

**Reference:** 2023-045

**Item number and title:** NCA HO Content Management System (CMS)


**Contracting Authority:** Norwegian Church Aid (NCA)

**Deadline for Submission of interest:** 04.09.2023

### **Attachement to «Request for Information - Content Management System (CMS)»**


During the Winter of 2022 and 2023 Norwegian Church Aid consulted with a communication agency to evaluate what should be done with our websites. This document is shared to give vendors better and equal insight into our web needs. The document contains three recommendations for specific CMS solutions. These are not to be understood as chosen or preferred solutions. The procurement committee is interested in all CMS solutions and vendors.





# Teknisk forprosjektrapport med anbefaling av CMS-valg for Kirkens Nødhjelp

13. januar 2023





## Executive summary

### **Kortfattet oppdragsforståelse**

Beskrivelse av nåsituasjon

Kirkens Nødhjelp har tre nettsted

- kirkensnodhjelp.no
- fasteaksjonen.no
- gaversomforandrerverden.no

Disse tre nettstedene har forskjellige mål, forskjellige stakeholdere, forskjellige behov for funksjonalitet og til dels forskjellige målgrupper. Fasteaksjonen.no og gaversomforandrerverden.no er egne merkevarer med en verdi på siden av hovedmerkevaren Kirkens Nødhjelp.


Bestillingen fra KN

Kirkens Nødhjelp ønsker å få en klar anbefaling om hvorvidt de skal beholde dagens CMS-løsninger, og eventuelt hvilke(t) CMS(-er) de skal velge slik at det dekker behovene til nettsidene kirkensnodhjelp.no, fasteaksjonen.no og gaversomforandrerverden.no.

### **Oppsummering av anbefaling**

Anbefaling del 1: Stegvis tilnærming mot en felles løsning

Et av hovedspørsmålene vi har behandlet i prosessen er om de tre nettstedene skal samles på en felles løsning. Vi fant at dagens situasjon med separate CMS-er har rasjonelle forklaringer, og at det ikke er et akutt behov for å gjøre noe med dette. Vi ser likevel fordeler å hente ut på sikt ved å samle alt i ett CMS/én teknisk løsning. Vi ser også at kirkensnodhjelp.no er i en tilstand som tilsier en oppgradering av dette nettstedet på flere områder i løpet av de neste to til tre årene, og at dette tvinger fram et veivalg.

 anbefaler at Kirkens nødhjelp legger en langsiktig plan i flere faser som kan ende med at alle nettsider er samlet på ett sted.

1. Beskrive en målsituasjon for teknisk arkitektur, inkludert valg av CMS og E-commerce-løsning som kan dekke behovene til alle på sikt (Her er vi nå).

2. Utarbeide en strategi for innholdsarkitektur og merkevare på tvers av de tre områdene.
3. Implementere kirkensnødhjelp.no på ny CMS-løsning.
4. Flytte Fasteaksjonen inn i nytt CMS: Kan skje senere, for eksempel hvis det melder seg nye behov som krever et større utviklingsarbeid. Vi anbefaler ikke å gjøre større nyutvikling i dagens WordPress-løsning, da WordPress ikke er så godt egnet til komplekse integrasjoner med Vipps/Salesforce.
5. Flytte Gaver som forandrer verden inn i ny E-commerce/CMS: Kan skje senere eller aldri. GSFV er prototypen på en WordPress/WooCommerce-butikk.

## Anbefaling del 2: Tre CMS-løsninger som kan håndtere alle nettsidene

Vi har vurdert en rekke CMS-er opp mot vurderingskriterier som er valgt og vektet av nøkkelpersoner i Kirkens Nødhjelp. Alle tre nettstedene har vært representert i prosessen. Alle kandidatene er tradisjonelle CMS-er med gode brukergrensesnitt for redaktørene.

### *Optimizely DXP (tidl. Episerver)*

- Markedsledende, med en enormt sterk posisjon i Norden
- Den beste totalpakken, med hosting i skyen, drift og support inkludert i lisens
- Det største utviklermiljøet, og den største online kunnskapsbasen
- Dyre lisenser

### *Relatude (tidl. Webnodes)*

- Norskutviklet – tett oppfølging fra leverandøren ved behov
- Gode verktøy for å koble innhold på kryss og tvers
- Svært gode priser

### *Craft CMS*

- Mest «ut av boksen»
- Markeds plass med tillegg for de fleste behov
- Moderne vri på tradisjonelt CMS – stor fleksibilitet for utviklere
- Relativt rimelig prising

## Anbefaling og bakgrunn for veivalget

### Prosess

Kirkens Nødhjelp ønsker å få hjelp med å besvare spørsmålet om hvorvidt de skal bli på dagens CMS-rigg eller ikke, og hvilke CMS-er som kan være gode kandidater dersom de må migrere over til noe annet enn det de bruker i dag. For å løse dette har [redacted] og Kirkens Nødhjelp hatt faste ukentlige arbeidsmøter for å avdekke og konkretisere organisasjonens behov, begrensninger og ambisjoner.

Disse møtene har involvert ansatte fra markedsavdelingen, kommunikasjonsavdelingen og HR hos Kirkens Nødhjelp, og målet har vært å gi ansatte fra flere deler av organisasjonen mulighet til å være involvert i prosessen. I tillegg til de faste arbeidsmøtene har vi hatt egne møter med redaktørene hos kirkensnodhjelp.no, fasteaksjonen.no og gaversomforandrer verden.no for å forstå hvordan de forskjellige delene av organisasjonen arbeider med web, hva de trenger og hva deres ambisjoner er utover Kirkens Nødhjelps overordnede behov og ambisjoner. Kirkens Nødhjelps prosjektleder og [redacted] prosjektleder hatt også hatt ukentlige avsjekksmøter for å vurdere progresjon, retning og behov knyttet til arbeidet og arbeidsgruppa.

### Plan

Arbeidsmøtene har bestått av en klar agenda og definerte mål for å sørge for relevante funn. Vi har fokusert på at møtene skal være både informative for å sørge for at Kirkens Nødhjelps ansatte kan ta informerte valg, og diskusjons- og refleksjonsoppfordrende så [redacted] kan forstå kompleksiteten i historikken, behovene, ambisjonene og dagens tekniske løsning.

	Uke 45	Uke 46	Uke 47	Uke 48	Uke 49	Uke 50
Type møte	Oppstartsmøte	Arbeidsmøte 1	Arbeidsmøte 2	-	Arbeidsmøte 3	Bekreftelsesmøte
Tema	Oppstart	Historie bak dagens CMS-valg? Hvordan bruker dere CMSene i dag? Hva fungerer med CMSene i dag? Hva fungerer ikke med CMSene i dag? Hva fungerer ikke med å ha 2 CMSer?	Helhetlig oversikt over dagens systemer og integrasjoner (Hva brukes det til, hva er det integrert med, hva slags spesialtilpasninger har dere, hvordan driftes det, hvordan er budsjettet.)		Gå gjennom konkrete CMS elementer og vekt disse.	Gå gjennom funnene vi har gjort, valgene vi har tatt i fellesskap og hvor vi tenker at anbefalingen går hen.
Ekstrameter		Omvisning i CMSene Hva bruker dere? Hvordan har dere satt det opp? Hva er utfordringene? Hva trenger dere?	Avsjekk med Alexandra Debrief fra arbeidsmøte Planlegging av workshop/arbeidsmøte	Salesforce/Boomi Se på kart over integrasjon mellom SF og Boomi sammen med kunde.		
Annet		Avdekkede behov Tverravelingsarbeid Rydder i sidemaler Rydder i UK En digital strategi UX-gjennomgang Annen driftsavtale		Gjør: Spliss alternativer Shortlist med alternative CMSer Konkretisere alternative valg Spesifisere elementer å ta utgangspunkt i	Husk: Få alle med Pass på at alle føler seg hørt og kan gå gode for anbefalingen vi gir - dette prosjektet har vært mer teknisk enn flere av møtedeltakerne forventet.	
Beskrivelse						

## Metodikk

Vi har benyttet oss av flere fremgangsmåter for å skaffe oss så mye relevant innsikt som mulig. Dette har involvert:

- 4 arbeidsmøter med åpen diskusjon og avklaringer på veivalg
- 3 intervjuer med observasjoner av CMS med enkeltpersoner i sentrale redaksjonelle roller
- Ukentlige møter med Kirkens Nødhjelps prosjektleder for å forankre progresjon, retning og ressursbruk.
- Dokumentanalyse av teknisk dokumentasjon, interne rapporter og eksterne rapporter.
- SEO-gjennomgang for [kirkensnodhjelp.no](http://kirkensnodhjelp.no), [fasteaksjonen.no](http://fasteaksjonen.no) og [gaversomforandrer verden.no](http://gaversomforandrer verden.no) i relasjon til hverandre
- Ekspertevaluering av det tekniske oppsettet

## Fokusområder

Vi har vurdert flere aspekter ved drift, bruk og strategi som vi anser som viktige for fremtiden til Kirkens Nødhjelps digitale plattformer:

- Integrasjoner
- Ansattes bruksmønstre
- Besøkendes bruksmønstre
- Driftsavtaler
- Funksjonalitetsbehov
- Økonomiske faktorer
- SEO
- Strategi for web- og digitalinnhold
- Samarbeidet mellom kommunikasjon og marked



## Innsikt

### Dagens tekniske situasjon

Gjennom de forskjellige innsiktsøvelsene har vi fått et godt overblikk over dagens tekniske rigg. Vi ser at dagens situasjon egentlig ikke er så verst. For fasteaksjonen.no var det serverkapasiteten, innholdets raske vekst og det at brukerne rotet seg bort på sidene som gjorde at det ble skilt ut fra Optimizely. For gaversomforandrer verden.no var det avgjørende å få siden opp så fort som mulig med de tilpasninger som trengtes, og den ble dermed laget utenfor EpiServer/Optimizely-oppsettet. Pris og brukervennlighet førte til valget på WordPress som CMS for FA.no og GSFV.no. Det er rasjonelle og gode valg som har ført til at man sitter med flere separate nettsider i dag.

Kirkens Nødhjelp har i dag tre hovednettsteder. Disse har forskjellige mål, forskjellige stakeholdere, forskjellige behov for funksjonalitet og noe forskjellige målgrupper. Fasteaksjonen og Gaver Som Forandrer Verden er (bevisst eller ubevisst) egne merkevarer med en verdi på siden av hovedmerkevaren Kirkens Nødhjelp.

*kirkensnodhjelp.no*

**CMS:** Optimizely

**Drift:** Epinova

**Lagring:** Fysisk server

**Redaksjonelt ansvar:** Kommunikasjonsavdelingen

- Hovedoppgavene til siden er å kommunisere arbeidet Kirkens Nødhjelp gjør, og å få registrert nye faste givere.
- Hovedmålgruppen er private givere.
- Nettsiden bærer litt preg av å ha vokst litt vilt gjennom 8 år. Behov for rydding i informasjonsarkitektur og lusing i innhold.
- Trenger opprydding i maler på redaksjonssiden og innhold på brukersiden.
- Vedlikeholdsavtale med Epinova. KN opplever at de ikke blir prioritert (liten fisk i en stor sjø). Epinova har også signalisert at det er enkelte ting de ikke kan løse. Dette medvirker til at løsningen oppleves som begrenset.

- Veldig billig drift og vedlikehold av Optimizely – både sammenlignet med Optimizely DXP og andre CMS-er. Dette har Kirkens Nødhjelp fått følere på at vil øke betydelig, så det er derfor viktig å vurdere nøye hvorvidt Optimizely er verdt å fortsette med budsjettmessig basert på penger brukt til nå, penger som vil kreves for oppgradering til ny Optimizely-versjon, og penger som kommer til å brukes på drift og lisens av ny Optimizely videre.
- Budsjettet er på over [redacted] i året, og går til lisens- og driftskostnader, samt utvikling av søk og bruk av Siteimprove.

*fasteaksjonen.no*

**CMS:** WordPress + WooCommerce

**Drift:** Dinamo

**Lagring:** Fysisk server

**Redaksjonelt ansvar:** Markedsavdelingen

- Hovedoppgavene til siden er å tilgjengeliggjøre ressurser til Fasteaksjonen, vise innsamlede beløp, la menighetene logge seg inn og bestille ressurser før aksjonen og la menighetene melde inn tall etter aksjonen.
- Hovedmålgruppene er menighetene, konfirmanter, konfirmanTERS foresatte og andre som er involvert med konfirmantundervisning.
- Veldig avgrenset målgruppe og sesongbasert aktualitet gjør at det gir mening å ha dette som en egen øy.
- Består av mye videoinnhold. Har innloggingsløsning. Mange nedlastbare dokumenter.
- Bruker WordPress og WooCommerce
- WordPress er mer enn nok til å håndtere artikkelinnholdet.
- Mye spesialtilpasninger som ikke hører naturlig hjemme i WordPress. Disse kunne vært bygget på hva som helst.
- Bekymring rundt ytelse i pressperioder.
- Budsjettet er på omtrent [redacted] i året, med mulighet for mer ved større oppgraderinger og endringer.
- Bor i en fysisk server hos Dinamo.

*gaversomforandrer verden.no*

**CMS:** WordPress + WooCommerce

**Drift:** Dinamo

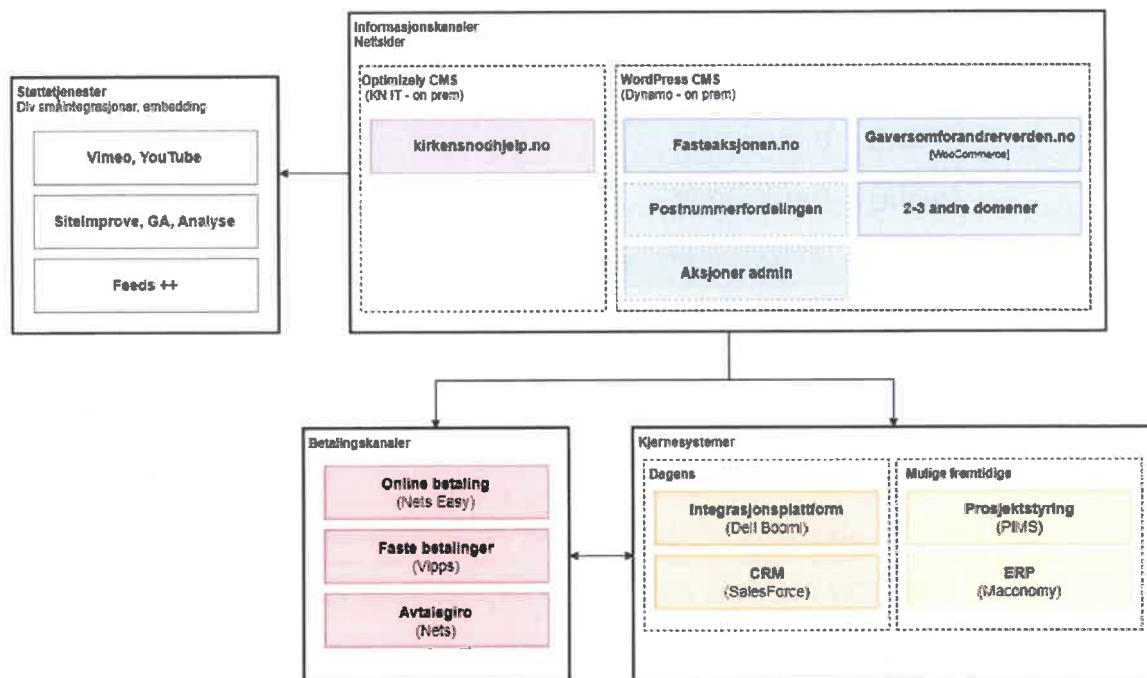
**Lagring:** Fysisk server

**Redaksjonelt ansvar:** Markedsavdelingen

- Hovedoppgavene til siden er å selge fysiske og symbolske gaver, og å ta imot donasjoner.
- Hovedmålgruppen er private givere.
- Siden består av objekter som kan kjøpes og varianter av disse objektene.
- Siden er skilt ut for å komme raskt live, og for å fokusere på konvertering.
- Det er helt vanlig å ha nettbutikk som et eget nettsted. Mange store og kommersielle aktører gjør dette.
- Nettbutikken er en egen øy med et eget fokus. Det er lettere å fokusere på toppoppgave (konvertering) når man står fritt fra "mastodonten".
- Nettbutikken er enkel og med et begrenset produktutvalg. God match med WordPress + WooCommerce.
- Bekymring rundt ytelse i pressperioder
- Ønsker å være mer synlig på kn.no, med innganger og produktpromotering.
- Budsjettet er på omtrent [redacted] året, med mulighet for mer ved større oppgraderinger og endringer.

### *Oversiktsbilde*

I tillegg til CMS-ene har sidene også integrasjoner med støttetjenester, betalingskanaler og kjernesystemer som illustrert på figuren under.



## Behovsforståelse

Gjennom samtalene vi har hatt med nøkkelpersoner hos KN har vi fått en forståelse for hvilke behov som er udekket i dagens situasjon. Dette er vår tolkning av disse behovene. Noen går på tvers av alle nettsidene, mens noen er mer spesifikke. Vi har identifisert behovene som tekniske, redaksjonelle eller organisatoriske/strategiske.

## Overordnede behov

### Strategisk: Digitalstrategi -> Webstrategi -> Innholdsstrategi

Før implementering og kravspesifikasjon må et strategisk rammeverk på plass. Ellers blir det umulig å prioritere utviklingsoppgaver.

### Organisatorisk: Samordning og ansvarsfordeling mellom kommunikasjon/markeds

Dagens situasjon er blant annet et resultat av at markedsavdelingen har hatt spesifikke behov som de ikke har fått løst på kirkensnodhjelp.no. Hovednettstedet eies og finansieres av kommunikasjonsavdelingen, og det har ikke vært mulig – eller tatt for lang tid – å nå opp i prioriteringen for å få dette løst. Det er også signaler om at kommunikasjon blir en flaskehals for publisering og videreutvikling.

### Strategisk: Tverrfaglig rådgivning

Digitalmiljøet i Kirkens Nødhjelp er lite, og de fleste involverte har andre oppgaver. I en slik organisering er det lite rom for spesialister, og enkeltpersoner må ivareta et bredt spekter av oppgaver. Vedlikeholdsavtalene med Epinova og Dinamo legger opp til ganske spesifikke bestillinger av teknisk karakter, og inkluderer ikke bistand på fagområder som interaksjonsdesign og informasjonsarkitektur.

Organisasjoner i denne situasjonen har ofte behov for bistand til å være bedre bestillere mot tekniske ressurser hos leverandør. Vi anbefaler derfor partnerskap med leverandør som kan bidra på flere fronter enn kun teknisk implementering.

### Teknisk: Oppetid under eventuelt CMS-bytte

Dersom Kirkens Nødhjelp velger å gjøre større oppdateringer og overganger til nye systemer er det viktig at dette ikke går utover sidenes mulighet til å ta imot donasjoner, registrere faste givere eller selge gaver. Kirkens Nødhjelp er avhengig av stønaden de får gjennom nettsidene deres, så gamle og nye sider må kunne eksistere parallelt i en overgangsperiode for å sikre optimal tilgjengelighet.

### «Alt på ett sted»

Det er en utbredt oppfatning i Kirkens Nødhjelp om at man «mister noe» ved å ikke ha de tre nettsidene i samme løsning. Gjennom samtaler med interessenter i organisasjonen har vi fått et inntrykk av hva de legger i begrepet «alt på ett sted». Vår oppfatning er at det er tre forskjellige konsepter som blandes litt sammen når vi snakker om hva fordelene og ulempene vil være med å samle eller separere. Her forklarer vi hva tre konseptene for samling er, og hva positivt de kan føre til.

#### **Alt i ett CMS**

Å gjøre slik at redaktørene kun logger seg inn på ett redaktørgrensesnitt uavhengig av hvilken side de skal publisere til eller gjøre endringer på. Redigeringsiden blir den samme for alle nettsidene, selv om nettsidene i seg selv er separate sider.

<b>Alt på ett domene</b>	At alle linker for å komme seg inn på nettsidene peker til kirkensnodhjelp.no/[siden-du-vil-til] eller [siden-du-vil-til].kirkensnodhjelp.no
<b>Alt på ett nettsted</b>	Alt innholdet bor på samme nettside, f.eks. kirkensnodhjelp.no. Brukerne opplever at alt har det samme visuelle uttrykket, felles informasjonsarkitektur og menyer.

Det er ikke et 1:1-forhold mellom disse tre. Det vil si at et CMS f.eks. kan publisere til flere domener og/eller nettsteder. Man trenger altså ikke å samle alle, men man kan om man vil.

Når vi først er klare over forskjellen mellom disse, kan vi se på hva slags effekt de forskjellige «samlingene» har:

	<b>Ett CMS</b>	<b>Ett domene</b>	<b>Ett nettsted</b>
<b>SEO</b>	Kan gjøre det lettere å holde orden på duplikatinnhold.  Alle strategier og teknikker kan imidlertid implementeres på tvers av flere CMS.	Kan ha en positiv effekt av å bygge troverdigheten på ett domene fremfor tre, men ikke nødvendigvis. God linking mellom innhold er det viktigste.	Ikke relevant
<b>Sporing</b>	Ikke relevant	Google Analytics: Mulig å sette opp flere domener som ett område. Det er enklere på ett domene.  Salesforce: utfordringer med reiser som beveger seg på tvers av domene.	Ikke relevant
<b>Bedre brukerreiser + merkevarebygging</b>	Kan gjøre det lettere å gjennomføre det som nevnes under «Ett nettsted».	Ikke relevant	Samordning av informasjonsarkitektur og visuelt uttrykk kan bidra til bedre brukerreiser. Dette kan gjøres innenfor dages rigg, men det krever implementering tre ganger.
<b>Enklere å jobbe med innhold</b>	Hvis samme ressurser skal publisere på tvers av områdene kan det være enklere å forholde seg til ett CMS. Slik jobber imidlertid ikke KN i dag.	Ikke relevant	Ikke relevant

<b>Forvaltning</b>	Billigere med 1 løsning fremfor 3, både i drift og videreutvikling.	Ikke relevant	Ikke relevant
	Samtidig har marked opplevd høyere utviklingstakt ved å sette opp egne sider.		
	Optimizely er dyrere enn WordPress i både drift og forvaltning. I tillegg er dagens kostnadsnivå lavere enn hva som er forventet/normalt.		

### *Spesifikt for kirkensnodhjelp.no*

#### Redaksjonelt: Rydding i maler

Dette er et omfattende nettsted med rundt 2000 sider bare i den norske delen. Det er mye innhold, og relativt lite interaktivitet og få integrasjoner mot eksterne datakilder.

Mange av behovene som beskrives er knyttet til opplevde begrensninger i malverket:

- Mange maler/blokker laget for ganske spesifikke formål
- Flere maler som ikke brukes
- Opplevd lite fleksibilitet i plassering av blokker/elementer på sidene
- Begrensningene som beskrives er ikke begrensninger i Optimizely som CMS, men er begrensninger lagt i oppsettet og definisjonen av malene.

#### Teknisk: Misfornøyd med søk

Kirkens Nødhjelp implementerte den gratis søkefunksjonen Elastic Search i fjor. Det fungerer fortsatt ikke 100% som forventet.

#### Teknisk: Teknisk gjeld

Dagens tekniske rigg er «gammeldags» med lokal hosting. Vil nå end-of-life snart, og en oppgradering / flytting til skybasert løsning kommer før eller senere.

#### Strategisk: TV-aksjonen 2024

TV-aksjonen er en stor innsamlingsmulighet for Kirkens Nødhjelp. Det er strategisk viktig for Kirkens Nødhjelp å sørge for at kn.no er stabil, forutsigbar og robust slik at de ikke mister

potensielle givere og donasjoner på grunn av tekniske utfordringer med dagens eller kommende versjoner av kn.no.

#### *Spesifikt for fasteaksjonen.no*

##### Teknisk: Nedetid i pressperioder

Fasteaksjonen gjennomføres før påske hvert år, og har en naturlig trafikktopp i perioden rundt gjennomføringen. I denne perioden er det mange brukere innom siden som oppdaterer den for å se de nyeste tallene til Vipps-integrasjonen som viser summen innsamlede penger.

##### Teknisk: Ustabilitet

KN har opplevd ustabilitet både for innloggende og ikke-innloggede brukere. Dette nedetid på søkefunksjonen, innlogging og at tall nullstiller seg og hopper tilbake til det faktiske tallet i statistikk og oversikter.

#### *Spesifikt for gaversomforandrer verden.no*

##### Teknisk: Oppdatere nettbutikkinnhold

I dag må Kirkens Nødhjelp kontakte Dinamo for å få laget varianter av varer i nettbutikken, som f.eks. når et smykke skal kunne selges i både gull og sølv, og i flere størrelser. Å muliggjøre disse endringene for redaktørene vil minke behovet for ekstern hjelp, og dermed også senke kostnadene knyttet til videreutvikling.

#### Oppsummering av innsikt

Det er ikke et akutt behov for å samle dagens 3 nettsteder på en plattform. Fasteaksjonen og Gaver som forandrer verden (GSFV) har egne målgrupper, toppoppgaver og behov som gjør at de står seg godt som separate nettsteder. Disse to nettstedene fungerer godt i dagens tekniske rigg, og vi finner ikke grunn til si at det haster med å flytte disse inn i noen ny løsning.

Det er likevel fordelene å hente ut på sikt ved å samle alt i ett CMS/én teknisk løsning:

- Ett sett med lisens- og driftskostnader
- Én leverandør
- Ett sted å gjøre (kostbare) integrasjoner



Vi mener også at tilstanden til kn.no tilsier en oppgradering av dette nettstedet på flere områder i løpet av de neste to til tre årene:

Teknisk: Optimizely er ikke på nyeste versjon, og driftes fra en lokal server med enkelte begrensninger.

- Behov for gjennomgang av maler og informasjonsarkitektur – har «vokst vilt» i 8 år
- Modernisering av brukergrensesnitt og visuelt uttrykk – henger etter de to andre nettsidene, og de andre store aktørene i samme sektor
- Oppgradering av søkefunksjonalitet.

Vi vurderer også at det er behov for å ta noen strategiske beslutninger for hvordan de tre nettstedene og deres tilhørende merkevarer skal fungere sammen fremover.

## Anbefaling

[REDAKERT] anbefaler at Kirkens nødhjelp legger en langsiktig plan i flere faser som kan ende med at alle nettsider er samlet på ett sted.

1. Beskrive en målsituasjon for teknisk arkitektur, inkludert valg av CMS og E-commerce-løsning som kan dekke behovene til alle på sikt (Her er vi nå).
2. Utarbeide en strategi for innholdsarkitektur og merkevare på tvers av de tre områdene.
3. Implementere kirkensnødhjelp.no på ny CMS-løsning.
4. Flytte Fasteaksjonen inn i nytt CMS: Kan skje senere, f.eks. hvis det melder seg nye behov som krever et større utviklingsarbeid. Vi anbefaler ikke å gjøre større nyutvikling i dagens WordPress-løsning, da WordPress ikke er så godt egnet til komplekse integrasjoner med Vipps/Salesforce.
5. Flytte GSFV inn i ny E-commerce/CMS: Kan skje senere eller aldri. GSFV er prototypen på en WordPress/WooCommerce-butikk.

Hensikten med å dele opp i flere faser er å holde kompleksiteten – og dermed risikoen – i hver fase så lav som mulig. Vi har også identifisert at fordelene med å samle ikke umiddelbart er så viktige eller store at det taler for rask realisering. Ved å gå sakte fram er det lettere å sikre at fordelene blir tatt ut best mulig.

Siden planen vil innebære både tekniske, redaksjonelle og strategiske endringer anbefaler vi også at Kirkens Nødhjelp velger å inngå et partnerskap med en leverandør som kan bidra på

flere fronter enn kun teknisk implementering. På den måten vil Kirkens nødhjelp redusere behovet for mer ekstern hjelp, og øke graden av helhetlig oppfølging og forståelse hos leverandøren.

### Snubletråder

Å samle alle nettstedene under en paraply har følger for arbeidsformer, organisering og eierskap. Det er derfor anbefalt å ha tenkt igjennom organiseringen rundt en felles løsning.

- Eierskap og organisering
  - Hvem eier drift av en felles løsning?
  - Redaktøransvar – prioritering av innhold i informasjonsarkitekturen
  - Samarbeid om publisering på tvers av kommunikasjon og marked
- Økonomi
  - Hvem betaler i de forskjellige fasene?
  - Hvordan sikre finansiering til fase 3, 4 og 5

### Grov tidsplan mot 2024

Det er ønskelig å ha et oppdatert nettsted for KN.no på plass før TV-aksjonen i 2024. Vi anbefaler derfor at Kirkens Nødhjelp er strategiske i valg av hva som bør påbegynnes og ferdigstilles innen aksjonsstarten.

#### Q1-2 2023:

- Utarbeid den felles strategien for innholdsarkitektur og merkevare på tvers av de tre områdene.
- Innkjøp av valgt løsning og velge leverandør.

#### Q3-4 2023:

- Innsikt og design for oppdatering eller implementering i nytt CMS for KN.no

#### Q1-2 2024:

- Teknisk utførelse av oppdatering eller implementering i nytt CMS for KN.no

Ved å prioritere å gjøre ferdig strategien før implementering vil KN slippe å risikere dobbeltarbeid med CMS-tilpasninger. Vi anbefaler at KN bør være ferdig med oppdatering/implementering innen senest slutten på Q2 i 2024 slik at alle sidene er klare og testet, og nye rutiner vel etablert til starten på Q4 2024 når TV-aksjonen går av stabelen.