PROJEKTNAMN

PROJEKTPLAN

# Projekt som arbetsform

Ett projekt är en avgränsad och unik arbetsuppgift som har en tydlig start och ett tydligt slut. Projekt kräver ett strukturerat arbetssätt och vi har därför tagit fram en mall för projektplaner för att underlätta arbetet. Med hjälp av en projektplan blir det tydligare för dig, dina samarbetspartners och oss att förstå vad du vill göra och när. Projektplanen gör det också lättare för oss att identifiera vilket stöd du behöver i vilket skede.

De flesta projekt går att bryta ner på följande sätt:

1. Behov
2. Förstudie
3. Planering
4. Genomförande
5. Avslut
6. Förvaltning

# Sammanfattning

Beskriv projektet kortfattat.

Exempel: ”Projektet är ett uppdrag från ABC med målet att skapa en matfestival i Halmstad genom att involvera lokala matproducenter. Projektet fortlöper under 12 månader med start från och med 2017-08-22 och beräknas resultera i…”.

Klicka här för att ange text.

#  Projektorganisation

Beskriv hur projektets organisation ser ut och vilka roller som finns. Vanligen finns en projektledare och flera projektdeltagare med olika ansvar (t.ex. marknadsföring, ekonomi, administration, logistik, sponsring). Beskriv också om du har en referensgrupp med rådgivare och experter.

Klicka här för att ange text.

#  Bakgrund

Beskriv projektets bakgrund. Varför ska du göra projektet och varför är det viktigt att det blir av? Om det har gjorts en förstudie, berätta om det här. Utgå från behov för projektet, konsekvenser, orsaker och effekter.

Exempel: ”Sedan 2007 har det inte funnits en matfestival i Halmstad. Konsekvensen av detta är att Halmstad förlorat marknadsandelar inom segmentet ”mat” kopplat till besöksnäringen och restaurangerna i Halmstad har blivit mindre attraktiva och därmed fått färre besökare. Enligt en nyligen avslutad förstudie bekräftas detta. Genom att ta fram en ny matfestival med fokus på lokala råvaror kan vi motverka denna trend.”

Klicka här för att ange text.

#  Syfte

Beskriv projektets syfte.

Exempel: ”Syftet är att åter sätta Halmstads matscen på kartan för att öka andelen besökare till staden och locka fler lokalinvånare till restaurangbesök.”

Klicka här för att ange text.

#  Mål

Beskriv projektets mål, delmål och eventuella effektmål. Använd metoden SMART när du formulerar dina mål. De innebär att målen ska vara specifika, mätbara, accepterade av projektgrupp och projektägare, realistiska och tidsbegränsade.

Exempel: ”Projektets mål är att öka andelen besökare med intresse för lokal mat till Halmstad med 5% första året, och därefter dubblera procentandelen följande två år, för att attrahera minst 20 % nya besökare år 2020.

Delmål 1 är att 30 % av de nytillkomna restaurangbesöken i Halmstad år 2020 skall vara utförda av Halmstadbor.”

Effektmålen är de långsiktiga följderna av projektets resultat. Dessa går oftast inte att mäta under projekttiden, utan det görs istället senare i en effektanalys. En sådan analys är ovärderlig för dig om du vill visa till vilken påverkansgrad projektet hade. Skriv gärna ner vilka effektmål du tror projektet kan leda till.

Klicka här för att ange text.

#  Avgränsningar

Vad ingår och vad ingår inte i projektets uppdrag? Tydliggör om det är något specifikt du aktivt väljer att inte göra.

Exempel: ”Projektet avgränsas genom att matfestivalen fokuserar på lokala matproducenters framställningsarbete. Det vill säga: inte på lokala restauranger eller krögares verksamhet. Dock välkomnas måltidsproducenter som tar tillvara på, och presenterar de lokala råvarorna i festivalens regi. Detta kan ske i form av matlagningsframträdanden, mat-torg, råvaruförsäljning med mera.”

Klicka här för att ange text.

#  Omvärldsbevakning

Beskriv om det finns andra projekt eller uppdrag inom samma område eller om ditt projekts framgång är beroende av andra projekt. Undersök om det pågår liknande projekt någon annanstans.

Klicka här för att ange text.

#  Konkurrensanalys

Beskriv om ditt projekt är unikt och/eller har ett tydligt mål som skapar ett nytt bidrag. Kommer liknande evenemang utföras i Halmstad eller i närområdet under närliggande tidsperiod? Vilka andra evenemang sker samtidigt och kan konkurrera med ditt?

Klicka här för att ange text.

#  Intressenter

Beskriv vilka aktörer och organisationer som påverkar eller påverkas av ditt projekt. Det kan vara din målgrupp, beslutsfattare, experter eller finansiärer.

Klicka här för att ange text.

# Tilllvägagångssätt

Beskriv hur projektet planeras pågå från början till slut. Berätta vilka aktiviteter som ska genomföras. Vilka metoder kommer du använda dig av för att nå projektets mål? Utvärdera tillvägagångssätten och beskriv gärna alternativa svagheter med dem. Du kan till exempel använda ett s.k. GANTT-schema.

Klicka här för att ange text.

#  Riskanalys

Händelser som kan påverka projektet negativt är oundvikliga. Kartlägg vilka riskerna kan vara, berätta hur projektorganisationen ska hantera dem när de uppstår och hur projektet är anpassat för att minimera dem. Inspireras av andra liknande projekt. Tänk på saker som väder, politiskt läge och trender.

Klicka här för att ange text.

## 11.1 SWOT

Du kan göra en SWOT-analys för att identifiera och värdera den redan befintliga strategin och dess starka och svaga sidor. SWOT är en förkortning av strengths, weaknesses, opportunities och threats (styrkor, svagheter, möjligheter och hot).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Interna(Organisationen) | Styrkor:Klicka här för att ange text. | Svagheter:Klicka här för att ange text. |
| Externa(Marknad, Omvärld) | Möjligheter:Klicka här för att ange text. | Hot:Klicka här för att ange text. |

För en utförlig beskrivning av SWOT, se Bilaga 2.

# Utvärdering

När projektet genomförts, eller löpande under genomförandet, bör du utvärdera. Du utgår då från ditt syfte och dina mål. Därför är det viktigt att dokumentera projektet under tiden.

Beskriv här hur projektet ska utvärderas. Vem ansvarar för utvärderingen? Är det en extern part eller gör du det själv? Hur är projektet tänkt att utvärderas?

Klicka här för att ange text.

# Projektbudget

Ju mer detaljerad er budget är desto bättre är chanserna att lyckas med projektet. Om du vill kan du använda den enkla modellen nedan.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| År | Intäkter | Utgifter | Resultat |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| År | Specificering intäkter:Till exempel biljettförsäljning, samarbetsavtal, matförsäljning, transportintäkter.  |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| År | Specificering utgifter:Till exempel personal, tjänster, material, marknadsföring, lokalhyra, arrende, licenser, tillstånd och teknik.  |
|  |  |

GANTT-schema

Ett GANTT-schema är ett flödesschema som ger en tydlig bild av hur ett projekt förväntas fortlöpa. Det ger också inblick i de delar i projektet som är direkt beroende av varandra. Se detta som ett verktyg för att kunna få en överblick av vad som måste göras och när för att ro projektet i land.

Det finns otaliga varianter av upplägg på GANTT-scheman att ladda ner på nätet. Man kan skapa det i Microsoft Excel eller Word, men det går lika bra att rita upp för hand, bara det är tydligt.

Ett GANTT-schema hjälper dig att hålla tidsplanen och att kommunicera vad som måste göras till alla inblandade intressenter.

Så här kan en del av ett förenklat GANTT-schema till exempel se ut:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivitet** | **Vecka 1** | **Vecka 2** | **Vecka 3** | **Milstolpe**  | **Vecka 4** | **Vecka 5** |
| Planering |  |  |  |  |  |  |  |
| Boka plats |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lansering |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Marknadsföring |  |  |  |  | Sålt 1000 biljetter |  |  |
| Bygga området |  |  |  |  |  |  |  |  |

SWOT-analys

En SWOT-analys är användbar för att på ett enkelt sätt analysera ett projekts förutsättningar. Modellen kan med fördel användas i projektets riskanalys, eftersom den hjälper till att skapa en nuläges- och framtidsanalys och med det tydliggör de prioriteringar som måste göras i framtiden. SWOT-analysen görs med fördel i grupp.

**Metod**

Alla skriver individuellt upp alla styrkor de kommer på. Diskutera tillsammans. Gå sedan vidare till nästa punkt och fortsätt på samma sätt.

Bestäm vilka svagheter som ska åtgärdas, vilka svagheter man kan ignorera och hur projektets styrkor kan förvaltas på bäst sätt.

Analysera framtiden genom att upprepa samma process fast med möjligheter och hot. Tänk på att marknaden och omvärlden påverkar projektet.

Bestäm vilka hot som är allvarligast för projektet, hur realistiska möjligheterna är och vilka möjligheter du ska satsa på.

Ta sedan fram en handlingsplan utifrån SWOT-analysen, eller inkludera analysen i projektplanen.