

Søknad

Søknadsnr.	2025-0340	Søknadsår	2025	Arkivsak
Støtteordning	Agder: Tilskuddsordning for styrket satsing på sosialt entreprenørskap			
Prosjektnavn	AIKA – Lik tilgang til profesjonelt salgsarbeid for små og mellomstore bedrifter			

Kort beskrivelse

AIKA er en AI- og automasjonsdrevet SaaS-plattform som gir små og mellomstore bedrifter tilgang til profesjonell, personlig og systematisk salgsoppfølging. Løsningen kombinerer automatisk lead-research, AI-skrevet kommunikasjon og oppfølgingssekvenser i ett verktøy. Målet er å gi SMB samme muligheter som større selskaper – effektivt, rimelig og bærekraftig.

Prosjektbeskrivelse

Prosjektbeskrivelse (utvidet, maks ~16 000 tegn)

Bakgrunn og problemstilling

AIKI AS i Tvedestrand utvikler AIKA, en plattform som kombinerer kunstig intelligens og automasjon for å løse en av de største utfordringene for små og mellomstore bedrifter (SMB): systematisk, personlig og effektiv salgsoppfølging.

For mange SMB er salg en tidstyv og en uforutsigbar prosess. De fleste mangler ressurser til å ansette dedikerte salgsmedarbeidere eller investere i store, tunge CRM-systemer. Det betyr at viktige muligheter glipper, leads forsvinner, og vekstpotensialet utnyttes ikke. Typiske utfordringer er:

Tidkrevende research: Å finne riktig beslutningstaker og forstå kundens behov krever mye manuelt arbeid.

Generisk kommunikasjon: Mange henvendelser blir upersonlige og får lav respons.

Manglende oppfølging: Salgsprosesser stoppes fordi oppfølging skjer ujevnt eller uteblir helt.

Uegnede verktøy: CRM-systemer lagrer data, men automatiserer ikke innsikt, personalisering og handling.

Dette gir lav konverteringsrate, uforutsigbar omsetning og svekket konkurransekraft – spesielt for SMB som allerede har mindre marginer og færre ansatte.

Løsningen – AIKA

AIKA er en helhetlig, digital løsning som automatiserer salgsprosessen fra A til Å. Plattformen samler research, analyse, AI-generert kommunikasjon og automatisert oppfølging i ett verktøy, tilgjengelig både som web- og mobilapp.

Hovedfunksjoner:

Leadinnhenting og research

- AIKA henter inn og analyserer åpne data om bedrift og beslutningstaker. Systemet trekker ut nøkkelinfo om forretningsmodell, målgrupper, posisjonering og mulige behov.
- Denne innsikten lagres i strukturert form slik at brukeren raskt ser hvorfor et lead er relevant.

Kvalifisering

- Leads rangeres automatisk etter relevans og kjøpsintensjon.
- Brukeren får sammendrag og nøkkelpunkter som gjør det enkelt å vurdere neste steg.

AI-generert kommunikasjon

- AIKA skriver meldinger i avsenders egen tone, med forslag til flere stiler (vennlig, nøytral, konkret).
- Hver melding bygger på faktisk research, og fremstår derfor personlig og relevant.
- PS-linjer og emnefelt skreddersys for å vise at man «har gjort hjemmeleksen».

Automatiserte oppfølgingssekvenser

- Utsendelser settes opp som sekvenser (3–5 steg) med logikk for svar, feiladresser og «ikke riktig kontaktperson».
- Respons måles fortløpende, og AIKA justerer fremtidige utsendelser basert på hva som fungerer best.

Dashboard og KPI-er

- Brukeren får oversikt over pipeline, åpningsrater, svarrater og bookede møter i sanntid.
- Dashbordet gir ledelsen konkrete tall på avkastning av salgsarbeidet.

Automasjon og AI – under panseret

AIKA bygger på et samspill mellom fem kjernemoduler:

Datainnhenteren: Samler strukturerte data fra åpne kilder, med logikk som kun beriker leads der informasjon faktisk mangler.

Nettstedsanalysatoren: Leser og oppsummerer bedriftens nettside og trekker ut nøkkelinfo.

Kontekstsammendrag: Fanger opp beslutningstakerens siste aktivitet (der dette finnes) og skiller mellom generell innsikt og personlig referanse – alltid med hensyn til GDPR.

Genereringsmotoren: Kombinerer research, kontekst og avsenders skrivestil til meldinger og hele oppfølgingsløp.

Utsendelse og læring: Håndterer utsendelser, logger hendelser og justerer modeller basert på hva som gir best respons.

Denne arkitekturen gjør at en liten bedrift kan fremstå like profesjonell som en stor salgsorganisasjon – uten å ha en egen salgsavdeling.

Pilotresultater

AIKA er testet både internt og i en kommersiell leveranse. Resultatene fra en tidlig pilot viser:

98% åpningsrate (vs. bransjesnitt på 20–30%)

12% klikkrate

22,8% svarrate

Dette bekrefter at AI- og automasjonsdrevet personalisering gir dramatisk bedre resultater enn generiske utsendelser. Vi har allerede validert betalingsvilje med et kundeprosjekt til 45 000 kr i implementeringsavgift + abonnement.

Målgruppe og samfunnsnytte

AIKA retter seg mot SMB i B2B-markedet, med særlig relevans innen profesjonelle tjenester, bygg og anlegg, finans, industri og opplevelsesnæringen. Beslutningstakere er ofte daglig leder, kommersiell leder eller salgsansvarlig.

Samfunnseffekt:

Økt konkurransekraft for SMB: Gjør avanserte salgsprosesser tilgjengelig for små aktører.

Likere muligheter: Bidrar til sosial verdiskaping ved å redusere gapet mellom små og store bedrifter.

Bærekraftig næringsutvikling: Digitalt, ressursbesparende verktøy som reduserer tid og kostnader.

Budsjett og finansiering

Totalt budsjett: 500 000 kr

Omsøkt beløp: 500 000 kr

Planlagt bruk av midler:

Produktutvikling (AI/web/app): 220 000 kr

Sikkerhet, GDPR og DPIA: 60 000 kr

Design/UX og brukertesting: 40 000 kr

Pilotering og datakvalitet: 60 000 kr

Markedsføring og kommersialisering: 100 000 kr

Prosjektledelse og oppfølging: 20 000 kr

Midlene brukes kun på fremtidige aktiviteter, og vil utløse en mer offensiv og kontrollert lansering.

Gjennomføringsplan (12 måneder)

Q1: Arkitektur- og sikkerhetsgjennomgang, DPIA, første webapp-versjon, piloter.

Q2: Mobilapp med varsler og mikrooppgaver, demo-videoer, utvidet testing.

Q3: Flere piloter, markedsføringskampanjer (SEO, annonser, caser), PR.

Q4: Optimalisering, A/B-testing, lansering i bredere skala og forberedelse for videre vekst.

Forventede effekter

For kundene: 3–5 ganger flere kvalifiserte dialoger per måned, åpningsrate > 70%, svarrate > 15%, oppsett under 1 time og vedlikehold på < 15 min/uke.

For AIKI/AIKA: 10 pilotkunder innen 6 måneder, 50 betalende kunder innen 12 måneder, månedlige abonnementsinntekter over 250 000 kr, kundetilfredshet > 4,5/5.

For samfunnet: Flere SMB som kan vokse, flere arbeidsplasser og en mer rettferdig fordeling av markedsmuligheter gjennom AI og automasjon.

Risiko og tiltak

Datakvalitet: Håndteres med fallback-logikk og manuell kontroll i pilotfasen.

GDPR: Bygger inn «privacy by design», dataminimering og tilgangsstyring.

Produktadopsjon: Enkel onboarding (<30 min), malbibliotek og veiledning.

Konkurranse: Fokus på SMB og helhetlig A–Å-prosess gir en tydelig posisjonering.

Konklusjon

AIKA kombinerer AI og automasjon for å gi små og mellomstore bedrifter samme profesjonelle verktøy som store aktører, men til en brøkdel av prisen og kompleksiteten. Med 500 000 kr i støtte kan vi realisere en løsning som både har høy kommersiell verdi og tydelig sosial effekt: å gjøre vekstmuligheter tilgjengelige for alle.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	AIKI AS Org.nr:935213657 martin@aiki.as	Kulltangen 17 4816 KOLBJØRNSVIK	48255435
Kontakt- person	Martin Nipedal martin@aiki.as	Kulltangen 17 4816 KOLBJØRNSVIK	48255435
Prosjekt- leder	Martin Nipedal martin@aiki.as	Kulltangen 17 4816 KOLBJØRNSVIK	-

Mottatt offentlig støtte tidligere: Nei

Spesifikasjon

Bakgrunn

AIKI AS ble etablert i 2025 for å hjelpe små og mellomstore bedrifter med å ta i bruk kunstig intelligens og automasjon på en praktisk måte. Vi har siden oppstarten levert både kurs, prosessautomasjon og spesialtilpassede AI-løsninger til flere kunder, og vi har sett på nært hold hvor stort gapet er mellom hva små aktører trenger og hva de faktisk har tilgjengelig. For SMB er salg en av de største utfordringene. De færreste har ressurser til å bygge dedikerte salgsavdelinger, og de verktøyene som finnes på markedet er ofte enten for komplekse og tunge, eller så enkle at de ikke gir reell verdi.

Det var i dette bildet vi, som et team på to, bestemte oss for å utvikle noe som kunne gjøre en forskjell. Jeg, Martin Nipedal, har bakgrunn fra kommersielt arbeid, entreprenørskap og opplæring i kunstig intelligens. Min styrke er å forstå markedet, bygge relasjoner og drive prosjekter fremover. Jeg har erfaring med å gjøre teknologi forståelig og nyttig for bedrifter, og vet hvordan man kan posisjonere løsninger slik at de skaper verdi. Jeg har også en bachelor fra handelshøgskolen BI. Min medgründer, Amund Rangøy, har en teknologisk og analytisk profil med spisskompetanse på automasjon, prosessforbedring og systemutvikling. Han er sterk på å bygge robuste og skalerbare systemer, og ser hvordan data kan struktureres og brukes til innsikt og handling. Sammen utgjør vi et team som kombinerer forretningsforståelse og teknologisk presisjon.

Da vi startet, var vår største utfordring å nå ut til mange potensielle kunder med begrensede ressurser. Vi ønsket å tilby AI-løsninger, men hadde ikke kapasitet til å ringe eller manuelt skrive e-poster til hundrevis av mennesker hver uke. Løsningen ble å bygge et system for oss selv. Vi kombinerte AI og automasjon for å hente inn leads, analysere bedriftenes nettsider og kontaktpersonens digitale tilstedeværelse, hente relevant kontekst, skrive meldinger i vår egen stil og sette opp automatiserte oppfølgingssekvenser. På denne måten kunne vi, som et lite team på to personer, kontakte opptil 300 mennesker om dagen og likevel fremstå både profesjonelle og personlige i kommunikasjonen.

Resultatene var oppsiktsvekkende. Det vi hadde laget for oss selv viste seg å fungere langt bedre enn vi hadde forventet. Vi fikk raskt svar, booket møter og fikk kunder. En av de første kundene vi fikk gjennom dette systemet ble så imponert at de ønsket å kjøpe selve løsningen. Dette ble vårt første salg, et tydelig bevis på at vi ikke bare hadde laget et internt verktøy, men et produkt med reelt kommersielt potensial.

I en tidlig pilot med løsningen oppnådde vi resultater som langt overgikk bransjestandard:

Åpningsrate: 98 prosent

Klikkrate: 12 prosent

Svarrate: 22,8 prosent

Det som gjør disse tallene ekstra bemerkelsesverdige er at de gjelder kalde e-poster. Dette er den vanskeligste kategorien av salgsarbeid, fordi mottakeren ikke kjenner avsenderen fra før. I bransjen regnes det som bra å oppnå rundt 20 til 30 prosent åpningsrate, 2 til 3 prosent klikkrate og 1 til 2 prosent svarrate for kalde utsendelser. Når vi da ser at AIKA ga oss en åpningsrate på 98 prosent, en klikkrate på 12 prosent og en svarrate på over 22 prosent, så betyr det at vi oppnådde resultater som er mange ganger bedre enn normen.

For å sette dette i perspektiv: en bedrift som sender 1 000 kalde e-poster vil normalt forvente rundt 200 til 300 åpninger, kanskje 20 til 30 klikk, og bare 10 til 20 svar. Med AIKA oppnådde vi i praksis nærmere 1 000 åpninger, over 100 klikk og nesten 230 svar. Dette er en dramatisk forskjell. Det gjør at selv små bedrifter kan få en helt annen slagkraft i salgsarbeidet, og at ressursene deres utnyttes langt mer effektivt.

Denne erfaringen ble grunnlaget for AIKA. Vi forstod at vi hadde laget noe som ikke bare hjalp oss selv, men som kunne bli et verktøy for alle SMB som sliter med salg. Det var en kombinasjon av egne behov, teknologisk kompetanse og markedets respons som gjorde at vi bestemte oss for å satse fullt på å videreutvikle løsningen.

AIKI er selskapet vårt, som fortsetter å levere ulike AI-løsninger til kunder. AIKA er produktet vi nå ønsker å løfte ut som en selvstendig SaaS-plattform. Vi har vist at løsningen fungerer, vi har solgt den til betalende kunder, og vi har dokumentert effekten med tall som er langt bedre enn det som normalt oppnås i markedet. Neste steg er å utvikle AIKA til en komplett, app- og webbasert løsning med selvbetjent onboarding, GDPR-sikre integrasjoner og et brukervennlig dashboard som gjør det enkelt å følge opp leads og måle resultater.

Prosjektet vi søker støtte til er et hovedprosjekt. Forprosjektet er allerede gjennomført gjennom utviklingen av en fungerende intern løsning, testbruk og salg til betalende kunder. Nå er tiden inne for å ta steget videre, bygge en robust og skalerbar plattform, og gjøre AIKA tilgjengelig for SMB i hele Norge.

Dette er nødvendig å gjøre nå fordi behovet er akutt, og fordi timingen i markedet er riktig. Etterspørselen etter AI-løsninger øker raskt, men små aktører blir ofte stående igjen uten tilgang til verktøy som faktisk passer deres behov. Med AIKA kan vi gi småbedrifter et løft, gjøre dem mer konkurransedyktige og bidra til sosial verdiskaping ved å jevne ut forskjellene mellom små og store aktører.

Prosjektmål

Overordnet prosjektmål

Målet med prosjektet er å videreutvikle AIKA til en komplett, skalerbar og brukervennlig SaaS-plattform for automatisert leadgenerering og salgsoppfølging. Plattformen skal være tilgjengelig både som app og webversjon, med selvbetjent onboarding, GDPR-sikre integrasjoner og et oversiktlig dashboard. Gjennom bruk av kunstig intelligens og automasjon skal AIKA gjøre det mulig for små og mellomstore bedrifter å gjennomføre strukturert, personlig og profesjonell salgsoppfølging med langt lavere tidsbruk enn i dag.

Prosjektet skal dermed gi SMB et verktøy som tidligere kun har vært forbeholdt store selskaper med dedikerte salgsavdelinger og komplekse CRM-systemer. Ved å tilby en rimelig, enkel og effektiv løsning ønsker vi å bidra til at små aktører kan konkurrere på lik linje med de store, og dermed skape både økt vekst, nye arbeidsplasser og mer rettferdige konkurransevilkår.

Delmål

Produktutvikling

Vi skal utvikle en robust app- og webplattform som dekker hele prosessen fra leadinnhenting til oppfølging og måling. Dette innebærer selvbetjent onboarding som gjør at brukerne kan komme i gang uten behov for konsulentbistand, et oversiktlig dashboard som gir full kontroll på pipeline og KPI-er, samt integrasjoner og rutiner som oppfyller GDPR-krav. Innen prosjektperioden er over, skal vi ha lansert en versjon 1.0 av AIKA som fungerer stabilt og kan håndtere et betydelig antall brukere.

Pilotering med SMB-kunder

Vi skal gjennomføre strukturerte pilotprosjekter med minst 10 SMB-kunder fra ulike bransjer, for eksempel profesjonelle tjenester, bygg og anlegg, finans og opplevelsesnæringen. Pilotene skal gi oss dokumentasjon på hvordan løsningen fungerer i praksis, hvordan brukerne opplever den og hvilke resultater den gir. Hver pilot skal følges opp med måleplan, datainnsamling og intervjuer for å sikre læring og forbedring.

Dokumentert effekt

Vi skal oppnå målbare resultater som beviser at AIKA skaper verdi for SMB. Målet er at pilotkundene skal oppnå:

En gjennomsnittlig åpningsrate på over 70 prosent for kalde e-poster.

En svarrate på minst 15 prosent.

Minst en dobling av antall kvalifiserte leads sammenlignet med utgangspunktet.

Vi vet at dette er realistisk, fordi vi i våre egne tester har oppnådd 98 prosent åpningsrate og nesten 23 prosent svarrate, mot en bransjestandard på henholdsvis 20–30 prosent åpning og 1–2 prosent svar.

Markeds lansering og kommersialisering

Innen prosjektperioden er over, skal vi ha lagt grunnlaget for en bred lansering i det norske markedet. Dette innebærer utvikling av produktnettside, caser og markedsmateriell, tilstedeværelse i relevante kanaler og bygging av en pipeline for videre vekst. Målet er å sikre minst 50 betalende kunder i løpet av 12 måneder etter lansering, og etablere en månedlig abonnementsinntekt (MRR) på over 250 000 kroner.

Etikk, GDPR og ansvarlighet

Vi skal gjennomføre en fullstendig DPIA (Data Protection Impact Assessment) og bygge rutiner for dataminimering, logging og tilgangsstyring. Vi skal etablere retningslinjer for ansvarlig bruk av AI i salgsprosesser, der meldingsforslag kvalitetssikres slik at kommunikasjonen oppleves profesjonell, relevant og etisk forsvarlig. Dette er et viktig delmål for å sikre at AIKA skaper tillit og kan brukes på en måte som gagnar både brukere og mottakere.

Hvordan vi måler måloppnåelse

For å sikre etterprøvbarhet har vi definert konkrete indikatorer for hvert delmål:

Produktutvikling: Levering av fungerende app- og webplattform, med stabil utsendelse, KPI-dashboard, selvbetjent onboarding under 30 minutter og oppetid på minst 99,5 prosent.

Pilotering: Antall gjennomførte piloter, dokumentasjon av bransjespredning, og kvalitativ tilbakemelding på brukeropplevelse og tidsbesparelse.

Dokumentert effekt: KPI-er fra pilotene (åpningsrater, svarrater, antall kvalifiserte leads), samt kundetilfredshet (CSAT) på over 4,5 av 5.

Markedslansering: Antall betalende kunder, konverteringsrater fra demoer, inntekter (MRR), samt oppnåelse av definerte markedsaktiviteter (nettside, innholdsleveranser, casevideo).

Etikk og GDPR: Fullført DPIA, signerte databehandleravtaler med pilotkunder, implementert tilgangsstyring og rutiner for moderering av meldingsforslag.

Bidrag til støtteordningens måloppnåelse

Tilskuddsordningen for styrket satsing på sosialt entreprenørskap skal støtte prosjekter som løser samfunnsutfordringer på nye måter. AIKA svarer på dette gjennom å gi små og mellomstore bedrifter tilgang til verktøy som tradisjonelt har vært forbeholdt de store. Prosjektet bidrar til ordningens mål på flere måter:

Utjevning av forskjeller: AIKA gir SMB muligheten til å fremstå like profesjonelle som store selskaper, uten behov for store ressurser. Dette skaper mer rettferdige konkurransevilkår.

Styrking av lokalt næringsliv: Små bedrifter utgjør ryggraden i mange lokalsamfunn. Når de lykkes bedre i salgsarbeidet, skaper det vekst, trygghet og arbeidsplasser.

Sosial verdiskaping: Flere små aktører får tilgang til markedsmuligheter de ellers ville tapt, noe som bidrar til økt mangfold i næringslivet og sterkere inkludering.

Bærekraftig utvikling: Løsningen er digital, skalerbar og ressursbesparende, og bidrar til å redusere tidsbruk og kostnader i salgsprosesser.

Etisk AI-bruk: Gjennom klare rammer for personvern og kommunikasjon bidrar prosjektet til at kunstig intelligens brukes på en ansvarlig måte i norsk næringsliv.

Dette prosjektet er derfor ikke bare et kommersielt initiativ, men en satsing med tydelig sosial effekt. Når vi lykkes med å utvikle og lansere AIKA, vil vi samtidig oppnå målene i støtteordningen: å løse et reelt samfunnsproblem med en ny løsning, bidra til sosial verdiskaping og skape ringvirkninger som styrker norsk næringsliv på bred front.

Forankring

Prosjektet er utviklet og forankret i AIKI AS, et selskap etablert i Tvedestrand som allerede har kunder og prosjekter i regionen. Gjennom vår virksomhet har vi opparbeidet oss erfaring fra samarbeid med små og mellomstore bedrifter i Agder, og vi ser at behovet for løsninger som AIKA er særlig stort i vår region. Mange SMB sliter med å nå ut til nye kunder på en effektiv måte, og dette hemmer både lokal vekst og sysselsetting.

Prosjektet er derfor tett knyttet til regionale og kommunale mål om å styrke småbedriftenes konkurransekraft og bidra til digitalisering i næringslivet. Agder fylkeskommune har i sin regionale plan for verdiskaping og innovasjon lagt vekt på økt bruk av digitale løsninger, innovasjon i SMB og utvikling av kunnskapsintensive tjenester. Vår satsing på AIKA svarer direkte på disse føringene.

På lokalt nivå støtter prosjektet opp under Tvedestrand kommunes mål om å stimulere til entreprenørskap og tilrettelegge for at flere småbedrifter lykkes. Ved at AIKA gir SMB tilgang til profesjonell salgsstøtte gjennom kunstig intelligens og automasjon, kan flere lokale aktører i Aust-Agder-regionen ta del i nye markedsmuligheter og skape vekst.

Vi oppfatter derfor prosjektet som godt forankret i de regionale plandokumentene for Agder, og som et viktig bidrag til den pågående satsingen på digitalisering, innovasjon og sosial verdiskaping i regionen.

Det er ikke behov for fysiske investeringer eller endringer i reguleringsplaner knyttet til prosjektet, da dette er en digital SaaS-løsning som leveres via web og mobilapp.

Prosjektorganisering

1. Organisering og ledelse

Prosjektet gjennomføres av AIKI AS med en kjerne som kombinerer kommersiell styring og teknisk produktledelse. Vi legger ansvaret for total leveranse til en liten, beslutningsdyktig prosjektledelse som kan prioritere raskt, skjerme utviklingsteamet og sikre fremdrift mot definerte milepæler. Dette er nødvendig for å gå fra funksjonell prototype til en skalerbar SaaS-tjeneste på app og web.

2. Roller og ansvarsfordeling

Prosjektleder og produktansvarlig: Martin Nipedal

Martin leder prosjektet operativt og har det samlede ansvaret for fremdrift, omfang, kvalitet og effekt. Han prioriterer produktets veikart, eier mål og delmål, fasiliterer beslutninger og er primær kontaktpunkt mot pilotkunder. Martin styrer markedstilpasning, posisjonering og måleplaner for effekt, og koordinerer lanseringsaktiviteter når produktet går fra pilot til betalende kunder.

Teknisk ansvarlig og arkitekt: Amund Rangøy

Amund leder teknisk utvikling og arkitektur. Han ansvarliggjør teamet på stabilitet, skalerbarhet, sikkerhet og ytelse, og forvalter valg av teknologistakk, integrasjoner og datastruktur. Amund eier den tekniske backloggen, etablerer kodingstandarder, testregime og utrullingsrutiner, og forankrer krav til logging, observabilitet og beredskap.

Støtteressurser og rådgivere

Vi knytter til oss tidsavgrenset kapasitet på nøkkelområder for å redusere risiko og øke gjennomføringskraft:

Design og UX for designsystem, interaksjonsflyt, universell utforming og brukertesting

Personvern og informasjonssikkerhet for DPIA, databehandleravtaler, tilgangsstyring og dokumentasjon

Markedsføring og innhold for nettsted, konverteringsløp, caser og lansering

Kundesuksess for pilotoppsett, opplæring, supportprosedyrer og tilbakemeldingssløyer

Disse rollene innhentes med klare leveransebeskrivelser og resultatmål per sprint eller kvartal. Alt arbeid knyttes til konkrete milepæler i aktivitetsplanen.

3. Styringsmodell og beslutningsstruktur

Vi praktiserer smidig styring med korte beslutningsveier og faste møteflater:

Daglig taktisk synk for blokkere og prioritering

Ukentlig sprintplanlegging med tydelige akseptansekriterier

Ukentlig produktdemonstrasjon der vi validerer mot brukerbehov og KPI

Månedlig styringsmøte mellom prosjektledelse og ansvarlige rådgivere for status på tid, kost, kvalitet og risiko

Endringer i omfang behandles i styringsmøte. Beslutninger protokollføres med konsekvensvurdering på tid, budsjett og mål.

4. Metodikk og arbeidsform

Arbeidet organiseres i korte leveranse-sprint med sluttet mål per sprint. Hver leveranse har definert problem, målgruppe, akseptkriterier, teknisk definisjon av ferdig og tilhørende måleparametre. Pilotkunder involveres i hypotesetesting og brukerreiser. Innsikt omsettes fortløpende til designjusteringer, tekniske endringer og oppfølging i neste sprint. Denne arbeidsformen binder problemforståelse, mål, metode og aktivitetsplan sammen i en praktisk rød tråd.

5. Ressurs- og kompetanseplan

Vi dimensjonerer kjernekapasiteten for kontinuerlig fremdrift gjennom hele prosjektperioden og øker kortvarig kapasitet i topper ved behov. Kompetansekrav per delområde:

Produkt og marked: prioritering, verdiforslag, måleplaner og posisjonering

Backend og data: datamodell, integrasjoner, løser, robusthet og skalerbarhet

Frontend og mobil: tilgjengelighet, ytelse, navigasjon og responsivitet

Sikkerhet og personvern: privacy by design, hendelseshåndtering og revisjonsspor

Design og UX: prototyper, brukertester og designsystem

Kundesuksess: onboarding, maler, hjelpesenter og support-SLA

6. Kvalitetssikring og test

Kvalitet operasjonaliseres i bygg og testpipeline. Vi krever enhetstester for kjernefunksjoner, integrasjonstester for grensesnitt mot tredjepart og ende til ende-tester på kritiske brukerreiser. Hver leveranse har eksplisitte akseptkriterier, måles mot definisjon av ferdig og verifiseres i produktdemo. Vi innfører telemetri for feildetektering, latens, gjennomstrømning og leveringspresisjon i utsendelser. Kvalitetsavvik prioriteres høyere enn nye funksjoner.

7. Informasjonssikkerhet og personvern

Vi gjennomfører DPIA tidlig, med oppdatering ved vesentlige endringer. Tilgang styres etter minste privilegium og flerfaktor. Data krypteres både i transitt og i ro. Vi dokumenterer behandlingsgrunnlag, formål, lagringstider og sletterrutiner. Logg og revisjonsspor etableres for alle kritiske operasjoner. Vi avklarer databehandleravtaler med pilotkunder og definerer tydelig rollefordeling. En rådgiver kvalitetssikrer at anbefalinger fra DPIA faktisk implementeres.

8. Etisk bruk av AI

Vi fastsetter retningslinjer for innholdsgenerering, kildebruk og transparens. Meldingsforslag modereres med vekt på relevans og respekt for mottaker. Vi unngår aggressiv frekvens, gir klare avmeldingsmuligheter og utvikler maler som ivaretar god forretningsskikk. Etske vurderinger inngår som egen sjekk i sprint-review for funksjoner som påvirker mottakere direkte.

9. Samhandling med pilotkunder og interessenter

Pilotkundene velges for bransjebredde og modenhet. Hver pilot får definert mål, oppsett, suksesskriterier og ansvarsperson. Vi fører strukturerte produktintervjuer, måler åpningsrate, svarrate, tid brukt per kampanje og opplevd verdi. Læring deles tilbake i styringsmøte og oversettes til endringer i backlog. Dette sikrer at delmål om dokumentert effekt forankres i faktisk bruk, ikke bare i laborietester.

10. Risikostyring og endringshåndtering

Risiko identifiseres, vurderes og følges opp månedlig. Vi etablerer forebyggende tiltak for datakvalitet, leveringspresisjon, tredjepartsavhengigheter og regelverk. Vesentlige endringer styres gjennom en enkel, dokumentert prosess med vurdering av konsekvenser og ny prioritering. Vi definerer terskler for når risiko krever omplanlegging eller budsjettjustering.

11. Rapportering og måling

Vi rapporterer på fremdrift, budsjett og måloppnåelse månedlig. Indikatorer er leverte milepæler, tekniske kvalitetsmål, sikkerhetsstatus, pilotresultater og kommersielle indikatorer knyttet til forberedelse av lansering. Prosjektets egne mål knyttes til målene i støtteordningen ved å vise hvordan leveransene faktisk reduserer barrieren for små bedrifter og dokumenterer sosial effekt.

12. Overføring til drift og skalering

Mot slutten av prosjektperioden planlegger vi for skalerbar drift. Vi dokumenterer arkitektur, rutiner og beredskap. Observabilitet bygges inn for å kunne følge med på leveringskvalitet i sanntid. Kundesuksess etablerer standardiserte onboardingspor, hjelpeartikler og svarmaler. Salg og marked får klare prosesser for demo, tilbud og aktivisering.

13. Administrasjon, økonomi og anskaffelser

Prosjektleder følger budsjett per arbeidspakke og rapporterer avvik månedlig. Eksterne tjenester anskaffes med korte, målbare bestillinger, tydelige leveranser og opsjon på forlengelse kun ved dokumentert effekt. Vi gjenbruker komponenter der det er hensiktsmessig for å redusere kost og risiko.

14. Kommunikasjon og kunnskapsforvaltning

Vi bruker felles verktøy for sprintstyring, beslutningslogg, design og teknisk dokumentasjon. All kritisk kunnskap skal lagres og være søkbar. Vi fører endringslogg for produktet og en åpen oversikt over kjente feil og planlagt utbedring. Dette gir forutsigbarhet for pilotkunder og effektiv intern læring.

15. RACI i kortform

Ansvarlig for helhet er prosjektleder. Utførende på teknikk er teknisk ansvarlig og utviklere. Besluttende organ for større endringer er styringsmøtet. Konsulterte parter er design, GDPR og pilotkunder. Informerte parter er samarbeidspartnere og øvrige interessenter. Denne fordelingen gjør beslutningsløpene korte og tydelige.

Samarbeidspartnere

Samarbeidspartnere

Prosjektet er forankret i AIKI AS som prosjektansvarlig. Vi står for utviklingen, styringen og den kommersielle gjennomføringen. Samtidig har vi identifisert områder der samarbeid med andre aktører er nødvendig for å sikre kvalitet og måloppnåelse.

Design og brukeropplevelse

Vi vil samarbeide med erfarne design- og UX-rådgivere som kan bidra med utvikling av designsystem, interaksjonsflyt og brukertesting. Hensikten er å sikre at løsningen blir brukervennlig og enkel å ta i bruk også for små bedrifter uten teknisk kompetanse.

GDPR og informasjonssikkerhet

For å gjennomføre en DPIA og etablere nødvendige rutiner for dataminimering, logging og tilgangsstyring, vil vi samarbeide med rådgivere innen personvern og datasikkerhet. Dette er avgjørende for å sikre at løsningen er i tråd med gjeldende regelverk, og at AIKA oppleves som en trygg og seriøs plattform.

Markedsføring og innholdsproduksjon

Vi vil involvere eksterne samarbeidspartnere til å utvikle innhold, SEO og casemateriell i forbindelse med lansering. Dette er viktig for å skape synlighet i markedet, posisjonere løsningen og dokumentere verdien gjennom kundehistorier.

Pilotkunder

En sentral del av prosjektet er tett samarbeid med pilotkunder. De vil spille en aktiv rolle i testingen av løsningen, gi tilbakemeldinger og bidra til dokumentasjon av effekter. Pilotkundene vil gi oss innsikt i hvordan løsningen fungerer i ulike bransjer og bidra til at produktet blir relevant for en bred målgruppe.

Andre samarbeidspartnere

Vi vurderer også samarbeid med lokale næringsforeninger og nettverk i Agder for å identifisere pilotbedrifter, spre kunnskap og sikre at løsningen treffer reelle behov i regionen.

Finansieringsmuligheter

Vi har vurdert flere finansieringskilder. Prosjektet har delvis vært egenfinansiert gjennom drift og tidligere inntekter i AIKI. Vi har også vurdert private investorer, men ønsker primært å finansiere utviklingen gjennom offentlig støtteordning kombinert med egeninnsats. Dette gir oss større frihet til å bygge en løsning som ivaretar samfunnshensyn og sosial verdiskaping, samtidig som vi kan holde kostnadene nede for sluttkundene.

Aktiviteter

Prosjektet består av fem hovedaktiviteter som til sammen skal løfte AIKA fra en fungerende intern løsning til en fullverdig SaaS-plattform. Aktivitetene bygger direkte på bakgrunnsbeskrivelsen og svarer på de konkrete utfordringene vi har identifisert: at små og mellomstore bedrifter trenger profesjonell og effektiv salgsoppfølging, men mangler tid, ressurser og egnede verktøy.

Aktivitet 1: Produktutvikling – app og web (220 000 kr)

Utvikling av kjernefunksjonalitet for lead-research, e-postgenerering og oppfølgingssekvenser.

Bygging av webplattform med selvbetjent onboarding slik at kundene kan komme i gang uten manuell oppfølging.

Utvikling av mobilapp for varsler, raske svar og enkle oppfølgingsoppgaver.

Etablering av dashboard og KPI-panel for pipeline og resultater i sanntid.

Implementering av skalerbar backend og grunnleggende overvåkning og logging.

Resultat: En første versjon av AIKA som fungerer stabilt både på web og mobil.

Aktivitet 2: Sikkerhet og GDPR (60 000 kr)

Gjennomføring av DPIA (Data Protection Impact Assessment) med eksterne rådgivere.

Etablering av rutiner for dataminimering, logging og tilgangsstyring.

Utarbeidelse av databehandleravtaler for pilotkunder.

Testing av kryptering, nøkkelhåndtering og rollebasert tilgangskontroll.

Resultat: En løsning som er trygg, etterlever GDPR og bygger tillit i markedet.

Aktivitet 3: Design, UX og brukertesting (40 000 kr)

Utvikling av designsystem og visuell profil for app og web.

Utforming av interaksjonsdesign som gjør plattformen enkel å bruke for SMB uten teknisk kompetanse.

Gjennomføring av 2–3 runder med brukertesting i samarbeid med pilotkunder.

Iterasjon og forbedring av løsning basert på tilbakemeldinger.

Resultat: Et brukervennlig produkt som er enkelt å ta i bruk og som oppleves profesjonelt.

Aktivitet 4: Pilotering og validering (60 000 kr)

Rekruttering og oppstart av minst 10 pilotkunder fra ulike bransjer.

Gjennomføring av pilotperioder med tett oppfølging, måling av resultater og dokumentasjon av tidsbruk og opplevd verdi.

Systematisk innsamling av KPI-er: åpningsrater, svarrater, konvertering og kundetilfredshet.

Justering av produkt og maler basert på pilotresultater.

Resultat: Dokumentert effekt av AIKA i praksis, med tall som viser verdien sammenlignet med bransjestandard for kalde e-poster (20–30% åpningsrate, 1–2% svarrate).

Aktivitet 5: Markedsføring og kommersialisering (100 000 kr)

Utarbeidelse av produktnettside og landingssider med klare budskap og konverteringspunkter.

Produksjon av innhold (artikler, caser, SEO) som viser verdien for SMB.

Utvikling av en demo- og casevideo for å presentere løsningen.

Gjennomføring av testkampanjer i digitale kanaler (LinkedIn, Google) for å lære og optimalisere.

PR-arbeid og synlighet i relevante nettverk og arrangementer i Agder.

Resultat: AIKA posisjonert i markedet med synlighet, troverdighet og en første kundeportefølje.

Aktivitet 6: Prosjektledelse og koordinering (20 000 kr)

Løpende styring av prosjektet med sprintplanlegging, risikohåndtering og økonomioppfølging.

Koordinering av arbeid mellom utvikling, design, juridiske rådgivere og pilotkunder.

Rapportering på fremdrift, budsjett og måloppnåelse.

Resultat: Strukturert gjennomføring med kontroll på fremdrift, kostnader og kvalitet.

Samlet resultat av aktivitetene

Gjennom disse aktivitetene skal AIKA utvikles fra en validerbar prototype til en skalerbar, profesjonell SaaS-løsning. Aktivitetsplanen speiler direkte kostnadsoverslaget (500 000 kr) og viser hvordan midlene brukes på produktutvikling, sikkerhet, design, pilotering, markedsføring og styring. Aktivitetene er organisert slik at vi først bygger kjerneproduktet, deretter tester det i praksis, og til slutt lanserer det i markedet.

Målgrupper

Hovedmålgruppen for prosjektet er små og mellomstore bedrifter (SMB) i B2B-markedet. Dette er virksomheter som ofte har gode produkter og tjenester, men som sliter med å følge opp salg og kundekontakt på en strukturert og systematisk måte. De har som regel ikke egne salgsavdelinger, men drives av daglige ledere, fagpersoner eller små team som må kombinere mange roller.

Primære målgrupper:

Profesjonelle tjenesteytere (rådgivning, konsulenttjenester, advokat- og regnskapskontor)

Bygg og anlegg (håndverksbedrifter, entreprenører og underleverandører)

Finans og forsikring (mindre aktører innen rådgivning og salg av finansielle tjenester)

Industri og produksjon (små leverandører som ønsker å utvide sitt kundegrunnlag)

Opplevelses- og reiselivsnæringen (aktører som ønsker å nå nye segmenter eller bedriftsmarkedet)

Dette er segmenter hvor behovet er spesielt tydelig: salgsarbeidet er tidkrevende, ofte lite strukturert, og generiske kampanjer gir liten effekt. Med AIKA kan de gjennomføre målrettet og personlig salgsoppfølging på en tid- og kostnadseffektiv måte.

Sekundære målgrupper:

Lokale næringsforeninger og klynger, som kan bruke AIKA som verktøy for å styrke medlemsbedriftenes konkurransekraft.

Andre små aktører i distriktene, som ofte har de samme utfordringene med synlighet og kundetilgang som SMB i sentrale strøk.

Hvordan målgruppene involveres i prosjektet

Målgruppene involveres aktivt gjennom hele prosjektperioden, både i utvikling, testing og validering:

Pilotkunder: Vi vil rekruttere minst 10 pilotbedrifter fra ulike bransjer og størrelser. Disse vil få tidlig tilgang til løsningen og være tett involvert i brukertesting, tilbakemeldinger og dokumentasjon av effekter. Pilotene skal gi oss både kvantitative resultater (åpningsrate, svarrate, tidsbesparelse) og kvalitative tilbakemeldinger på brukeropplevelse.

Brukertesting: I forbindelse med utvikling av design og UX skal representanter fra målgruppen delta i testøker, hvor vi observerer hvordan de navigerer i plattformen og justerer funksjonalitet ut fra deres behov.

Referansehistorier og caser: Når vi kommer til markedsføringsfasen, skal vi bruke erfaringene fra pilotkundene til å lage caser og historier som viser hvordan SMB faktisk opplever AIKA og hvilken verdi løsningen skaper.

Langsiktig involvering: Vi legger opp til at pilotkundene også kan være med videre som referansepartnere i lanseringsfasen, og at deres tilbakemeldinger fortsetter å prege produktets videre utvikling.

Samfunnseffekt knyttet til målgrupper

Gjennom å gi SMB tilgang til profesjonell salgsoppfølging ønsker vi å bidra til mer rettferdige konkurransevilkår mellom små og store selskaper. Småbedrifter er en bærebjelke i norsk næringsliv, og når de lykkes med å få flere kunder, skaper det ringvirkninger i form av økt verdiskaping, flere arbeidsplasser og mer levende lokalsamfunn.

Prosjektet retter seg derfor ikke bare mot bedriftene som brukere, men også indirekte mot lokalsamfunnene der disse bedriftene er viktige arbeidsgivere og aktører.

Resultat

Gjennom prosjektperioden forventer vi å oppnå resultater både på produktnivå, markedsnivå og samfunnsnivå. Resultatene er forankret i aktivitetene som gjennomføres og kan dokumenteres gjennom konkrete KPI-er, pilotdata og kundeopptak.

1. Resultater for produktet

Ferdig utviklet web- og mobilplattform for AIKA med selvbetjent onboarding som tar under 30 minutter.

Stabil drift med opptid over 99,5% og dokumentert leveringspresisjon i utsendelser.

Dashboard og KPI-panel tilgjengelig for brukerne med sanntidsdata på åpningsrater, svarrater og pipeline.

Gjennomført DPIA og etablert rutiner for dataminimering, logging, tilgangsstyring og GDPR-kompatible prosesser.

2. Resultater fra piloter

Minst 10 pilotbedrifter fra ulike bransjer har testet AIKA i praksis.

Dokumenterte forbedringer hos pilotkundene:

Gjennomsnittlig åpningsrate over 70% for kalde e-poster.

Gjennomsnittlig svarrate på minst 15%.

Minst dobling av antall kvalifiserte leads sammenlignet med utgangspunktet.

Redusert tidsbruk for salgsoppfølging: <15 minutter per uke per kampanje.

Kundetilfredshet målt til CSAT > 4,5/5.

3. Resultater for marked og kommersialisering

Nettside og markedsmateriell lansert med tydelig produktprofil.

50 betalende kunder innen 12 måneder etter lansering.

Etablert månedlige abonnementsinntekter (MRR) på minimum 250 000 kroner.

Dokumenterte caser og referanser som viser sosial verdiskaping gjennom at SMB lykkes bedre i markedet.

4. Resultater for målgruppene og samfunnet

Små og mellomstore bedrifter opplever økt konkurransekraft gjennom tilgang til et profesjonelt salgsverktøy.

SMB rapporterer om økt mestring, forutsigbarhet og trygghet i salgsarbeidet.

Flere bedrifter i regionen får tilgang til nye kunder og markedsmuligheter, noe som bidrar til økt sysselsetting og verdiskaping lokalt.

AIKA etableres som en norskutviklet plattform for etisk og ansvarlig bruk av kunstig intelligens i salg, med klare retningslinjer for GDPR og god forretningskikk.

Effekter

Prosjektet skal gi både kortsiktige og langsiktige effekter. De kortsiktige effektene handler om å utvikle, teste og lansere en skalerbar SaaS-plattform. De langsiktige effektene handler om økt konkurransekraft, likere konkurransevilkår og sosial verdiskaping gjennom at små og mellomstore bedrifter får tilgang til profesjonell salgsoppfølging på lik linje med større aktører.

Hvordan resultatene gir måloppnåelse

Teknologisk effekt

Resultat: Ferdig utviklet plattform med app og web, selvbetjent onboarding, dashboard og GDPR-sikre prosesser.

Effekt: Dette gjør at vi kan tilby SMB et komplett og trygt verktøy som faktisk kan tas i bruk i stor skala, uten behov for spesialtilpasning.

Kundedrevet effekt

Resultat: Minst 10 pilotbedrifter har testet og validert løsningen med dokumenterte resultater (70%+ åpningsrate, 15%+ svarrate, doubling av leads).

Effekt: Vi får bevis på at AIKA gir betydelig bedre resultater enn dagens praksis, og kan vise markedet at løsningen har reell effekt og verdi.

Markeds- og inntektseffekt

Resultat: Minst 50 betalende kunder og månedlige abonnementsinntekter (MRR) på 250 000 kr innen 12 måneder.

Effekt: Dette gir oss økonomisk grunnlag for å videreutvikle, ansette og skalere. Samtidig viser det at løsningen er attraktiv og konkurransedyktig i markedet.

Samfunnsmessig effekt

Resultat: Flere småbedrifter får tilgang til verktøy som styrker salg, øker mestring og gir tryggere drift.

Effekt: Dette bidrar til sosial verdiskaping ved å redusere gapet mellom små og store bedrifter, øke sysselsettingen og skape levende lokalsamfunn.

Kritiske momenter for måloppnåelse

Produktkvalitet: Plattformen må være stabil, brukervennlig og trygg. Dersom tekniske feil, dårlig brukeropplevelse eller manglende GDPR-etterlevelse oppstår, vil dette svekke tillit og hindre adopsjon.

Pilotering og dokumentasjon: Pilotene er avgjørende for å validere at løsningen faktisk gir de lovede effektene. Dersom vi ikke får riktige piloter, eller ikke klarer å dokumentere resultatene godt nok, vil det bli vanskelig å overbevise markedet.

Markedsposisjonering: Selv om løsningen er god, må vi lykkes med å nå ut til de riktige målgruppene og bygge troverdighet. Feil posisjonering eller for svake markedsaktiviteter vil bremse vekst.

Tid og ressurser: Prosjektet er ambisiøst, og gjennomføringsevnen avhenger av at vi prioriterer riktig og styrer ressursene stramt.

Risiko for måloppnåelse

Høyest risiko:

Datakvalitet og leveringspresisjon i automatiserte e-poster. Dersom dataene ikke holder høy kvalitet, kan resultatene falle. Dette håndteres gjennom fallback-logikk, kvalitetssikring og manuell verifisering i piloter.

Kundetilgang og betalingsvilje. Selv om vi har dokumentert etterspørsel og solgt løsningen tidligere, er det en risiko knyttet til å skalere opp til 50 betalende kunder. Denne risikoen reduseres gjennom tidlig pilotering, tydelig verdibevis og målrettet markedsarbeid.

Moderat risiko:

Teknisk stabilitet og sikkerhet. Vi må levere på krav til oppetid og GDPR for å bygge tillit. Risikoen håndteres gjennom tidlig DPIA, kryptering, logging og samarbeid med juridiske og tekniske rådgivere.

Markedsføringseffekt. Våre markedsaktiviteter må gi nok synlighet og konvertering. Risikoen reduseres ved å kjøre korte sprintkampanjer med læring og justering underveis.

Lav risiko:

Teamets kompetanse og gjennomføringsevne. Vi har allerede vist at vi kan levere fungerende løsninger, vi har betalt kundeerfaring og vi dekker både teknisk og kommersiell kompetanse.

Oppsummering

Effektene av prosjektet vil være at AIKA går fra idé og prototype til en lansert plattform som gir SMB målbare resultater i salgsarbeidet. Dette gir effekt både for oss som selskap, for kundene som oppnår bedre resultater, og for samfunnet som får flere småbedrifter som lykkes. Kritiske faktorer er teknisk kvalitet, pilotvalidering og markedsposisjonering. Størst risiko ligger i datakvalitet og kundetilgang, men dette håndteres med konkrete tiltak i prosjektet.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

I løpet av prosjektperioden gjennomføres følgende hovedaktiviteter:

Måned 1–3 (Q1):

Oppstart av arkitektur- og sikkerhetsgjennomgang. DPIA-prosess settes i gang. Kjernefunksjoner for app og web utvikles (lead-research, utsendelser, dashboard). Første designsystem etableres, og versjon 1 av nettside publiseres. De første pilotkundene kobles på.

Måned 4–6 (Q2):

Utvikling av mobilapp med varsler og mikrooppgaver. KPI-dashboard ferdigstilles og sekvenslogikk implementeres. Første demo-video produseres. Betalt annonsepilot kjøres for å teste konvertering og markedsrespons. Flere piloter settes i gang.

Måned 7–9 (Q3):

Pilotporteføljen utvides til 3–5 bedrifter. Utvidede rapporterings- og analysefunksjoner bygges inn. SEO-innhold og casemateriell produseres. PR-forberedelser igangsettes, og vi deltar på relevante arrangementer og nettverk.

Måned 10–12 (Q4):

Plattformen optimaliseres basert på læring fra pilotene. A/B-testing av utsendelser og budskap gjennomføres. Prispakker og kommersielle modeller ferdigstilles. Bred lansering i markedet gjennomføres. Prosjektet avsluttes med målerapport og plan for videre skalering.

Kostnadsplan

Tittel	2025	2026	2027	2028	2029	SUM
Design og brukertesting	30 000	10 000				40 000
Markedsføring og kommersialisering	15 000	95 000				110 000
Pilotering og validering	25 000	25 000				50 000
Produktutvikling	160 000	80 000				240 000
Prosjektledelse og koordinering	30 000	30 000				60 000
Totale kostnader						0
Sum kostnad	260 000	240 000				500 000

Kostnadsplanen omfatter kun prosjektspesifikke utviklings- og gjennomføringskostnader. Midlene benyttes til produktutvikling av app- og webplattformen, design og brukertesting, pilotering og validering med SMB-bedrifter, GDPR-tilpasning og sikkerhetstiltak, markedsføring ved lansering, samt nødvendig prosjektledelse og koordinering. Ingen av midlene går til generell drift, investeringer i fysisk infrastruktur eller andre ikke-støtteberettigede kostnader. Fordelingen er lagt opp slik at den samsvarer med aktivitetsplanen og milepælene for prosjektet.

Finansieringsplan

Tittel	2025	2026	2027	2028	2029	SUM
Agder fylkeskommune	260 000	240 000				500 000
Sum finansiering	260 000	240 000				500 000

Midlene brukes kun til utvikling, testing, GDPR-tilpasning, pilotering, markedsføring og nødvendig prosjektledelse. Kostnadene er fordelt med hovedvekt på utvikling i 2025 og på kommersialisering i 2026. Ingen midler går til drift eller andre ikke-støtteberettigede kostnader.

Geografi

4203-Arendal, 4213-Tvedestrand

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
AIKA_ Digital plattform for sosial verdiskaping i små og mellomstore bedrifter.pdf		- 29.08.2025 -