

Framtidens intranät – skapar nätverkande, effektivitet och engagemang i din organisation

Interaktion mellan människor är det som skapat det samhälle vi lever i idag. Vår förmåga att genom samarbete skapa nytt och åstadkomma utveckling bortom alla förväntningar, är det som gör människan unik. De digitala nätverken har inneburit en explosion av interaktion människor emellan, och samspelet mellan människor från vitt skilda kulturer och delar av världen har tagit fart som aldrig förr. Detta white paper väcker tankar om hur detta fantastiska fenomen kan användas även internt i organisationer – med sociala intranät.

Låt oss slå våra kloka huvuden ihop

I en värld av allt snabbare utveckling av kunskap och produkter blir den interna kommunikationen allt viktigare för att öka effektiviteten och behålla konkurrenskraften. Det gäller inte minst hos företag med geografisk spridning, där medarbetarna snabbt och enkelt måste kunna hitta rätt information eller person, utbyta kunskap med andra och samarbeta i olika projekt. Tyvärr är de traditionella intranäten sällan gjorda för detta, utan blir ofta ett statiskt verktyg som mest fungerar som en anslagstavla med formell information uppifrån och ner.

Vad är ett socialt intranät?

Sociala intranät kallas ibland även för *Intranet 2.0* eller *Enterprise 2.0*. Den grundläggande skillnaden mot traditionella intranät är att de innehåller verktyg för social samverkan och utgår från användarna istället för organisationsstruktur eller typ av information. Ett socialt intranät är på så sätt betydligt mer än något som bara hanterar fördefinierat innehåll. Det kombinerar avancerad teknologi med sociala medier som bloggar, diskussionsforum, wikis, projektplatser, social bokmärkning och dokumenthantering. Det bygger också på användargenererat innehåll som även struktureras av användarna genom taggar och länkar. I takt med att verktygen för att uppdatera intranät blir allt smartare, så kallade CMS¹, förses interna och externa webbplatser med allt mer avancerad funktionalitet. Utvecklingen på detta område håller just nu på att ta fart ordentligt.

Hur kan det sociala intranätet öka nätverkande, engagemang och effektivitet?

Ett socialt intranät möter behovet att öka nätverkande, engagemang och effektivitet i ett företag. Det finns tre faktorer som driver detta:

- Nätverkande som ökar både kunskap och innovation
- Information som alltid är tillgänglig och uppdaterad
- Engagemang byggt på delaktighet

Nätverkande som ökar både kunskap och innovation

Genom ett socialt intranät kan medarbetare i varje stund skapa kontaktytor och relationer med kollegor utan att hindras av hierarkier, arbetsgrupper eller olika geografiska platser. Enligt forskaren Andrew McAfee är det här en betydande förändring. Medan tidigare system innehöll påtvingade och förutbestämda arbetsflöden, roller,

¹ CM står för Content Management (tidigare WCM, Web Content Management). CMS, Content Management System, är det samlade begreppet för system som gör det enkelt för användaren att hantera innehållet på sin webbplats eller intranät, utan behov av särskild teknisk kompetens.

ansvar och grupper, låter de sociala intranäten medarbetarna själva utveckla dessa flöden, roller och grupper – utan restriktioner för vem som ska göra vad.²

I bloggar och diskussionsforum får användare möjlighet att reflektera över olika frågor, komma med idéer och synpunkter till några i en specifik grupp eller till alla användare. Andra kan i sin tur kommentera blogginlägg och bidra till diskussioner med sina synpunkter, svar på frågor och lösningar på problem. Det är enkelt att hitta likasinnade kolleger som delar ett intresse eller engagemang, och hitta specifik expertis man behöver – i realtid! Användare kan även dela med sig av sina egna externa nätverk och värdefulla kontakter på ett enkelt sätt. De kan länka eller dela med sig av material som många andra på företaget kan ha nytta av, som filmade föreläsningar, presentationer och blogginlägg.

När alla kan komma i kontakt med alla i organisationen öppnar det upp för oväntade möten (verkliga och virtuella) mellan kollegor som annars aldrig skulle fått kontakt med varandra. Det skapar en kreativ tillväxtmiljö för problemlösning och innovation. I ett forskningsprojekt om sociala medier och intern kommunikation som en forskargrupp vid Mittuniversitetet gjorde 2011, *De sociala intranätens praxis*, angav ett av de undersökta företagen att huvudsyftet med ett socialt intranät var att ”öka spelrummet för inspiration och slump” hos medarbetarna, för att underlätta uppkomsten av nya idéer och affärsmöjligheter.

Effektivitet genom information som alltid är tillgänglig och uppdaterad

Sociala intranät ökar effektiviteten betydligt då det blir enkelt att sprida kunskap och undvika dubbelarbete. Alla kan enkelt söka och hitta svaret på en fråga. Medarbetare som behöver en presentation kan använda eller redigera en presentation som en kollega redan gjort, istället för att göra samma jobb själv.

Genom att all information och kunskap delas och lagras på den sociala plattformen minskar risken för att kunskap och dokumentation ska försvinna eller blir omöjlig att hitta till exempel när en medarbetare slutar. Informationen blir på så sätt både sökbar och personoberoende.

Belastningen på e-posten minskar då information och kunskap delas och sprids via diskussionsforum, bloggar eller wikis. Massmejl som snabbt blir en överskådlig räckvidd av mejl, som kanske inte når alla som borde få det, blir därmed överflödiga. I diskussionsforum och bloggar är informationen överskådlig, uppdaterad och enkel att följa kronologiskt, och användarna väljer själva att ta del av den information som är relevant för dem.

Dokumenthantering blir både smidigare och tryggare när alla dokument är tillgängliga för alla, alltid och överallt. Till skillnad från när filer ska mejlas eller lagras i mappsystem har man alltid koll på den senaste versionen och kan se tidigare versioner i historiken. Flera användare på olika platser kan även redigera och arbeta med dokument samtidigt, genom webbaserade dokumenthanteringsprogram.

Engagemang byggt på delaktighet

Ett socialt nät där alla kan interagera med alla hjälper till att riva murar mellan olika yrkesgrupper och skapa förståelse för andras roller, arbetsuppgifter och problem. Det knyter också ihop medarbetare som arbetar på olika geografiska platser. Allt detta ökar motivationen och leder till en större helhetssyn. Med ett socialt intranät kan alla medarbetare också ge direkt feedback på information från ledningen. Istället för att missnöje växer i fikarummet, får man en öppenhet som ger möjlighet att ta tillvara och bemöta synpunkter kring olika frågor och beslut.

En nyckel i sociala intranät är att varje användare själv får skapa sin profil och berätta om olika intressen eller färdigheter som kan vara till hjälp för andra. Det bidrar till fler värdefulla kontakter mellan medarbetare som annars kanske aldrig skulle finna varandra. Att få en mer personlig helhetsbild av sina kolleger stärker också de sociala banden mellan människor i företaget.

En undersökning av Forrester Research 2009 visade att 50 procent av amerikanska företag använde någon typ av social mjukvara.

² *Shattering the Myths About Enterprise 2.0*, Andrew McAfee, Harvard Business Review, 2009

Vad ska man tänka på när man vill införa ett socialt intranät?

Även om vikten av en livlig internkommunikation i organisationer inte kan underskattas, och många är övertygade därom, pratas det oändligt mycket mer om extern kommunikation och internet i stort. En global spelare som kommit långt i tankarna kring intranät, är det australienbaserade konsultföretaget Step Two Designs. De har under tio års tid hjälpt organisationer av alla typer att etablera bättre och effektivare intranät. Företagets VD James Robertson lyfter fram sex nycklar till en framgångsrik ”digital arbetsplats”, där social interaktion är en viktig del:

- *Identitet* – en samlad profil där all information om medarbetaren finns tillgänglig, från kontaktuppgifter till specifik kompetens och erfarenheter, deltagande i olika communities och aktiviteter som statusuppdateringar, blogginlägg och kommentarer.
- *Awareness* – kännedom och överblick som river murar och gränser inom organisationen genom öppna sociala kanaler som chatt, forum och bloggar, instant messaging, social närvaro (var och när personer är tillgängliga), teambaserade samarbets- och projektplatser med mera.
- *Trust* – medarbetarna måste ha förtroende för de nya systemen och verktygen, samt ha förtroende för varandra för att de tryggt ska kunna uttrycka sina tankar och synpunkter. Ledningen måste också ha förtroende för medarbetarnas vilja och förmåga att använda de sociala verktygen på rätt sätt och följa de regler man bestämmer.
- *Access* – de sociala verktygen måste vara tillgängliga för användarna när de behöver dem, oavsett tid och plats. De måste också vara lika tillgängliga och enkla att använda på mobila enheter så som smarta telefoner och läsplattor, vilket kräver responsive design och molntjänster.
- *Design* – många företag har misslyckats med sitt intranät, inte på grund av bristande funktionalitet, utan bristande design! Användarvänlig design är därför en av de viktigaste parametrarna när man ska implementera ett socialt intranät. För att skapa en bra design krävs att man involverar medarbetarna och gör ett ordentligt förarbete och skarpa tester längs vägen.
- *Value* – nyttan av ett socialt intranät i form av ökad effektivitet är inte begränsad till företagets arbetsprocesser. I förlängningen ska vinsterna även visa sig i konkreta resultat som bättre kundservice, bättre produkter, ökad merförsäljning, kortare time-to-market och en mer proaktiv och innovativ organisation.

”It’s about moving away from the situation in which ‘content is king’, content is at the center of intranets. That’s wrong. *People* should be at the center of intranets. And everything, – the content, the tools – should be designed to support that.”
James Robertson, VD på Step Two Designs

Utbilda och informera

Det är lätt att tro att medarbetarna direkt ska förstå hur det sociala intranätets funktioner ska användas – många är ju vana vid Facebook, Twitter, bloggar med mera. Men vana vid sociala medier generellt betyder inte att de förstår direkt hur de olika verktygen fungerar. Ett företags intranät är trots allt betydligt mer komplext än andra sociala medier. Det är därför viktigt med utbildning, inte minst för att se till att de som är mindre vana vid sociala medier inte ska hamna på efterkälken.

Integrera den sociala plattformen med affärssystemen

Det sociala intranätet ska vara ett öppet forum, utan censurer eller onödiga hinder. Men det behövs ändå någon som är ansvarig för det sociala intranätet, exempelvis någon på kommunikationsavdelningen. Den sociala

plattformen behöver också integreras med andra system och affärsapplikationer för att intranätet ska vara uppdaterat med den senaste informationen även från dessa system.

Var uthållig

Uthållighet är en annan framgångsfaktor. Precis som vid alla förändringar kommer det att finnas både ”early adopters” och motsträviga skeptiker. Låt därför processen ta tid och låt föregångarna visa vägen, så kommer allt fler att upptäcka fördelarna och den nytta de själva har av att delta i intranätets gemenskap – både arbetsmässigt och socialt. Och se inte de ”motsträviga” som ett problem – när de väl börjar engagera sig bidrar de ofta med många bra synpunkter och idéer om förbättringar.

Sammanfattning

Den interna kommunikationen blir en allt viktigare faktor för företags konkurrenskraft, men traditionella intranät uppfyller inte kraven på social interaktion och effektiv kunskapsspridning. Framtidens sociala intranät ökar nätverkande, effektivitet och engagemang genom kanaler för social interaktion, användarstyrt innehåll och gör hela företagets samlade kunskap tillgänglig för alla, alltid.

Ett socialt intranät är betydligt mer än ett traditionellt intranät i och med att det är interaktivt, användarstyrt och innehåller sociala funktioner som chatt, bloggar, diskussionsforum, wikis med mera. Användarna kan enkelt kommunicera när de passar dem samt ges möjlighet att dela och sprida information. Det bygger på användarnas behov och preferenser, och ger möjlighet till social interaktion mellan alla medarbetare oberoende av tid, plats, yrkesroller och hierarkier.

Med ett socialt intranät kan du öka nätverkande, effektivitet och engagemang. Medarbetarna hittar enkelt rätt person och information kan skapa nya samarbeten tack vare en gemensam plattform företagets kunskap och idéer där allt är sökbart. Medarbetarna blir engagerade när de får möjlighet att profilera sig själva och dela med sig av sina kunskaper.

Flera saker är viktiga att tänka på när man vill införa ett socialt intranät. Ta reda på vad olika yrkesgrupper önskar sig av ett socialt intranät och hur deras arbetsprocesser ser ut. Integrera med andra system och affärsapplikationer. Informera och utbildar – ta inte för givet att alla förstår hur de olika funktionerna fungerar och ska användas bara för att de flesta är vana internetanvändare.

Om SiteVision

SiteVision är en plattform för portalintegration och webbpublicering (CMS), innehållande en mängd färdiga verktyg som du använder när du bygger din webbplats. SiteVision kombinerar avancerad funktionalitet med ett lättlärt och användarvänligt gränssnitt. Det är ett flexibelt system som passar alla – från det lilla företaget till stora organisationer.

VILL DU VETA MER?

Telefon: 019-17 30 30

Webb: www.sitevision.se