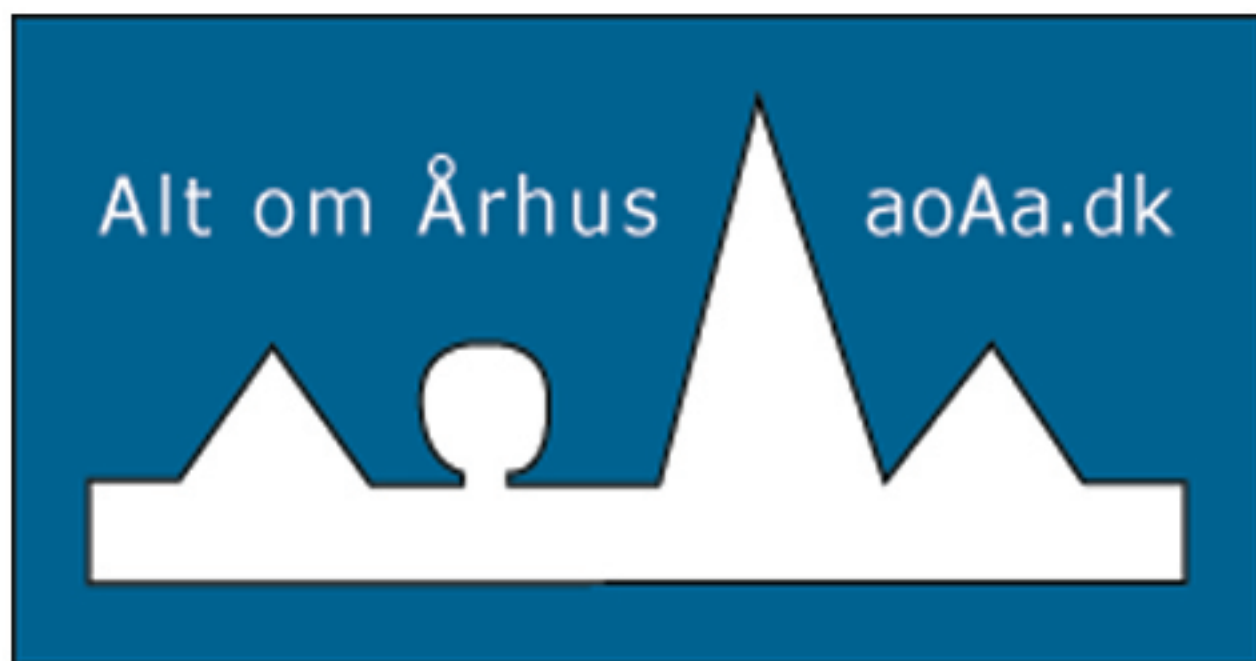


# Projektplan

for



Udarbejdet af:

Christoffer Gad & Henrik C. Obel

Februar 2005

## **Indhold**

<b>2</b>	<b>Indledning</b>
<b>3</b>	<b>Fremgangsmåder</b>
<b>6</b>	<b>Project Charter</b>
<b>7</b>	<b>Work breakdown structure</b>
<b>9</b>	<b>Milepælsplan</b>
<b>10</b>	<b>Omkostningsvurdering</b>
<b>11</b>	<b>Basisbudget</b>
<b>14</b>	<b>Tidsplan og ansvarsområder</b>
<b>15</b>	<b>Risikostyringsplan</b>
<b>15</b>	<b>Plan for styring af omfang og indhold</b>
<b>16</b>	<b>Risikohåndteringsplan</b>
<b>17</b>	<b>Plan for kvalitetsstyring</b>
<b>18</b>	<b>Plan for styring af kommunikation</b>
<b>19</b>	<b>Dokumenthåndteringspolitik</b>
<b>21</b>	<b>Struktur til projektdrev</b>
<b>23</b>	<b>Standardmødedagsorden</b>
<b>24</b>	<b>Supplerende oplysninger</b>
<b>24</b>	<b>Kvalitetspolitik &amp; værdigrundlag for Alt om Århus</b>
<b>25</b>	<b>Produktbeskrivelse</b>
<b>27</b>	<b>Interessentanalyse</b>
<b>28</b>	<b>Målhieraki</b>
<b>29</b>	<b>Afrunding</b>

## Indledning

### Idégrundlaget for Alt om Århus

Denne projektplan er udarbejdet som led i projektlederuddannelsen hos Softadvice, foråret 2005.

Til grund for dette projekt, og planen derfor, ligger idéen om udvikling af en webside, der leverer et nyskabende, forbrugerorienteret og informativt produkt, med en gennemgående kvalitetspolitik på alle plan. Idéen er opstået på baggrund af registreringen af en trend i tiden, som omhandler det, man kan kalde: 'den politiske forbruger'. Denne forbruger vægter kvalitet i de fleste af livets dimensioner, og har derfor særlige behov for at identificere sine muligheder for at handle kritisk og kræsent i forhold til indkøbsmuligheder, kulturtilbud mv. At den kritiske bruger og dennes behov er til stede bevidnes ved den succes, som websiden *Alt om København* ([www.aok.dk](http://www.aok.dk)) har. Denne side er da også i en vis udstrækning inspirationskilde for *Alt om Århus*.

Projektet ventes at kunne gennemføres ved udarbejdelse af en redaktionel linie samt en relationel database, der giver rige muligheder for avancerede søgninger på tværs af data. Websiden bliver en gratis service for borgere med særlig interesse for produktkvalitet, købsoplevelser og forbrugerforhold, og er dermed også et vindue for kvalitetsorienterede virksomheder i Århus-området. Websiden forventes, at kunne blive finansieret ved forskellige former for reklamer på sitet.

Alt om Århus' kvalitetstilbud vil bl.a. omfatte restauranter og butikker, der formår at differentiere sig fra det øvrige århusianske marked mht. kvalitet og "oplevelse". I denne sammenhæng afgør Alt om Århus' redaktionelle og kvalitetspolitiske linie, hvem der vil kunne blive eksponeret på websiden.

Denne plan er udarbejdet på baggrund af værktøjer og processer, som er beskrevet i Projektledelsens Grundbegreber (PMBOK Guide 2000). Planens formål er at fungere som et praktisk redskab og at skabe de bedste betingelser for realiseringen af projektet.

Projektets initiativtager, projektleder og -ejer er Henrik Obel (HO). Herudover deltager Thomas Eske Holm (TE) som databaseansvarlig projektmedarbejder.



## Fremgangsmåder

I udarbejdelsen af denne projektplan har vi prioriteret mellem de planlægningssprocesser og værktøjer som PMBOK GUIDE 2000 rummer. I prioriteringen har vi taget hensyn til projektets særlige karakteristika angående omfang og indhold, økonomi, tidshorisont og bemanning.

Vi har vægtet følgende elementer:

- **Målhierarki:** Denne model illustrerer sammenhænge mellem projekts mål og delmål. Dette fungerer som input til produktbeskrivelse, Project Charter og WBS.
- **Project Charter:** Dette dokument definerer projektets formål, mål, delmål, succeskriterier og forudsætninger for projektets gennemførelse.
- **Produktbeskrivelse:** Da projektet er et udviklingsprojekt var det nødvendigt at uddybe grundlæggende karakteristika ved det endelige produkt på baggrund af Charter og målhierarki.
- **WBS:** Illustrerer de aktiviteter, som projektet kan opdeles i og som har konkrete leverancer, på det niveau hvor ledelse vil blive praktiseret
- **Netværksdiagram:** Illustrerer relationer mellem aktiviteter identificeret i WBS i forhold til tid.
- **Tidsestimering:** Tidsestimering på de enkelte aktiviteter fungerer som input til udarbejdelse af tidsplan.
- **Interessentanalyse:** Identificerer aktører med forskellig grad af interesse i og indflydelse på gennemførelse af projektet og mulige foranstaltninger i forhold til dette.
- **Tidsplan inklusive rolle & ansvarsfordeling:** Denne plan skaber overblik over, hvad der skal gøres af hvem og hvornår.
- **Milepælsplan:** Tydeliggørelse af hvornår centrale leverancer forfalder i projektets livscyklus
- **Omkostningsestimering:** Giver et skønsmæssig billede af de enkelte aktiviteter omkostninger og andre projektudgifter. Fungerer som input til basisbudgettet.

- Basisbudget: Giver et skøn over projektudgifter over tid, og kan fungere som et element i vurdering af projektets fremdrift.
- Plan for risikostyring: Beskriver metoder til risikoidentificering og -håndtering, hvornår risikostyringsprocessen vil blive udført. Ansvarsfordeling, rapportering og sporingsredskaber fastlægges.
- Risikoidentificering: Fungerer som input til risikohåndteringsplan.
- Plan for risikohåndtering: Fastlæggelse af hvem, hvordan og hvornår i forhold til håndtering af de identificerede risici.
- Plan for Kvalitetsstyring: Fastlæggelse af hvem, hvordan, hvornår og hvorfor i forhold til kvalitetsstyring for både proces og produkt.
  - o Kvalitetspolitik: Definition af projektets grundlæggende kvalitetsstandard gældende for både proces og produkt.
- Plan for Kommunikationsstyring. Omfatter tidsmæssig planlægning af interne møder og retningslinier for både intern og ekstern kommunikation.
  - o Dokumentationshåndteringspolitik: Beskriver hvilke dokumenttyper, der vil optræde i projektets livscyklus, og hvordan de håndteres.
  - o Forslag til strukturering af projektdrev. Forslag til elektronisk lagring, strukturering og arkivering af projektdokumentation.
  - o Standarddagsorden: Udarbejdet på baggrund af input fra de andre processer.
- Plan for styring af omfang og indhold: Beskriver hvordan ændringer og forventede ændringer i omfang og indhold håndteres og hvem der har ansvar derfor.

I den senere fremlæggelse af vores refleksioner over processen med at udarbejde projektplanen vil vi uddybe, hvordan enkeltelementer har interageret og påvirket hinanden indbyrdes.

Herunder følger en liste over fravalg af elementer, som vi mener, kræver begrundelse og en kort argumentation for deres fravalg.

- Scope Statement er næsten identisk med charter p. gr. a. at projektejer er den samme som projektleder.
- Human Ressource management er dels på grund af ovenfor nævnte

interessentsammenfald (PE og PL) og dels på grund af bemandingens begrænsede omfang (2 pers.) udeladt. En egentlig bemandingsplan er ikke udfærdiget, men hvem der har hvilken rolle/ansvar fremgår dog af Tidsplanen.

- Organisationsdiagram for en lille virksomhed med to projektdeltagere på frivillig basis er overkill.
- Styring af indkøbsaftaler er unødvendig i dette projekt, da behovet for indkøb begrænser sig til køb af nogle få softwareprodukter. I denne forbindelse indhentes der selvfølgelig markedets billigste priser.
- Plan for styring af omkostninger er fravalgt fordi projektets omkostninger primært er begrænset til overskuelige engangsudgifter i starten samt enkelte driftsomkostninger - bl.a. telefon. Der er ingen lønudgifter – hverken internt eller eksternt.

## Project Charter

Project charter nr. 1	Projekt navn Alt om Århus	Projekt nr. 1	Project Manager Christopher Gad Henrik Obel
--------------------------	------------------------------	------------------	---

**Formål:** Opfylde behovet for en kvalitetsorienteret oplevelsesguide for bevidste forbrugere i Århus.

**Løsning:** Udvikling af Website der opfylder ovennævnte behov

**Delmål:** a) Formulering af redaktionel linie

- b) Analyse og indsamling af data
- c) Databasedesign
- d) Web design
- e) Launch
- f) Markedsintroduktion og brugsanalyse

**Succeskriterier:** I den sidste måned evalueres sitet i forhold til:

- a) Ramme X antal unikke dagligt besøgende gennemsnitligt over måneden.
- b) Tilfredshedsundersøgelse (poll)  
75%+ af alle besøgende er tilfredse eller bedre
- c) Salg af X antal fremhævede reklamer, som giver overskud nok til videreudvikling

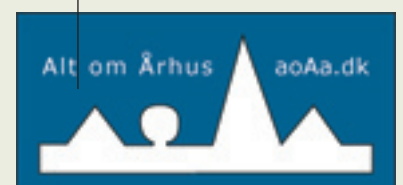
**Forudsætninger, risici, og forhindringer:**

Projektet er bemandedet med to personer, som forudsættes at kunne deltage i hele projektfasen. Dette indebærer en risiko for projektets tidsestimater.

En anden risiko som er forbundet med tid er, at projektet forsøger at ramme en aktuel tendens og et behov, hvor den moderne Århusianer er en kvalitetsbevidst og oplevelsesorienteret forbruger.

Da ovenstående er en klar tendens i tiden er truslen for konkurrence til stede.

Udarbejdet af: Christopher Gad Henrik Obel	Dato: 9.02.05	Godkendt af:	Dato:
--	------------------	--------------	-------





WBS



**Integration**

Integration af  
software  
komponenter

Test af integreret  
produkt

Vælge web host

Test på ekstern  
server

**Kommunikation**

Søge ekspertråd

Udarbejdelse af  
kommunikations  
strategi

Præsentations  
materiale

Opsøgende salg

Pressekontakt

Nyhedsbrev

Projektmøder

**Launch**

Premiere

Party

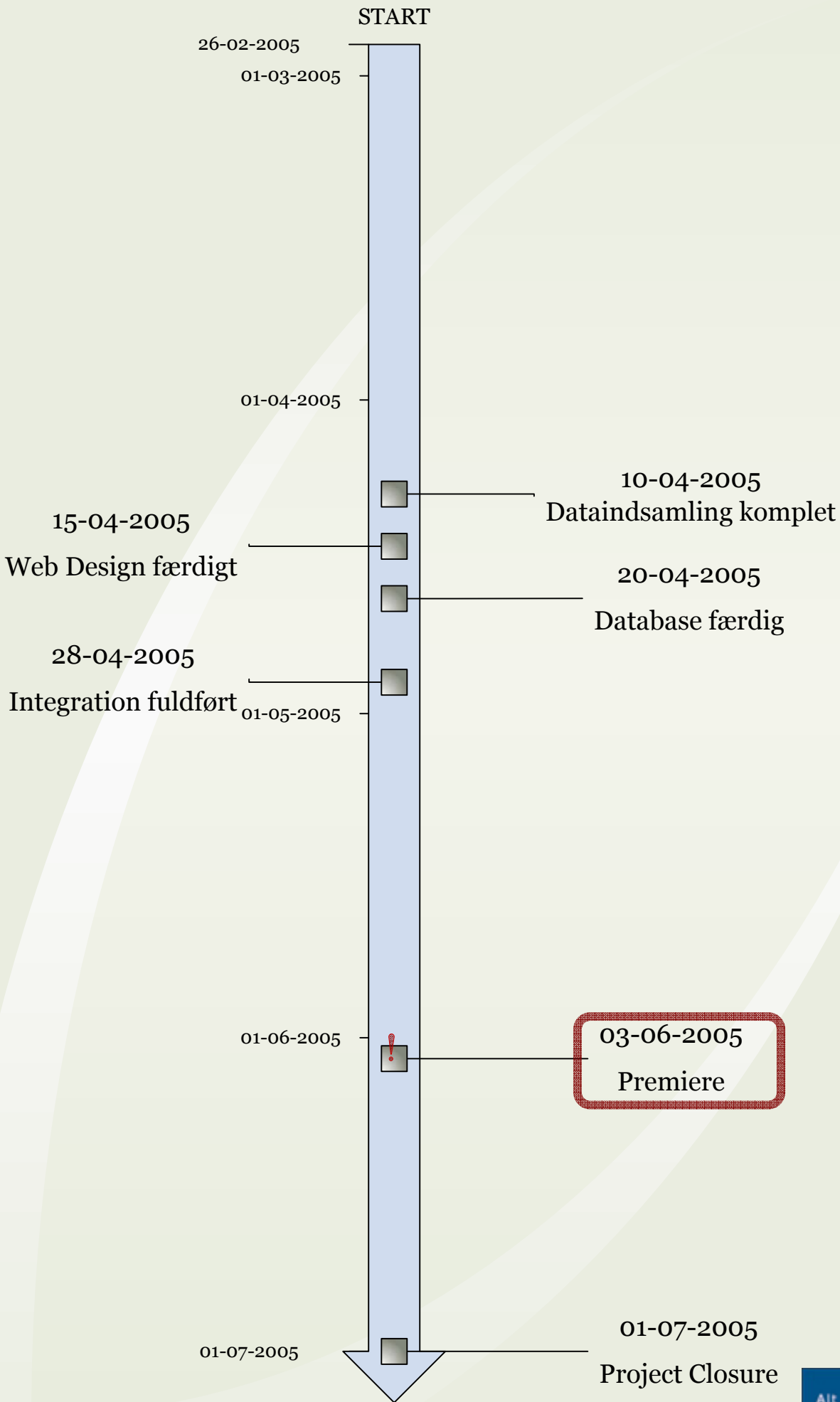
**Evaluering**

Måling på hits

Brugertilfredsheds  
undersøgelse

Måling på  
annoncesalg

Afrundingsmøde



# Omkostningsvurdering V.1 15.02.05

For perioden 26.02.05-1.07.05

Udgifter	Drift	Indtægter	stk pris	antal	i alt for perioden
<b>Domænereg. Oprettelse</b>	99	<b>Startkapital</b>	5000	1	5000
<b>Domæne årligt</b>	69	<b>Tekstreklamer</b>	40	30	1200
<b>Webhotel oprettelse</b>	99	<b>billedreklamer</b>	120	12	1440
<b>Webhotel abb./md.</b>	69	<b>Links til egne HP</b>	80	25	2000
<b>MS SQL Developer ed. 2000</b>	449	<b>Design Our site</b>	1500	3	4500
<b>Adobe Design Collection</b>	2500	<b>Abb Our site</b>	500	3	1500
<b>MacroMedia Homesite</b>	861				
<b>Præsentationsmateriale</b>	800				
<b>Launch party (variabel)</b>	1500				
<b>Telefon</b>	1500				
<b>Mødeudgifter ugentligt</b>	50				
<b>Manualer</b>	800				
<b>Startkapital ud</b>	5000				
<b>Udgifter i alt</b>	<b>14682,25</b>	<b>i alt</b>			<b>15640</b>
	<b>Balance</b>				<b>957,75</b>

**Etableringsomkostninger**

fra 26-02-05 til 01-07-2005

**Månedlige udgifter**

		Projektperi- oden
Webhotel abb.	69	276
Telefon	500	2000
Mødeudgifter	200	800
<b>i alt</b>	<b>769</b>	

**Engangsudgifter**

Domænerereg. Oprettelse  
 Webhotel oprettelse  
 MS SQL Developer ed. 2000  
 Adobe Design Collection  
 MacroMedia Homesite  
 Manualer  
 Domæne abb.  
 Præsentationsmateriale  
 Launch party (variabel)  
 Startkapital ud

**Forfalder**

26. February 2005 99,00  
 26. February 2005 99,00  
 26. February 2005 449,00  
 26. February 2005 2500,00  
 26. February 2005 861,00  
 26. February 2005 800,00  
 26. February 2005 69,00  
 5. May 2005 800,00  
 29. May 2005 1500,00  
 1. July 2005 5000,00

**i alt****15253,00**

## Månedlige indtægter

### 31.5.05

	stk pris	antal	i alt
Tekstreklamer	40	15	600
billedreklamer	120	6	720
Links til egne HP	80	13	1040
Design Our site	1500	1	1500
Abb Our site	500	1	500
i alt			4360

### 30.06.05

	stk pris	antal	i alt
Tekstreklamer	40	30	1200
billedreklamer	120	12	1440
Links til egne HP	80	25	2000
Design Our site	1500	3	4500
Abb Our site	500	3	1500
i alt			10640

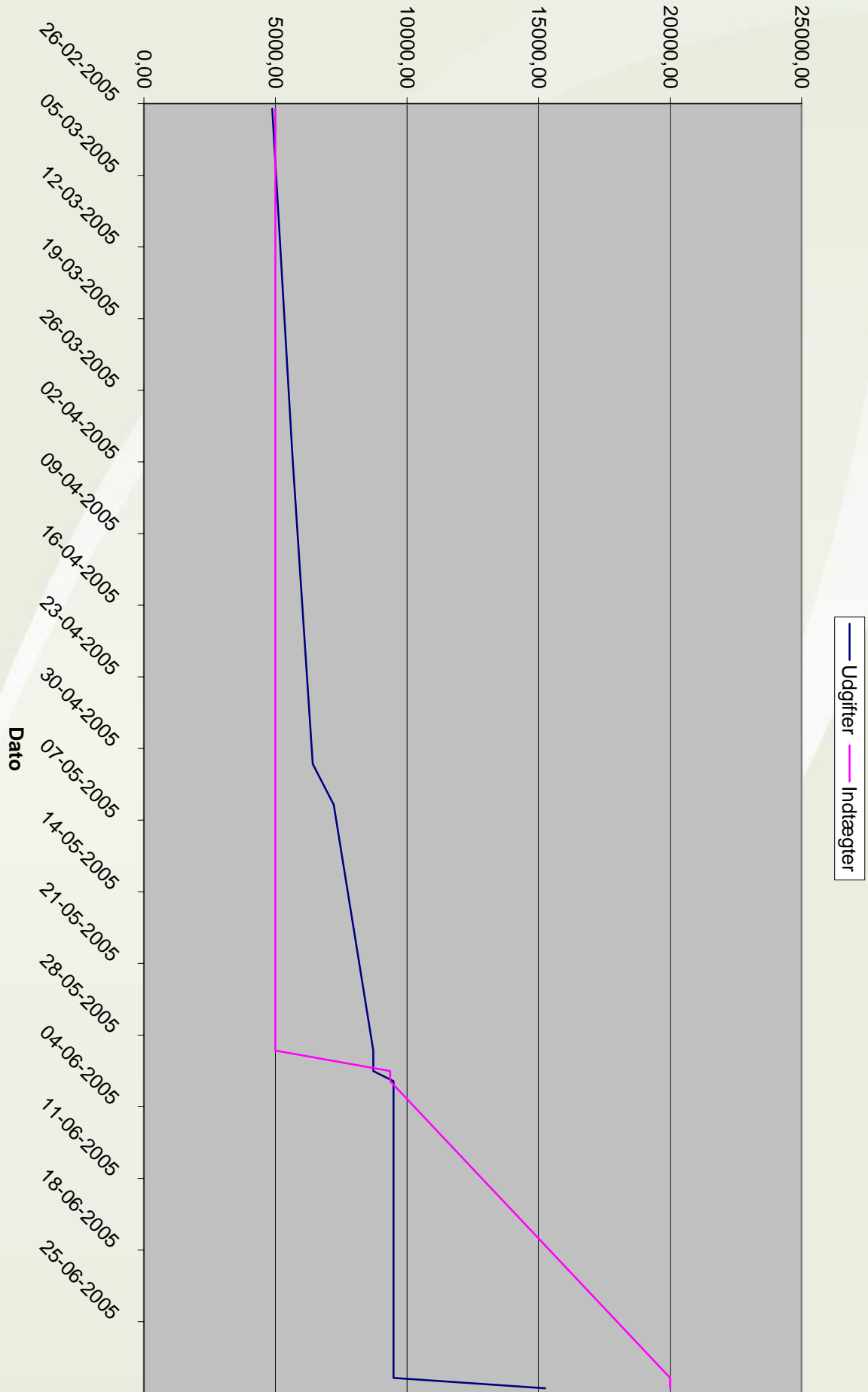
Engangsindtægter

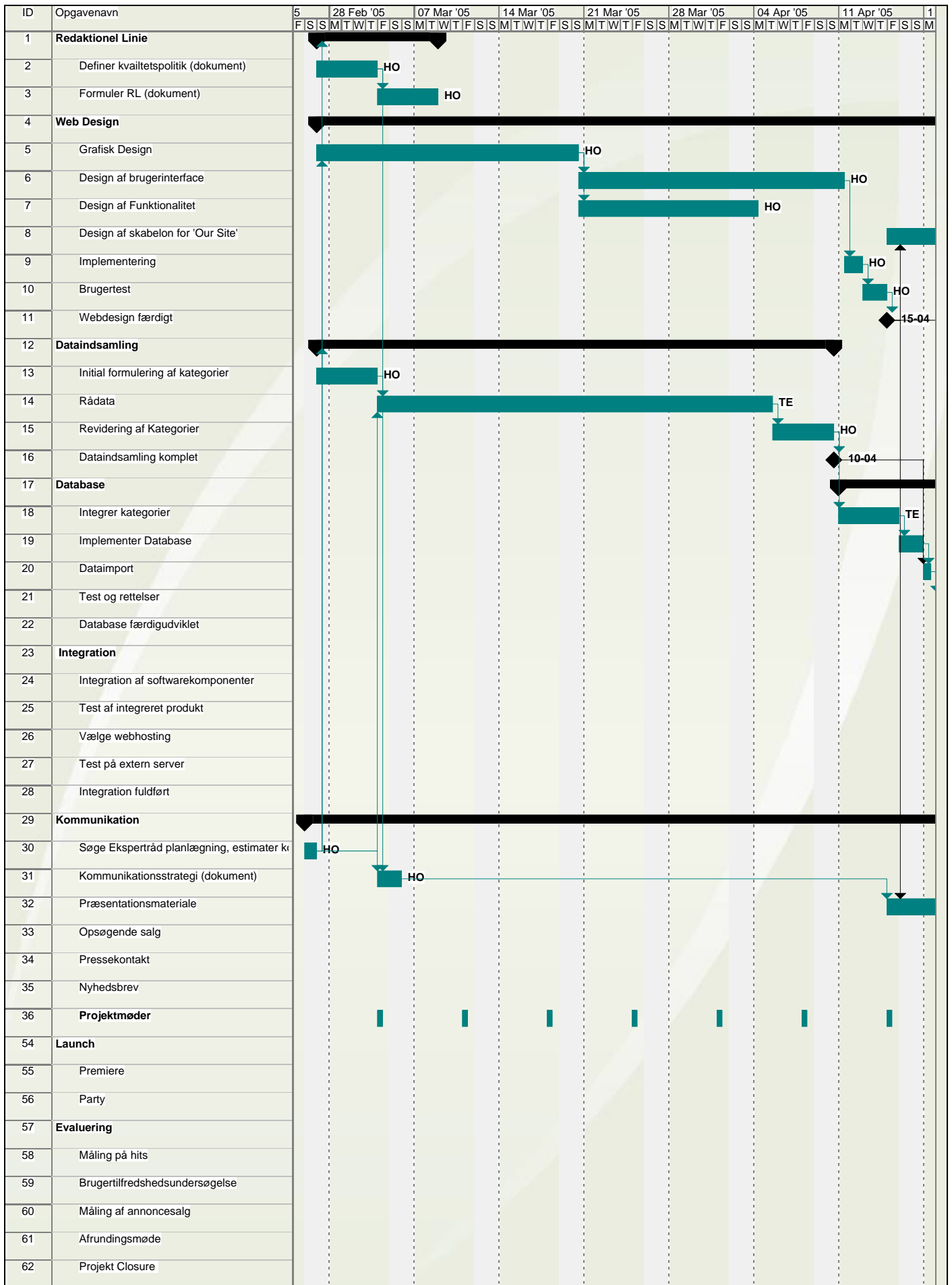
26.02.05

Startkapital 5000

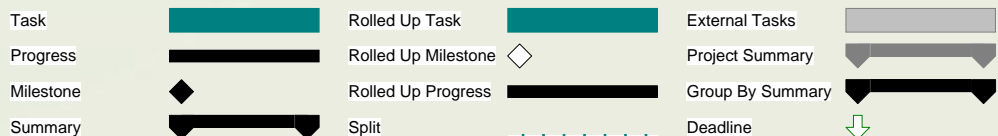
**Indtægter ialt 20000**

### Akummuleret værdi

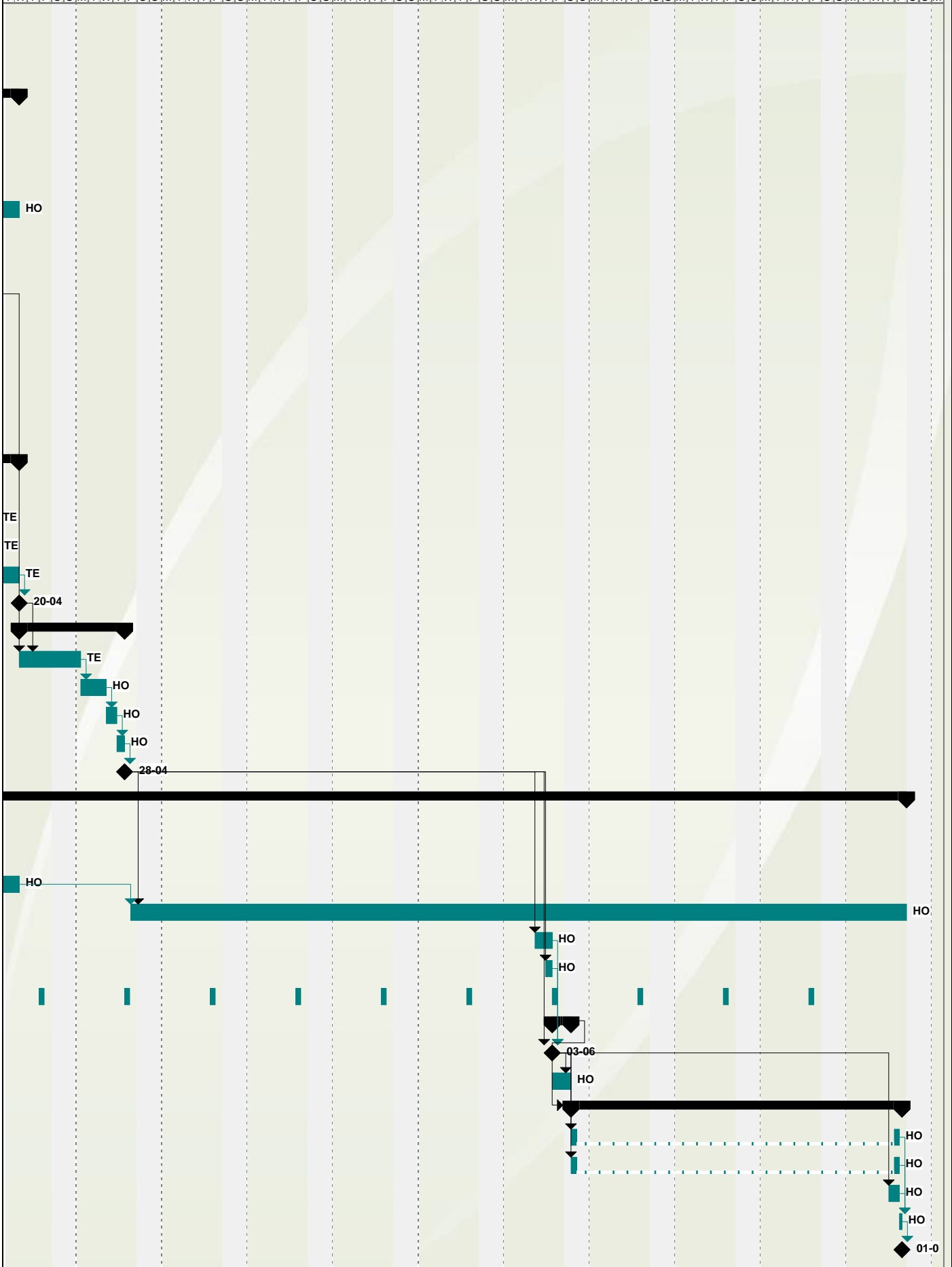




Projekt: WBS  
 Dato: Tue 22-02-05



Apr '05	25 Apr '05	02 May '05	09 May '05	16 May '05	23 May '05	30 May '05	06 Jun '05	13 Jun '05	20 Jun '05	27 Jun '05	0
T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M T W T F S S	M



Projekt: WBS  
 Datum: Tue 22-02-05

Task		Rolled Up Task		External Tasks	
Progress		Rolled Up Milestone		Project Summary	
Milestone		Rolled Up Progress		Group By Summary	
Summary		Split		Deadline	



## Risikostyringsplan

Risici bliver et fast punkt på de ugentlige statusmøder.

Metoder til bedømmelse og tolkning vil være en kombination af brainstorm og evt inddragelse af ekstern konsulentbistand (ulønnet)

Risikohåndteringsplanen revurderes, hvis den identificerede risiko indtræffer eller forandres.

Ved milepæle vurderes risikobilledet for projektet grundigt og revideres eventuelt på baggrund af opsamlede erfaringer.

Henrik Obel har ansvaret for disse punkter udføres.

Beslutninger nedfældes i mødenotater, der fungerer som input til revidering af risikohåndteringsplanen. Desuden tilføjes væsentlige ændringer i erfaringslog.

Sporing af ændringer er håndteret i dokumenthåndteringspolitik.

## Plan for styring af omfang og indhold

Projektets planlagte omfang og indhold kan påvirkes af flere faktorer:

- Frafald i bemanning. Dette er et følsomt punkt, idet projektarbejdet er fordelt på bare to ulønnede personer. Denne ændring kan håndteres ved at slække på funktionalitet, omfang af databasen eller øge arbejdstiden for tilbageblivende.
- Funktionalitets Creep. Dette er et typisk problem for IT-udviklingsprojekter. Dette håndteres ved fra starten at fastlægge præcis hvilken funktionalitet, der skal være på et velfungerende site også på længere sigt. Ændringsønsker vil blive nøje vurderet i forhold til tidsplanen. Indføres som et fast punkt på standard mødedagsorden
- Ændringsønsker (fra annoncører, brugere) vil vurderes nøje i forhold til projektets øvrige styringsplaners gennemførelse.
- Idet PL vurderer, at der ikke bør ændres væsentligt på tidsplanen (særligt på baggrund af risikoanalysen) er omfang og indhold et område, hvor det forudses, at der eventuelt må ændres, hvis projektets gennemførelse kommer under pres.

## Risikohåndteringsplan 14-02-2005

Risikoidentificering	Sandsynlighed	Konsekvens	Prioritet	Advarselsflag	Reaktion	Konkret handling	Hvem	Hvornår	Resterende risiko
Medarbejdertab	midde	stor	høj	jobsamtale	accept	Overarbejde Ekstra bemanding	HO	Når det sker	Konkurrencevne svækket Revideret tidsplan/ Kvalitetstab på produktet: Database/søgemulighed er
Konkurrerende produkt på marked	lille	stor	høj	Rygter/reklamer	mindste	Fremskynde launch Revidere omfang og indhold	HO	Advarselsflaget vejrer	Kvalitetstab på produktet: Database/søgemulighed er
Tendensforandring	lille	mellem	lille	Nyhedsformidling /konkurrenters status	mindste	Korriger koncept og kvalitetspolitik	HO	Advarselsflaget vejrer	Mulighed for omstilling og differentiering
Uerfarenhed kan medføre flere uforudsete hændelser	stor	Lille- stor	høj	hændelsen	mindste	Søge ekspertråd	TE	Nu	
Mangel på marked	lille	stor	lille	Manglende interesse	mindste	Brugeraanalyse og tilretning	HO	Efter launch	
Knaphed i medarbejder ressourcer	midde	stor	midde	Overskridelser af tidsplan	accept	Overarbejde ekstrabemanning	TE	Når det sker	Revideret tidsplan
Mangel på Medarbejderkvalifikationer :	Midde	Stor	Høj	Tidlige overskridelser af planer	Eliminere	Søge ekspertråd Revidere estimater	HO & TE	Nu	Revideret planer
1) Estimeringsvne									
2) Salg/marketing	Midde	Midde	Midde	Mangel på salg/besøg	Mindste	Ekspertråd+tilkald assistance	HO	Ved advarselsflag	Dækningsbidrag udebliver
3) Teknisk kunnen	Midde	Stor	Høj	Tekniske hurdler	eliminere	Tilkalde assistance	TE	Ved advarselsflag	Sandsynlighed for gentagelse af risiko
Fejltestimering af tidsforbrug på dataindsamling	lille	mellem	lille	Data utilstrækkelige op mod milepæl	Eliminere	Overarbejde Revidere omfang og indhold	TE	Ved advarselsflag	Skred i tidsplan kvalitetsforringelse
IT: 1) Feature Creep	lille	mellem	lille	Vedblivende snak om funktionalitet	eliminere	Funktionalitetsbeskrivel se	HO	05.04.05	tidsplanskred
2) kompatibilitet	lille	Høj	Høj	Tekniske vanskeligheder	eliminere	ekspertåd	TE	NU	Flere tekniske vanskeligheder
Kvalitetspolitik ikke markedstilsvarende	lille	høj	høj	Manglende annoncører / brugere	mindste	Tilpasse/redefinere politikken	HO	Ved advarselsflag	Manglende økonomiskdækning

## Alt om Århus: Plan for kvalitetsstyring V.1 15.02.05

ID	Hvordan	Hvem	Hvornår	Hvorfor
<b>Proces</b>				
Kommunikationspolitik	Intern dialog	HO	Ugentlige møde	Sikre opfyldelse af mål og ansvarsfordeling i forhold til både eksternt og intern kommunikation
Målbevidsthed	Evaluering	HO	Ugentlige møde	Sikre opfyldelse af kvalitetspolitikken & RL
Samarbejde	Intern dialog	HO	Ugentlige møde	Forbygge misforståelser, konflikt og effektivisere
Definition arbejdsopgaver	Fælles kalender & dialog om kvalitetspolitikken indflydelse på arbejdstider og samkøring af kalender	HO	Ugentlige møder	Koordinering af arbejdsopgaver og tidsforbrug.
Definition arbejdstider				
Proces i sin helhed	Intern dialog	HO	Afrundingsmøde	Erfaringsopsamling
<b>Produkt</b>				
	Generelt: intern Opfølgning, sparring	HO	Ugentlige møder	Sikring af produktet lever op til kvalitetspolitik og produktbeskrivelse
Web design	Brugertest ift. kvalitetspolitik	HO	Ved planlagt brugertest	Interface og funktionalitet skal leve op til kvalitetspolitik
Database	Intern test ift. kvalitetspolitik	TE	Ved planlagt test	Database skal leve op til kvalitetspolitik
Integreret produkt	Test med brugere	TE & HO	Ved planlagt test	Produktet skal leve op til kvalitets politik & krav formuleret i produktbeskrivelsen
Søsat produkt	Brugertilfredshedsundersøgelse Annoncør tilfredshed	HO	I evalueringsfasen	Sikring overensstemmelse mellem kvalitetspolitikken og annoncørernes/ Brugernes opfattelse af produktet som kvalitet

## Plan for styring af kommunikation

Mellem den 5/3-05 og den 10/3-05 formuleres Alt om Århus' redaktionelle linie og overordnede Kommunikationsstrategi. Disse to formulerede retningslinier vil herefter ligge som centrale projektdokumenter, som projektdeltagerne overordnet skal styre efter og referere til.

### Intern kommunikation:

- Ugentlige møder fungerer som løbende statusrapportering. HO er ordstyrer ved møder.
- Ved hver milepæl aflægges rapport/analyse for fremdrift, tidsstatus og integration.
- Fremlæggelse af statusrapporter sker på tryk (handout) samt elektronisk.
- Projektdeltagerne benytter fælles koordineret kalender.
- Al kommunikation lagres i dokumenthåndteringssystemet.

### Ekstern kommunikation:

- Kommunikation til eksterne interessenter (se interessentanalyse):
  - (For-)brugere: Den redaktionelle linie er primært henvendt til brugere af sitet. Den redaktionelle linie skal signaleres klart til brugerne af sitet. Skrivestilen er nyhedsformidlingens og en uformel henvendelsesform i et aktivt sprog.
  - Kunder/annoncører: Den redaktionelle linie skal signaleres klart til kunderne. Sproget skal være aktivt og tilpas uformelt – uden at virke useriøst.
- Al ekstern kommunikation lagres i dokumenthåndteringssystemet.
- Præsentationsmateriale og ekstern handelskorrespondance skal følge redaktionens retningslinier for sprogbrug, layout og generel kvalitet.

## Dokumenthåndteringspolitik

Alle dokumenter lagres elektronisk på projektdrev.

### Proces

A) Dokumenter som er foranderlige arbejdsdokumenter i forhold til deres specifikationer, men kun må ændres af HO, og hvor tidligere versioner er låste.

- Plan for styring af kommunikation
- Risikohåndteringsplan
- Tidsplan (inkluderende ansvarsområder)
- Plan for kvalitetsstyring

B) Dokumenter som er låste kun finde i en version.

- Projekt Charter
- Standard for Mødedagsorden
- Statusrapport
- Korrespondance
- Basisbudget

C) Dokumenter, som i selve projektfasen kun findes i en version, men kan revurderes i særlige tilfælde kun af HO, og gamle versioner er i så tilfælde låst.

- Milepælsplan
- Dokumenthåndteringspolitik
- Kvalitetspolitik
- Redaktionel linie
- Plan for risikostyring
- Interessentanalyse
- WBS

D) Dynamiske dokumenter

- Løbende Regnskab (HO)
- Kunderegister (HO & TE)

- Fælles kalender inklusive to-do-lister (HO & TE)
- Erfaringslog (HO & TE)

## Produkt

A) Dokumenter, som er låste: når de er færdige, kan ændres i særlige tilfælde

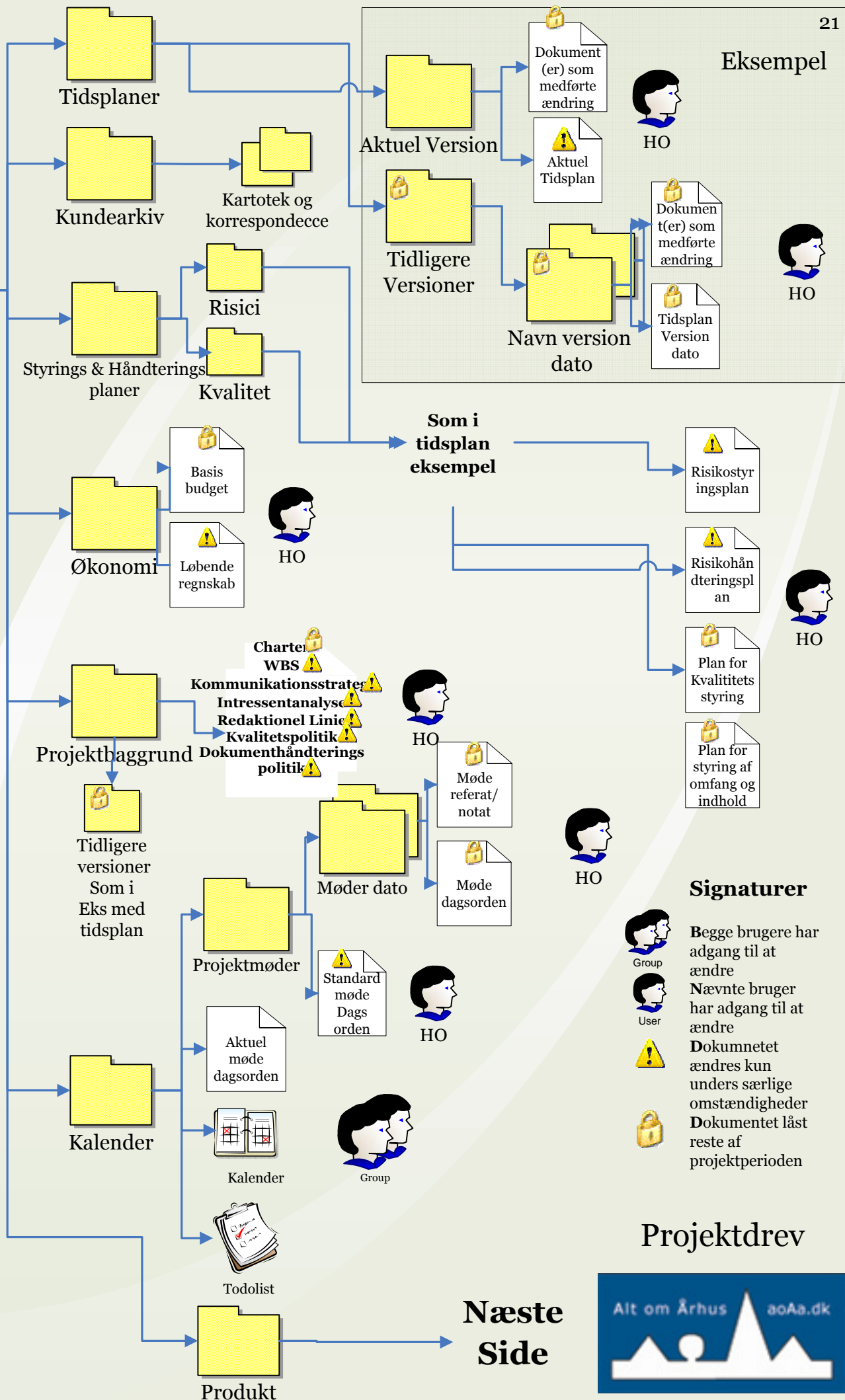
- Produktbeskrivelse
- Tekniske standarder og specifikationer
- Opdateret produktbeskrivelse

Dynamiske Dokumenter (selve produktet) hvor gamle dokumenter backupperes:

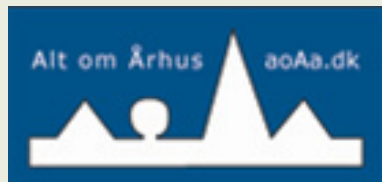
- ASP-sider, gemmes tre eksemplarer bagud og Backupperes (TE & HO)
- Database gemmes tre eksemplarer bagud og Backupperes (TE)

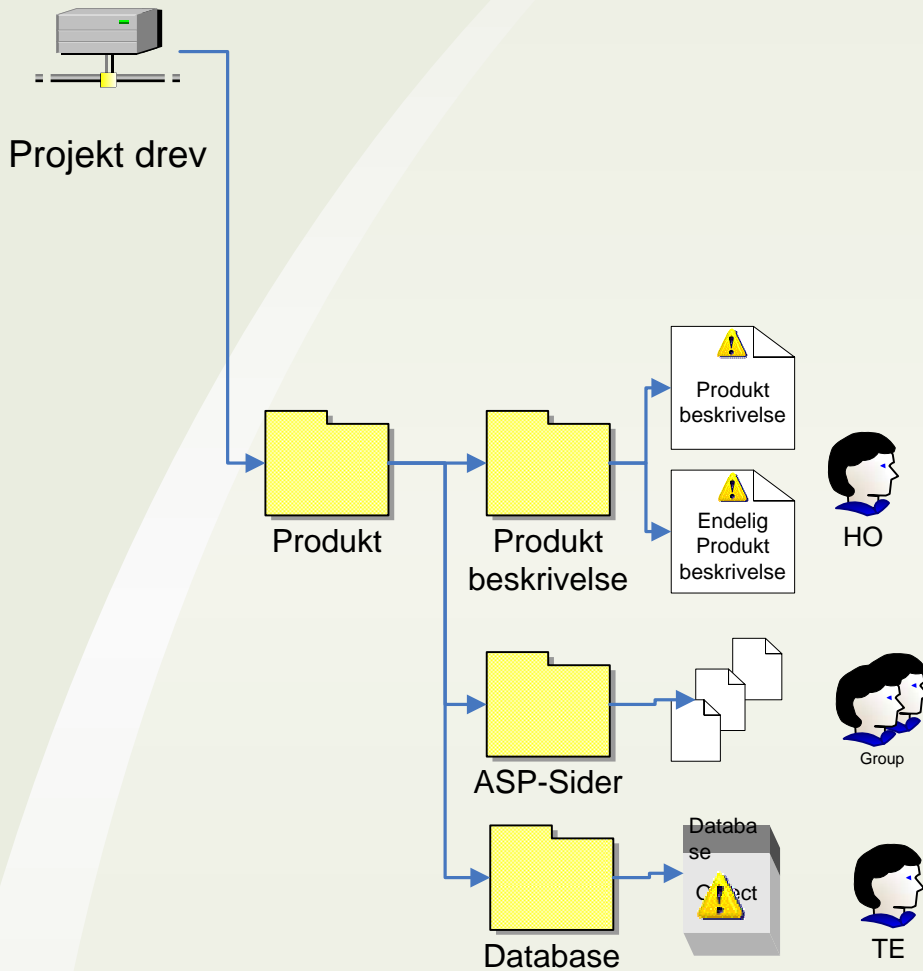
# Eksempel

Projekt drev



Næste Side





**Back up af  
produkt drevet  
løbende i tre  
foregående  
versioner**

**Hele drevet  
backes up hver  
uge**

Projekt drev



## Standardmødedagsorden

- Progression og tidsplan
- Fælles kalender
- To-do-list
- Omfang og indhold
  - ændringsønsker
- Risikohåndtering
- Review på kvalitetspolitik

## Supplerende oplysninger

### Kvalitetspolitik & værdigrundlag for Alt om Århus

Alt om Århus arbejder ud fra en fast kvalitetsbevidst redaktionel linie. Denne linie er efter bedste evne afstemt efter tidens - og den moderne forbrugers - høje krav til varers og købsoplevelses-kvalitet.

Forbrugeren i dag vil have indflydelse ikke bare på varesortimentet, men også på hvordan varen er produceret og hvor og hvordan den sælges. Dette sker via aktive valg og især fravalg på baggrund af blandt andet kvalitetsmæssige, emotionelle/etiske hensyn. Med udgangspunkt heri er Alt om Århus' webside et forsøg på at dække et udækket behov for en lokal Århus-guide, som er kvalitets- og forbrugerorienteret.

**Kvalitetskriterierne** er som nævnt ovenfor defineret ud fra hensyn til produktkvalitet og gode købsoplevelser. Alt om Århus' redaktionelle linie tilstræber at være *den kritiske forbruger*, der ikke sluger hvad som helst, og som værdsætter behagelig betjening og velvalgte varer - i originale omgivelser. Denne linie bestræber Alt om Århus sig også på, afspejler sig i websitets design, udvalg af data og informationer samt i vores kommercielle produkter.

**Redaktionen agerer smagsdommer i alle forhold.** Udgangspunktet er et krav om kvalitet på alle plan. Dette udelukker selvsagt discountkæder, grillbarer, tankstationer m.fl., som ikke formår at skille sig positivt ud på markedet – at differentiere sig kvalitetsmæssigt.

**Kvalitetskriterier gælder som gennemgående retningslinie i organisationens arbejde, men særligt i forhold til:**

- Annoncørapplikanter – hvem *kan* annoncere på Alt om Århus? (vurderet ud fra kvalitetspolitik)
- Webdesign – Design skal signalere kvalitet
- Datainput – Data er valgt ud fra kvalitets politikken og der er derfor foretaget endnu flere fravalg end tilvalg.
- Reklamemuligheder – Reklamer på Alt om Århus skal stilmæssigt leve op til kvalitetspolitikken.
- CMS-løsning - Design af virksomheders hjemmeside (OurSites) skal tilsvare Alt om Århus' øvrige kvalitet.

## Supplerende oplysninger

### Intern kvalitetsstyring og -håndtering:

- Ugentlige møder skal holde teamets deltagere på kvalitetssporet i forhold til den kvalitetspolitiske redaktionelle linie.
- Afrundingsmøde samler op på projekterfaringer og giver inddata til den fortsatte opretholdelse og opdatering af den kvalitetspolitiske redaktionelle linie.
- Test af websitets og databasens funktionsdygtighed.

### Ekstern kvalitetetsvurdering:

- Polls til måling af brugertilfredshed på sitet.
- Kundefeedback på produkter.
- Markedsundersøgelse mht. produkters aktualitet, behovsdækning og efterspørgsel.
- Brugertest af design, navigation og funktionalitet.

### Produktbeskrivelse

Formålet er, at skabe en webside, der leverer et nyskabende, forbrugerorienteret og informativt produkt, hvor Alt om Århus' kvalitetspolitik er gennemgående på alle plan.

Websiden er programmeret som en ASP-side – en dynamisk hjemmeside, der ”selv” refererer og opdaterer i forhold til den bagvedliggende database. Denne dynamik giver også muligheden for, at sidens brugere vil kunne interagere med sitet og selv uploade tekst og billeder, logge på og i begrænset omfang redigere.

Websidens **søgefunktion** er baseret på en **database**, der indeholder en bred selektion (på baggrund af Alt om Århus' kvalitetskriterier/-plan) af kvalitetstilbud fra Århus og omegn. SQL-databasen er relationel hvilket vil sige, at **brugernes søgekriterier kan varieres og forfines**, således at der i én og samme søgning både kan søges på f.eks.: St. torv; restaurant <and> bring selv vin; fiskehandel; bøger. *Resultatet bliver en liste over restauranter i en given radius fra St. Torv (8000 C), hvor man både får en god oplevelse mht. bogkøb og frisk fisk og hvor man må medbringe sin egen kvalitetsvin til aftenens restaurantbesøg.* Alt om Århus' kvalitetstilbud omfatter bl.a. restauranter og butikker, der formår at differentiere sig fra det øvrige århusianske marked mht. kvalitet og ”oplevelse”.



## Supplerende oplysninger

I denne sammenhæng vil **Alt om Århus' redaktionelle og kvalitetspolitiske linie** være afgørende for hvem, der vil blive eksponeret på websiden.

Alt om Århus's webside er en **gratis service** for borgere og turister med særlig interesse for produktkvalitet, købsoplevelser og forbrugerforhold.

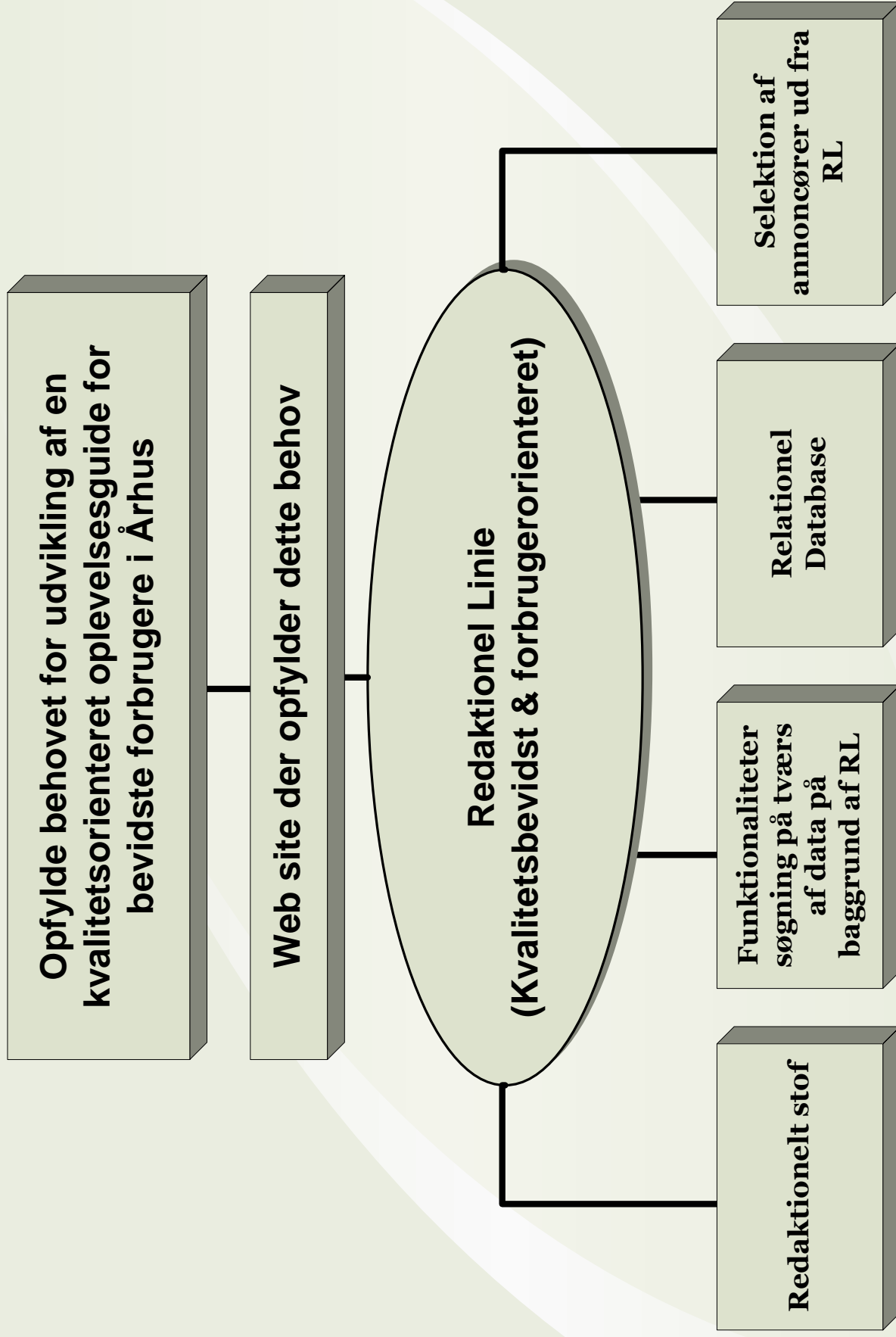
Alt om Århus er også en mulighed for kvalitetsorienterede virksomheder i Århusområdet for, at blive eksponeret via **reklamer** netop på grundlag af *virksomhedens* kvalitetsbevidste indstilling og fremtoning (som kan godtages på baggrund af Alt om Århus' kvalitetspolitik). Desuden vil Alt om Århus sælge erhvervskunder **direct-link-løsninger** til deres eksisterende hjemmeside fra Alt om Århus' site eller at **Alt om Århus designer og vedligeholder virksomhedens hjemmeside – en CMS-løsning ("OurSite")** i stilfuldt design.

Ovennævnte eksponeringstilbud er **Alt om Århus' kommercielle og økonomiske grundlag** og er derfor vitalt for sitets fortsatte udviklingsmuligheder.

## Supplerende oplysninger

### Interessentanalyse

Projektets interessenter	Roller i / bidrag til projektet	Interessentens betydning for projektet (skala 1-5)	Interessenternes succeskriterier	Mulige foranstaltninger
Henrik Obel	Projektejer, Projektmedarb., PL, redaktør, web- & grafisk designer	5	Projektets kvalitetspolitik er gennemgående	
Thomas E. Holm	Projektmedarbejder, databaseadm. & programmør	5	Mange besøgende på siden. Brugertilfredshed med database.	
Annoncører/ kunder	Økonomi	4	Størst mulig eksponering	Markedsføring
(For)brugere - primært i Århus	Kritik, respons og ibrugtagning	4	En webside, der leverer et nyskabende, forbrugervenligt og troværdigt prod.	Markedsføring
Turist/turisterh.v.	Kritik, respons og ibrugtagning	2	Informativ webside	Markedsføring
Konkurrenter	Konkurrence, modarbejde	2	At det ikke går for AoAA	Søge samarbejde.
Webhost	Leverer webhotel og serverplads	1	Fortsat kundeforhold	
Christopher Gad	Konsulent, ekstern PM	1	Launch af website & launchparty	



## Afrunding

Beregninger , estimeringer og vurderinger indikerer at projektet lader sig gennemføre. Produktet har potentiale for efter projektfasens afslutning at vinde større andele på det moderne marked for livsstil, produkt- og oplevelseskvalitetet.

Århus d. 20.2.05

---

Henrik Constantin Obel

---

Christopher Gad