

Tekniken bakom ett internt Facebook

Intranät med sociala funktioner används idag av allt fler organisationer för att möta behoven av bättre internkommunikation och ökad kunskapsspridning mellan medarbetarna. På köpet får man ett verktyg som i hög grad bidrar till att hålla ihop organisationskulturen och engagera medarbetarna.

Ett intranät med sociala funktioner kullkastar många gamla sanningar om intranät och innebär ett helt nytt sätt att tänka. Användaren och användarprofilen står i centrum och det är användarna själva som till stor del fyller intranätet med innehåll. En viktig del i arbetet med intranätet för redaktören blir att möjliggöra informationsutbytet användarna emellan genom att tillhandahålla forum och struktur som stödjer det.

Men hur realiserar man ett socialt intranät rent tekniskt? I detta white paper beskriver vi vilken funktionalitet och vilka komponenter som är grunden i det sociala intranätet. Vi tittar också på hur CMS med stöd för social collaboration medfört att utvecklingstiden för ett projekt av den här magnituden idag kan räknas i dagar snarare än månader.

Intranätet genom tiderna

Sedan intranäten började se dagens ljus i slutet av 1990-talet har utvecklingen gått snabbt. I början utgjorde intranäten mest en intern nyhetskanal till medarbetarna i organisationen, ett slags komplement till personaltidningen. En annan tidig uppgift var att tillhandahålla de senaste versionerna av viktiga dokument i verksamheten - personalhandbok, blanketter, arbetsbeskrivningar, riktlinjer, policies, protokoll, telefonlistor och ordböcker.

Med tiden kom allt fler funktioner som system för tidrapportering, resursbokning och webbkonferenser. En annan utveckling var möjligheten till personifiering, det vill säga att användarna själva kunde bestämma vilken information som skulle visas på startsidan.

Traditionellt har de flesta intranät varit starkt centralstyrda, präglade av envägskommunikation uppifrån och ner. Möjligheten för de enskilda användarna att påverka innehållet var begränsat. Med uppkomsten av sociala medier kom tankarna att låta medarbetarna själva bidra med innehåll. Det har inneburit en smärre revolution för intranäten där öppen kunskapsdelning mellan medarbetarna gett företag stora effektivitetsvinster.

En spik i kistan för de traditionella intranäten kom 2009 när en rapport från AIIM konstaterade att 71% av medarbetarna i de undersökta företagen uppgav att det är enklare att finna arbetsrelaterad information på webben än i det egna intranätet¹.

Detta utgör en delförklaring till den nedåtgående trend i intranätanvändningen som de flesta organisationer erfarit. Undersökningen lyfter fram en rad efterfrågade områden som traditionella intranät saknar stöd för: få svar på frågor, skapa ad hoc-grupper, dela information, bidra till utformningen av innehåll, finna kompetenser i organisationen, finna grupper och få feedback på publicerat innehåll.

¹ AIIM Industry Watch Collaboration and Enterprise 2.0, 2009

Nyckelfunktioner i det sociala intranätet

Utvecklingen av sociala intranät har drivits fram av den ökade användningen av populära sociala medier som Facebook, LinkedIn, Twitter och Dropbox. Ofta är ambitionen hos företag som satsar på sociala intranät att så långt som möjligt efterlikna dessa förebilder, eftersom det kraftigt reducerar eller i många fall helt eliminerar behovet av användarutbildning.

För att realisera ett intranät bör man vid utvecklingen ta hänsyn till några nyckelfunktioner som gör att det sociala intranätet bidrar till effektivitet och ökat engagemang i organisationen:

- *Kunskapsdelning* - det ska vara lätt att få kontakt med andra inom organisationen som har de kunskaper som eftersöks. Ett intranät som sätter medarbetarprofilen i centrum underlättar detta. Profilerna kan innehålla foto, avdelningstillhörighet, arbetsuppgifter, CV, personliga nätverk, communities, pågående projekt och aktiviteter etc.
- *Ökad kommunikation* - medarbetarna ska genom intranätet stimuleras till att kommunicera över avdelningsgränser. Det sociala intranätet bör kunna erbjuda användarvänliga verktyg för realtidskommunikation och snabbmeddelanden. På så sätt kan mängden intern e-post minska betydligt
- *Spontan samarbete* - löses på ett smidigt sätt genom att man ges möjlighet att enkelt bilda samarbetsgrupper online.
- *Delning av dokument* - effektiviserar arbetet då man slipper maila dokument vilket allt som oftast slutar i att man tappar överblicken över olika versioner och vem som har bidragit med vad.

Sex komponenter som samspelar

På en teknisk nivå beskriver Andrew McAfee, forskare vid MIT Center for Digital Business, sex grundläggande komponenter som behövs för att det sociala intranätet ska bli framgångsrikt:²

- *Search* (sök) syftar på sökfunktioner som låter användarna söka på nyckelord och sökord, istället för att navigera runt i intranätet när de söker information. Ett stort problem på många företag är att dokument är svåra att hitta för den som inte vet vad det heter, när det skapades eller hur det har kategoriserats. Därför är det väldigt viktigt med sökfunktioner som bygger på användarnas egna taggningar och länknings av innehåll och hur de själva söker, så kallat ”socialt sök”. Det möter också eventuella önskemål om att navigera i intranätet genom att söka på nyckelord istället för att klicka sig runt på menyer och rullistor. Systemet måste också låta användarna själva välja vilket innehåll och vilka funktioner som ska visas på deras egen landningssida, utifrån deras egen roll och hur de arbetar.
- *Links* (länkar) som alla användare kan skapa för att underlätta sökningen efter rätt material och för att guida användare som söker efter information till det mest relevanta innehållet.
- *Authoring* (skapande) syftar på att alla användare har möjlighet att uttrycka sig individuellt och dela med sig av både idéer, synpunkter, tankar och känslor – en ”demokratisk” funktion som skapar en social och transparent organisation. Att möjliggöra för användarna att blogga, sätta upp mindre projekt samt kommentera innehåll är viktigt för att hålla informationen levande, uppdaterad och relevant. Like-knappar och statusuppdateringar - kan tyckas vara obetydliga detaljer, men de leder till högre arbetsglädje och större engagemang.

² *Sociala intranät* (Jessica Berner & Andrea Wildt-Persson, Linnéuniversitetet 2010)

- *Tags* (taggar) som användarna själva kan skapa för att namnge och kategorisera innehåll så att det blir sökbart och lätt att hitta för andra användare. Att ha ett aktivitetsflöde som påminner om tidslinjen i Facebook, ökar känslan av deltagande. Men aktiviteter bör även kunna taggas likt Twitter då detta gör dem sökbara på ämnesområden.
- *Extensions* (utvidgningar) innebär att man kombinerar skapandet av innehåll med taggning och länkning, så att sökverktygen kan koppla samman information som hör ihop. En användare som hittat viss information kan då få förslag på relaterat innehåll. Ordmoln är här en användbar funktion som väcker nyfikenhet kring vad andra i organisationen gör och kan bli till en viktig ingång för nya kunskaper och insikter.
- *Signals* (signaler) är funktioner som gör att användaren kan sortera bland en stor mängd information och själv välja att få ett meddelande när något uppdaterats eller kommenterats i exempelvis ett projektforum, en blogg eller en wiki, och välja *hur* den vill få ”sina” signaler, till exempel via e-post eller RSS-flöden.

Implementationsprojektet

När ett socialt intranät kommer upp på agendan i ett företag är det naturligt att fundera över följande punkter:

- I vilken utsträckning företagets CMS (Content Management System) stödjer sociala funktioner.
- Vilket innehåll i det befintliga intranätet som ska behållas och vad som ska skrotas.
- Inventering av vilka kopplingar till andra system som bör finnas för att t ex kunna publicera realtidsinformation.
- Hur man går tillväga för att vänja användarna vid ett nytt arbetssätt och minimera/eliminera behovet av utbildning.

IT-avdelningen ska i det löpande underhållet kunna ansvara endast för rena driftsfrågor samt kopplingar till andra system, medan webbredaktörerna på egen hand ska ha möjlighet att succesivt bygga upp intranätet genom att aktivera nya funktioner och ta ställning till innehållsmässiga aspekter (vad som ska migreras, kasseras eller arbetas om etc).

Mycket, för att inte säga merparten, av det nya innehållet kommer sedan att skapas av användarna själva, vilket ger en enorm dynamik i intranätet.

Hela idén med sociala intranät bygger på deltagande och spontan ordning³, vilket i praktiken innebär en enorm avlastning på it-avdelningen och redaktörerna.

Checklista CMS för social collaboration

När ett socialt intranät kommer på tal i företaget översköljs man lätt av känslan att ett sådant kräver mängder med konsultinsatser och dyra teknikinköp. Så har det också varit tills för inte så länge sedan. Med framväxten av CMS som kan hantera social collaboration kan det idag handla om att välja önskade funktioner ur ett färdigförpackat modulbibliotek. Utvecklingstiden kan numera räknas i dagar snarare än månader, och möjligheten finns att utan programmering införa några moduler i taget för successiv tillvänjning av användarna.

³ http://en.wikipedia.org/wiki/Spontaneous_order

Om man står i begrepp att välja ett CMS-system med stöd för sociala komponenter finns det en rad saker man bör tänka på:

- Det finns idag moderna CMS-system baseras på färdiga moduler både för social collaboration och för mer traditionella funktioner. Gör en lista med skall- och börkrav och bocka av. Fundera även på vilka moduler som kan komma till användning i ett framtida scenario.
- Finns det behörighetssystem som möjliggör hantering av konfidentiell information? Detta är speciellt viktigt i sociala intranät där spontana projektgrupper uppstår. Ni bör satsa på ett CMS-system som med hjälp av enkel administration kan hantera stora mängder behörigheter och komplexa behörighetsträd.
- Det ska vara enkelt att ta fram mallar som underlättar repeterbarhet med vissa justeringar.
- Är systemet baserat på en produkt eller ett utvecklingsverktyg? Det senare fallet kräver betydligt större insatser för att implementera och underhålla ett intranät. I det förra fallet kan man ha en betaversion igång på mindre än en dag.
- Möjliggör systemet funktionalitet som liknar redan populära sociala medier som Facebook och Twitter så att användarna känner igen sig och kan komma igång utan utbildning?
- Har CMS-leverantören en historia av att kunna hänga med i teknikutvecklingen? De flesta intranät ska leva i fem år eller längre.
- Finns stöd för mobila enheter?
- Är systemet flexibelt nog för att snabbt kunna testa och dra tillbaka nya sociala funktioner för att se vilka som blir populära?
- Testa användarvänligheten. Intranätet ska kunna byggas och redigeras med ganska liten inblandning från dyra konsulter. Större delen av arbetet kan med den senaste teknologin genomföras i ett gränssnitt som inte är mer komplicerat än ett vanligt Office-verktyg.

Väljer ni ett CMS enligt de här kriterierna kommer ni kunna frigöra resurser för att bygga funktion och skapa affärsvärde.

Sammanfattning

Sociala funktioner har kommit att bli den förlösande faktor som bryter den nedåtgående användningstrenden för intranät. På köpet får man en effektivare organisation med påtagligt ökat engagemang. Rätt implementerat får man med det sociala intranätet en rad affärsmässiga fördelar: uppmuntran till delad kunskap, förbättrat samarbetsklimat, snabbare kommunikation, större organisatorisk flexibilitet, minskade reskostnader, lägre IT-kostnader och ökad innovationskraft.

Det finns ett antal nyckelfunktioner och grundläggande komponenter som varje framgångsrikt intranät bör ha med sig. Den tekniska utvecklingen av dessa funktioner och komponenter har med dagens CMS blivit betydligt enklare och mycket mer effektiv. Det tunga ansvar som tidigare låg på IT-avdelningen kan med hjälp av CMS som erbjuder social collaboration moduler förflyttats till webbredaktörerna som själva succesivt kan koppla på funktionalitet och förbättra och göra ändringar i innehåll. Det sociala intranätet hålls sedan uppdaterat, levande

och aktuellt till stor del av medarbetarna i organisationen. Ställ höga krav på användarvänlighet, det gör investeringen kostnadseffektiv över tid vilket innebär att ni kan lägga resurser på att bygga nya funktioner och skapa affärsvärde snarare än på programmering.

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?

Tfn: 019-17 30 30

www.sitevision.se