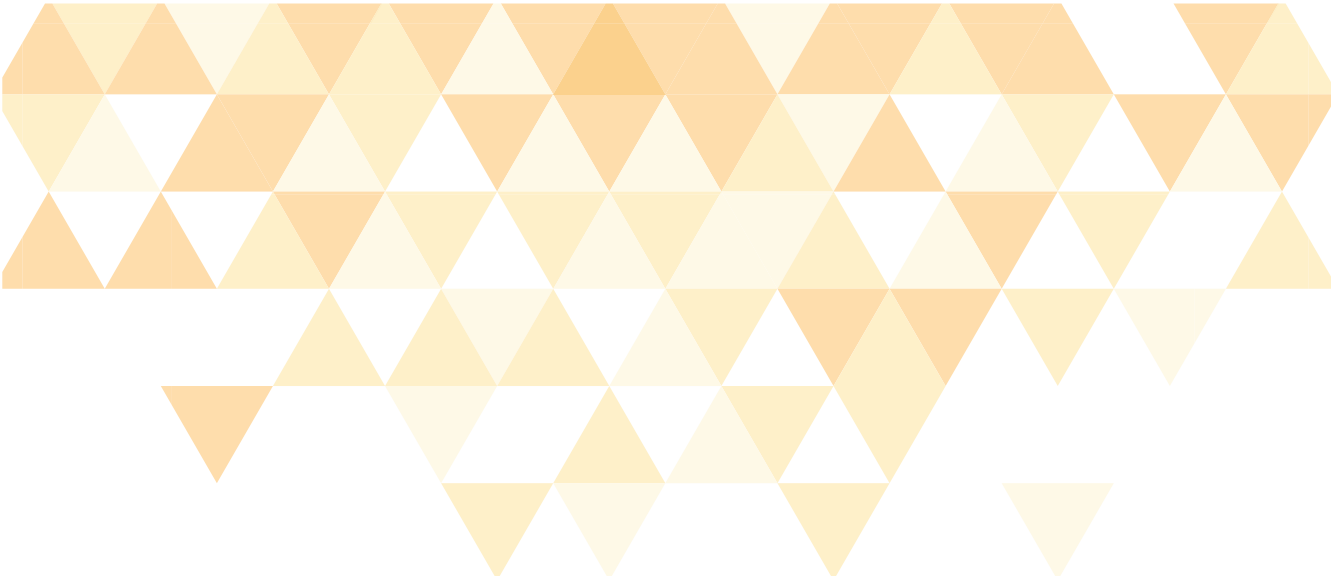




SMARTA INTRANÄT

1 april 2020

*Sveriges största event inom intranät
för 15:e gången.*



KOMPETENS
INSTITUTET



I din hand har du femte upplagan av "Smarta Intranät" boken. Använd den som en anteckningsbok och källa till inspiration.

Niko Fastman

Niko Fastman

Projektledare Smarta Intranät

☎ 073-670 60 32

✉ niko.fastman@kompetensinstitutet.se

 www.kompetensinstitutet.se

5 tips som gör dig till en superredaktör

... eller som åtminstone tar dig en bit på vägen!

1 Det viktigaste först

Sidan som du publicerar på ditt intranät har förstås ett bestämt syfte. Tänk på att skriva det allra viktigaste först. Är det dags att ansöka om sommarsemester? Lägg länken till formuläret högst upp på sidan – efter det kan du prata om lön under semestern, hur länge du får spara dagar och vad som gäller för nyanställda.

Psst! För att göra det superenkelt att få översikt av din text, kom ihåg den klassiska uppbyggnaden: rubrik, ingress, mellanrubriker och ett tydligt "call to action". Att lätta upp texten med punktlister och blankrader är också ett bra knep.

2 Personalisera innehållet

Alla behöver inte veta allt. Och alla vill inte veta allt heller. Jobba därför med att personalisera innehållet – alltså genom att du som redaktör och/eller medarbetaren själv sällar i vad som är viktigt för just den personen. Visa till exempel bara nyheter från en viss kategori istället för hela flödet och gör det möjligt för dina medarbetare att designa intranätets startsida med egna genvägar. Gör det lätt helt enkelt – även genom funktioner som förifyllda uppgifter och "single sign-on".

3 Lägg inte innehåll på hög

Risken med alltför många och daterade sidor är att det blir svårt att hitta rätt, uppdaterad information. Lägg inte innehåll på hög – rensa ofta. Se till att det bara finns en sida för varje ämne. En bra funktion är att sätta påminnelse om att se över en sidas innehåll efter sex månader. Är det fortfarande aktuellt? Publicera. Inaktuellt? Avpublicera. Behöver något justeras? Gör det, och ingen blir gladare än dina medarbetare.

4 Innehållsansvariga är toppen

Utse innehållsansvariga till alla sidor. Det behöver inte vara redaktören – det kan till och med vara smartare att sätta den som faktiskt äger informationen som ansvarig. Då är det den personen som blir påmind om att se över innehållet och som sedan kan ta det vidare, om det behövs. Det är också den personen som får ta emot frågor om innehållet är otydligt. Innehållsansvariga kan vara allt från HR och utvecklingschef till kontorsansvarig.

5 Använd sociala funktioner

Låt dina medarbetare kommentera sidor, gå med i grupper och på annat sätt kommunicera med varandra. Och som redaktör – var ambassadör för de här funktionerna, använd dem flitigt och uppmana andra till att göra det. Det skapar gemenskap, delaktighet och hjälper till att öka spridningen av innehållet internt.

SiteVision är Sveriges mest omtyckta CMS

SiteVision är plattformen för sociala intranät och engagerande webbplatser med Sveriges mest nöjda kunder.*

Ta gärna en titt på vår webbplats och sociala medier för att lära känna oss bättre. Eller varför inte boka en demo?

Vi hör! sitevision.se

* 98 % kundnöjdhet enligt Web Service Awards undersökning "Hur mår Sveriges intranät?" 2019

sitevision 

Några tips på vägen till ett framgångsrikt och välanvänt intranät

Det är vanligt att undersökningar kring intranät visar att bara en av fyra organisationer är nöjda med det resultat som man fått av sitt initiativ. Så om du planerar för ett nytt intranät borde det vara intressant att förstå vad man kan göra för öka chansen för ett positivt utfall.

I den vidare texten berättar vi mer om hur man når framgång med intranät och ger ett antal tips kring själva lösningen. Men om hör av dig så kan vi diskutera frågan i ett bredare perspektiv och utifrån era förutsättningar.

Vad utmärker framgångsrika intranät?

För att lyckas bättre med intranät är det till att börja med viktigt att skapa förståelse för vad det är som gör att man får önskade effekter av sin satsning – och vad som är den gemensamma nämnaren för framgångsrika intranät? Ställer man den frågan till en användare brukar vanliga svar vara att lösningen ska vara snygg, snabb och ha bra sök för att få genomslag. Alla dessa attribut kan givetvis vara utmärkande för bra intranät, men det finns något som är en mer grundläggande egenskap i intranät som ger önskade effekter.

Den gemensamma nämnare som vi med säkerhet kan påstå gäller för alla framgångsrika intranät över världen är: Att de används. Så enkelt är det, att lyckas vi få användare att strömma till så kommer vi att få effekter av vår satsning – och annars inte. Detta är det grundläggande förutsättning som vi måste ha som ledstjärna när vi planerar och genomför ett intranätinitiativ. Kanske vi till och med ska formulera det som att vi ska sträva efter en lösning

som används i dagligt arbete, av många användare och över lång tid. Vi vill ju nå fram till så många medarbetare som möjligt, helst hela organisationen, i syfte att underlätta återkommande arbetsuppgifter. Dessutom bör vi vara medvetna om att det tar tid att åstadkomma förändringar vad gäller beteenden eller attityder, varför det är viktigt att vi har ett långsiktigt perspektiv.

Lösningen ska vara intuitiv, personaliserad och uppgiftsorienterad

Nyckelfrågan i detta resonemang blir ju då – hur ser vi till att få ett välanvänt intranät? Ja, vi menar att den enskilt viktigaste faktorn för att lyckas med det är att tillhandahålla en utmärkt upplevelse för användare. En bra utgångspunkt för att lyckas med det är att låta sig inspireras av hur vi använder IT-stöd som privatpersoner, där det ju är vanligt att vi pratar om att begränsa skärmtid snarare än att öka användande. Det finns också ett antal utmärkande drag avseende hur vi använder mobiler och läsplattor som vi kan ta med oss in i arbetet med intranätet.

Till att börja med så är vi vana vid en personaliserad upplevelse där användaren själv bestämmer vilka applikationer hen vill använda, hur dessa ska organiseras och vilka personliga inställningar som man önskar.

Användaren är van vid att bli notifierad om nytt innehåll eller uppgifter som ska utföras och förväntar sig en intuitiv upplevelse, det ska inte krävas någon manual för att ta en ny app i bruk. Vi vet också att användare förväntar sig att applikationer ska presenteras på ett bra sätt oavsett vilken typ av klient man använder och att man avstår att nyttja applikationer om svarstiderna är för långa.

Några exempel som hjälper dig på vägen

Så avseende vårt intranät bör vi sträva efter en intuitiv, personaliserad och uppgiftsorienterad lösning med bra prestanda och mobilitet – och här kommer några exempel som kan hjälpa dig i vidare arbete.

För att intranätet ska ge en intuitiv upplevelse kan det vara värt att tänka på följande:

- Det viktigaste här är att komma runt att användaren inte hittar det hen letar efter. För att lyckas med det måste navigeringsstrukturen kunna underhållas smidigt, utan att man behöver flytta innehåll.
- Sökupplevelsen bör kunna utformas med hänsyn till behov inom organisationen, t ex att användare vill kunna filtrera
- Sökresultat baserat på viktiga begrepp i verksamheten.
- Skapa guider direkt i lösningen för att introducera användare till nya applikationer, funktioner eller innehåll. Ett par enkla steg i text och bild och sedan ska användaren vara igång.

Några förslag för att ge en personaliserad upplevelse:

- För att lyckas med målgruppsstyrning av information måste man se till att lösningen har rika personprofiler och ger möjlighet att styra på fler begrepp än kontor och avdelning.

- Låt användare välja vilken information man vill följa och åtminstone delvis vilka 'block' man vill se på startsidan.
- Använd navigering som utgår från användaren, till exempel senast använda dokument, communities jag följer eller populärt i mitt nätverk.

Några förslag för att ge en uppgiftsorienterad upplevelse:

- Notifiera användaren både i webbläsare och mobil om relevant eller viktig information, helst med stöd för att kunna utföra uppgifter direkt från notisen.
- Redovisa en sammanställd vy över uppgifter som användaren har att utföra, t ex attestera tidsrapport eller godkänna ett dokument.
- Ge enkla ingångar och stöd längs vägen för att utföra vanliga uppgifter, t ex skapa dokument från mall, göra anmälan till ett event eller beställa marknadsmaterial.

Två andra saker som vi gärna framhåller i jakten på det framgångsrika intranätet handlar om verktyg för administratörer respektive att ha aktiv förvaltning. Vi menar att det första steget mot en bra upplevelse för användare är att ge administratörer relevanta verktyg som gör att man kan implementera era policies avseende hur information ska hanteras i er verksamhet.

Dessutom är det viktigt att ha en aktiv förvaltning av lösningen, där vi rekommenderar ett agilt arbetssätt med återkommande utvärdering för att driva kontinuerliga förbättringar av lösningen och långsiktigt öka användande.

Anders Fagerlund

Vi skapar välanvända intranät

Välkommen till vår monter för att prata vidare om hur man skapar ett välanvänt intranät. Du kan också kontakta oss i efterhand på anders.fagerlund@preciofishbone.se.

omnia
by precio fishbone 

“DET ÄR VIKTIGT ATT GÖRA DET DIGITALA MÄNSKLIGT”

Vildmark, vandring och vackra vyer. Kanske inte det första du tänker på när det talas om digitala arbetsprocesser? För AMF är dock kopplingen till naturen en viktig del av den digitala förändringsresan.



Mia Boghammar och Helena Kleverö

Besöker du AMF:s huvudkontor i Stockholm inser du snart att det har formgetts med inspiration från Sverige och vårt lands särskiljande karaktärsdrag, bland annat för att koppla till att AMF har kunder spridda över hela landet. För ett par år sedan förvandlades det traditionella kontorslandskapet till aktivitetsbaserade lokaler där utformningen av rummen följer de fyra väderstreckens karaktär, sett både till tonalitet och funktion.

– Vår resa tog avstamp i denna fysiska förvandling. Vi ville ha fler samsarbetsytor, kunna arbeta mer kreativt och agilt och samtidigt frigöra plats för olika slags mötesformer. Det var under denna process som vi insåg att

vi även behövde ta vår digitala arbetsplats till nästa nivå, säger Helena Kleverö, Human Resources Specialist på AMF Pension.

På AMF arbetar cirka 300 medarbetare med över fyra miljoner kunder. Under bolagets digitala resa har Sigma varit samarbetspartner, helhetsleverantör av en digital lösning och ansvarat för allt ifrån implementering av teknik, till stöd i förändringsledning och framtagande av kommunikationskoncept.

– Våra kunder behöver inte gå till olika leverantörer för att bygga och implementera en digital arbetsplats i Office 365. Våra specialister sköter



PREPPA

alla delar, från teknisk rådgivning till användarstudier och Change management, säger Hanna Karppi, Digital Workplace Manager på Sigma Worklife.

AMF insåg tidigt att förändringsresan inte bara skulle innebära en teknisk övergång utan främst en beteendeförändring. Change Management och kommunikation har därför varit lika viktigt som IT.

– Våra digitala verktyg är till för våra medarbetare och deras behov.

Därför var det viktigt för oss att göra det digitala mänskligt, vilket Sigma hjälpte oss med, säger Mia Boghammar, ansvarig för Internkommunikation på AMF.

I kommunikationskonceptet som Sigma tagit fram är naturen det genomgående temat. Med tydliga kopplingar till vandring och friluftsliv engageras medarbetarna i en visuell identitet som återfinns både i AMF:s fysiska lokaler och i deras digitala arbetsplats.

– Vi ville att konceptet skulle kännas igen överallt. Därför möter medarbetarna det överallt – i mail, på affischer, i presentationer, artiklar etc. Vi använder oss också av så kallade AMF Go! Guider – utvalda medarbetare som fungerar som ambassadörer och som är projektets öron ute i verksamheten. Med

hjälp av Sigmas Changekoncept har vi lyckats nå ut till alla våra medarbetare på ett tydligt sätt och det har vi också fått positiv respons för, säger Mia Boghammar.

Lanseringen av Office 365:s olika verktyg har sedan starten implementerats stegvis i olika faser, för att medarbetarna ska hinna vänja sig vid de nya verktygen.

– Målet med vår digitala resa är att skapa fler smarta sätt att arbeta, och självklart att effektivisera vårt arbete. Men syftet är också att stärka rollen som en attraktiv arbetsgivare som erbjuder våra anställda de senaste digitala verktygen, säger Helena Kleverö.

Så lyckas ni!

Mia och Helena tipsar:

1. Var medveten om att det inte bara är ett IT-projekt utan lika mycket en beteendeförändring.
2. Engagera era medarbetare och utse ambassadörer.
3. Utgå ifrån ett tydligt kommunikationskoncept. Det förenklar genomförandet.
4. Lansera förändringarna stegvis och var lyhörd inför de reaktioner ni får från era medarbetare.
5. Omvärlden förändras konstant. Välj en leverantör som leder utvecklingen så slipper ni merarbete och system med bäst-före-datum.

Office 365 bör ses som en långsiktig investering och många kunder behöver stöttning längs vägen för att få verklig avkastning och effekt.

– Det är inte alla kunder som förstår värdet av den interna förändringsresan och lanseringsprocessen på samma sätt som AMF. När vi gör implementationer för våra kunder vill vi därför bli långsiktiga samarbetspartners, likt den vi varit för AMF, säger Hanna Karppi.

Sigmas lösning och leverans:

- Användarstudier och analys
- Teknisk support
- Digital landskapskartläggning
- Digital arbetsplats och intranätlösning (Core Workplace) samt support och underhåll
- Informationsarkitektur (intranät)
- Dokumenthantering
- Kommunikationskoncept och produktion
- Change management
- Mätning



BEHÖVER NI HJÄLP MED ER DIGITALA RESA ?

Kontakta Hanna Karppi, Digital Workplace Manager
 hanna.karppi@sigma.se +46 (0) 722 377 022
 Läs mer på www.sigmaid.se/worklife

ALWAYS
REDO



INTRANÄTET

Är Office 365 redo att stå på egna ben?

Office 365 är en samling tjänster som tillsammans utgör en bra grund till en modern digital arbetsplats. Systemet har även starkt stöd för olika kommunikationskanaler. Men samtidigt är en stor och viktig komponent i Office 365 den gamla trotjänaren SharePoint, som många redaktörer historiskt haft en tuff upplevelse med. Detta innebär att huvudkomponenten i Office 365:s intranätlösning, det vill säga CMS:et SharePoint, har fått ett, delvis välförtjänt, dåligt rykte.

Intranet in your pocket

Microsoft valde för några år sedan att göra om sitt CMS från grunden. Det vi fick var en modern redaktörsupplevelse som redan från början är mobil och långt ifrån det vi var vana vid med gamla SharePoint.

Microsoft, med sina finansiella muskler, har sedan dess naturligtvis fortsatt att investera och vi får löpande ett mer komplett CMS som knyter ihop den digitala arbetsplatsen.

Sprid nyheter där medarbetarna befinner sig

Ett modernt intranät är inte längre en megafon, utan något som engagerar medarbetaren där de befinner sig. Det är naturligtvis viktigt att få ut nyheter på intranätets startsida – men minst lika viktigt är det att nyheterna sprids i de kanaler som medarbetarna använder. Microsoft har här tagit fram flera lämpliga lösningar, anpassade efter olika organisationers storlek och arbetssätt.

Senaste funktionerna inom Office 365

- Målgruppsstöd
- Företagsgemensam lagringsyta för bilder
- Schemalagd publicering –
kommer inom kort
- Översättningar –
kommer inom kort

Så – är Office 365 redo att stå på egna ben?

Microsoft satsar stenhårt på koncept som internkommunikation och företagsnyheter med målgruppsstyrning och enklare statistik. Organisationer kan välja att använda och tillgodogöra sig alla dessa och framtida möjligheter – eller komplettera med något annan lösning och förlika sig med att det finns en risk för att man har flera olika intranät och nyhetsflöden. En utmaning som kvarstår är att det saknas en central redaktörsupplevelse – kom gärna och prata med oss om detta.

Så vad är svaret på frågan om Office 365 är redo att stå på egna ben? Självklart: Ja!

Daniel Karlsson | Director of Technology, Forefront Consulting

daniel.karlsson@forefront.se | 070 - 634 31 10 | forefront.se

Forefront Consulting är ett verksamhets- och IT-konsultbolag med drygt 400 anställda. Med kontor på sex orter i Sverige guidar vi företag och organisationer i det digitala landskapet.

forefront
consulting

Spintr tillhandahåller, utöver en modern intranätlösning, också kompetensen att hjälpa er att få ett intranät som faktiskt används och skapar engagemang på arbetsplatsen. Vi kallar det jobbet för Customer Success och en av våra Customer Success Managers Karin Linder delar gärna med sig av sina erfarenheter, tankar och idéer för att ni ska lyckas med just era utmaningar.



Fixa ert eget Camp Nou

Eye of the tiger pulserar i högtalarna. Du sträcker på dig och ser att de andra omkring gör detsamma, några till och med ett stolt flin på läpparna. Det är dags att kliva in på arenan eller rättare sagt – en ny dag på jobbet.

SPINTR.

Fem tips för att fixa er egen arena för delaktighet:

1. Gör det möjligt för så många som möjligt att själva skapa innehåll.
2. Se till att ledningen är med på planen och blir bra ambassadörer direkt.
3. Uppmuntra dialog och svara - även på mindre positiva kommentarer.
4. Ansträng er för att göra det viktiga intressant.
5. Visa på goda exempel på hur man kan göra för att inspirera andra till samarbete.

En arena där dagens match ska utspela sig. En match med ett mål därborta och förhoppningsvis är alla på väg just dit. Men tänk om någon tror att hörnflaggan utgör mål? Det vore typiskt men förhoppningsvis vet alla vart de ska och hur vi ska ta oss dit tillsammans. Men börjar nån köra enmans-show istället för att passa är det lätt att det beteendet smittar och helt plötsligt vill alla göra mål själva. Fast man var ett lag.

Ett lag med en häftig arena som vi kan kalla Camp Nou. Men inte ens Camp Nou är särskilt häftigt om spelet sviker. Och lagspel kräver att alla vet vart man är på väg och hur man kommer dit. Hur mitt jobb jackar i nån annans så jag kan slå snygga passningar och så vidare.

För det krävs kommunikation internt och något som mår bra av att ha ett socialt intranät i botten. En arena för delaktighet där alla kan och vill vara med i samspelet mot målet.

Spintr ger er både en intranätlösning men också kontinuerlig rådgivning och inspiration i internkommunikativa frågor, för det är ju faktiskt så att inget intranät i världen lever av sig självt. Men hur gör man egentligen för att få snurr på sitt intranät? För att skapa engagerade ledare eller medarbetare? Eller för att faktiskt komma till att intranätet är en bra kanal att använda den dag som du vill nå ut med information snabbt och brett?

Vi hjälper er – kontinuerligt

Med Spintr är ni inte själva i arbetet med att fixa till er arena för delaktighet och engagemang. Som sagt vi kallar det Customer Success och det handlar i slutänden om att ni är nöjda och får ut värde av Spintr, intranätet och er internkommunikation.

Se oss som ert bollplank, en källa för inspiration eller använd oss som er röst i bolaget när det kommer till frågor kopplade till just detta.

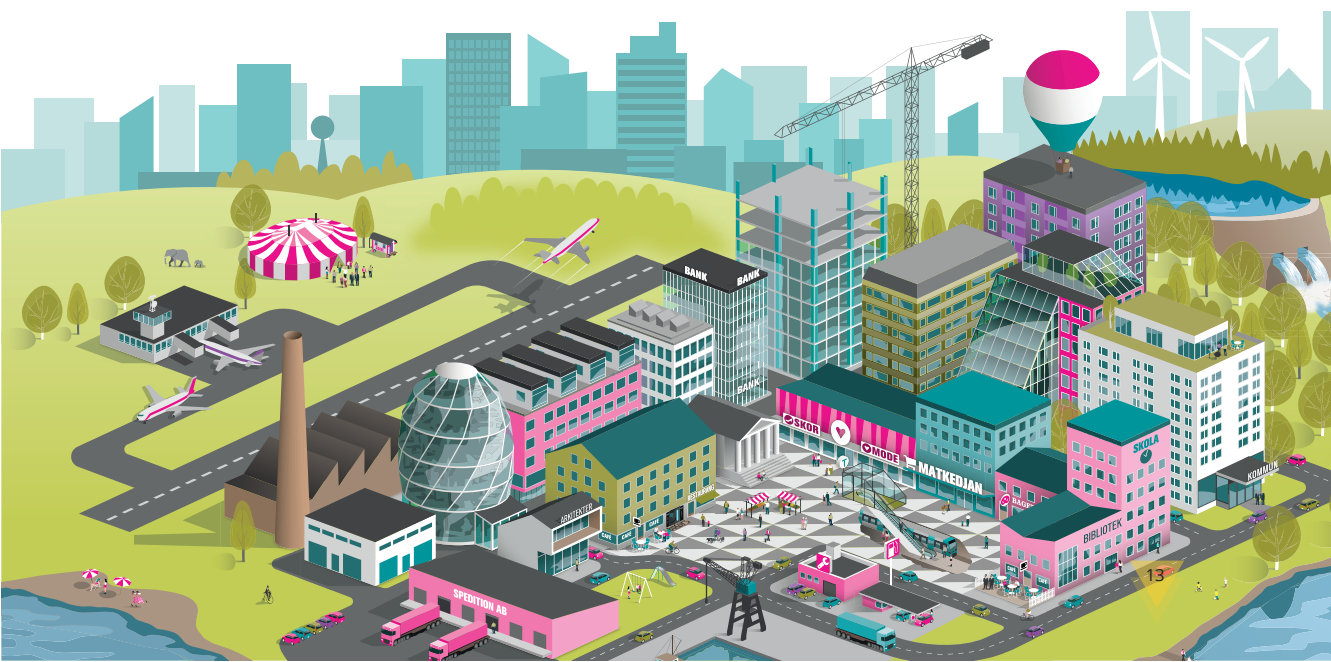
Att ni får medarbetare att känna sig delaktiga och engagerade är lika viktigt för oss – som för er!



Spintr är ett SaaS-bolag där alla verktyg finns samlade för maxad internkommunikation. Ni kan samarbeta och kommunicera inom hela verksamheten och integrera Office365 eller andra 3:e part för ytterligare produktivitet under arbetsdagen.

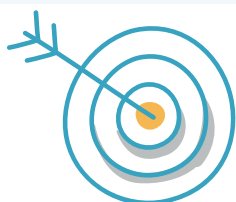
Spintr servar kunder och medarbetare över hela Norden och i Tyskland. I dagsläget växer Spintr med 50-60% om året och är en etablerad och stabil verksamhet med 60 000+ användare på daglig basis.

Molntjänsten och SaaS-verksamheten Spintr lanserades 2015 och har sina rötter i IT- och webbkonstultverksamheten Onesys och föregångaren MyLive. Spintr består av 15 medarbetare med säte i Örebro.



EFFEKTIVA DIGITALA VERKTYG MINSKAR STRESSEN

Genom att samla alla digitala verktyg på en plats, med en inloggning kan man skapa ett arbetsverktyg som hjälper varje medarbetare i vardagen.



Det har Falu kommun med stor framgång gjort för sina 5000 anställda, tillsammans med konsultföretaget Soleil.

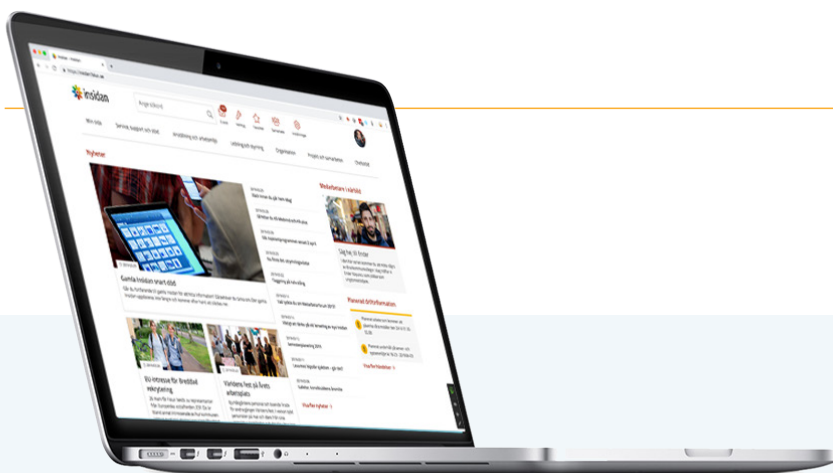
- Många organisationer har många olika digitala verktyg och kanaler, alla med olika inloggningar och arbetssätt. Det skapar naturligtvis lätt en stor stress för medarbetarna, både att hinna med att kolla av nödvändig information som finns samlat i olika verktyg, men också att försöka hitta rätt dokument man behöver för en specifik arbetsuppgift, berättar Ann Svalling, O365 - ansvarig på Soleil.

UTVECKLADE "MIN SIDA" TILL ETT NAV

När Soleil började arbeta tillsammans med Falu kommun var uppdraget att skapa ett nav för alla verktyg och kanaler.

- Navet skulle utgå från varje enskild medarbetares behov och kunna skräddarsys för just hens behov av information och verktyg. Det var en utmaning då kommunens medarbetare har olika roller med mycket olika arbetsuppgifter och behov. Vissa är tjänstemän med ett kontorsarbete medan andra jobbar exempelvis inom äldreomsorgen och är ständigt på språng. Lösningen blev "Min sida" på intranätet. Där samlades allt som behövdes för varje medarbetare. För att underlätta användandet integrerade de Office 365:s tjänster i SiteVision för att förenkla gränssnittet och kunna förklara för användaren vilka delar man ska använda till vad.

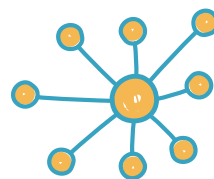
- Falu kommun använder många av de tjänster som ingår i Office 365, exempelvis dokumenthantering i SharePoint, uppgiftshantering i Planner, samarbetsgrupper i Teams och sociala grupper i Yammer. Möjligheten till att integrera dessa tjänster och göra dem så tillgängliga som möjligt var avgörande när de valde plattform för sitt intranät.



ALLT SAMLAT PÅ EN ENDA PLATS

Det medarbetarna uppskattar mest med det nya systemet är att de bara får relevant information, vilket bland annat har lett till att de blir mer välinformerade än tidigare.

- Nu när de har allt samlat på sin egen sida, där exempelvis en notering om olästa mejl syns, har effekten blivit att en betydligt högre andel medarbetare läser viktiga mejl. Det har blivit enklare att hålla sig uppdaterad vilket även skapar en större känsla av delaktighet.



HITTAR SNABBT DOKUMENT

En annan funktion som uppskattas mycket är den nya sökfunktionen som Soleil utvecklat, den innebär att en medarbetare kan söka efter dokument och information från kommunens olika system i samma sökruta.

- Tidigare var de tvungna att ha koll på var i organisationen dokumentet kunde finnas och söka just där för att hitta rätt. Nu skriver de bara in vad de söker efter i sökfältet så hämtas dokumentet på någon av kommunens alla digitala platser.



FALU KOMMUN FÖRBEREDDE EXEMPLARISKT

Ann betonar att en stor anledning till att resultatet har blivit bättre än alla hade hoppats på var att Falu kommun var så proaktiva innan de satte igång. De gjorde en stor insats för att både få alla medarbetare delaktiga i processen genom tydlig kommunikation och genom en stor behovsinventering, som inkluderade många djupintervjuer, för att ta reda på medarbetarnas verkliga behov.



VILL DU VETA MER OM INTRANÄT?

Ann Svalling, O365 - ansvarig
ann.svalling@soleilit.se
 072 - 712 64 95





Smiling Workplaces

A part of Combined Excellence



Det flexibla intranätet

Med vår intranät lösning baserad på Microsoft 365 kan du erbjuda alla medarbetare det stöd och den hjälp de behöver. Oavsett tillfälle, roll eller vilka olika enheter de använder. En digital arbetsplats för alla!

Vi på Smiling Workplaces använder till största del standardfunktionalitet när vi ger dig och ditt företag de verktyg och det stöd ni behöver. Med moderna gränssnitt som är lätta att lära och använda. Saknas en funktion i Osa bygger vi moduler i SharePoint Framework som vi kompletterar din lösning med.

Den gemensamma digitala arbetsplatsen blir mötesplatsen där alla möts och företagskulturen byggs. Det är här man känner identitet och gemenskap. Här kan alla bidra med innehåll, ha möjlighet att kommunicera och hitta relevant information. utefter vem man är. Genom att använda inbyggd säkerhet och behörighetskontroll säkerställs att ingen information kommer i orätta händer.

Det är idag en självklarhet att intranätet ska vara responsivt och tillgängligt på alla plattformar. Den digitala arenan, miljön och mötesplatsen är lika viktig som den fysiska. Intranätet är ett nav av information som konsumeras på olika sätt.



smilingworkplaces.com



Smiling Workplaces

A part of Combined Excellence



Användande av AI ger smartare intranät

Genom att tillföra AI-tjänster kan man också effektivisera äldre intranät, informations- och kommunikationssystem. AI kan ge betydande kostnads-, tids- och processrelaterade besparingar. Vi ser att AI i en allt snabbare takt implementeras i våra digitala arbetsplatser och intranät. De tillämpningar vi närmast ser är:

- Chatbottar som virtuella assistenter
- Sök med modern kognitiv teknik

Officeprogrammen innehåller redan mycket AI idag.

Säkerhet i Microsoft 365

Vill du jobba och dela information säkert är en lösning baserad på Microsoft 365 rätt val. Microsoft tillhandahåller en rad verktyg som hjälper dig och din organisation att ha översyn och kontroll. .

Vi på Smiling Workplaces hjälper dig och ditt företag att sätta upp en säker men flexibel arbetsplats.

I våra införandeprojekt är fasen efter lansering i fokus. Det vill säga hur ni förvaltar, engagerar och optimerar er digitala arbetsplats på bästa sätt. Tillsammans gör vi det lätt att göra rätt!



smilingworkplaces.com

CASE: WHITE ARKITEKTER

Vad händer när användaren själv får välja?

White Arkitekter är det största arkitektkontor i Norden. Över 900 medarbetare utspridda på 13 kontor - inredda med eftertanke, snygg design och fokus på medarbetaren. Precis som man föreställer sig att arkitektkontor bör vara.

Men den digitala miljön då?

2016 påbörjade White Arkitekter ett stort förändringsprojekt i sin digitala miljö. Ryggraden på ett arkitektkontor är arbetet som sker i de olika upp-dragen. White Arkitekter bestämde sig att ta fram en digital arbetsplats för att bättre kunna nyttja information från sina olika projekt.

Användarbarhet före allt

Efter ett gediget strategiarbete kunde man kartlägga syftet med förändringsprojektet. "Ledstjärnan för den digitala utvecklingen på White ska vara användarbarhet" och användarnas behov som kartlades var:

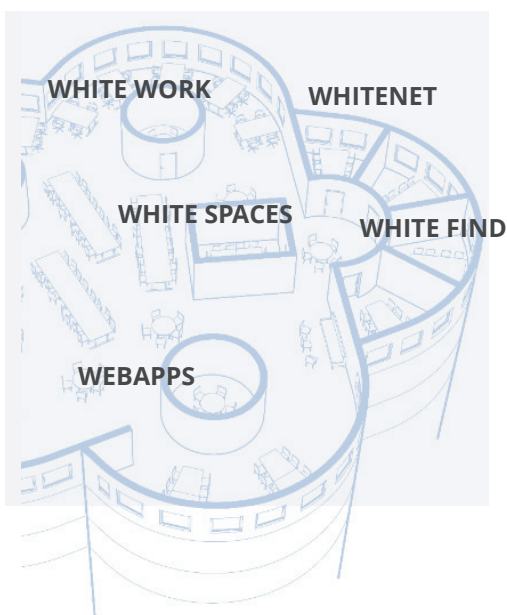
- Känna lust när jag arbetar – att kunna fokusera på det som är viktigt.
- Samhörighet – trots avstående i tid och rum.
- Få en bra överblick – koll trots att mycket händer snabbt.



Bild: White, Skellefteå kulturhus

Att inreda ett digitalt kontor

I riktigt arkitektmanér skapades en pedagogisk inredningsskiss över hur den nya digitala arbetsplatsen kommer att se ut. Den visuella presentationen över kommande förändringen blev en framgångsfaktor för organisationens interna kommunikation och utbildning. Användarna (arkitekterna) fick en överblick över hur allt hänger ihop, presenterat på ett sätt som de var vana vid.



Insikten – Intranätet var visst inte så viktigt

Med fokus på användarna skapades ett antal digitala tjänster. En digital tjänst definierades som ett paket med verktyg och service som hjälper användaren att genomföra sitt arbete.

Den digitala tjänst som agerar spindeln i nätet i White Arkitekters nya digitala arbetsplats är samarbetsytan "White Spaces". Med över 3500 aktiva "spaces" och ca 50 nya varje vecka och är White Spaces den digitala tjänst som bäst uppfyller användarens behov om att känna samhörighet, lust och få en bra överblick.

Varje uppdrag eller projekt blir ett "space" med personaliserad direktaccess till all relevant information och applikationer. "Spacet" och en välutvecklad sökfunktionen har ersatt funktionalitet som man normalt ser på ett klassiskt intranät.

Har din organisation koll på vad användare verkligen behöver för att utföra sitt arbete på bästa sätt?

FINDWISE



MKSE.com har pratat med Guy Britt från IKEA om ny digital strategi, vikten av äkta innehåll och varför IKEA framöver vill uppmuntra alla anställda att prata om, och bjuda på, *allt*.

IKEA OM DIGITAL DE-SPAGHETTIFICATION, SLUTET FÖR BLÅ BOXEN, ÖPPEN KOMMUNIKATION OCH HUNDAR I PISA

IKEA har närmare 170 000 anställda i 30 olika länder. Inför 2020 vill IKEA skapa en unik och personlig upplevelse för varje individ och anställd. Samtidigt som den anställda ständigt har tillgång till all information och de verktyg som krävs för att sköta sitt jobb. Med lokala och regionala regelverk i åtanke. En delikat uppgift för australiensaren Guy Britt, IKEA Groups relativt nya Global Head of Co-Worker Communication.

Just nu pågår en större förändring inom IKEA globalt. Kanske den största på 70 år. IKEA är inte längre en större "blå box" ute på vischan. Med nya VD:n Jesper Brodin kom en strategi om att ta möbelvaruhuset mitt in i stadskärnan. Det finns konceptbutiker i Stockholms innerstad och en jättesatsning i centrala Paris. Nya, mer moderna IKEA behöver även kunna agera snabbare och mer agilt. På den tekniska sidan ska Brodin och hans nya CDO Barbara Coppola kalla förändringen som inleddes för några år sedan för "de-spaghettification". IKEA behöver reda ut decennier av alltför



komplext byggd digital- och IT-infrastruktur. Samtidigt ska de anställda löpande informeras om de vad de strategiska förändringarna innebär. Tidigare var en av utmaningarna med internkommunikationen att få anställda hade en egen arbetsstation eller dator. IKEA behövde samtidigt nå ut till alla så att ingen viktig information gick förlorad. Idag möjliggör mobiltelefonen den direktkommunikationen. All information på IKEAs intranät är ständigt tillgänglig utifrån, efter inloggning. På vilken enhet som helst. Vissa IKEA arbetsplatser delar ut mobiltelefoner till samtliga anställda. Det gör det lätt att baka in internkommunikation i en enhet. Men så ser det inte ut överallt. I vissa IKEA länder råder mobilförbud. Inte sällan av fackliga

skäl, som i Tyskland. I Kina finns också helt andra regelverk som påverkar. Därför har IKEA målat upp en omfattande "kundresa" med medarbetaren i fokus där IKEA i vissa länder försöker nå den anställda t ex på väg till jobbet.



- Vi slåss om den anställdes tid och fokus. Nyheterna måste vara så pass spännande att de anställda väljer läsa. Det måste finnas en skärpa och story, en personlig relation och en allmän attraktionskraft.



Det är 100 procent medarbetaren i fokus, vi bygger inte ett digitalt stöd men jobbar med att förstärka medarbetarens möjlighet att adressera ansvar och uppgift.

Guy Britt

Global Head of Co-Worker Communication, IKEA Groups

Nyheterna i ett intranät måste kännas levande och relevanta. Ett exempel är att IKEA i Pisa tillåter att man tar med sig hunden in i varuhuset. Något som genererar bra bildmaterial och klick på intranätet. IKEA har av denna anledning startat en egen "Let's co-report" kampanj för omkring fyra månader sedan. Ett rop till de anställda att verkligen börja skapa och

dela all typ av content, video och grafisk design. Med löftet om att den kan komma att publiceras för samtliga anställda. IKEA jobbar även med sin Yammer-kanal för att bjuda på olika typer av inspiration. I den jobbar anställda universitetsstudenter inom kommunikationsvetenskap som scannar nätet efter bra exempel och motiverar så att mer innehåll genereras.

IKEA måste pusta bort decennier av rädsla för internet och den öppenhet som kom med tekniken, menar Guy.

“Tiden är över när vad som sades internt stannar där. I det långa loppet bör allt innehåll vi sitter på göras tillgänglig externt. Vi behöver bli mer självsäkra och låta anställda med tillgång till material sprida den informationen på eget bevåg. Vi behöver främst utbilda de berörda. På samma sätt som vi on-boardar dem innan de använder Yammer internchatten.”

Behovet av relevans är påtagligt på flera sätt. Kontrollerade, torra pressreleaser och officiella uttalanden fungerar inte alls länge. Det är att undervärdera läsaren och den IKEA-anställda. I den stora massans ögon har journalistik i sin helhet tappat i betydelse, menar Guy. Enbart de absolut största nyheterna når ut. Samma viktning av intressant innehåll ska ske på IKEAs intranät. Många anställda anser att enbart information direkt från högsta ledningen har betydelse. Därför måste IKEA öppna upp och låta chefer skapa och distribuera den information de finner viktig för sin region. Urvattnade, globala pressreleaser glöms bort i allt annat statistiskt brus.

Nuvarande interna verktygen är främst framtagna inhouse och anpassade för IKEA som bolag. Men ett större nytt digitalprojekt är på gång under året. Det är appen “Hej!” som skulle lanserats under våren men som nu väntas till sommaren. Den högst personliserade, nya appen bygger på IKEAs enorma lager av data och information kring vad de anställda behöver. Nu med ett modernt UX ovanpå. Appen kommer kretsa helt kring en individs roll. En variant visas upp för den butiksanställda i Kina, en annan för lagerarbetaren i Norge.

Vår forskning visar att IKEA anställda inte behöver läsa om bolagsstrategin för kvartalet, eller en pressrelease från ett annat land. De behöver däremot ständigt sitt personliga schema, veta sitt uppdrag, känna till kommande produktsläpp, hur min butik presterar och vad som serveras till lunch idag. Det ska vara i fokus här, inte vad en VD vill nå ut till alla med.



I arbetet med "Hej!" ska teamet börjat med att ta del av alla lappar på väggar, dörrar och anslagstavlor. Alla skyltar och notiser som klistrats upp i IKEAs varuhus och fikarum. Är informationen där viktig eller användbar nog för att hamna i intranätet? Går de att digitalisera och få ihop till en fungerande helhet. Guy berättar att han alltid iscensätter hur han går genom den fysiska vardagen för våra anställda för att se vad som kvalificerar sig som framtidens digitala arbetsstöd.

Dessutom går IKEA för första gången ifrån det officiella koncernspråket engelska. Det har visat sig att idag talar enbart 30% av de anställda engelska. För "Hej!" hade det räckt långt att addera stöd för de topp

tio talade språken, nu går bolaget "all in" och ska erbjuda stöd för samtliga språk medarbetarna talar. Det ska varit bökigt att hitta rätt stöd inom Machine Learning och AI för att skapa språkstödet, men IKEA kände de verkligen behövde lösa den biten. Den tidigare nämnda Yammer-kanalen och inhouse-intranätet verkar annars få leva kvar. Det är svårt att hitta ett bättre tekniskt stöd för möbelbolaget. Guy Britt berättar däremot att det inte råder brist på nya förslag:

”Varje vecka vill fem tillverkare sälja på mig nya digitala lösningar. Allt är mest snyggare versioner av vår Yammer. Jag har fortfarande inte blivit imponerad. Tills dess använder vi de fullt tillräckliga, nuvarande verktygen.

Apropå alternativa verktyg och digitala kanaler. IKEA är väl medvetna om dessa. Kinesiska WeChat är så pass viktig för de anställda i det landet att det vore tanklöst att försöka konkurrera mot den på något sätt. Så används även LinkedIn, Guy Britt är själv inaktiv på kanalen men ser LinkedIn som en viktig kanal för att lyfta fram individer och personas inom IKEA. Som VD Jesper Brodin.

