

NAZWA PROJEKTU (np. Optymalizacja systemu zamówień online)

Data rozpoczęcia: [Wybierz datę]

Data zakończenia (planowana): [Wybierz datę]

KLIENT:

Imię i nazwisko:

Adres e-mail:

Numer telefonu:

KIEROWNIK PROJEKTU:

Imię i nazwisko:

Adres e-mail:

Numer telefonu:

OMÓWIENIE**1. Podstawowe informacje, opis projektu**

Krótką, ale szczegółową sekcję w ramach karty projektu, która przedstawia główne informacje o projekcie. Ma na celu przekazanie jasnego zrozumienia, czym jest projekt, dlaczego jest realizowany i jakie są jego kluczowe założenia. Jest to fundamentalny element w zarządzaniu projektami, który pomaga wszystkim interesariuszom zrozumieć istotę projektu.

np. Projekt dotyczy usprawnienia procesu zamówień online w celu zwiększenia konwersji i poprawy doświadczeń użytkowników. Planowane działania obejmują modernizację interfejsu użytkownika, optymalizację backendu oraz integrację z nowym systemem płatności.

2. Cel(e) projektu

Jasno określony, mierzalny rezultat, który projekt ma osiągnąć. Stanowi fundament, na którym opiera się planowanie i realizacja działań projektowych. Cel projektu odpowiada na pytanie „**Po co realizujemy ten projekt?**” i powinien być zgodny ze strategicznymi priorytetami organizacji.

S.M.A.R.T. – Cel powinien spełniać kryteria:

- **Specific (Specyficzny):** Precyzyjnie opisuje, co ma zostać osiągnięte.
- **Measurable (Mierzalny):** Można go zmierzyć za pomocą wskaźników.
- **Achievable (Osiągalny):** Jest realistyczny w kontekście dostępnych zasobów.
- **Relevant (Istotny):** Wspiera strategiczne cele organizacji.
- **Time-bound (Określony w czasie):** Ma wyznaczony termin realizacji.

Zorientowany na rezultat: Skupia się na efekcie końcowym, a nie na samych działaniach.

Zrozumiały: Powinien być jasno sformułowany, aby wszystkie osoby zaangażowane w projekt wiedziały, co chcemy osiągnąć.

np.

Zwiększenie współczynnika konwersji o 20%.

Skrócenie czasu realizacji zamówień o 30%.

Wdrożenie nowego systemu płatności do końca Q2 2025.

3. Ocena opłacalności projektu

Wymaga analizy zarówno finansowych, jak i niefinansowych aspektów projektu.

Koszty realizacji projektu to suma wszystkich wydatków związanych z jego realizacją (koszty bezpośrednie, koszty pośrednie, całkowity koszt projektu). **Korzyści** należy wyrazić w miarę możliwości w wartościach finansowych, choć można także uwzględnić te niefinansowe. **Metody oceny opłacalności:** Zwrot z inwestycji (ROI), Okres zwrotu (Payback Period), Wartość zaktualizowana netto (NPV). **Ryzyka** wpływające na opłacalność (rynkowe, ludzkie, techniczne).

np.

Opłacalny:

ROI wynosi 159%, co znacznie przewyższa koszty.

Okres zwrotu wynosi około 5 miesięcy, co jest bardzo szybkie.

Projekt generuje **dodatkowe korzyści niefinansowe**, jak poprawa wizerunku i satysfakcji klientów.

4. Mierniki sukcesu

Określony, mierzalny wskaźnik (lub zestaw wskaźników), który pozwala ocenić, czy projekt osiągnął zamierzone cele. Dzięki miernikom sukcesu możliwe jest obiektywne zbadanie efektywności projektu i jego rezultatów.

Charakterystyka mierników sukcesu

- **Mierzalność** – Mierniki muszą być wyrażone w liczbach, wartościach procentowych lub w inny sposób umożliwiający ich kwantyfikację.
- **Zgodność z celami projektu** – Mierniki powinny odzwierciedlać najważniejsze cele projektu.
- **Określenie ram czasowych** – Wskaźniki powinny uwzględniać czas, w którym będą mierzone.
- **Realizm** – Powinny być możliwe do osiągnięcia w kontekście zasobów, czasu i warunków projektu.

np.

Wzrost liczby zamówień o 15% w ciągu pierwszych 3 miesięcy od wdrożenia.

Pozytywne opinie użytkowników (średnia ocena UX >4.5 w ankietach).

5. Kluczowe ryzyka (max 3)

Potencjalne zdarzenia lub sytuacje, które mogą negatywnie wpłynąć na realizację projektu, jego cel, harmonogram, budżet lub jakość rezultatów.

Mogą być:

- **Strategiczne** – Związane z celami i kontekstem projektu.
- **Operacyjne** – Dotyczące codziennych działań i procesów.
- **Techniczne** – Związane z technologią lub rozwiązaniami.
- **Finansowe** – Dotyczące kosztów i budżetu.

- **Związane z zasobami ludzkimi** – Związane z zespołem i interesariuszami.

np.

Opóźnienia w dostarczaniu komponentów przez zewnętrznych dostawców

Plan: wcześniejsze podpisanie umów.

Problemy z integracją nowego systemu płatności

Plan: współpraca z doświadczonym konsultantem ds. płatności.

6. Ograniczenia projektu

Czynniki lub warunki, które mogą wpłynąć na realizację projektu i jego wynik. Powinny być jasno określone, aby pomóc w zarządzaniu ryzykiem i ustaleniu realistycznych oczekiwań. Odpowiadają na pytanie czego i dlaczego nie można nagiąć realizując projekt.

np.

Ograniczenia czasowe:

- Projekt musi zostać zakończony w ciągu 6 miesięcy, aby dostosować system do sezonu zwiększonej sprzedaży (np. Black Friday).
- Długość prac wdrożeniowych nie może zakłócić bieżącego funkcjonowania sklepu online.

Ograniczenia technologiczne:

- Nowy system musi być w pełni kompatybilny z istniejącą infrastrukturą technologiczną (np. platformą e-commerce, systemami ERP).
- Brak możliwości migracji do nowej platformy – optymalizacja musi być przeprowadzona w ramach obecnego systemu.

Ograniczenia procesowe:

- System zamówień online musi działać bez przerw w trakcie wdrażania zmian – wymagane jest wdrożenie etapowe.
- Wymagane jest spełnienie standardów bezpieczeństwa danych klientów zgodnie z przepisami RODO.

Ograniczenia regulacyjne:

- Projekt musi być zgodny z lokalnymi i międzynarodowymi przepisami dotyczącymi e-commerce (np. prawa konsumenta, przepisy podatkowe).
- System musi spełniać wymagania dotyczące przechowywania i przetwarzania danych osobowych.

7. Specjalne wykluczenia z zakresu

Działania, funkcje lub elementy, które celowo nie zostaną objęte realizacją projektu. Określenie tych wykluczeń pomaga zarządzać oczekiwaniami interesariuszy i zapobiegać tzw. "pełzaniu zakresu" (ang. *scope creep*).

np.

Brak modernizacji interfejsu użytkownika

- Projekt obejmuje tylko optymalizację backendu i procesów zamówień. Aktualizacja wyglądu interfejsu (frontendu) nie jest częścią zakresu.
- Wykluczenie: Redesign strony internetowej lub aplikacji mobilnej.

Brak rozbudowy funkcjonalności marketingowych

- Optymalizacja ogranicza się do usprawnienia procesu zamówień. Rozszerzenia związane z marketingiem, np. wprowadzenie nowych narzędzi promocyjnych czy modułów rekomendacji, nie będą realizowane.

Pominięcie fizycznych procesów logistycznych

- Projekt koncentruje się na systemie zamówień online. Procesy takie jak optymalizacja magazynowania, zarządzanie flotą dostawczą czy integracja z zewnętrznymi dostawcami logistycznymi są wyłączone z zakresu.

Brak migracji na nową platformę e-commerce

- Wdrożenie ulepszeń odbywa się w ramach istniejącej platformy technologicznej. Migracja na inną platformę e-commerce lub wymiana infrastruktury nie są przewidziane.

Brak pełnej automatyzacji procesu

- Projekt obejmuje usprawnienia i optymalizację kluczowych elementów procesu zamówień. Pełna automatyzacja całego cyklu zamówień (np. automatyczne zarządzanie zwrotami) nie jest objęta zakresem.

Brak zmian w polityce cenowej

- Projekt nie obejmuje zmian w systemie zarządzania cenami ani wprowadzania nowych modeli cenowych (np. dynamic pricing).

Wykluczenie analizy klienta końcowego

- Optymalizacja obejmuje tylko aspekt techniczny i operacyjny. Badania zachowań klientów, analiza rynku czy personalizacja doświadczeń użytkownika są poza zakresem projektu.

8. Budżet projektu

Plan finansowy, który określa wszystkie przewidywane koszty związane z realizacją projektu. Jest to kluczowy element, który pomaga kontrolować wydatki i alokować środki w sposób efektywny.

Budżet na karcie projektu powinien być realistyczny, precyzyjny i zgodny z celem projektu.

np.

Koszty bezpośrednie:

- Prace programistyczne: 50 000 PLN
- Modernizacja backendu: 20 000 PLN
- Testy i wdrożenie: 10 000 PLN

Koszty pośrednie:

- Szkolenia personelu: 5 000 PLN
- Konsultacje z zewnętrznymi specjalistami: 15 000 PLN

Całkowity koszt projektu: 100 000 PLN

9. Zespół projektowy

Grupa osób odpowiedzialnych za realizację projektu. Sekcja ta opisuje skład zespołu, jego role oraz odpowiedzialności. Dzięki niej wszyscy interesariusze wiedzą, kto pełni kluczowe funkcje w projekcie, co sprzyja efektywnej współpracy i rozliczalności.

np.

Imię i nazwisko	Rola	Odpowiedzialność

10. Kluczowe etapy

Najważniejsze fazy, które należy przejść, aby skutecznie zrealizować projekt. Każdy etap opisuje, co trzeba wykonać w określonym czasie i jakie są kluczowe wyniki (kamienie milowe). Prezentacja tych etapów na karcie projektu pomaga w zarządzaniu harmonogramem i zapewnia jasność co do postępu działań.

np.

Etap	Opis	Data realizacji
Etap 1: Analiza	Zbieranie wymagań i analizowanie	[Wybierz datę]
Etap 2: Projektowanie	Opracowanie koncepcji	[Wybierz datę]
Etap 3: Wdrożenie	Implementacja i testowanie	[Wybierz datę]
Etap 4: Zakończenie	Przekazanie projektu	[Wybierz datę]

ZATWIERDZENIE I ZEZWOLENIE NA REALIZACJĘ

Zatwierdzamy opisany powyżej projekt i zezwalamy zespołowi na jego realizację.

Imię i nazwisko	Stanowisko	Data
		[Wybierz datę]
		[Wybierz datę]
		[Wybierz datę]

Zatwierdzone przez

Data

Zatwierdzone przez

Data