

PROJEKT:

Resan till att bli en digital tidning

FÖRSTUDIE SAMMANSTÄLLD AV:

Clara Westberg

Elin Larsson Bergvall

Emma Tufvesson

Halime Özel

Modaser Qurishi



Magasinet HITS har länge funnits i tryckt form och etablerat sig som en självklar del av sina läsares vardag. Nu tar magasinet nästa steg i sin utveckling genom att lansera en digital version.

BAKGRUND

HITS-nyheter är en nyhetstidning som länge har gått emot strömmen genom att enbart ge ut en tryckt tidning men enligt de senaste årsrapporterna/redovisningarna har man sett en nedåtgående kurva av antalet prenumeranter av tidningen. För att identifiera vad den nedåtgående trenden beror på gjorde tidningen nyligen en marknadsundersökning.

Efter att ha sammanställt resultatet var orsaken till det låga antalet prenumeranter tydlig. För hela 90% av de som svarat att de uppskattar tidningens innehåll men som trots det inte kunde tänka sig att prenumerera på tidningen var anledningen att tidningen inte fanns i en webb-baserad version. När man analyserade svaren från de medverkande i åldrarna 18-40 år hade hela 60% svarat att de aldrig läst tidningen vilket visar att man misslyckats med att nå ut till en stor grupp potentiella läsare. Anledningen till denna höga procent läsare som inte läst tidningen bedöms vara att det inte finns ett digitalt alternativ.

Efter att ha analyserat tillgänglig data har man kommit till insikt om att tidningen inte kommer att överleva om man inte inför ett digitalt alternativ som lockar fler målgrupper att vilja prenumerera på tidningen. Tidningens VD och Chefsredaktör har därför beslutat sig för att vända sig till ett företag som specialiserar sig på att utveckla IT-lösningar. Man vill att det anlitate företaget ska göra en förstudie på hur lång tid det skulle ta att utveckla en webbplats där tidningen kan publiceras och hur mycket ett sådant projekt skulle kosta.

Den digitala satsningen innebär inte bara att innehållet blir mer lättillgängligt, utan också att nya möjligheter öppnas. Med hjälp av interaktiva funktioner, modern design och en användarvänlig plattform vill HITS skapa en läsoplevelse som engagerar på ett helt nytt sätt.

BESTÄLLNING

HITS har vänt sig till vår IT-byrå för att få hjälp med att göra en förstudie kring tidsåtgång och kostnader. Vi har identifierat följande behov: Köpa in och anpassa en flipkatalog för webben, en inloggningsportal med möjligheten att starta en prenumeration, en betalösning samt så behöver innehållet i magasinet göras interaktivt.

HITS har kommunicerat att det viktigaste för dem är kvaliteten på den färdiga produkten och att de gärna ser att innehållet attraherar en yngre publik.

Avgränsningar: När den första digitala utgåvan har lanserats tar företaget över webbplatsen för vidareutveckling och förvaltning.

MÅL

Effekt mål

Öka antalet läsare med 30 procent från 3 månader efter projektets lansering.

Projekt mål

Skapa ett interaktivt magasin som finns tillgängligt på HITS hemsida.

WORK BREAKDOWN STRUCTURE

Planering

Här sätter vi oss ner med kunden för att förstå deras krav, resurser och vilken tidsram vi har att jobba med. Det är grunden för hela projektet.

Innehåll

Här samlar vi allt material som ska in i magasinet – som texter, bilder och videos. Vi ser också till att innehållet anpassas digitalt.

Design

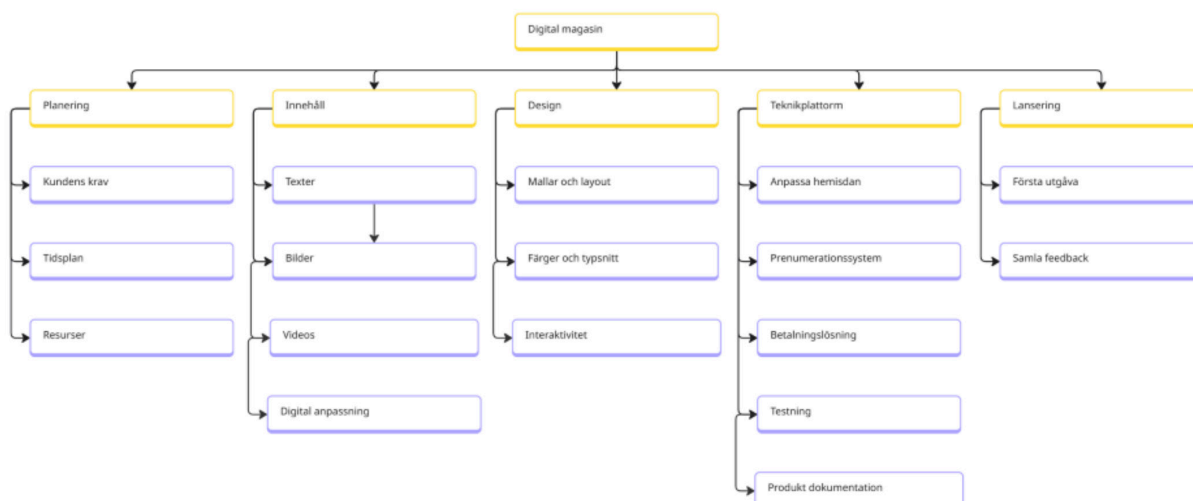
I den här delen fokuserar vi på hur magasinet ska se ut. Vi tar fram mallar, färger, typsnitt och ser till att det finns interaktiva element som gör det mer levande och modernt.

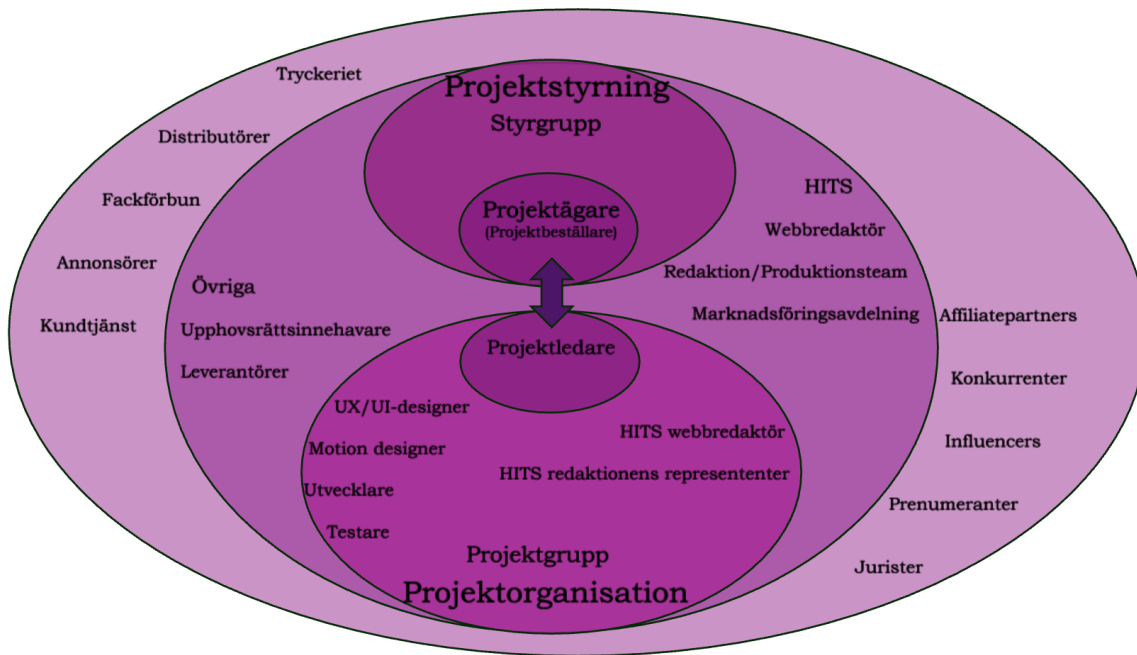
Teknikplattform

Det handlar om att bygga den tekniska lösningen: anpassa hemsidan, få på plats prenumerationssystem och betalningslösningar, samt genomföra testning innan lansering.

Lansering

Här publicerar vi den första utgåvan och samlar in feedback från användarna för att kunna förbättra magasinet framöver.





INTRESSENER

För att projektet ska lyckas nå sina mål så är det viktigt att identifiera vilka intressenterna är. För det här projektet har vi identifierat att kärnintressenterna, alltså de som kan fatta beslut om projektet, består av projektägaren, styrgruppen, projektledaren och projektgruppen – i nästa avsnitt kommer vi gå närmare in på vilka dessa är.

Primärintressenterna för projektet, alltså de som har möjlighet att påverka och blir påverkade av projektet är t ex upphovsrättsinnehavare till innehållet, leverantörer och HITS redaktionella medarbetare.

Bland sekundärintressenterna har vi bland annat identifierat annonsörer, prenumeranter och fackförbund, dvs intressenter som påverkas eller har möjlighet att påverka i liten utsträckning.

	Påverkar genom	Påverkas av
Kärnintressenter		
Projektägare/beställare HITS chefredaktör	Initierar projektet, kravställare samt den som godkänner projektet	Projektets resultat, förändrade arbetsprocesser och innehållet som publiceras
Styrgruppen – HITS chefredaktör, HITS VD, representant från Bonnier förlag	Beslutar om prioriteringar av tid, resurser och kvalitet	Kan få ökade intäkter från nya prenumeranter och annonsörer (samt minskade kostnader för tryck och distribuering på sikt)
Projektledaren	Organiserar och leder projektgruppen, samt ansvarar för att målen nås	Projektets resultat, eventuella problem.
Projektgruppen – utvecklare, UX/UI-designer, testare, HITS redaktionens representanter, HITS webbredaktör	Genomför det praktiska arbetet, tekniskt och innehåll	Får erfarenhet, lön
Primärintressenter		
HITS redaktion/produktionsteam	Skapar innehåll	Nya arbetsprocesser,
HITS webbredaktör	Hanterar publicering och uppdateringar	Nya arbetsuppgifter och verktyg
Leverantörer (IT-verktyg, plattformar, hosting, säkerhet, kreativt innehåll)	Möjliggör/begränsar digitala magasinet	Får intäkter i form av pengar samt "rykte"
HITS marknadsföringsavdelning	Promotör magasinet i tryckt och digitalt format	Får fler kanaler att kommunicera via och nya kunder att rikta sig mot
Upphovsrättsinnehavare	Kan ställa krav på hur material/ innehåll används	Påverkas av nya publiceringsformat
Sekundärintressenter		
Konkurrenter till IT-företaget	Kan påverka genom att erbjuda bättre villkor	Kan tappa kunder beroende på hur framgångsrikt projektet med HITS blir
IT-företagets marknadsföringsavdelning		Får ett nytt case att kunna använda i marknadsföringssyfte
Tryckeriet	Fortsätter trycka pappersupplagan	Kan eventuellt se minskade upplagor på sikt
Distributörer	Levererar pappersupplagan	Kan eventuellt få minskade volymer på sikt
Konkurrenter till HITS	Kan påverka strategiska beslut	Påverkas av att HITS tar andelar på ny marknad
Fackförbund	Övervakar arbetsförhållanden	Kan eventuellt behöva förhandla vissa förändringar på arbetsplatsen
Annonsörer	Krav på annonsutrymme, (innehåll?)	Utökade möjligheter till innehåll
Prenumeranter	Åsikter om användarvänlighet, innehåll, design, pris	Nytt digitalt format, utökat innehåll
HITS kundtjänst	Svarar på frågor från prenumeranter	Behöver hantera nya typer av supportärenden kopplade till digitala tidningen
Influencers	Kan påverka genom att posta positiv/negativt om HITS	Kan få fördelar vid ett eventuellt samarbete med HITS
Affiliate-partners	Kan påverka innehållet beroende på HITS behov av intäkter	Kan få ökad försäljning vid rätt exponering
HITS juridiska ombud/avdelning		Behöver hantera personuppgifter enligt GDPR
IT-företagets juridiska ombud/avdelning		Behöver ta fram avtal, hantera GDPR

ORGANISATIONSSCHEMA

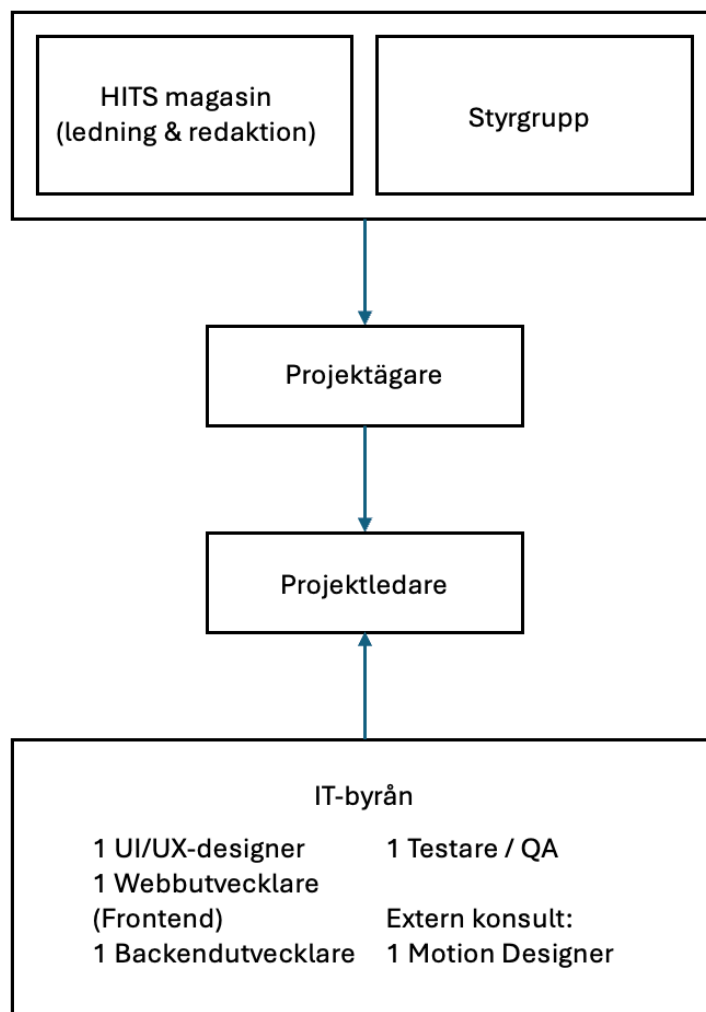
Projektet beställs och ägs av chefredaktören för HITS-magasin. Det övervakas av en styrgrupp bestående av HITS VD, en representant från ägarbolaget Bonnier Förlag och chefredaktören.

Styrgruppen, tillsammans med HITS redaktion och företagsledning, bidrar med idéer och material.

Det tekniska genomförandet ansvarar projektledaren från IT-byrån för, tillsammans med byråns representanter. En extern Motion Designer (Animatör) anlitas för projektets rörliga grafiska inslag och animationer.

Projektgruppen i IT-byrån kommer bestå av:

- 1 UI/UX-designer
- 1 Webbutvecklare (Frontend)
- 1 Backendutvecklare
- 1 Testare / QA (25%)



KOMPETENSER

IT-byrån har den kompetens som krävs för att utveckla ett digitalt magasin. Byrån är väl etablerad på marknaden och har många erfarna medarbetare. Att skapa ett digitalt magasin med interaktiva funktioner är fullt genomförbart, och kunskapen inom detta område är väl förankrad i teamet.

IT-byrån rekommenderar att anlita en extern Motion Designer (animatör) för att lyfta det digitala magasinet till toppnivå. Personen bör vara nytänkande, ha god känsla för aktuella trender och erfarenhet av att arbeta med material som tilltalar en ung målgrupp.

HITS-magasin är redan en etablerad tidning och besitter den redaktionella kompetens som behövs för att ta fram innehåll som artiklar och bilder. För att komplettera teamet planerar de att anställa en videoredigerare som huvudsakligen ska producera videomaterial kopplat till artiklarna.

MATERIAL

Den nödvändiga hårdvaran och mjukvara finns redan tillgänglig på IT-byrån. Däremot behöver en licens för systemet Flip Creator införskaffas – mjukvaran som möjliggör en "bladderfunktion" på webben.

HITS har redan en etablerad webbplats där det digitala magasinet kommer att publiceras.

BUDGET

Kostnadspost	Beskrivning	Belopp (SEK)/månad	Tidsåtgång i månader	Belopp (SEK)/Hela projektet
Personal-kostnader				
Projektledare		66 000 kr	4	264000,00
UI/UX-designer	Design av gränssnitt och användarupplevelse	66 000 kr	2,5	165000,00
Motion Designer / Animatör (konsult 50%)	Interaktiva element, rörlig grafik	40 000 kr	2,5	100000,00
Frontend-utvecklare	Bygger magasinets gränssnitt	74 000 kr	2,5	185000,00
Backend-utvecklare	Databas, inloggning, prenumeration	80 000 kr	2,5	200000,00
Testare / QA (25%)	Testar funktionalitet och kvalitet	16000	2,5	40000,00
Summa Personal-kostnader				954000,00
Licenser/verktyg				
Flip-katalogsystem	Programvara för bläddringsfunktion	2000 kr	2,5	5000,00
Webbutvecklingsverktyg	Licenser, ev. ramverk	2000 kr	2,5	5000,00
Summa Licenser/verktyg				10000,00
Infrastruktur				
Webbhotell / server	Hosting av webbplats och magasin	2000 kr	2,5	5000,00
Summa Infrastruktur				5000,00
Projektstyrning/Overhead	5% av personalkostnaderna			
Planerings-verktyg				
Dokumentation				
Summa				47700,00
Reserv / buffert	10% totalen			101670,00
Kostnad för projektet	20% av totalen			223674,00
				Summa: 1 342 044
				Avrundat 1 350 000

TIDSPLAN

Projektet planeras att ta 4 månader att genomföra. Vårt IT-bolag har redan anställda som fyller nästan alla rollerna i projektgruppen: Backendutvecklare, webbutvecklare, UX-designers, testare och admin. En person saknas i detta projektteam, vilket är en animatör som behöver komma in mot slutet av projektet.

Grov tidsplanering:

Planeringsfas 4 veckor: kravspecifikation, bestämma budget, skapatidschema, sprintar, bestämma projektroller, söka konsult animatör.

Genomförande 10 veckor:

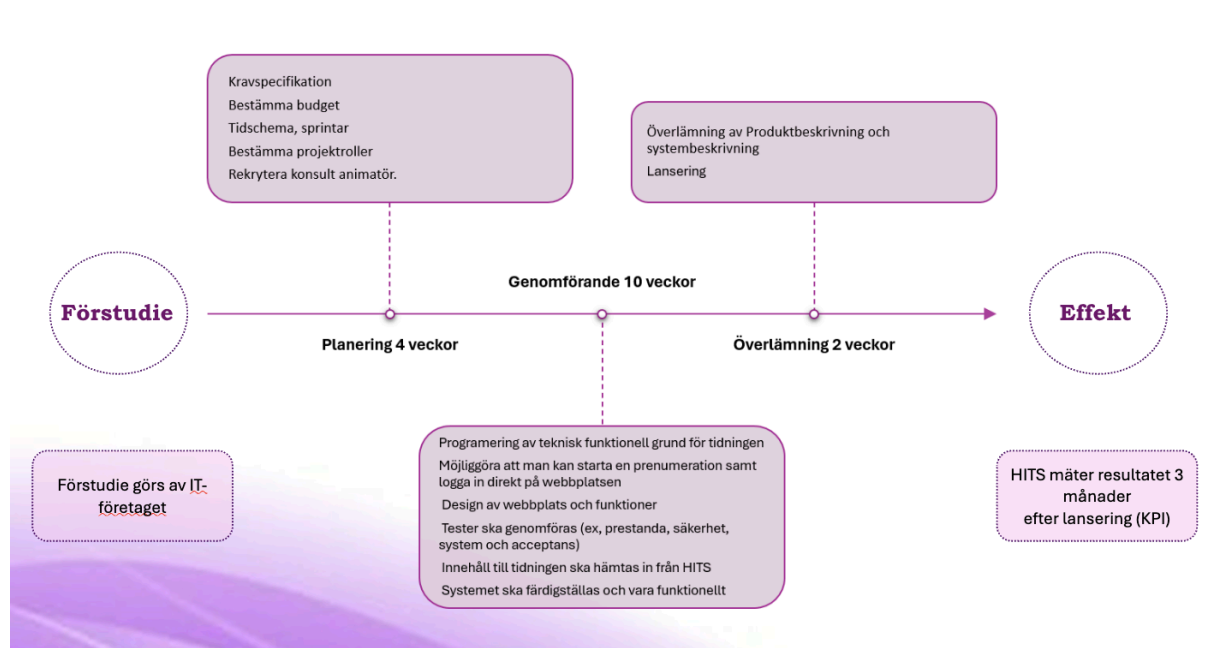
Den tekniska funktionella grunden till magasinet programmeras, webbsidan ska designas, material från HITS ska läggas in, programmet ska testas. Programmet ska färdigställas och vara funktionellt idenna fas.

Överlämning 2 veckor:

Marginal för att eventuella ändringar och förbättringar behöver göras. Överlämning av produktbeskrivning och systembeskrivning. Det digitala magasinet ska bli helt klart och redo för lansering.

Efter vecka 16 vid XX datum lanseras magasinet.

(3 månader efter lansering ska HITS göra en KPI rapport)



SWOT

S – Styrkor i nuläget

- Trogna läsare
- Redan känt varumärke
- Hög kompetens inom området
- Goda tekniska kunskaper i projektgruppen
- Goda kunskaper om tidningsutgivning i projektgruppen
- Erfaren projektledare

W – Svagheter i nuläget

- Saknas digital utgåva av tidningen
- Svårt att nå ut till nya läsare (framförallt den yngre generationen som uppskattar det digitala och lättillgängliga)
- Saknas teknisk kompetens hos tidningen
- "Gamla nyheter". Nyheter kan bli inaktuella innan tidningen har tryckts
- Ingen möjlighet interaktivt innehåll (video, ljud, länkar, poddar osv)
- Ingen möjlighet till statistik (vilka artiklar som är mest lästa osv)
- Tappar annonsörer (till digitala alternativ)
- Otydliga krav och kommunikation mellan parterna
- Viss kompetens saknas (motion designer, video redigerare)

O – Möjligheter med digital magasin

- Mer aktuella nyheter – med digital utgåva (socialt)
- Nå en större målgrupp (ekonomiskt)
- Nya prenumeranter (ekonomiskt)
- Ökade intäkter genom reklamannonser och sponsrat innehåll (ekonomiskt)
- Kunna skapa digitala arkiv (teknik, molntjänster)
- Mindre pappersförbrukning mindre distribution, mindre miljöpåverkan (Miljö)
- Möjlighet till statistik (vilka artiklar som är mest lästa osv) (teknik)
- Möjlighet till interaktivt innehåll (teknik)

T – Hot med digital magasin

- Andra magasin på marknaden erbjuder bättre villkor (ekonomiskt)
- Kundtapp (om digital tjänst inte utvecklas) Även äldre generationer blir mer digitala (Ekonomiskt)
- Lagändringar i lagar rörande press- och yttrandefrihet (Politik)
- Teknisk sårbarhet- Driftstopp, attacker osv (Teknik)
- Snabb teknikutveckling -kräver ständig uppdatering (Teknik)
- Felaktig hantering som inte uppfyller lagkrav (ex gdpr) (Lagar, regler)
- Prenumerationsmotstånd (läsare förväntar sig gratis innehåll) (Socialt, ekonomiskt)
- Olaglig nedladdning och spridning av magasinet. 12 ft ladder (gå runt betolväggar)
- Upphovsrättsligt (Teknik, lagar)
- Tryckeriet som får trycka färre exemplar av tidningen (ekonomiskt)
- Fysisk tidning får högre tryckkostnad pga minskad volym (ekonomiskt)
- Lagförändring gällande tillgänglighet (politiskt)

MINIRISKANALYS

Resurserna räcker inte till. Exempelvis tar projektet mer arbetstimmar än planerat pga tekniska problem, sämre kvalitet eller dyrare.

Sannolikhet: 3 | Konsekvens: 3 | Risk värde: 9

HITS arbete med innehåll såsom bilder och text blir försenat, svårare med att tima relevant innehåll.

Sannolikhet: 3 | Konsekvens: 3 | Risk värde: 9

Vi hittar ingen lämplig konsult.

Sannolikhet: 2 | Konsekvens: 3 | Risk värde: 6

Bristande kommunikation mellan oss och HITS. Kan ske om HITS har andra projekt på g samtidigt som vårt. Bör sätta upp tidsatta möten ofta.

Sannolikhet: 3 | Konsekvens: 2 | Risk värde: 6

Bristande kontroller och utvärderingar. Kodproblem, debugging som missats pga bristande kontroller. Sådant som missas länge kan dra ut på tiden för att fixa

Sannolikhet: 1 | Konsekvens: 3 | Risk värde: 3

Riskhändelse	S	K	RV
Resurser räcker inte till.	3	3	9
HITS arbete med att ta fram magasinets innehåll blir försenat	3	3	9
Hittar ingen lämplig konsult	2	3	6
Bristande kommunikation mellan oss och HITS.	3	2	6
Bristande kontroller och utvärderingar.	1	3	3

QRT

Då HITS magasin vill göra ett genombrott på marknaden genom att lansera ett interaktivt magasin som tilltalar en ung målgrupp och lockar nya läsare, bör KVALITÉN alltid ha högsta prioritet.

BEDÖMNING / REKOMMENDATION

Efter genomförd förstudie är vår bedömning att projektet kan genomföras med mycket god kvalité och liten tidsåtgång mot en rimlig kostnad. Effektmålet bör kunna uppnås tre månader efter genomförd lansering och utvecklingen kommer på sikt att gynna magasinet ekonomiskt. Vår rekommendation är därför att köra igång med projektet genom att gå över till planeringsfasen.

TACK!