een geavanceerde beoordelingsproces. Met meer dan 250 medewerkers werkt BuyBay dagelijks toe naar een economie zonder afval. (Emerce, 2021)

“BuyBay helpt retailers, merken en fabrikanten om de meeste waarde te halen uit hun retouren en overstock. Het resultaat: maximale winst, minder verspilling én een duurzamere wereld.”, aldus BuyBay. (BuyBay, 2021)

De missie van BuyBay luidt als volgt: zero-waste e-commerce. Ze helpen bedrijven hun retourproducten en overstock een tweede leven te geven. Met ieder product dat BuyBay verwerkt dragen ze bij aan een circulaire economie en minder co2-uitstoot. (BuyBay, 2021)

1.1. Stakeholders

Dit zijn de stakeholders voor het project:

Buybay

John Warnar (Operations Wijchen)
Jeannette van der Snoek (Quality Control)
Afdeling Quality Assurance en Quality Control (graders)

Minor Smart Industry

Pieter Bergshoeff (Projectbegeleider)

Projectteam

Sophie de Graaf (projectleider)

Tobias Groen (projectlid)

Sven Hund (projectlid)

2. Projectbeschrijving

In dit hoofdstuk is er verder ingezoomd op de vastgestelde onderzoeksvraag voor dit project, de aanleiding voor het beginnen van dit project, de doelstelling die BuyBay heeft, het uiteindelijk beoogde projectresultaat en de afbakening. Deze onderdelen zijn belangrijke hoofdlijnen van het project om constant rekening mee te houden.

2.1 Onderzoeksvraag

Vanuit BuyBay is de volgende onderzoeksvraag vastgesteld: “Hoe kan BuyBay zijn gelimiteerde resources van Quality Assurance (QA) en Quality Control (QC) zo goed mogelijk inzetten om de kwaliteit van de aangeboden non-batch producten te waarborgen?”

Deze vastgestelde onderzoeksvraag biedt het projectteam de ruimte om binnen een bepaalde processtap/afdeling onderzoek te doen en over verschillende oplossingen na te denken. Vanuit het bedrijf is er alsnog de vrijheid om ook in eerdere of latere processtappen onderzoek te doen. Voor het projectteam is het dus erg prettig om hier rekening mee te houden en zo onderzoek te doen.

2.2 Aanleiding

De aanleiding van deze onderzoeksvraag om de kwaliteit te verbeteren komt voort uit het feit dat BuyBay niet of zo min mogelijk wil dat hun klanten verantwoordelijk zijn voor de kwaliteitscontrole van BuyBay. BuyBay heeft de wens om zelf tools in handen te hebben om de kwaliteit zo goed mogelijk te kunnen waarborgen. Het lastige hieraan is dat het een non batch productie is en het dus onmogelijk zal zijn om 100% kwaliteit te kunnen waarborgen omdat dit simpelweg te veel tijd en middelen in beslag neemt.

Bovendien is het op dit moment zo dat 14% van de producten weer retour komen, dit is in verhouding tot de 5% van Bol.com vrij hoog. (BNR Webredactie, 2020) Voor deze retouren zijn verschillende oorzaken. Het kan bijvoorbeeld zo zijn dat klanten niet door hebben gehad dat ze een tweedehands product hebben gekocht, dat de kwaliteit van het product niet overeenkomt met de omschrijving van het gekochte product of dat het product beschadigt is geraakt onderweg.

2.3 Doelstelling

De doelstelling van BuyBay is dus om beter grip te hebben op de kwaliteit en dus het aantal retouren te zien afnemen. Deze betere grip op de kwaliteit kan hem bijvoorbeeld zitten in een beter inzicht in waar de kans op fouten groter is, dat graders die de producten beoordelen meer op een lijn liggen en dus eerder dezelfde rating geven of dat de selectieprocedures van deze graders op een andere manier ingericht wordt. Hier zal verder onderzoek naar gedaan worden.

2.4 Beoogd projectresultaat

Al met al bestaat het beoogde projectresultaat van BuyBay dus uit een verbeterde kwaliteitscontrole waarin alles meer op een lijn ligt en er dus minder afwijkingen zijn. Dit kan bijvoorbeeld inhouden dat er inzicht is in welke productcategorie er vaker fouten worden gemaakt en daar dus meer controle voor zou moeten zijn.

Vervolgens wenst BuyBay met de verbeterde kwaliteitscontrole de kwaliteit van de producten te kunnen waarborgen op het moment dat de producten in stock gaan. Het beoogde projectresultaat hierbij is dat hiervoor verschillende opties/oplossingen worden aangedragen met daarbij ook een uitleg over de mogelijke implementatie. De uiteindelijke implementatie zal bij BuyBay zelf liggen.

2.5 Afbakening

Het project zal zich voornamelijk gaan focussen op het QA- en QC-proces, dit loopt vanaf het moment dat graders de producten gaan controleren tot aan het moment dat graders gecontroleerd worden en de producten met een rating op stock gaan. Hierbij is het als projectteam dus belangrijk om op dit deel te focussen maar ook vooral om eerdere of latere processtappen niet te vergeten omdat mogelijk hier ook oplossingen kunnen liggen.

3.Randvoorwaarden

Om het project binnen de gestelde tijd uit te kunnen voeren zijn er een aantal voorwaarden waarbinnen het project moet worden uitgevoerd. In dit hoofdstuk zijn de randvoorwaarden gedefinieerd voor het project.

In het kort zijn randvoorwaarden: Wie moet Wanneer, Wat, Waar, Waarom en Hoe geregeld hebben zodat het project niet in gevaar komt?

3.1 Opleverdatum

De opleverdatum voor dit project vindt plaats op 18 januari. Het project moet dus uit te voeren zijn in 11 projectweken (zie hoofdstuk 6 Planning).

3.2 Budget

Er moet rekening mee gehouden worden dat er implementatie bij dit project komt kijken. Op dit moment besteden de graders 30 uur controle per week. Kleine wijzigingen hieraan zijn mogelijk maar er is geen budget voor enorme veranderingen.

3.3 Andere randvoorwaarden

De oplossing

Het moet registreerbaar en communiceerbaar zijn. De grader moet weten wat er beter kon en wat er bijvoorbeeld daarvoor fout ging en dit moet vast te leggen zijn zodat dit aangepast kan worden.

Het kan zijn dat de tijdwinst aan de grading kant wordt ingezet aan de kwaliteitskant. Zelf moeten er wat testjes gedaan worden om een 100% controle te doen om een hele batch niet te testen en te kijken wat de verschillen zijn. Kan BuyBay zich veroorloven om bepaalde categorieën helemaal niet te testen?

Data

Er wordt gebruik gemaakt van data die in meer of mindere mate vertrouwelijk is en niet mag uitlekken.

4. Projectaanpak

In dit hoofdstuk is de projectaanpak toegelicht. Er gaat gebruik gemaakt worden van de innovatiecyclus tezamen met een aantal Scrum onderdelen. Hieronder is eerst de innovatiecyclus toegelicht.

4.1 Innovatiecyclus

De methode die gebruikt gaat worden tijdens dit project is de innovatiecyclus. De innovatiecyclus is een procesmodel dat als methode kan worden gebruikt om te komen tot innovatie. De innovatiecyclus bestaat uit 4 fasen en iedere fase bestaat uit een divergerende en convergerende stap. De methode vormt de basis voor het succesvol doorlopen van innovatieprojecten. Het is een generiek model dat raakvlakken heeft met vele andere (proces)modellen. (Avans Hogeschool, z.d.)

Problem finding

In deze innovatiecyclus fase wordt er gestart met het definiëren van het probleem en wat er anders moet. Het probleem wordt vanuit verschillende perspectieven onderzocht, door middel van verschillende research methoden. Aan het einde van deze fase zijn er een aantal onderbouwde inzichten die meegenomen worden naar de volgende fase.

Ideation

In deze innovatiecyclus fase worden de ideeën gegenereerd. Dit gebeurt grotendeels door middel van een aantal brainstormsessies. Deze ideeën geven antwoord op de probleemstelling. De fase eindigt met het bepalen van de meest kansrijke ideeën die vervolgens meegenomen worden naar de concepting fase.

Concepting

Nu worden de kansrijke ideeën uit de vorige fase doorontwikkeld en zoveel mogelijk in detail uitgewerkt. Dan wordt pas echt duidelijk welke ideeën de meeste potentie hebben. Voor het meest kansrijke idee wordt een uitgebreide business case samengesteld. Er wordt in deze business case kritisch gekeken naar de haalbaarheid van het idee.

Implementation

Vervolgens wordt de businesscase uit de vorige innovatiecyclus fase verder uitgewerkt in

een implementatieplan zodat het ook daadwerkelijk in de praktijk gebracht kan worden. Na deze fase ligt alles klaar om te starten.

4.2 Scrum onderdelen

Naast de innovatiecyclus zal er gebruik gemaakt worden van Scrum onderdelen. Er zal in dit project gewerkt worden in sprints. De verschillende fasen van de innovatiecyclus worden ingedeeld in sprints.

Tabel 1 Scrum onderdelen fasen

Innovatiecyclus fase	Sprint
Problem finding	Sprint 1 en 2
Ideation	Sprint 3
Concepting	Sprint 4
Implementation	Sprint 5

In hoofdstuk 6 Planning zijn de verschillende sprints ingedeeld over de projectweken.

5. Projectorganisatie en communicatie

In dit onderdeel ligt de focus op de projectorganisatie en communicatie. Er wordt inzicht gegeven in de contactmomenten en -frequenties met zowel de projectbegeleider als de opdrachtgever, de bijbehorende verantwoordelijkheden en de contactgegevens van alle betrokkenen.

5.1 Contactgegevens

Hieronder worden de begeleiders, opdrachtgever, projectleden en de overige contactpersonen genoemd tezamen met de contactgegevens:

- Interne begeleider
 - Pieter Bergshoeff (pieter.bergshoeff@han.nl)
- Opdrachtgever
 - Jeannette van der Snoek (Quality Control, jeannette.vandersnoek@buybay.com)
 - John Warnar (Operations Wijchen, john.warnar@buybay.com)
- Projectleden
 - Sophie de Graaf (s.degraaf2@student.han.nl)
 - Tobias Groen (tobiaspj6@gmail.com)
 - Sven Hund (se.hund@student.han.nl)
- Overige contactpersonen
 - Linda Damen (HR manager BuyBay, linda.damen@buybay.com)

5.2 Contactfrequentie

Het team vergadert onderling elke dag en neemt geregeld contact op met de opdrachtgever. Deze vergaderingen kunnen online zijn of op locatie. Minimaal één week van tevoren zullen deze vergaderingen worden ingepland. Er zal een Teams kanaal worden aangemaakt met de opdrachtgevers en projectleden. Hierin kan contact gezocht worden wanneer nodig.

De projectbegeleider wordt op de hoogte gehouden door middel van e-mails (CC in de e-mails naar de opdrachtgever). Vergaderingen met de projectbegeleider zullen minimaal één week van tevoren ingepland worden.

Inhoud van de contactmomenten:

De mogelijke zaken die worden besproken op contactmomenten worden hieronder toegelicht:

- **Gesprek met de opdrachtgever:** met de opdrachtgever wordt de stand van zaken/voortgang van het (project)team besproken. De opgeleverde producten en mogelijke verantwoordingen vanuit het projectteam worden besproken. De opdrachtgever werkt als 'Partner' mee aan het project. Dit betekent dat de opdrachtgever actief betrokken dient te worden bij het verzamelen van gegevens en het bepalen van doelstellingen.
- **Gesprek met de projectbegeleider:** de procesbegeleider is het eerste aanspreekpunt met betrekking tot zaken die gaan over: het inrichten van het project en de voortgang. Ook is de projectbegeleider te benaderen voor feedback op inhoudelijke vragen en documenten.

5.3 Kwaliteitswaarborging

Om de kwaliteit van de producten te waarborgen, zijn de volgende werkafspraken

gemaakt: ● Alle schriftelijke producten zijn doel- en doelgroepgericht geschreven. ●

Alle afbeeldingen en tabellen in een schriftelijk product hebben een bijschrift. ● Er

wordt gebruik gemaakt van betrouwbare bronnen.

○ De publicatiedatum is actueel (bronnen zijn maximaal 10 jaar oud) ○ De auteur van de bron is een autoriteit op het gebied waar de bron over gaat. ● Als een deel- of eindproduct klaar is wordt het teruggekoppeld met de opdrachtgever om dit goed te keuren en definitief te maken.

● De producten vormen een logisch geheel.

De proceskwaliteit wordt door de groepsleden zelf bewaard. Om dit te kunnen doen wordt ieder hoofdstuk/onderdeel van een document door minstens één ander teamlid beoordeeld tegen de eisen die hierboven zijn genoemd. Het onderdeel moet de dag van afronden nog worden beoordeeld.

Daarnaast is alle mondelinge communicatie, zoals online bijeenkomsten met de opdrachtgever/docententeam en presentaties, doel- en doelgroepgericht.

6.Planning

Dit hoofdstuk geeft de planning van het gehele project weer.

In dit project zal er 4 dagen per week gewerkt worden aan het project. Eén dag per week zal er worden besteed aan overige activiteiten zoals workshops of excursies.

Richtlijnen:

- De meetings met de opdrachtgever worden gehouden op:
 - 20 oktober om 12:30
 - (wordt aangevuld zodra er nieuwe afspraken zijn)
- De opdrachtgever zal wekelijks per mail of in de Teams omgeving op de hoogte gehouden worden.
- Ook zal de projectbegeleider meegenomen worden in de mails.
- De oplevering van het Projectplan staat gepland op 22 oktober.
- Het einde van het project is op 14 januari 2022.

Hieronder is een globale agenda weergegeven van de 11 projectweken. Deze zal aangevuld worden zodra er concrete producten zijn om op te leveren.

Tabel 2 Planning

	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag
Week 1 11.10- 15.10 <i>Sprint 1</i>	Start Project			Pitstop	
Week 2 18.10-22.10			Gesprek opdrachtgever		Oplevering projectplan opdrachtgever
Vakantie 25.10-29.10	Vrij	Vrij	Vrij	Vrij	Vrij
Week 3 01.11- 05.11 <i>Sprint 2</i>					
Week 4 08.11-12.11					
Week 5 15.11- 19.11 <i>Sprint 3</i>					
Week 6 22.11- 26.11					

Week 7 29.11- 03.12 <i>Sprint 4</i>					
--	--	--	--	--	--

Week 8 06.12-10.12					
Week 9 13.12- 17.12 <i>Sprint 5</i>					
Week 10 20.12-24.12					
Vakantie 27.12-31.12	Vrij	Vrij	Vrij	Vrij	Vrij
Vakantie 03.01-07.01	Vrij	Vrij	Vrij	Vrij	Vrij
Week 11 10.01-14.01					Einde Project Oplevering producten

Bibliografie

- Avans Hogeschool. (z.d.). *MOOC-INNOVATIECYCLUS*. Opgeroepen op 10 11, 2021, van <https://innovatiecyclusabc.weebly.com>
- BNR Webredactie. (2020, maart 03). *Webshops moeten zelf retourpercentages terugdringen*. Opgeroepen op oktober 22, 2021, van <https://www.bnr.nl/nieuws/economie/10403320/webshops-moeten-zelf-retourpercentage-terugdringen>
- BuyBay. (2021, 09 20). *BuyBay: Duurzame retourverwerking | a smile in return*. Opgeroepen op 10 11, 2021, van <https://www.buybay.com/nl/>
- BuyBay. (2021, 04 02). *Ons verhaal | Zero-waste e-commerce*. Opgeroepen op 10 11, 2021, van <https://www.buybay.com/nl/ons-verhaal/>
- Emerce. (2021, 09 28). *Webwinkeliers, bereid je voor op retouren rond de feestdagen*. Opgeroepen op 10 11, 2021, van <https://www.emerce.nl/wire/webwinkeliers-bereid-retouren-rond-feestdagen>