



Raport z warsztatów Design Sprint

2.11.2020

Spis treści

Wstęp	3
Geneza	3
Cel	3
Wyzwanie	3
Kluczowe informacje o projekcie	4
Kluczowe problemy	4
Spodziewany rezultat	4
Ograniczenia	4
Szanse	4
Zakres projektu	4
Cele	5
Oczekiwania	5
Interesariusze	6
Odbiorcy końcowi	6
Partnerzy	6
Twórcy	6
Inni	6
User Journey	7
Pytania	7
Wnioski	7
Funkcjonalności	8
Technologia	10
Produkt	10
Źródła danych	10
Prototyp	11
Organizacja	12
Rola Metropolii GZM	12
Ryzyka	12
Zarządzanie	12
Zakres projektu	13
Wstępne założenia do wyboru wykonawcy	

Wstęp

Geneza

Pojedyncza gmina odznacza się niewielkimi możliwościami i zasobami w pozyskiwaniu inwestorów w odniesieniu do Metropolii GZM, jako całości i jedności.

Równolegle gminy zaczynają dostrzegać długoterminowe korzyści w związku z pomyślną inwestycją na sąsiednim terenie w promieniu ok. 30 km od granic terytorialnych.

Wśród nich występują takie jak niższa stopa bezrobocia, napływ ludności, wzbogacające się społeczeństwo, czy wyższy poziom życia.

Z drugiej strony inwestorzy korzystają obecnie z wielu nieczytelnych i nieintuicyjnych narzędzi, map, czy baz danych. Cały proces wyboru rejonu, gminy oraz działki jest skomplikowany z uwagi na brak źródeł prezentujących kompleksowe dane.

Równoległym problemem okazał się trudny proces formalizowania chęci nabycia inwestycji oraz utrudniony kontakt z przedstawicielami gmin.

Cel

Głównym celem projektu jest stworzenie platformy oferującej narzędzia w formie mapy prezentującej potencjał inwestycyjny Metropolii GZM, uwzględniający wszelkie udogodnienia.

Prezentacja 41 miast i gmin w jednej formie pozwoli na czerpanie korzyści wszystkich interesariuszy, bez względu na ostateczne miejsce wyboru terenu przez inwestora.

Kluczowym aspektem jest łatwość w dotarciu zarówno do informacji o danym terenie, jak i do procesu pozyskania terenu oraz kontaktów do konkretnych osób odpowiedzialnych za dane zagadnienie.

Wyzwanie

Jak stworzyć intuicyjne narzędzie kompleksowo prezentujące potencjał inwestycyjny Metropolii GZM dla inwestorów, żeby zwiększyć liczbę inwestycji, budować spójny przekaz i promować markę inwestycyjną Metropolii?

Kluczowe informacje o projekcie

Kluczowe problemy

- brak istniejących na rynku narzędzi szukania działki / budynków dla inwestora
- gminy mają niewielkie możliwości w pojedynkę
- skomplikowany proces pozyskania gruntu (ścieżka zakupowa, poszukiwanie osób decyzyjnych w urzędzie, zdobywanie informacji na temat terenu).

Spodziewany rezultat

- wzrost zainteresowania gruntami Metropolii GZM,
- wzrost postrzegania potencjału Metropolii jako całości,
- skrócenie drogi inwestor – urzędnik,
- innowacyjne narzędzie, przydatne dla inwestora.

Ograniczenia

- aktualizowanie wszystkich danych w dłuższej perspektywie czasu (przeszkolenie osób mających dane uzupełniać),
- dotarcie z narzędziem do inwestorów (marketing),
- “sprzedażowa” prezentacja wszystkich działek (zdjęcia, opisy),
- potencjalnie nierówne zaangażowanie poszczególnych gmin powodujące nierównomierną jakość danych.

Szanse

- zainteresowanie szerszej bazy inwestorów,
- sprzedaż działek, które nie są obecnie widoczne w ogólnodostępnych bazach,
- wprowadzenie konkurencyjności w sprzedaży działek (wyższe ceny).

Zakres projektu

- prototyp UX,
- integracja z istniejącymi bazami i narzędziami Metropolii GZM,
- automatyzacja aktualności treści,
- budowanie kultury wewnątrz metropolii (zacieśnianie więzi między gminami, zauważanie potencjału ze sprzedaży działki w sąsiedniej gminie).

Kluczowe informacje o projekcie

Cele

- wzrost atrakcyjności dla potencjalnych inwestorów,
- marketing szeptany wewnątrz inwestorów,
- automatyzacja procesów,
- skrócenie drogi inwestor – urzędnik,
- wzrost sprzedaży,
- pokazanie większej bazy działek,
- zbudowanie zaufania poprzez transparentność.

Oczekiwania

- wzrost liczby kontaktów,
- wzrost sprzedaży,
- wyższe ceny działek.

Interesariusze

Odbiorcy

- inwestorzy,
- biura projektowe,
- firmy pośredniczące w sprzedaży.

Partnerzy

- urzędnicy,
- support / wsparcie sprzedaży.

Twórcy

- zrzeszenie 41 miast i gmin Metropolii GZM,
- GovTech Polska.

Inni

- media.

User Journey

Staraliśmy się zobaczyć problem oczami klientów i tym sposobem stworzyć User Journey, czyli mapę podróży inwestora.

Główne badane obszary

- odkrywanie i porównywanie istniejących narzędzi,
- problemy, z którymi mierzą się inwestorzy,
- proces decyzyjny,
- proces zakupowy.

Pytania

- chcę kupić działkę, co robię?
- gdzie szukam?
- jakich narzędzi używam?
- czy korzystam z usług pośrednictwa?
- ile działek oglądam przed podjęciem decyzji wyboru?
- ile czasu zajmuje przeglądanie możliwych ofert?
- jakie czynniki wpływają na wybór?
- co jest dla mnie szczególnie ważne, a co traktuję, jako dodatkową wartość?
- z kim się kontaktuję w urzędzie?
- jak szukam osób decyzyjnych?
- ile trwają rozmowy?

Wnioski

Na podstawie indywidualnych wywiadów otrzymaliśmy wiedzę o tym, jak wyglądają poszczególne kroki oraz z jakimi problemami mają styczność inwestorzy.

Wynik rozmów były często zaskakujące i zauważyliśmy, że kluczową rolę odgrywa:

- dostęp do danej działki (dużej części nie ma w ogólnodostępnych bazach),
- aktualność danych o danej działce,
- prezentowana atrakcyjność działki (np. zdjęcia sprzed kilku lat pokazujące zupełnie inną rzeczywistość),
- kontakt z urzędem (duża część zapytań pozostaje bez odpowiedzi, brak kontaktu ze strony urzędu),
- proces zakupowy (odsyłanie w urzędzie do kolejnych działów, brak możliwości weryfikacji ścieżki zakupowej).

User Journey

Funkcjonalności

Dzięki rozmowom zarówno z inwestorami, jak i przedstawicielami urzędów udało nam się dowiedzieć również konkretnie jakie funkcjonalności są oczekiwane przez inwestorów. Podzieliliśmy to na siedem części:

Działka

- powierzchnia,
- dane GIS (kształt),
- przeznaczenie – MPZP, studium, przeznaczenie,
- przetargi, warunki nabycia (właścicielstwo),
- ryzyka terenu: skażone, pogórnice,
- media, przyłącza,
- zdjęcia (satelitarne, z drona).

Logistyka / mobilność

- transport drogowy, sieci dróg,
- transport publiczny autobusy – Zarząd Transportu Metropolitalnego,
- koleje – Koleje Śląskie,
- punkty ładowania pojazdów elektrycznych,
- parkingi,
- wypożyczalnie rowerów miejskich,
- ewentualnie: hulajnogi, carsharing.

Powierzchnia biurowa

- klasa (wg. normy europejskiej),
- powierzchnia,
- liczba kondygnacji nadziemnych, podziemnych,
- typowa powierzchnia kondygnacji,
- współczynnik parkingowy,
- czynsz wywoławczy i service charge,
- certyfikaty biurowca, rozwiązania ekologiczne (dodatkowo rozwiązania technologiczne i ciekawostki typu ule),
- aktualni najwięksi najemcy,
- zdjęcia.

User Journey

Magazyn

- bocznice, przecznice,
- odległość do Euroterminalu Sławków i lotniska cargo Pyrzowice.

Jakość życia

- tereny zielone, tereny rekreacyjne,
- uczelnie – kierunki, klasy patronackie, liczba studentów i absolwentów w kierunkach,
- potencjał językowy,
- opieka zdrowotna,
- edukacja: żłobki, przedszkola, szkoły, edukacja w innych językach (dla inwestorów zagranicznych),
- potencjał kulturalny – teatry, kina, muzea, najważniejsze eventy,
- diversity – otwartość kulturowa na różnorodność – być może liczba obcokrajowców mieszkających w gminie (studenci, pracownicy), obecność mniejszości, placówki dyplomatyczne (wyróżnik),
- mix energetyczny – inwestycje w źródła odnawialne, np. ile domów ma wiatraki lub fotowoltaikę (wyróżnik),
- koszty życia (na podstawie kosztów wywozy śmieci, wody).

Pracownicy

- koszty pracownicze,
- dostępność/migracje,
- stopa bezrobocia,
- poziom wykształcenia,
- ludność w wieku produkcyjnym.

Kontakt z gminą

- wizytówka i możliwość umówienia.

Minimalne wymiary powierzchni

W celu dostosowania narzędzia pod inwestorów zdecydowaliśmy się na wprowadzenie limitów minimalnych powierzchni. Są to:

- grunt: 5000 m²
- magazyn: do ustalenia
- biurowiec: do ustalenia

Technologia

Produkt

- aplikacja webowa (przeglądarki: Firefox, Chrome, Edge, IE, Safari),
- responsywna – dostosowana do urządzeń mobilnych (w szczególności Chrome i Safari).

Źródła danych / integrację

- Info GZM (na ten moment brak API, możliwe jest udostępnienie danych z baz, np. rozmieszczenie ludności),
- GUS (API),
- BDL GUS (API) – dane statystyczne,
- Geoportal <https://mapy.geoportal.gov.pl>,
- Geoportale powiatowe,
- GDOŚ – Parki Narodowe, Parki Krajobrazowe, Rezerваты Przyrody,
- Otwarte Dane Metropolia: <https://otwartedane.metropoliagzm.pl/>,
- brak danych przestrzennych – część danych nie jest przygotowana do prezentowania na mapach, nie można geokodować automatycznie, wymagana praca manualna,
- Portal Pasażera ZTM,
- własne bazy danych EXCEL.

Prototyp

Stworzenie prototypu zostało poprzedzone badaniami z inwestorami. Przedstawiony prototyp przeszedł pozytywne testy na docelowych użytkownikach, którzy jednoznacznie wysoko ocenili jego przydatność i zgodność z wymaganiami.

Case: Inwestor usługowy szuka powierzchni biurowej:

1. a) Widzi mapę Metropolii, b) wybiera typ obiektów: biurowce/hale/tereny.
2. Może przybliżyć mapę. a) Widzi podsumowanie wyników i może je zawęzić, b) wybiera zawężone dane.
3. Widzi hale na terenie Metropolii. a) Widzi filtry kontekstowe, b) filtruje wyniki prezentowane na mapie, c) wybiera konkretny teren inwestycyjny.
4. Widzi mapę konkretnego terenu. a) Widzi wszystkie istotne dane tego terenu, b) może skontaktować się z osobą odpowiedzialną z urzędu.

Działanie narzędzia

- podczas wyszukiwania system sam oblicza dostępne obiekty w danym promieniu,
- sposób wyszukiwania: a) lokalizacja, b) typ gruntu, c) wielkość gruntu, d) cena,
- wyświetlanie na podstawie a) cech obiektów wokół danego adresu, b) zawężanie wyników.

Załącznik: Prototyp + model pojęciowy.

Organizacja

Rola Metropolii GZM

- platforma należy do GZM,
- Metropolia koordynuje prace,
- Metropolia odpowiada za produkt i jego rozwój.

Ryzyka

- zarządzanie danymi osobowymi (RODO),
- licencje, prawa autorskie, otwartość oprogramowania,
- wybór przestarzałych technologii,
- wydajność systemu,
- trudność w użytkowaniu przez gminy (dostosowanie formularzy),
- dostęp dla podmiotów zewnętrznych, np. właściciele powierzchni biurowych (ryzyka prawne),
- jakość elementów i materiałów graficznych, zdjęć,
- włączenie gmin do uaktualniania treści (bardzo szybkie tempo zmian w inwestycjach biurowych).

Zarządzanie

- budżet – projekt jest elementem większego programu,
- narzędzie budowane z nastawieniem na rozbudowę o kolejne moduły w przyszłości,
- wykorzystanie chmury publicznej (Azure, Oracle, Google),
- umowa powinna zawierać zarówno okres budowy, jak i rozwoju narzędzia,
- Metropolia właścicielem praw do modyfikacji oraz kodów źródłowych,
- oczekiwany czas wdrożenia: a) MVP po 03.2021 miesiącach, b) wersja prezentacyjna 06.2021 (Targi MIPIM w Cannes), c) wersja 1.0 09.2021 (EXPO Real w Monachium),
- sposób dostarczania i weryfikowania rozwiązań – preferowana metoda Agile, plan z podziałem na etapy (kamienie milowe), częściowe wdrożenia i UAT/CAT,
- priorytety projektowe: a) jakość, b) cena, c) czas, d) zakres.

Organizacja

Zakres projektu

W związku z sugerowaną etapową pracą nad projektem podzieliliśmy zakres na MUST i SHOULD dla wersji 1.0 oraz zdefiniowaliśmy wymagania нефункционалне.

Must have:

- usługa online prezentująca oferty inwestorom i zawierająca prezentacje na mapach,
- informacje o gruncie – z zakresem z prototypu, trzy typy ofert,
- wsparcie w procesie inwestycyjnym – kontakt do gminy,
- responsywność,
- prezentowanie informacji o przetargach,
- porównywanie gruntów i generowanie reportów,
- system wprowadzania danych dla gmin,
- integracje (GUS, Info GZM, Geoportal, Portal Pasażera ZTM, własne bazy),
- zachęty inwestycyjne – zamieszczenie preferencyjnych warunków,
- prezentowanie planowanych/realizowanych inwestycji.

Should:

- zamieszczanie ofert przez przedsiębiorców, developerów oraz gruntów prywatnych,
- integracje (Otwarte Dane Metropolia, GDOŚ, inne)
- newsy – automatyczne prezentowanie treści redakcyjnych, następnie prezentowanie tych samych treści w wersji angielskiej,
- wysyłka alertów przetargowych na podany email,
- możliwość przełączenia się na Google Street View.

Wymagania нефункционалне:

- bezpieczeństwo, dostępność techniczna serwisu (SLA), zasady utrzymania,
- dostosowanie do osób z dysfunkcjami (WCAG 2.0),
- zakładany ruch, obciążenie serwisu (tutaj kwestia uploadu zdjęć),
- aplikacja dwujęzyczna (pl/en),
- księga znaków <https://metropoliagzm.pl/logo-metropolii-2/>.

Wstępne założenia do wyboru dostawcy

- spełnianie wymogów funkcjonalnych i нефункционалnych,
- doświadczenie w tworzeniu rozwiązań bazujących na mapach,
- potwierdzenie zrozumienia metodyk zwinnych (certyfikat AgilePM, Prince 2 Agile, Scrum Master lub podobny),
- tworzenie równolegle testów jednostkowych i obciążeniowych,
- nowoczesne technologie back-end i front-end.