



**SAVONIA**

OPINNÄYTETYÖ - YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

# KOHTI SOSIAALISTA INTRANETIA

## CASE KUOPION ENERGIA

TEKIJÄ/T: Maarit Antikainen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Maarit Antikainen	
Työn nimi Kohti sosiaalista intranetia – case Kuopion Energia Oy	
Päiväys	15.5.2020
Sivumäärä/Liitteet	64/6
Ohjaaja(t) Nina Huotari ja Hanna Leskinen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Kuopion Energia Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena on toimeksiantajan, Kuopion Energia Oy:n, uuden intranetin sisältösuunnitelman rungon laatiminen. Opinnäytetyö ei käsittele intranetin teknistä toteuttamista, kuten julkaisualustan valintaa. Organisaation intranet, pääviestintäkanava, koettiin vanhanaikaiseksi ja tiedon löytymisessä oli haasteita.</p> <p>Kvalitatiivisen kehittämishankkeen tavoitteena oli kartoittaa henkilöstön tarpeita, toiveita ja käyttötottumuksia intrasta. Työssä käytettiin tapaustutkimuksellista lähestymistapaa. Tutkimusaineistoa hankittiin kahdella Mini-bootcamp-työpajalla, joihin osallistujat valittiin harkinnanvaraisella otannalla. Minibootcamp-työpajassa ideoita ja ajatuksia kerätään ns. ideamyrskyssä, jossa osallistujat pohtivat tutkimuskysymystä (Miten haluaisin käyttää intranetia?) omasta näkökulmastaan sekä heille kuvitteellisen henkilöprofiilin näkökulmasta. Työpajojen tuottamat ideat teemoiteltiin ja niiden työstäminen jatkui olemassa olevan intranetin sisällöntuottajien kanssa. Laajennetulle johtoryhmälle pidettiin ryhmähaastattelu. Intra on johtoryhmän työkalu operatiivisessa johtamisessa, joten oli tärkeää kartoittaa heidän tapansa käyttää intraa ja ajatukset intran kehittämisestä.</p> <p>Opinnäytetyön viitekehys rakentui viestinnän strategian, työyhteisöviestinnän ja sosiaalisen intranetin ympärille. Viestintästrategian yksi osa-alue on työyhteisöviestintä, joka on alkanut korvata termit sisäinen viestintä tai sisäinen tiedotus. Työyhteisöviestinnän tavoitteita ovat työhyvinvoinnin edistäminen, osallisuuden kokemukset ja sen myötä henkilöstön sitouttaminen. Nämä kaikki vaikuttavat lopulta organisaation lopulliseen tulokseenkin.</p> <p>Intranetin sisällön tulee tukea sitoutumista, vuorovaikutusta ja tehokkuutta. Opinnäytetyötä varten kerätty empiirinen aineisto osoittaa, että intranet tulee rakentaa siten, että ajantasainen tieto on saavutettavissa korkeintaan kolmella klikkauksella. Tutkimustuloksista käy myös ilmi, että henkilöstö toivoo intrasta kanavaa, jossa koko henkilöstöllä on mahdollisuus uutisoida tai osallistua vuorovaikutukseen kommentoimalla tai tykkäämällä. Intraan toivottiin saataville ulkopuolisen palvelutarjoajan uutisvirtoja, organisaation some-kanavien viestintää sekä muita organisaation liiketoimintosovelluksia – tällöin intra toimii kokoavana ilmoitustauluna eri lähteistä tulevalle tiedolle. Intran käytettävyyteen, helppouteen ja selkeyteen henkilöstö toivoi lisää työkaluja. Käytettävyyttä voidaan edestauttaa älykkäällä haku-toiminnolla, joka hakee niin sisällöstä kuin metatiedoistakin. Intraan toivotaan visuaalisia, nykyaikaisia elementtejä. Intran käytön tulee onnistua kaikkien työpajoihin ja haastatteluun osallistuneiden mielestä päätelaiteriippumattomasti. Intranalle tulee määritellä omistaja ja lisäksi sisällön ylläpidon vastuuta on jaettava useammalle henkilölle aihepiireittäin. Näin intra tukee jokapäiväistä arkityötä.</p> <p>Tutkimustulosten pohjalta laadittiin uuden intranetin sisältösuunnitelman runko, jonka avulla toimeksiantaja lähti toteuttamaan sosiaalista intranetia.</p>	
Avainsanat sosiaalinen intranet, viestintästrategia, työyhteisöviestintä, sisäinen viestintä, vuorovaikutus	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Master's Degree Programme in Business Administration			
Author(s) Maarit Antikainen			
Title of Thesis The Social Intranet As a Goal - Case Kuopion Energia Oy			
Date	15.5.2020	Pages/Appendices	64/6
Supervisor(s) Nina Huotari and Hanna Leskinen			
Client Organisation /Partners Kuopion Energia Oy			
<p><b>Abstract</b></p> <p>The subject of the thesis was to make the framework of a new intranet content plan of the client, Kuopion Energia Oy. The technical part of the intra, including the platform solution, was excluded from the topic. There was need for transformation as in the organization the former intra, as a main channel for internal communication, was perceived as old-fashioned and there were challenges in finding information.</p> <p>The primary aim of this qualitative development project was to collect staff needs, desires and usage habits from the intranet. The case study approach was used in the work. Firstly, research material was obtained from two Minibootcamp-workshops, in which participants were selected by discretionary sampling. In the Minibootcamp-workshop, ideas and thoughts are collected in a brainstorming session where participants reflect on a research question (How would I like to use the intranet?) from their own perspective as well as from the perspective of an imaginary personal profile. Secondly, the ideas generated by the workshops were themed and continued to be worked on with content providers on the existing intranet. Furthermore, a group interview was held for the extended management team. Intranet is one of the tools for management team in operational management, so it was important to research their way of using intranet and ideas for developing that.</p> <p>The theoretical background of the thesis was is based around communication strategy, internal communication / work community communication and social intranet. One aspect of the communication strategy is internal communication. The goals of internal communication are to promote well-being at work, experiences of inclusion and with it the involvement of staff. All of these affect an organization's result as well.</p> <p>Intranet content should support engagement, interaction and effectiveness. The conclude, the research results indicate that the intranet should be built in such a way that up-to-date information can be reached with a maximum of 3 clicks. Staff hopes that the intanet would be a channel where all staff have the opportunity to report themselves or participate in the interaction by commenting or liking. Third-party news feeds, social media channels and other in-house business applications should be brought to the intranet —the intranet serves as a unifying bulletin board for information gathered from various sources. For the usability, ease and clarity of the intranet, the staff wanted more tools. Usability can be enhanced with an intelligent search function that retrieves both content and metadata. The intra should be visualized in a modern way. In the opinion of all participants in the workshops and the interview, there should be mobile access to the intranet. The owner of the intranet must be defined and responsibility for maintaining the content must be shared among several people by topic. In this way the intranet supports everyday working.</p> <p>The framework of a new intranet content plan was drawn up based on the research results.</p>			
<p><b>Keywords</b> social intranet, communication strategy, work community communication, internal communication, interaction</p>			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	6
1.1	Työn tausta ja tavoite .....	7
1.2	Tutkimuskysymykset, aiheen rajausta ja työn julkisuus .....	7
1.3	Opinnäytetyön raportin rakenne.....	8
2	VIESTINNÄN STRATEGIA LYHYESTI.....	10
3	TYÖYHTEISÖVIESTINNÄLLÄ PAREMPIIN TULOKSIIN.....	11
4	SOSIAALINEN INTRANET SITOUTTAA PÄÄTELAITERIIPPUMATTOMASTI.....	15
5	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY -KUOPION ENERGIA VIESTII MONIKANAVAISESTI .....	19
5.1	Viestintää ohjaavat linjaukset Kuopion Energialla .....	20
5.1.1	Sisäinen viestintä .....	20
5.1.2	Markkinointiviestintä.....	22
5.1.3	Verkkoviestintä ja sosiaalinen media.....	22
5.2	Sisäistä viestintää henkilöstölle monikanavaisesti .....	23
5.2.1	Sisäisen viestinnän välineet.....	24
5.2.2	Intranet, sisäisen viestinnän pääkanava.....	25
6	TUTKIMUSMETODIIKKA.....	27
6.1.1	Kvalitatiivinen tutkimus.....	28
6.1.2	Tapaustutkimus .....	28
7	AINEISTON KERUUN NELJÄ TAPAA .....	31
7.1	Minibootcamp .....	32
7.1.1	Valmistelu.....	33
7.1.2	Minibootcamp-ideatyöpajojen läpivienti .....	34
7.1.3	Minibootcampissa työstetyt ideat.....	36
7.1.4	Arviointi.....	39
7.2	Sisällöntuottajien työpajan toteutus .....	40
7.2.1	Sisällöntuottajat jalostivat Minibootcampin ideoita .....	41
7.2.2	Sisällöntuottajien työpajan arviointi .....	44
7.3	Ryhmähaastattelu .....	44
7.3.1	Laajennettu johtoryhmä haastatteluun saman pöydän ääreen.....	45
7.3.2	Laajennettu johtoryhmän arvostaa ajantasaista tiedotuskanavaa .....	46
7.3.3	Arviointi ryhmähaastattelusta.....	49
7.4	Valmis aineisto dokumenttien hallintaprojektin tarvekartoituksesta.....	50

8	HENKILÖSTÖN JA TYÖNANTAJAN TARPEET JA TOIVEET SOSIAALISEN INTRANETIN SISÄLTÖSUUNNITELMAN PERUSTAKSI.....	51
8.1	Intran sisältö tukee sitoutumista, vuorovaikutusta ja tehokkuutta .....	51
8.2	Intran rakenne ja päätelaite riippumaton käyttö.....	54
8.3	Yhdessä tekemistä, hakua, palveluita .....	54
8.4	Intran omistajuus, pääkäyttäjät sekä sisällöntuottajat .....	55
8.5	Uuden intran sisällön ylläpito ja analytiikka .....	57
9	LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI .....	59
10	LOPUKSI.....	62
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT .....	65
	LIITE 1: SALAMATKUSTAJAPROFIILIT (6 PROFIILIA) 1/6.....	68
	LIITE 1: SALAMATKUSTAJAPROFIILIT (6 PROFIILIA) 2/6.....	69
	LIITE 1: SALAMATKUSTAJAPROFIILIT (6 PROFIILIA) 3/6.....	70
	LIITE 1: SALAMATKUSTAJAPROFIILIT (6 PROFIILIA) 4/6.....	71
	LIITE 1: SALAMATKUSTAJAPROFIILIT (6 PROFIILIA) 5/6.....	72
	LIITE 1: SALAMATKUSTAJAPROFIILIT (6 PROFIILIA) 6/6.....	73
	LIITE 2: KUTSU MINIBOOTCAMP-TYÖPAJAAN .....	74
	LIITE 3: RYHMÄHAASTATELUN KYSYMYKSET .....	75
	LIITE 4: MINIBOOTCAMPIN IDEOIDEN/AJATUSTEN KOOSTE TEEMOITTELUNA VÄREILLÄ.....	76
	LIITE 5: RYHMÄHAASTATELUN KOOSTE.....	80
	LIITE 6: INTRANETIN SISÄLTÖSUUNNITELMA.....	83

## 1 JOHDANTO

Vuonna 2013 Elisa Juholin julkaisi kuudennen painoksen teoksestaan *Communicare!* Silloin viestinnän saralla oli sosiaalinen media tehnyt läpimurtonsa ja työyhteisöviestinnän merkitys oli vahvistunut ja se oli muodostunut oleelliseksi osaksi johtamista sekä esimiestyötä. Juholin kuvasi teoksessaan viestinnän, myös työyhteisöviestinnän, läpinäkyvyyden lisääntyneen. Vuonna 2017 oli seitsemännen painoksen vuoro ja tuolloin Juholin kirjoittaa yhä läpinäkyvyydestä. Hänen mukaansa kaikki on julkista ennemmin tai myöhemmin. Tätä aikaa hallitsevat digitalisaatio, medioituminen sekä somedialisaatio. Medioitumisella tarkoitetaan median mukana oloa sosiaalistumisessa, kuluttamisessa, ylikansallisuudessa ja yksityisyyden alueella. Viestintävälineiden rajat hämärtyvät ja tietosisältö levittäytyy viestintävälineestä toiseen. Medioitumisessa organisaatiot omaksuvat journalistisia ja ammattimaisempia viestinnän tapoja, joilla pyrkivät itse vaikuttamaan mediaan. Somedialisaatio on puolestaan viestintäympäristön digisoitumista sekä sosiaalisen median vallan lisääntymistä organisaatioissa, jotka joutuvat muovaamaan sisällöntuotantoaan sosiaalisen median vaateisiin sopivaksi. (Juholin 2013, 13–14; Juholin 2017, 15–20.)

Sisäinen viestintä, työyhteisöviestintä, on vuorovaikutusta, jolla rakennetaan organisaatiossa yhteishenkeä. Vuorovaikutusta on ihmisten välillä sähköposteissa ja intrassa siinä missä lounastunnilla ja kahvitauollakin. Organisaation onnistunut sisäinen viestintä sitouttaa, motivoi ja tuo ihmisistä parhaat kyvyt esille samalla vahvistaen mielikuvaa organisaatiosta ja tukemalla kasvua. Sisäisen viestinnän kehittäminen on jatkuvaa ja organisaatioissa aina ajankohtainen aihe, joka tulisi nähdä projektin sijaan prosessina. (Kekäläinen 2016.)

Kun sisäinen viestintä toimii, työntekijä kokee olevansa asioista perillä ja hän voi keskittyä ydintehtäviinsä. Tiedonkulku koetaan luotettavana, kun erilaisista asioista kuulee ensin sisäisesti. Toimiva työyhteisöviestintä tukee yhteishenkenne vahvistumista, mikä puolestaan vähentää henkilöstön vaihtuvuutta. Sisäinen viestintä on myös strategian jalkauttamista. Työ tuntuu mielekkäämmältä, kun organisaation tulevaisuuden visiot ovat tuttuja. (Kekäläinen 2016.) Organisaation henkilöstöä voidaan pitää viestinnän asiakkaina, joten sisäisen viestinnän suunnittelu on hyvä pitää asiakaslähtöisenä. Toki johdon tarpeet myös tulee huomioida työyhteisöviestinnän suunnittelussa.

Sisäistä viestintää on monissa organisaatioissa kehitetty ottamalla käyttöön sosiaalisemmat/yhteisöllisemmät intranetit, sillä johto on ymmärtänyt vuorovaikutuksen merkityksen sekä henkilöstön näkemysten kuuntelemisen tärkeyden (Kekäläinen 2016). Toimeksiantajan organisaatiossa otetaan sisäisen viestinnän osalta myös kehitysaskel uudistamalla intranet, joka on määritelty organisaatiossa tärkeimmäksi sisäisen viestinnän kanavaksi, niin sanotuksi pääviestintäkanavaksi. Opinnäytetyöni on sosiaalisen intranetin sisältösuunnitelman rungon laatiminen sisäisten asiakkaiden (sisältää johdon) tarpeita vastaavaksi.

## 1.1 Työn tausta ja tavoite

Toimeksiantajayrityksessä, Kuopion Energia Oy:ssä, on noussut tarve ja halu uudistaa Kuopion Energia –konsernin intranetia. Nykyisen intran käytettävyydestä oli kuulunut kritiikkiä: asioiden ryhmitely ja tiedon löytymisen haaste, tiedon ajantasaisuus, vanhanoloinen kokonaisuus. Intralla on organisaatiossa huomattava merkitys, sillä se on yrityksen sisäisen viestinnän pääkanava. Edellisen kerrointraa uudistettiin vuonna 2012, jolloin intran alustaratkaisu pysyi samana (SharePoint). Tuolloin sisältöä ryhmiteltiin hieman eri tavoin ja joitain uusia toiminnallisuuksia, kuten työtilat, otettiin käyttöön. Nyt kuitenkin kaivataan isompaa muutosta kohti nykyaikaista työvälinettä.

Toimeksiantajayrityksen viestintäohjeessa (2018c) kerrotaan, että Kuopion Energian sisäinen viestintä, eli työyhteisöviestintä, kannustaa keskustelemaan ja avoimeen ilmapiiriin sekä oman työn ja työyhteisön kehittämiseen. Viestintä kasvattaa työyhteisön yhteishenkeä ja sitouttaa työntekijöitä omaan työhönsä, työyhteisöönsä ja työnantajaansa. Opinnäytetyöni tavoitteena on sekä henkilöstön että työnantajan tarpeita ja toiveita palvelevan sosiaalisen intranetin sisältösuunnitelman perustan laatiminen.

## 1.2 Tutkimuskysymykset, aiheen rajausta ja työn julkisuus

Kuopion Energian uudistuvan intranetin sisällön on ajateltu kehittyvän sosiaalisempaan muotoon. Tavoitteena on hyödyntää nykyaikaisia mahdollisuuksia ja työkaluja sekä parantaa yhteisöllisyyttä. Intrassa huomioidaan myös tiedon turvallinen jakaminen niin oman organisaation henkilöstölle kuin mahdollisesti sen ulkopuolisillekin jäsenille. Tavoitteena on luoda yrityksen sisäisiä asiakkaita, henkilöstöä, palveleva viestintäkanava, joka tuntuu henkilöstä omalta ja jota tykätään käyttää.

Opinnäytetyöni tutkimuskysymyksiä ovat:

- Mitä henkilöstö odottaa intranetilta? Miten se palvelee erilaisia käyttäjiä?
- Miten henkilöstö haluaisi käyttää intranetia?
- Millainen on nykyaikainen intranet? Miten se tukee työyhteisöviestintää?
- Miten intranet tukee vuorovaikutuksen lisääntymistä ja tiedon oikea-aikaista ja luotettavaa saatavuutta?
- Kuka omistaa intran jatkossa?

Sosiaalista intranetia suunniteltaessa tulee miettiä, mitä hyötyä sosiaalisen intranetin pitäisi tuoda organisaatiolle. Yleisesti ottaen sen pitäisi kannustaa henkilöstöä jakamaan tietoa ja osaamistaan aiempaa enemmän (luoda vuorovaikutusta), kiinnittää tieto ja osaaminen organisaatioon eikä henkilöihin (hiljaisen tiedon siirto), helpottaa ja tehostaa työn rutiineja ja päivittäistä toimintaa sekä voimaannuttaa ihmisiä, eli antaa tunne siitä, että omalla työpanoksella on merkitystä (lisää oma-aloitteellisuutta, osallistumista ja työtyytyväisyyttä). (Kankkunen 2013.)

Opinnäytetyö ei käsittele intranetin teknistä kehittämistä ja alustaratkaisuja. Opinnäytetyön lopputuloksena syntyvä yleistasoinen sisältösuunnitelma liitetään opinnäytetyöhön. Sisältösuunnitelmaa jaostetaan intranetin toimittajaksi valikoituneen tahon kanssa.

### 1.3 Opinnäytetyön raportin rakenne

Työyhteisöviestinnän strategia, tavoitteet ja suunnittelu sekä sosiaalinen intranet ovat aiheita, jotka luovat pohjan opinnäytetyöni tietoperustalle ja mahdollistavat aiheeni käsittelemisen. Tutkimusaineistoa käsitellen asiakaslähtöisen suunnittelun ja viestinnän näkökulmasta. Vuorovaikutus on osa viestintää. Opinnäytetyöni konkreettinen hyöty toimeksiantajaorganisaatiolle tulee olla yrityksen sisäisten asiakkaiden (sisältää luonnollisesti myös yritysjohdon) arkityötä helpottavan sosiaalisen intranetin sisältösuunnitelman runko.

Määritteleviä käsitteitä opinnäytetyössäni ovat intranet/sosiaalinen intranet, työyhteisöviestintä, vuorovaikutus, yhteisöllisyys, avoimuus.

Viitekehystä kuvaavia kysymyksiä ovat:

- Mitä sosiaalinen intranet tarkoittaa?
- Milloin sosiaaliset työkalut tuovat lisäarvoa yritykselle, entä loppukäyttäjälle?
- Mikä on intranetin tavoitettavuuden ja käytettävyyden merkitys sekä millaiset ovat sen vaikutukset toiminnan tehokkuuteen?
- Mitkä ovat hyvän työyhteisöviestinnän kulmakivet?

Viitekehysten ilmiöitä käsitellään runsaasti niin kirjallisuudessa kuin sähköisissä aineistoissa. Sosiaalista intranetia koskevia artikkeleja on saatavana erityisesti sähköisesti verkosta. Aihe on sellainen, että se kehittyy koko ajan ja tekniikka ikään kuin vanhenee nopeasti. Viestintää ja intranetia koskevia opinnäytetöitä on myös tehty runsaasti.

Opinnäytetyöni raportti käsittelee johdannon jälkeen viestinnän strategiaa sekä sisäisen viestinnän (työyhteisöviestinnän) tavoitteita luvuissa 2 ja 3. Tämän jälkeen syvennytään tarkastelemaan yhtä sisäisen viestinnän viestintävälinettä, sosiaalista intranetia. Luku 4 käsittelee, millainen on nykyaikainen intranet, millaisia ominaisuuksia ja työkaluja on käytössä ja mitä arvoa ne tuottavat organisaatiolle. Luvussa 5 esitellään opinnäytetyön toimeksiantaja, Kuopion Energia Oy. Esittelyn yhteydessä käydään läpi melko laajastikin organisaation omaa sisäistä viestintää – avainviestejä, välineitä, kohderyhmiä.

Tutkimusmetodiikan teoriaperustaa käsitellään luvussa 6 ja varsinaista aineistonkeruuta eri menetelmillä (Minibootcamp-työpajat, kehittämistyöpaja, ryhmähaastattelu, valmis aineisto) luvussa 7. Kukin aineistokeruutapahtuman tuloksia käsitellään myös luvun 7 alla. Luvussa 8 on johtopäätökset otsikolla ”Henkilöstön ja työnantajan tarpeet ja toiveet sosiaalisen intranetin sisältösuunnitelman perustaksi”. Tutkimuksen luotettavuuden arviota on pohdittu luvussa 9 ja luku 10 on vielä tutkimuksesta kummunnut loppupohdinta. Liitteinä opinnäytetyössäni ovat Minibootcampien työpajojen kutsut,



työpajoihin oleellisesti liittyneet salamatkustajaprofiilit (kuvataan luvussa 7.1), työpajojen ideoiden/ajatusten koosteet sekä ryhmähaastattelusta tiivistetyt kootut vastaukset. Myös toimeksiantajalle koottu tiivis intranetin sisältösuunnitelmarunko intraprojektin käynnistämistä varten on liitteenä 6.

## 2 VIESTINNÄN STRATEGIA LYHYESTI

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty”. Näin on tuntematon ajattelija sanonut. Tämä viesti on jäänyt elämään yhteiskuntaamme. Organisaatioilla on monenlaisia suunnitelmia ja strategioita. Myös viestintään on omat suunnitelmat. Elisa Juholinin (2017, 65) mukaan monissa organisaatioissa on luovuttu erillisestä viestintästrategiasta ja viestintä huomioidaan osana organisaatiostrategiaa. Tässä kappaleessa puhumme kuitenkin viestintästrategiasta.

Viestinnän kokonaisvaltaista suunnitelmaa nimitetään strategiaksi, joka luo linjauksia ja suuntia erottamaan kokonaisvaltainen suunnittelu käytännön toimenpiteiden suunnittelusta. Suunnittelua tehdään monenlaisilla aikajän-teillä – useamman vuoden, yhden vuoden, seuraavien kuukausien, viikkojen tai jopa tiettyjen hetkien perspektiivistä. Strategia suuntaa aina huomion tulevaisuuteen ja siihen liittyy myös viestinnän mittaaminen ja arviointi. Organisaation on ymmärrettävä viestinnän strategisen suunnittelun ja operatiivisen suunnittelun ero. Strategiassa sovitaan yhteiset tavoitteet ja periaatteet, joita koko organisaatiossa noudatetaan. Näiden on oltava linjassa organisaatiostrategian kanssa. Sekä Juholin (2017, 65), Honkala ym. (2017, 103) että Korhonen ja Rajala (2011, 26) toteavat kirjoissaan, että joskus on tosin vaikeakin erottaa, milloin käsitellään organisaatio- tai viestintästrategiaa, sillä viestinnässä onnistuminen voi olla edellytys organisaatiostrategian toteutumisessa. Viestinnän strategia auttaa ennakoimaan toimintaa ja sen avulla voidaan esimerkiksi valintatilanteissa tehdä helpommin päätös siitä, mikä on tärkeää ja mihin panostetaan. (Juholin 2017, 64–67.)

Viestintästrategia sisältää pääsääntöisesti ainakin sidosryhmäanalyysin, kanavarakenteet, ydinviestit sekä viestinnän tavoitteet ja niiden seurantaan laaditut mittarit. Sidoryhmäanalyysissä on tarkka kuvaus sekä sisäisistä että ulkoisista sidoryhmistä ja myös sidoryhmien tärkeydestä ja vaikutuksista toisiin sidoryhmiin. Koska tärkeimmät sidoryhmät ovat kaikkien viestintätoimenpiteiden perustana (viestintäkanavarakenteen valinta, vuosisuunnitelman linjaukset), on ne syytä määrittellä hyvinkin yksityiskohtaisesti ja jakaa riittävän pieniin ryhmiin. Toki myös ydinviestit on syytä määrittää huolella. Kohderyhmät oppivat yleensä hitaasti, joten ydinviestien pitää olla melko staattisia (muuttumattomia). Ydinviestejä voidaan tukea vaihtuvilla teemoilla jopa vuosittain. Kanavarakenteen määrittely puolestaan pohjaa siihen, minkä kanavien kautta oletetaan parhaiten tavoitettavan määritellyt sidoryhmät. Tämä tukee operatiivista viestintää, kun kunkin viestintätilanteen kohdalla ei tarvitse lähteä alusta alkaen suunnittelemaan kanavien käyttöä. Viimeinen pääsääntöisesti viestintäsuunnitelmassa mukana oleva elementti on organisaation viestinnän tavoitteet ja niiden mittaamisen määrittely. Viestinnän tavoitteiden tulisi pohjautua koko organisaation tavoitteisiin. Viestintä tukee organisaatiota saavuttamaan tavoitteensa. Myös tavoitteiden saavuttamisen mittaaminen on oleellista, sillä tavoitteet, joita ei voi mitata, eivät ohjaa toimintaa. (Korhonen ja Rajala 2011, 26–28.)

### 3 TYÖYHTEISÖVIESTINNÄLLÄ PAREMPIIN TULOKSIIN

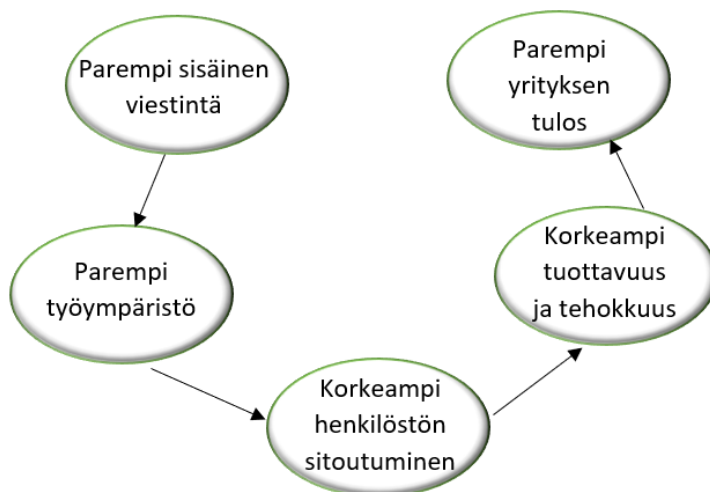
Viestintästrategian yksi osa-alue on työyhteisöviestintä, joka on alkanut korvata termit sisäinen viestintä tai sisäinen tiedotus (Juholin 2017, 118; Honkala ym. 2017, 104). Sisäisen viestinnän tavoitteita ovat työhyvinvoinnin edistäminen, osallisuuden kokemukset ja sen myötä henkilöstön sitouttaminen. Nämä kaikki vaikuttavat lopulta organisaation lopulliseen tulokseenkin. (Juholin 2017, 67.)

Juholinin lisäksi Sina Lockley (2017) listaa hyvin samanlaisia tavoitteita sisäiselle viestinnälle. Hän myös kertoo, että työvoiman uusi sukupolvi vaatii työyhteisöissä yhteistyötä, läpinäkyvyyttä ja palautetta. He haluavat työskennellä ympäristössä, jossa sisäinen viestintä on merkittävä työkalu, jonka avulla ihmiset saadaan sitoutettua yhteisiin tavoitteisiin.

Sisäinen viestintä on kaksisuuntaista viestintää ja vuorovaikutusta organisaation ja työntekijöiden välillä, toteavat Korhonen ja Rajala (2011, 83). Cowan (2017) täydentää viestinnän kulkeutumista myös vaakatasoisella ajattelulla. Hänenkään mukaansa viestinnän ei tulisi olla hierarkista vaan viestinnän olisi kuljettava organisaatiossa ylhäältä alas ja toisin päin sekä lisäksi myös vaakasuunnassa eri tasoilla. Jokaisen tason on sitouduttava viestintään ja ymmärrättävä, että jokainen henkilöstön jäsen on viestijä, joka kommunikoi työyhteisössään sekä myös sen ulkopuolelle. (Cowan 2017, 7–9.) Myös Vibeke (2018) toteaa sisäistä viestintää käsittelevässä e-artikkelissa, että organisaatiossa osallistava viestintä rakentuu yhteistyössä työkavereiden, keskijohdon ja ylimmän johdon kanssa. Artikkelin pohjautuu Tanskassa tehtyihin tapaustutkimuksiin eri organisaatioissa.

Ylimmän johdon pitää olla sitoutunut sisäiseen viestintään, jonka tehtävänä on organisaation sisäisen toiminnan ja ulkoisen yhteisökuvan liittäminen toisiinsa toimivaksi kokonaisuudeksi. Sisäisessä viestinnässä henkilöstöä koskevat asiat (HR) on merkittävä huomioon otettava kokonaisuus. Henkilöstölle muutostilanteissa sisäisen viestinnän merkitys korostuu. Avoin ja toimiva työyhteisöviestintä jälleen kerran sitouttaa, motivoi ja innostaa henkilöstöä. (Korhonen ja Rajala 2011, 83–84.)

Tiedämme pienten lasten kyselyiän – ”miksi, miksi, miksi”. Lockley (2017) kertoo, että itseasiassa työntekijöilläkin on paljon miksi-kysymyksiä, joihin vastaamalla työnantaja voi sitouttaa ihmiset ”johonkin” ja motivoida heidät työskentelemään kohti yhteisen tavoitteen täyttymistä. Hänen mukaansa on tutkittu, että tehokkaalla työyhteisöviestinnällä voi lisätä asiakastytyväisyyttä 40 prosentilla, kannattavuutta 30 prosentilla ja yrityksen kokonaistulosta voi parantaa 36 prosentilla. Kuviossa 1 kuvataan paremman sisäisen viestinnän vaikutuksia: työympäristö paranee (vaihtuvuus pienenee, houkuttelee uusia lahjakkuuksia), henkilöstö sitoutuu paremmin, tuottavuus ja tehokkuus paranee ja näillä kaikilla on lopulta positiivista vaikutusta yrityksen tulokseen.



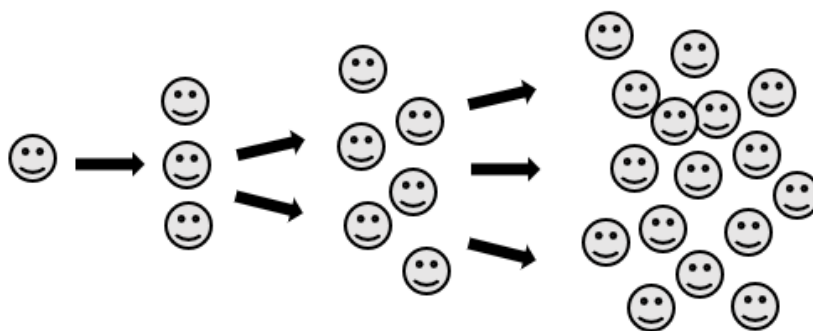
KUVIO 1. Onnistuneen sisäisen viestinnän vaikutukset (mukaillen Lockley 2017.)

Kuvion 1 mukaisista vaikutuksista, erityisesti sitoutumisesta, voidaan lukea myös Public Relations Review -digilehden julkaisusta "Engaging employees through internal communication". Tkalac ja Poloski (2017) kertovat, että sitoutumisesta on tulossa yksi suosituimmista käsitteistä muun muassa organisaatiokäyttäytymisessä, henkilöstöjohtamisessa ja suhdetoiminnassa. Tkalac ja Poloski tekivät tutkimuksen organisaation sisäisen viestinnän ja työntekijöiden sitoutumisen välisestä suhteesta. Tutkimus vahvisti heidän teoreettisen viitekehýksensä väitteitä, että tyytyväisyydellä sisäiseen viestintään on merkittävä rooli työntekijöiden vahvassa sitoutumisessa. Tekijöiden oman tutkimuksen teoriapohjan lähteissä oli jo aiemmin todettu, että tehokkaasti henkilöstönsä kanssa kommunikoiduissa organisaatioissa on neljä kertaa todennäköisemmin korkeasti sitoutunut henkilöstö verrattuna vähän sisäisesti kommunikoiduun organisaatioon. Organisaatioissa pystytään vaikuttamaan henkilöstön sitoutumiseen nimenomaan yleisellä sisäisellä viestinnällä sekä linja-, vertais- ja tiimijohtamisen viestinnällä. Tutkimuksen tekijät pystyivät vahvistamaan aiempaa näkemystä, että erityisesti tyytyväisyys palautteenantoon, epäviralliseen viestintään ja kokouksen aikana tapahtuvaan viestintään ovat tärkeimpiä tekijöitä sitoutumisessa. Tkalacin ja Poloskin omassa tutkimustuloksissa korostui organisaation avoimet viestintäkanavat sekä esimies-alaisviestintä. Heidän mukaansa sisäinen viestintä ja työntekijöiden sitoutuminen niin sanotusti ruokkivat toinen toistaan. Tehokkaasti sovelletut sisäiset viestintästrategiat auttavat organisaatiota luomaan ja ylläpitämään työntekijöiden sitoutumista, mikä johtaa korkeampaan suorituskykyyn. (Tkalac ja Poloski 2017, 885–893.)

Tkalac ja Poloski (2017) mainitsivat tutkimustaan koskevassa artikkelissa, että avoimet viestintäkanavat ovat oleellinen väline onnistuneessa ja sitouttavassa työyhteisöviestinnässä. Avoimuuteen liittyy myös se, ettei organisaation henkilöstön tulisi koskaan kuulla tärkeistä yrityksen uutisista ulkoisista lähteistä vaan ensin organisaation omista viestintäkanavista. Tämä voi olla joskus haaste, sillä tieto leviää ulkoisissa lähteissä varsin nopeasti tällä älypuhelinien ja mobiiliviestinnän aikakaudella. (Lockley 2017; Korhonen ja Rajala 2011, 83.)

Kuopion Energian viestintälinjauksiin kuuluu nimenomaan tiedottaa henkilökunta ensin ja sitten ulkopuoliset – tämä niin kriisiviestinnässä kuin operatiivisessakin viestinnässä. Ja koska intranet on toimeksiantajaorganisaation pääviestintäkanava, on tulevaisuudessa oleellista, että se saavuttaa koko henkilöstön myös mobiilisti. 7 reasons why internal communication is important for success -verkkosivulla Sina Lockley (2017) painottaa, että organisaation on luotava nopeita, vuorovaikutteisia ja luotettavia kanavia saavuttaakseen kaikki työntekijänsä. Hänen mukaansa interaktiivinen tarkoittaa nykyään digitaalista ja digitaalinen tarkoittaa mobiilia. Viestintäkanaviaan yhdistelemällä organisaatio voi luoda hallitun kokonaisuuden, joka tukee avoimuutta ja luottamusta.

Varsin usein organisaatioissa tieto kulkeutuu vielä hierarkisesti ylhäältä alaspäin. Tätä kuvataan vaakasuuntaisesti alla olevassa kuviossa 2. Ongelmaksi muodostuu viestinnän viiveet, rajoitettu palaute ja täydellinen riippuvuus ketjun jokaisen henkilön yksilöllisistä viestintäponnisteluista. (Lockley 2017.) Viestinnän prosessointi -kirjassaan Korhonen ja Rajala (2011) toteavat, että organisaatioissa viestintä onnistuu hyvin vain, jos jokainen henkilöstön jäsen ymmärtää oman aktiivisen viestintävastuun. Jokaisen tulee viestiä ja jakaa tietoa omasta osa-alueestaan toisten kanssa. Toisaalta tulee myös aktiivisesti etsiä tietoa tarjotuista kanavista ja toisaalta antaa organisaatiolle palautetta viestinnästä ja tiedontarpeista. Kukaan ei voi heittäytyä passiiviseksi viestin vastaanottajaksi. ”Ei meille ikinä mitään kerrota” -tyypit ovat usein niitä, jotka eivät lue uutiskirjeitä, avaa intranetia tai osallistu tiedotustilaisuuksiin. Viestin vastaanottajallakin on vastuunsa, eikä täyttävä vastuuta viestin perillemenosta voi sysätä organisaation johdon ja viestinnän harteille, vaikka viestinnän suunnittelu ja toteuttaminen onkin oleellisen tärkeä prosessi organisaatioissa. (Korhonen ja Rajala 2011, 16–20.)



KUVIO 2. Viestinnän hierarkinen eteneminen (mukaillen Lockley 2017.)

Tiedon jakamisen ja ”ei meille kerrota” -asenteen haastetta tulee taklata valitsemalla viestintäkanavat siten, että tieto voidaan jakaa yhtäaikaaisesti ja reaaliajassa kaikille. Muutoin vaarana on, että epäviralliset viestintäkanavat ottavat vallan ja huhut alkavat kiertyä. Epävirallisilla viestintäkanavilla on tosin etunsa. Jos alkuperäinen johdolta lähtenyt viesti ei tavoita henkilöä, saa hän tiedon usein keskustelujen kautta suusanallisesti. Epävirallinen viestintä voi auttaa parantamaan työntekijöiden välisiä suhteita ja se voi tehdä työstä tehokkaampaa, jos näin leviää tietoa ja neuvoja. Toisaalta

vaarana on, että epävirallinen viestintä voi vääristää alkuperäisen viestin merkitystä ja väärinymmärrys lähtee etenemään suusta suuhun. Tätä syntynyttä tilannetta on vaikea organisaation hallita. Hyvä sisäinen viestintä voi tukea epävirallisen viestinnän etuja. Henkilöstön on todettu arvostavan vuorovaikutusta eri johtotasojen kanssa, joten vuorovaikutustilanteet tarjoavat yrityksille oivan mahdollisuuden ymmärtää paremmin työntekijöitään ja sen myötä kouluttaa parempia johtajia. Tieto, joka kuuluu koko organisaatiolle, on hyvä jakaa yhteisessä kanavassa, sillä se helpottaa keskijohdon taakkaa. He voivat keskittyä vuorovaikutustilanteissa enemmän ns. oman joukkueen tietojen käsitteilyyn. (Lockley 2017.)

Sähköinen sisäisen viestinnän kanava edesauttaa organisaatioissa vuoropuhelun syntymistä ja kanava tuo johtoa ja alaisia lähemmäs toisiaan. Se kannustaa jakamaan tietoa ja osaamista sekä juurruttaa tiedon ja osaamiseen yritykseen. Tämä kehittää organisaation parhaita käytäntöjä sekä vähentää päällekkäistä tekemistä. Kaiken kaikkiaan päivittäinen tekeminen helpottuu, kun tieto ongelmiin löytyy jouhevasti ja prosessit ovat sujuvia. Henkilöstö sitoutuu paremmin organisaatioon. (Kankkunen 2012.)

Sisäisen viestinnän kanavia ovat muun muassa sähköpostit, sisäiset uutiskirjeet, toimitusjohtajan blogi, info- ja tiedotustilaisuudet, henkilöstölehdet, organisaation intranet, sähköiset ilmoitustaulut, kehityskeskustelut ja jopa henkilöstön keskuudessa pyörivät epäviralliset huhut (Korhonen ja Rajala 2011, 84). Kanavat/keinot voidaan jakaa myös välittömiin ja välillisiin kanaviin. Välittömiä työyhteisöviestinnän kanavia ovat palaveri/kokous, henkilökohtaiset keskustelut, kehityskeskustelut, suunnittelu- ja koulutustilaisuudet sekä virkistystapahtumat ja juhlat. Välillisiä kanavia puolestaan ovat sähköposti, mobiiliviestintä, intranet, sosiaalinen media, ilmoitustaulut, video- ja verkkoneuvottelut, tiedotteet, webinaarit, henkilöstölehti sekä osavuosikatsaukset ja vuosikertomukset. Viestinnän keinoja, vuorovaikutteisuutta ja monikanavaisuutta on lisännyt sosiaalisen median palvelut. Esimerkiksi intranetista on tullut sosiaalinen intranet, jonka sisällöntuotantoon ja keskusteluihin organisaation henkilöstöllä on mahdollisuus osallistua. Monikanavaisuus on nimensä mukaisesti saman tiedon tuomista esiin usean kanavan kautta. (Honkala ym. 2017, 104–105.)

#### 4 SOSIAALINEN INTRANET SITOUTTAA PÄÄTELAITERIIPPUMATTOMASTI

Intranetin rooli ja muoto ovat muuttuneet ja muuttuvat edelleen. Kuitenkin intranet konseptina on edelleen tärkeä osa nykyajan digitaalista työympäristöä. Kehittyvän intranetin tarkoitus on tarjota organisaation työntekijöille digitaaliset työkalut ja palvelut, joiden on oltava helposti saatavissa kaikissa laitteissa. Interaktiivisuus on nykyään digitaalisuutta, joka on yhtä kuin mobiili. (Grover 2018; Lockley 2017.)

Thois Vibeke (2018) toteaa sisäistä viestintää käsittelevässä e-artikkelissaan, että organisaatiota muuttava osallistuva viestintä kehittyy, kun työyhteisö kokee, että heillä on lupa myös kritisoida viestintää. Tämän vuoksi Vibeken artikkelissa ehdotetaan, että organisaatiossa olisi käytössään kolmen erityyppisen viestinnän areenoita (väyliä/työkaluja): hiljainen areena, tiedon jakamisen ja osallistuvan viestinnän areena. Artikkelissa puhutaan sosiaalisesta mediasta sisäisessä viestinnässä. Sisäinen sosiaalinen media tarjoaa organisaatioiden jäsenille mahdollisuuden jakaa tietoa, ilmaista mielipiteensä ja olla yhteydessä kollegoihin. Tämän viestintäalueen kehittäminen näyttää tulleen realistiseksi nimenomaan intraneteissa ja erityisesti nykyaikaisissa sosiaalisissa intraneteissa. (Vibeke 2018, 614–615, 625.)

Toimeksiantajayrityksessä intran uudistuksella tähdätään intranetin sosiaalisten työkalujen käyttöön-ottoon siinä laajuudessa kuin tutkimustulosten ja nykypäivän tietoperustan mukaisesti on kyseisessä organisaatiossa tarkoituksenmukaista. Myös intranetin omistajuuden määrittelyyn on tarkoitus kiinnittää huomiota, sillä Intranet-palvelut Suomessa 2016 –selvityksen mukaan vain viidellä prosentilla organisaatioista ei ole nimettyä vastuuhenkilöä intranetin osalta (Korhonen 2016-09-23). Sosiaalisen intranetin elementtejä, joita toimeksiantajaorganisaatio on ilman tutkimustuloksia pohtinut mahdolliseksi rakennuspalikoikseen, ovat mm. keskustelualustat, päätelaiteriippumaton käyttö, sisällön tehokas haku, monipuoliset mahdollisuudet sisällön tuotantoon, tiedon jakaminen erilaisten käyttäjäryhmien kesken, käyttöoikeuksien hallinnan helppous, ryhmätyöskentely. Nykyäänkin toimeksiantajayrityksen intrassa on joitain sosiaalisia työkaluja mukana, kuten työtilat, mutta niitä ei käytetä tehokkaasti.

Microsoft-koulutusta ja konsultointia tarjoava Sulava Oy listaa verkkosivullaan tyypilliset sosiaalisen intranetin osa-alueet vuonna 2012. Tuolloin puhuttiin muun muassa itse ylläpidettävästä henkilöprofiilista, johon on liitetty saatavuustieto ja pikaviestintäväline, blogeista, jaa-painikkeista jokaisella sivulla, päätelaiteriippumattomasta pääsystä intraan. Myös metriikka (sisällön suosion seuranta) sekä mahdollisuus seurata muiden työntekijöiden tekemisiä olivat osana sosiaalista intranetia. (Kankkunen 2012.)

Toby Wardin määrittely intrassa vuonna 2012 tukee Sulavan näkemystä. Tuolloin sosiaalinen intranet, sisälsi Wardin mukaan useita sosiaalisen median työkaluja useimpien tai kaikkien työntekijöiden käy-

tettäväksi yhteistyön välineinä tiedon jakamiseksi muiden työntekijöiden kanssa. Sosiaalisessa intranetissä voi olla blogeja, wikejä, keskustelufoorumeita, multimediaa ja sosiaalisia verkostoja. Intranet sisältää itsessään pääsyn sosiaalisen median työkaluihin suoraan intran kotisivulta. (Ward 2012.)

Kolmen vuoden kuluttua, vuonna 2015, Sulava määritteli jälleen intranetia, joka toimii usein paikana tallentaa, välittää ja jakaa sekä erityisesti analysoida kerättyä ja tuotettua tietoa. Intranet nähtiin olevan kokoelma erilaisia palveluita, joita käytetään useilla eri päätelaitteilla. Verkkosivuille upotetaan lähes poikkeuksetta kymmeniä erilaisia palveluita ja palvelukanavia, kuten Facebook, Instagram, LinkedIn ja YouTube. Omille verkkosivuille tuodaan tietoja automaattisesti erilaisista taustajärjestelmistä. Liittymien tekeminen liiketoimintasovelluksiin ovat arkipäivää luodessa nykyaikaista intranetia. Ihmiset ovat vuorovaikutuksessa keskenään.

Vuonna 2018 puolestaan Vohveli.fi-sivustolla Katja Jokisalo (2018-09-23) listaa intranetin TOP5 trendeiksi seuraavaa (O365 SharePoint -ympäristön näkökulmasta):

- **Moderni SharePoint:** SharePoint viestintäsivusto on vuoden 2018 syksynä vakiintunut suuren yleisön pilviympäristössä toimivaksi alustaksi. Modernit sivustot on mahdollista asentaa myös omille palvelimille. Kehitysvauhti jatkuu kovana ja uusia ominaisuuksia tulee hyvin tiheään.
- **Teams:** Intranetin käsite laajenee. Intra ei enää ole vain yhden selainpohjaisen palvelun sisällä. SharePointiin liittyy yleensä Teams, joka korvaa usein työtilat, laajemmat keskustelut ja uutisten kommentit.
- **Sähköinen työpöytä 2.0:** Työn tekeminen hajautuu yhä enemmän yksittäisiin erikoistuneisiin sovelluksiin. Työntekijän hyppelyä palvelusta toiseen samanaikaisesti halutaan kuitenkin vähentää tuomalla tärkeät tiedot eri sijainneista yhteen käyttöliittymään (Teams, erilaiset kokoamasivut, listaukset ja upotukset).
- **Jokainen viestii:** Intranetin sisällöntuotannon vastuu jakaantuu yhä laajemmalle organisaatioon. Nykyisin sisällön kirjoittaa ja julkaisee yhä useammin aiheesta parhaiten tietävä. Tiedon julkaiseminen ja jakaminen kuuluu jokaisen tiiminvetäjän, projektipäällikön ja tukipalveluhenkilön työnkuvaan. Viestinnän rooli keskittyy tukemaan organisaation muita käyttäjiä yhtenäisen sisältölinjan ja hyvän intrakielenkäytön omaksumisessa. Intran julkaisemisen helppokäyttöisyys on ratkaiseva tekijä, kun viestintää tehdään epäsäännöllisesti oman työn ohella.
- **Mobiili:** Mobiilikäyttömahdollisuus on jo vuosia ollut introjen vaatimusmäärityksissä korkealla, mutta vasta nyt näyttää, että mobiilikäyttö konkretisoituu. Intran käyttäjillä alkaa älypuhelin olla ensisijainen käyttöliittymä monella alalla. Myös sisällön tuotanto mobilisoituu, jolloin intraan voidaan päivittää reaaliaikaisesti siellä, missä tiedon päivittämisen tai uutisoinnin tarve tulee.

Digitaaliset palvelut ja sovellukset kehittyvät siis valtavaa vauhtia. Äly lisääntyy intraneteissa koko ajan. Olen ollut mukana kuuntelemassa eri sovellus- ja alustaratkaisujen toimittajien esittelyjä uusista introista. Vielä hetki sitten sosiaalisen intran työkaluksi listattu O365-ympäristössä toimiva



Skype for Business on jo poistumassa ja Teams tulee tuottamaan Skypeä vastaavat toiminnot. Samoin Yammer-keskustelualustaa ei toimittaja edes suosittelen enää organisaatioomme, sillä Teams toimii samaan tarpeeseen jopa näppärämmin (Yammer on enemmän todella isoille organisaatioille). Tämä kertoo siitä, että sovellusratkaisujen hankinnassa tulee olla kartalla senhetkisestä ja tulevasta kehityksestä, ettei satsaa poistuviin toimintoihin. On kuitenkin muistettava aiemminkin mainittu totuus: intra tulee nähdä jatkuvasti kehittyvänä prosessina, ei määräaikaisena projektina (Kekäläinen 2016).

Toby Ward (2012) kertoi ”The Social Intranet” -raportissaan vuonna 2008 tehdystä Telindus-tutkimuksesta, jossa oli mukana 1 000 eurooppalaista työntekijää. Jo tuolloin oli nähtävissä vahvasti, että iso osa (39 %) nuoria (18–24-vuotiaat) harkitsivat jopa työpaikkansa jättämistä, mikäli eivät olisi saaneet käyttää sosiaalisen median sivustoja kuten Facebook ja YouTube. Sosiaalisen median kiellot ärsyttivät viidesosaa vastaajista. Vibeke (2018) viittaa puolestaan omassa artikkelissaan vuonna 2015 tehtyyn tutkimukseen, jossa todettiin kiinalaisten työntekijöiden (n=407) odottavan työpaikaltaan avoimuutta ja aitoutta sisäisessä viestinnässä. 2016 tutkittiin saksalaisia organisaatioita (n=500) ja havaittiin, että organisaatiokulttuuri ja erityisesti luottamuksen puute estävät näitä organisaatioita integroimasta sosiaalisen median työkaluja ja järjestelmiä täysin sisäiseen viestintäänsä. Tuolloin jäi ilmaan kysymys, ottavatko nämä organisaatiot käyttöön uudenlaista osallistavaa sisäistä viestintää ja pystyykö tällainen viestintä muuttamaan organisaatiota ja sen toimintatapaa, kuten ammattilaiset ja useat tutkijat ovat ehdottaneet. (Vibeke 2018, 615.) Wardin kertomasta tutkimuksesta on aikaa jo kymmenen vuotta, joten voi kuvitella, mikä tilanne olisi nyt, jos työntekijöiltä tiedusteltaisiin näkemyksiä sosiaalisen median käyttörajoitteisiin. Koen, että kymmenessä vuodessa sosiaalisen median sovellukset ovat lisääntyneet huomattavasti ja työikäinen väestö on kasvanut yhä enenevässä määrin sosiaalisen median käyttäjiksi. Sosiaalinen intranet hyödyntää juuri tätä ilmiötä näkemykseni mukaan. Uskoakseni myös Vibeken mainitsema pohdinta osallistavan viestinnän leviämisestä organisaatioihin on ottanut aino harppauksen.

Siinä missä sosiaalinen media niin myös tekniikka on tärkeä osa ihmisten henkilökohtaista elämää. Kun vielä tasapainoillaan työ- ja vapaa-ajan kesken joustavilla työajoilla ja joustavilla työmenetelmillä (etätyö mm.), on myös työpaikan tekninen ympäristö merkittävän tärkeä työntekijäkokemuksen kannalta. Useissa organisaatioissa työvoima on myös levittäytynyt useaan toimipaikkaan tai jopa useaan maahan, jolloin työyhteisöviestinnän välineiltä, intranetilta esimerkiksi, vaaditaan nopeaa muutoksenkykyä ja nykyaikaisia, integroitavia työkaluja. Antamalla laajallekin levittäytyneelle henkilöstölle mahdollisuus olla tekemisissä työkavereidensa ja tiedon kanssa, missä ja milloin tahansa, organisaatio luo positiivisia työntekijäkokemuksia, jotka auttavat yritystä menestymään. (Grover 2018.)

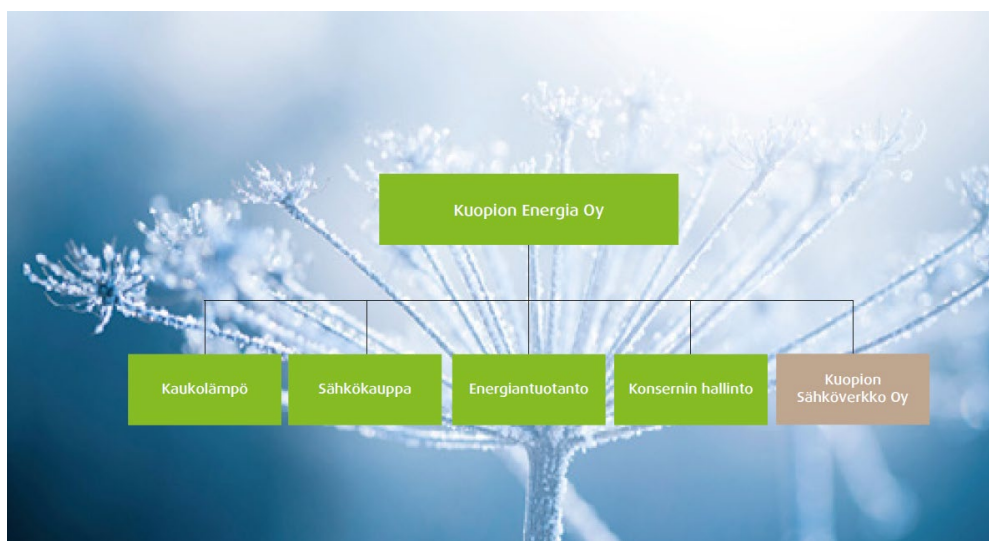
Toimeksiantajaorganisaatiossa henkilöstö on sijoittunut yhdelle paikkakunnalle ja samalle tontille, kolmeen erilliseen rakennukseen. Organisaatio mahdollistaa joustavat työajat sekä etätyöntekemisen, joten työyhteisöviestinnän pääviestintäkanavana toimivan intranetin laajat ominaisuudet ja saatavuus on tärkeää. Groverin (2018) mainitsema positiivinen työnantajakokemus on mielestäni samaa luokkaa kuin sisäinen asiakastyytyväisyys. Henkilöstö on organisaation/työyhteisöviestinnän/intra-

netin sisäinen asiakas, joten asiakaslähtöisyys on sosiaalisen intranetin suunnittelun kulmakivi. Kankkunen pohtii 2012 sosiaalisen intranetin tavoitteita. Hyvin asiakaslähtöisiä päämääriä ovat, että sosiaalinen intranet antaa työntekijälle äänen sekä mahdollistaa henkilön oman aloitteellisuuden. Sosiaalinen intranet myös lisää henkilöstön osallistumista ja työtyytyväisyyttä.

## 5 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY -KUOPION ENERGIA VIESTII MONIKANAVAISESTI

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Kuopion Energia Oy. Kuopion Energia Oy ja sen tytäryritys Kuopion Sähköverkko Oy muodostavat yhdessä Kuopion Energia –konsernin (kuvio 3). Kuopion Energia Oy:n liiketoimintoja ovat energiantuotanto, kaukolämpö, sähkökauppa (2018 vuoden loppuun asti) sekä konsernin hallintopalvelut. Kuopion Sähköverkko Oy vastaa puolestaan sähkönsiirrosta. Kuopion Energialla on jo yli 110 vuotta toimintaa takana. Yritysmuoto on aikojen saatossa muuttunut liikelaitoksesta osakeyhtiöiksi, samoin yrityksen nimi Kuopion kaupungin energialaitoksesta Kuopion Energiaksi. Lähitulevaisuuden muutokset liittyvät sähkökaupalliiketoimintaa, joka erkanee vuoden 2019 alusta emoyrityksestä neljän energiayrityksen (Kuopion Energia Oy, Savon Voima Oyj, Jyväskylän Energia Oy sekä Lappeenrannan Energia Oy) perustamaan sähkön myyntiin keskittyneeseen yhteisyritykseen. (Kuopion Energia 2018a; Kuopion Energia 2018b.)

Kuopion Energia –konsernin omistaa kokonaisuudessaan Kuopion kaupunki. Kuopion Energialla on noin 50 000 sähkö- ja noin 6 000 kaukolämpöasiakasta. Henkilöstömäärä konsernissa on noin 160. Koko konsernin liikevaihto vuonna 2017 oli yhteensä reilu 97 miljoonaa euroa. (Kuopion Energia 2018a.)



KUVIO 3. Kuopion Energia -konsernin yritys rakenne (Kuopion Energia 2018a.)

Energiantuotanto tapahtuu pääosin Haapaniemen yhteistuotantovoimalaitoksella, jossa tuotetaan energiatehokkaasti yhtä aikaa lämpöä sekä sähköä. Käytetyt polttoaineet ovat yli 90-prosenttisesti kotimaisia ja yli puolet on uusiutuvia. Polttoaineet tulevat pääosin lähimaakunnista, joten välillisesti vaikutus alueen työllisyyteen on merkittävä. Merkittävien voimalaitosinvestointien ansioista, yritys on pienentänyt huomattavasti päästöjään ja on edelläkävijä päästövähennyksissä, joihin Suomi on EU:ssa sitoutunut. (Kuopion Energia 2018a; Kuopion Energia 2018b.)

Viestintää koskevia linjauksia on Kuopion Energia -konsernin strategiassa, viestintäsuunnitelmassa, viestintäohjeessa ja kriisinaikaisessa toimintaohjeessa. Koko konsernin viestintä on yhtenäistä ja sitä

organisoidaan konsernitason tasoisesti (Kuopion Energia 2018c). Viestintää ohjaavista linjauksista sekä nykyisistä viestinnän välineistä lisää seuraavissa luvuissa.

## 5.1 Viestintää ohjaavat linjaukset Kuopion Energialla

Kuopion Energian uusi strategia on laadittu vuonna 2015 ja se kattaa vuoden 2018. Strategian liiketoiminnon asetuissa osatavoitteissa mainitaan viestinnän kehittäminen osana johtamisjärjestelmää. Lisäksi strategiseksi tavoitteeksi on kirjattu henkilöstön aktivointi työyhteisön kehittämiseen. (Kuopion Energia 2015.) Tämän tavoitteen saavuttamiseksi on perustettu erillinen henkilöstöstä koostuva, yhteistyötahon ohjaama Kehittämisklubi, jonka käyttöön lanseerattiin vuoden 2017 aikana verkkopohjainen Real-yhteistyöalusta. Työvälineenä toimivan alustan lisäksi koko yrityksen toiminta- ja viestintäkulttuurin tulisi tukea henkilöstön työyhteisön kehittämistä. Tämä tavoite kannattaa pitää mielessä uudistuvan intranetin sisältösuunnitelmaa laadittaessa.

Kuopion Energian viestintäsuunnitelmaan (2016) ja viestintäohjeeseen (2018c) on koostettu viestinnän lähtökohtia niin ulkoiselle kuin sisäisellekin viestinnälle. Tavoitteena on johdonmukainen ja vaikuttava viestintä, jonka onnistumista mitataan ja jota kehitetään aktiivisesti. Viestintäsuunnitelma ja viestintäohje käyvät läpi viestinnän lähtökohdat sekä ydinviestit sidosryhmittäin. Omissa kappaleissaan käsitellään sisäistä ja ulkoista viestintää, johtamis-, muutos-, omistaja- ja kriisiviestintää. Viestintäohje lisäksi paneutuu markkinointiviestintään, verkkoviestintään/sosiaaliseen mediaan sekä sponsorointiin hieman tarkemmin. (Kuopion Energia 2016; Kuopion Energia 2018c.) Opinnäytetyöni luvuissa 5.1.1, 5.1.2 ja 5.1.3 käsitellään tarkemmin Kuopion Energian sisäistä viestintää, markkinointiviestintää sekä verkkoviestintää ja sosiaalista mediaa, sillä ne sivuavat vahvasti myös uudistetun intranetin sisältösuunnitelmaa.

### 5.1.1 Sisäinen viestintä

Henkilöstö on Kuopion Energian viestinnän tärkein sidosryhmä. Ilman henkilöstön panosta on mahdotonta saavuttaa yrityksen tavoitteita, toivottu laatutaso, asiakastyytyväisyys tai taloudellinen tulos. Viestintä vaikuttaa merkittävästi siihen, kokeeko henkilöstö yrityksen tavoitteet omikseen. Sisäisellä tiedottamisella luodaan halu ja edellytykset henkilöstölle suoriutua työtehtävistään. Yrityksen sisäinen viestintä on tiedonkulkua ja vuorovaikutusta henkilöiden, ryhmien, liiketoimintojen ja yksiköiden kesken. Kuopion Energialla myös kunnalliset päättäjät (niin yrityksen hallituksen jäsenet kuin kaupunginvaltuusto ja -hallituskin) voidaan katsoa kuuluvaksi sisäiseen sidosryhmään, sillä Kuopion kaupunki omistaa Kuopion Energia -konsernin. (Kuopion Energia 2016.) Omistajaviestintään on luotu omia suuntaviivoja, joita tämä työ ei käsittele vaan keskittyy sisäisessä viestinnässä henkilöstöviestintään.

Kuopion Energian sisäisen viestinnän tavoitekuva halutaan pitää linjassa ulkoisen viestinnän kanssa. Organisaation viestintäohjeessa (2016) kerrotaan, että "Kuopion Energia -konserni on Kuopion kaupungin kokonaan omistama kannattava ja kehittyvä energiapalveluyritys. Kuopion Energialla on pai-

kallisesti ja maakunnallisesti yhteiskunta- ja ympäristövastuullisesti toimivan ja taloudellisesti menestyvän modernin asiantuntija rooli. ” Jotta tuo ulkoinen tavoitekuva toteutuu, on sisäisen viestinnän oltava väline yhteisen toiminnan rakentamiselle – sisäinen viestintä mahdollistaa kritiikin, aloitteellisuuden, kehittämiskohteiden puntaroinnin sekä uusien asioiden oppimisen. (Kuopion Energia 2016, 7.)

Henkilöstön sitoutuminen on kriittinen menestystekijä yritykselle. Aktiivisella vuorovaikutuksella ja sujuvalla tiedonkululla sitoutetaan henkilöitä organisaatioon ja työhönsä. Viestintäkulttuurin on oltava avointa ja henkilöstön on voitava luottaa, että sille tiedotetaan tärkeät asiat ensimmäisenä. Henkilöstön näkemyksiä myös arvostetaan ja tieto liikkuu molempiin suuntiin. Organisaation vahvuuksista on viestittävä ulkoisille sidosryhmille, mutta myös henkilöstölle. Yrityksessä on hyvä näkemys toimialan kehityksestä ja oman toiminnan kehityssuunnista, asiakkaiden odotuksista, tuotantolaitosten toimintavarmuudesta tai sähköverkon ylläpidon vaatimuksista. Tällaisen tiedon jakaminen organisaation yksiköiden ja toimintojen kesken on hedelmällistä. (Kuopion Energia 2016, 7.)

Kuopion Energia (2016, 7–8; 2018c, 9) on määritellyt eri sidosryhmäkohtaiset avainviestit. Henkilöstön avainviestit ovat:

- ”Kuopion Energian perustehtävä on turvata asiakkaidensa sähkön ja lämmön saanti sekä kohtuullinen tuotto omistajalle. Samalla se tarjoaa toimeentulon ja ammatillisen kehittymisen mahdollisuuksia omalle henkilöstölleen.
- Yhtiön perustehtävään ja omaan työhön sitoutuminen on menestystekijä niin yksilölle kuin yritykselle.
- Kuopion Energian henkilöstön ja yhtiön yhteinen etu on, että viestit yhtiöstä ulospäin ovat yhteneviä, johdonmukaisia ja tukevat toiminnan tavoitteita.
- Työturvallisuus ja –terveys ovat tärkeitä asioita, jotka Kuopion Energia työnantajana haluaa varmistaa. Myös työyhteisön toimivuus, viihtyvyys ja osaamisen kehittäminen ovat keskeisiä tavoitteita.
- Kuopion Energia kohtelee henkilöstöä mahdollisimman oikeudenmukaisesti ja tarjoaa monipuoliset työsuhde-edut.”

Vaikka sisäisen viestinnän vastuut on jaettu ja henkilöitä nimetty eri osa-alueille, on tärkeää nähdä koko henkilöstö tiedon tuottajana. Erityisesti tiimipalaverit ja työpaikkakokoukset ovat molemminpuolisen tiedonvaihdon mahdollistajia. (Kuopion Energia 2016, 8.) Tiedon tuottajan näkökulma on syytä huomioida aiemmin mainittujen avainviestien lisäksi laadittavassa intran sisältösuunnitelmassa, sillä intra voi tarjota väyliä tiedon monipuoliseen julkaisemiseen, kommentointiin ja jakamiseen.

Esimiehen rooli sisäisessä viestinnässä on oleellinen. Esimies–alaisviestinnässä esimies toimii viestin välittäjänä molempiin suuntiin, alaiselle ja organisaation johdolle. Tyypillisiä esimiehen viestintätilanteita ovat jokapäiväisen työarjen ohessa tapahtuvan viestinnän lisäksi rekrytoinnit, perehdyttämiset ja kehityskeskustelut. Myös tiimin ja yksikön kokouksissa on esimiehellä huomattava rooli viestijänä. Esimies toteuttaa osaltaan johtamisviestintää, jota myös yrityksen johto harjoittaa. Viestintä lisää

henkilöstön tietämystä asetetuista tavoitteista ja sitouttaa henkilöstöä niiden saavuttamiseen johtamisen avulla. Keskijohdolla on erityisesti muutosten ja strategian viestimisessä tärkeä rooli. (Kuopion Energia 2016, 11–14.)

### 5.1.2 Markkinointiviestintä

Eri sidosryhmille viestittäessä pyritään yhtenäiseen ilmeeseen. Markkinointiviestintä on yrityksen ulkoista viestintää, joka noudattelee yritykseen heti yhdistettävää, tunnistettavaa linjaa. Julkinen mielikuva pohjautuu yrityksen graafiseen ohjeistoon ja viestintäohjeeseen. Graafinen ohjeisto määrittelee visuaaliset raamit muun muassa liikemerkkien käytölle sekä erilaisille materiaaleille (esim. esitteet, käyntikortit, kirjekuoret, autojen teippaukset, mainokset). Myös uuden intran visuaalisuuteen on graafisella ohjeistolla iso merkitys. Ulkoisen viestinnän materiaalia eri kanaviin tehdään yhteistyössä mainostoimiston kanssa. Viestintätoimiston kanssa tehdään yhteistyötä muun muassa Sähköviesti-asiakaslehden artikkeleiden tuottamisessa neljä kertaa vuoteen. (Kuopion Energia 2018c, 20–23.)

Henkilöstön olisi hyvä tietää, mitä yrityksellä on markkinoinnin saralla käynnissä ja missä yritys näkyy. Tällä hetkellä markkinointiviestinnän kampanjat ja tapahtumat kootaan intranetiin, jotta henkilöstö voi halutessaan käydä katsomassa, kenen kanssa yritys tekee yhteistyötä ja millaisia mainoksia on julkaistu. Työpaikkailmoitukset, jotka julkaistaan joko painetussa mediassa ja/tai sähköisessä mediassa, tuodaan myös intran etusivulle henkilöstölle tiedoksi. Jotkut sponsorointikohteet näkyvät myös erikseen intrassa esimerkiksi mahdollisten tapahtumalippujen arvontana.

Sosiaalinen media on nostanut kovasti päätään osana viestintää. Kuopion Energia on panostanut Facebookiin, Instagramiin ja hieman LinkedIniin sekä YouTubeen käyttöön. Yritys julkaisee myös blogeja. Yrityksessä on nimetty some-tiimi, joka hoitaa sosiaalisen median seurantaa ja päivityksiä. (Kuopion Energia 2018c.) Verkkoviestinnästä ja sosiaalisesta mediasta lisää seuraavassa kappaleessa.

### 5.1.3 Verkkoviestintä ja sosiaalinen media

Kuopion Energia –konsernin verkkosivut uudistettiin vuonna 2016. Ne ovat näkyvä osa konsernin verkkoviestintää, joka pitää sisällään myös intanetin, sosiaalisen median sekä sähköpostiviestinnän (kuten uutiskirjeet). Viestintäohjeessa (2018c) määritellään verkkoviestinnän tavoitteiksi:

- viestinnän tehostaminen, nopeuttaminen ja kohdentaminen
- avoimuuden ja yhteisöllisyyden lisääminen
- asiakkaiden arjen helpottaminen
- monipuolisen, laadukkaan ja kiinnostavan sisällön tarjoaminen
- käyttäjälähtöisten verkkopalveluiden luominen.

Käytettävä viestintäkanava määrittelee sisällön, jota ei toisteta identtisenä kaikissa kanavissa. Sisältö luodaan kanavan luontevinta esitystapaa ja kohderyhmää tukevaksi. Verkkosivusto (www.kuopion-energia.fi) välittää ajantasaista ja kattavaa tietoa yrityksen toiminnasta ja sen tarjoamista tuotteista sekä palveluista. Kuopion Energian verkkosivujen etusivulla on syötteen uusimpiin sosiaalisen median

postauksiin, ja verkkosivuilla on myös väyliä, joilla asiakas voi ottaa yhteyttä yritykseen. Omatoiminen sopimuksen teko onnistuu ympäri vuorokauden Online-palvelun avulla. Häiriötiedottamisessa on puolestaan käytössä tekstiviestipalvelu, jolla asiakkaille saadaan tieto sähkön tai lämmön käyttökatoista. Asiakkaille on verkossa käytössään lisäksi nykyaikainen chat-palvelu kysymysten esittämiseen ja asioiden hoitamiseen asiakaspalvelun kanssa. (Kuopion Energia 2016; Kuopion Energia 2018c.)

Verkkosivujen teknisestä toteutuksesta vastaa yhteistyökumppani ja sisällön ylläpito on puolestaan jaettu liiketoiminnoittain. Yrityksen assistentit päivittävät sivustoja ja tekevät pieniä teknisiä muutoksia. (Kuopion Energia 2018c, 24–25.) Uuden intranetin lähtökohtana on luoda intraan samaa visuaalista ilmettä kuin verkkosivuillakin on.

Sosiaalinen viestintä palvelee yritystä erityisesti tiedonjakamisessa ja tuotteiden sekä palveluiden markkinoinnissa. Sosiaalisen median avulla saadaan sitoutettua ja osallistettua asiakkaita. Sosiaalisten kanavien kautta edistetään yrityksen tunnettuutta ja houkuttelevaa työnantajamielikuvaa. Sosiaaliset kanavat mahdollistavat myös nopean viestinnän. (Kuopion Energia 2018c, 25–26.)

Sitran asiantuntija Hannu-Pekka Ikäheimo kertoo artikkelissaan (2017-03-21) Reuters-instituutin raportista, jonka mukaan myös uutisvirta alkaa siirtyä enenevässä määrin sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisesta mediasta on tulossa aikamme valtamedia myös uutiskanavana. Raportista käy ilmi, että EU:n alueella 50 prosenttia kuluttajista lukee viikoittain uutisia sosiaalisen median kautta ja noin kolmannekselle 18–24-vuotiaista sosiaalinen media on jo pääuutiskanava - toki eroja on eri maiden ja ikäryhmien välillä. Ikäheimo kertoo, että Facebook on ylivoimaisesti suosituin kanava, sen jälkeen YouTube ja Twitter. Sosiaalisen median suosion nurjapuoli on disinformaation helppo ja nopea leviäminen, johon yritysten on hyvä varautua, mutta jota ei pidä kuitenkaan lähteä liioittelemaankaan. (Ikäheimo 2017-03-21.)

Kuopion Energia on omaksunut ulkoisessa viestinnässä käyttöönsä sosiaalisen median palveluita, kuten Facebook, Instagram, YouTube ja LinkedIn (Kuopion Energia 2018c, 26). Twitter-tili poistettiin taannoin käytöstä.

Sosiaalinen media pohjautuu avoimuuteen ja yksiselitteiseen viestintään. Viestintätyyli voi olla tuttavallinenkin ja viestinnällä pyritään vuorovaikutukseen. Kuopion Energialla sosiaalisen viestinnän hoitaa ns. Some-tiimi, johon kuuluu assistentteja, markkinointipäällikkö sekä muutamia eri liiketoiminnon edustajia. Sosiaalista mediaa varten yritys laatii puolivuositain erillisen suunnitelman some-viestinnästä (esimerkiksi tulevia tapahtumia, kampanjoita Facebookissa, energian säästövinkkejä...) viestinnän tueksi. Suunnitelma on viitteellinen ja sen lisäksi on tarkoitus viestiä aktiivisesti ajankohtaisista asioista. (Kuopion Energia 2018c, 25–26.)

## 5.2 Sisäistä viestintää henkilöstölle monikanavaisesti

Työyhteisöviestinnällä eli yrityksen sisäisellä viestinnällä sitoutetaan työntekijöitä työhönsä, työyhteisöönsä ja työnantajaansa keskustelevalle ja avoimella ilmapiirillä. Tavoitteena on saada henkilöstölle

välitettyä organisaation tavoitteet, strategiat ja muut suunnitelmat, talouden muutokset, päätökset, henkilöstöetuudet, työhyvinvoinnin näkökulmia sekä muita ajankohtaisia asioita, jotta henkilöstö sitoutuisi oman työnsä ja koko työyhteisön kehittämiseen. (Kuopion Energia 2018c, 12.)

Sisäisen viestinnän pääkanavaksi on Kuopion Energialla valittu intranet. Intranetin roolista ja sisällöstä tarkemmin kappaleessa 5.2.2. Muista sisäisen viestinnän välineistä kappaleessa 5.2.1. Viestintävälineiden ja -kanavien määrä on melkoinen, joten kunkin yrityksen on tehtävä omat päätökset käytettävistä medioista niin ulkoisessa kuin sisäisessäkin viestinnässään.

### 5.2.1 Sisäisen viestinnän välineet

Yrityksen ohjenuorana on, että koko henkilöstö on tasavertaisessa asemassa tiedonkulun ja vuorovaikutuksen suhteen. Tämän vuoksi tiedon etsimistä ei voida jättää vain henkilöstön oman aktiivisuuden varaan vaan henkilöstölle on viestittävä useiden kanavien kautta. (Kuopion Energia 2018c.)

Siinä missä intranet, sisäisen viestinnän pääkanava, on kanava akuuttiin tiedontarpeeseen, henkilöstölehti-Roihu on väylä, joka rakentaa osaltaan yhteisöllisyyttään. Henkilöstölehti on muuttunut vuoden 2018 alusta pelkästään sähköiseksi pdf-lehdeksi, joka ilmestyy neljä kertaa vuoteen. Uudet työntekijät saavat esitellä itsensä lehden sivuilla. Lisäksi lehti tarjoaa taustoittavaa tietoa ja nostaa erilaisia teemoja esiin, jolloin hyvät lehden artikkelit edistävät parhaiden käytänteiden omaksumista henkilöstön kesken. On tärkeää, että kaikki liiketoiminnot ja ammattiryhmät pääsevät esiin. (Kuopion Energia 2016.) Kuopion Energian henkilöstölehden rooli on ehkä muuttumassa reaaliaikaisemman viestinnän suuntaan (verkkolehti), joten sekin tulee huomioida intranetin sisältösuunnitelmassa.

Yritys, erityisesti henkilöstöpalvelut, lähettävät ajoittain henkilöstölle uutiskirjeitä sähköpostin kautta. Uutiskirjeissä on tunnistettava layout ja niissä on visuaalisuutta lisätty kuvilla. Uutiskirje ei kuitenkaan tavoita 100-prosenttisesti henkilöstöä, sillä muutama henkilöstöedustaja on peruuttanut uutiskirjeen vastaanottamisen. Perinteinen sähköposti on viestintäkanava, jota jonkin verran käytetään, mutta minkä käyttö on oltava tarkkaan harkittua. Monen asian voin yrityksessä hoitaa matalan kynnyksen Skype for business –pikaviestintäpalvelussa. (Kuopion Energia 2016, 23–26; Kuopion Energia 2018c, 12–14.) Puhelimella soittaminen on usein nopein tie selvittää asia, mutta puhelut ei ole aina mahdollisia tai halutaan niin sanotusti kirjallinen jälki viestistä. Puhelimen viestiominaisuuksia voi myös hyödyntää yrityksen sisäisessä viestinnässä.

Kuopion Energian toimitalossa on digitaaliset infotaulut asiakaspalvelun aulassa, asiakaspalvelun työtiloissa sekä yrityksen ruokalassa. Infotauluilla, jotka ovat aulassa ja ruokalassa, voidaan esittää imagomainontaa tai toimitaloa koskevaa yleistä tiedottamista. Tällöin on huomioitava, että tiloissa käy myös asiakkaita ja muita sidosryhmiä. Asiakaspalvelun työtiloissa olevalla infotaululla sen sijaan voi tiedottaa tiimiä koskevia asioitakin. Aulan isolla digitaalilla pyöriin tällä hetkellä sekä Kuopion Energian että vuokralaisena olevan Kuopion Veden imagomainokset. Ruokalan taululla pyöriin Kuopion Energian some-seinä sekä muun informaatio (voimalaitoksen tuotantotilanne, uutisseuranta, yms.) vuorotellen. (Kuopion Energia 2018c, 14.)



Esimiesviestintä ja kasvokkainviestintä tukevat sähköisten välineiden kautta jaettua informaatiota. Jo yhteistoimintalaki ohjaa osaltaan työnantajan ja henkilöstön välistä viestintää. Yhteistoiminta antaa henkilöstölle tilaisuuden osallistua työyhteisön ja toiminnan kehittämiseen yhteisymmärryksessä ja vuorovaikutuksessa työnantajan kanssa. Yhteistoiminaneuvottelutoimikunnan sekä työsuojelutoimikunnan kokouspöytäkirjat ovat koko henkilöstön nähtävillä intran työtilassa. Muita järjestettyihin tilaisuuksiin perustuvia viestintätapahtumia ovat kuukausittaiset esimiesinfot. Henkilöstöpalvelut pitävät infot kaikille konsernin esimiehille. Tällä edistetään henkilöstön tasa-arvoista kohtelua ja yhtenäisiä toimintatapoja kaikissa liiketoiminnoissa. Esimiehet vievät osin samaa informaatiota omiin tiimi-kohtaisiin palavereihinsa. Esimiehiä ohjeistetaan ja koulutetaan myös muihin esimiesten viestintätilanteisiin, kuten perehdyttämiseen, kehityskeskusteluihin, rekrytointiin. (Kuopion Energia 2016, 26; Kuopion Energia 2018c, 12–13.)

Viestintää ohjaavia linjauksia käsiteltäessä (luku 5.1) mainittiin Real-digialusta. Se toimii henkilöstön edustajista, henkilöstöpäälliköstä sekä ulkopuolisesta konsultista koostuvan Kehittämisklubin viestintäkanavana. Klubin tarkoitus on toimia osastojen väillä tiedonvälittäjänä, tukea henkilöstöä oman, tiimin tai osastojen välisen työn kehittämisessä. Tässä apuna toimii yhteistyöalustana Real, joka oli aluksi viestintäkanava vain klubilaisille, mutta nyt sinne on koko henkilöstöllä pääsy lukemaan ja kommentoimaan toimintaa ja kehitysehdotuksia. Kehittämisklubin toiminnan yhtenä tavoitteena on tukea sellaisen organisaatiokulttuurin muodostumista/muutosta, jossa koko henkilöstön osaaminen ja ajattelu saadaan esille ja käyttöön. (Kuopion Energia 2018c, 14.) Osaamisen jakaminen ja hiljaisen tiedon kerääminen on aiheita, joita on syytä huomioida uudistettavan intran sisältöä mietittäessä myös. Tarvitaanko jatkossa erillistä yhteistyöalustaa vai voiko intran työkalut kattaa Realin. Tai integroidaanko Real intraan?

### 5.2.2 Intranet, sisäisen viestinnän pääkanava

Kuopion Energian intranet on toteutettu SharePoint 2013 -alustalle. Intranet on määritelty Kuopion Energiassa sisäisen viestinnän pääkanavaksi, josta löytyvät uutiset ja ajankohtaiset asiat. Intra nähdään tiedotuskanavana, joka kohtelee henkilöstöä tasavertaisesti. Tiedottaminen on yhtäaikaista ja kanava antaa kaikille samanlaisen mahdollisuuden tiedon hakuun. Toki on muistettava, että kaikki eivät ole aktiivisia intran käyttäjiä, joten ainut tiedotuskanava se ei voi olla. Tehokasta sisäistä viestintää on tuettava esimiesviestinnällä sekä edellisessä kappaleessa mainituilla viestinnän välineillä. (Kuopion Energia 2018c, 12.)

Intrassa on luonnollisesti tiheään päivittyvien uutisten ja ajankohtaisuuksien lisäksi paljon myös pysyvää tietoa yrityksen toimintatavoista, ohjesäännöistä ja henkilöstöeduista. Yrityksessä on käytössä jonkin verran sähköisesti tai manuaalisesti täytettäviä lomakkeita vaikka esimerkiksi henkilöstöpalveluiden lomakkeet ovat siirtyneet hr-järjestelmään. Intra on jaettu seuraaviin välilehtiin: etusivu, ohjeet / lomakkeet, yritys, liiketoiminnot, henkilöstö, matkustus ja IT-tuki. (Kuopion Energia 2018c, 12–14; Kuopion Energia 2018d.)

Intran etusivulla on uusimmat ajankohtaiset uutiset, mediaseuranta, ilmoitustaulu, työtilat, linkkiliista, painikkeet (oikopolut) mm. lounaslistaan, tilikarttoihin sekä toimintaohjeisiin tapaturman sattuessa. Hakutoiminto on intran yläosassa, joka toistuu kaikilla välilehdillä. Työtilat-osio tarjoaa mahdollisuuden tiedon yhtäaikaiseen työstämiseen ja asiakirjojen jakamiseen määriteltyjen henkilöiden kesken. (Kuopion Energia 2018d.)

Ohjeissa ja lomakkeissa on jaottelu yleisiin ohjeisiin, hankintaohjeisiin, lomakkeisiin, turvallisuuteen ja muut-kohtaan. Lomakkeista eniten käytetty lienee kokous- ja vierastarjoilujen tilauslomake. Lomake täytetään sähköisesti ja se lähtee automaattisesti yrityksen tiloissa työskentelevälle yrittäjälle. Yritys-välilehdelle on puolestaan koottu tietoa mm. yhteystiedoista, hallituksesta, johtoryhmästä, työsuojelusta sekä tilastoista. Liiketoimintojen alla on jokaisen viiden eri liiketoiminnon omat sivut, jonne on tallennettu heidän toimintansa kannalta tärkeäksi koettuja tietoja. (Kuopion Energia 2018d.) Liiketoimintojen sivut eivät ole yhteneväisessä käytössä.

Henkilöstö osiossa löytyy tietoa henkilöstölle tarjottavista työterveyspalveluista sekä linkkejä omatoimiseen terveyden edistämiseen. Työehtosopimukset, henkilöstön edut sekä tietoa kouluttautumisesta ovat henkilöstö-osiossa samoin kuin eläke- ja henkilöstöohjeet. (Kuopion Energia 2018d.) Ohjeita on siis kahdessa eri intran osiossa.

Matkustus- ja IT-osio ovat selkeitä kokonaisuuksia nimensä mukaisesti. Matkaohjesääntö, verottajan määrittelemät matkakorvaukset, matkojen varauskäytännöt sekä M2-matkanhallintajärjestelmän käyttö sisältyy matkustusosioon. IT-osassa on mm. tietoturvallisuuteen, tiedostojen siirtoon, service-deskiin ja sähköisiin työvälineisiin liittyvää tietoutta. (Kuopion Energia 2018d.)

Intran nykykäytöstä ei ole saatavilla tilastotietoa. Elokuun alussa intranetin SharePoint-alustalta laitetiin päälle hakuseuranta, joten elokuulta oli mahdollista saada jonkinlaista dataa. Intranet halutaan uudistaa. Visuaalisuuteen haetaan vaikutteita yrityksen uusista verkkosivuista ja intraa ryhmitellään uudella tavalla. Myös nykyaikaisen intran työkaluja/ominaisuuksia, kuten vuorovaikutteisuus, monitahoinen sisällöntuotanto, tiedon jakamisen vaihtoehdot, muokattavuus sekä mobiilikäyttö, otetaan mukaan intran suunnitteluun.

## 6 TUTKIMUSMETODIIKKA

Opinnäytetyöni on ongelmaperustainen / tutkimuksellinen kehittämistyö. Tapaustutkimus, jossa käytetään laadullista (kvalitatiivinen) tutkimusotetta.

Tutkimuksellisen työn keskeisin ja yleensä ainoa henkilö, haastattelu- tai kyselyaineiston kohderyhmää lukuun ottamatta, on opiskelija itse. Tutkimuksellisessa työssä lopputuloksena on uutta tietoa yleensä tutkimusraportin muodossa. Tässä kehittämistoiminnassa työskentelytapa on pitkälti yksin tehtävää tietojen keruuta. (Salonen 2013, 5–6.) Tapaustutkimuksen vaihtoehtona pohdin toimintatutkimusta, mutta siihen ei olisi riittänyt aika, sillä toimeksiantajalla oli tavoite saada uusi intranet toteutettu vuoden 2019 kesään mennessä. Toimintatutkimus olisi vaatinut pidemmän ajan, sillä tutkimus etenee spiraalimaisesti. Siinä tehdään suunnitelma, toimitaan, havainnoidaan, reflektoidaan, tehdään paranneltu suunnitelma, josta jälleen lähdetään toimintaan, havainnointiin ja uuteen reflektointiin, jotta päästään jälleen uudelle kierrokselle. Käyttämäni tapaustutkimus pyrkii tavoitteeseensa teoreettisen intressin ja käytännön hyötyjen kautta. ”Kuinka asiat ovat” ovat perinteisen tutkimuksen lähtökohta ja ”Kuinka asioiden tulisi olla” on sen sijaan toimintatutkimuksen kantava ajatus, johon liittyy jatkokysymys ”Miten toivottava asiointi saadaan aikaan ja millaista tietoa kehittämisen tueksi tarvitaan?”. (Valli 2018, 220–224.)

Tutkimusaineisto kerätään Minibootcamp-ideointityöpajoilla (soveltaminen mahdollista), työpajojen tulosten jatkojalostamisella (sisällöntuottajien työpaja) sekä ryhmähaastatteluilla (teemahaastattelu). Hirsjärvi ym. (2016, 204) siteeraavat kirjassaan Robsonia, joka on todennut, että ”kun tutkitaan ihmisiä, miksi ei käytettäisi hyväksi sitä etua, että tutkittavat itse voivat kertoa itseään koskevista asioista?”. Tämä periaate sopii kaikkiin edellä mainittuihin menetelmiin. Haastattelu on joustava tapa kerätä aineistoa, sillä siinä voi esittää tarkentavia kysymyksiä, syventää saatuja vastauksia ja muuttaa kysymysten järjestystä. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2016, 204–205.) Minibootcamp puolestaan sopii näkemykseni mukaan erinomaisesti uuden ideointiin, sillä menetelmä pakottaa olemaan luova ja ajattelemaan eri näkökulmista. Minibootcamp oli itselleni myös uusi ja mielenkiintoinen tiedonkeruumenetelmä. Tutustuin tähän työpajamenetelmään Savonian ylemmän ammattikorkeakoulun opintokurssilla.

Opinnäytetyöni tueksi kerätyssä aineistossa hyödynnetään pienimuotoisesti myös toimeksiantajaorganisaatiossa toteutettua tarvekartoitusta, joka tehtiin dokumenttien hallinnan uudistamiseen tähtäävän projektin yhteydessä. Tämä aineisto kuvaa ihmisten työn tekemistä, sillä moni työtehtävä tuottaa dokumentteja, joita tallennetaan, työstetään ja jaetaan erilaisille ihmisille erilaisilla käyttöoikeuksilla. Tämä näkökulma tulee huomioida uudessa intrassa myöskin. Tarvekartoitus on luonnollisesti tehty tukemaan uuden dokumenttien hallintajärjestelmän hankintaa, mutta se antaa ajatuksia myös isomman kokonaisuuden hallintaan (tietotyönmuutos), jonka yksi osa uudistettava intranetkin on. Aineiston keruusta enemmän luvussa 7.

### 6.1.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Sekä KvaliMOTV verkko-oppikirjassa (Saaranen-Kauppinen ja Puustniekka 2009) että Menetelmäviidakon raivaajat -kirjassa (Puusa ja Juuti 2011) kerrotaan kvalitatiivisten, eli laadullisten, menetelmien käyttämisen lisääntyneen tutkimuksessa. Tämä tutkimusote voi sisältää moninaisia suuntauksia, tiedonhankinta- ja analyysimenetelmiä ja tapoja aineiston tulkintaan. Kukin tutkija tekee omat valintansa, sillä ei ole yhtä oikeaa tapaa toteuttaa kvalitatiivista tutkimusta. Tämä valinnanvapaus voi toki joskus olla myös taakka. Pitää pohtia miten tarvittava aineisto kerätään ja kuinka paljon sitä tarvitaan? Onko valittu aineistonkeruumenetelmä kuitenkin sopivin? Miten kerätty aineisto tulisi analysoida? (Saaranen-Kauppinen ja Puustniekka 2009.) Laadullisen tutkimuksen kohteet ovat varsin usein abstrakteja ilmiöitä, jotka ovat syntyneet ihmisten välisistä vuorovaikutuksista. Nämä ilmiöt ovat tulkinnallisia, aikaan ja paikkaan sidottuja, eikä niitä voi selittää matemaattisen kaavan avulla. (Puusa ja Juuti 2011, 31.)

Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin miksi, miten, millainen. Ilmiö ymmärretään ns. pehmeän tiedon pohjalta (Heikkilä 2014, 15). Laadullinen tutkimusote painottaa todellisuutta ja kerättävän tiedon subjektiivista luonnetta. Laadullinen tutkimus tarkastelee yksittäisiä tapauksia ja siinä on oleellista osallistuvien ihmisten näkökulmat ja tutkijan vuorovaikutus. Tutkijan, hänen tuottaman aineiston ja tutkimuskohteen välillä etäisyys on tyypillisesti vähäinen. Koska laadullinen tutkimus tarkastelee pääosin yksittäisiä tapauksia, suositaan aineiston keräämistä ihmisiltä, jolloin menetelminä ovat usein haastattelu- ja havainnointimenetelmät. (Puusa ja Juuti 2011, 47–56.)

Tutki ja kirjoita -kirjassaan Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2016) kertovat laadullisen tutkimuksen olevan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jossa aineisto kootaan todellisissa ja luonnollisissa tilanteissa, joissa välineenä on yleensä ihminen. Tällöin tutkija luottaa mittausvälineitä enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluun. Apuna usein käytetään myös lomakkeita ja testejä. Tutkimuksen kohdejoukkoa ei valita satunnaisesti vaan tarkoituksenmukaisesti. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2016, 164.)

Omassa opinnäytetyössäni laadullisen tutkimuksen kohteena oleva ilmiö on organisaation intranet ja sen päivittäminen. Aineisto kerätään tarkoituksenmukaisesti valituilta ihmisiltä, jotka tuntevat intranetin hyvin. Osa kohdehenkilöistä on päivittäisiä ja osa satunnaisia viestintäkanavan käyttäjiä, osa myös sisällöntuottajan roolissa. Lisäksi johtoryhmä tuo vielä näkemystä intran tarpeesta ja roolista johtamisen ja arkityöskentelyn tukena.

### 6.1.2 Tapaustutkimus

Saaranen-Kauppinen ja Puustniekka mainitsevat Menetelmäopetuksen tietovaranto –teoksessaan (2012, 43), että kaikkien laadullisten tutkimusten voidaan tavallaan ajatella olevan tapaustutkimuksia, sillä niissä tutkitaan tiettyjä tapauksia. Eriksson ja Koistinen toisaalta Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisussa (2004, 1) aloittavat toteamalla, ettei kaikki laadullinen tutkimus ole tapaustutkimusta.

Lähestymistavaksi kannattaa valita tapaustutkimus, jos jokin tai useat seuraavista ehdoista täyttyvät (Eriksson ym. 2004, 4–5):

- Mitä, miten ja miksi kysymykset ovat keskeisellä sijalla.
- Tutkijalla on vähän kontrollia tapahtumiin.
- Aiheesta on tehty vähän empiiristä tutkimusta.
- Tutkimuskohteena on jokin tämän ajan elävässä elämässä oleva ilmiö.

Valli (2018, 192) tukee Erikssonin määrittelyjä kirjoittaessaan, että tutkittavalle tapauksella on tyypillistä vastata kysymyksiin mitä (kuvailu), miten, mistä on kyse (selitys) ja miksi (ymmärtäminen). Minulla opinnäytetyössäni tapaustutkimuksen varsinainen tapaus on toimeksiantajaorganisaation sisäisen viestinnän pääkanava, intranet. Viestintäkanavien sosiaalistuminen ja digitalisoituminen ovat nimenomaan tämän ajan elävä ilmiö, jota on havaintojeni mukaan tutkittu jonkin verran muun muassa opinnäytetöinä erilaisissa organisaatioissa. Muun muassa Merja Nelimarkka (2015) on tehnyt opinnäytetyön ”Intranet liiketoiminnan tueksi, sisällön ja käytettävyyden kehittäminen energiayhtiössä henkilöstöjohtamisen näkökulmasta”. Theseuksesta löytyy myös muita sisäisen viestinnän kehittämistä ja määriteltyjä viestintäkanavia tutkivia opinnäytetöitä. Kukin tapaus on ollut ainutlaatuinen. Ainutlaatuisuudesta huolimatta uskon toisaalta, että yrityksestä riippumatta intraneteistä ja niiden käyttötavoista sekä -tarkoituksista löytyy paljon samankaltaisuuttakin ja näin ollen tekemäni tapaustutkimus täyttäisi myös Vallin määritelmän, että tapaustutkimuksen kohde voi olla tyypillinen, jolloin tulokset olisivat siirrettävissä toisiinkin samankaltaisiin tapauksiin. Muita vaihtoehtoja Vallin mukaan tapaustutkimuksen valintakriteereiksi on, että tutkittava tapaus onkin rajatapaus teoriaa testatessa tai ennen tutkimaton ilmiö tai esimerkillinen tapaus. Myös jo mainittu ainutkertainen tapaus on tapaustutkimukselle tyypillinen, jolloin tapauksen avulla opitaan tuntemaan tutkittavan ilmiön yleisiä piirteitä. (Valli 2018, 192; Nelimarkka 2015.)

Tapaustutkimuksen taito -kirja (2007, 111–113) tukee Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisemaa tapaustutkimuksen määrittelyä, sillä kirjassa todetaan tutkimuksen tuottavan tietoa prosesseista, ilmiöistä, merkityksistä, olosuhteista ja tiedoista, jotka ovat sidottu tiettyyn paikkaan ja aikaan. Tutkittava tapaus voi olla uniikki, kuten tässä opinnäytetyötutkimuksessani organisaation intranet, mutta tuolloin tutkimuksen tavoite ei ole kuvata tapauksen ainutlaatuisuutta itsessään vaan ymmärtää tätä ilmiötä ainutlaatuisten ominaisuuksien ja niihin vaikuttavien asiayhteyksien kautta. Tapaustutkimus vastaa kysymykseen: Mitä voimme oppia tapauksesta? Tutkimuksen tavoite on selvittää jotain, mikä ei ole ennestään tiedossa, mutta josta tarvitaan lisätietoa. (Laine, Bamberg ja Jokinen 2007, 10, 111–113.)

Tapaustutkimuksen taito -kirjassa (2007) kerrotaan tapaustutkimuksen etenemisestä. Usein tutkimuksella kerätyt ideat ja analyttiset kehukset perustuvat aiempiin tutkimuksiin, kirjallisuuteen ja tutkijan omiin ajatuksiin. Ideat syntyvät usein silloin, kun niitä vähiten odottaa. Niitä voi syntyä teollisista keskusteluista, omasta elämämpiiristä, kirjallisuudesta tai vaikka oudosta tapahtumasta. Usein ideat eivät edes ole hyviä, mutta joukkoon mahtuu myös ideoita, joista eteenpäin työstämällä tulee yhteiskunnallista tietovarantoa. Tapaustutkimuksen tarkoitus on tehdä tapauksesta ymmärret-

tävä. Tiettyjä tapauksia tutkitaan juuri niiden itsensä vuoksi tai joskus tutkittavia tapauksia käytetään esitutkimuksessa. Tapaustutkimuksen pyrkimys voi olla selittää tai kuvata jotain tiettyä ilmiötä. Tuloksia saatetaan pyrkiä yleistämään suhteessa toisiin samankaltaisiin tapauksiin tai suhteessa johonkin akateemiseen keskusteluun. (Laine ym. 2007, 19, 31.)

Ikkuna tutkimusmetodeihin 1 -kirjassa Valli (2018) toteaa, että tapaustutkimukselle on tyypillistä kokonaisvaltaisuus, yksilöllistäminen, monitieteellisyys, vuorovaikutus, arvosidonnaisuus ja mukautuvuus. Teoria on tässä tutkimuksen tekemisessä vahvasti mukana kuten myös tutkijan osallisuus, monimetodisuus, jonka avulla pyritään lisäämään tapauksen yleistettävyyttä.

## 7 AINEISTON KERUUN NELJÄ TAPAA

Petteri Kankkunen (2012) listaa verkkoartikkelissaan, millaisilla kysymyksillä henkilöstöltä varsin usein kartoitetaan ajatuksia ja toiveita intran suhteen: "Mikä on mielestäsi hyödyllisintä nykyisessä intrassamme? Mitä ongelmia intrassamme on? Mitä ominaisuuksia siitä puuttuu? Mitä uusia sisältöjä kaipaat? Miten muuten intra voisi auttaa sinua työssäsi?" Samaan hengenvetoon Kankkunen kuitenkin toteaa, että saatava informaatio ei hyödytä intra-projektissa juuri lainkaan, sillä suuri osa henkilöstöstä ei tiedä niiden mahdollisuuksista ja olemassa olevista ominaisuuksista.

Sen sijaan kannattaa kartoittaa, miten henkilöstö tekee työtä, mitkä ovat pullonkauloja, joihin intra voisi tuoda helpotusta. Mielipiteiden kartoituksen tuloksena syntyy ideoita eteenpäin menevistä ratkaisuisista. Henkilökunnan kuulemisen tuloksia kannattaa analysoida mm. seuraavien kysymysten avulla:

- Mitkä ovat henkilöstön keskeiset tietolähteet ja -tarpeet?
- Mitkä ovat pahimmat työtä hankaloittavat pullonkaulat?
- Miten yrityskulttuuri ja vallitsevat työtavat vaikuttavat intraan?
- Mitkä ovat tärkeimmät tiedon jakamisesta riippuvaiset prosessit?
- Mitkä rutiinit ja prosessit turhauttavat henkilöstöä?
- Mitä ovat tiedon jakamista, löytämistä ja hallinnoimista parantavat uudet mahdollisuudet?

(Kankkunen 2012.)

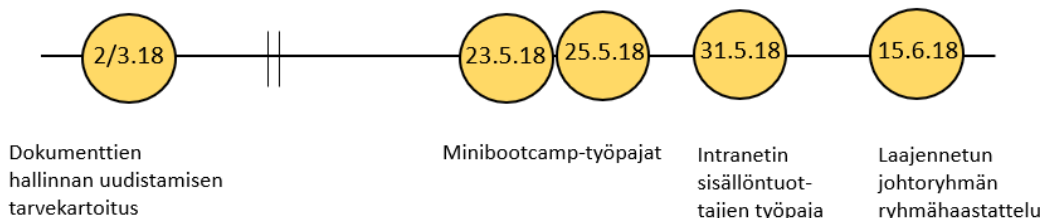
Opinnäytetyössäni intran sisältösuunnittelun näkökulma on asiakaslähtöinen. Intrasta on tarkoitus tehdä henkilöstön tarpeita vastaava viestintäkanava, joka tukee operatiivista johtoa. Suunnittelun avuksi hankittiin aineistoa henkilöstön, sisäisten asiakkaiden, näkemyksistä/ideoista kahdella eri Minibootcamp-työpajalla, joihin kutsuttiin henkilöstön edustajia läpi koko organisaation. Työpajat etenivät Sitran Minibootcamp-oppaan mukaisesti (säilytettiin kuitenkin mahdollisuus menetelmän soveltamiseen tarvittaessa).

Työpajojen jälkeen järjestettiin erillinen työpaja intran sisällöntuottajien kanssa (=assistenttitiimi). Heille esiteltiin Minibootcampeissa työstetyt materiaalit teemoiteltuna. Tiimi jatkajalosti Minibootcampien ideoita sisällöntuottajien näkökulmasta. Viimeisenä primääriaineiston keruumenetelmänä oli yrityksen johtoryhmälle + henkilöstöpäällikölle järjestetty oma erillinen ryhmähaastattelu, jolla kartoitettiin heidän tarpeitaan intran suhteen.

Intranetin suunnittelun aineistona hyödynnettiin joltain osin myös valmista aineistoa. Opinnäytetyössäni viittasin hieman aiemmin Kankkuseen (2012), joka nosti esiin, että on hyödyllistä tutkia ja selvittää, miten henkilöstö tekee työtään, sillä sitä kautta saadaan esiin intran tarjoamien työkalujen tarpeellisuus. Toimeksiantajaorganisaatiossa on meneillään dokumenttien hallintaprosessien uudistamisprojekti (tarvekartoitus ja järjestelmien toimittajavertailu tehty, käyttöönotto meneillään), jota varten on yrityksessä suoritettu kevättalvella 2018 laaja, eri liiketoimintojen tarpeiden kartoitus,

jonka tulokset kuvaavat hyvin ihmisten työn tekemistä organisaatiossa dokumenttien osalta. Dokumentit ovat joka tapauksessa osa intranetia ja intranet on osa dokumenttien hallinnan kokonaisuutta.

Kuviossa 4 on yllä kuvatut opinnäytetyön eri aineiston keruutapahtumat sijoitettuna aikajanelle.



KUVIO 4. Aineiston keruun aikataulu.

## 7.1 Minibootcamp

Minibootcamp on Sitran (2017) kehittämä ideointityöpajamenetelmä, jolla pyritään ratkaisemaan joku työyhteisön uudistumistarve. Ideointityöpajassa määriteltyä haastetta lähdetään ratkomaan niin kutsuttujen aivomyrskyjen avulla uudistumiskysymyksen kautta. Uudistumiskysymys on ihmisten tekemään työhön liittyvä yksi valittu ja rajattu uudistumisen tarve kysymykseksi muotoiltuna.

Työpajaa vetää opas, joka huolehtii, että ideointityöpajan vaiheet tulevat käsitellyiksi ja dokumentoiduiksi. Sitran Minibootcamp-oppaan käsikirjassa (2017) on työpajalle laadittu valmis etenemäsuunnitelma. Osallistujat (yleensä 3–5 hlö)ideoivat työpajan aivomyrskyssä uudistumiskysymystä kahdesta eri näkökulmasta, oma ja ns. salamatkustajan näkökulma huomioiden.

Kaikille osallistujille laaditaan ennen työpajaa salamatkustaja-profiili. Salamatkustajat ovat kuvitteellisia, joskin tosielämään pohjautuvia persoonia, jotka usein löytyvät omasta organisaatiosta tai sen läheisyydestä. Salamatkustajien rooliin eläytymällä pääsee osallistuja helposti tarkastelemaan uudistumiskysymystä eri näkökulmista. (Sitra 2017, 27.)

Kun osallistujien omat ja salamatkustajan ideat on saatu koottua aivomyrskyissä, käynnistyy ideajalostamo, jossa ideoita jatkojalostetaan yhdistelemällä niitä keskenään tai aivan uuden idean kanssa. Luotu idea voidaan myös yhdistää Sitran laatiman megatrendin kanssa. (Sitra 2017, 27.)

Minibootcampin tuloksena luodaan uudistumistyökalu, joka voi olla muun muassa prosessi, ohje, tapa toimia, valmennus, digitaalinen työväline tai jotain muuta. Työkalu on aiemmasta eri tavoin tekemistä – se on yritys ratkaista uudistumiskysymys. Tarkoituksena on saada ihmiset katsomaan erilaisia toimintatapoja uusin silmin sekä rohkeasti uudistamaan myös omia tottumuksiaan. Työkalun on tarkoitus olla konkreettinen ihmisiä koskeva muutos. (Sitra 2017a, 26; Sitra 2017b.)

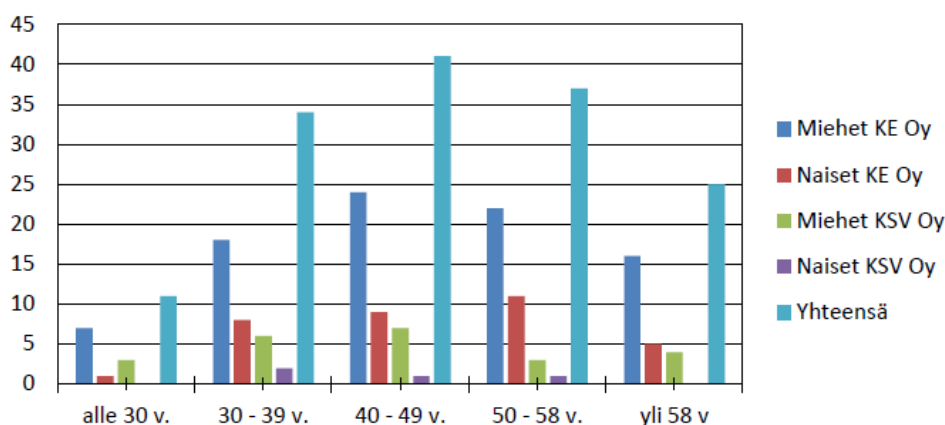


Yllä kuvattuja Minibootcampin vaiheita on kuvattu lisää luvuissa 7.1.1 ja 7.1.2. Opinnäytetyöni Minibootcampiin valittiin kaksi 6 hengen ryhmää. Ryhmät työstivät noin kolmen tunnin ajan uudistumiskysymystä: "Miten haluaisit käyttää intranetiämme?". Osallistujille laadittiin valmiiksi salamatkustaja-profiilit, jotka ovat liitteenä 1. Työkaluksi muotoutui uusi tapa toimia – intranetin käyttötarpeet ja -toiveet.

### 7.1.1 Valmistelu

Minibootcamp-ideointityöpajoihin osallistujat koottiin toimeksiantajaorganisaation sisäisistä asiakkaista, intraa käyttävästä henkilöstöstä. Sitran laatiman oppaan (2017) mukaan työpajaan valitaan 3–5 seikkailijaa. Opinnäytetyöni Minibootcamppeihin valittiin kuitenkin kaksi 6 hengen ryhmää, jotta halutut henkilöstöryhmät tulivat edustetuiksi. Profiloim harkinnanvaraisesti koottavan otoksen vuoden 2017 henkilöstöraportin pohjalta. Raportista käy ilmi muun muassa miesten/naisten osuus koko henkilöstöstä, ikärakenne, työntekijä/toimihenkilö/ylempi toimihenkilö, työsuhteen kesto sekä liiketoiminto, jossa työtä tekee. Näitä asioita huomioimalla pyrittiin saamaan kattava otos erilaisia ihmisiä.

Vuoden 2017 henkilöstöraportin tilastotietojen perusteella mukaan valittiin enemmän miehiä kuin naisia, sillä miesten osuus koko konsernin henkilöstöstä on 74 prosenttia. Kuviossa 5 on miesten ja naisten määrät ikäluokittain ja emo- ja tytäryhtiö eriytettyinä. Työpajoissa naisten osuus nousi 44 prosenttiin (4 henkeä), sillä yhden miesosallistujan paikka jäi työpajassa täyttämättä äkillisen esteen vuoksi. Naisia työskentelee kuitenkin eniten työtehtävissä, joissa organisaation näkemyksen mukaisesti käytetään intranetia vahvasti jokapäiväisessä työssä.



KUVIO 5. Henkilöstön ikärakenne 31.12.2017 (Kuopion Energia 2017).

Henkilöstömäärältään suurin liiketoiminto on energiantuotanto. Konserninhallinto, kaukolämpö ja sähköverkko ovat henkilöstömäärältään melko lähellä toisiaan. Sähkökauppa on pienin liiketoiminto. Energiantuotannosta työpajoihin kutsuttiin neljä henkilöä, muista liiketoiminnoista kaksi. Henkilövalintoja tehtäessä haettiin yritykseen lähiaikoina saapunutta henkilöä, pitkän työuran tehnyttä, esimiesasemassa olevaa, työntekijää, toimihenkilöä.

Valituille henkilöille lähetettiin sähköpostitse kutsu työpajaan (liite 2). Työpajat järjestettiin toimitilalla neuvotteluhuoneessa. Työpajat alkoivat yhteisellä, toimeksiantajan tarjoamalla, lounaalla. Työpajojen konkreettisiin valmisteluihin kuului kutsujen lähettämisen ja tila- sekä lounasvarausten lisäksi salamatkustajaprofiileiden luonti ja tulostaminen sekä neuvottelutilan varustaminen (kyniä, post-iteja, canvas ideajalostamolle ja työkalulle, megatrendikorttien tulostaminen) (Sitra 2017, 15).

Työpajaan osallistuville luotiin jokaiselle oma salamatkustaja, jonka avulla saataisiin osallistujilta uusia näkökulmia. Salamatkustajilla on ennalta mietityt profiilit, joissa avataan salamatkustajan tapaa toimia, arvomaailmaa ja persoonaa. Profiloinnissa kannattaa miettiä, millainen henkilö vastustaa uudistumista, kuka haluaa etsiä ratkaisuja tai keneen uudistuminen vaikuttaa? Entä millaisen henkilön panostuksia tarvitaan uudistuksen läpiviemiseen? Osallistuja heittäytyy välillä salamatkustajansa rooliin ja miettii hänen näkökulmastaan uudistumiskysymystä. Juuri noista tilanteista nousee usein uusia näkemyksiä tarkkailtavasta kohteesta. (Sitra 2017, 10.) Työpajoissa käytetyt salamatkustajaprofiilit ovat opinnäytetyön liitteenä 1. Salamatkustajat olivat Elmeri Esimies, Enni Esimerkillinen, Niina Nakittaja, Oskari Osastonjohtaja, Pekka Pessimisti ja Ykä Yhteistyökumppani. Salamatkustajille mietin erilaisia lähtökohtia ja asenteita, jotta ne herättelisivät ajattelemaan ehkä oman totutun tavan ulkopuoleltakin. Profiileita luodessani käytin hyväkseni yli kymmenen vuoden työkokemustani toimeksiantajayrityksen organisaatiokulttuurista ja henkilöstöstä. ”En halua mitään uutta” ja ”joo, tehdään ja luodaan” ääripäät olen kuullut työpaikkani käytävillä. Halusin profiileissa myös ottaa ajatusmallia eri organisaatiotasoilta. Esimiehenä jo pitkään työskennellyt mieshenkilö saattoikin salamatkustajana pohtia tutkimuskysymystä nuoren, vasta työyhteisöön tulleen nuoren naisen näkökulmasta. Sitran oppaassa (2017) oli esimerkkejä salamatkustajista, joten sieltä sain salamatkustajaprofiilien otsikkotasot, joille sitten määrittelin itse haluamani arvot ja asenteet.

Minibootcampia varten muodostetaan etukäteen rajattu uudistumiskysymys, joka liittyy ihmisten tekemiseen. Hyvä uudistumiskysymys alkaakin usein kysymyksellä ”miten” tai ”kuinka”, jolloin vastaukseksi muodostuu yleensä joku tapa toimia tai tehdä asioita. Uudistumiskysymys on syytä pitää tiiviinä, korkeintaan 140 merkkiä, jotta kysymys pysyy helposti ymmärrettävänä. (Sitra 2017, 5–9.) Opastamieni työpajojen uudistumiskysymykseksi valikoitui ”Miten haluaisit käyttää intranetiämme?” Apukysymyksenä oli ”Miten luomme intran avulla lisää vuorovaikutteisuutta ja työntekoa tukevaa toimintaa?”

### 7.1.2 Minibootcamp-ideatyöpajojen läpivienti

Työpajat toteutettiin 23.5. ja 25.5. Ensimmäiseen työpajaan osallistui kuusi henkilöä ja toiseen viisi, sillä yhden viime hetkellä sairastuneen tilalle ei saatu tuuraajaa. Toisesta työpajasta jäi pois salamatkustajaprofiileista Ykä Yhteistyökumppani.

Työpajat aloitettiin lounaalla. Lounaan jälkeen kerroin opinnoistani ja alustin kolmetuntisen työpajan kulkua, menetelmää ja miksi juuri heidät oli kutsuttu ja valittu osallistumaan. Minibootcamp-ideatyöpajojen etenemisestä on laadittu valmis suunnitelma Sitran Minibootcamp-oppaan käsikirjassa (2017). Työpajojen eteneminen oli molemmissa ryhmissä samanlainen - kummassakaan ei tarvinnut

antaa niin sanottuja lisäsyötteitä vaan ideointi onnistui pelkän uudistumiskysymyksen avulla. Kaikki osallistujat eivät tunteneet toisiaan, joten aivan alkuun oli luonnollisestikin hieman varovaisempaa tilanteen tarkkailua ennen kuin vuorovaikutus pääsi oikeuksiinsa.

Minulla oli työpajoissa oppaan rooli. Opas huolehtii ajankäytöstä ja seuraa, että pohdinta ja näkökulma pysyy uudistumiskysymyksen ympärillä ja keskustelu pysyy ratkaisukeskeisenä eikä muutu ongelmapuheeksi. Opas kannustaa osallistujia ennakkoluulottomaan ideointiin ja heittää tarvittaessa ilmoille viljejäkin näkökulmia. Hän myös dokumentoi työpajan tuotokset. (Sitra 2017, 14.)

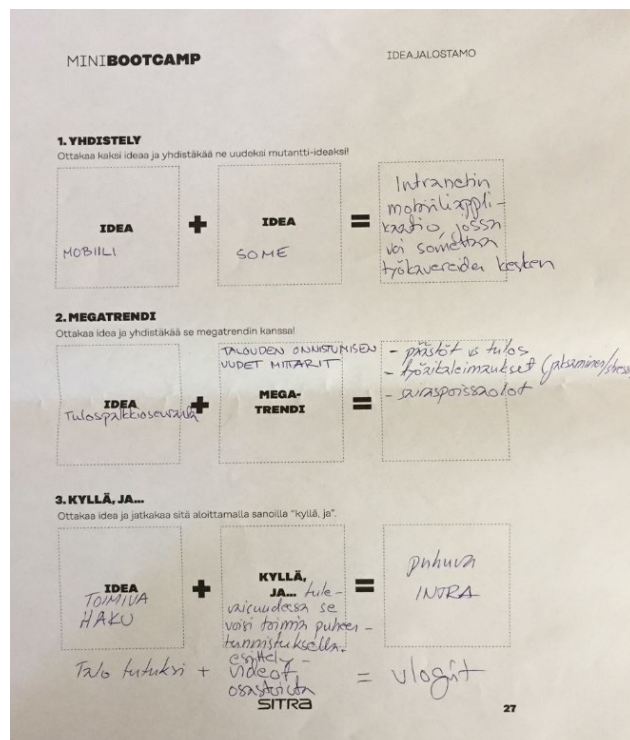
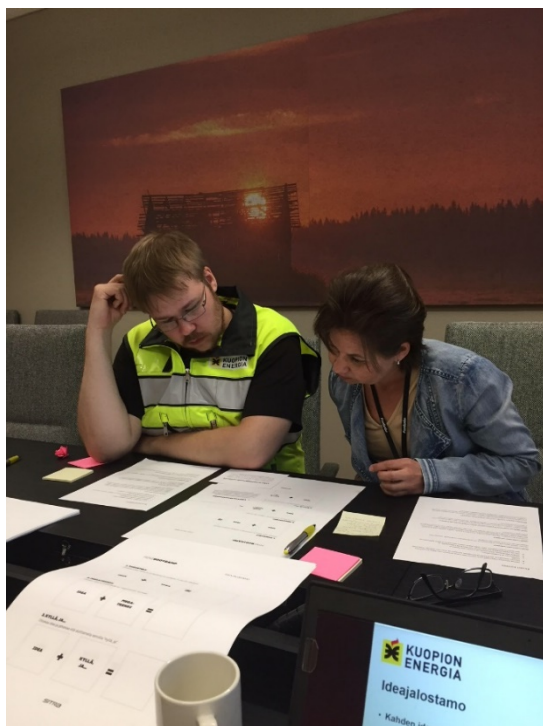
Osallistujat ideoivat työpajan aivomyrskyssä uudistumiskysymystä (Miten haluaisit käyttää intranetia?) kahdesta eri näkökulmasta. Ensinnäkin osallistujat työstivät tutkimuskysymystä aivomyrskyn ajan omasta näkökulmastaan. Aivomyrskyn tarkoitus on, että ajatuksen annetaan virrata ja kaikki ideat, ne hullutkin, kirjataan ylös - ideoita ei analysoida ja tarkkailla kriittisesti. Toteutetuissa työpajoissa ajatukset ja ideat kirjattiin jokainen omalle post-it -lapulle, jotka kukin kävi vuorotellen liimamassa seinään ja kertomassa ajatuksensa muille (kuva 1). Henkilökohtaisen näkökulman aivomyrskyssä tuli esiin hyvät perusajatukset. Omaa näkökantaa edustaneet ideat kirjattiin keltaisille lapuille.



KUVA 1. Minibootcampin aivomyrskyssä osallistujat ideoivat omasta ja salamatkustajan näkökulmasta uudistumiskysymystä.

Seuraava aivomyrsky toteutettiin muutoin samoin, mutta näkökulma vaihtui salamatkustajaksi ja lapun väri pinkiksi. Kukin esitteli salamatkustajansa muille osallistujille ennen kuin esitteli ideansa ryhmälle. Salamatkustajan näkökulma toi yllättävämpiä ideoita, yksityiskohtaisempia ajatuksia. Salamatkustajat saivat hyödyntää halutessaan edellisen aivomyrskyn ideoita. Toisin sanoen varastaminen ja jatkojalostaminen oli sallittua.

Kun ideat oli saatu koottua, käynnistyi ideajalostamo, joka toteutettiin parityönä (kuva 2). Ajatukset lähtivät kivasti pareilla lentoon ja syntyi keskustelua. Ideaajalostamossa eri ideoita yhdisteltiin työpa-jamenetelmän oppaan mukaisesti keskenään tai idea yhdistettiin jonkun Sitran Megatrendikortin kanssa. Ideaa voitiin myös kehittää jatkamalla idea sanoilla ”Kyllä, ja...”. Tällöin alkuperäistä ideaa hiotaan timantiksi liittämällä siihen uusi idea. (Sitra 2017, 27.)



KUVA 2. Ideaajalostamo toteutettiin parityönä.

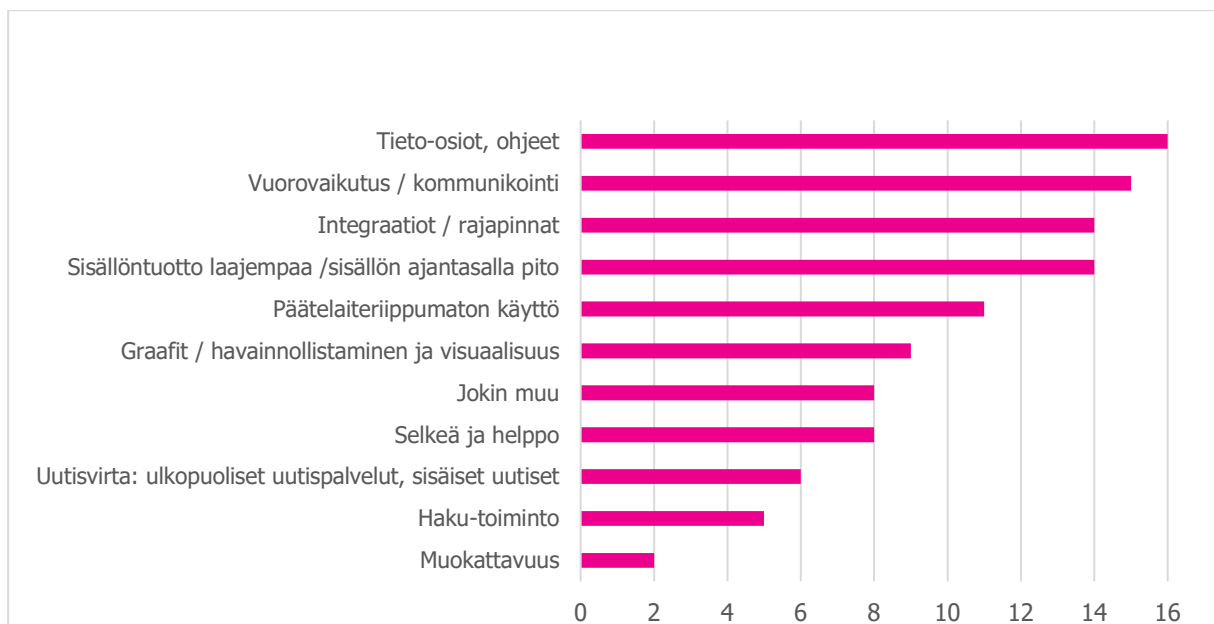
### 7.1.3 Minibootcampissa työstetyt ideat

Minibootcamp-työpajoissa tuli runsaasti ajatuksia, miten vastaaja tai hänen salamatkustaja-profiilin mukainen henkilö haluaisi käyttää intranetia. Vastauksissa/ideoissa näkyy selkeästi yhteisöllisen kommunikoinnin aikakausi. Ihmiset ovat muun muassa tottuneita sosiaaliseen mediaan käyttäjiä päätelaitteesta riippumatta, joten se näkyy myös ideoissa.

Puusa ja Juuti (2011) kertovat Menetelmäviidakon raivaajat -kirjassaan, että laadulliselle aineistolle varsin usein tehdään havaintojen luokittelu, eli teemoittelu. Tämä on aina tutkijan tekemää tulkintaa. Aineistosta pyritään löytämään säännönmukaisuutta tai samankaltaisuutta eri luokkien esiintymisen väliltä. Haasteeksi voi nousta, että analysoinnin ja tulkinnan mukaisesti osa annetuista vastauksista saattaa liittyä useampaankin teemaan. (Puusa ym. 2011, 121.) Tätä pohdin opinnäytetyössäni kunkin aineiston keruutaapahtuman arvioinnin ja aineiston keruun kuvauksen yhteydessä.

Jaottelin Minibootcamp-työpajoissa syntyneet ideat/ajatukset 11 eri teemaan kuvion 6 mukaisesti. Teemoitteluun on otettu mukaan kaikki aivomyrskyissä osallistujilta ja salamatkustajilta syntyneet sekä myös ideaajalostamon vaiheessa luodut ideat. Teemoittelujen pohjana olevat ideat on taulukoitu

ja teemoiteltu eri värein opinnäytetyöraporttini liitteessä 4. Alla olevassa tekstissä nostan työpajoissa tuotettuja ideoita esimerkkeinä esiin.



KUVIO 6. Työpajassa työstetyt ideat ja ajatukset teemoiteltuna esiintyvyyden mukaan.

Näyttää siltä, että työpajoihin osallistunut henkilöstö näkee intran vahvasti tietolähteenä ja arki-työnsä tukena. **Tieto-osiot ja ohjeet** teeman alle koostin mm. seuraavia ajatuksia/ideoita:

- Yhdestä paikasta löytyy kaikki tarvittava: tiedotteet, ohjeet, työvuorot, yhteystiedot
- Talo tutuksi, ihmiset tutuksi
- Vireillä olevat eri osastojen "top 10" työt, kehityskohteet, häiriöt yms.
- Tietopaketti: perusohjeet, talon tavoitteet, yhteistyötahot

Tieto-osiot teemaan linkittyä mielestäni kiinteästi kuvion 6 alaosassa olevat teemat **"intranetin selkeys ja helppous"** sekä **"haku-toiminto"**, jotta tarvittava tieto saadaan jouhevasti esille. Hyvin toimiva haku luo mielikuvan myös helppokäyttöisyydestä, jos tieto löytyy vaivatta haun kautta. Sisällön tulee olla ajantasaista ja löytyneeseen tietoon on voitava luottaa. Esimerkkejä työpajan ajatuksista:

- Selkeästi jäsennellystä intrasta löytyisi tieto helposti
- Hyvät hakutoiminnot vrt. Google
- Selkeä toimintalogiikka ja järjestys
- Selkeä layout

**Vuorovaikutus ja mahdollisuus kommunikointiin** nousi toiseksi eniten ajatuksia herättäneeksi aihealueeksi. Somemainen keskustelumahdollisuus tuli esiin useamman kerran. Intraan toivottiin mahdollisuutta tiimin väliseen kommunikointiin ja tiedon jakamiseen (kuten asiakaspalvelutiimin työvuorolistat), mutta nähtiin myös, että olisi mielenkiintoista saada tietoa eri tiimien toiminnasta yli liiketoimintorajojen. Intran toivottiin vähentävän henkilöstön sähköpostin määrää, kun tietoa voi jakaa muutakin kanavaa pitkin. Työpajan ideoinnista esiin nousi muun muassa seuraavaa:

- Tiedon jakaminen yhteistyökumppaneiden kanssa projektityyppisessä työssä, pilvipalvelu
- Henkilökunnan chat
- Lopetetaan s-postin käyttö -> se on niin 2000-lukua. Kaikki intraan -> sieltä jokainen voi ottaa itselleen sen tiedon mitä haluaa-> hyötyä parviälyn valjastamisesta
- Eri osastot tutuiksi esittelyjen ja ryhmäkuvien avulla. Ydintehtävät. Keneen ottaa yhteyttä eri osastojen asioissa.

**Integraatiot ja rajapinnat** teeman alle on koottu toiveita yrityksen verkkosivujen sisältöjen nostoista myös intraan, yrityksen sosiaalisen median kanavien syötteen (ns. somewall), erilaisten graafien taustalla olevat tietokannat (talousluvut), yrityksessä käytössä oleviin sovelluksiin/järjestelmiin pääsy (mm. henkilöstö- ja palkanlaskentajärjestelmä, matka- ja kululaskuohjelma) sekä loma- ja poissaolotietojen synkronointi intraan. Myös perinteisinä toimintoina nousi esiin sääpalvelu sekä ruokalayrittäjän lounaslista. Esimerkkejä työpajoista:

- KE:n kotisivujen ja intran yhteys. Uusimmat päivitykset, someuutiset ym. näkyviin myös intraan.
- Sää tiedot ja säähistoria
- Taulu / osio, josta näkee yhdellä silmäyksellä ketkä töissä/ lomalla / poissa.
- Sää- ja tulosdata vertailtavissa. Mahdollinen ennustettavuus

**Intran sisällön ajantasaisuutta ja oikeellista tietoa** jo hieman käsitelin ensimmäisen teeman ohessa. Työpajoihin osallistuvilta tuli vahvaa signaalia, että toivotaan laajempaa sisällöntuottajajoukkoa pitämään intrasta huolta. Työpajoihin osallistuvilta (n = 11) tuli suoraan viisi kommenttia, joissa nähtiin hyvänä, että laaja joukko tai koko henkilöstö pääsisi itse tuottamaan intraan sisältöä. Lisäksi näkisin, että vuorovaikutus-teeman alle listatut ryhmä-chatit ynnä muut keskustelukanavat olisi voinut laskea myös sisällön tuottamiseen. Merkityksellinen idea tiedon ajantasaisuudesta puhuttaessa on myös tiedon poistaminen:

- Kynnys intraan postaamiseen voisi olla matalampi -> muutkin kuin valittu joukko voisi toimia sisällöntuottajana
- Pällekkäisen tiedon karsiminen

**Päätelaite riippumattomuus** alkaa ehkä olla jo itsestäänselvyys uusien järjestelmien lanseerauksessa. Henkilöstön edustajat toivoivat työpajoissa, että intraa voisi käyttää myös halutessaan vapaa-ajallakin mobiiliapplikaation kautta. Intran tulisi myös toimia kaikilla selaimilla yhtä luotettavasti ja intra tulisi määritellä kaikkiin selaimiin etusivuksi.

- Mobiilikäyttö - uusista uutisista ilmoitus esim. kuten Facebookissa

Intran **visuaalisuuteen** toivottiin uusia elementtejä: videoita, kuvia, live-kuvaa. Myös suuret kuvakkeet nähtiin eräessä ideassa hyvänä. Intraan toivottiin havainnollistavia elementtejä, kuten erilaisia graafeja esimerkiksi tulospalkkioseurannasta, tuotantomääristä suhteessa toteutuneisiin päästöihin. Myös työaikaseurantaan pohjautuvia tietoja ajateltiin voitavan esittää visuaalisesti intrassa.

- Päästöt vs. tulos
- Tulos-/tuotantoseuranta verrattuna tavoitteisiin
- Tulospalkkioseuranta

Intran **rakenteen ja layoutin** odotetaan olevan selkeä ja looginen, jotta sitä on helppo käyttää. Näkymien tiimikohtainen muokkaaminen ei noussut vahvasti esiin ideoinnissa. Eräs osallistuja pohti mahdollisuutta itse muokata tiimikohtaisia sivustoja. Ideoiden yhdistelyvaiheessa puolestaan nousi ajatuksena uutisvirran suodattaminen omilla kriteereillä niin ulkopuolelta tulevasta uutisvirrasta kuin myös yrityksen omasta uutisvirrasta.

- Uutisväylä, jossa voi itse määritellä mitä uutisia vastaanottaa ulkopuolisilta tahoilta tai talon sisältä.
- Tiedonjakokanava, jolla paljon käyttäjiä. Jonkinlainen osastointi, voiko itse vaikuttaa joltain osin?

**Uutisvirta**-teeman alle on koottu ajatukset sekä ulkopuolisten tahojen että yrityksen itse tuottamasta uutisvirrasta. Ulkopuoliset uutis- ja mediaseurannat voisivat liittyä myös integraatiot ja rajapinnat

–teemaan, mutta uutisvirta käsitellään työpajojen tuloksissa erillisenä teemanaan. Ulkopuolelta tuotettuun uutisvirtaan toivottiin reaaliaikaisuutta ja erityisesti alamme uutisointia (esim. Energiategillisuus ry:n uutissyötteen). Esiin nousi ajatus, että uutis- ja mediaseurantaa voisi itse hallinnoida: määritellä itseään kiinnostavat hakusanat ja lähteet, päättää ketä seuraa. Nähtiin myös tärkeäksi, että uudet ja vanhat uutiset pysyisivät erillään ja silmäilemällä uutisvirtaa uudet uutiset nousisivat esiin uutismassasta. Yrityksen itse tuottamaan uutisvirtaan toivottiin enemmän sisältöä. Nyt kynnyksen julkaisuun intrassa koettiin ehkä liian korkeaksi. Nähtiin, että liiketoiminnoista löytyisi paljon kiinnostavaa asiaa pienempinä uutisina kerrottavaksi.

Huviksi ja hyödyksi –palsta ei noussut työpajan aivomyrskyissä esiin, mutta loppukeskusteluissa tuli vielä ajatuksia organisaation henkilökunnan omasta kirpputorista (tori.fi-tyylinen). Jokaisen pitäisi huolehtia omista postauksista, myös ilmoituksen poistamisesta. Huviksi ja hyödyksi –teeman kartoitusta jatkettiin myös sisällöntuottajien työpajassa sekä laajennetun johtoryhmän haastattelussa.

#### 7.1.4 Arviointi

Työpajoihin osallistujat olivat avoimella mielellä. Osa oli persoonina ujompia ja ei niin ekstrovertejä. Kuitenkin aivan kaikki osallistuivat hyvällä panoksella työpajaan. Työpajojen ilmapiiri oli hyvä ja osallistujat jopa silminnähden innostuivat ideoinnin edetessä. Alussa ryhmän jäsenet olivat varovaisempia, mutta aivomyrskyn käynnistyttyä alkoi keskustelu lisääntyä ja huumorikin kukkia. Suurin osa työpajoihin osallistuneista henkilöistä ei ole arkityössään tekemisissä muiden osallistujien kanssa. Henkilöiden välinen vuorovaikutus oli luontevaa ja tuottavaa, minkä seurauksena jokainen sai omat ideansa tuotua julki. Osallistujat rohkaistuivat ajattelemaan oman työnkuvansa ulkopuoleltakin, erityisesti salamatkustajan roolissa. He miettivät, miten toinen tiimi käyttäisi samaa tietoa kuin itse vai

käyttäisikö lainkaan. Oppaana olin tietoisesti mahdollisimman neutraali, jotta ideat ja ajatukset lähtisivät aidosti osallistujista. Siinä onnistuin. Olin varautunut pieniin esimerkkeihin, mikäli aivomyrsky ei lähtisi käyntiin, mutta niitä ei tarvinnut ottaa esiin.

Toisessa ryhmässä oli yksi osallistuja vähemmän äkillisen sairastumisen vuoksi. Kutsujen lähettämistä ennakoivi henkilökohtainen yhteydenotto kutsuttaviin. Kerroin työpajasta ja kuulostelin, oliko ajattelemani henkilö kiinnostunut osallistumaan tai pystyykö työtehtäviensä puolesta sitoutumaan työpajaan. Tässä vaiheessa muutama henkilö vaihtui joko oman kiinnostuksen puuttumisen vuoksi tai ajankohdan sopimattomuuden vuoksi. Työpajoihin osallistui enemmän miehiä kuin naisia, sillä sama suhde on koko henkilöstössä. Mukana oli pitkän uran saman työnantajan palveluksessa tehneitä samoin kuin uusiakin työntekijöitä. Kaikki eri liiketoiminnot olivat edustettuina. Hieman ennen työpajaa jouduin tekemään lisäkutsun, kun kaukolämmön toinen edustaja, lähellä eläkeikää oleva mieshenkilö, ilmoitti esteestä. Hänen tilalleen en saanut vastaavaa, joten kaukolämmöstä työpajoihin osallistui kahden sijaan yksi henkilö. Lähellä eläkeikää olevan työntekijän näkemys jäi puuttumaan kokonaan – he eivät olleet innokkaita osallistumaan. Myös vuorotyöntekijän näkemys jäi puuttumaan työjärjestelyjen viime hetken muutosten vuoksi.

Suunnittelin, että voin käydä tarvittaessa haastattelemassa vuorotyöntekijöitä, mutta koska aineistonkeruun kolmannessa vaiheessa, ryhmähaastattelussa, tuotantojohtaja toi hyvin esiin vuorotyöntekijöiden erilaisen tarpeen ja tavan käyttää intraa, en nähnyt enää erillistä haastattelua tarpeellisenä. Konkreettisen intraprojektin käynnistyttyä mukana toteutuksessa on eri liiketoimintojen edustajat, joten myös siellä tarjotaan mahdollisuus tulla kuulluksi.

Työskentelen itse toimeksiantajan palveluksessa (yli 10 vuotta) ja koen, että tunnen melko hyvin erityisesti hallinnossa työskentelevien iäkkäämpien työntekijöiden intran käyttötottumukset ja -tarpeet. Näin ollen en tavoitellut työpajojen jälkeen erikseen eläkeiän kynnyksellä olevaa henkilöä. Useamman yhteydenoton perusteella sanoisin, että eläkkeelle pian jäävät henkilöt eivät olleet enää juurikaan kiinnostuneet intranetin kehittämisestä ja mahdollisten uusien työkalujen opettelusta.

## 7.2 Sisällöntuottajien työpajan toteutus

Nykyintran pääkäyttäjä on assistentti. Kaikki intraan menevä materiaali julkaistaan assistenttitiimin (5 henkeä) kautta. Sanotaan, että assistentit ovat intran sisällöntuottajia, vaikka toki aiheita ja tekstejä tulee liiketoiminnoista ja henkilöstöpalveluista. Sisällöntuottajille järjestin oman työpajan, jossa oli tarkoitus jatkojalostaa Minibootcampeista saatuja teemoja. Minibootcampien ideat ja ajatukset teemoittelin valmiiksi ja assistenttitiimi jatkoi teemojen työstämistä. Assistenttien työpaja toteutettiin 31.5.2018. Normaalin tiimijäsenistön lisäksi työpajaa osallistui ensimmäistä viikkoa yrityksessä töissä ollut assistentti, joka toimii kesä ajan tuuraajana assistenttitiimissä (kuva 3). Kuulun itsekin assistenttitiimiin, toimin tiimin esimiehenä.





KUVA 3. Assistenttitiimi työsti yhdeksää intranetin käyttöön liittyvää teemaa.

Työpajan aluksi pohjustin aineiston keruun kulun – mitä on jo toteutettu ja miten sekä mitä vielä tehdään aineiston keruussa. Assistentit tiesivät opinnäytetyöprojektistani jo aikaisemmin, sillä olin kertonut asiasta assistenttipalaverissa. Alkuun tiimi pohti hieman organisaatiokulttuuria, muun muassa, miten saada henkilöstö innostumaan tuottamaan sisältöä intraan.

Jokainen käsiteltävä teema oli kirjoitettu omalle A3-paperille, johon tiimi teki myös omia merkintöjään. Tiimin pohtiessa teemojen alle kuuluvia asioita, kerroin joitain yksityiskohtia Minibootcampin tuotoksista, mikäli se sivusi heidän omia ajatuksiaan tai syötteeksi ideointiin. Teemat olivat:

- vuorovaikutus
- laajempi sisällöntuotto
- muokattavuus
- selkeys ja helppous
- tieto-osio ja ohjeet
- visuaalisuus
- haku-toiminto
- graafit
- huviksi ja hyödyksi

### 7.2.1 Sisällöntuottajat jalostivat Minibootcampin ideoita

Sisällöntuottajien työpajassa assistentit pohtivat Minibootcampin aineiston pohjalta teemoitettuja otsikoita. Huviksi ja hyödyksi –teema ei noussut Minibootcampeissa esiin ennen kuin loppukeskusteluissa. Halusin kuitenkin teeman nostaa esille, jotta saan laajempaa näkemystä, mitä henkilön edustajat teemasta ajattelevat, koska ympärillämme on kuitenkin melko paljonkin tarjolla monenlaista hupi- ja hyötysovellusta. Eri teemojen alla kerääntyi samojakin luettelomerkkejä, sillä sama toiminnollisuus/ajatus liittyi useampaan teemaan.

**Vuorovaikutus**-teeman kohdalla sisällöntuottajat listasivat seuraavia ajatuksia:

- henkilöstö tutuksi – eri tavoin nostetaan henkilöstöä ja heidän työvastuitaan esiin
- chat / keskustelut intrassa
- Facebook, LinkedIn, Instagram syötteet suoraan intraan
- kyselyt henkilöstölle
- kokoukset ovat kaksisuuntaista vuorovaikutusta – intrassa esityslistat kommentoitavana
- kommentointimahdollisuus henkilöstölle
- webinaarit – voisi itse tuottaa sisäisiä webinaareja eri aiheista
- skype for business pikaviestintä

**Sisällöntuotto laajempaa** -teeman kohdalla assistentin pohdiskelivat, että organisaatiokulttuurin olisi ehkä muututtava, jotta saadaan innostettua laajempi henkilöstö tuottamaan sisältöä intraan.

Henkilöstöä ei nähty erityisen dynaamisena. Tämän teeman alle kertyi seuraavia pointteja:

- uutisvirta: jaottelu, historia, omat suodattimet
- yrityksen arvot ja strategia selkeämmin näkyville
- sisäiset webinaarit / video-klipit
- intraan syöteinä organisaation Facebook-, Instagram- ja LinkedIn-postaukset
- tietoturvaravitukset, jotka ovat nykyintrassakin
- Gredi-materiaalipankki apuna sisällön visualisoinnissa
- intran työtilat (O365-Teams) tehokkaampaan käyttöön

**Muokattavuus**-teemaa assistentit kävivät läpi seuraavan luettelo avulla:

- uutisvirran suodattaminen oman kiinnostuksen mukaisilla hakusanoilla
- liiketoimintokohtaiset käyttöoikeudet (esim. voi lisätä/muokata oman osaston asiakirjoja)
- henkilökohtainen aloitusnäkyvän muokattavuus
- osasto- ja tiimikohtaisen muokattavuuden puntarointi

**Selkeys ja helppous** –teemaa käsitellessä nousi seuraavat ajatukset:

- vaihtoehtoja eri sivustonäkymiin: kansiorakenne, puunäkymä, isot ikonit – kuka tykkää mistäkin ja mikä sopii minin esittämiseen
- metatietojen tärkeys (vrt. haku)
- tiedon lajittelu eri osiin
- haku-toiminto hyväksi ja toimivaksi
- organisaatiokaavio henkilökuvina
- ryhmittelyn selkeyttäminen – vähemmän klikkauksia (lyhyet polut)
- ohjevartti-videot

**Tieto-osio ja ohjeet** –teeman ajatukset:

- myös kokonaisuusien haku (vrt. uusi henkilö tulee taloon – talo tutuksi, esimiehen tietokalapakki, tapaturman sattuessa, kun sairastut, kun lähdet lomalle...)

- yhdestä paikasta päivitys, sama tieto ei monessa paikkaa, jotta tieto pysyy ajan tasalla
- selkeät ikonit eri osioille
- ohjeet eri käyttäjille (esimiehet, uusi työntekijä)
- henkilöstön ja vastuiden esittelyt

**Visuaalisuus**-teemaa tukevat ajatukset:

- ikonit, kuvat
- karuselli (vaihtuvat kuva-aiheet)
- henkilökohtainen näkymän muokattavuus

**Haku**-toiminto helppokäyttöisyyden perusta. Hyvä haku antaa intran mahdollisia rakenteellisia puutteita tai tietojen epäloogista ryhmittelyä anteeksi.

- älykäs haku (otsikko, sisältö, metatieto...)
- Google-tyyppinen toiminta, tähdet yms. apuna hakukentässä, oppiva haku

**Graafit** tukevat viestiä ja niistä voi silmäyksellä todeta asian, joka saattaisi muutoi vaatia pidemmänkin selostuksen. "Yksi kuva vastaa tuhatta sanaa". Graafit-teemasta assistenttitiimi kirjasi seuraavia esimerkkejä:

- maakaapeloinnin aste vrt. deadline
- eri tapaukset: määrät, myynnit, vuosikertomustiedot ym.
- tulospalkkiokehitys

**Integraatioita / rajapintoja** assistenttitiimi kaipaili mm. seuraaviin:

- useisiin organisaatiossa käytössä oleviin järjestelmiin: Mepco, AX, M2, dokumenttienhallinta, some-kanavat
- syötteen www-sivuista (kuten nyt verkkosivuilla on some-syötteen)
- virastojen sivustoja (vrt. ympäristöluvut)
- huomioitava lakisääteiset "ilmoitustaulu-asiat"
- linkkilistaan KeVa yms.
- lounaslistat

**Uutisvirta**-teeman pohdinnat ovat tulleet ilmi jo muissa teemoissa:

- jaottelu
- historia
- suodatus

**Päätelaiteriippumaton käyttö** on nykypäivää:

- mobiili + muut päätelaitteet
- mobiilissa sama sisältö kuin koneella
- kaikkiin selaimiin kotisivuksi

**Huviksi ja hyödyksi** –teemaan sisällöntuottajat suunnittelivat seuraavaa sisältöä:

- paikallisradio, Yle Savo
- linkit Ilta-Sanomiin, Energiauutisiin, Savon Sanomiin
- ensiapu
- osto/myynti -palsta
- vitsinurkka

### 7.2.2 Sisällöntuottajien työpajan arviointi

Tiimin työskentely oli ripeästi etenevää. Kaikki, paitsi perehdytysvaiheessa oleva assistentti, osallistuivat tasapuolisella panoksellaan työpajaan. Odotusarvo tiimin visioinnista oli hieman korkeammalla kuin mitä lopputulos oli. Pohdinta oli kyllä hyvää, mutta hieman nopeaa. Työpajan ohjaajana en onnistunut houkuttelemaan ideointia riittävän lennokkaalle ja syvälliselle tasolle tai ehkä tiimillä oli kiire arkityöhön. Näkökulmiin tuli kyllä joitain uusia, nykyintraan verrattuna toiminnallisuutta parantavia näkemyksiä.

### 7.3 Ryhmähaastattelu

Laadullinen tutkimus keskittyy tyypillisesti johonkin ilmiöön, joka tutkimuksessani on organisaation intranet ja sen uudistaminen. Puusan ja Juutin (2011, 55) mukaan laadulliseen tutkimukseen valitaan henkilöitä, jotka tietävät tutkittavasta ilmiöstä paljon ja heillä itsellään on kokemusta ilmiöstä. Kirjailijoiden näkemys tukee haastattelun valikoitumista aineistokeruumenetelmäksi. He näkevät, että tutkimukseen osallistuvien ihmisten näkökulman tavoittamista tukee menetelmä, jossa näkökulmat ja ääni pääsevät hyvin esille. Haastattelu on heidän mielestään tällainen menetelmä. Myös Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2016, 205), toteavat haastattelun olevan laadullisissa tutkimuksissa päämenetelmä.

Ryhmähaastattelussa haastattelija puhuu useille haastateltaville, mutta kysyy välillä kysymyksiä myös yksittäisiltä ryhmän jäseniltä. Esimerkiksi parihaastattelut ja niin sanotut täsmäryhmähaastattelut ovat ryhmähaastatteluja. Täsmäryhmähaastatteluun osallistujat on valittu tarkasti (kuten opinnäytetyöni haastatteluunkin). Ryhmähaastatteluissa voidaan olla kiinnostuneita esimerkiksi yksittäisten haastateltavien vastauksista tai kollektiivisesta, yhdessä tuotetusta puheesta, merkityksenannoista tai muistelusta. Ryhmähaastattelulla kerättyä aineistoa voi analysoida ns. perinteisten analyysitapojen lisäksi esimerkiksi keskusteluanalyyysillä. Ryhmän keskusteluissa vuorovaikutuksellisuus ja puheteot korostuvat, joten puheen lisäksi voi analysoida myös eleitä, ilmeitä ja äänenpainoja eli nonverbaalista viestintää. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2009.)

Ryhmähaastattelu voidaan toteuttaa esimerkiksi teemahaastattelurungon avulla. Teemahaastattelu on strukturoidun eli lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto (Hirsjärvi ym. 2016, 208). Tuomi ja Sarajärvi toteavat kirjassaan (2018, 87–88), että teemahaastattelussa edetään etukäteen valittujen teemojen ja niitä täydentävien tarkekysymysten avulla. Haastattelija huolehtii, että

kaikki rungon teemat käydään läpi. Hän pyrkii innoittamaan ryhmän jäseniä keskustelemaan vapaa-  
muotoisesti, rohkeasti ja monipuolisesti. Sopiva haastateltavien määrä riippuu siitä, millaista tietoa  
tutkimuksessa tavoitellaan. Kovin suurta ryhmää ei ole viisasta valita, jottei keskustelun tallentami-  
nen menisi kovin vaikeaksi. On myös huomioitava, että suuri määrä ihmisiä voi toimia keskustelun  
innoituksen sijaan sen tyrehdyttäjänä. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2009.)

Ryhmähaastattelun etuna on, että sillä saadaan nopeasti tietoa useilta henkilöiltä samanaikaisesti.  
Ryhmän jäsenet voivat auttaa toisiaan muistamaan jotain, mitä yksin haastattelussa oltaessa ei vält-  
tämättä tulisi mieleen. Jos ryhmähenki on hyvä, ryhmä toimii sosiaalisena tukena: puhuminen saat-  
taa olla rennompaa kuin yksilöhaastattelussa vieraan haastattelijan kanssa. (Saaranen-Kauppinen ja  
Puusniekka 2009.)

Omassa aineistonkeruussani toteutin teemoitellun ryhmähaastattelun kuuden hengen johtoryhmäl-  
le, jota vahvistetaan henkilöstöpäälliköllä (laajennettu johtoryhmä, yhteensä 7 henkeä). Tunsin  
kaikki haastateltavat entuudestaan.

### 7.3.1 Laajennettu johtoryhmä haastatteluun saman pöydän ääreen

Haastateltavina oli seitsemän henkilöä – emo- ja tytäryritysten toimitusjohtajat, neljän liiketoiminnon  
johtajat sekä henkilöstöpäällikkö. Kysymyspatteriston (liite 3) suunnittelin etukäteen ja esitin sen  
toimeksiantajan edustajalle. Kysymyksiin ei tullut muutoksia tässä vaiheessa. Kysymykset olivat:

1. Mitkä ovat mielestäsi nykyisessä intrassa pahimmat työtä hankaloittavat pullonkaulat?
2. Millainen yritys- ja viestintäkulttuurimme mielestänne on – tiedän, kun minulle kerrotaan vai  
tiedän, koska osaan/haluan ottaa selvää?
3. Miten hyödylliseksi koet hiljaisen tiedon keräämisen ja näkyväksi tekemisen?
4. Miten tärkeäksi koet intran päätelaiteriippumattoman käytön?
5. Kaipaako intraan lisää vuorovaikutteisuutta? Osaatko pohtia, miten intraan saisi lisättyä yh-  
teisöllisyyttä?
6. Uskoisitko olevasi valmis kommentoimaan uutisia ja dokumentteja omalla nimelläsi intrassa?
7. Mitkä toiminnallisuudet mielikuvasi mukaisessa, nykyaikaisessa intrassa kokisit erityisesti  
tukevan työskentelyä?
8. Kuinka näet dokumenttien roolin intrassa? Entä dokumenttien jakaminen ja työstäminen?
9. Mitä mieltä olet uutispalvelusta – haluaisitko suodattaa itse uutisvirtaa?
10. Kokisitko hyödylliseksi graffit (tuotanto, nostot AX:sta, tulospalkkioseuranta yms.)? Aiheet?
11. Haluaisitko muokata sivustonäkymän yksilöllisesti?
12. Mitkä ovat työssäsi keskeiset tietolähteet ja –tarpeet? Millaisia integraatioita kaipaisit  
intraan?
13. Mitkä rutiinit ja prosessit turhauttavat?
14. Kuuluuko ”huviksi ja hyödyksi” osio intraan?
15. Avoin aatos intrasta ....

Ryhmähaastattelu tehtiin 15.6.2018 ja tilaisuuden kokonaiskesto oli 1,5 tuntia. Aluksi kerroin osallistujille opinnäytetyöni taustan, etenemäsuunnitelman ja kerroin heidän roolistaan aineiston kartoittamisessa. Äänitin haastattelun kahdella laitteella (kesto 1 h) ja litteroin haastattelun. Litteroinnin perusteella koostin tiivistetyn yhteenvetotaulukon haastateltavien ajatuksista (liite 5).

### 7.3.2 Laajennettu johtoryhmän arvostaa ajantasaista tiedotuskanavaa

Laajennetun johtoryhmän haastattelu on litteroitu. Opinnäytetyön liitteenä 5 on tiivistetty taulukko haastateltavien vastauksista.

Laajennettu johtoryhmä (myöhemmin ”johtoryhmä”) koki yrityksen intranetin huomattavan tärkeäksi tiedonlähteeksi. Intra on myös määritelty yrityksessä viralliseksi päätiedotuskanavaksi. Johtajat pohivat intranetin tavoittavuutta eri henkilöstöryhmien keskuudessa. Voimalaitoksella, kaukolämmössä ja sähköverkossa on töissä asentajia, joiden jokapäiväiseen työskentelyyn ei päättyö kuulu. Miten varmistetaan, että myös he saavat tarvittavan tiedon? Kaikille on työnantaja toki järjestänyt mahdollisuuden käyttää päätelaitetta toimipaikalla. Koko henkilöstöllä on henkilökohtaiset käyttäjätunnukset tietokoneelle ja tietoverkkoihin.

Jonkin verran on organisaation yritys- ja viestintäkulttuurissa johtoryhmän mielestä havaittavissa ”tiedän, kun minulle kerrotaan” –asennetta. On kuitenkin mainittavaa, että ”tiedän, kun osaan/haluan ottaa selvää” –asenne on selkeästi lisääntynyt avoimemmaksi muuttuneen organisaatiokulttuurin myötä. Pyrkimys on saada lisättyä omatoimista tiedon hakemista ja jakamista. Intra on tähän yksi väline ja muun muassa säännölliset esimiesinfot ja osastokokoukset tukevat tiedonvälitystä ja tasapuolista kohtelua.

Nykyisessä intranetissä pahimmiksi työtä hankaloittaviksi pullonkaloiksi nousivat yksimielisesti tiedon löydettävyyden ja tiedon ajantasaisuuden varmistaminen. Haku antaa vanhojakin versioita esimerkiksi ohjeista eikä kaikissa tiedoissa ole päivitysmerkintää. Uuden intran haku-toiminnolta toivottiin kaiken kaikkiaan paljon. Nykyisen intran rakenne on arkistomainen, hieman sekava ja sisällön siivoukseen/karsimiseen pitäisi panostaa nykyistä enemmän. Tiedon etsimiseen voi mennä huomattavan pitkä aika ja se turhauttaa. Eräs johtoryhmän jäsen koki turhauttavaksi, että M2-matka- ja kulunhallintajärjestelmään ei pääse työpöydällä olevan linkin kautta ilman kirjautumista, mutta intrassa olevasta linkistä pääsee. Kertakirjautuminen nähtiin toivottavana, olipa kyse mistä järjestelmä tahansa.

Intran etusivu tulisi laatia houkuttelevaksi ja nykyaikaiseksi. Nykyisten verkkosivujen visuaalisuus miellytti haastateltavia, kun taas nykyintra koettiin vanhanaikaisen näköiseksi. Mahdollisesti älypuhelimistakin tutut isot ikonit toisivat selkeyttä. Intranäkymän muokattavuutta pidettiin myös varauksella hyvänä asiana. Kunhan pystytään varmistamaan, ettei kukaan voi estää tärkeiden sisäisten uutisten ja tiedotteiden näkymistä omalla etusivullaan. Karkea jako voisi olla 2/3 etusivusta kiinteää, lukittua sisältöä ja 1/3 yksilöllisesti, omien kiinnostuksen kohteiden ja työtarpeiden mukaisesti muokattavaa sisältöä.

Intraan toivottiin sisältöpohjaista rakennetta, ei arkistointiin perustuvaa rakennetta. Tieto, jota käytetään eniten, olisi mahdollisimman pinnassa, korkeintaan kolmen klikkauksen päässä. On kiinnitettävä huomiota myös siihen, miten organisaatiossa ohjeistetaan toimimaan eri välineiden ja kanavien suhteen. Mikä tieto/dokumentti tallennetaan minnekin järjestelmään (vrt. intra, verkkolevy, dokumenttienhallintajärjestelmä, Teams...), ettei saamaa tietoa siirretä moneen paikkaan. Intran visuaalisuuteen liittyy myös graafit, jotka nähtiin päivittäisjohtamista tukevinä työkaluina. Graafeissa voisi havainnollisesti esittää muun muassa, minkä verran siirretään sähköä, minkä verran tuli uusia asiakkaita, minkä verran kuopiolaiset kuluttavat kaukolämpöä, paljonko käytettiin uusiutuvia polttoaineita, miten organisaation taloudelliset tunnusluvut ovat kehittyneet.

Johtoryhmän haastattelussa nousi esiin kysymys nykyisen SharePoint2013-alustalla olevan intranetin käyttöraportoinnista. Intran toimittaja Pilvilampi Software Oy kertoi, ettei intrassa ole ollut raportointi-toiminto päällä. Raportointi laitettiin kuitenkin päälle elokuun ajaksi. Pilvilampi kertoo, että intramme käyttömäärät ovat normaalilla tasolla elokuun lukujen mukaan. Näkee, että intraa käytetään aktiivisesti. Kuukauden aikana intraa on katsottu noin 21 000 kertaa konsernin 160 työntekijän keskuudessa. Johtoryhmä epäili, että yhteystietoluettelo, ohjeet, tarjoilujen tilauslomake, ruokalista sekä uutiset olisivat eniten katsotuinta sisältöä. Elokuun raportti näyttää tukevan tätä oletttamaa, mutta osin raportti on vaikeasti tulkittavissa ja siinä näyttää olevan epäloogisuutta. Esimerkiksi johtokunnan pöytäkirjat olisi katsottu 140 kertaa, mutta johtokunta ei ole ollut osana organisaatiota vuosiin. Näin ollen johtokunnan pöytäkirjojakaan ei ole ollut intrassa vuosiin. Miksi ne kuitenkin näkyvät raportissa? Näin ollen en käytä lyhyen ajan raporttia työssäni.

Johtoryhmässä esitettiin, että toimitalon julkisissa tiloissa oleville infotauluille voisi jakaa intran uutisia houkuttelemaan ihmiset menemään intraan katsomaan lisätietoa taululla olleesta aiheesta. Ajatus infotaulujen käyttämisestä intran uutisoinnissa ei ole erityisen toimiva, sillä toimitalolla on toinen yritys vuokralla ja ruokalassa käy myös ulkopuolisia asiakkaita. Toki jotain julkiseen levitykseen sopivia uutisia voi ja kannattaa laittaa myös infotauluille, muttei koko intraa. Jos enemmän uutisoitaisiin intraa infotauluissa, olisi rajapinnan rakentaminen suositeltavaa, ettei uutisia tarvitsisi laittaa manuaalisesti kahteen paikkaan.

Hiljaisen tiedon keräämisestä on puhuttu yhteiskunnallisestikin paljon suurten ikäluokkien eläköityessä. Johtoryhmä pohti hiljaisen tiedon keräämisen merkitystä ja keinoja omassa organisaatiossaan. Olisiko intra oikea paikka hiljaisen tiedon keräämiseen? Johtoryhmä kertoi, että on ollut havaittavissa oman kompetenssinsa pönkittämistä pitämällä tietoa vain itsellään. Tämä on kuitenkin onneksi vähentynyt, mutta haaste ei ole vielä täysin poistunut. Nähtiin, että intran dokumentteihin tallentuu myös hiljaista tietoa. Haasteeksi arveltiin, että intraa ehkä vähiten käytävällä henkilöstöllä (kuten voimalaitoksen ja verkkojen asentajat) on eniten tulevaisuudessa tarvittavaa hiljaista tietoa. Sähköverkkoliiketoiminta on osaltaan aloittanut aktiivisen tiedon keräämisen omaan järjestelmäänsä muun muassa eri kohteiden putkilukkojen sijainnista ja kohteisiin sisäänpääsystä. Koettiin, että tiedon keräämisessä on yrityksessä kehittämisen varaa – pitää vaan löytää oikeat toimintatavat ja työkalut. Eräs osastonjohtaja pohti myös, että olisi hienoa joissain tilanteissa, jos ei olisi taustalla lainkaan

hiljaista tietoa, vaan saisi aloittaa kaiken puhtaalta pöydältä. Mutta nämä ”näin meillä on aina tehty” –perusteet on kuitenkin pienempi paha kuin avainhenkilöllä olevan tärkeä tiedon hukkuminen. Kaikkea ei kannata lähteä keksimään uudestaan. Ehkä organisaatiossa on haasteena, etteivät kaikki avainhenkilöt tiedä olevansa avainhenkilöitä.

Johtoryhmäläiset olivat yksimielisiä siitä, että päätelaiteriippumaton intran käyttö on nykypäivää ja se koettiin tärkeäksi. Nykyaikaiseen intraan johtoryhmä yhdisti myös vuorovaikutteisuuden ja yhteisöllisyyden. Nähtiin hyvänä, että ihmiset kommentoivat intran sisältöä ja osallistuisivat keskusteluihin. Osallistumisen tulisi luonnollisesti onnistua teknisesti helposti, ilman erilliselle foorumille kirjautumista. Osallistuminen tulisi olla omalla nimellä, ei nimettömänä. Nähtiin, että nimettömänä kommentoinnissa on vaara, että keskustelu lähtee väärille raiteille ja toisaalta johdon on vaikeampi puuttua esiin tulleisiin asioihin, jos ei tiedä kenen kanssa voi keskustella lisäinformaation saamiseksi. Uskottiin, että nimettömyys ei kehitä asioita. Henkilöstöpääällikkö nosti kuitenkin esiin intrassa mahdollisesti toteutettavat kyselyt, niin sanotut henkilöstön ilmapuntarit. Nämä voitaisiin toteuttaa nimettömänä, jotta vastaamisen kynnyks pisyisi matalana. Johtoryhmä koki olevansa itsekin valmis osallistumaan keskusteluun, osallistuminen nähtiin jopa velvollisuutena. Toki he näkivät sen lisäävän työkuormaansa. Keskusteluihin kommentoidessa johtoryhmän jäsenen tulee pitää mielessä kuka tietoa vastaanottaa ja miten sitä käytetään. Tieto ei voi olla moninaisesti tulkittavaa. Haastattelun ohessa nousi esiin pohdinta, miten uudet keskustelut ja kommentit tulevat intrassa esiin, ettei aika menisi vaan intraa selatessa ja etsiessä, josko joku odottaa kommenttia. Yksi vastaaja toi ilmi huolen, että tuleeko keskustelupalstoista sekasotku. Tätä pohdittiin ja todettiin, että organisaatiossa on hieman jo harjoiteltu vuorovaikutusta Kehittämisklubin Real-yhteistyöalustalla. Lisäksi vuorovaikutus voi tarkoittaa muutakin kuin vain keskustelupalstoja. Esimerkkinä nykyintrassa käytössä olevat työtilat, joiden taulukoihin voi käydä merkitsemässä uuden toimitalon puutteita/korjaustarpeita. Vastuuhenkilöt seuraavat taulukoita ja antavat kommenttinsa ja merkitsevät, kun asia on loppuun käsitelty.

Oli käytössä sitten työtilat, keskustelut tai mahdolliset tiimi-sivustot, ei dokumenttien rooli poistu intrasta. Organisaatiossa on ollut O365-pilottiryhmä, johon myös johtoryhmä kuului. Sen myötä jäi itämään näkemys, että esimerkiksi Teams olisi juurikin hyvä foorumi asiakirjojen jakamiseen ja työstämiseen. Tämän aiheen yhteydessä pohdittiin jälleen henkilöstöä, joka työskentelee niin sanotusti kentällä. Mikä on heidän motivaationsa ja kyky ottaa vastaan kerralla uutta intraa, dokumenttienhallintaa, O365-työkaluja... Todettiin, että on mietittävä tarkkaan, kuka tarvitsee mitään työssään. Vuosien varrelta on muitakin esimerkkejä, jolloin on pelätty jonkun uudistuksen olevan liian iso ja ehkä tekninenkin, mutta loppujen lopuksi uudistus on otettu hyvin käyttöön eikä oltaisi valmiita palaamaan entiseen. Riittävästä koulutuksesta ja mahdollisten työvälineiden (älypuhelin esimerkiksi) saatavuudesta on huolehdittava.

Johtoryhmä sekä joukko muitakin henkilöitä organisaatiosta saavat päivittäin sähköpostiinsa Liana Monitor –uutisseurannan koosteen alan uutisista. Myös nykyintrassa on etusivulla uutispalvelu. Moni johtoryhmäläinen käytti nimenomaan sähköpostin kautta tulevaa seurantaa, mutta kyllä osa oli hyötynyt reaaliaikaista intran palvelua. Nähtiin, että olisi kiinnostava ajatus, jos uutisvirtaa saisi muokattua oman mielenkiinnon ja tarpeen mukaan. Muokattavuus pitäisi olla helppo toteuttaa – esimerkiksi



valmis lista hakusanoista, jotka kukin käyttäjä voisi laittaa päälle tai poistaa. Esimerkkinä käytettiin YLEn push –toimintoa, jossa voi valita itse uutisvirran painotuksia.

Kun haastateltavilta kysyttiin, kuuluuko huviksi ja hyödyksi –osio intraan, tuli pohtiva hiljaisuus. Vitsipalstoja nähtiin olevan internetissä ihan riittävästi, joten sellaiseen ei nähty tarvetta. Myöskin pohdittiin työajan käyttöä tuollaisen palstan osalta. Omista, viihteellisistä henkilöstön tilaisuuksista toivottiin kuitenkin kuvia nähtäväksi. Myös yrityksessä käytössä olevan ePassin käyttövinkkejä voisi olla saatavilla. Mikäli sosiaalinen media nähdään viihteenä, niin sen syötteet koettiin hyvänä asiana. Organisaation verkkosivuilla on syötteet yrityksen Facebook ja Instragram postauksiin, joten samanlaista toivottiin intraan. Myös verkkosivujen uutisista toivottiin nostoja intraan.

Viimeinen haastattelukysymys antoi ryhmälle avoimen tilaisuuden pohtia intraa. Tässä nousi esiin intran omistajuus. Nähtiin, että koko intran omistajuus tulee olla viestintä- ja markkinointivastaavalla (markkinointipäällikkö). Kuitenkaan intran sisältö ei voi olla yhden ihmisen vastuulla vaan on tärkeää jakaa vastuuta pienempiin osa-alueisiin liiketoiminnoittain (pääkäyttäjät). Tällöin sisällön systemaattinen ajan tasalla pitäminen on helpompaa.

### 7.3.3 Arviointi ryhmähaastattelusta

Kaikki haastateltavat osallistuivat keskusteluun, osa aktiivisemmin kuin toiset. Kaikkien liiketoimintojen ajatuksia saatiin esiin, sillä kukaan ei perunut osallistumisestaan. Näkemykset poikkesivat toisistaan joiltain osin. Henkilöstöpalveluiden sekä tytäryrityksen edustajat käyttivät vähiten puheenvuoroja vastaamiseen, mutta vaikutti, että he saivat kyllä näkemyksensä tuotua esiin. He myös usein tukivat elekielellä (nyökkäämällä) toisen vastausta ja näkemystä.

Äänitetty haastattelu litteroitiin. Puheen lisäksi ei varsinaisesti analysoitu haastateltavien nonverbaalista viestintään (eleitä, ilmeitä, äänenpainoja). Äänitys toteutettiin kahdella laiteella, jolloin pystyin varmistamaan, että ison pöydän äärellä kaikkien vastaukset kuuluivat. Ipadin äänitys toimi kuitenkin erittäin hyvin ja sen äänenlaatu riitti mainiosti, joten toinen äänitys jäi tarpeettomaksi.

Haastattelut etenivät hyvin, eikä minun tarvinnut haastattelijana puuttua keskusteluun liiemmin. Muutaman tarkentavan lisäkysymyksen tein. Keskustelu pysyi melko hyvin aiheessa. Kerran puhe soljui hieman aiheen ohi. Haastateltavat käsittelivät aihetta hyvin realistisesti. Ainoastaan, kun vitsinomaisesti heitettiin ilmoille, että intran haku voisi toimia ääniohjauksella, niin jutut hieman repeilivät. Haastateltavat innostuivat visioimaan ajatuksella. Henkilöstön Minibootcampeissa ideoitiin vapaammin pari viikkoa ennen haastattelua ja siellä nousi myös esiin intran ääniohjautuvuus.

Markkinointipäällikkö on kaikessa yrityksen viestinnässä tärkeä ja vastuullinen henkilö. Pohdin hänen ottamistaan mukaan haastatteluun, mutta jätin hänet kuitenkin pois ryhmähaastattelusta. Markkinointipäällikkö toimii toimeksiantajayrityksen edustajana opinnäytetyöni ohjaajana, joten hän pääsee tiiviisti seuraamaan työn etenemistä ja halutessaan tuomaan omia ajatuksiaan. Hän on myös hen-

kilö, joka on uuden intran toteutuksesta päättävässä ryhmässä vahvasti mukana kuin myös varsinaisen toteutussuunnittelun ja käyttöönoton työpajoissa, kunhan intran toimittaja on valittu. Markkinointipäällikkö toivoi nimenomaan intraa käyttävien ajatuksia ja toiveita. Johtoryhmä on muun henkilöstön ohella oleellinen käyttäjäryhmä. Heidän fokus on enemmän siinä, kuinka intra toimii päivittäisjohtamisen työkaluna. Yrityksessä on halu lanseerata koko henkilöstöä palveleva intra.

#### 7.4 Valmis aineisto dokumenttien hallintaprojektin tarvekartoituksesta

Toimeksiantajaorganisaatiossa on meneillään dokumenttien hallintaprosessien uudistamisprojekti, jota varten on yrityksessä suoritettu laaja tarvekartoitus helmi-maaliskuussa 2018. Kartoituksen tulokset kuvaavat eri liiketoimintojen henkilöstön tapaa tehdä työtä erityisesti dokumenttien osalta. Dokumentit ovat jatkossakin osana intranetia jollain tapaa – esimerkiksi linkkinä dokumenttien hallintajärjestelmästä tai suoraan intraan tallennettuna. Intran rooli dokumenttien hallinnassa voi olla tiedon välittämisen lisäksi tiedon yhdessä työstämistä ja säilyttämistäkin.

Tarvekartoituksessa harkinnanvaraisesti valikoidulle ryhmälle lähetettiin pyyntö kirjata lomakkeelle nykyisiä toimintatapoja erilaisten dokumenttien luonnissa, työstämisessä, tallentamisessa ja jakamisessa. Näiden esitietojen jälkeen konsultin johdolla suoritettiin ryhmähaastattelut, joissa aihetta syvennettiin. Tämä saatu aineisto kuvaa hyvin nykytilaa, sitä miten työ tehdään organisaatiossa. Olin itse mukana osassa haastatteluista ja mukana koko uudistamisprojektissa konsultin ja ICT-päällikön apuna.

Tätä aineistoa ei erikseen analysoida opinnäytetyöni raportissa. Kerätty aineisto on käsitelty dokumenttien hallintajärjestelmän uudistamisprojektissa. Toimeksiantajaorganisaatiossa on kuitenkin syytä vielä tarkkailla niin sanotusti ristiin, kun dokumenttien hallinnan ohjaussuunnitelma on laadittu, dokumenttien hallintajärjestelmä on käyttöönotossa ja intran toteutus on valmis, että nämä kaksi järjestelmää eivät ole ristiriidassa keskenään ja dokumenttien ylläpito toteutuu yhdestä järjestelmästä. Dokumenttien hallinnan ohjaussuunnitelma ottaa kantaa, missä resurssissa organisaatio säilyttää ja käsittelee mitäkin dokumentaatiota.

## 8 HENKILÖSTÖN JA TYÖNANTAJAN TARPEET JA TOIVEET SOSIAALISEN INTRANETIN SISÄLTÖ-SUUNNITELMAN PERUSTAKSI

Empiiristä aineistoa kerättiin toimeksiantajan henkilöstöltä kahdessa Minibootcamp-työpajassa, joihin osallistui kuusi ja viisi henkilöä. Henkilöt valikoituivat työpajoihin yrityksen henkilöstörakenteen perusteella, jolloin kaikki eri liiketoiminnot olivat edustettuina. Lisäksi aineistoa kerättiin nykyintran sisällöntuottajien (assistenttitiimi) työpajalla sekä laajennetun johtoryhmän ryhmähaastattelulla. Kaikkien eri liiketoimintojen johtajat olivat paikalla emo- ja tytäryritysten toimitusjohtajien lisäksi. Johtoryhmää laajennettiin henkilöstöpäälliköllä.

Varsinaisen intraa koskevan tutkimusaineiston lisäksi tutustuin toimeksiantajaorganisaatiossa toteutettuun dokumenttienhallinnan tarvekartoitukseen. Tämä aineisto kuvaa tavallaan ihmisten työn tekemistä, kun käytettävissä on useita tallennus- ja jakamisresursseja dokumenteille/tiedolle. Moni työtehtävä tuottaa dokumentteja, joita tallennetaan, työstetään ja jaetaan ihmisille erilaisilla käyttöoikeuksilla. Tämä näkökulma tulee huomioida uudessa intrassa myös, sillä teknisestä ratkaisusta riippumatta, tulee intra sisältämään myös dokumentteja. On kiinnitettävä huomiota, että intraan tuotavat dokumentit on päivitettävä yhdestä resurssista, että tieto pysyy ajan tasalla. Organisaatiossa luodaan erillinen dokumenttien hallinnan ohjaussuunnitelma, joka ottaa huomioon myös intran yhtenä resurssina. Liitteenä 6 olevassa intran sisältösuunnitelmassa tieto-osio ja ohjeet -kohdassa on maininta dokumenttien kytköksestä dokumenttien hallintajärjestelmän ja intran välillä.

Intraa koskevan kerätyn aineiston perusteella näyttää, että toimeksiantajayrityksen intra koetaan vanhanaikaisenolaiseksi ja sisällön ajantasaisuus sekä löydettävyyys ovat haasteita. Uuteen intraan kohdistuu näin ollen odotuksia. Kuopion Energia –konsernin viestintäohjeessa (2018c) määrittellään verkkoviestinnän (sisältää myös intran) tavoitteiksi:

- viestinnän tehostaminen, nopeuttaminen ja kohdentaminen
- avoimuuden ja yhteisöllisyyden lisääminen
- asiakkaiden arjen helpottaminen
- monipuolisen, laadukkaan ja kiinnostavan sisällön tarjoaminen
- käyttäjälähtöisten verkkopalveluiden luominen.

Mainittujen tavoitteiden täyttäminen on työpajojen ja haastattelun perusteella henkilöstönkin tavoitteina. Tämän 8. kappaleen johtopäätöksissä ei oteta kantaa, millä intran alustalla esitetyt ratkaisut ja toimintatavat olisi toteutettavissa tai olisiko uusi intra pilvipalvelussa vai on premises -ympäristössä.

### 8.1 Intran sisältö tukee sitoutumista, vuorovaikutusta ja tehokkuutta

Sisäisen viestinnän tavoitteita ovat työhyvinvoinnin edistäminen, osallisuuden kokemukset ja sen myötä henkilöstön sitouttaminen (Juholin 2017, 67). Työvoiman uusi sukupolvi vaatii työyhteisöissä

yhteistyötä, läpinäkyvyyttä ja palautetta. He haluavat työskennellä ympäristössä, jossa sisäinen viestintä on merkittävä työkalu, jonka avulla ihmiset saadaan sitoutettua yhteisiin tavoitteisiinsa. (Lockley 2017.)

Kuopion Energia –konsernissa intranet on merkittävä osa työyhteisöviestintää, sillä se on organisaation pääviestintäkanava. Opinnäytetyön johdannossa kerrottiin, että kun organisaation sisäinen viestintä toimii, työntekijät kokevat olevansa asioista perillä ja voivat keskittyä paremmin ydintehtäviinsä. Tiedonkulku koetaan luotettavana, kun henkilöstö kuulee asioista sisäisesti ennen muita sidosryhmiä. Yhteishenki vahvistuu. Sisäinen viestintä on myös strategian jalkauttamista. Työ tuntuu mielekkäämmältä, kun organisaation tulevaisuuden visiot ovat tuttuja. (Kekäläinen 2016.) Intranetin sisällöntuottajien työpajassa toivottiin yrityksen arvojen ja strategian nostamista näkyvämmäksi osaksi intraa. Savonian ylemmän ammattikorkeakoulun liiketalouden ja hallinnon alan opintokursseilla on usein pohdittu eri aihealueiden strategisia näkökulmia ja strategian merkitystä, joten uskoi- sin olevan hyödyllistä tuoda intrassa organisaation strategiaa henkilöstölle eri tavoin esille. Pieniä, konkreettisia tietoisuuksia esimerkiksi siitä, miten strategia näkyy yrityksen toiminnassa ja henkilöstön työarjessa.

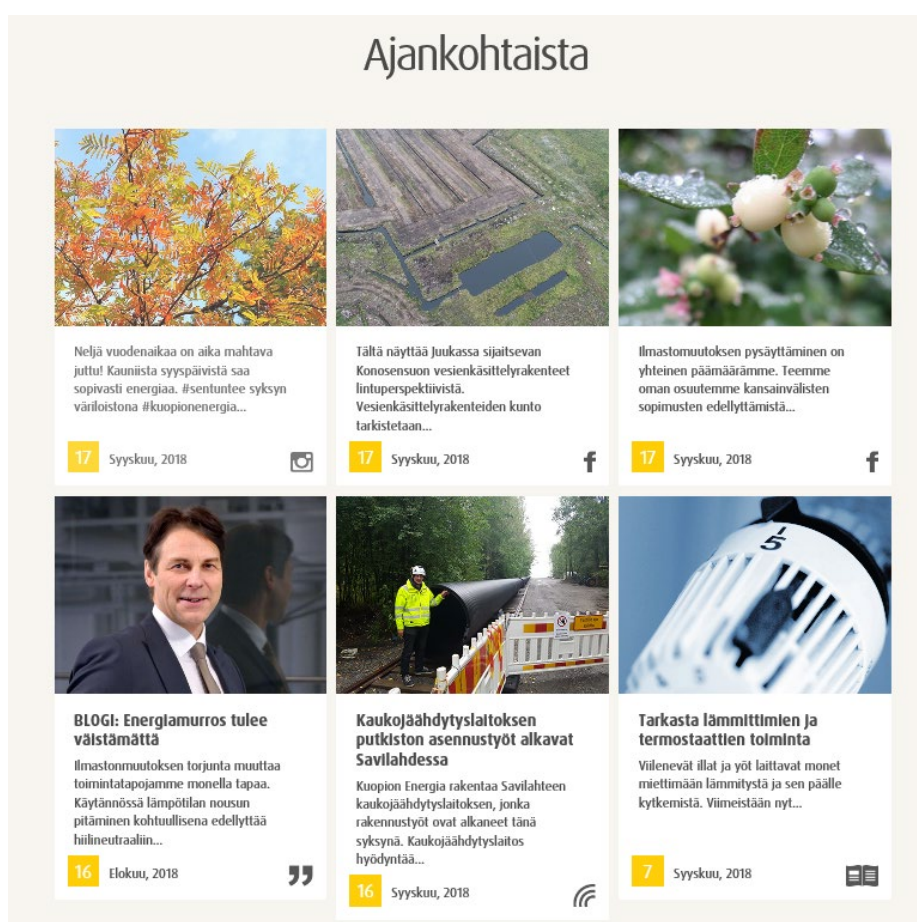
Sisältö on oleellinen osa intraa. Oikea, ajantasainen tieto tukee henkilöstön työntekoa ja tehostaa toimintaa. Hyvä vuorovaikutus sitouttaa henkilöstöä työhönsä ja organisaatioon, joten intra on erinomainen väylä tarjota vuorovaikutukseen mahdollisuuksia tärkeän kasvokkainviestinnän ynnä muun ohen. Tätä ajatusta tukee myös Eeva Miittisen verkkojulkaisu ”Sisäinen viestintä sitouttaa, motivoi ja tuo tuloksia” (2016). Intraan tulisi saada monipuolisempaa sisältöä, mikä onnistuu muun muassa lisäämällä kaikista liiketoiminnoista henkilöitä sisällöntuottajiksi. Uutisen tekemisen kynnystä pitää saada madallettua. Intran rakenne on suunniteltava siten, että se mahdollistaa koko organisaation viestinnän ja tiedon jaon, mutta myös liiketoimintokohtaiset, rajoitetut väylät kommunikointiin.

Tietotyö perustuu Anna Suorsan vuorovaikutusta käsittelevän artikkelin (2012) mukaan informaation käsittelyyn ja jalostamiseen, mikä vaatii organisaatiolta toimivia tehokkaita tiedon jakamisen ja luomisen toimintatapoja ja työkaluja sekä niiden johtamista. Suorsa kertoo, että tutkimusten mukaan erityisesti ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa syntyy uutta tietoa. Tämä tukee erilaisten vuorovaikutuskanavien lisäämistä toimeksiantajan uuteen intraan. *Communicare!* -kirjassaan Elisa Juholin painottaa vuonna 2017, kuten oli jo neljä vuotta aiemminkin ilmestyneessä painoksessaan kirjoittanut, että tiedon läpinäkyvyys on oleellisesti lisääntynyt ja viestintä on alettu ymmärtää erittäin tärkeäksi osaksi johtamista ja esimiestyötä. Kuopion Energian työyhteisöviestinnän pääkanava, intranet, on äärimmäisen tärkeässä roolissa tiedon läpinäkyvyyden toteutumisessa läpi koko organisaation.

Intraan tulee sisällyttää koko henkilöstölle mahdollisuus osallistua keskusteluihin sekä uutisten ja muun sisällön kommentointiin. Keskustelun ja kommentoinnin mahdollisuus lisää yhteisöllisyyttä. Se voi myös edistää hiljaisen tiedon siirtymistä. Vuorovaikutus lisää organisaatiossa yhteishenkeä ja se sitouttaa, motivoi ja tuo ihmisistä parhaat kyvyt esille (Kekäläinen 2016). Vuorovaikutusta, yhteisöllisyyttä ja organisaatioon sitoutumista tukee osaltaan myös sosiaalinen media. 2010-luvun loppua hallitsevat digitalisaatio, medioituminen sekä somedialisaatio Elisa Juholinin (2017) mukaan. Tieto

levittäytyy viestintävälisestä toiseen ja viestintäväliden rajat sumentuvat. Medioitumisessa organisaatiot omaksuvat journalistisia ja ammattimaisempia viestinnän tapoja, joilla pyrkivät itse vaikuttamaan mediaan. Somediaalisaatio on puolestaan viestintäympäristön digisoitumista sekä sosiaalisen median vallan lisääntymistä organisaatioissa, jotka joutuvat muovaamaan sisällöntuotantoaan sosiaalisen median vaateisiin sopivaksi. (Juholin 2013, 13–14; Juholin 2017, 15–20.)

Intraan tulee nostaa syötteinä organisaation Facebook-, Instagram- sekä LinkedIn-profiileista postauksia. Samoin verkkosivujen ajankohtaisista uutisista olisi hyödyllistä tehdä nostot intraan. Saisiko koko verkkosivuston ajankohtaista-osion heijastettua intraan? Kuvassa 4 on näkymä Kuopion Energian verkkosivuston ajankohtaista-osiosta 17.9.2018. Siinä on uusimmat sosiaalisen median postaukset, blogi, uutinen sekä asiakaslehden artikkeli.



KUVA 4. Kuopion Energian verkkosivujen ajankohtaista-osiota voidaan pitää intraan tuotavien nostojen esimerkkinä.

Elisa Jokelin kertoo kirjassaan "Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja" (2017, 70), että organisaation viestintää suunniteltaessa lähtöajatuksena on, että koko henkilöstö on tietoinen viestinnän periaatteista ja tavoitteista. Organisaation maine on myös osa viestintää ja henkilöstön tulisi olla tietoinen, mitä konkreettisesti viestinnässä tehdään ja mitä asioita on syytä pitää esillä ja viestiä. Tämä tukee ajatusta, että Kuopion Energian intraan tuodaan ulkoisen viestinnän elementtejä (mm. some). Myös muuta ulkoisissa välineissä esitettävää materiaalia (markkinointikampanjoita) olisi hyvä tuoda henkilöstön tietoon.

## 8.2 Intran rakenne ja päätelaite riippumaton käyttö

Nykyaikaisen intran tulee toimia päätelaite riippumattomasti. Tällä varmistetaan eri käyttäjäryhmien tasapuolinen ja oikea-aikainen tiedonsaanti. Tämä toki edellyttää, että henkilöstöllä on älypuhelimet käytössään. Toimeksiantajayrityksessä tulee tarkastella erityisesti energiantuotannon vuorohenkilöstön sekä kaukolämpö ja sähköverkkosenttien pääsyä intraan, sillä kaikilla ei ole vielä älypuhelin työkäytössä. Katja Jokisalo kertoo Vohveli.fi sivustonsa postauksessaan (2018-09-23), että vaikka mobiilikäyttömahdollisuus on jo vuosia ollut esillä intran toiveissa/vaatimuksissa, näyttäisi tämä nyt alkavan olla konkreettinen mahdollisuus, sillä valtaosalla intraan käyttävistä henkilöistä on älykännykkä. Jokisalon mukaan samalla myös sisällön tuotanto mobilisoituu – intraa voidaan päivittää mistä ja milloin vaan. Kuopion Energialla intra kannattaa asettaa automaattiseksi etusivuksi kaikkiin selaimiin ja haun tulee toimia kaikilla eri selaimilla.

Intran rakenne ja sisältö pitää laatia siten, että tieto on saavutettavissa korkeintaan kolmella klikkauksella. Sisältö lajitellaan asiakeskeisesti, ei niinkään organisaatiokeskeisesti. Visuaalisuutta tulee hakea raikkailla kuvilla, isoilla ikoneilla, video-klipeillä. Myös graafista havainnollistamista kannattaa suosia. Graafeja esimerkiksi tuotantomääristä, talousluvusta ja tulospalkkioseurannasta. Graafien taustalle tulee luoda rajapintoja, jotta tiedot saadaan automaattisesti tietokannoista eikä manuaalista grafiikan tekemistä tarvita. On hyvä muistaa, että intraa käyttävillä henkilöillä on eri aisteihin pohjautuvia hahmottamisjärjestelmiä, joita itse kukin luontevimmin käyttää vastaanottaakseen informaatiota. Viestintätaito-kirjassaan Irma Repo ja Tahvo Nuutinen (2005, 33–38) kertovat visuaalisen, auditiivisen ja kinesteettisen hahmottamisen eroja. On siis hyvä tarjota informaatiota eri muodoissa ja mahdollisuuksien mukaan havainnollistaa tietoa.

Intran alustan teknisten mahdollisuuksien niin salliessa, hyödynnetään rakenteen/näkymän muokattavuutta. Noin 2/3 intran etusivusta lukitaan, mutta yhtä osaa kukin käyttäjä voi muokata omien tarpeidensa ja kiinnostuksiansa mukaisesti. Sama muokattavuus (lajittelu) voisi olla uutisvirrassa (ulko-puoliset mediaseurannat), mikäli se on teknisesti mahdollista toteuttaa.

## 8.3 Yhdessä tekemistä, hakua, palveluita

Mobiilisti toimivasta intrasta tulisi päästä kertakirjautumisella myös intrassa oleviin integraatioihin/rajapintoihin (M2, M-files, Nepton, Mepco, AX). Vohveli.fi-sivustolla kerrotaan, että vaikka työpäivän aikaiset toiminnot hajautuvat yhä enemmän yksittäisiin erikoistuneisiin sovelluksiin, halutaan käyttäjän hyppelyä palvelusta toiseen vähentää tuomalla tärkeät tiedot eri sijainneista yhteen käyttöliittymään. Esimerkiksi O365 moderneilla SharePoint -viestintäisivuilla on useampia erilaisia mahdollisuuksia koota sijainnit yhteen (kokoamasivuja, listauksia ja upotuksi). (Jokisalo 2018-09-23.)

Haku-toiminto on oleellisessa osassa, jotta intra mielletään helppokäyttöiseksi ja käyttäjäystävälliseksi. Intran rakennetta ei koeta todennäköisesti haasteeksi, jos tieto löytyy sujuvasti. Haun tulee etsiä asiakirjojen nimistä, sisällöstä, metatiedoista – älykäs haku. Sulavan Antti Antmanin (2015)

mielestä intranetin tekstihakua tarvitaan yhä. Tietoa luokitellaan metatietojen avulla, vaikkakin suuri osa luokittelusta on automaattisesti ja on keyword-/tägi-pohjaista.

Henkilöstön työntekoa tukee mahdollisuus työstää dokumentteja yhtä aikaa. Tieto on kaikille sama ja se voidaan jakaa halutulle käyttäjäryhmälle. Ennen tämä toteutettiin intran työtiloissa, jatkossa alustasta riippuen esim. Teamsissa. Tietoturvallinen tiedostojen käsittely, säilytys ja jakaminen ovat yritysturvallisuuden kannalta huomioitavia seikkoja, joihin toimeksiantajan tietohallinnon asiantuntijat ottavat kantaa. Myös single sign-on (kertakirjautuminen) ja muut tekniset vaatimukset alustalle tulevat tietohallinnon kautta.

Uutena, henkilöstöltä tulleen ideana, ehdotetaan toteutettavaksi sääennusteen lisäksi säähistoria, mikäli sellainen on jonkun sääpalvelun rajapinnan kautta mahdollista saada. Sää on alallamme suoraan tulokseen vaikuttava tekijä, joten on mielenkiintoista tutkia myös säähistoriaa. Perinteisiä, paljon käytettyjä toimintoja nykyintraassa ovat mm. lounaslista sekä henkilöstöhaku, jotka kannattaa tuoda myös uuteen intraan.

Kuopion Energialla on Kehitysklubin sekä koko henkilöstön käytössä Real-yhteistyöalusta. Tämän sisällyttäminen uuteen intraan tulee tarkastella. Millaisia mahdollisuuksia olisi luopua Realista? Jos intra toteutetaan modernina O365 SharePoint -viestintäsivustona, voisi Realin korvata mahdollisesti Teamsiin luotavalla ryhmäsivustolla.

Sitran asiantuntija Hannu-Pekka Ikäheimo kertoo artikkelissaan (2017-03-21) Reuters-instituutin raportista, jonka mukaan uutisvirta alkaa siirtyä enenevässä määrin sosiaaliseen mediaan, josta on tulossa aikamme valtamedia myös uutiskanavana. Myös tähän opinnäytetyön pohjana olevaan tutkimukseen osallistuneilta henkilöiltä nousi esiin toive, että uuteen intraan saadaan näkyviin myös yrityksen verkkosivun uutisnostot sekä sosiaalisen median kanavat. Nykyään ihmiset ovat tottuneet saamaan tiedon kaikista kanavista nopeasti. Somen tuonti intraan palvelee mielestäni konsernin viestinnän parempaa ja kokonaisvaltaisempaa jalkautumista henkilöstölle. On hyödyllistä seurata mitä yrityksemme puhuu ja mitä yrityksestämme puhutaan.

#### 8.4 Intran omistajuus, pääkäyttäjät sekä sisällöntuottajat

Yhä varsin usein organisaatioissa tieto kulkeutuu hierarkisesti ylhäältä alaspäin (kuvio 2 sivulla 13). Viestinnän prosessointi -kirjassaan Korhonen ja Rajala (2011) toteavat, että organisaatioissa viestintä onnistuu hyvin vain, jos jokainen henkilöstön jäsen ymmärtää oman aktiivisen viestintävastuun. Jokaisen tulee viestiä ja jakaa tietoa toisten kanssa. Toisaalta tulee myös aktiivisesti etsiä tietoa tarjotuista kanavista ja antaa organisaatiolle palautetta viestinnästä. Viestinnän suunnittelu ja toteuttaminen on oleellisen tärkeää organisaatioissa, mutta ei vastuu viestin perillemenosta ole vain johdolla ja viestinnällä, vaan jokaisella viestin vastaanottajallakin on vastuunsa. (Korhonen ja Rajala 2011, 16–20.) Tämä ajatus kulkee kauniisti käsikädessä tutkimustuloksen kanssa, että intrassa olisi oltava laaja-alaisesti sisällöntuottajia ympäri organisaatiota.

Samaa tutkimukseen osallistuvien toivetta laajemmasta sisällöntuottajien joukosta tukee Vohveli.fi sivuston artikkeli, jossa listataan a intranetin TOP5 trendeihin sisällöntuotannon vastuun jakaantuminen organisaatioon. Kovin rajattu sisällöntuottajaryhmä on jo mennyttä ja nykyään sisällön kirjoittaa ja julkaisee yhä useammin se, kuka asian parhaiten tietää. Katja Jokisalon mielestä organisaation viestintätiimin rooli keskittyy tukemaan organisaation muita käyttäjiä yhtenäisen sisältölinjan ja muun muassa hyvän intrakielenkäytön omaksumisessa. (Jokisalo 2018.)

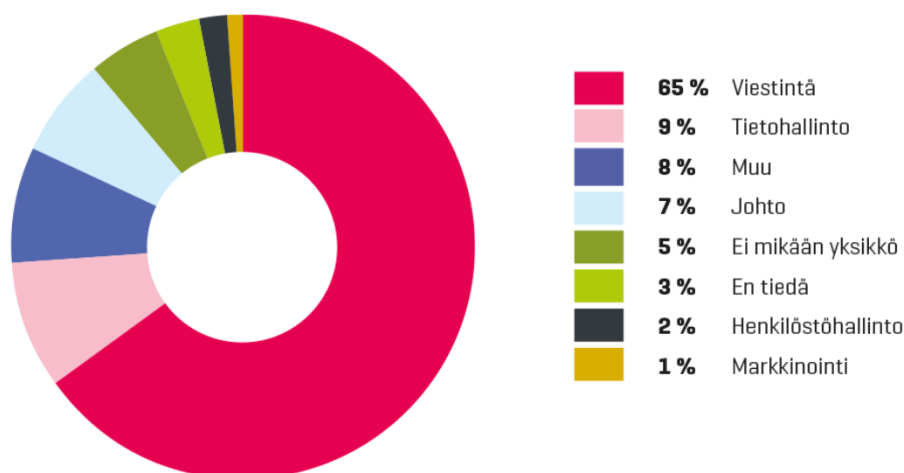
Myös aiemmin työyhteisöviestintää käsittelevässä luvussa kerrottiin, kuinka tärkeää on, että viesti kulkee organisaatiossa ylhäältä alas ja toisin päin, mutta myös vaakatasoisesti, ns. kollegalta kollegalle. Organisaatiossa osallistava viestintä rakentuu nimenomaan yhteistyössä työkavereiden, keski-johdon ja ylimmän johdon kanssa. (Covan 2017, 7-9; Vibeke 2018.)

Intran sisällöntuottajien lisäksi on tärkeää määritellä intran omistajuus, jotta on joku, joka vastaa intran kehittämisestä ja ylläpidosta. Intran omistajana on viestinnästä ja markkinoinnista vastaava henkilö eli Kuopion Energialla markkinointipäällikkö. Sen lisäksi intran sisältö tulee jakaa vastuualueisiin, joille määritellään riittävät vastuuhenkilöt liiketoiminnoista. Intran alustan toimittajalta edellytetään tiivistä yhteistyötä, jotta intra pysyy kehittyvänä. Mahdollinen palvelupäällikkö-tyylinen ratkaisu, jossa kumppani tuntee organisaation tarpeet ja osaa ehdottaa uudistuksia sekä auttaa yrityksestä nimettyjä pääkäyttäjiä alustan ylläpidossa.

Intranet-palvelut Suomessa 2016 –selvityksen mukaan intranetin omistajuuteen on kiinnitetty organisaatiossa huomiota, sillä enää vain viidellä prosentilla selvitykseen vastanneista ei ollut nimettyä vastuuhenkilöä intranetin osalta (v. 2014 13 %). Kuviossa 7 näkyy omistajuuden jakaantuminen. 'Muu'-vastauksiin useat kommentoivat, että vastuu on jaettu viestinnän, HR:n ja tietohallinnon kesken. Käytännössä intraneteja johdetaan sisällöntuotannon kautta: sisällöillä on vastuulliset ylläpitäjät ja koko intranetillä viestinnällinen päätoimittaja. (Korhonen 2016-09-23.)

Vaikka intralla on omistaja ja vastuuhenkilöt, tulee koko organisaatio nähdä sisällöntuottajana. Asta Kiiski huomauttaa verkkosivustollaan (2017-01-24), että on merkityksellistä sisäistä ajatus, ettei moderni intranet ole enää vain viestinnän tai henkilöstöhallinnon ylläpitämä viestintäkanava vaan se on väylä, joka mahdollistaa koko organisaation yhteistyön.





KUVIO 7. Intranet-palvelut Suomessa 2016 selvityksen mukainen intranetin omistajuuden jakaantuminen (Korhonen 2016-09-23.)

## 8.5 Uuden intran sisällön ylläpito ja analytiikka

Sulavan Petteri Kankkunen on vuonna 2013 listannut, mitä kaikkea pitää intraprojektissa tehdä. Vaikka intrat ovat muuttuneet sosiaalisimmiksi ja siirtyneet pilvipalveluihin, on syytä tehdä sisältöinventaarior. Kaikkea vanhaa ei kannata automaattisesti viedä uuteen intraan vaan on tunnistettava tarvittavat sisällöt. Myös tämä on Kuopion Energialla tehtävä. Sen jälkeen on syytä kiinnittää erityistä huomiota sisällön ylläpitoon ja tiedon oikeellisuuteen. Intraan tulee luoda systemaattinen tiedon tarkastelu ja päivittäminen. Pienimmillään jokaisesta dokumentista tai muusta sisältöelementistä on löydettävä merkintä, jolloin tieto on laadittu ja päivitetty. Uutisten julkaisussa vanhenemispäivä tulee miettiä huolella. Koko ajan ei voi vai lisätä sisältöä vaan vanhaa ja tarpeettomaksi käynnystä tietoa tulee siivota pois. Dokumenttienhallintaprojektin yhteydessä luotavaa tiedonohjaussuunnitelmaa tulee noudattaa arkityössä – suunnitelma määrittelee, mitä tietoa laitetaan intraan, mitä mahdollisiin työtiloihin/Teamsiin tai muuhun vastaavaan ryhmätoimintaan, mitä säilytetään M-files dokumenttienhallintajärjestelmässä. Tiedon täytyy olla yhdestä järjestelmästä päivitettävää ja mahdollisen intralinkin tulee säilyä ehjänä.

Elisa Jokelin kertoo *Communicare!* -kirjassaan (2017, 276-278), että analytiikan seuraaminen yhdistetään nykyään sosiaaliseen mediaan ja massatietoon (big data). Myös verkkosivujen osalta seurataan tyypillisesti kävijämääriä, mitä kautta sivuille on tultu ja miten pitkään siellä on viivytty. Mielestäni analytiikka on hyödyllistä myös intrasivuston osalta. Uuden intranetin käyttöä ja myös käyttökemuksia tulee seurata, jotta organisaatio voi jatkuvasti kehittää pääviestintäkanavaansa eikä tyytyä nyt 2018–2019 vuosien vaihteessa toteutettavaan malliin. Verkkojulkaisussaan Eeva Kekäläinen (2016-06-27) puolestaan kehottaa ajattelemaan sisäisen viestinnän kehittämistä jatkuvana prosessina määrämittaisen projektin sijaan. Asta Kiiski tukee Kekäläisen näkemystä verkkosivustollaan (2017-01-24) kehottamalla valmistautumaan projektiin, jota ei saa valmiiksi. Tuolloin on tärkeää ak-

tiivinen sähköisen ympäristön ja työtapojen seuranta, jotta voit olla valmis muuttamaan toimintatapoja. Omaan opinnäytetyötä tehdessäni olisin kaivannut nykyintraasta kunnollista tilastotietoa ja analytiikkaa.

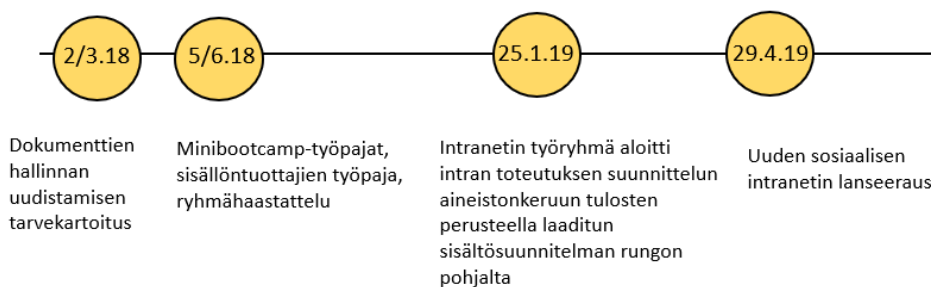
## 9 LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä -kirjassaan Kananen (2014) kirjoittaa laadullisen tutkimuksen validiteetista ja reliabiliteetista. Validiteetti kuvastaa, onko tutkimuksessa tutkittu ja mitattu oikeita asioita. Tätä pohditaan tutkimusasetelman (suunnittelun) ja osin myös aineiston analyysin (syy-seuraussuhteet) osalta. Reliabiliteetti puolestaan liittyy enimmäkseen tutkimuksen toteutuksen arviointiin. Siinä tarkkaillaan tulosten pysyvyyttä, mikä tarkoittaa, että jos tutkimus uusittaisiin, saataisiinko samat tulokset. (Kananen 2014, 147.)

Luotettavuustarkastelu sivuaa objektiivisuutta, sillä tutkijan osuus on merkittävä - hän päättää ketä tutkitaan, mitä kysytään/ ei kysytä, miten aineisto analysoidaan ja tulkitaan. Luotettavuutta arvioitaessa on oleellista, onko tutkimus dokumentoitu hyvin ja onko valinnat ja ratkaisut perusteltu (miksi näin on tehty). Laadullisen tutkimuksen luotettavuuskriteerit on lueteltu seuraavassa luettelossa. (Kananen 2014, 150–154.) Sisennetyt luettelomerkinnot ovat toteuttamani tutkimuksen arviointiani.

- **arvioitavuus / dokumentaatio**
  - Työni aineistonkeruun dokumentoin luotettavasti ja kattavasti. Haastattelu on tallennettu, litteroitu sekä koottu yhteenvetotaulukko. Työpajoissa työstetyt canvakset sekä post-it laput on tallennettu ja niistäkin on koottu tulosten yhteenvetotaulukot. Työpajoista on myös valokuvamateriaalia. Kaikista aineistokeruutapahtumista olen lisäksi tehnyt muistiinpanoja ihmisten osallistumisesta, tunnelmasta, vuorovaikutuksesta ja mahdollisista ristiriitaisuuksista. Valmis aineisto dokumenttienhallinnan tarpeiden kartoitusta tehtäessä oli tallennettu organisaation tietokantoihin. Valmis aineisto on saatavilla alkuperäisinä dokumentteina sekä niistä tehtynä koosteena.
- **vahvistettavuus:** Kerätään tietoa eri lähteistä ja verrataan niitä esimerkiksi omaan tulkintaan tai katsotaan tukevatko eri tietolähteet toisiaan.
  - Mielestäni eri aineistonkeruutapahtumien tulokset tukivat toinen toistaan. Myös tehtyjen opinnäytetöiden tuloksista sekä työyhteisöviestinnän teoriasta ja nykyaikaisia intraneteja toteuttavien tahojen (mm. Sulava Oy) näkemyksistä intran tarvevaatimuksista tukivat toinen toistaan. Henkilöstömme toivoi samoja ominaisuuksia, mitä nykytoimittajat tarjosivat, kuten päätelaiteriippumattomuus ja integraatiot useista järjestelmistä (mm. tulosraportit, some-kanavat, ulkopuolisten tuottamat uutisuurannat).
- **tulkinnan ristiriidattomuus:** esim. haastattelun tulkinnat - yhtä monta tulkintaa, kuin tulkitsijaa?
  - Pohdin raportissa aiemmin tuloksia aukikirjoittaessani, että teemoittelussa osa vastauksista olisi voinut kuulua useampaankin luokkaan. Tässä olen tutkija tehnyt oman tulkintani ja pyrkinyt noudattamaan sitä läpi koko aineiston teemoittelun. Voi hyvinkin olla, että toinen tutkija teemoittelisi aineiston eri tavoin.
- **luotettavuus tutkitun kannalta:** Helpoin tapa todentaa tulkinnan oikeellisuus on luetuttaa aineisto ja tulkinta esimerkiksi haastatelluilla. Ongelma ilmaantuu, jos haastateltava kiistää tutkimustuloksen syystä tai toisesta.

- Kesän 2018 aikana työstin aineistonkeruuni pohjalta intranetin sisältösuunnitelman rungon. Toimeksiantaja kokosi loppuvuodesta eri liiketoiminnoista koostuvan ryhmän jatkamaan uuden intranetin toteutuksen suunnittelua ja käynnistämistä valitun toimittajan kanssa. Osa tuohon työryhmään valituista oli samoja henkilöitä, jotka olivat osallistuneet aineistonkeruutyöpajaan. Kaikki saivat luettavakseen kerätyn aineiston, siitä tehdyt tulkinnat ja laatimani sisältösuunnitelman. Aineistoa tai tulkintoja ei kiistetty, joten koen, ettei tutkittujen kannalta tullut ilmi luotettavuutta heikentäviä seikkoja tai ristiriitaisuuksia. Kuviossa 8 on kuvattu aikajanalla opinnäytetyöni aineistonkeruu sekä opinnäytetyöni ulkopuolelle jäänyt intran toteutus.
- **saturaatio eli kylläntyminen:** eri lähteiden tarjoamat tutkimustuloksen alkavat toistua
  - Keräämäni aineisto ja viitekehys tukivat toinen toistaan kuten aiemmin aiheesta tehdyt tutkimuksetkin. Valli (2018,17) kirjoittaa kirjassaan ”Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1”, että on hyödyllinen tapa etsiä tehtyjä tutkimuksia ja verrata millaisia tutkimusmenetelmiä missäkin on käytetty. Itse en tosin ole opinnäytetyössäni raportoinut ja verrannut aktiivisesti jo tehtyjä tutkimuksia, joten saturaatiota en voi näyttää täysin toteen tällä raportillani. Raporttiani laatiessa luin tehtyjä opinnäytetöitä ja sain mielikuvan saavutetuista tuloksista, jotka tukivat omia tulkintojani.



KUVIO 8. Aikajana opinnäytetyön aineistonkeruusta toimeksiantajan uuden intran käyttöönottoon.

Alasuutari (2011) pohti lähdekritiikkiä käsittelevässä osuudessa kirjassaan ”Laadullinen tutkimus 2.0”, kuinka paljon voi luottaa aineiston pohjana olevien kertomusten, selontekojen ja kuvausten olevan totuudenmukaisia? Onko haastatellut valehdelleet? Alasuutari kertoo, että on hyvä muotoilla haastattelukysymykset neutraalilla kielellä ja esittää ne kaikille samalla tavalla, vaikkakaan kaikilla sanoilla ei ole sama merkitys vastaajille. Alasuutari painottaa, että lähdekritiikki ei ole vain mekaaninen operaatio vaan se edellyttää terveen järjen käyttöä. Jos haastatteluaineisto on moraalisesti laaturunutta tai arkaluontoista, tulee sen luotettavuuden arviointiin suhtautua kriittisemmin kuin neutraalin aiheen luotettavuuden arviointiin. Jos lähdekritiikki antaa aiheen epäillä saadun tiedon luotettavuutta, tulee tieto pyrkiä tarkastamaan muun muassa vertaamalla sitä muihin lähteisiin. (Alasuutari 2011, 95, 99, 101–102.)

Opinnäytetyötäni varten kerätty aineisto ei ole luonteeltaan arkaluontoista tai muutoinkaan moraalisesti arveluttavaa, joten sinällään uskon vastaajien vastanneen totuudenmukaisesti. Kysymäni kysy-

mykset ryhmähaastattelussa olivat neutraalia kieltä, joiden tulkinnassa ei liene ollut haasteita. Lisäksi ryhmässä yhden ihmisen mahdollinen erilainen tulkinta kysyttävästä asiasta oikenee näkemykseni mukaan, kun asiasta aletaan puhua ryhmätilanteessa. Tai ainakin eri näkemys tulee hyvin esille. Haastattelutilanteissa en havainnut, että haastateltavat olisivat tulkinneet kysymyksiä toisistaan poikkeavalla tavalla.

Tutkijana suoritin aineistonkeruutapahtumien osallistujien valinnan. Minibootcamp-työpajoihin tein henkilövalinnat vuoden 2017 henkilöstöraportin perusteella. Mukaan valikoitui henkilöjakauman mukaisesti enemmän miehiä kuin naisia, sillä miesten osuus koko konsernin henkilöstöstä on 74 prosenttia. Työpajoissa naisten osuus nousi kuitenkin 44 prosenttiin, sillä yhden miesosallistujan paikka jäi työpajassa täyttämättä äkillisen esteen vuoksi. Työpajoihin osallistui henkilöstöä kaikista liiketoiminnoista. Henkilövalintoja tehtäessä haettiin lisäksi yritykseen lähiaikoina saapunutta henkilöä, pitkän työuran tehnyttä, esimiesasemassa olevaa, työntekijää, toimihenkilöä. Yllättävän esteen kokenut kutsuttu olisi edustanut myös pitkän työuran tehnyttä miestä, joten tämä näkemys jäi puuttumaan. Muutoin eri henkilöstöryhmät olivat edustettuna kattavasti. Laajennetun johtoryhmän haastatteluun osallistuivat kaikki kutsutut, eli emo- ja tytäryrityksen toimitusjohtajat, liiketoimintojen osastojohtajat sekä henkilöstöpäällikkö. Pohdin markkinointipäällikön osallistumistarvetta. Hänet jätin kuitenkin haastattelun ulkopuolelle, sillä hän toimi toimeksiantajan puolelta opinnäyteyöni ohjaajana. Lisäksi hänellä tulisi olemaan vahva panostus intranetin toimittajan valintaan sekä intran toteutuksen ja käyttöönoton eteenpäin viemiseen. Näin ollen hänen näkemyksensä tulee projektissa esiin.

Valli (2018) kertoo, että on tärkeää saada aineiston keruuseen ns. oikeat ihmiset. Haastatteluihin tavoitellaan henkilöitä, joilla oletetaan olevan haluttua tietoa ja joiden tiedetään olevan osana tietyssä prosessissa tai toiminnassa. Jos tutkimukseen ajateltu ns. ensisijainen henkilö on estynyt, voi häneltä kysyä olisi hänellä ehdottaa vastaavaan henkilöä tilalle, jolloin voi löytyä sellaisiakin henkilöitä, joita ei ehkä olisi itse löytänyt ns. virallisia kanavia pitkin. Yleensä hyviä kanavia ensimmäiseen yhteydenottoon ovat sähköpostit ja sosiaalinen media. (Valli 2018, 30–31.) Koen, että minulla oli tutkimuksen aineistonkeruussa oikeat henkilöt tutkimuskysymysten kannalta.

Tutkimusaineiston hankinnan peruskriteerin tulee olla luotettavuus. On järkevää kysyä, miten hyvin kerätyt tiedot kuvaavat tutkittavaa asiaa ja ilmiötä. Tästä puhutaan aineiston sisäisenä luotettavuutena. Tämän lisäksi tutkijan tulee pohtia, onko käytetyillä menetelmällä koottujen tietojen pohjalta mahdollista tehdä yleisiä päätelmiä. Tätä nimitetään aineiston ulkoiseksi luotettavuudeksi. Jos aineiston sisäinen luotettavuus jää huonoksi, ei ulkoisella luotettavuudella ole enää paljonkaan merkitystä. (Valli 2018 23–24.)

Tutkijana olen sitä mieltä, että aineistoni sisäinen luotettavuus on kohdallaan – kerätyt tiedot kuvaavat hyvin tutkittavana ollutta intranetia ja toivottua tapaa käyttää sitä tulevaisuudessa. Ulkoinen luotettavuus sen sijaan voi jäädä heikommaksi. Uskon kyllä lukemieni opinnäytetöiden ja muun aineiston perusteella, että työssäni on paljonkin samankaltaisuutta eri organisaatioissa toteutettaviin vastaaviin tutkimuksiin, mutta ei tämän opinnäytetyöni perusteella vielä voi ilmiöstä (intranet) tehdä yleistettäviä päätelmiä.

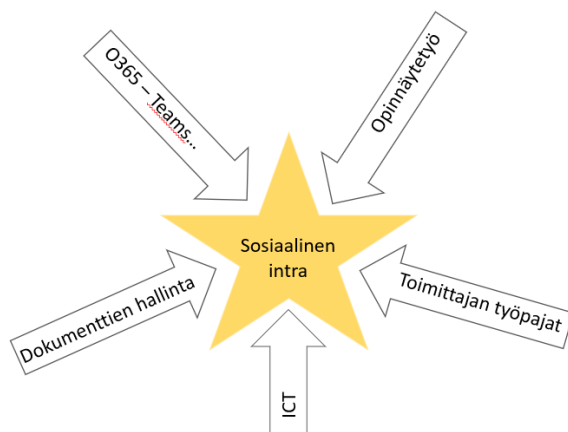
Toimeksiantajayrityksessä on toimitettu kymmeniä vuosia sisäistä henkilöstölehteä. Lehti muuttui vuoden 2018 aikana paperilehdestä sähköiseksi pdf-lehdeksi. Se kuitenkin toimitetaan neljä kertaa vuoteen ja työstetään kuten paperilehti – lehti pdf-muodossa, joka lisätään intraan. Suosittelen toimeksiantajayrityksen jatkopohdinnan aiheeksi verkkolehden toteutustapaa. Tarvitaanko määräajoin julkaistavaa pdf-lehteä lainkaan vai voisiko intraan tuottaa koko ajan ajankohtaisina aiheina lehdessä ollutta sisältöä? Muun muassa uudet työntekijät voisivat heti työsuhteensa alussa esitellä itsensä intrassa eikä pahimmillaan kolmen kuukauden viiveellä pdf-lehden sivuilla. Tai jos lehti halutaan säilyttää sähköisen lehden muodossa, voisi tutkia millaisia vaihtoehtoja on tuottaa verkkolehteä, jota on helppo selata ja johon sisältöä tuotettaisiin reaaliaikaisesti. Toisaalta onko sellaiselle tarvetta, kun organisaatiossa käynnissä oleva tietotyömuutos (O365), dokumenttien hallinnan muutos ja intran päivittyminen on saatettu osaksi työarkea?

Uusi intra tarjoaa hienon mahdollisuuden laajaan sisällöntuotantoon läpi koko organisaation, joka koostuu hyvinkin monenlaisista persoonatyypeistä. Osa ihmisistä on luontaisesti introvertejä, osa ekstrovertejä. Osa on niin sanotusti sinisiä, punaisia, osa vihreitä tai keltaisia ihmistyyppisiä. Osa tarttuu rohkeasti uuteen mahdollisuuteen, osa pelkää kirjoittaa ja julkaista omalla nimellään intrassa. Koska persoonatyyppejä mahtuu toimeksiantajaorganisaatioonkin hyvin monenlaista, ehdotan intran käyttöönoton yhteyteen koulutusta sisällöntuottajille. Ohjataan miettimään, kuinka huomioidaan erilaiset ihmistyytit, kannustetaan tuottamaan sisältöä, annetaan vinkkejä, tarjotaan kieliopillista tukea. Intran käyttöönotossa toki on kiinnitettävä huomiota kaikkien käyttäjien opastamiseen uuden intran syövereihin. Intra pitää tehdä käyttäjille tutuksi. Toimittajan mahdollisesti järjestämien koulutustilaisuuksien lisäksi oman organisaation vastuuhenkilöt voisivat järjestää erilaisia tietovartteja, tehdä videoklippejä, järjestää mahdollisesti jotain intraan tutkimusmatkalle houkuttelevia kisailuja tai tarjota henkilökohtaista ohjausta työpisteissä.

Laajennetun johtoryhmän haastattelussa tuli ilmi, että tytäryrityksen puolella on erityisesti alettu kiinnittämään huomiota hiljaisen tiedon keräämiseen. Siinä olisi potentiaalia tehdä suunnitellusti tiedon keräämistä laajemmalla sektorilla, koko yrityksessä ehkäpä. Voisiko uuden intran tuomia työkaluja hyödyntää tähän? Tukeeko yrityksen tietotyön muutos hiljaisen tiedon keräämistä? Organisaatiossa kannattaisi miettiä lähitulevaisuudessa, miten asia saataisiin osaksi työrutiineja? Uusi intra osaltaan jo tukee hiljaisen tiedon näkyväksi tekemistä jollain tasolla, jos henkilöstö jakaa aktiivisesti tietoa ja kommentoi. Viestinnän prosessointi -kirjassaan Nina Korhonen ja Reetta Rajala (2011, 196) tuovatkin esiin, että viestintätoiminnon prosessiajattelu on nimenomaan tiedon siirtämistä ja hiljaisen tiedon jakamisen helpottumista. Prosessit kuvaamalla saadaan samalla talteen henkilöstön hiljainen tieto sellaisessa muodossa, että sitä on helppo jakaa eteenpäin. On todettu tehokkaaksi tavaksi siirtää parhaita käytäntöjä kattavien prosessidokumentaatioiden avulla. (Korhonen ja Rajala 2011, 196.) Toimeksiantajayrityksessä voisi siis olla suositeltavaa perehtyä lisäkin viestinnän prosessoinnin tuomiin etuihin liiketoiminnolle.

Tällä hetkellä toimeksiantajayrityksen henkilöstö on kokonaan suomenkielistä, eikä eteen ole tullut tarvetta monikieliseen intranettiin. Miten jatkossa? Olisiko hyvä tärkeimmät osiot pitää ajan tasalla myös englanniksi?

Opinnäytetyön edetessä tehtiin päätös, että intra toteutetaan O365 modernina SharePoint –viestintäisivustona (on-line). Intran sisällön työstäminen jatkuu liiketoimintojen edustajien ja O365-toimittajan kanssa. Opinnäytetyön johtopäätöksiä ja alustavaa intran sisältösuunnitelmaa käytettiin pohjamateriaalina intran lopullisen sisällön ja rakenteen suunnitteluun. Opinnäytetyö pohjautui puolestaan teoreettiseen viitekehykseen sekä laadullisen tutkimuksen tutkimustuloksiin. Kuvio 9 kuvaa, kuinka toimeksiantajayrityksen muutokset dokumenttienhallintaan sekä O365-työkalujen käyttöönotto osaltaan ohjaavat uutta intraa. ICT luo tietoturvalliset reunaehdot. Opinnäytetyö tuo ilmi henkilöstön edustajien esiintuomia tarpeita ja toiveita, joita jalostetaan intranetin toimittajaksi valikoituneen yrityksen kanssa työpajoissa. Lopputuloksena toimeksiantajayrityksellä on uusi intra käytössään kevään 2019 aikana. Voidaan todeta, että opinnäytetyölläni oli toimeksiantajalle merkitystä ja sitä voitiin aidosti hyödyntää.



KUVIO 9. Lopullisen intranetin muodostumiseen vaikuttavat olemassa olevat järjestelmät/toimintatavat sekä organisaation tarpeet.

Korhonen ja Rajala toteavat kirjassaan Viestinnän prosessointi (2011, 27), että organisaation viestintä onnistuu, jos viestintä on olennaisena osana koko organisaation strategiaa ja viestinnän osa-alueet on määritelty hyvin. Tämä toteutuu toimeksiantajaorganisaatiossa mielestäni hyvin. Viestintäsuunnitelma on laaja, tarkoin määritelty ja sitä päivitetään. Seuraava päivitys käynnistyy vuoden 2019 loppupuolella. Tuolloin pohditaan ja lisätään erityisesti vastuullisuusviestinnän suunnittelua osana organisaation muuta viestintäsuunnitelmaa.

Organisaatiossa on uuden intran luomiseen hyvät lähtökohdat, sillä yrityksen johto oli hyvin sitoutunut asiaan. Viestintään liittyviä linjauksia, ohjeita ja työnjakoja on päivitetty ja niitä on tarkoitus edelleen tarkkailla ja saattaa vastaamaan tätä hetkeä. Osin muuttuneet järjestelmät, osin muuttunut

markkinatilanne ja yrityksen rakenne, mutta myös asiakkaiden lisääntynyt ympäristötietoisuus ja erilaiset tekniset vaatimukset edellyttävät viestintä- ja organisaatiostrategioiden pitämistä ajan tasalla tulevaisuuteen myös silmäillen.



## LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- ALASUUTARI, Pertti 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. painos. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- ANTMAN, Aki 2015-05-06. Mikä oikein on intranet? [Viitattu 2018-04-15.] Saatavissa: <https://www.sulava.com/mika-oikein-on-intranet/>
- COWAN, David 2017. Strategic internal communication. How to build employee engagement and performance [E-kirja]. [Viitattu 2019-11-27.] Saatavissa: <http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.savonia.fi/ehost/detail/detail?vid=0&sid=86802cb3-0fec-446b-a585-cc8083f96eba%40pdc-v-sessmgr02&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNNoaWImbGFuZz1maSZzaXRI-PWVob3N0LWxpdmU%3d#db=nlebk&AN=1526370>
- ERIKSSON, Päivi ja KOISTINEN, Katri, 2005. Monenlainen tapaustutkimus. Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 4:2005. Kerava: Kuluttajatutkimuskeskus.
- GROVER, Robert 2018. 8 reasons why internal communication is more important than ever. [Viitattu 2019-10-11.] Saatavissa: <https://staffbase.com/blog/8-reasons-why-internal-communication-is-more-important-than-ever/>
- HIRSJÄRVI, Sirkka, REMES, Pirkko ja SAJAVAARA, Paula 2016. Tutki ja kirjoita. 21. painos. Helsinki: Tammi.
- HONKALA, Päivi, KORTETJÄRVI-NURMI, Sirkka, ROSENSTRÖM, Anja ja SIIRA-JOKINEN, Sinikka 2017. Linkki – työyhteisön viestintä. 6. painos. Helsinki: Edita.
- IKÄHEIMO, Hannu-Pekka 2017-03-21. Algoritmidemokratiaa – Kuinka teknologinen murros toi totuuden jälkeisen ajan? [Viitattu 2018-08-05.] Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/algoritmidemokratiaa-kuinka-teknologinen-murros-toi-totuuden-jalkeisen-ajan/>
- JOKISALO, Katja 2018-09-23. Intranetin top 5 trendit. [Viitattu 2018-09-29.] Saatavissa: <http://www.vohveli.fi/2018/09/23/intranetin-top-5-trendit/>
- JUHOLIN, Elisa 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. 6. painos. Helsinki: Management Institute of Finland.
- JUHOLIN, Elisa 2017. Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja. 7. painos. Turenki: Management Institute of Finland.
- KANANEN, Jorma 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 176. Jyväskylä: Juvenes Print.
- KANKKUNEN, Petteri 2012-11-21. Mistä on sosiaalinen intranet rakennettu? [Viitattu 2018-08-19.] Saatavissa: <https://www.sulava.com/mista-on-sosiaalinen-intranet-rakennettu/>
- KANKKUNEN, Petteri 2013-02-26. Mitä kaikkea intranet-projektissa pitää tehdä? [Viitattu 2018-09-30.] Saatavissa: <https://www.sulava.com/mita-kaikkea-intranet-projektissa-pitaa-tehda/>
- KANKKUNEN, Petteri 2013-04-16. Intranet-projektin tärkeimmät pohjatyöt: Mitä henkilökunnalta kannattaa kysyä. [Viitattu 2018-04-14.] Saatavissa: <https://www.sulava.com/intranet-projektin-tarkeimmat-pohjatyot-mita-henkilostolta-kannataa-kysya/>
- KEKÄLÄINEN, Eeva 2016-06-27. Sisäinen viestintä sitouttaa, motivoi ja tuo tuloksia [verkkojulkaisu]. [Viitattu 2018-08-19.] Saatavissa: <https://www.reco.fi/sisainen-viestinta-sitouttaa-motivoi-ja-tuo-tuloksia/>
- KIISKI, Asta 2017-01-24. Älä tee näitä virheitä intranetin käyttöönotossa enää vuonna 2017. [Viitattu 2018-09-30.] Saatavissa: <https://www.cloudriiven.fi/blogi/ala-tee-naita-virheitä-intranetin-kayttoonotossa-ena-vuonna-2017/>

- KORHONEN, Hanna 2016-09-27. Intranet-ostajan opas. Intranetin johtaminen on sisällön tuotannon johtamista. [Viitattu 2018-09-30.] Saatavissa: <https://intranet-ostajanopas.fi/2016/09/27/intranetien-johtaminen-on-sisallontuotannon-johtamista/>
- KORHONEN, Nina ja RAJALA, Reetta 2011. Viestinnän prosessointi. Koreografia kaaokselle. Helsinki: Talentum.
- KUOPION ENERGIA 2015. Kuopion Energia –konsernin strategia 2015-2018. [Sisäinen julkaisu].
- KUOPION ENERGIA 2016. Viestintäsuunnitelma. [Sisäinen julkaisu].
- KUOPION ENERGIA 2017. Henkilöstöraportti. [Sisäinen julkaisu].
- KUOPION ENERGIA 2018a. Yrityksen verkkosivusto. [Viitattu 2018-08-04.] Saatavissa: <https://www.kuopionenergia.fi/>
- KUOPION ENERGIA 2018b. Vuosikertomus 2017 [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-08-05.] Saatavissa: [https://www.kuopionenergia.fi/wp-content/uploads/2018/04/KE\\_Vuosikertomus\\_2017\\_LR.pdf](https://www.kuopionenergia.fi/wp-content/uploads/2018/04/KE_Vuosikertomus_2017_LR.pdf)
- KUOPION ENERGIA 2018c. Viestintäohje. [Sisäinen julkaisu].
- KUOPION ENERGIA 2018d. Yrityksen intranet sivusto [sisäinen sivusto]. [Viitattu 2018-08-10.] Saatavissa: <https://intranet.kuopionenergia.fi/Intranet/Pages/default.aspx>
- LAINEN, Markus, BAMBERG, Jarkko ja JOKINEN, Pekka 2007. Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Gaudemus Helsinki University Press.
- LOCKLEY, Sina 2017. 7 reasons why internal communication is important for success [blogi]. [Viitattu 2019-10-10.] Saatavissa: <https://staffbase.com/blog/7-reasons-why-internal-communication-is-important-for-success/>
- PUUSA, Anu ja JUUTI, Pauli 2011. Menetelmäviidakon raivaajat – Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Vantaa: Hansaprint.
- REPO, Irma ja NUUTINEN, Tahvo 2005. Viestintätaito. Opas aikuisopiskelun ja työelämän vuorovaikutustilanteisiin. 2. painos. Helsinki: Otava.
- SAARANEN-KAUPPINEN, Anita ja PUUSNIEKKA, Anna 2009. Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV. Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. Yhteiskuntatieteellisen tietoarkiston julkaisuja 2009. Tampere: Tampereen yliopisto. Saatavissa: <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/index.html>
- SALONEN, Kari 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. Opas opiskelijoille, opettajille ja TKI-henkilöstölle. Turku: Turun Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>
- SITRA 2017 a. Minibootcamp – oppaan käsikirja. [Viitattu 2018-09-09] Saatavissa: [https://media.sitra.fi/2017/08/31104338/minibootcamp\\_menetelma\\_oppaankasikirja.pdf](https://media.sitra.fi/2017/08/31104338/minibootcamp_menetelma_oppaankasikirja.pdf)
- SITRA 2017 b. Minibootcamp-kalvosesti [Power Point –esitys]. [Viitattu 2018-09-09.] Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/minibootcamp-menetelma/>
- SUORSA, Anna 2012. Vuorovaikutuksen käsite tiedon luomisen nykytutkimuksessa. Informaatiotutkimus [artikkeli]. [Viitattu 2018-09-22.] Saatavissa: <https://journal.fi/inf/article/download/5141/4631/>
- TKALAC, Ana, POLOSKI, Nina 2017. Engaging employees through internal communication. Public Relations Review, December [E-artikkeli] vol.43(5), .885-893. [Viitattu 2019-10-20.] Saatavissa: [www.elsevier.com/locate/pubrev](http://www.elsevier.com/locate/pubrev)
- TUOMI, Jouni ja SARAJÄRVI, Anneli 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 2. painos. Helsinki: Tammi.
- VALLI, Raine 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 5. painos. Keuruu: PS-kustannus.

VIBEKE, Thois Madsen 2018. Participatory communication on internal social media – a dream or reality? Corporate Communications, an International Journal [E-artikkeli] vol. 23(4), 614-628. [Viitattu 2019-11-30.] Saatavissa: [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)

WARD, Toby 2012. The Social Intranet – Key factors for Intranet 2.0 Success, Social Intranet Success Matrix [blogi]. [Viitattu 2019-09-22.] Saatavissa: <https://www.prescientdigital.com/downloads/social-intranet-whitepaper-prescient-digital-feb2012.pdf>

## Elmeri Esimies

- tehnyt samassa organisaatiossa monia hommia ja siirtynyt vast'ikään esimieheksi
- hieman hakusessa, mitä kaikkea esimiehen tehtäviin ja vastuisiin sisältyy, mitä pitää tietää
- sosiaalinen ja kaikkien kaveri
- seuraa aktiivisesti, mitä ympärillä maailmalla tapahtuu
- haluaa pysyä tarkasti kartalla oman työryhmänsä tekemisistä, ei käyttämistarkoituksessa, vaan jotta osaisi ohjata työntekoa ja jakaa työkuormaa

### **Mitä tavoittelen työssäni?**

Haluan tehdä asiat oikein organisaation toimintatapojen mukaisesti. Haluan olla tasapuolinen esimies, johon voi luottaa.

### **Mistä turhaudun työssäni?**

Tuuliviirit turhauttaa. Tänään yhtä mieltä, huomenna toista. Lupaa toiselle tätä ja toiselle sittenkin tuota. Haluan käyttää työaikani tuottavasti kehitystyötä unohtamatta. Ajanhukka hermostuttaa. En halua kuunnella selityksiä – jos joku menee vikaan, niin se myönnetään ja jatketaan eteenpäin.

### **Mitä ajattelen uudistumiskysymyksestä? Miten vaikuttaa omaan työhöni?**

Haen paljon omatoimisestikin tietoa ja haluan tehdä oikein. Seuraan organisaation toimintaan. Haluan, että tietoa ei haudota itsellä. Tarvitsemme avoimemman organisaatiokulttuurin.

### **Millainen asenne minulla on uusiin ehdotuksiin yleensä?**

Innovatiivisuus on kilpailukyvyn lähtökohta. Mielelläni ehdotan uudistuksia itsekin ja tykkään, että ehdotukset käsitellään ilman turhia viivyttelyjä. Toisaalta vähän pelottaa uudet vastuut ja muiden odotukset esimiestyöskentelyltäni.

## **Enni Esimerkillinen**

- nuori, näpsäkkä, uusimpia tulokkaita taloon
- jumppaa, pitää ystävyyssuhteita yllä
- some-kanavat hallussa, appit arkipäivää
- innostuu kaikesta uudesta, mutta miten innostus pidetään yllä, kun aina on syy innostua taas uudesta ja uudesta
- uusi elämäkumppani ja laaja, aktiivinen ystäväpiiri

### **Mitä tavoittelen työssäni?**

Korkeintaan neljä vuotta saman organisaation palveluksessa, etten kalkkeudu. Selkeä päämäärä ja suunta kohti uraputkea. Omatoiminen työssäni, haen aktiivisesti ratkaisuja työarjen ongelmiin. Työkään työkennellä erilaisissa, monialaisissa projekteissa. Haluan haasteita. Haluan pysyä ajan tasalla niin yrityksen sisäisistä asioista kuin koko toimialan ja muidenkin alojen kehityksestä.

### **Mistä turhaudun työssäni?**

Vanhat jäärät turhauttavat, kun eivät halua muutosta elämäänsä. Sähköpostin määrä on valtava – miten erotan tärkeän, kun kaikki vaikuttaa niin mielenkiintoiselta? Uutisten määräkin on valtava.

### **Mitä ajattelen uudistumiskysymyksestä?**

No mutta hei - uudet järjestelmät heti haltuun. Enemmän on todellakin enemmän, kaikki työkalut ja sovellukset kehiin. Käytän varmasti joka päivä.

### **Millainen asenne minulla on uusiin ehdotuksiin yleensä?**

Elämän ehto. Tosin pakko tunnustaa, että muutamia asioita jäänyt myös puolitiehen, kun sain jo uuden idean.

## Niina Nakittaja

- myyntitykki, oma värikäs kielenkäyttö, jota muut eivät aina ymmärrä
- ideoi, mutta loppuun saattaminen tökkii
- some-kanavat ja muut työkalut pitäisi olla hallussa, mutta käyttääkö kuitenkaan niitä tehokkaasti ja oikein?
- vähättelee ihmisten vaikeuksia uuden oppimiseen ja jonkin verran yhteisiä sääntöjäkin rikkoo
- kyllä muu työryhmä hoitaa, vaikka tämän piti olla valmis jo eilen
- ihan lähipiiri tietää jotain yksityiselämänsäkin puolelta, muttei muut.

### Mitä tavoittelen työssäni?

Tilaa omille ajatuksilleni ja villoille ideoille. Miksi kaikki ei innostu kokeilemaan, kustannus on vaan toissijainen juttu.

### Mistä turhaudun työssäni?

Jos oma ajatus ei mene läpi samoin kuin olin sen itse ajatellut, annan sen näkyä ja kuulua.

### Mitä ajattelen uudistumiskysymyksestä?

Viestintäkanavien ja muidenkin työkalujen pitää olla viimeistä huutoa ja tekniikkaa. Kaikki pitää olla tarjottimella valmiina. On viestintäkanavan rakenteen puute, jos en haluamaani löydä tai osaa.

### Millainen asenne minulla on uusiin ehdotuksiin yleensä?

Riippuu keneltä idea tulee. Kyllä minä suureen ääneen ideoita myös hehkutan ja kannatan, jos yhtään näen niissä potentiaalia.

## Oskari Osastonjohtaja

- monessa mukana
- The head, kantaa vastuunsa
- haluaa toimia nykyaikaisesti, ei tykkää kuulla: "kun aina on tehty näin"
- jos hermo menee, sen huomaa
- kannustaa muita ottamaan uusia toimintatapoja käyttöön tai lopulta pakottaa
- kaksi aikuisuuden kynnyksellä olevaa lasta, liike-elämässä menestyvä vaimo
- golffaa ja matkustelee
- kohdannut elämässään myös henkilökohtaisen tragedian, joten ymmärtää tiettyyn pisteeseen asti myös alaisten vapaa-ajan haasteiden hetkellisen vaikutuksen työhön

### Mitä tavoittelen työssäni?

Nykyaikaistamista, prosessien helpottamista. Tuloksen parantamista. Toivoo organisaatioon osaavaa ja osallistuvaa henkilöstöä.

### Mistä turhaudun työssäni?

Jos ihmiset eivät tee kuten sovitaan. Välinpitämättömyys toisten työtä kohtaan ja tulostavoitteiden huomiotta jättäminen saa minun raivon partaalle. Ymmärrän, että inhimilliset tekijät esim. perheessä, voivat näkyä työssä. Annan hetken aikaa sopeutua, mutta asioihin ei voi jäädä rypemään vaan ne on otettava haltuun. Ei ne asiat voivottelemalla parane.

### Mitä ajattelen uudistumiskysymyksestä?

Tämä on organisaatiokulttuurimme kannalta aivan keskeinen kysymys. Pääviestintäkanavastamme kuitenkin kyse. Tässä uudistuksessa nähdään, ketkä meillä ovat sitoutuneita yhteisiin päämääriin. Kaikkien on oltava tilanteiden tasalla. Pitää olla omatoiminen eikä odottaa kaikkea valmiina.

### Millainen asenne minulla on uusiin ehdotuksiin yleensä?

Pääosin positiivinen suhtautuminen. Mietin tosi tarkkaan kustannustehokkuutta. Hankinnoille ja päätöksille pitää olla vahva peruste. Vain uudistamalla kehitys menee pitkällä tähtäimellä eteenpäin. On osattava ennakoita tulevia trendejä – automaatio, digitaalisuus, robotiikka.

## **Pekka Pessimisti**

- 35 vuotta saman työnantajan palveluksessa
- asuu rintamamiestalossa vaimon ja suomenpystykorvan kanssa
- kynä ja vihko riittää moneen
- tietokoneesta tiedän pakolliset
- firman juhlat, tykyt ja muut yhteiset ovat turhaa hömppää
- mikä some?
- seuraa säätä vuositasolla, kattavat sääpäiväkirjat piirongin laatikossa jo 20 vuoden ajalta

### **Mitä tavoittelen työssäni?**

Teen työni tavallani. Toivon kahden viimeisen työvuoden nopeaa kulkua, mutta odottavan aika on karmivan pitkä. Minulla on mapeissa tarvittavat ohjeet tulosteena. Kyllä minä yhden ohjeen sinne jokunen vuosi sitten päivitin.

### **Mistä turhaudun työssäni?**

Turhat koulutukset ja uuden oppimiset turhauttavat. Miksi minun pitäisi tietää yhtään enempää, entisellä pärjää.

### **Mitä ajattelen uudistumiskysymyksestä?**

Turhaa, mitään uutta ei tarvitse enää. Entisellä pärjää, en halua käyttää uutta. Lounas on kyllä päivän tärkein hetki minulle, voinko tässä välissä kysyä, missä on lounaslista?

### **Millainen asenne minulla on uusiin ehdotuksiin yleensä?**

Kotitalo pitäisi maalata ja emäntä ehdotti uutta väriä – ei helkkari, entinen on ihan hyvä.



## **Ykä Yhteistyökumppani**

- jo monesta projektista tuttu yhteistyökumppani
- tuottaa runsaasti dokumentaatiota insinöörimäisellä otteella
- toimii erityisesti paikallisesti useiden eri toimialojen kumppanina
- vapaa-ajallaan radioamatöörien toiminnassa mukana
- pilvi on arkipäivää – eikä puhuta päihteistä

### **Mitä tavoittelen työssäni?**

Huomioin työssäni tilaajan näkemyksen mahdollisimman monessa dokumentaation vaiheessa. Tykkään toimittaa ajantasaista aineistoa tarkoituksenmukaisella jakelulla ja kanavalla projektin edetessä. Haluan tehdä oman osuuteni jouhevasti, tietoturvalisesti, aukottomasti ja helposti. Tavoitteeni on ylläpitää tilaajaorganisaatio tyytyväisenä ja saada mahdollisuus lisäkauppaan.

### **Mistä turhaudun työssäni?**

Prosessien turhat työvaiheet ja aikaa vievä sähellys. Oltava selvät sapluunat kuka tekee, mitä tekee, kenelle asiat kuuluvat, mitä työvälineitä käytetään. Luoja sitä jahkaamista kenellä on viimeisin versio dokumentista.

### **Mitä ajattelen uudistumiskysymyksestä?**

Toimeksiantajan intra ei sinällään minulle kuulu, mutta onhan niitä työkaluja, joista voisimme hyötyä yhteistyössämme. Pilvessä aineistot ovat saatavilla ajasta, paikasta ja päätelaitteesta riippumatta.

### **Millainen asenne minulla on uusiin ehdotuksiin yleensä?**

Uudistuminen tuo minulle töitä, uusia projekteja. Olisi tietysti oman leipätyön kannalta hienoa, jos tilaajien toimintatavat ja sähköiset työkalut eivät olisi kaikilla erilaiset. Tai että kuuntelisivat vinkkini toimivista ratkaisuista.

## LIITE 2: KUTSU MINIBOOTCAMP-TYÖPAJAAN

Sähköpostitse vastaanottajille.

Aika: 23. tai 25.5. klo 11-14

Paikka: Roihu-neuvottelutila toimitalolla

— — —

Hei

Kokeillaanko ideoida yhdessä? Tervetuloa Minibootcampille pohtimaan, miten haluaisit käyttää intraa tulevaisuudessa.

Minibootcamp on rento työpaja, johon sinun ei tarvitse valmistautua mitenkään eikä tietää mitään esimerkiksi intran teknisestä toteutuksesta. Työpajan tavoitteena on yhdessä ideoida ja pohtia ai-  
hetta käyttäjien näkökulmasta. Riittää, että saavut paikalle ja annat hieman aikaasi, energiaasi ja  
aatoksiasi! Pääset tuomaan oman ja ehkä tiimisiikin näkemyksen huomioitavaksi uuden intranetin  
kehittämisessä.

Opiskelen työni ohessa Savonian ylemmässä ammattikorkeakoulussa liiketoiminnan kehittämistä ja  
sain työnantajaltamme opinnäytetyön aiheeksi mahdollisen uuden intranetin sisältösuunnitelman  
laatimisen. Työni perustaksi haluan kuulla ajatuksianne ja toiveitanne intranetin käyttämisestä.

Täydellä mahalla on kiva aloittaa, joten tarjoan teille lounaan klo 11 Watti-ruokalassamme. Siirry-  
tään lounaan jälkeen Roihuun ideoimaan ja turisemaan.

Tervetuloa!

-Maarit-

P.S. jos et pääse osallistumaan, ilmoittaisitko mahdollisimman pian

-----  
Maarit Antikainen  
Johdon assistentti

Matkapuhelin +358 40 709 7111  
[maarit.antikainen@kuopionenergia.fi](mailto:maarit.antikainen@kuopionenergia.fi)

Kuopion Energia Oy  
Haapaniementie 30  
PL 105, 70101 Kuopio

[www.kuopionenergia.fi](http://www.kuopionenergia.fi)



## LIITE 3: RYHMÄHAASTATELUN KYSYMYKSET

1. Mitkä ovat mielestäsi nykyisessä intrassa pahimmat työtä hankaloittavat pullonkaulat?
2. Millainen yritys- ja viestintäkulttuurimme mielestänne on – tiedän, kun minulle kerrotaan vai tiedän, koska osaan/haluan ottaa selvää?
3. Miten hyödylliseksi koet hiljaisen tiedon keräämisen ja näkyväksi tekemisen?
4. Miten tärkeäksi koet intran päätelaiteriippumattoman käytön?
5. Kaipaako intraan lisää vuorovaikutteisuutta? Osaatko pohtia, miten intraan saisi lisättyä yhteisöllisyyttä?
6. Uskoisitko olevasi valmis kommentoimaan uutisia ja dokumentteja omalla nimelläsi intrassa?
7. Mitkä toiminnallisuudet mielikuvasi mukaisessa, nykyaikaisessa intrassa kokisit erityisesti tukevan työskentelyä?
8. Kuinka näet dokumenttien roolin intrassa? Entä dokumenttien jakaminen ja työstäminen?
9. Mitä mieltä olet uutispalvelusta – haluaisitko suodattaa itse uutisvirtaa?
10. Kokisitko hyödylliseksi graafit (tuotanto, nostot AX:sta, tulospalkkioseuranta yms.)? Aiheet?
11. Haluaisitko muokata sivustonäkymän yksilöllisesti?
12. Mitkä ovat työssäsi keskeiset tietolähteet ja –tarpeet? Millaisia integraatioita kaipaisit intraan?
13. Mitkä rutiinit ja prosessit turhauttavat?
14. Kuuluuko ”huviksi ja hyödyksi” osio intraan?
15. Avoin aatos intrasta – intran omistajuus?

## LIITE 4: MINIBOOTCAMPIN IDEOIDEN/AJATUSTEN KOOSTE TEEMOILTELUNA VÄREILLÄ

## Minibootcamp 23.5. – Miten haluaisin käyttää intranetia tulevaisuudessa

Osallistujan oma näkökulma	Salamatkustajan näkökulma	Teemat
Eri intran osat selkeästi jaoteltu. Esim linkeissä selvä jaottelut, mahdollisesti suuret kuvakkeet	Sähköpostia vähennetään tai korvataan ryhmächatilla	Vuorovaikutus / kommunikointi
Mahdollisuus kommunikoida työyhteisön kanssa	Sovelluksien integraatiot - helppokäyttöisyys	Sisällöntuotto laajempaa /sisällön ajantasalla pito
Uudet ja vanhat uutiset erillään, päivän uutiset korostettu. Esim. meneillään oleva katko tai viivästys	Mobiilikäyttö	Päätelaiteriippumaton käyttö
Selkeä hakemisto tietoon, joka voisi kiinnostaa	Some - henkilöstö osallistumaan intran sisältöön.	Graafit / havainnollistaminen
Energia-alan uutisia reaaliajassa	Intra app kännyköihin, kännyköihin ilmoitus, kun tulee uusia uutisia	Muokattavuus
Tulospalkkioseuranta	Tulos-/tuotantoseuranta verrattuna tavoitteisiin	Selkeä ja helppo
Tiedonjakokanava, jolla paljon käyttäjiä. Jonkinlainen osastointi, voiko itse vaikuttaa joltain osin?	Ei edellytä käyttökoulutusta	Uutisvirta: ulkopuoliset uutispalvelut, sisäiset uutiset
Monipuolisuus -> helppous, mobiilikäyttö	Intran ja esim. Energiateollisuuden ajankoh- taisten uutisten yhteys	Integraatiot / rajapinnat
Henkilökunnan chat, some-seinä	Tiimin päivittäinen rutiinityölukujärjestys	Visuaalisuus
Tiedottamiskanavana. Kuka vain voisi laittaa / jakaa tietoa.	Padeja ruokalaan	Haku-toiminto
Tarvitseeko intran olla intra? Voisiko se olla esim. HANSKA? Nimikilpailu	Tietopaketti: perusohjeet, talon tavoitteet, yhteistyötahot	Tieto-osiot, ohjeet
KE:n kotisivujen ja intran yhteys. Uusimmat päivitykset, someuutiset ym. näkyviin myös intraan.	Mobiilikäyttö	
Mobiilisovellus: käytettävyys, helppous, selkeys	Some intraan	Jokin muu
Henkilöstön yhteystiedot ja toimenkuvat helposti löydettävissä	Päivitetyt ohjeet ja muutokset esille	
Talo tutuksi	Tiedon haku selkeää, helppoa	
Ihmiset tutuksi	Lounaslista ja ruokalassa tapahtuu -osio	
Vireillä olevat eri osastojen "top 10" työt, kehityskohteet, häiriöt yms.	Sää tiedot ja säähistoria	
Intrasta suorat linkit tärkeimpiin sovelluksiin -> helposti käytettävissä	Tiedon jakaminen yhteistyökumppaneiden kanssa, esim. käytössä projektityyppisessä työssä, pilvipalvelu	
Toimiva haku	Päällekkäisen tiedon karsiminen	
Tiedon saannin kanavana	Selkeä layout	

## Minibootcamp 23.5. – Miten haluaisin käyttää intraa tulevaisuudessa?

Osallistujan oma näkökulma	Salamatkustajan näkökulma	Teema
Helpompi haku-toiminto	Taulu / osio, josta näkee yhdellä silmäyksellä ketkä töissä/ lomalla / poissa.	Vuorovaikutus / kommunikointi
Nopeasti mobiililla	Tietokanava yrityksen yhteisissä asioissa	Sisällöntuotto laajempaa / sisällön ajantasalla pito
Hyvä saavutettavuus. Eli toimii kaikilla selaimilla ja kännykässä.	Kaikki tarvittava esimiesmatsku intaan -> suorat linkit, jos tarvii muualle siirtyä	Päätelaite riippumaton käyttö
Selkeys	Lopetetaan s-postin käyttö -> se on niin 2000-lukua. Kaikki intraan -> sieltä jokainen voi ottaa itselleen sen tiedon mitä haluaa-> hyötyä parviällyn valjastamisesta	Graffit / havainnollistaminen
Vuorovaikutteinen	Tehokas, helppo, edullinen tiedotuskanava samalla koko talolle tai tiimille	Muokattavuus
Haluaisin lukea intrasta enemmän ajankohtaisia asioita eri liiketoiminnoista. Pienetkin asiat voisi olla kiinnostavia.	Paljon toimintoja	Selkeä ja helppo
Hyvät hakutoiminnot vrt. google	Yhdestä napista / paikasta kaikki tieto	Uutisvirta: ulkopuoliset uutispalvelut, sisäiset uutiset
Tuoretta mielenkiintoista sisältöä	Some-kanavat ympäröivä intraan	Integraatiot / rajapinnat
Visuaalista ilmettä: kuvia, videoita, live-kuvaa	Asiakkeskeinen	Visuaalisuus
Etsin ohjeita	Linkitetty intra	Haku-toiminto
Selkeästi jäsenllystä intrasta löytyisi tieto helposti	Monikielinen	Tieto-osiot, ohjeet
Kaikenlaisena tietopankkina	Joka käytävälle Intra Wall	
Työpaikkaan liittyviä uutisia / tiedotteita etsin.	Nykyinen intra on hyvä. Ei kannata panostaa.	
Loma- ja poissaolotiedot intrassa	Paperinen kenetti hyvä tiedotuskanava. Se tulee luettua.	
Esim. aspan työvuorot voisi löytyä intrasta	Mobiilikäyttö - uusista uutisista ilmoitus esim. kuten Facessa	
Voisi olla käytettävissä myös vapaa-ajalla, jolloin saa tarvittavat tiedot myös silloin.	Laatukäsikirjan sijaintipaikkana	
Henkilöstön edut löytyisivät kätevästi	Selkeä toimintalogiikka ja järjestys	
Puhelimella	Yhdestä paikasta löytyy kaikki tarvittava: tiedotteet, ohjeet, työvuorot, yhteystiedot	
Työkaluna: voisiko intra tiedonvälityskanavana korvata osan sähköposteista -> tämä voisi lisätä myös avoimuutta eri toimintojen välillä	Vanhentunut tieto pois -> ei lomakkeita, jotka eivät ole käytössä	
Kynnys intraan postaamiseen voisi olla matalampi -> muutkin kuin valittu joukko voisi toimia sisällöntuottajana	Vuorovaikutus, kaikki voi lisätä tietoa	
Etusivuna kaikille	Ostotilaukset intraan julkisina -> parantaa hankintojen kustannustehokkuutta kun liiketoiminnon voivat yhdistää ostoja	
Kaikilla laitteilla		
Saisi tehdä itse lisäyksiä, ilmoitusosio		
Somewall on, entäs intrawall		
		Jokin muu

## Molempien ryhmien ideajalostamot

**RYHMÄ 1** **Ideajalostamo 1**

YHDISTELY	UUSI IDEA
Talo tutuksi	Sää-ta ja tulosdata vertailtavissa. Mahdollinen ennustettavuus
Ihmiset tutuksi	
Energia-alan uutisia reaaliajassa	
Mobiilisovellus: käytettävyys, helppous, selkeys	
Sää tiedot ja säähistoria	Hyötykäyttöön eri datalähteet
Toimiva haku	
Tiedon saannin kanavana	
Some intraan	
Tulos-/tuotantoseuranta verrattuna tavoitteisiin	

IDEA	MEGATRENDI	UUSI IDEA
Tiedon / uutisten saatavuus	Taidot haastavat tiedot	Uutisväylä, jossa voi itse määritellä mitä uutisa vastaanottaa ukopuolisilta tahoilta tai talon sisältä.

IDEA	KYLLÄ, JA...	UUSI IDEA
Ihmiset ja talo tutuksi	Kyllä, ja...	Eri osastot tutuiksi esittelyjen ja ryhmäkuvien avulla. Ydintehtävät. Keneen ottaa yhteyttä eri osastojen asioissa.

**RYHMÄ 1** **Ideajalostamo 2**

YHDISTELY	UUSI IDEA
Some intraan	Käytön helppous Voi käyttää ilman some-tunnuksia

IDEA	MEGATRENDI	UUSI IDEA
Tiedonjakokanava	Data on valtaa ja vaurautta	Tieto helposti löydettävissä. Tietoa, dataa saatavilla ohi osastorajojen Asiakaat tutuiksi

IDEA	KYLLÄ, JA...	UUSI IDEA
Tiedon jakaminen yhteistyökumppaneiden kanssa. Projektit.		Intran käyttömahdollisuus ulkopuolisille tahoille, esim. projektipankit.

**RYHMÄ 1 Ideajalostamo 3**

YHDISTELY		UUSI IDEA
Mobiili	Some	Intranetin mobiiliapplikaatio, jossa voi somettaa työkavereiden kanssa.

IDEA	MEGATRENDI	UUSI IDEA
Tulospalkkioseuranta	Talouden onnistumisen uudet mittarit	Päästöt vs. tulos
		Työaikaleimaukset (jaksaminen/stressi)
		Sairaspoissaolot

IDEA	KYLLÄ, JA...	UUSI IDEA
Toimiva haku	Kyllä, ja... tulevaisuudessa se voisi toimia puheentunnistuksella.	Puhuva intra
Talo tutuksi	Kyllä, ja ... esittelyvideoita osastoilta	Vlogit

**RYHMÄ 2 Ideajalostamo 1**

YHDISTELY		UUSI IDEA
Hyvä saavutettavuus. Eli toimii kaikilla selaimilla ja kännykässä.	Haluaisiin lukea intrasta enemmän ajankohtaisia asioita eri liiketoiminnoista. Pienetkin asiat voisi olla kiinnostavia.	Twitteri eli savolaisittain "Kuuma linja". Esim. Instagram Story -tyylinen näkymisaikaraja

IDEA	MEGATRENDI	UUSI IDEA
Vuorovaikutteinen	Globaali asioiden Internet ja hyperkonnektiivisuus	Hyperkonnektiivinen robotti, joka tietää kaiken. (Prosessiasiat, henkilöstöasiat, talousasiat, kl-asiat, verkkoasiat, myyntiasiat) Voi esittää kysymyksen, robotti vastaa. Esim. En osaa ajaa HPN1 turbiniä ylös tai miten tilaan lounasruokailun vieraille.

IDEA	KYLLÄ, JA...	UUSI IDEA
Asiakeskeinen	Selkeä	KEKOOKLE

**RYHMÄ 2 Ideajalostamo 2**

YHDISTELY		UUSI IDEA
Saisi tehdä itse lisäyksiä, ilmoitusosio		Helpottaa ylläpitoa, vrt. wikipedia

IDEA	MEGATRENDI	UUSI IDEA
Ostotilaukset intraan julkisina -> parantaa hankintojen kustannustehokkuutta kun liiketoiminnon voivat yhdistää ostoja	Data on valtaa ja vaurautta - pääsy dataan, kyky hyödyntää ja yhdistellä luovasti.	Hyödynnetään talossa piileviä resursseja

IDEA	KYLLÄ, JA...	UUSI IDEA
Somewall on entäs intrawall		Pieniä uutisia talon sisäisestä toiminnasta. Pöyhittää sisältöä.

## LIITE 5: RYHMÄHAASTattelun Kooste

### Laajennetun johtoryhmän vastauksien kooste (15.6.2018)

Henkilö 1	Henkilö 2	Henkilö 3	Henkilö 4	Henkilö 5	Henkilö 6
<p>Sisällön hallinta. Sisältöä vaan lisätään ja lisätään, paissuu. Hakukone ei täydellinen. Löydettävyys, vanhentuneet versiot, sisällön paissuminen. Rakenne organisaatioskeikkeen/arkistokeskeinen eikä 1 sisältökeskeinen.</p> <p>1. sisältökeskeinen.</p> <p>Aiemmin piti joppa painottaa, että intra 2 on pääviestintä kanava.</p> <p>Joskus on törmännyt, että asiiantuntija haluaa vahvistaa omaa kompetenssiaan pantamalla tietoa. Pitää oppia jakamaan tietoa. Asiakasrintamalla tärkeää saada tieto, jos joku kuoppaa aikaa toistua. Pitää tuoda limi ilman kyselyä.</p> <p>3 Omatoimisuus.</p> <p>4 Tärkeä</p> <p>Teknisesti pitää olla helppoa intrassa. Eri erillisistä kirjautumista foorumille. Kulttuurin rakentaminen ja anojen luominen vuorovaikutukseen. Keskustelija pitää jonkun seurata, ei 5 päätyöhään, mutta kuitenkin.</p> <p>Pitää miettiä, mihin tarkoitukseen vastausta käytetään. Kevyempi vuorovaikutusmalli on mm. uutisen kommentointi.</p> <p>6</p>	<p>Onko ohjeet yms. Ajantasaiset? Pitäisi olla kaikissa pvm, milloin päivitetty. Jatkoa odotus mobiilikäytön helppoudesta. Infotaulujen hyödynnettävyys.</p> <p>Esimesinfot hyvä kanava tiedottaa. Esimeisten velvollisuus tiedottaa eteenpäin. Tavoitteena, että kaikilla samat säännöt.</p> <p>Riippuu tilanteesta. Pitäisi katsoa freessinä puhtaalta pöydältä ilman vanhaa tietoa. Mutta toisaalta on avainhenkilöitä, joilla tärkeää ammatillidolista tietoa, joka olisi kamalaa menettää. Jottei tarvitsisi keksiä pyörää uudelleen. Entiselle Oille pantataan tietoa, joka pitäisi olla kaikkien / tiimin saatavilla.</p> <p>Avainhenkilöiskien poistaminen.</p> <p>Tärkeä, nykypäivää</p> <p>Kaivataan vuorovaikutteisuutta. Realin kautta harjoiteltu. Keskustelut: moderaattorin tarve, jos lähtee lapaasta. O365 pilkkäselityt vaikutti lupaavalta, ne voisi olla nimettömiä. Annen ehdotuksen mukaisesti.</p> <p>Kyllä johtoryhmällä on velvollisuus käydä katsomassa, mitä keskustellaan. Pitää miettiä kommenttiaan, kuten Anne sanoi, ettei tule väärinymmärryksiä. Kuka on viestin vastaanottaja?</p>	<p>Henkilö 3</p> <p>Henkilö 4</p> <p>Henkilö 5</p> <p>Henkilö 6</p>	<p>Haku antaa vanhojakin versioita. Mistä tietää, onko pätevä versio?</p> <p>Molempia löytyy. Paramusta on tapahtunut. Jäädään vavomaa epäselvää asiaa, vaikka kysymäillä selviäisi. Eli on vielä ei tiedetä, kun ei kerrota -ajattelu.</p> <p>Jottei samaa asiaa joutuis keksimään uudestaan ja uudestaan. Oman aseman pönkittäminen tietojen salaamalla on vähentynyt. Onko asioiden esille tuonti arvostelua vai auttamista.</p> <p>Tärkeä</p> <p>Omalla nimellä kommentointi ehdottomasti. Keskustelut ei voi mennä nimettömiä. Kysely nimettöminä ok. Työnantajan on kuitenkin taruttava esin tuleviin asioihin. Vaikea nähdä, että nimetön kommentointi olisi kehitettävä.</p> <p>Humagin alustallahan sitä on harjoitellut ja on tullut hyväkin juttuja. Mahdollisuus 'kuulla' väärää käsityksiä ja henkilöitä hientävä asioita, jotka ei muuten tule esiin. Onnistuessaan olisi mahdollisuus vähentää niitä ja lisätä infoa asioista, jotka ihmisiä puhuttaa. Peterin huoli seksosokusta: Ei vuorovaikutteisuus aina tarkoita valtavia keskustelupalustoja siellä täällä vaan pitää miettiä toiminnan kannalta. Esim. muutto-excel mallina.</p>	<p>Paljon tietoa, mutta löydettävyys on ongelma. Rakenne ei hyvä. Erialaisten ihmisten huomioiminen. Kaikki ei työskentele tietokoneella eikä avaa intraa useisiin päiviin välttämättä. Infotauluille nostoja ehkäpä, jotka houkuttelisi intraan.</p> <p>Löydettävyys ongelmana</p> <p>Verkolla rinta rinnan. Viedään tietoa ja luotetaan, että myös on omatoiminen</p> <p>Törmätty usein haasteeseen. Hiijaista tietoa kertynyt paljon. SVOS on aikanut kerätä hiijaista tietoa mm. putkilukoista ja kohteisiin sisään pääsystä mm. valokuvien ja pienen kommentin järjestelmän. Paljon olisi tällai saralla tekemistä (intran ulkopuolilakin).</p> <p>Onko intra oikea piakka hilaisen tiedon keräämiseen?</p> <p>Tärkeä</p> <p>Oletus tulee, että jos henkilökuuta kommentoi, tulee seurata tosi aktiivisesti ja huolehtia kommentoinnista. Miten näkyy, että on tullut kommentointia? Millä tavoin tulee ilmoitus, että pitää reagoida. Esa ja Eliisa nosti esiin, että esimerkiksi on muutto- ja siivoustalukot</p> <p>Henkilöstöä odotus, että vastataan. Uuden kommentit pitää nousta josta esiin, ettei tarvitse piärtää.</p>	



<p>Hakukone hyvä. Ryhmittely tiedoille - max kolmella kiillauksella päästävää tietoon. Suunnittelun pohjana ei ole arkistointi. Uutispalvelu toimii. Päivittäisjohtamista tukeva informaatio graafeina (minkä verran siirretään sähköä, minkä verran tuli uusia asiakkaita, minkä verran meni kaukoliämpöä, minkä verran oli uusiuutuvia polttoaineita käytetty tms) . Mitä tietoa eniten tarvitsee, niin se 7 löytyy helpoiten.</p>	<p>Puhelinluettelo ja tarjoilun tilauslomake eniten käytössä.</p>	<p>Mitä haetaan intrasta eniten, saadaanko raporttia? Epäilee, että yhteystietoja. Peter epäilee lounaslistaa. Jonkun on pidettävä intran rakenne järjestyksessä.</p>	<p>Eri järjestelmien käyttö - Teams, Intra, dokumenttien hallinta. Ei samaa tietoa moneen paikkaan.</p>	<p>Graafeista puhuttaessa: Graffit taustalla. Voi mennä katsomaan halutessaan. Ei etusivulla.</p>
<p>Dokumenteista ei päästä eroon. Ne sisältävät myös hiijaista tietoa. Työtillat vähentävät s-postia. Kaikille älypuhelin, mistä voisi katsoa intraa. Infotauluille omia uutisia pyörimään. Asentajat yms: pitää miettiä mitä kukin tarvitsee, ei välttämättä kaikkien väylien Intran tieto olisi avoin kaikille. Dokumentin hallinta tms. olisi rajattu.</p>	<p>Esim. Teams vaikuttaa hyvälle asiakkirjojen muokkaamiseen ja jakamiseen (työtilana). Intra olisi enemmän sellainen infon jakamis- ja vuorovaikutuskanava. Asentajien yms. Intran käyttöön: ei pidä tehdä liian suurtakaan mörköä - muutokseen opitaan. Asentajilla olisi juurikin paljon tarjennettavaa hiijaista tietoa. Aiemmin ollut esimerkkejä esim. sähköisestä käyttöpäiväkirjasta.</p>	<p>Huomioitava eri käyttäjät. Joku asentaja ei innostu käyttämään kaikkia välineitä, Teams yms.. Mitä henkilö tarvitsee omassa työssään. Muistettava, ettei kaikilla ole läppäri mukana.</p>	<p>Puhetunnistus hakukoneeseen - Eliisa ja Anne tykkäsivät ideasta</p>	<p>Uutispalvelussa voisi olla sorttaus. Mikä kiinnostaa ketäkin. Kukin saisi valita itse listasta aiheet. Ja niitä saisi itse muokattua.</p>
<p>8 Pitää päästä suoraan.</p>	<p>postit seurataa katsoo. - Perisoonakohtainen haku olisi hyvä. Vähän kuten YLEn push, voi valita itse painotuksia.</p>	<p>Ei käytä tätä kautta. S-postiin tulee seuranta. - Sorttaus voisi olla fiksum</p>	<p>Ei tule käytettyä</p>	<p>Jos pitää neuvoa toista, on vaikea, jos kaikilla erinäköinen.</p>
<p>9 esiin.</p>	<p>10 Graffit tuli käsiteltyä jo aiemmin kohdassa 7</p>	<p>Osa sivustosta lukittua ja osa muokattavaa ehkäpä. 2/3 lukittu ja 1/3 muokattavaa omien suosikkien mukaan.</p>	<p>Google on tärkein. Intraa katsoo ohjeita. Mm. henkilöistöön liittyviä ohjeita. Jos ohjeen laiteraan vaikka Teamsin puolelle, niin pitää miettiä, että mitä on missään meillä on se ajantarkkailujärjestelmä. Ns. lähellä M2:ee...</p>	<p>Intra on yksi tärkein tietolähde itseasiassa.</p>
<p>11</p>	<p>12</p>	<p>13</p>	<p>14</p>	<p>15</p>

<p>13 Se ettei löydä. Sä tiedät, että se on siellä jossain, mutta et vaan löydä</p>	<p>Oma itse turhauttaa väillä. Vanhentunut tieto, löymättömyys.</p>	<p>Löydetävyyden ongelmat</p>	<p>M2-intraalikki menee ilman salasanaa, jos kopioi osoitteen, vaatii salasanan. Turhautti. Tykkää käyttää työpöydän kautta. Sovellaan pitää syöttää salasana, krr. itse tykkää mennä Meppoon, Neptoniin, M2:een työpöydän kautta</p>	
<p>14 Verkkosivujen/ sosiaalisen median näkyminen intrassa, koetaanko hyödylliseksi.</p>	<p>Omita tapahtumista esim. kiva nähdä kuvia. Olisi kiva nähdä blogit ja some myös intrassa. Viihde ja hyödykys-osi kohtuullisessa määrin.</p>		<p>Netistä löytyy paljon, tarvitaanko muuta ylimääräistä. Tietokilpailut ja vitsit - ei innosta. Roihu on eri, samon kuin yhdessä tekeminen</p>	<p>ePassin hyödyntäminen - käytötvinkit.</p>
<p>15 Etusivu visuaalinen, kiinnostavampi. Positiivinen fiilis, ei arkiostointijärjestelmään meneminen. Intraalla oltava omistaja - viestinnästä vastaaja - pääkäyttäjä, jaetut vastuut osaluultain. Tietojen seuraaminen (seuraa kaupan lippujen arvontoja, jolloin tulisi nosto) vähän kuin tähdeliä merkittäminen.</p>	<p>Tiedolla oltava omistaja. Kuka vastaa tiedon oikeellisuudesta. Systemaattista läpi käyntiä ja karsimistakin. WWW-sivujen ulkonäkö miellyttävä.</p>	<p>Viestintä ja markkinointi kuuluu olla intran omistaja.</p>	<p>Tieto-osioiden vastuu. Onhan tsekattu, että asiat on ajantasalla. Aikanaan työturvallisuusmappi oli jaettu vastuuhenkilöille. Vuosittain tsekkaus. Se toimi, koska oli selvät sävellet. Itseille tärkeiden uutisten tärkeiksi merkittäminen, ettei poistu.</p>	<p>Ei yksi ihminen voi vastata intran tiedon ajantasaisuudesta. Kuka tuottaa tiedon, vastaa siitä. Vanhemmisajan määrittäminen. Tasapaino, ettei henkilön aika mene surffailuun ja työt jää tekemättä.</p>

## LIITE 6: INTRANETIN SISÄLTÖSUUNNITELMA

Opinnäytetyön edetessä toimeksiantajayritys teki päätöksen, että intra toteutetaan O365 modernina SharePoint –viestintäsivustona (on-line). Intran sisällön suunnittelu jatkuu sivuston toimittajan ja liiketoimintojen kanssa. O365 SharePointin rakenteen työstämisessä ja erityisesti navigoinnin suunnittelussa on toimittajalla merkittävä rooli.

Organisaatiossa toteutetaan samaan aikaan dokumenttienhallinnan uudistusta (M-Files) sekä on äskettäin otettu käyttöön O365-sovelluksia, kuten Teams. Nämä uudistukset on huomioitava myös intran toteutuksessa mukana olevan toimittajan johdolla. Kaikkien järjestelmien on limittydyttävä siten, että tiedon hallinta pysyy yhtenäisenä ja helposti hallittavana. Organisaatio luo tiedonohjaussuunnitelman, jonka mukaan erilaisille tiedoille määritellään säilytyspaikat, mahdolliset työkulut, käyttöoikeudet yms. Reaaliaikainen tieto tulee olla saatavilla vain yhdestä lähteestä. Näin ollen uuteen intraan ei ole tarvetta luoda liiketoimintojen omia sivustoja (kuten olemassa olevassa intrassa on), sillä liiketoimintojen tarpeita on alettu jo toteuttaa Teamsissa.

**Kieli:** suomi

**Rakenne ja haku:** Yksi hub-sivusto (keskussivu) + 4-8 sivustoa: hakutoiminto kattaa yhden hubin ja siihen liitetyt sivustot, joissa navigaatio ns. alaotsikoihin. Esimerkiksi:

Intran juurisivusto (hub)

- HR
  - Esimiesten tietokansio
  - Hr-lomakkeet ja ohjeet
  - Työterveys ja –hyvinvointi
  - Matkustus
- Tietoa meistä
- Ajankohtaista
- Työn tuki
- IT
- ...

Hakutoiminto hakee tietosisällön nimestä/otsikosta, metatiedoista, sisällöstä. Google-tyyppinen hakutoiminto.

### Visuaalisuus:

- sivuston värimallit muokataan graafisen ohjeen värien mukaiseksi
- käytetään suuria kuvituskuvia
  - jos kuvan päällä tekstiä, teksti keskitetään (toimii paremmin myös mobiiliin skautuessa)
- kuusi erilaista palstamallia
- 35 erilaista web-osaa (sisältömoduulia)

- kiinteä ylätunniste, johon lisätään yrityksen logo
- käytetään tarjolla olevia ikoneja, ei luoda omia uusia
- graafeilla havainnustetaan yrityksen taloutta, tuotantoa tms. (rajapinnat tietokantoihin)

#### **Tieto-osio ja ohjeet:**

- työntekoa tukevaa tietoa
- ohjeita erilaisessa työuran vaiheessa oleville, erilaisissa toimenkuivissa oleville
- tehokkuuden lisääntyminen oikean ja ajantasaisen tiedon myötä
- sosiaalisen median elementtien nosto myös intraan
- mahdolliset dokumentit: mikä on alkuperäinen sijainti, jossa myös päivitys tapahtuu (vrt. uusi dokumenttien hallintajärjestelmä + linkitys intraan)

#### **Vuorovaikutus:**

- yhteisöllisyyden lisääntyminen
- hiljaisen tiedon siirtyminen
- keskustelumahdollisuus tiimeissä, tarvittaessa organisaatitasoisia keskusteluja myös
- dokumenttien ja ajankohtaisten uutisten kommentointi

#### **Laajempi sisällöntuotto:**

- sisällöntuottajia ovat käytännössä kaikki keskusteluihin / kommentointeihin osallistuvat
- liiketoiminnoinnain nimettyjä sisällöntuottajia, jotka koulutetaan (työnkulut, web-osat, kirjastot...) -> vastuu tiedon säännöllisestä tarkastamisesta ja ajan tasalla pitämisestä
- intran omistajuus yrityksessä viestinnästä vastaavalla
- toimittajalta jatkuva tukipalvelu ja kehittämisen edistäminen

#### **Muokattavuus:**

- O365 modernit viestintäisivustot eivät mahdollista käyttäjäkohtaista näkymien muokkamista, mikä nousi työpajoissa toiveena.
- Personointi - voi valita itse omat suosikit (seurattavat osiot, henkilöt...)
- Profilointi - voidaan määrittellä, että uutinen koskee vaikka energiantuotannon henkilöstöä.
- Kategoriointi - uutisen metatietojen määrittelyä, RSS-syötteitä voi määrittellä eri tavoin, jolloin eri liiketoimintojen sivustoilla on erilaiset ulkopuolisten lähteiden tuottamat uutisvirrat.

#### **Huviksi ja hyödyksi:**

- voi kokeilla uusina toimintona kirpputoria tai kimppekyytiä
- yrityksen tarjoamat pääsyliput yms. vapaa-ajan viihdykkeet