

Talo-oppaan laatiminen toimistokiinteistöön



Ojajärvi, Minna

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Talo-oppaan laatiminen toimistokiinteistöön

Minna Ojajärvi
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen
Opinnäytetyö
Toukokuu 2009

Laurea ammattikorkeakoulu

Laurea Leppävaara

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Toimitilajohtaminen

Tiivistelmä

Minna Ojajärvi

Talo-oppaan laatiminen toimistokiinteistöön

Vuosi

2009

Sivumäärä

49

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen työ, joka sisältää opinnäytetyöraportin sekä erillisen produktiosan. Produktia ei julkaista tämän opinnäytetyöraportin yhteydessä, koska se sisältää salaista tietoa, jonka levittäminen ei ole mahdollista. Opinnäytetyön tavoitteena oli tiedottamisen perusteiden ja haastattelututkimusten tulosten perusteella selvittää, mitä tietoa, ja missä muodossa, uuden tiedottamisen välineen, talo-oppaan, tulisi sisältää. Selvitysten perusteella oli tarkoituksena laatia valmis talo-opas esimerkkikohteeseen. Opinnäytetyön toimeksiantaja on ympäristön huoltoon ja kiinteistöjen tukipalveluihin erikoistunut suomalainen pörssi-yhtiö. Työn lopputuloksena rakennettu talo-opas on kohdistettu toimeksiantajan asiakasrytyn pääkonttoriin.

Tiedottaminen on yksi yrityksen tärkeimmistä tehtävistä. Sen avulla rakennetaan yrityskuvaa ja saavutetaan työyhteisössä asetettuja tavoitteita. Tiedottaminen tulee olla oikea-aikaista, rehellistä, avointa, selkeää ja säännöllistä. Yrityksen on osattava valita oikea henkilö tiedotusvastaavaksi ja tiedottamisen välineiden tulee olla ajan tasalla sekä kyseiseen yritykseen ja tiedotettavaan asiaan sopivia. Tiedottamisen voidaan sanoa onnistuneen, kun yrityksen oma henkilöstö ja ulkopuoliset sidosryhmät ovat tietoisia yritystä koskevista asioista.

Haastattelujen suunnittelu ja toteutus suoritettiin kirjallisuudesta löytyvän tiedottamisen teorian mukaisesti. Edelleen tiedottamisen teoriaa ja haastattelutuloksia yhdistämällä luotiin tiedottamisen välineeksi asiakaskohteeseen talo-opas. Työssä keskityttiin oppaan selkeyteen ja oikeinkirjoitukseen sekä pyrittiin kirjoittamaan asiat tiiviisti ja jättämään turhat fraasit pois. Erityishuomiota kiinnitettiin myös oppaan ulkoasuun, josta tuli saada informatiivinen ja kiinnostusta herättävä. Tavoitteena oli luoda helposti päivitettävä opas, josta tieto löytyy nopeasti ja vaivattomasti. Opasta suunniteltiin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan edustajien kanssa. He olivat mukana talo-oppaan viimeistelyyn saakka, jolloin oppaasta saatiin heidän tietojensa avulla käytännöllinen ja juuri asiakkaan kiinteistöön sopiva paketti.

Talo-oppaalle on ollut tarvetta toimeksiantajan asiakaskiinteistössä, sillä ongelmana on ollut se, että tieto on ollut hajallaan, jolloin henkilöstö ei ole aina tiennyt, minne pitäisi ottaa yhteyttä erilaisissa kiinteistöasioissa. Talo-opas on ratkaisu tähän ongelmaan, sillä sen tarkoituksena on kiinteistössä toimivan henkilöstön tiedottaminen erilaisista kiinteistöön liittyvistä asioista, keskitetysti ja selkeästi. Talo-opas on sähköisessä muodossa ja kansioon koottuna oleva ohjeisto, josta löytyvät kiinteistön perustiedot sekä tarkat tiedot kaikista tarjolla olevista toimitila- ja käyttäjäpalveluista.

Avainsanat: Talo-opas, tiedottaminen, tiedottamisen väline

Laurea University of Applied Sciences
 Laurea Leppävaara
 Service Management Programme
 Facility Management

Abstract

Minna Ojajärvi

Creating a real estate guide to an office building

Year	2009	Pages	49
------	------	-------	----

This thesis is a functional thesis, which includes thesis report and a separate production part. The productive part is not published in the thesis report, because it includes secret information that is not possible to be distributed. The goal of the thesis was, based on fundamentals of communications and interview survey, to find out which information and in what form, a new means on communications, a real estate manual, should include. Based on a survey the purpose was eventually to prepare a complete real estate manual to a case building. The employer of the thesis is a Finnish public company that is specialized in environment care and real estate support services. The real estate manual that was the result of the thesis is targeted to the employer's main customer's headquarters.

Communication is one of the most important tasks of a company. The company image is built on communication and also goals that are set in the work community are reached by communication. Communication must be timely, honest, open, clear and regular. A company must be able to choose the right person to be responsible for the communication and the means of communication must be up-to-date and suitable for the company and the matter that is communicated. Communication can be seen successful when the company's personnel and external interest groups are aware of matters concerning the company.

Planning and execution of the interviews was carried out according to theory of communication that was found in literature. Furthermore, combining the theory of communications and the interview results, the real estate manual was created for means of communication. The work concentrated on clarity and spelling of the manual and the facts were aspired to be written concisely and to leave out unnecessary phrases. Special attention was also paid on the layout of the manual, which had to be informative and arouse interest. The goal was to create a manual that is easy to update and where the information can be found quickly and easily. The manual was planned in close co-operation with the representatives of the employer. They were involved in the process until finishing of the manual, with help of their information the manual became practical and exactly suitable package for the customer's real estate.

There has been a need for a real estate manual in the employer's customer real estate, because it has been a problem that the information has been dispersed and the personnel has not always known whom to contact in different kinds of real estate matters. The real estate manual is a solution to this problem, because it's purpose is to inform the personnel working in the real estate about different aspects related to the real estate concentrated and clearly. The real estate manual is a rubric in electronic format and gathered into a folder, where the basic information of the real estate and specific information of all premises and user services can be found.

Key words: real estate manual, communication, means or communication.

SISÄLLYS

1	Johdanto.....	5
2	Työn taustaa	6
	2.1 Tavoitteet ja aiheen rajaus	7
	2.2 Opinnäytetyön käsitteistö	8
3	Yrityksen tiedottaminen	8
	3.1 Tiedottamisen tavoitteet ja tehtävät	9
	3.2 Sisäinen tiedottaminen.....	9
	3.3 Ulkoinen tiedottaminen.....	10
	3.4 Tiedotusstrategia ja tiedotustoiminnan kehittäminen	13
	3.5 Tiedottamisen vastuunjako.....	15
	3.6 Tiedottamisen välineet	15
4	Teemahaastattelut	17
	4.1 Toimitilapäällikön haastattelu.....	20
	4.2 Palveluesimiehen haastattelu.....	24
	4.3 Hallintopäällikön haastattelu	26
	4.4 Haastattelujen yhteenveto	28
	4.5 Puhelinhaastattelu toimeksiantajan tiedottajalle	29
5	Talo-oppaan toteutus	31
	5.1 Teorian ja haastattelujen antamat lähtökohdat talo-oppaan rakentamiseen. 31	
	5.2 Ideointi ja aloitusvaihe.....	32
	5.3 Talo-oppaan sisältö	33
	5.4 Ulkoasu, kansitus ja julkaisu	38
	5.5 Tiedote talo-oppaan valmistumisesta ja julkaisusta.....	38
6	Yhteenveto ja johtopäätökset	41
7	Toimeksiantajan arviointi	44
8	Itsearviointi	44
	LÄHTEET	47
	LIITTEET	48

1 Johdanto

Yritykset pyrkivät menestykseen tunnettuuden ja hyvän maineen avulla. Hyvin hoidettu liiketoiminta ja avoin tiedottaminen, auttavat luomaan myönteistä yrityskuvaa asiakkaiden ja muiden sidosryhmien silmissä. Tiedottamista hoitavat yrityksissä erilaiset viestinnän ammattilaiset; kuten tiedottajat, viestintäassistentit, viestintäpäälliköt tai oto-tiedottajat, jotka tekevät tiedottamistyötä oman työnsä ohella. Tiedottaminen jaetaan yrityksen sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen. Sisäisessä tiedottamisessa kohderyhmänä on yrityksen oma henkilöstö, ja ulkoisen tiedottamisen kohderyhmänä kaikki sidosryhmät, kuten asiakkaat, media ja yhteistyökumppanit.

Yritysten tulee jatkuvasti kehittää tiedotustoimintaansa. Yrityksen tiedottamisen tulee olla avointa, rehellistä, selkeää, säännöllistä sekä oikea-aikaista. Tiedottamisen strategiseen suunnitteluun pitää panostaa, koska toimintaympäristö kehittyy, sidosryhmät vaativat yhä tehokkaampaa tiedottamista sekä tiedottamisen välineet kehittyvät ja uudistuvat. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2002, 103-109.) Opinnäytetyön toimeksiantajayrityksen tavoitteena on vahvistaa ja ylläpitää yrityskuvaa menestyväenä ja luotettavana asiantuntijayrityksenä, joka kantaa vastuuta ja kehittää toimintaansa jatkuvasti.

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia talo-opas suomalaiselle pörssiyhtiölle, joka on erikoistunut ympäristön huoltoon ja kiinteistöjen tukipalveluihin. Tavoitteena oli suunnitella ja laatia toimeksiantajan asiakkaan kiinteistöön, eli helsinkiläisen suuren yrityksen pääkonttoriin, täysin uusi tiedottamisen väline, talo-opas. Talo-opas kertoo yleistä tietoa kiinteistöistä sekä informaatiota kaikista kiinteistöistä löytyvistä toimitila- ja käyttäjäpalveluista, kuten postituksesta, aulapalveluista ja jätehuollosta. Opinnäytetyössä kerrotaan toimeksiantajayrityksen sekä asiakasyrityksen tiedottamisesta, sekä uuden tiedottamisen välineen laatimisprosessin vaiheista ja etenemisestä.

Tämä opinnäytetyöraportti alkaa työn taustan selvityksellä sekä tavoitteiden ja aiheen rajauksella. Sen jälkeen on esitelty tärkeimmät käsitteet, jonka jälkeen luvusta kolme alkaa teoriaosuus. Teoriapohja perustuu yrityksen tiedottamisesta kertovaan kirjallisuuteen sekä teemahaastatteluihin. Teoriaosuudessa käsitellään tarkemmin yrityksen tiedottamista, ulkoista sekä sisäistä, tiedotusstrategiaa, tiedotusvastuita sekä tiedottamiseen käytettäviä välineitä. Luvussa neljä kerrotaan kolmesta teemahaastattelusta, jotka toteutin saadakseni tietoa ja apua talo-oppaan rakentamiseen. Opinnäytetyön loppupuolella käydään yksityiskohtaisesti läpi talo-oppaan luontiprosessi, ja kerrotaan lisäksi talo-oppaan julkaisemiseen liittyvistä asioista sekä tiedotteen laatimisesta liittyen talo-oppaan valmistumiseen ja ilmestymiseen. Opinnäytetyöraportin päättävät yhteenvedo ja johtopäätökset, itsearviointi ja toimeksiantajan arviointi.

2 Työn taustaa

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Se voi olla alasta riippuen esimerkiksi ammatilliseen käytäntöön suunnattu ohje, ohjeistus tai opastus, kuten perehdytysopas, ympäristöohjelma, turvallisuusohjeistus tai tapahtuman toteuttaminen. (Airaksinen & Vilka 2004, 9.)

Toiminnallisten opinnäytetöiden toteutustavat ovat monipuolisia. Toteutustapa voi olla kohderyhmän mukaan kirja, kansio, vihko, opas, cd-rom, portfolio, kotisivut tai vaikkapa johonkin tilaan järjestetty näyttely tai jokin muu tapahtuma. Oma työni on opas, joka on nimenomaan tarkoitettu käytännön toiminnan ohjeistamiseen. Airaksisen ja Vilkan (2004, 9) mukaan on tärkeää, että ammattikorkeakoulun opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on suomalainen pörssi-yhtiö, joka on erikoistunut ympäristön huoltoon ja kiinteistöjen tukipalveluihin. Yritys toimii koko Suomessa ja on laajentanut toimintaansa myös Ruotsiin, Norjaan, Latviaan sekä Venäjälle. Toimeksiantaja työllistää noin 9500 henkilöä ja palvelee kolmella eri toimialalla, joita ovat ympäristöpalvelut, teollisuuspalvelut sekä kiinteistö- ja käyttäjäpalvelut.

Opinnäytetyön idea lähti liikkeelle työharjoittelustani. Esimieheni otti esille aiheita, joista yhtenä ehdotettiin talo-oppaan toteuttamista, yhteen heidän kohdeyrityksistään. Kiinnostuin talo-opas -aiheesta heti. Minulla on jo kokemusta opinnäytetyön tekemisestä, ja jo ensimmäistä opinnäytetyötä tehdessäni minulle kävi selväksi se, että haluan kehittää ja luoda jotakin uutta ja käyttökelpoista.

Yrityksestä, jolle opinnäytetyö tehdään, käytetään tässä työssä nimitystä toimeksiantaja. Toimeksiantajan asiakaskohteesta, jonne opinnäytetyön produktiossa on kohdistettu, käytetään nimitystä kohdeyritys. Tämä kohdeyritys on maailmanlaajuisesti toimiva suuri pörssi-yhtiö, jonka Helsingissä sijaitsevaan pääkonttoriin tämä rakentamani talo-opas on tehty. Yrityksellä on tuotantoa 15 eri maassa ja sen palveluksessa työskentelee yli 20 000 ihmistä.

Opinnäytetyössä selvitetään kirjallisuutta apuna käyttäen toimeksiantajani tiedotustoimintaa kohdeyrityksessä sekä rakennetaan selvityksen pohjalta kohdeyrityksen henkilöstölle talo-opas. Opinnäytetyön toiminnallinen ja tärkein osa, on talo-oppaan rakentaminen. Toimeksiantajan tavoitteena on kehittää tiedottamistaan kohdeyrityksen asiakkaille sekä parantaa erityisesti palveluistaan tiedottamista, jota tukemaan talo-opas on nimenomaan tehty.

Opinnäytetyö sisältää teoriaosuuden ja sen jälkeen haastatteluosuuden, jossa kerrotaan tehdyistä haastatteluista, sekä tarkan kuvauksen talo-oppaan toteutuksen eri vaiheista. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus sisälsi myös tiedotteen laatimisen talo-oppaan valmistumisesta ja julkaisemisesta. Tiedotteen laatimisprosessia käydään läpi työn loppupuolella, ja myös itse tiedote, löytyy liitteenä. Talo-opas ei ole opinnäytetyön liitteenä, koska opas sisältää salaista tietoa, jonka julkinen jakaminen ei ole mahdollista. Opinnäytetyön ”talo-oppaan toteutus” -kappaleesta löytyy esimerkkitekstejä joita varsinainen talo-opas sisältää. Tämä toivottavasti auttaa opinnäytetyön lukijoita hahmottamaan, millaisesti oppaasta on kyse.

2.1 Tavoitteet ja aiheen rajaus

Opinnäytetyön tavoite on toimeksiantajan tiedotustoiminnan selvittäminen kohdeyrityksessä sekä talo-oppaan rakentaminen kohteeseen. Tiedotustoimintaa selvitettiin kolmen teema-haastattelun avulla, ja lisäksi tehtiin yksi puhelinhaastattelu. Apuna käytettiin myös omia työkokemuksia kyseisestä kiinteistöstä. Haastattelujen avulla pyrittiin saamaan kuva tiedottamisen nykytilasta, ongelmakohdista ja käytettävistä tiedotuskanavista. Lisäksi haastatteluissa selvitettiin talo-oppaan tarvetta ja tärkeyttä kiinteistön henkilökunnalle. Haastattelujen sekä teorian pohjalta lähdettiin rakentamaan talo-opasta, jonka tarkoitus on parantaa ja yhtenäistää toimeksiantajan tiedottamista heidän tarjoamistaan palveluista.

Talo-oppaan tavoitteet ovat seuraavanlaisia: talo-oppaasta on löydettävä kaikki kiinteistöstä löytyvät toimitilapalvelut ja niiden saatavuus, vastuuhenkilöt ja yhteystiedot. Talo-oppaan tulisi olla selkeä, ymmärrettävä, silmää miellyttävä ja helppolukuinen. Haluttu tieto pitää olla nopeasti löydettävissä, joten opas ei saa olla liian tarkka, eikä asioita saa kuvata ja kertoa liian pitkillä lauseilla. Oppaan tulee myös olla päivitettävissä helposti ja vaivattomasti, jos esimerkiksi oppaassa oleva tieto muuttuu, henkilöstöä vaihtuu tai jos koko palveluntuottoa vaihtuu. Oppaan päivityksia tulee ottaa erityisesti huomioon oppaan lopullista ulkomuotoa suunniteltaessa ja sen kokoamisvaiheessa.

Ongelmana kiinteistössä on ollut se, että siellä ei ole ollut tällaista opasta, josta kaikki tieto löytyy samojen kansien sisältä, vaan tieto on ollut hajallaan, jolloin henkilöstö ei ole aina tiennyt, mihin pitää ottaa yhteyttä erilaisissa asioissa. Talo-opas on tarkoitettu tiedonlähteeksi koko henkilöstölle sekä myös perehdytyksen avuksi, eli uuden työntekijän luettavaksi. Kohderyhmänä oppaalla ovat kaikki yrityksen niin uudet, kuin vanhatkin työntekijät, ikäkaumalla 18-65 vuotta. Tarkoitus on siis huolehtia, että yrityksen työntekijät saavat rauhassa keskittyä omaan ydintoimintaansa, eikä heidän työaikaansa vie liikaa tarvittavan tiedon tai palvelun etsiminen. Kohderyhmänä ovat myös kaikki kiinteistössä toimivat palveluntuottajat, kuten aulapalveluista ja ruokapalveluista vastaavien yritysten työntekijät. Kun talo-opas on ollut käytössä jonkin aikaa, toimeksiantajani tarkoitus on tehdä kysely kohdeyrityksen henki-

lökunnalle oppaan toimivuudesta ja tarpeellisuudesta. Kysely tullaan tekemään laajemman vuosittaisen asiakaspalvelukyselyn yhteydessä. Laadin talo-oppaan ja olin mukana sen kansitus- ja julkaisuvaiheeseen asti, mutta en tule olemaan mukana enää palautteenkeruuvaiheessa.

2.2 Opinnäytetyön käsitteistö

- Talo-opas

Talo-oppaalla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä kirjallista opasta, josta löytyvät kohdeyrityksen kiinteistön perustiedot sekä kaikki kiinteistöstä löytyvät toimitila- ja käyttäjäpalvelut, niiden saatavuus, vastuuhenkilöt ja yhteystiedot.

- Tiedottaminen

Tiedottamisella tarkoitetaan tiedonvälitystä, joka suuntautuu sekä yrityksen sisäisiin että ulkoisiin sidosryhmiin. Tiedottaminen on suunnitelmallista tiedonjakamista, jossa tiedon perille saamisen apuna käytetään erilaisia tiedottamisen välineitä. (Luoto 1990, 9, 67.)

- Tiedottamisen väline

Jotta viesti saadaan perille, tarvitaan siihen avuksi jokin väline tai kanava. Yrityksillä on olemassa monia erilaisia tiedotuskanavia tai välineitä. Perinteisiä ulkoisen tiedottamisen välineitä ovat esimerkiksi televisio, radio tai erilaiset lehdet. Sisäisiä tiedottamisenvälineitä ovat muun muassa esimies-alaisviestintä, kokoukset ja palaverit, tiedotustilaisuudet ja ilmoitustaulut. (Luoto 1990, 73.) Lisäksi nykypäivänä perinteisten tiedottamisvälineiden rinnalla käytetään internetiä, sähköpostia sekä yrityksen sisäisiä tietoverkkoja.

3 Yrityksen tiedottaminen

Yrityksen tiedottaminen on yksisuuntaista tiedon välittämistä tai jakamista asiakkaille ja muille sidosryhmille (Ikävalko 1996, 11). Tiedottaminen tukee yrityksen toimintatavoitteita, ja perustuu siten yrityksen toimintastrategiaan, liikeideaan sekä tavoitteelliseen visioon siitä, millaiseksi yritys pyrkii kehittymään.

Yritys pyrkii menestykseen tunnettuuden ja hyvän maineen avulla. Hyvin hoidetun liiketoiminnan ja siihen liittyvän viestinnän ja tiedottamisen avulla, luottamus ja myönteiset asenteet yritystä kohtaan vahvenevat ja yrityskuva paranee. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2002, 103.)

”Me elämme mediayhteiskunnassa, jossa vastaanotamme, käsittelemme, suodatamme ja edelleen lähetämme uskomattoman määrän tietoa päivittäin. Sa-

malla työyhteisömme taistelee palstamillimetreistä muiden yritysten kanssa. Erottuaksemme tulisi meillä olla brändi - nimi, joka kantaa tiettyä imagoa, mielikuvaa, ja jolla on maine ja identiteetti. Identiteetti puolestaan koostuu arvoista, osaamisesta, tavoitteista ja niiden viestimisestä. Yhteisön tulee näkyä ja kuulua niin että se jää asiakkaiden mieleen” (Parkkola 2005, 8).

Yllä oleva lainaus Parkkolan kirjasta kertoo hyvin, miten tärkeässä osassa tiedottaminen on yrityksen menestymisessä. Identiteetti, osaaminen yms. asiat eivät yksinään riitä, vaan myös tiedottaminen on osattava hoitaa oikein.

3.1 Tiedottamisen tavoitteet ja tehtävät

Ilvonen (2007, 14) ilmaisee ytimekkäästi tiedottamisen tavoitteen. Hänen mukaansa tiedottamisen tavoitteena on lisätä tietoisuutta yrityksestä ja sen toiminnasta yritykselle tärkeiden ihmisten tajunnassa. Tiedottamisen tavoitteiksi, hän nimeää tietojen lähettämisen yrityksen johdolta muulle henkilöstölle ja päinvastoin, sekä yrityksestä ulospäin suuntautuvan tiedottamisen koko ympäröivään yhteiskuntaan. Nämä asiat tiedottamisen tavoitteissa ovat huomioonotettavia ja tärkeitä sekä sellaisia, joita kaikki voivat soveltaa toiminnassaan.

Ilvonen (2007, 18-19) listaa myös hyvän tiedottamisen sääntöjä, joita ovat reaaliaikainen tiedottaminen, ennakoiva tiedottaminen, säännöllinen tiedottaminen, avoin ja rehellinen tiedottaminen sekä selkeä tiedottaminen. Näitä sääntöjä olen itse miettinyt ja noudattanutkin laatiessani talo-opasta ja tiedotetta oppaasta. Talo-oppaan tavoite on olla reaaliaikainen tiedotusväline, tiedon oikeellisuudesta vastaa päivitysvastuuseen nimetty henkilö. Ennakoivan tiedottamisen sääntöä on toteutettu tiedottamalla henkilöstöä heidän esimiestensä kautta tekeillä olevasta talo-opaasta, jolloin kaikilla on tieto ja tunne siitä, että kiinteistöön liittyviin tiedotusasioihin ollaan saamassa jonkinlainen parannus ja yhtenäisyys. Lisäksi talo-opas sisältää ennakoivaa tietoa erilaisten asioiden huomioonottamisesta. Talo-oppaan julkaisuvaiheessa julkaistiin myös tiedote oppaasta ja sen tarkoituksesta. Talo-opas pyrkii kertomaan asiat Ilvosen tiedottamisen sääntöjen mukaisesti, selkeästi, avoimesti ja rehellisesti. Tavoitteena on myös se, että talo-oppaan päivittäjäksi nimetty henkilö tekee tarvittaessa korjaukset talo-opaassa esitettäviin tietoihin, jolloin reaaliaikaisuus varmistetaan.

3.2 Sisäinen tiedottaminen

Tiedottamista toteutetaan sekä yrityksen sisällä, että yrityksestä ulospäin. Tiedottaminen jaetaan yrityksen sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 1999, 224.) Seuraavissa kahdessa kappaleessa käsitellään näitä kahta erilaista tiedottamisuuntaa.

Sisäisellä tiedottamisella tarkoitetaan kaikkea viestintää, joka tapahtuu yrityksen sisällä. Sisäistä tiedottamista tekevät kaikki henkilöstön jäsenet ja se voi tapahtua suullisesti, kirjallisesti tai sähköisesti. Välineinä voivat olla muun muassa tiedotteet, intranet ja erilaiset kokoukset. (Kunnallinen työmarkkinalaitos 2002, 18.)

Sisäisen tiedottamisen keskeisimpinä tehtävinä ovat toiminnan tuloksista ja suunnitelmista tiedottaminen henkilökunnalle, henkilöiden perehdyttäminen työhön ja sitouttaminen organisaation toimintaan sekä yleinen vuorovaikutuksen ylläpitäminen yrityksen työntekijöiden kesken. (Ilvonen 2007, 14.)

Sisäisen tiedottamisen tavoitteita ovat avoin tiedonkulku sekä työmotivaation lisääminen. Henkilöstön tulisi saada tieto yrityksessä tapahtuvista muutoksista, tai uutisista, mahdollisimman nopeasti ja rehellisesti. Kun työntekijät ovat selvillä yrityksen tavoitteista ja tapahtumista, sekä omasta asemastaan työyhteisössä, työmotivaatio ja työssä viihtyminen lisääntyvät. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 1999, 224.) Hyvä sisäinen tiedonkulku mahdollistaa siis motivoituneen toiminnan, jossa kaikilla organisaatiotasoilla pyritään kohti yhteistä päämäärää. Sisäisen tiedottamisen periaatteina on aina oltava avoimuus, tasapuolisuus, tarkoituksenmukaisuus, tehokkuus ja kaksisuuntaisuus, eli toisin sanoen tarvitaan avoin, tiedotus- ja viestintäystävällinen ilmapiiri (Kunnallinen työmarkkinalaitos 2002, 18).

Toimeksiantajayrityksen kohdeyrityksessä toimivaa henkilöstöä on pyritty informoimaan kehityskeskusteluissa, sekä erilaisissa henkilöstökokouksissa jo talo-oppaan suunnittelu ja laatimisivaiheessa siitä, että tällainen opas on ylipäättään tulossa, ja mikä opas oikein on sekä mikä on sen tarkoitus. Myös kohdeyrityksen esimiehiä on tiedotettu asiasta jo etukäteen erilaisissa keskusteluissa, kokouksissa ja palaverissa. Halusimme tiedottaa henkilöstöä jo etukäteen, heti kun päätös oppaan laatimisesta oli tehty, koska mielestämme oli tärkeää, että henkilöstö tietää tekeillä olevasta tietopakelistä, jonka toivotaan auttavan ja helpottavan kaikkia työntekijöitä löytämään kiinteistöön liittyvää tietoa vähemmällä vaivalla.

3.3 Ulkoinen tiedottaminen

Ulkoinen tiedottamisen tehtävänä on kertoa toiminnastaan ulospäin kaikille niille tahoille joihin yritys haluaa vaikuttaa. Samalla ulkoiseen tiedottamiseen kuuluvat myös lakisääteiset tiedotteet, kuten pörssitiedotteet. (Ilvonen 2007, 14.)

Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström (1999, 223) kirjoittavat, että yrityksen menestymiselle on tärkeää, että yritys tunnetaan, ja sillä on hyvä maine asiakkaidensa ja yhteistyökumppaneidensa keskuudessa. Myönteisen yrityskuvan saavuttamiseen vaikuttavat erityisesti yrityksen tuotteiden ja palvelun laatu, sekä hyvin suunniteltu ja toteutettu liiketoiminta. Näiden

lisäksi yrityksen tiedottamisella on suuri merkitys myönteisen yrityskuvan rakentamisessa. Yritykset tiedottavat sidosryhmilleen monenlaisista asioista, kuten uutisistaan, tapahtumistaan ja palveluistaan. Yrityksen sidosryhmiä ovat kaikki henkilöt ja yhteisöt, jotka tekevät heidän kanssaan yhteistyötä.

Ulkoinen tiedottaminen on siis uutisointia erilaisille sidosryhmille ja suurelle yleisölle. Sillä pyritään avoimeen ja hyvään tiedonkulkuun, yrityksen tunnettuuden lisäämiseen ja myönteisen yrityskuvan luomiseen ja sen ylläpitoon. Tiedottaminen on yritysviestintää, jolla luodaan yrityksen imagoa, tuodaan oikeaa, ajantasaista ja myönteistä tietoa yrityksestä mahdollisimman monen ulottuville, yrityksen tunnettuuden lisäämiseksi. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 1999, 223-224.)

Toimeksiantajani viestinnän tavoitteena on tukea liiketoiminnan tavoitteiden saavuttamista. Tiedottamisen tavoitteena on vahvistaa ja ylläpitää yrityskuvaa menestyvänä ja luotettavana asiantuntijayrityksenä, joka kantaa vastuuta ja kehittää toimintaansa. Toimeksiantajani viestintä perustuu avoimuuteen ja rehellisyyteen. (Nevalampi 2008.) Lisäksi toimeksiantajani pyrkii kehittämään toimintaansa siten, että se palvelee asiakasta mahdollisimman hyvin.

Tärkeimpänä tiedottamisen sidosryhmänä tässä opinnäytetyössä, ovat kohdeyrityksen työntekijät. Toimeksiantajani haluaa nimenomaan pitää yllä myönteistä yrityskuvaansa asiakkaansa, eli kohdeyrityksen, silmissä ja haluaa myös yhtenäistää tiedottamista sekä kerätä tietoa yhteen selkeään kokonaisuuteen, eli tässä tapauksessa opinnäytetyönä laadittuun taloppaaseen.

Ulkoinen tiedottaminen vaatii Ilvosen (2007, 15) mukaan suunnittelua ja organisointia. Yrityksen tulee määritellä tiedottamisen kohderyhmät tarkkaan, ja tehdä selkeä päätös kaikista käytettävistä viestintävälineistä, joiden kautta tieto tullaan välittämään. Ilvonen toteaa osuvasti: ”Jos haluamme viestiä ihmisille, joita viestimme kiinnostaa, on kohderyhmiin kiinnitettävä erityistä huomiota.”

Lehtori Timo Parkkola (2005, 51) käyttää tiedottamisen kohderyhmien määrittelemisessä apuna kuuden kysymyksen listaa.

1. Kenelle tieto on välttämätöntä?
2. Ketkä tarvitsevat tietoa, jota voimme tarjota?
3. Keille tarjoamastamme tiedosta voi olla hyötyä?
4. Keiden olisi hyvä tietää tiedottamamme asiat?
5. Onko olemassa ryhmiä, joille tiedosta ei ole mitään hyötyä?
6. Kuka ei saa missään tapauksessa tietää asiaa, joko ollenkaan, tai ainakaan ennen muita?

Olen myös itse käyttänyt näitä apukysymyksiä pohtiessani talo-oppaan rakentamista ja kohderyhmää joille opas on tarkoitettu.

Opinnäytetyössä talo-oppaan avulla keskitytään tiedottamiseen pääasiassa toimeksiantajayrityksen asiakkaan henkilökunnalle. Kohdeyrityksen koko henkilöstö voidaan laskea sen asiakkaaksi, jolloin ollaan ulkoisen tiedottamisen alueella. Talo-opas tiedottaa kuitenkin samalla myös toimeksiantajayrityksen omaa kohdeyrityksen kiinteistössä toimivaa henkilöstöä, mikä on selkeästi sisäistä tiedottamista. Toisaalta toimeksiantajayrityksen työntekijät työskentelevät ja toimivat kohdeyrityksen tiloissa tiiviissä yhteistyössä kohdeyrityksen henkilöstön kanssa, jolloin varmasti suurin osa kohdeyrityksen henkilökunnasta mieltää heidän kuuluvan samaan porukkaan. Tällöin voidaan ajatella, että tiedotettaessa kohdeyrityksen kiinteistön asioista siellä toimivia ihmisiä, ollaan sisäisen tiedottamisen alueella.

Talo-oppaassa on siis tietoa molemmille osapuolille, toimeksiantajayrityksen sekä kohdeyrityksen henkilöstölle. Ja kun lisäksi kohdeyrityksen henkilöstön voidaan jossain määrin laskea olevan ns. omaa porukkaa, niin talo-oppaasta on vaikea suoraan sanoa, kumpaan kategoriaan se kuuluu, ulkoiseen vai sisäiseen tiedottamiseen. Mielestäni talo-opas kuuluu molempiin kategorioihin. Talo-opas on siis kohdeyrityksessä täysin uusi tiedottamisen väline, jota voidaan ajatella hyödynnettävän molemmissa tiedottamisen muodoissa, koska se tiedottaa molempia osapuolia.

Mielestäni sillä, kumpaan tiedottamisen luokkaan opas katsotaan kuuluvaksi, ei kuitenkaan ole suurta merkitystä. Tärkeämpää, kuin talo-oppaan luokittelu joko ulkoisen tai sisäisen tiedottamisen välineeksi, on saada talo-oppaasta toimiva kokonaisuus, joka hyödyttäisi kaikkia osapuolia ja kohdistaisi kiinteistöasioista tiedottamista yhteen kokonaisuuteen.

Talo-oppaan kohderyhmänä ovat siis kaikki kohdekiinteistössä toimivat kohdeyrityksen ja toimeksiantajayrityksen työntekijät, sekä lisäksi muut kiinteistössä toimivat palveluntuottajat, joten oppaan suunnittelu- ja kirjoittamisvaiheessa oli pohdittava erityisesti muun muassa

oppaan sisällöllisiä asioita, kuten mikä on hyödyllistä tietoa, mikä tieto on relevanttia juuri tälle kohderyhmälle jne.

Mielestäni ulkoisessa tiedottamisessa on erityisen tärkeää se, että yrityksen oma henkilöstö tietää kaikki tiedottamiseen liittyvät sovitut asiat, ja toimii myös niiden mukaisesti. Tällöin tiedottamista on helppo hoitaa, kun pohjatyö on tehty hyvin ja suunnitelmallisesti.

3.4 Tiedotusstrategia ja tiedotustoiminnan kehittäminen

Jokaisella yrityksellä tulisi olla tiedotusstrategia tai tiedotussuunnitelma. Hyvän tiedotussuunnitelman ei tarvitse olla kovinkaan pitkä. Suunnitelma voi sisältää vain yksinkertaisen aikataulun, kohderyhmät kenelle tiedotetaan, vastuuhenkilöt sekä käytettävät tiedotusvälineet. Tiedotussuunnitelmaa tehtäessä on hyvä käydä läpi edellisen vuoden asioita ja miettiä mitä tulevana vuonna voitaisiin tiedotuksen kohdalla tehdä paremmin. (Parkkola 2005, 12-13.)

Tiedotussuunnitelman tulee myös aina olla realistinen. Pääasia on, että suunnitelmasta ei tehdä liian vaikeaa, ja että se laaditaan sellaiseksi jota voi tarvittaessa täydentää ja muuttaa. Tiedottamiseen käytettävissä olevat resurssit sekä budjetti täytyvät olla selvillä suunnitelmaa laadittaessa. Parkkolan (2005, 14-15) mukaan hyvä tiedotussuunnitelma sisältää ainakin seuraavat asiat: Sisäisen ja ulkoisen tiedottamisen tavoitteet, kohderyhmät, tiedottamisen keinot ja kanavat, tiedotuksen aikataulu, kustannukset ja vastuuhenkilöt sekä viimeisenä tiedottamisen tulosten seurannan muodot.

Tiedottaminen on yksi yritysten tärkeimmistä tehtävistä ja se auttaa yritystä saavuttamaan tavoitteensa, ja parantamaan yrityskuvaansa, niin työntekijöiden, kuin muidenkin sidosryhmien silmissä. Yritysten tulee siis kehittää tiedottamistaan ja päivittää tiedotusstrategiaansa säännöllisesti. Tiedottajaksi on osattava valita oikea henkilö. Tiedotustoiminnasta vastaavalla henkilöllä täytyy olla kokemusta tiedotustehtävistä, sekä halua ja innokkuutta toteuttaa tiedottamistyötä ammattitaitoisesti. Tiedotusvälineet tulee valita oikein, riippuen aina tiedotettavasta asiasta ja kohderyhmästä, jolle tieto on suunnattu. Tiedottamiseen käytettävien materiaalien tulee olla ajantasaisia ja materiaalien laadintaan sekä itse tiedotettavan asian ilmaisemiseen tulee keskittyä entistä tarkemmin. Onnistunut tiedottaminen heijastuu myönteisesti työilmapiiriin sekä liiketoiminnan kehittymiseen. (Siukosaari 2002, 29-46.)

Haastattelin toimeksiantajayritykseni tiedottajaa ja selvitin onko heillä käytössä jonkinlaista tiedotusstrategiaa. Haastattelusta kerrotaan tarkemmin kappaleessa 4.5. Toimeksiantajallani on tiedotussuunnitelma, joka on johdettu yrityksen strategiasta ja sen pohjalta tehdystä toimintasuunnitelmasta. Toimintasuunnitelma tehdään aina vuodeksi kerrallaan ja siinä määritellään kuukausitasolla kaikki asiat, joita tullaan kyseisenä vuotena toteuttamaan.

Toimeksiantajayrityksen tiedotussuunnitelma on A4-kokoinen lyhyt ja selkeä paperi, jossa kerrotaan tiedottamisen painopistealueet, joka vuosi hoidettavat rutiinit, kehityskohteet, vastuuhenkilöt sekä mittarit, joilla seurataan tuloksia. (Boman 2008.) Suunnitelman laatimisesta vastaa konsernimarkkinointiosasto, jonka tiedottajat suunnittelevat ja rakentavat tiedotussuunnitelman tiiviissä yhteistyössä. Apuna he käyttävät edellisen vuoden toiminta- ja tiedotussuunnitelmaa, jonka pohjalta asiat kirjataan uuteen seuraavan vuoden tiedotussuunnitelmaan. Haastattelemani tiedottajan mukaan talo-opas voi olla yksi tiedotusstrategian kehityskohde ja tapa kehittää toimintaa toimeksiantajan kohteissa. Laatimani opas, toimii hyvänä pilottina. Jos havaitaan että opas on käyttökelpoinen ja toimiva, sitä lähdetään levittämään myös muihin kohteisiin.

Kohdeyrityksessä ei käytetä tiedotuksen apuna toimeksiantajayrityksen tiedotussuunnitelmaa, koska tätä suunnitelmaa ei ole julkaistu, vaan se on tällä hetkellä ainoastaan konsernin markkinointiviestinnän henkilöiden käytössä, ja apuna, sekä työvälineenä viestinnällisissä asioissa. Kohdeyrityksessä on toimeksiantajayrityksen tiedottajan (Boman 2008) mukaan erityisen tärkeää se, että tiedotus toimii hyvin ja ongelmattomasti, jo yrityksen maineenkin kannalta. Hänen mukaansa tiedotustoiminnan tulee olla myös ymmärrettävää, totuudenmukaista ja oikea-aikaista.

Toimeksiantajayrityksen tiedottaja (Boman 2008) piti erityisen tärkeänä sitä, että kaikki eri kohteiden esimiehet, joilla on vastuu tiedottamisesta antavat kaikki panoksensa onnistuneeseen tiedottamiseen, seuraavat kohteiden tilanteita ja kehittävät tiedottamista säännöllisesti. Näin tapahtui myös kohdeyrityksessä jonne tämä opinnäytetyö on tehty. Esimies huomioi että palveluista tiedottamista tulisi yhtenäistää ja selkeyttää, ja tätä kautta talo-opasidea sai alkunsa. Jos tiedottamisessa, oli kohde mikä tahansa, ilmenee ongelmia, voi toimeksiantaja kysyä apua aina oman yrityksensä tiedottajilta.

Hyvä tiedottaminen esittelee kohderyhmälle, että yrityksessä toimitaan asiakkaiden toiveiden mukaisesti ja tuotetaan hyviä palveluita (Parkkola 2005, 11). Opinnäytetyön kohdeyrityksessä omien työkokemusteni perusteella, arvostetaan tiedottamisen laatua, nopeutta ja ajankohtaisuutta.

Yrityksen tiedotusstrategian ja -suunnitelman noudattaminen on joka tasolla tärkeää. Esi- miesten ja työntekijöiden tulee olla valppaina ja seurata yrityksen tiedottamista tarkoin. Heidän tulee olla, tarpeen havaittuaan valmiina kehittämään tiedottamiseen liittyviä toimintoja sekä välineitä parempaan ja toimivampaan suuntaan. Koko henkilöstön tulee olla vahvasti mukana tiedottamisen kehittämisessä. Kaikista ongelmista, uudistamistarpeista ja ideoista on tiedotettava tiedotusvastaavaa, jotta hän voi edistää asioiden kehittymistä kilpailukykysempään suuntaan.

3.5 Tiedottamisen vastuunjako

Yrityksen tiedotusvastuu on aina yrityksen johdolla. Ylin johto vastaa sekä sisäisestä että ulkoisesta tiedottamisesta. Suuremmissa yrityksissä, mikä myös opinnäytetyöni kohdeorganisaatio on, tiedottamisvastuu on yrityksen viestintäyksiköllä. Kohdeyrityksen viestintäyksikkö siis vastaa omasta tiedottamisestaan ja toimeksiantaja yritys omastaan. Tiedotustoimi tulee aina suunnitella tarkasti: kuka tiedottaa, kenelle, milloin, missä tilanteissa ja miten. Tämä merkitsee sitä, että yrityksessä on oltava joku viestintävastuulliseksi nimetty henkilö, joka siis vastaa tiedottamisesta pääasiassa tai oman työnsä ohella. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2002, 109.)

Monissa pienissä ja keskisuurissa yrityksissä esimiehet ovat vastuussa tiedottamisesta oman toimensa ohella. Esimiehillä on työssään päivittäin vastuu tiedon perille saamisesta ja siitä, että tieto myös ymmärretään ja henkilöstö toimii sen mukaisesti. Esimies on vastuussa normaalista työhön liittyvästä viestinnästä omille alaisilleen, ja tätä viestintää voi toteuttaa kokouksissa ja palavereissa tai sitten henkilökohtaisesti keskustelemalla. Rekrytointiviestintä ja perehdyttämisiestintä ovat myös usein jonkun esimiehen vastuulla. (Parkkola 2005, 35.) Kun yrityksessä ei ole erikseen varsinaista viestintäyksikköä, tiedottamisen vastuun jakamiseen tulee mielestäni kiinnittää erityistä huomiota, etteivät samat ihmiset tee päällekkäisiä asioita ja etteivät tärkeät tiedottamiseen liittyvät tehtävät jää vähemmän tärkeiden varjoon.

Opinnäytetyön toimeksiantajayrityksen tiedotusvastuu kohdeyrityksessä, on palveluesimiehellä. Jos hän ei tiedä, miten jonkin asian suhteen tulee tiedotettaessa toimia, hän ottaa yhteyden omaan esimieheensä, eli toimitilapäällikköön. Toimitilapäällikkö voi myös pyytää tarvittaessa tiedottamiseen konsultaatiota yrityksen tiedottajalta. Vastuu talo-oppaan sisältämän tiedon oikeellisuudesta ja päivittämisestä on kohteen palveluesimiehellä. Hän on paras vastuhenkilö huolehtimaan talo-oppaasta, koska on päivittäin paikalla kohdeyrityksessä, tuntee kiinteistön käytännöt ja on sellaisessa asemassa, jossa hän tavoittaa ja saa uutta tietoa ja jakaa sitä säännöllisesti muille. Hän on itse ollut alusta asti mukana talo-oppaan suunnittelu- ja seurannut tiiviisti oppaan rakennusprosessia aina sen valmistumiseen asti.

3.6 Tiedottamisen välineet

Viestin perille menon kannalta olennainen tekijä on oikea viestintäväline, kanava. Kortetjärvi-Nurmi ym. (2002, 109) muistuttavat, että tiedottamisen väline ja esitystapa tulee aina valita sanoman sisällön, kiireellisyyden ja kohderyhmän mukaisesti. Kohteena voi olla yksi henkilö, ryhmä, yksikkö, koko yritys tai konserni. Yrityksillä on oltava keinot nopeaan, reaaliaikaiseen ja asian ytimen kertovaan viestintään. Kaikissa yhteyksissä on todettu, että tehokain tapa on henkilökohtainen viestintä henkilöltä toiselle. Välittömässä keskustelussa voidaan heti todeta, onko sanoma mennyt perille, onko se hyväksytty tai onko se johtanut ta-

voitteena olleeseen toimintaan (Luoto 1990, 73). Henkilökohtainen keskustelu on arvostetuin viestintäkanava, eivätkä parhaimmatkaan tiedottamisen välineet tee kasvokkain tapahtuvaa keskustelua tarpeettomaksi.

Sisäinen tiedottaminen pitää henkilöstön hyvin tietoisena yhteisön uutisista, ajankohtaisista asioista, kehityksestä, toiminnasta, tavoitteista ja keinoista, joilla noihin tavoitteisiin pyritään sekä tuloksista. Myös kaikista muutoksista, ongelmista ja suunnitelmista on tiedotettava. Kaikki tämä tieto kirkastaa yhteisön työkuva ja antaa mielekkyyttä työntekoon. Sisäinen tiedottaminen huolehtii talon sisällä joka suuntaan tiedottamisesta ja vuorovaikutuksen ylläpitämisestä. (Siukosaari 2002, 79.)

Sisäisessä tiedottamisessa voidaan käyttää useita erilaisia välineitä tai kanavia. Sisäisen tiedottamisen välineitä ovat keskinäisviestintä, sähköposti, intranetit, tiedotteet, henkilöstölehdet sekä ilmoitustaulut. (Kunnallinen työmarkkinalaitos 2002, 18.) Lisäksi voidaan järjestää erilaisia kokouksia, palaveriteita ja tiedotustilaisuuksia (Mykkänen 1998, 19).

Keskinäisviestintä, jossa tiedottaminen tapahtuu kasvokkain, on tehokas tapa varmistaa viestin ymmärtäminen ja perillemeno. Kun keskinäisviestintä ei ole mahdollista, sähköposti ja intranet ovat nopeita tiedottamisen välineitä, ja ne myös vähentävät paperisten tiedotteiden käyttöä. Toisaalta, joissakin tapauksissa paperinen tiedote tai ilmoitustaulun käyttö on kuitenkin hyvä vaihtoehto, varsinkin silloin, kun sähköisissä viestimissä on toimintaongelmia. (Kunnallinen työmarkkinalaitos 2002, 18.)

Vaikka sähköinen viestintä hallitsee nykyään monen työyhteisön tiedonkulkua, ei pidä unohtaa tai väheksyä perinteisiä palaveriteita tai painettuja tiedottamisen välineitä (Mykkänen 1998, 19). Palaverit ovat edelleen tärkeitä tiedonvälittämisen kanavia työyhteisössä. Kun ihmiset tapaavat kasvokkain, välttyään väärinkäsityksiltä ja virheiltä. Palaveriteissa tapahtuva yhdessä pohtiminen ja keskustelu avartaa myös ajattelua, ja ratkaisu käsiteltäviin asioihin voi löytyä nopeastikin. (Parkkola 2005, 37.)

Henkilöstölehdet ovat vanha ja perinteinen tiedottamisen tapa, joita näkyy vieläkin yrityksiensä tiedottamisen välineinä. Henkilöstölehdet julkaistaan yleensä kerran kuukaudessa ja ne käsittelevät yleensä tietoa jo tapahtuneista asioista. (Kunnallinen työmarkkinalaitos 2002, 18.) Ne ovat pitäneet pintansa ja suosionsa teknologian kehityksen kasvaessa (Mykkänen 1998, 19).

Ulkoisen tiedotus välittää uutisia ja pysyviä tietoja yrityksestä sen kohde- ja yhteistyöryhmille. Tiedotettaessa on muistettava vastaanottajaa ja muotoiltava sanoma sopivaksi ja valittava oikeat kanavat, mitä kautta tieto saadaan perille. (Siukosaari 1992, 94.) Yrityksillä on olemassa monia erilaisia tiedotuskanavia tai välineitä. Ulkoisen tiedottamisen kanavina toimivat

tyypillisesti joukkoviestimet, kuten televisio, radio tai erilaiset lehdet. Merkittävän aseman viestinnässä ovat saaneet yritysten kotisivut internetissä. Edellä mainittujen joukkotiedotusvälineiden rinnalla, jokaisella tiedotustoiminnastaan huolehtivalla yrityksellä on omat viestimensä. Näihin kuuluvat erilaiset asiakas- ja henkilökuntalehdet, tiedotteet ja esitteet. (Luoto 1990, 103.)

Nykyisten tiedottamisen välineiden rinnalle on kuitenkin hyvä luoda jotakin uutta. Tekemäni talo-opas on täysin erilainen kuin useimmat nykyisin käytössä olevat tiedottamisen välineet. Opas sisältää pidempiaikaisia mutta myös ajankohtaisia asioita ja ohjeita, ja niistä kerrotaan tarkemmin ja yksityiskohtaisemmin. Oppaassa on myös suuri määrä asioita, joista voi valita tarvitsemansa. Oppaan sisältämä tieto on pysyvämpää, mutta kuitenkin aina reaaliaikaista. Näen talo-opaan uutena ja raikkaana tulevaisuuden tiedottamisen välineenä, joka on kohdeyritykseen kiinteistöä, ja tarjolla olevia käyttäjäpalveluita ajatellen, mainio lisä.

Edellä mainittiin sähköisen tiedottamisen hallitsevan monen työyhteisön tiedonkulkua, mutta myöskään painettuja tiedottamisen välineitä ei saa unohtaa. Talo-opas edustaa molempia osapuolia, sillä se on saatavilla paperiversiona sekä sähköisessä muodossa. Kun suunnittelin opasta, ajattelin mielessäni kuitenkin enemmän vanhempia perinteisiä tiedottamisen välineitä, ja halusin siis ehdottomasti tehdä oppaasta myös paperiversioiden.

Kohdeyrityksessä on siirrytty yhä enemmän käyttämään sähköistä viestintää, mutta kuitenkin siellä pidetään vielä kiinni myös vanhemmista perinteisistä tiedottamisen välineistä kuten ilmoitustauluista, henkilöstölehddestä ja säännöllisistä palaverista. Kuten edellä mainittiin, talo-opaan saa käsiinsä sekä kansiomuodossa että intranetistä. Näin ollen lukija saa valita, kumpi on hänelle mukavampi tapa lukea opasta, tietokoneruudulta vai kirjallisessa muodossa valmiista kansiosta. Toki lukijalla on myös mahdollisuus tulostaa opas intranetistä henkilökohtaiseksi paperiversioksi omaan työpisteeseen.

On tärkeätä muistaa, että oikean tiedottamisen välineen valinta riippuu aina tiedotettavasta asiasta ja kohderyhmästä. Talo-opaskaan ei sovi kaikkeen tiedottamiseen, esimerkiksi kiireellisistä asioista tiedottamiseen sopii paremmin muun muassa sähköposti ja puhelin. Eli mikään tiedottamisen väline ei sulje pois toisten välineiden tärkeyttä, vaan oikea väline täytyy osata valita niin, että se tavoittaisi halutun kohderyhmän parhaiten ja tarpeen vaatimalla nopeudella.

4 Teemahaastattelut

Opinnäytetyön alkuvaiheessa pohdin sitä, mikä olisi työni kannalta paras tapa tiedonhankintaan toimeksiantajan sekä kohdeyrityksen henkilöstöltä. Päätin toteuttaa opinnäytetyön haas-

tattelut teemahaastatteluina. Teemahaastattelut valitsin siksi, koska halusin saada aikaan vapaata keskustelua ja haastateltavan omia mielipiteitä aiheestani, kuitenkin niin, että haastattelut pysyvät valittujen teemojen sisällä. Ensimmäinen ajatukseni oli tehdä laajempi haastattelu useammalle henkilölle, eli toimeksiantajani työntekijöille kohdeyrityksessä sekä mahdollisesti myös kohdeyrityksen omille työntekijöille. Kysyin toimeksiantajaltani lupaa laajempaan haastatteluun, mutta sain kielteisen vastauksen.

Päädyin sitten kolmen avainhenkilön teemahaastatteluun, koska hetken asiaa pohdittuani tulin siihen tulokseen, että tarvittava tieto, ja paras reaaliaikainen tieto löytyy juuri näiltä kolmelta esimiesasemassa työskentelevältä henkilöltä. Jokainen haastateltava, on niin kutsuttu oto-tiedottaja, eli tekee tiedotustyötä oman työnsä ohella. He ovat kaikki sellaisissa työtehtävissä, joihin liittyy päivittäinen tiedonjakaminen ja asioiden organisointi, jotta työt sujuvat ongelmitta. Lisäksi, muut työntekijät kysyvät heiltä jatkuvasti erilaisista kiinteistöön liittyvistä asioista. Näitä asiantuntijoita haastattelemalla pystyin kuulemaan ja ottamaan heidän kauttaan huomioon myös muiden työntekijöiden toiveita talo-oppaan rakentamiseen ja tiedottamiseen liittyvissä asioissa. Haastattelun kaksi avainhenkilöä ovat toimeksiantajani palveluksessa työskentelevä toimitilapäällikkö ja palveluesimies. Kolmas henkilö on kohdeyrityksen palveluksessa työskentelevä hallintopäällikkö.

Teemahaastattelu ei etene tarkkojen, yksityiskohtaisten, valmiiksi muotoiltujen kysymysten kautta vaan väljemmin kohdentuen tiettyihin ennalta suunniteltuihin teemoihin. Teemahaastattelussa valmistellut aihepiirit, teemat, ovat kaikille haastateltaville samoja, vaikka niissä liikutaankin joustavasti, ilman tiukkaa etenemisreittiä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 195.) Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa käydään läpi ennalta suunniteltuja teemoja. Teemat voi listata esimerkiksi ranskalaisin viivoin ja lisäksi voi laatia joitakin apukysymyksiä tai avainsanoja keskustelun ruokkimista varten. Teemahaastattelun ei siis tulisi olla pikkutarkkojen kysymysten esittämistä tarkassa järjestyksessä paperilta lukien. Teemoista ja niiden alateemoista pyritään keskustelemaan varsin vapaasti. (Teemahaastattelu 2008).

Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 48) mukaan, teemahaastattelulla on se etu, että se ei sido haastattelua mihinkään leiriin, kuten kvalitatiiviseen tai kvantitatiiviseen, vaan kaikkein oleellisinta on saada keskustelua aikaiseksi mahdollisimman laajasti, valittujen teemojen sisällä. Teemahaastattelussa haastateltavien tulkinnat asioista ja heidän asioille antamat merkitykset ovat keskeisiä ja huomioonotettavia. Eli teemahaastattelun positiivinen puoli on se, ettei se edellytä kaikilta haastateltavilta kokeellisesti aikaansaattua yhteistä kokemusta, vaan kaikki haastateltavien omat mielipiteet, kokemukset, ajatukset ja tunteet haastattelun aihepiiristä voidaan selvittää ja tutkia tällä menetelmällä. Tässä opinnäytetyössä oli juuri

tärkeää kaivaa esille haastateltavien henkilökohtaisia mielipiteitä ja saada heidät keskustelemaan määrittämistäni teemoista laajemmin.

Haastatteluun osallistuvia ei tulisi valita satunnaisesti, vaan tutkittaviksi tulee valita sellaisia ihmisiä, joilta arvellaan parhaiten saatavan aineistoa kiinnostuksen kohteena olevista asioista. Teemahaastattelun suosio perustuu esimerkiksi siihen, että vastaamisen vapaus antaa oikeuden haastateltavien puheelle. Lisäksi teemoihin kohdistunutta haastattelua on suhteellisen helppoa ryhtyä analysoimaan esimerkiksi teemoittain. Teemoittain analysoitaessa aineisto järjestellään litteroinnin jälkeen teemoittain. Teemoista voidaan tehdä niin halutessa esimerkiksi taulukko, jonka avulla löydetään ne keskeisimmät eniten keskustelua herättäneet asiat. (Teemoittelu 2008).

Itse en lähtenyt taulukoimaan asioita, vaan tein vastausten vertailua haastateltavien välillä teemoittain ja apukysymysten perusteella. Kirjoitin tyhjälle A4-paperille yhden teeman, jonka alle listasin kaikki haastatteluissa ilmenneet asiat. Näin tein siis jokaisen kolmen teeman kohdalla. Vertaillessa kävi ilmi se, miten samankaltaisia asioita kaikki haastateltavat teemoista minulle kertoivat. Uskon, että yksi syy tähän voi olla asianosaisten työskentely samassa toimipisteessä ja yhteiset keskustelut kohdeyrityksen erilaisissa palavereissa, jo siinä vaiheessa kun he ovat saaneet idean tiedotettavien asioiden keskittämisestä ja talo-oppaan toteuttamisesta. Olin kuitenkin tyytyväinen, että eroavaisuuksiakin vastausten välillä löytyi. Kappaleissa 4.1-4.3 kerrotaan yksityiskohtaisesti haastattelujen kulusta sekä kappaleessa 4.4 haastattelujen yhteenveto, käydään läpi vielä tärkeimpiä haastatteluissa esille nousseita asioita.

Haastatteluni pääteemat olivat tiedottaminen kohdeyrityksessä, tiedottamisen välineet kohdeyrityksessä sekä talo-opas. Lisäksi valmistelin apukysymyksiä keskusteluaiheen viemiseksi haluamaani suuntaan. Valitsin nämä teemat koska ne ovat myös työni pääkäsitteinä ja ne ovat tarpeeksi laajoja herättämään keskustelua. Lisäksi katsoin ne tärkeimmiksi asioiksi työni tavoitteen kannalta. Apukysymykset valitsin suurimmaksi osaksi sen mukaan, mitä ohjeita ja toiveita sain toimeksiantajalta ennen koko opinnäytetyön aloittamista. Pohdin kysymyksiä myös oman kohdeyrityksessä saamieni työkokemusten perusteella, eli valitsin kysymyksiksi asioita, joihin huomasin itse parannus- ja kehittämistarvetta kohteessa.

1. teeman apukysymykset olivat seuraavat

- Miten tiedottaminen toimii kohdeyrityksessä?
- Missä tiedottamiseen liittyvissä asioissa olisi parannettavaa?
- Onko tiedottamiselle asetettu minimi vaatimuksia? Mitä?
- Lukevatko ihmiset tiedotettavia asioita? Toimivatko he niiden mukaisesti? Vai tuleeko jälkikyselyjä tai kyselyjä asioista väärälle henkilölle?

2. teeman apukysymykset

- Mitä tiedottamisen välineitä käytetään? (ne harvinaisemmatkin?)
- Miten tiedottamisen välineet ovat toimineet? Mikä on ollut ongelmallisinta?
- Jos sähköposti on yleisin tiedottamisen väline, eikö viesti huku massaan tai sähköposti täyty liikaa? Miten tämä ongelma otetaan huomioon?
- Kaivataanko uusia tiedottamisen välineitä? (kuten talo-opasta? tai joitain muita välineitä?)

3. teeman apukysymykset

- Kuinka paljon on tarvetta tämän kaltaiselle oppaalle, missä kerrotaan tarjolla olevista palveluista?
- Mitä asioita haluaisit talo-oppaan sisältävän?
- Miten talo-opas helpottaa mielestäsi kohdeyrityksen henkilökunnan työntekoa?
- Miten ihmiset saataisiin käyttämään opasta?
- Miten ja missä opas on mielestäsi paras julkaista? (Intranetissä? Kansiomuodossa kopiopisteiden läheisyydessä? Jossain muualla?)
- Mikä tulee olemaan mielestäsi talo-oppaan asema uutena tiedottamisen välineenä?

Kaikki teemahaastattelut kolmelle valitulle henkilölle on tehty marraskuun-joulukuun 2008 välisenä aikana. Haastateltavina olivat toimeksiantajayrityksen toimitilapäällikkö ja palveluesimies sekä kohdeyrityksen hallintopäällikkö, joka toimii myös yhdyshenkilönä kohdeyrityksen ja toimeksiantajani välillä. Teemahaastattelujen jälkeen toteutin myös yhden puhelinhaastattelun, toimeksiantajani työntekijälle, joka toimii yrityksen tiedottajana. Tästä haastattelusta kerrotaan tarkemmin kappaleessa 4.5.

4.1 Toimitilapäällikön haastattelu

Ensimmäisenä haastattelin toimeksiantajayrityksessä työskentelevää toimitilapäällikköä, joka oli samalla yhteyshenkilöni opinnäytetyössäni. Hän työskentelee kohdeyrityksen toimitilapäällikkönä, mutta hänellä on myös paljon muita kohteita, joissa hän toimii esimiehenä. Hänen työhönsä kuuluu paljon tiedottamista, eniten sisäistä tiedottamista ja hän tuntee kohdeyrityksen toimintatavat ja osasi vastata ammattitaitoisesti hänelle tekemiini kysymyksiin. Hän on tutustunut muiden kohteidensa talo-oppaisiin ja hoitanut niiden päivittämistä.

Aloitimme teemahaastattelun keskustelemalla talo-oppaasta. Keskustelimme talo-oppaan tarpeesta toimeksiantajalleni ja haastateltava oli vahvasti sitä mieltä, että opas on erityisen tärkeässä roolissa kohdeyrityksessä. Hän myös korosti sitä, että talo-opasta voidaan käyttää mallina heidän muissa kohteissaan esimerkiksi parantamalla niihin aikaisemmin tehtyjä, sisällöllisesti sekä pituudeltaan suppeampia talo-oppaita tekemäni oppaan mukaisesti. Haastattel-

tava kertoi, että koska kohdeyritys on suuri, ja henkilöstöä on paljon, on tärkeää että kiinteistön asioita on kerätty yksiin kansiin, josta kaikki tietoa tarvitsevat löytävät etsimänsä.

Hän korosti myös oppaan merkitystä tiedottamisen välineenä sekä perehdytyksen apuna. Haastateltavan mukaan yleensä perehdyttämiseen ei ole hirveästi aikaa, joten opasta voidaan käyttää tukena siihen, ja oppaaseen voidaan helposti palata kun tilanne sitä vaatii. Lisäksi opasta voidaan käyttää myös palveluntuottajien henkilöstön perehdyttämisessä. Yleensä palveluntuottajilta, lähinnä toimitilahoitajilta kysytään neuvoa/apua erilaisissa asioissa ja siksi on tärkeää, että osataan neuvoa henkilöstöä kaikissa mahdollisissa asioissa. Talo-opas siis toimii monille toimijoille hyvänä oppaana ja kirjaseana tutustua nopeasti kiinteistön eri osa-alueisiin.

Keskustelimme myös talo-oppaan sisällöstä. Toimitilapäällikkö antoi kiinteistön tuntevana vinkkejä aiheista, joita oppaassa on hyvä olla. Hän halusi oppaasta kerralla hyvän ja perusteellisen, jossa näkyvät kaikki yksityiskohtaisemmatkin tiedot asioista. Tästä esimerkkinä, kokoustilojen puhelinnumerot sekä tarkka varustelutaso. Toimitilapäällikkö antoi minulle melko vapaat kädet sisällön suunnitteluun, mutta oli tietysti talo-oppaan loppuvaiheessa antamassa palautetta ja korjausehdotuksia. Itse olin oppaan sisältöä mietittäessä asioista eniten samaa mieltä toimitilapäällikön kanssa. Meillä oli paljon yhteneviä mielipiteitä, ja olemme alusta saakka halunneet oppaasta, nopeasti silmäiltävää sekä ei liian tiivistä lopputulosta. Toki talo-oppaan viimeistelyvaiheessa on kuunneltava kaikkia osapuolia ja tehtävä muutoksia ja korjauksia, mitkä eivät välttämättä itseä niin paljon miellytä.

Toimitilapäällikön mukaan talo-opas helpottaa ja nopeuttaa henkilökunnan työntekoa. Heidän ei tarvitse etsiä tietoa monista eri lähteistä, kuten tähän asti, vaan saavat kaikki asiat selville yhdestä kansiosta. Kun henkilökunta saa tiedon talo-oppaan ilmestymisestä ja oppivat käyttämään opasta, se karsii varmasti paljon turhia kyselyitä asiaa tuntevilta henkilöiltä. Keskustelimme myös siitä, miten ihmiset saadaan käyttämään opasta. Haastateltavan ratkaisu tähän, oli laaja tiedottaminen talo-oppaasta. Talo-oppaan ilmestymisestä tiedotettaisiin laputusmenetelmällä keskeisten paikkojen kuten keittiöiden, taukotilojen ja kahvihuoneiden seinillä. Lisäksi päivittäisissä keskusteluissa henkilöstön kanssa muistutettaisiin talo-oppaan olemassa olosta, ja kehoitettaisiin henkilöä tutustumaan oppaaseen, jos hän ei niin ole vielä tehnyt.

Haastateltavan mielestä opas tulee olla esillä myös selkeällä paikalla, jossa henkilökunta käy useasti päivässä. Tämän keskustelun perusteella päädyimmekin sijoittamaan talo-oppaan toimistokerrokseen, kerroskeittiöihin. Haastateltava halusi myös, että talo-opas julkaistaan kohdeyrityksen sisäisessä intranetissä. Näin tuleekin tapahtumaan tulevaisuudessa, mutta aluksi opas julkaistaan vain kansiomuodossa. Tämän edellä mainitun laajan tiedottamisen lisäksi

ehdotin tiedottamista asiasta myös ryhmäsähköpostilla, ja näin myös päätimme tehdä. Omas- ta mielestäni tärkeää, oli nostaa esille myös päivittäinen tiedottaminen talo-oppaasta keskus- telujen lomassa. Näitä ”käytäväkeskusteluja” kiinteistössä tehdään oman huomioni mukaan melko paljon, joten uskoisin, että sana oppaasta leviää myös niiden kautta.

Talo-oppaan asema kohdeyrityksen tiedottamisen välineenä tulee toimitilapäällikön mielestä olemaan vahva. Hän uskoo, että talo-opas tulee olemaan runkona kaikessa tiedottamiseen liittyvissä asioissa eli jos jotain muutoksia kiinteistössä tapahtuu, päivitys tapahtuu ensim- mäisten joukossa talo-oppaaseen, ja siten on yksi paikka missä on aina viimeisin tieto asioista, mitkä liittyvät kiinteistöön. Hän uskoo, että kiinteistön käyttäjät, varsinkin esimiestehtävissä toimivat henkilöt ottavat oppaan käyttöönsä nopeasti, koska siellä on kaikki tarvittava tieto siitä, miten kiinteistössä toimitaan. On olemassa yksi paikka missä kaikki tärkeät tiedot ovat pähkinänkuoressa. Uskon itse vahvasti, että talo-oppaasta voi tulla tärkeä tiedottamisen väli- ne. Enemmän uskon kuitenkin intranet-versioon kuin kansioversioon, koska henkilökunta lukee enemmän asioita tietokoneelta kuin papereista. Jos heidän täytyy tarkastaa joku asia nopeas- ti, eikä henkilö jaksa tai ehdi poistua työhuoneestaan, niin ensimmäisenä apu löytyy in- tranetistä. Tämä tarkoittaa myös sitä, että oppaan tulee olla samalla lailla selkeästi esille laitettuna myös intranetissä.

Haastateltavan mielestä on ollut hienoa, että opiskelija on lähtenyt innokkaasti rakentamaan tällaista asioista tiedottavaa opasta. Tiedottaminen on automaattisesti osa jokapäiväistä toi- mintaa ja tiedottamisen kautta toimeksiantajayritys luo kuvaa itsestään ja työntekijöistään. Talo-opas on haastateltavan mielestä positiivinen ja arvoa tuova lisä kohdeyrityksen asiakkail- le tarjottaviin palveluihin. Varsinkin isoissa asiakkuuksissa, kuten kohdeyritys toimeksiantajal- le on, on tärkeää säännöllinen ja runsas tiedotus. Tämä antaa myös hyvän kuvan yrityksen toiminnasta ja asioiden hallinnoimisesta kohteessa.

Siirryimme käsittelemään haastattelun seuraavaa teemaa eli tiedottamisen välineitä koh- deyrityksessä. Kohdeyrityksen tiedottamisen välineinä käytetään sähköpostia, ilmoitustaulua, puhelinta, intranetiä, tiedotteita, henkilöstölehteä ja keskusteluja/palavereja. Talo-opas tyyppistä tiedotusvälinettä ei siis ole ollut olemassa, eikä toisaalta sellaista ole osattu edes kaivata. Haastateltavan mielestä uusia tiedottamisen välineitä ei ehkä kaipaa, vaan enem- mänkin tiedottamisen keksittämistä, johon talo-opas soveltuu todella hyvin. Talo-oppaassa on kompaktisti kaikki tieto, eikä uusia tiedotusvälineitä talo-oppaan jälkeen, ainakaan kohdeyri- tykseen, haastateltavan mukaan tarvita. Talo-opas on ikään kuin kerännyt oleelliset asiat yhteen, ja toimii nyt yhtenä tärkeänä kirjallisena tiedottamisen välineenä.

Keskustelimme tiedottamiseen käytettävien välineiden toimivuudesta. Toimitilapäällikön mu- kaan nykyiset tiedottamisen välineet ovat toimineet hyvin. Kuitenkin jotakin oli vielä puuttu-

nut ja tähän ratkaisuksi luotiin talo-opas. Suurimpana ongelmana haastateltava koki tiedon tulvan. Välillä tuntuu, että tiedotetaan kaikesta, pienimmistäkin asioista ja tällöin turtuu, eikä pysty edes omaksumaan kaikkea tietotulvaa. Talo-oppaan tarkoitus ei ole tuottaa tietotulvaa, vaan ilmoittaa yleisistä asioista vain tarpeelliset ja tärkeimmät seikat, jotka henkilö pystyy itse katsomaan oppaasta. Haastateltava koki positiivisena asiana tiedottamisen nopeuden ja avoimuuden. Talo-opasta tehdessäni keskityin myös näihin asioihin.

Päätimme teemahaastattelun keskustelemalla viimeisestä teemasta, joka oli tiedottaminen kohdeyrityksessä. Hänen mielestään tiedottaminen on toiminut kiitettävästi. Hän kertoi että on päivittäin asiakkaan yhteyshenkilön kanssa tekemisissä ja tiedottamista tapahtuu siis keskusteluidenkin lomassa jatkuvasti. Yhteistyö toimeksiantajayrityksen ja kohdeyrityksen välillä sujuu hyvin tiedottamiseen liittyvissä asioissa. Ongelmana haastateltava koki tiedotettavien asioiden valitsemisen. Eli siis välillä tiedotusta tapahtuu myös epäolennaisista asioista. Ja tätä pitäisi karsia. Tiedotettaessa tiedotteen tekstin tulisi olla lyhyt ja ytimekäs ja ydinkohtien pitää olla esillä selkeästi. Talo-opasta suunnitellessani yritin huomioida myös sen seikan, että asioista kertovat tekstit ovat lyhyitä ja helppolukuisia. Pyrin myös jättämään kaiken epäolennaisen pois ja tiivistämään lauseisiin vain tärkeimmät asiat. Kun ajattelee sitä, mihin käyttöön talo-opas on tulossa, eli vaivattomaan ja nopeaan tiedon etsintään, niin siellä ei voi olla mitään ylimääräisiä kirjoituksia tai epäselviä ohjeita.

Keskustelimme siitä, miten hyvin kohdeyrityksen henkilöstö ottaa vastaan tiedotettavia asioita. Haastateltava oli sitä mieltä, että ihmiset eivät todellakaan lue tiedotettavia asioita kovinkaan tarkasti. Aina tulee jälkikyselyjä tiedottamiseen liittyen. Toisaalta se on taas hyvä, koska silloin saadaan kontakti henkilöstöön ja asia tulee tarkemmin läpikäytyä. Henkilökohtaisesti haastateltava on usein törmännyt siihen, että jos tiedote on epäselvästi tehty, asiakas joutuu tekemään ns. lisäkysymyksiä ja tätä kautta asia tulee perinpohjin selvitettyä. Tiedotteiden tekemisessä tulee olla huolellinen jotta asia saadaan ymmärrettävästi henkilöstön tietoon.

Keskustelimme myös tiedotusvastuista kohdeyrityksessä. Kohdeyrityksen oma henkilöstö hoitaa heidän asioidensa tiedottamisesta ja toimeksiantajayritys, joka toimii kohteessa palveluntuottajana hoitaa taas omansa. Toimeksiantajayritys tiedottaa kohdeyrityksessä toimivaa omaa henkilöstöään sekä asiakasta, eli kohdeyrityksen työntekijöitä kaikista kiinteistöön liittyvistä asioista. Toimitilapäällikkö tiedottaa kohdeyritykselle esimerkiksi organisaatiomuutoksista ja muista tärkeistä toimeksiantajayritystä koskevista asioista. Kohteessa toimiva palveluesimies tiedottaa taas enemmän päivittäisiä ja viikoittaisia asioita sekä erilaisia akuutteja asioita, jotka on saatava nopeasti kohdeyrityksen henkilöstön tietoon.

4.2 Palveluesimiehen haastattelu

Palveluesimiehen haastattelu tapahtui hänen työpisteellään kohdeyrityksessä. Palveluesimiehellä on noin 30-vuoden työkokemus toimitilapalveluihin liittyvistä tehtävistä kohdeyrityksen palveluksessa. Hän siirtyi opinnäytetyöni toimeksiantajan palvelukseen ulkoistamisen yhteydessä vuonna 2007. Hänellä on vankka kokemus kiinteistöön liittyvistä palveluista, ja niiden tuottamisesta. Palveluesimies on kohteen esimies, jonka alaisuudessa työskentelevät kohteen toimitilahoitajat, autolähetti, kokousisäntä sekä postittaja. Myös palveluesimiehen työpäiviin liittyy paljon tiedottamista. Hän tiedottaa omille työntekijöilleen sekä kohdeyrityksen henkilöstölle.

Aluksi keskustelimme talo-oppaan tarpeesta. Hänen mielestään nimenomaan manuaaliselle oppaalle on tarvetta, kunhan se ei ole liian laaja. Tärkeintä on, että asiat on selitetty oppaassa lyhyesti ja yksinkertaisesti ja että käyttäjä löytää tiedon nopeasti. Haastateltavan mukaan, opas on myös hyvä julkaista tulevaisuudessa intranetissä, koska työntekijät käyttävät sitä muutenkin päivittäin. Intranetissä on jo nyt jonkin verran tietoa kiinteistöä koskevista toimitilapalveluista ja muista asioista, mutta ne löytää paremmin kootusta oppaasta joka on laitettu selkeänä kokonaisuutena intranettiin. Talo-opas ei haastateltavan mukaan ole hyvä tiedottamisen väline, kun puhutaan päivittäin tai viikoittain tiedotettavista asioista. Hänen mielestään oppaassa tulee olla pitkäaikaisempia ja pysyvämpiä asioita, jo päivittämisenkin takia ja näiden asioiden perusteella olen oppaan rakentanut.

Kysyin haastateltavalta sitä, miten ihmiset saataisiin lukemaan ja käyttämään opasta hänen mielestään. Hän ehdotti, että opasta jaettaisiin mahdollisimman monille henkilöille. Itse en välttämättä kannata tätä jo kustannustenkaan kannalta. Talo-opas on 36-sivuinen, joten jo kopiointikustannukset tulisivat liian suuriksi. Lisäksi opasta ei käytetä päivittäin, joten mielestäni on parempi, että manuaalisia oppaita on esillä kerroskeittiöissä muutamia kappaleita, joista voi tarvittaessa käydä ottamassa kopion. Lisäksi monet kohdeyrityksen työntekijät voivat haluta tarkastaa asiat tietokoneella, eli intranetissä olevasta talo-opaasta.

Haastateltavan mukaan talo-opas on hieno asia, ja se helpottaa niin kohdeyrityksen työntekijöitä, kuin toimeksiantajayrityksen henkilöstöä. Opasta pystyy myös hyödyntämään haastateltavan mielestä perehdytyksessä. Uudelle työntekijälle tulee esitellä opasta ja käskä hänen tutustua siihen myös jatkossa. Näin opetetaan uudet työntekijät jo alusta alkaen oppaan käyttöön ja samalla puhelinsoitot ja kysymykset koskien kiinteistöä tai tarjottavia palveluja saadaan vähenemään. Tällöin, jokainen voi rauhassa keskittyä omaan työhönsä ja hakea tietoa itsenäisesti. Olen itsekin samaa mieltä siitä, että opasta tulisi käyttää jo perehdytysvaiheessa. Näin uusi työntekijä oppii jo alusta asti kiinteistössä tarjottavien palveluiden käytän-

nöt. Lisäksi voi olla tilanteita, jossa henkilö vaihtaa työkohdetta, joten oppaan esittely hänelle jo ensimmäisinä työpäivinä on kannattavaa.

Talo-oppaan sisältöön palveluesimiehellä oli parhaat ehdotukset. Hän tuntee kiinteistön yli 30-vuoden kokemuksella, joten hän tiesi sen, mitkä palvelut ovat keskeisellä sijalla oppaassa ja mitkä taas on hyvä vain ilmoittaa nimeltä. Hän osasi kertoa jokaisesta palvelusta, kuten aulapalveluista, postituksesta ja kokouskerroksesta tärkeitä yksittäisiä asioita, joita oppaassa tulee näkyä. Sain kuitenkin myös häneltä melko vapaat kädet suunnitteluun ja hän käski minun ottaa vielä tarkempia yksityiskohtia selville itsenäisesti.

Seuraavaksi keskustelimme yrityksessä käytettävistä tiedottamisen välineistä. Palveluesimies itse, käyttää eniten sähköpostia, koska se on nopein ja helpoin vaihtoehto. Sähköpostissa on olemassa tietyt jakeluryhmät, jotta viesti saadaan esimerkiksi tietyn kyseisessä kiinteistössä toimivan osaston tietoisuuteen. Haastateltavan mielestä tiedotusmateriaaliin, kuten tietotteiden ulkoasuun tulisi panostaa enemmän. Hän kaipasi niihin selkeyttä ja laadukkuutta. Tiedottamisen välineet ovat toimineet moitteettomasti. Ainoa ongelma haastateltavan mielestä, on tiedon saaminen jokaiselle halutulle henkilölle. Hän piti hyvänä, että on olemassa erilaisia tiedottamisen välineitä, joista pystyy valitsemaan sopivimman aina tiedotettavan asian mukaisesti.

Sähköpostia käytetään kohteessa eniten, mutta myös muita, kuten laputustiedotusta, palaveria ja intranetissä tiedottamista. Usein myös ns. käytäväkeskustelut ihmisten välillä pistävät tietoa eteenpäin. Toisaalta omasta mielestäni käytäväkeskusteluissa tulee esille asian luotettavuus. Jos asiasta on keskusteltu monien henkilöiden kesken, on sanoma voinut muuttua matkanvarrella. Tällöin asian oikean sisällön pystyy tarkistamaan vain asian alkuperäiseltä tiedottajalta. Käytäväkeskusteluissa on siis hyviä ja huonoja puolia. Tämä riippuu paljon asiasta, joku tieto voi olla sellaista että se muuttuu, mutta yksittäinen, ei monimutkainen tieto voi hyvinkin pysyä alkuperäisessä muodossaan.

Keskustelimme kohteen tiedottamisesta yleisesti. Haastateltavan mukaan tiedottaminen toimii hyvin. Hän joutuu työssään tiedottamaan joka päivä, erityisesti omaa henkilöstöään päivän kulusta, mutta useasti myös kohdeyrityksen väkeä erilaisista asioista, kuten erikoissiivouksesta, peruspesuista tai jos kohteessa tapahtuu joitain muutoksia esimerkiksi yhteystiedoissa tai muissa käytännön asioissa. Tiedottamista kohteessa tapahtuu sopivasti, ainoastaan sen selkeyteen olisi kiinnitettävä parempaa huomiota. Tiedottaa ei saa myös mistään turhista asioista, koska näin säästetään omaa aikaa eikä häiritä kohteessa työskenteleviä turhilla ilmoituksilla. Tiedotettavia asioita täytyy aina tarkkaan pohtia ja valita asiallinen ja selkeä tiedottamistapa ja oikea kohderyhmä. Hyvänä asiana tiedottamisessa haastateltava koki sen, että he saavat tiedottaa suoraan kohdeyrityksen henkilökuntaa, eikä tiedotteita tarvitse hy-

väksyttää minkään virallisen tahon kautta. Tämä säästää aikaa ja nopeuttaa tiedon perille saantia. Ainoastaan kaikki merkittävämät asiat, kuten organisaatiomuutokset tai esimieshenkilöstön vaihdokset, näistä tiedottamisen hoitaa toimitilapäällikkö tai tarvittaessa toimeksiantajayrityksen tiedottaja.

4.3 Hallintopäällikön haastattelu

Hallintopäällikön haastattelu tapahtui kohdeyrityksessä. Hänellä on pitkä työkokemus kohdeyrityksen palveluksessa ja hän tuntee kohteen, ja siellä työskentelevät ihmiset todella hyvin. Hän on kokenut ja nähnyt vuosien varrella, miten työympäristö on muuttunut ja samalla asiat kehittyneet eteenpäin, erityisesti teknologian kehityksen myötä. Hän toimii yhteyshenkilönä toimeksiantajayrityksen ja kohdeyrityksen välillä.

Ensimmäiseksi otimme puheenaiheeksi talo-oppaan. Haastateltavan mukaan, tarve talo-oppaalle, on suuri. Nykyään kiinteistön yleisiä asioita ja tietoja palveluista on kyllä saatavilla, mutta ne ovat vaikeasti löydettävissä. Intranet, jossa on paljon tietoa, on hyvä paikka ilmoittaa asioista, mutta tällä hetkellä sieltä ei kukaan löydä oikein mitään. Varsinkin taloon tulevalle uudelle toimihenkilölle, olisi perehdyttämisen yhteydessä hyvä olla saatavilla opas tiivistetyssä muodossa kaikista talon avainasioista, ettei niitä tarvitse lähteä selvittelemään useasta eri paikasta. Paras julkaisupaikka talo-oppaalle on haastateltavan mielestä intranet sekä keittiöt ja ilmoitustaulut. Intranetissä pitäisi jo etusivulla olla linkki, joka avaa talo-oppaan. Tätä linkkiä pidettäisiin ainakin sen aikaa, että talo-opas on tehty tutuksi henkilöstölle. Omasta mielestäni, jos se vaan on mahdollista, linkki olisi hyvä olla pysyvästi intranetin etusivulla. Opasta tullaan varmasti käyttämään usein, koska sinne päivitetään aina uusin tieto. Lisäksi työntekijät vaihtuvat ja uudet henkilöt tarvitsevat oppaassa olevia tietoa perehdytysvaiheessa useamminkin.

Talo-opas ei haastateltavan mukaan helpottaisi välttämättä kohdeyrityksen henkilöstön työntekoa, vaan pikemminkin tehostaisi sitä. Ihmisten ei tarvitsisi joko etsiä tietoa intranetistä tai kysellä muilta erinäisistä päivittäisistä rutiineista ja käytännöistä, vaan he löytäisivät tarvitsemansa tiedon talo-oppaasta. Keskustelimme myös siitä, miten ihmiset saadaan käyttämään opasta. Tähän hallintopäälliköllä ei ollut esitettävänä mitään suoranaista keinoa, mutta ihmisille pitäisi hänen mukaansa toivottaa koko ajan oppaan olemassaolosta ja käskeä henkilökuntaa etsimään tietoa sieltä. Lisäksi Eräs tapa olisi aina viitata oppaaseen ja ilmoittaa oikea sivu, kun jotakin ohjetta levitetään esimerkiksi sähköpostissa.

Haastateltava toivoi talo-oppaan olevan sellainen, missä on pidempiaikaista muuttumatonta tietoa eli siis sellaista tietoa, jota täytyy päivittää vain harvoin. Muissa kiireisissä tiedotettavissa asioissa voidaan sitten käyttää muita tiedottamisen välineitä. Mitä harvemmin oppaa-

seen joudutaan tekemään muutoksia, sen parempi. Ja jos muutoksia on tehty, niistä tulisi aina ilmoittaa selkeästi.

Puhuimme myös tiedottamisen välineistä ja niiden toimivuudesta. Tiedottamisessa käytetään haastateltavan mukaan enemmän sähköpostia ja intranetiä, ja enää vähemmän paperitiedottamista. Sähköpostiviestien ja -tiedotteiden perillemenon toteaminen, on hänen mielestään mahdotonta. Henkilöstö lukee sähköpostitiedotteita ja suurin osa toimiikin niiden mukaisesti, mutta joukossa on myös niitä henkilöitä, jotka poistavat viestin lukematta. Keskustelimme uusista tiedottamisen välineistä. Talo-opas on hänen mielestään hyvä erityisesti silloin, jos yritys muuttaa uusiin tiloihin tai heille tulee paljon uutta väkeä töihin. Kohdeyrityksen henkilöstömäärä saattaa lisääntyä hyvinkin pian miltei sadalla henkilöllä, joten talo-opaan merkitys tiedottamisessa uusille työntekijöille kasvaa valtavasti. Uudet työntekijät on myös hyvä alusta asti opettaa oppaan käyttöön.

Viimeisenä keskustelimme tiedottamisesta kohdeyrityksessä. Tiedottamisen merkitys on kasvanut viime vuosina toimintaympäristön ja palveluntuottajien vaihtuessa. Tiedottaminen, ja nimenomaan varsinkin oikeiden asioiden ja faktojen tiedottaminen on ensisijaisen tärkeää. Tiedottaminen ei kuitenkaan saa olla tietotulvaa vaan täsmätiedottamista. Tiedottaminen yhteistyössä toimeksiantajayrityksen kanssa on ollut sujuvaa. Toimitaan yhteisymmärryksessä ja asioista keskustellaan aina avoimesti. Hallintopäällikkö kehui toimeksiantajan tiedotustoimintaa juuri avoimeksi ja luotettavaksi. Tiedottamisen laatu, nopeus ja ajankohtaisuus on hyvällä tasolla, suorastaan erinomaista. Yhteistyö toimitilapäällikön ja palveluesimiehen kanssa on joustavaa, ja ratkaisuja sekä uusia toimintamalleja pohditaan yhdessä. Kohdeyrityksessä toteutetaan uusi organisaatiomalli lähiaikoina. Tämä muutos aiheuttanee haastateltavan mukaan palvelun tuottajalle lisääntyvässä määrin tiedottamista suoraan kohdeyrityksen henkilökunnalle, varsinkin kiinteistöä koskevilla asioilla.

Keskustelimme siitä, mitä parannettavaa tiedottamisessa yleensä tai tiedottamisen välineissä hallintopäällikön mukaan olisi. Ihmiset pitäisi saada tyhjentämään sähköpostistaan kaikki turhat vanhat viestit, mitä ei enää tarvita. Tämä antaa tilaa uusille ja myös uudet saapuvat viestit löydetään paremmin, jos saapuneet-kansio ei ole tupaten täynnä. Henkilökohtaiselle sähköpostille on määritelty tietty raja, joka käytännössä tarkoittaa sitä, että aktiivikäyttäjän noin kahden vuoden sähköpostit mahtuvat määriteltyyn rajaan, jonka jälkeen on tehtävä valintoja siitä, mitä säilytetään ja mitä tuhotaan. Sähköposti poistaa automaattisesti viestejä vanhemmasta päästä, jos käyttäjä ei itse sitä tee. Myös intranettiin olisi haastateltavan mukaan saatava parempi rakenne, jotta asiat löytyisivät helpommin ja nopeammin. Haastateltava oli sitä mieltä, että tiedottamiseen tulisi panostaa enemmän kieliopillisesti ja tiedotteiden tulisi olla selkeitä ja lyhyesti kirjoitettuja. Jotta ihmiset saadaan lukemaan tiedotteita, on niiden otsikoiden oltava lyhyitä ja nasevia, jotta asia käy ilmi heti. Kun henkilöstöä on paljon,

ei tiedotteen laatija voi välttyä jälkikyselyiltä. Toivottavasti talo-opas vähentäisi tätä kyselytulvaa edes vähän.

4.4 Haastattelujen yhteenveto

Sain kaikista haastatteluista paljon apua talo-oppaan suunnittelua ja rakentamista varten. Kaikki haastateltavat painottivat talo-oppaan tärkeyttä ja tarvetta. Opas on tarpeellinen erityisesti uuden työntekijän perehdyttämisen avuksi ja muutenkin näin isossa kiinteistössä, jossa työntekijöitä on paljon, henkilöstöä vaihtuu ja tiedotettavaa asiaa riittää. Kaikki haastateltavat painottivat talo-oppaan tärkeyttä perehdyttämisen apumateriaalina. Oppaasta löytyy yleistä tietoa kiinteistöstä ja toimitila- ja käyttäjäpalveluiden käytännön toiminnasta, jota uusi työntekijä tarvitsee erityisesti työnsä aloittamisen alkuvaiheessa.

Kukaan haastateltavista ei kaivannut uusia tiedottamisen välineitä enää talo-oppaan lisäksi, vaan he painottivat kaikki tiedottamisen keskittämistä. Turhaa tiedottamista pitää välttää, ja vain oleelliset tärkeät asiat tiedotetaan henkilökunnalle. Talo-oppaassa on kaikki tarpeellinen asia pähkinänkuoressa ja vielä nopeasti löydettävissä. Kaikki haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että kun opas saadaan henkilöstön tietoisuuteen ja jatkuvaan käyttöön, vähenevät ylimääräiset kyselyt kiinteistön asioista ja palveluista huomattavasti. Kun on saatu aikaiseksi uusi kattava tiedottamisen väline, henkilöstö etsii tietoa mieluusti itsenäisesti joko intranetistä tai manuaalisesta oppaasta.

Toimitilapäällikkö ja palveluesimies luettelivat tarkempia asioita, joita he halusivat talo-oppaan sisältävän. Hallintopäällikkö taas kertoi enemmän ympäröivästä tiedon sisällön tulisi olla yleistä ja harvemmin päivitettävää asiaa kiinteistöstä. Eniten sain toiveita ja ohjeita koskien oppaan ulkoasua. Oppaan tulee olla laadukas, selkeä, ymmärrettävä. Asiat täytyy ilmaista lyhyesti ja asiallisesti ja tekstin pitää muutenkin olla kieliopillisesti oikein kirjoitettu. Ydinasioiden tulee nousta selkeästi esiin jo otsikoista. Otsikoiden pitäisi saada lukija lukemaan koko tiedotettava asia loppuun asti. Talo-oppaan tekstit eivät todellakaan saa olla liian pitkiä että etsitty asia paikallistetaan nopeasti. Alleviivaukset, tekstivärjäykset, numeroinnit ja kursivoinnit auttavat myös löytämään tärkeimpiä seikkoja.

Haastateltavat olivat yhtä mieltä oppaan julkaisemisesta ja siitä tiedottamisesta. Kaikki kannattivat laajaa tiedottamista ryhmäsähköpostilla koko henkilöstölle sekä laputustiedottamista keskeisillä paikoilla kiinteistössä. Opas pitää julkaista intranetissä, sekä kirjallisena versiona, sellaisissa paikoissa joissa henkilökunta käy päivittäin. Kirjallisen oppaan tulee olla näkyvällä paikalla ja intranetissä olevaan oppaaseen olisi hyvä olla linkki jo etusivulta, ainakin jonkin aikaa ennen kuin opas saadaan henkilöstön tietoisuuteen.

Kaikki haastateltavat odottivat innolla talo-oppaan julkistamista, ja sitä miten henkilöstö ottaa oppaan vastaan. Haastateltavat toimivat tärkeänä tukena työni edetessä ja olivat koko ajan aidosti kiinnostuneita työstäni ja oppaan valmistusvaiheista. Kaikki toivovat, että oppaasta tulisi toimiva tiedottamisen väline ja että se otettaisiin jatkuvaan käyttöön koko henkilöstön keskuudessa. He toivovat myös, että talo-oppaasta saataisiin tulevaisuudessa palautetta, jotta sitä voidaan kehittää vieläkin paremmaksi ja asiakkaan tarpeille sopivaksi.

Haastattelut onnistuivat kaikki hyvin. Sain paljon mielenkiintoista tietoa talo-oppaan suunnitteluun, mutta olisin kuitenkin voinut viedä haastatteluja vieläkin syvemmälle. Näin olisin mahdollisesti saanut yksityiskohtaisempaa tietoa, ja tietoa sellaisista asioista jotka eivät ole itselläni tulleet mieleen haastatteluteemoja ja talo-opasta suunnitellessa. Mahdollinen toinen haastattelukierros, olisi voinut auttaa selvittämään haastateltavien tuntemuksia vieläkin syvemmin, tuoda läpikäymättömiä asioita esille sekä tuottaa uudenlaisia näkökulmia asioihin.

Kun olin selviteltyt haastatteluiden avulla tiedottamista ja muita toimintatapoja kiinteistössä oli talo-opasta mukava lähteä tekemään. Haastattelujen avulla oppi kiinteistöstä niin paljon uutta, että tuntui kuin siellä olisi viettänyt aikaa pidempäänkin. Toki noin kolmen kuukauden työaikani kiinteistössä ja tutustuminen eri toimintoihin auttoi myös talo-oppaan suunnittelussa ja laatimisessa. Kappaleessa viisi, kerrotaan tarkemmin oppaan laatimisvaiheista.

4.5 Puhelinhaastattelu toimeksiantajan tiedottajalle

Tein teemahaastattelujen lisäksi puhelinhaastattelun toimeksiantajayrityksen tiedottajalle joulukuussa 2008. Halusin työhöni näkemystä tiedottamisesta ammattitaitoiselta alan ihmiseltä. Haastattelemani tiedottajan vastuulla on yrityksen sisäinen tiedottaminen. Selvitin haastattelussa hänen mielipiteitään talo-oppaasta, sekä pyysin häntä kertomaan yleisesti toimeksiantajayrityksen tiedottamisesta. Lisäksi kyselin tiedottamisen välineistä ja tiedotusvastuiden jakautumisesta.

Haastattelun aluksi kerroin opinnäytetyöstäni ja sen tavoitteista. Olin jo laittanut hänelle kysymykset etukäteen sähköpostilla, jotta hän ehtisi tutustua niihin. Ensimmäisenä keskustelimme talo-oppaasta. Hänen mielestään talo-opas on todella hyvä idea ja uudistava tiedottamisen väline. Laaja ja huolellisesti tehty opas on erinomainen viestinviejä myös toimeksiantajayrityksen muihin kohteisiin. Haastateltavan mukaan talo-opas, on asiat yhteen keräävä tietopaketti, josta asiakkaan on helppo löytää etsimänsä. Talo-oppaan tulisi haastateltavan mukaan sisältää asioita toimeksiantajan tuottamista palveluista sekä myös muiden kohdeyrityksessä toimivien palveluntuottajien palveluita. Näin olin itsekin asian jo ajatellut. Ajattelin että jatkossa, talo-oppaan päivittäjä informoisi kiinteistön muita palveluntuottajia ja sopisi

käytännöistä, jos heillä tulee sellaista tiedotettavaa asiaa, minkä he haluaisivat ilmoittaa oppaassa.

Puhuimme myös talo-oppaan ulkoasusta. Hänen mielestään ulkoasun tulisi olla sellainen, että siinä näkyvät toimeksiantajayrityksen että kohdeyrityksen logot ja värit. Manuaalinen opas tulisi olla kansiomallinen ja kovakantinen. Kansiomalli siksi, että opasta on helppo päivittää ottamalla vanha sivu pois ja laittamalla uudet tiedot tilalle. Tiedottajan mielestä oppaalle tulisi nimetä yksi päävastuuhenkilö, joka tarkistaa esimerkiksi kerran kuukaudessa, onko oppaaseen päivitettävää, ja jos on, että kaikki päivitykset on korjattu. Oppaassa olevien muiden palveluiden palveluntuottajien pitäisi ilmoittaa vastuuhenkilölle omista muutoksistaan, jos ne ovat sellaisia, jotka pitää kirjata talo-oppaaseen. Tiedottaja korosti sitä, että päivityksiä on tehtävä aina kun tieto muuttuu tai uutta talo-oppaaseen kuuluvaa tietoa tulee lisää. Näin täytyy toimia jo yrityksen uskottavuuden sekä luotettavuuden vuoksi. Opasta on hänen mielestään turha rakentaa, jos ei sitä alusta asti pidetä selkeänä ja ajantasaisena, luotettavana tiedottamisen lähteenä.

Keskustelimme tiedottamisen vastuista. Haastateltavan mukaan jokaisella toimeksiantajayrityksessä työskentelevällä on tiedotusvastuu. Tiedon täytyy kulkea ylös- ja alaspäin sekä sivusuuntaisesti, jotta tieto tavoittaa oikeat ihmiset, ja siihen voidaan tarvittaessa reagoida. Hän kertoi, että heillä on aina eri kohteissa toimipistekohtaisia tiedotusvastaavia, joiden tehtävänä on huolehtia kyseisen kohteen tiedottamisesta. Esimerkiksi haastattelemani toimitilapäällikkö ja palveluesimies ovat juuri tällaisia henkilöitä.

Mediasuhteidenhoitamisesta, www-sivujen ylläpidosta ja artikkeleiden julkaisemisesta vastaa konsernin markkinointi- ja viestintäosasto yrityksen viestintäohjeiden mukaisesti. Toimeksiantajayrityksellä on olemassa viestintästrategia, jossa kerrotaan viestinnän painopistealueet, rutiinit, kehittämiskohteet, vastuut ja mittarit. Viestintästrategia johdetaan yhtiön strategiasta ja tehdään aina vuositasolla. Myös kuukausitasolla on määritelty tehtävät. Strategia on laadittu toimeksiantajayrityksen johdon ja viestintäosaston yhteistyönä.

Haastateltava kertoi, että esimiesviestintä on tärkeässä asemassa yrityksessä. Esimiesten tulee tiedottaa alaspäin, työntekijöilleen sekä myös ylöspäin omille esimiehilleen. Viestinnän pitäisi tavoittaa kaikki kenelle asia kuuluu ja keiden töihin asia tulee vaikuttamaan. Kaikilla toimeksiantajayrityksen työntekijöillä ei ole mahdollisuutta esimerkiksi lukea sisäistä intranetiä, työkohteiden vaihtuvuuden ja työn liikkuvuuden vuoksi. Heitä on vaikea tavoittaa ja he ovatkin pelkästään ilmoitustauluviestinnän ja oman esimiehensä tiedottamisen varassa. Tähän henkilöiden tavoitettavuus ongelmaan tulisi haastateltavan mukaan keksiä uusia tiedottamisen välineitä. Esimiesten tulisi myös seurata omien kohteidensa tilannetta ja pohtia tarvitaanko uusia tiedottamisen välineitä, tai tarvitseeko joitakin välineitä uudistaa. Yleisesti tie-

dottamisen välineet ovat toimineet haastateltavan mukaan hyvin, suuria ongelmia ei ole ollut. Talo-opas on hyvä kohdekohtainen lisä tiedottamisen välineisiin. Siihen on kerätty kiinteistöön liittyvät tiedot yhteen ja kohteen henkilökunnan ei tarvitse niitä enää kysellä useammasta paikasta. Haastateltava toivoi, että talo-oppaan osoittautuessa toimivaksi, sitä myös hyödynnettäisiin muissa toimeksiantajayrityksen kohteissa.

5 Talo-oppaan toteutus

Talo-oppaan laatiminen lähti liikkeelle heti haastattelujen jälkeen. Päätin jo alusta asti, että oppaasta tulisi selkeä, ymmärrettävä sekä sellainen että etsityn tiedon löytää sieltä vaivattomasti. Tämä oli myös työni ohjaajan toive. Alusta asti on ollut myös selvillä, että oppaasta tulee kansiomallinen ja A4-kokoinen. Tavoite oli tehdä perusteellinen tietopaketti kiinteistöissä olevista toimitila- ja käyttäjäpalveluista.

Muutaman kuukauden työkokemus kohdeyrityksestä auttoi minua hahmottamaan palveluiden toimintaa ja niitä asioita, joista kiinteistössä kaivataan yhtenäistä ohjetta. Myös kulkeminen kohteessa auttoi oppaan suunnittelussa. Löysin kiinteistön ilmoitustauluilta paljon erilaisia asioita, kuten yhteystietoja, jotka olisi parempi ilmoittaa yhtenäisessä oppaassa. Näin ne olisivat myös helpommin löydettävissä. Kiertäminen kiinteistössä auttoi paikallistamaan uusia tiloja, ja sitä missä asiat ja tavarat sijaitsevat. Samalla näin myös kiinteistön toimintaa konkreettisesti. Tämä auttoi oppaan kirjoittamisvaiheessa huomattavasti. Toimeksiantajayrityksen muiden kohteiden talo-oppaista sain myös pohjaa sisällöllisiin asioihin. Parhaimmat ideat ja toiveet sain kuitenkin tekemistäni haastatteluista.

5.1 Teorian ja haastattelujen antamat lähtökohdat talo-oppaan rakentamiseen

Kirjallisuudesta löytyi paljon hyvää hyödynnettävää tietoa tiedottamisen eri osa-alueista talo-oppaan rakentamisen avuksi. Erityisen hyödyllinen oli Ilvosen teos: Miten tiedotan?, jossa kerrottiin selkeästi ja jäsennellysti tiedottamisen toteuttamisesta.

Tärkein selvitettävä asia talo-oppaan kannalta, oli tiedottamisen merkitys yrityksien toiminnassa. Lähdin liikkeelle selvittämällä tiedottamisen perusteoriaa sekä oppaan kannalta tärkeitä seikkoja kuten, mitkä ovat tiedottamisen kohderyhmät? kuinka tiedotusvastuut tulisi jakaa? miten tiedottamista toteutetaan ja millä apuvälineillä? Siukosaari (2002,92) painottaa, että tiedottamiseen käytettävien materiaalien tulee olla ajantasaisia ja materiaalien laadintaan sekä itse tiedotettavan asian ilmaisemiseen tulee keskittyä entistä tarkemmin. Onnistunut tiedottaminen heijastuu myönteisesti työilmapiiriin sekä liiketoiminnan kehittymiseen. Talo-oppaassa on keskitytty tarkoin asioiden ajantasaisuuteen ja asioiden selkeään ja ymmärrettävään ilmaisemiseen.

Tutustuin myös ulkoiseen- ja sisäiseen tiedottamiseen, niiden tarkoitukseen, periaatteisiin ja vaatimuksiin. Huomasin, että talo-oppaalla on paljon yhtenäisyyksiä sekä ulkoisen- että sisäisen tiedottamisen kanssa. Päädyin siihen, että oppaasta ei voi sanoa kumpaan osa-alueeseen se kuuluu, koska jos pohtii oppaan kohderyhmää ja käyttötarkoitusta, niin löytää yhteistä molemmista tiedottamisen muodoista. Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström (1999,225) kertovat selkeästi sisäisen tiedottamisen tavoitteet, joita ovat avoin tiedonkulku sekä työmotivaation lisääminen. Talo-opasta laatiessani olen miettinyt asioita kohderyhmän kannalta. Olemme toimeksiantajani kanssa tiedottaneet henkilöstöä jo ennen oppaan laatimisen aloittamista ja sen tavoite on ollut myös koko ajan lisätä työmotivaatiota ja työssä viihtymistä niin, että haettu tieto tosiaankin löytyy ja vieläpä vaivattomasti yhdestä paikasta. Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström(1999,234) kirjoittavat että ulkoisella tiedottamisella pyritään avoimeen ja hyvään tiedonkulkuun, yrityksen tunnettuuden lisäämiseen ja myönteisen yrityskuvan luomiseen ja sen ylläpitoon. Tähän kaikkeen edellä mainittuun myös toimeksiantajani tähtää ja osa tätä on myös talo-opas, jonka toivotaan vaikuttavan positiivisesti tiedonkulun parantumiseen ja myönteisen yrityskuvan ylläpitoon asiakasyrityksen keskuudessa.

Teemahaastattelussa ja puhelinhaastattelussa kävi ilmi paljon samankaltaisia mielipiteitä. Opasta pidettiin tarpeellisena, ja siitä toivottiin yleisesti käyttökelpoista. Kaikki myös pitivät sitä tärkeänä perehdyttämisen apuvälineenä. Haastateltavat korostivat myös oppaan ulkoasua, josta he toivoivat laadukasta ja siistiä. Sisällöllisesti haluttiin ehdottomasti kieliopillisesti oikein kirjoitettu opas. Haastattelussa ilmeni erilaisia mielipiteitä ja myös uusia asioita nousi esiin. Talo-oppaan sisältötietoja haluttiin kertoa yksityiskohtaisesti sekä talo-oppaaseen haluttiin kaikki kiinteistöä ja sen palveluita koskeva tieto, niin että tietoa ei ole enää missään muualla sekavasti ilmoitettuna. Talo-oppaasta haluttiin lyhyt, tehokas paketti, jossa asiat ovat esillä tiivistettynä, niin että niitä jaksetaan lukea. Talo-oppaasta haluttiin myös todella harvoin päivitettävä, eli siihen toivottiin pelkästään pitkäaikaista tietoa. Näiden teoriasta satujen tietojen sekä haastattelujen perusteella lähdin rakentamaan mahdollisimman monia henkilöitä tyydyttävää talo-opasta.

5.2 Ideointi ja aloitusvaihe

Aloitin oppaan suunnittelun pohtimalla sen kohderyhmää. Kohderyhmänä ovat 18-65 -vuotiaat henkilöt. Henkilöiden työpäivät ovat välillä pitkiä ja työntäyteisiä. He istuvat paljon kokouksissa ja muun työajan omalla koneellaan työhuoneessaan. Päätin jo alkuvaiheessa, että talo-opas tullaan julkaisemaan intranetissä, koska useat työntekijät haluavat lukea opasta oman koneensa äärellä, koska se on nopeampaa kuin hakea manuaalinen versio muualta kerroksesta.

Lähdin ensiksi pohtimaan oppaan alkusanoja. Tekstin tuli kertoa, mikä opas on, ja mikä on sen tarkoitus. Tärkeää oli mielestäni myös ilmaista se, että opasta ei ole valmis paketti, vaan sitä päivitetään aina uusien asioiden ilmetessä. Oppaan päivittäjäksi valikoitui palveluesimies, koska hän tietää kiinteistöstä paljon ja hänellä on pääsy kiinteistöä koskeviin tietokoneohjelmiin ja dokumentteihin. Seuraavassa katkelma alkusanoista:

”Tästä oppaasta löydät kiinteistöä koskevat perustiedot ja asiaa talosta löytyvistä kiinteistö- ja käyttäjäpalveluista. Opasta on hyvä käyttää myös perehdytyksen tukena. Taloon tuleva uusi työntekijä saa oppaasta tiedot työympäristöönsä liittyvistä asioista, eikä tietoa tarvitse hakea ja selvittää monesta eri paikasta.

Toimintaympäristö, käyttäjien toiveet ja tarpeet muuttuvat jatkuvasti, joten tämä opas ei suinkaan ole valmis. Päivitämme opasta aina tarvittaessa ja otamme mielellämme vastaan myös palautetta.”

Alkusanojen jälkeen kirjoitin vielä oppaan päivityksestä vastaavan henkilön nimen ja yhteystiedot. Lisäksi kirjoitin alkutekstiin oppaan laatijan, eli oman nimeni. Seuraavaksi kirjoitin kiinteistön perustietoja, jotka sain tietooni palvelupäälliköltä. Lisäksi kirjoitin perustietoja kohdeyrityksestä. Sain palveluesimieheltä kolme valokuvaa, joista valitsin yhden talo-oppaan kanteen. Kuvassa näkyy kohdeyrityksen kiinteistö ulkoapäin kuvattuna, kesäisessä maisemassa. Kannessa on myös kohdeyrityksen sekä toimeksiantajayrityksen logot.

5.3 Talo-oppaan sisältö

Tässä kappaleessa kerron tarkemmin talo-oppaan sisällöstä ja oppaan rakentamisesta. Käytän apuna kolmea esimerkkiä talo-oppaasta. Esimerkit poikkeavat normaalista Laurean asettelumallista. Esimerkit ovat: Hätätilanteessa toimiminen, jätteet/jätteiden lajittelu ja toimistotarvikkeet.

Opas on 36-sivuinen, ja suurin osa sivuista on tulostettu kaksipuoleisena. Yksipuoleisena ovat ainoastaan kansilehti, sisällys ja alkusanat. Itse olin sitä mieltä, että jokainen oppaan aihe olisi selkeästi omalla sivullaan, etteivät asiat olisi liian tiiviisti ja sekavasti. Tämä olisi helpottanut myös päivittämistä hieman paremmin kuin nykyinen versio. Toimeksiantaja halusi kuitenkin ympäristöpalveluja tarjoavana ja muutenkin ympäristöasioista huolehtivana tiivistää opasta ja vähentää paperin haaskausta. Opas tiivistettiin tämän toiveen mukaisesti niin, että aina samalla sivulla on yhdestä kolmeen otsikoitua aihetta, riippuen tekstin pituudesta. Opas tulostettiin 200 grammaiselle, normaalia paksummalle kopiopaperille, jotta sen läpi ei heijastuisi toisella puolella oleva teksti.

Jotta tieto olisi helppo löytää oppaasta, päätin laittaa asiat aakkosjärjestykseen. Laitoin myös värilliset välilehdet selkeyttämään ja nopeuttamaan etsintää. Ennen otsikoituja aiheita, on välilehti, johon on kirjattu värillisten välilehtien kohdilta löytyvät tiedot. Talo-oppaan sisällysluettelo on tehty aiheiden mukaisesti, eli myöskin aakkosjärjestyksessä. Oppaan rivivälinä olen käyttänyt puoltatoista, mutta joissain tapauksissa olen käyttänyt myös riviväliä yksi, koska se oli selkeämpi ja kohdisti asiaa esimerkiksi yhteystietoja luetellessa. Oppaan teksti-fontiksi valitsin arialin jonka vielä lihavoin. Tämä on mielestäni selkein ja tunnistettavin fontti. Perusfonttikoko oppaassa on 11 ja aiheiden otsikot ovat kokoa 16. Olen käyttänyt tekstissä alleviivauksia ja värjännyt tekstiä punaiseksi ja siniseksi huomiota vaativissa kohdissa. Seuraavassa aihe-esimerkissä näkyvät yllämainitut asiat.

HÄTÄTILANTEESSA TOIMIMINEN

Esimerkkinä tulipalotilanne

1. Pelasta

- Auta loukkaantunut pois vaara-alueelta ja käske kaikkia poistumaan.
- Hissin käyttö tulipalotilanteessa on ehdottomasti kielletty.

2. Hälytä

- Paina hälytyspainiketta
- Soita yleiseen hätänumeroon 112
- Noudata puhelimesta saatuja ohjeita

3. Sammuta

- Käytä alkusammutinta tai paloletkua

4. Poistu kiinteistöstä

- Seuraa poistumisreittejä –kylttejä, älä koskaan käytä hissejä.

5. Opasta palomiehiä

6. Kokoonnu sovituille paikalle.

Esimerkki 1. Häätätilanteessa toimiminen

Talo-oppaan tekstiä yritin kirjoittaa mahdollisimman yksinkertaisella yleiskielellä. Eli en missään nimessä käyttänyt mitään murre-sanoja, vaan pyrin kirjakielen kirjoittamiseen. Tavoitteeni oli selvittää asiat lyhyesti. Käytin lyhyitä lauseita ja kirjoitin joka aihealueesta vain kaikki tarvittavat tiedot. Kaikkea ylimääräistä pyrin karsimaan viimeiseen asti. Jos oli kyse jostain palvelusta, esimerkiksi kopiointipalvelusta, kirjoitin mistä palvelu löytyy, kuka siitä vastaa, mitkä asiat kuuluvat palvelun piiriin sekä mitkä ovat aukioloajat ja yhteystiedot. Tärkeintä, oli siis miettiä mitkä ovat ne oleellimmat tiedot ja millä tiedolla pärjää. Yritin käyttää asioista myös sellaisia sanoja ja termejä, jotka ovat jo tuttuja henkilökunnalle ja joita on käytetty kiinteistössä jo pitkään.

Oppaassa on viisi liitettä. Liitteenä löytyvät muun muassa kohteessa toimivien toimeksiantajayrityksen työntekijöiden yhteystiedot, lajitteluohjeet, suojeluvalvojan tehtävät sekä pohja-

kartat. Kaikkiin liitteisiin on viittaukset talo-oppaan tekstissä. Lopulliseen talo-oppaaseen tuli yhteensä 26 otsikoitua aihetta. Aiheet löytyvät alla olevasta luettelosta. Otsikoiden alla, lisäksi vielä yksi aihe-esimerkki kopioituna sellaisenaan talo-oppaasta. Esimerkki kertoo jätteistä ja niiden lajittelusta kiinteistössä.

Talo-oppaan otsikot/aiheet:

1. Aulapalvelut ja vartiointi
2. Help Desk
3. Henkilöstöravintola
4. Hälytysnumerot
5. Häätätilanteessa toimiminen
6. ID-kortit
7. Jätteiden lajittelu
8. Kalusteasiat
9. Kerroskeittiöt
10. Kiinteistönhuolto
11. Kokoustilat
12. Kopiointipalvelut
13. Kulunvalvonta
14. Kuntosali
15. Lehdet
16. Postitus
17. Siivous
18. Taksi
19. Tiedottaminen
20. Tilaisuuden järjestäminen kiinteistössä
21. Toimistohuoneiden avaimet
22. Toimistotarvikkeet
23. Tupakointi
24. Työhuoneet (hot-spot -huoneet)
25. Vierailijat
26. Vikailmoitukset

JÄTTEET/JÄTTEIDEN LAJITTELU

Kiinteistössä lajitellaan seuraavat jätteet:

- Energiajäte
- Sekajäte
- Biojäte
- Toimistokeräyspaperit
- Keräyspaperit
- Ongelmajätteet
- Lasijätteet
- Tietoturvapaperit
- Pahvit
- Loisteputket
- Patterit

Toimistohuoneissa on roska-astia sekä laatikot toimistokeräyspaperille ja keräyspaperille, jotka toimitilahoitaja tyhjentää viikkosiivouksen yhteydessä.

Bio- ja sekajäteastiat löytyvät kerroskeittiöistä.

Tietosuoja-astiat paperille, cd:ille ja kalvoille löytyvät kerroksista. Tietosuojamateriaalin jokainen toimittaa itse niille varattuihin astioihin.

Muut syntyvät jätteet annetaan toimitilahoitajille, jotka toimittavat ne eteenpäin.

LAJITTELUOHJEET LÖYDÄT LIITTEESTÄ 5.

Esimerkki 2. Jätteet/jätteiden lajittelu

Yllä oleva esimerkki näyttää sen, miten selkeästi ja yksinkertaisesti asiat oppaassa ilmoitetaan. Turhat asiat on jätetty pois ja kirjoitettu vain aiheen vaatimat välttämättömät asiat, jotka henkilöstön tulee tietää. Opasta laatiessani sain vaikuttaa eniten siihen, miten asiat ilmaistaan oppaassa. Pyrin ilmaisemaan asioita loogisesti sekä lyhyesti, niin että lukijat löytävät nopeasti tarvitsemansa tiedon.

5.4 Ulkoasu, kansitus ja julkaisu

Talo-opas kansitettiin vihreään kovakantiseen kansioon. Kansion päälle kiinnitettiin oppaan laminoitu ensimmäinen sivu, eli kansisivu jossa lukee talo-opas. Sivulla on myös toimeksiantajayrityksen sekä kohdeyrityksen logot sekä kohdeyrityksen valokuva, joka on kuvattu kiinteistön ulkopuolelta. Kansion ensimmäisellä sivulla on sisällysluettelo ja sen jälkeen alkusanat sekä kiinteistön perustiedot. Tämän jälkeen alkavat aihe-alueet aakkosittain. Liitteet ovat talo-oppaan lopussa.

Talo-opas on A4-kokoinen ja lopullisen oppaan sivumäärä liitteineen on 36. Opas kansitettiin kohdeyrityksen tiloissa. Tein kansituksen itse. Tein yhden mallikappaleen, jonka mukaan toimitilahoitajat kopioivat loput kappaleet. Oppaan tulostusvaiheessa sain apua, kohdeyrityksen kopioinnista vastaavalta henkilöltä. Oppaita tehtiin yhteensä yksitoista kappaletta. Kohdeyritys kustansi kansitus- ja tulostusmateriaalit, ja hain ne itse kohteen toimistotarvikevarastosta. Kansituksen jälkeen, luovutin valmiin oppaan kohteen palveluesimiehelle.

Talo-opas päätettiin sijoittaa toimistokerroksien kerroskeittiöihin. Keittiöitä on jokaisessa kerroksessa 3-4 kappaletta. Valitsimme jokaisesta kerroksesta kaksi keittiötä, joihin oppaat viedään. Kerroskeittiöt ovat paras paikka oppaalle, koska henkilöstö käyttää niitä päivittäin. Lisäksi yksi opas toimitetaan aulapalveluihin. Oppaan julkaisu tapahtui 15.5.2009. Yrityksen sisäiseen intranettiin talo-opas laitetaan vasta myöhemmin. Täysin tarkkaa aikaa tästä ei ole vielä sovittu. Laadin tiedotteen oppaan julkaisemisesta. Tiedotteesta ja sen suunnittelusta kerrotaan seuraavassa kappaleessa.

5.5 Tiedote talo-oppaan valmistumisesta ja julkaisusta

Päätimme yhdessä toimeksiantajayrityksen toimitilapäällikön ja palveluesimiehen kanssa kirjallisen tiedotteen laatimisesta talo-oppaan valmistumisesta ja sen julkaisemisesta. Olin kiinnostunut tiedotteen laatimisesta ja teorian hankkimisesta siitä, miten hyvä tiedote tehdään. Oli mielenkiintoista olla mukana tiedotteen laatimisprosessissa ja sen julkaiseminen samalla ikään kuin päätti, talo-opas projektin minun osaltani.

Kirjallista tiedotetta kannattaa käyttää kun on kyseessä uutisen julkaiseminen tai uuden asian kertominen esimerkiksi yrityksen henkilökunnalle. Tiedotetta laadittaessa täytyy muistaa, että tiedottaminen on aina ytimekästä ja tiedotteessa tiedotetaan vain yhdestä asiasta tai tapahtumasta. Talo-opasta koskevassa tiedotteessa nimenomaan kerrotaan yhdestä asiasta, uudesta valmistuneesta oppaasta. Tiedote on laadittu niin, että se ei ole liian pitkä vaan siitä selviää tiedotettava asia, yksinkertaisesti ja nopeasti pienellä lukuvaivalla. (Parkkola 2005, 51.)

Tiedotteet voidaan jakaa ulkoisiin ja sisäisiin tiedotteisiin. Ulkoiset tiedotteet on kohdennettu esimerkiksi lehdistölle tai muulle medialle, kun taas sisäiset tiedotteet on tarkoitettu yrityksen omalle henkilökunnalle. Lasken laatimamme tiedotteen talo-opas asioista kuuluvan sisäisiin tiedotteisiin, koska työni toimeksiantaja toimii päivittäin kohdeyrityksessä ja tiedottaminen tapahtuu heidän toimestaan kohdeyrityksen kiinteistössä. Tämän tiedotteen avulla toimeksiantajani tiedottaa kohdeyrityksen työntekijöille sekä samalla myös omille työntekijöilleen, jotka toimivat tässä kohteessa.

Tiedotteen tyyli riippuu asiasta ja tiedotteen antajasta. Erilaisia tiedottamisen tyyliä mietittäessä on kuitenkin syytä muistaa, että tiedote ei ole kaunokirjallinen teos. ”Tiedotteen tyylin ratkaisee aina tiedotettava asia ja kohderyhmä, ei tiedottajan taiteellinen kunnianhimo”. (Parkkola 2005, 52.) Tiedotteen tekstin tulee olla selkeä, jäsennelty, tyyliltään aiheeseen sopiva ja ymmärrettävä. Hyvä ja selkeä tiedote toimii samalla imagonluojana ja hyvänä käyntikorttina. Tiedotteen tekstin tulee myös mahtua A4-arkille. Jos kerrottavaa on paljon, on tiedotteeseen valittava ne tärkeimmät asiat. Tiedote toimii siis paitsi informaation lähteenä myös mielenkiinnon luojana. Parkkola (2005, 53) kirjoittaa että, hyvä tiedote voi mahdollisesti myös toimia tulevaisuudessa hyvänä pohjana samantyyllisille tiedotettaville asioille. Tässä tapauksessa esimerkiksi tiedotepohjaa voi käyttää, jos toimeksiantajayritykseni lähtee kopiomaan talo-opas ideaa muihin asiakaskohteisiinsa ja tiedottaa siellä oppaan ilmestymisestä.

Tiedotteen otsikko yleensä nimeää aiheen ja tiivistää olennaisen asian ytimen. Otsikon lisäksi tiedotteesta luetaan yleensä vain alku, ja useimmiten loppu, joten niiden muotoiluun on paneuduttava huolellisesti. Parkkolan (2005,54) mukaan alulla on tekstissä kaksi tehtävää. Toisaalta se johtaa lukijan tekstiin, antamalla vihjeitä tekstin sisällöstä ja käsittelevästä, toisaalta sen pitäisi olla kiinnostava, jotta lukija haluaisi lukea enemmän.

Tiedotetta laadittaessa on panostettava asialliseen ja ytimekkääseen aloitukseen, josta sanoman ytimen löytää heti. Hyvä tiedote saa olla persoonallinen ja värikäs, riippuen tietysti aina tiedotettavasta asiasta ja kohderyhmästä kenelle tiedotetaan. Tässä tiedotteessa voi käyttää hieman vapaampaa tyyliä, koska kyseessä on sisäinen tiedote. Tiedotteen alussa pyritään vastaamaan kysymyksiin: mitä, missä, milloin ja kuka. Tämänkaltaisen alku välittää olennaisen tiedon nopeasti. (Parkkola 2005, 53-54.) Kun suunnittelin tiedotetta talo-opaasta, päädyin valitsemaan kysymyksiä, joihin tiedotteesta tulee löytää vastaukset. Nämä kysymykset olivat: mikä? mitä sisältää? kenelle tarkoitettu? minkä näköinen? mistä löytää? milloin saatavilla? Lisäksi päädyin laittamaan tiedotteen loppuun yhteystiedot, josta saa lisätietoa asiasta.

Tiedotteen lopetuksesta Parkkola (2005,54) kirjoittaa, että kun tiedotettava teksti ja asia loppuu, ei mitään erillistä keinotekoista lopetusta kannata alkaa keksimään. Lopussa ei pidä

esittää mitään aivan uutta, eikä varsinkaan yksityiskohtaista tietoa vaan viimeinen virke saa olla lyhyt ja ytimekäs kuten tiedotteen alkukin. Ehdottomasti, tiedotteen lopussa tulee kuitenkin näkyä kaikki tarpeelliset yhteystiedot.

Suunnittelin tiedotetta aluksi itse, ja tein alustavan version näytettäväksi opinnäytetyön toimeksiantajalle. Lähdin pohtimaan erilaisia tiedotteita, mitä itse on matkan varrella nähnyt joko töissä tai muualla siviilielämässä. Mietin tärkeimpiä asioita, jotka tästä kyseisestä tiedotteesta tulisi löytyä. Mielestäni tiedotteen alku tulee olla ytimekäs ja naseva, jotta lukija saadaan lukemaan koko tiedote loppuun asti. Alussa tulisi olla otsikko tiedotettavasta asiasta, eli talo-oppaan olemassa olosta ja valmistumisesta. Sen jälkeen lyhyt pintapuolinen kuvaus siitä, mitä talo-opas sisältää ja minkä näköinen sen kirjallinen versio on. Lisäksi tiedotteessa tulee kertoa, mistä talo-oppaan löytää ja milloin. Tiedotteen lopussa tulee mainita talo-oppaan laatijayritys sekä sen henkilön nimi joka oppaan on tehnyt. Myös yhteystiedot ovat tärkeitä, jotta lukija voi tarvittaessa kysellä lisätietoa tiedotettavasta asiasta. Tiedote löytyy liitteestä 1.

Tiedotteen valmistumisen jälkeen pohdimme sen julkaisemista. Kun toimitin talo-oppaat valittuihin kerroskeittiöihin näkyvälle paikalle, niin laitoimme samalla talo-oppaan julkaisusta laaditun tiedotteen ryhmäsähköpostilla henkilöstölle. Laputin paperiversion tiedotteesta myös jokaiseen kerroskeittiöön toimistokerroksissa. Tiedote on A4-kokoinen ja sen teksti on lyhyt ja ytimekäs. Tiedote julkaistiin siis samana päivänä kuin talo-opas.

Kun arvioidaan mitä välineitä ja kanavia tiedottamisessa kannattaa käyttää, on otettava huomioon ainakin ne seikat, jotka liittyvät kanavien soveltuvuuteen kussakin tapauksessa. Kanavan tai välineen on sovelluttava halutun tiedon välittämiseen ja niiden tulee myös tavoittaa haluttu kohderyhmä. (Parkkola 2005, 54-44.) Tiedote julkaistiin ryhmäsähköpostina kaikille kiinteistössä työskenteleville henkilöille sekä tiedotetta myös laputettiin seinille joka kerroksen kerroskeittiöihin. Valitsimme kerroskeittiöt siksi, koska ne sijaitsevat keskeisellä paikalla ja henkilökunta käy siellä monta kertaa päivässä hakemassa kahvia tai lämmittämässä ruokaa.

Tässä kiinteistössä laputusmenetelmä ja ryhmäsähköposti ovat varmimpia vaihtoehtoja siihen, että tiedotteen asia saadaan mahdollisimman monen kohteessa työskentelevien ihmisten tietoisuuteen. Sähköposti on nopea tapa saada asia henkilöstön tietoisuuteen, mutta sitä käytettäessä on aina muistettava, että tiedote on kirjoitettava suoraan viestiin, eikä liitetiedostona. Useimmat jättävät liitetiedoston avaamatta, varsinkin silloin, jos otsikko ei ole lukijan mielestä mielenkiintoinen. Kohteen henkilökunta käyttää sähköpostia päivittäin, joten tässä tapauksessa se oli sähköpostitiedotteen julkaisukeinona paras vaihtoehto. Myös tiedotteen laputus keittiöiden seinille toimii, jos tiedote on jollain tavoin huomiota herättävä ja sijoitettu hyvälle paikalle, jossa sitä ei voi ohittaa.

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tiedottaminen on yksi yrityksen tärkeimmistä toiminnoista. Jotta sitä voidaan toteuttaa, tarvitaan tiedottamisen osaamista ja oikeita tiedottamisen välineitä. Tiedottaminen käsittää useita eri osa-alueita. Tässä työssä keskityttiin tiedottamisen toteuttamisen selvittämiseen kirjallisuuden avulla, tiedottamisen toiminnan selvittämiseen kohdeyrityksessä haastattelujen avulla ja uuden tiedottamisen välineen, talo-oppaan, laatimiseen teorian ja haastattelujen pohjalta. Talo-oppaan julkaisemisesta laadittiin myös tiedote kohdeyrityksessä toimivalle henkilöstölle.

Tiedottaminen jaetaan ulkoiseen ja sisäiseen tiedottamiseen. Ulkoisen tiedottamisen tehtävänä on kertoa toiminnasta ulospäin kaikille niille tahoille, joihin yritys haluaa vaikuttaa. Hyvän ulkoisen tiedottamisen avulla yritys voi lisätä tunnettuuttaan ja jättää positiivisen vaikutuksen toiminnastaan omille sidosryhmille. Yritykset tiedottavat sidosryhmilleen monenlaisista asioista, kuten uutisistaan, tapahtumistaan ja palveluistaan. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 1999, 223-224.) Ulkoisen tiedottamisen välineinä käytetään muun muassa internetiä, lehtiä, televisiota ja radiota.

Sisäistä tiedottamista tapahtuu yrityksen sisällä, oman henkilöstön kesken. Tiedottamista voi tapahtua suullisesti, kirjallisesti ja sähköisesti. Välineinä käytetään muun muassa tiedotteita, henkilöstölehtiä, intranetiä sekä palaverieja. Tärkeimpiä sisäisen tiedottamisen tavoitteita ovat tasapuolinen tiedottaminen, avoin tiedottaminen ja reaaliaikainen tiedottaminen (Kunnallinen työmarkkinalaitos 2002, 18). Yritys tiedottaa henkilöstöään muun muassa uutisista, muuttuvista käytännöistä sekä muista yhteisistä asioista (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 1999, 224-225).

Tämän opinnäytetyön toiminnallisella osalla eli talo-oppaalla tiedotetaan kiinteistössä olevaa henkilöstöä talosta löytyvistä kiinteistö- ja käyttäjäpalveluista. Samalla toimeksiantajan tavoitteena oli tuoda lisäarvoa asiakkailleen ja luoda itsestään positiivista mielikuvaa asiakkaiden silmissä, eli siten talo-opas kuuluu osaksi ulkoista tiedottamista. Toisaalta talo-opas on luotu toimeksiantajayrityksen avuksi, tiedottamaan myös omaa henkilöstöä pysyvämmistä, yleisistä asioista ja käytännöistä. Lisäksi toimeksiantajan työntekijät työskentelevät päivittäin asiakkaan kanssa samoissa tiloissa, ja heidät mielletään kuuluvaksi asiakasyrityksen omaan henkilökuntaan. Näin ollen talo-opas on selvästi myös sisäistä tiedottamista eli sen voidaan katsoa kuuluvan molempiin tiedottamisen osa-alueisiin.

Tiedottamisen teoriaan tutustumalla saatiin lisäksi selvitettyä erilaisia tiedottamisen vaatimuksia ja ohjeita. Ilvonen (2007, 18-19) kirjoittaa että, tiedottamisen tulee olla selkeää ja ymmärrettävää. Rehellinen ja avoin tiedonkulku yrityksen sisällä tukee yrityksen liiketoimin-

taa, mahdollistaa motivoituneen toiminnan ja kannustaa henkilöstöä toimimaan asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Oikea-aikaisuus tiedottamisessa on myös erityisen tärkeää - tiedotettava asia tulee saada juuri oikealla hetkellä kohteena olevan ryhmän tietoisuuteen. Tiedotettaessa, on tärkeä pohtia aina kohderyhmää, jota tiedotetaan, sekä myös yrityksen tiedottamisen periaatteita. Tiedottamisen tulee tapahtua aina tiedotus-strategiassa ilmoitettujen ohjeiden, tai erikseen sovittujen pelisääntöjen mukaisesti. Ulkoasuun liittyvät seikat ovat myös erityisen tärkeitä tiedottamisessa. Kirjoitetun tekstin tulee olla kieliopillisesti oikeaa ja ymmärrettävää; kaikenlaisia murre sanoja tulee välttää. Tekstin otsikoiden tulee olla mielenkiintoisia ja informatiivisia, eli sellaisia joilla lukija saadaan lukemaan koko asia loppuun asti.

Teemahaastatteluissa ilmeni paljon samantyyppisiä asioita, joita tutustumani kirjallisuuskin tiedottamisesta kertoi. Haastateltavat korostivat oppaan tarvetta sekä tarvetta tiedottamisen keskittämiseksi. He halusivat tietopakettia, joka kerää kaikki tärkeät kiinteistöön ja sen palveluihin liittyvät asiat yhteen. He halusivat oppaan, joka on selkeä ja ymmärrettävä ja jota on helppo päivittää tietojen muuttuessa. Asiat yhteen keräävää opasta on hyvä käyttää tukena perehdytyksessä, ja samalla pystytään opettamaan uudet työntekijät käyttämään opasta alusta asti. Oppaan sisällön tulee olla kieliopillisesti oikein ja asiat tulee ilmaista lyhyesti ja tiivistetysti. Haastateltaville oli tärkeää myös se, että jos opas todetaan toimivaksi, niin sitä hyödynnettäisiin myös muissa toimeksiantajan kohteissa.

Tiedottamisen teorian ja haastatteluissa ilmi tulleiden asioiden ja ideoiden perusteella kohdeyrityksen henkilöstölle laadittiin talo-opas kiinteistössä tarjolla olevista toimitila- ja käyttäjäpalveluista. Oppaan sisältö rakentuu alkusanoista, kiinteistön perustiedoista ja otsikoiduista aiheista sekä liitteistä. Talo-oppaasta löytyvät kaikki kiinteistöstä löytyvät toimitilapalvelut, niiden saatavuus, vastuuhenkilöt ja yhteystiedot. Liitteinä ovat pohjapiirustukset, toimitilapalveluiden henkilöiden yhteystiedot, lajitteluohjeet, suojelevalvojan tehtävät ja suojelelueet. Oppaan avulla henkilöstöä pystytään palvelemaan paremmin ja heille saadaan tieto nopeasti ja vaivattomasti ilman useilta ihmisiltä selvittämistä ja kyselemistä. Oppaan sisältämä tieto on pidempiaikaista, harvemmin muuttuvaa tietoa tai ohjeistusta, jota on tarvittaessa helppo päivittää.

Talo-oppaan julkaisemisesta tehtiin myös tiedote, jonka laatimiseen saatiin apua Parkkolan kirjoittamasta kulttuuritiedottajan oppaasta. Hänen mukaansa, tiedotteiden tulisi olla lyhyitä ja ytimekkäitä sekä niiden tulisi kertoa oleellinen tieto lyhyesti, niin että jokainen jaksaa lukea tiedotteen loppuun. Tiedotetta kirjoittaessa täytyy pohtia aina myös kohderyhmää ja valita tiedotteen tyyli sen mukaisesti. Tiedote laadittiin Parkkolan (2005, 52-54) teoksessaan mainitsemia asioita hyödyntäen.

Talo-oppaan suunnittelu ja laatiminen on ollut alusta asti helppoa mutta myös haastavaa. Helppoa siltä osalta, että koko matkan ajan päässä on ollut selvä visio, minkälaiseksi oppaan halusi valmistuvan. Lisäksi sain haastatteluista erittäin paljon tietoa, joten jo senkin perusteella opas oli helppo rakentaa. Haastavuutta työlle toivat erilaiset viivästymiset työssä mukana olevien henkilöiden kiireiden vuoksi, jolloin en siis aina saanut vastauksia kysymyksiini, niin nopeasti kuin olisin halunnut. Oppaan laatiminen oli yritykselle tärkeä asia, koska tieto oli ennen sekaisin ja vastuuhenkilöitä ei ollut selvillä. Talo-opas ei ole pakollinen, mihinkään lakiin sidottu opas, kuten esimerkiksi kiinteistön pelastussuunnitelma, mutta se on käytännöllinen ja tässä tapauksessa yrityksen henkilöstöä hyödyttävä tietopaketti. Henkilöstö voi nyt keskittyä omaan työhönsä, eikä heidän aikaansa vie turha asioiden etsiminen, vaan he löytävät tiedot nyt samoista kansista.

Talo-opasta ei olisi pystynyt millään laatimaan täysin yksin, tai silloin siitä ei olisi tullut todellakaan kattava. Opasta varten tehdyt haastattelut olivat välttämättömiä erityisesti asiasisällön vuoksi. Oppaan sisältöä ja järjestystä piti miettiä tarkoin ja tekstin kirjoitustyylin piti olla selkeää. Ilman haastatteluja monia asioita olisi jäänyt pois oppaasta.

Asettamani tavoitteet opinnäytetyölle, jotka olivat siis toimeksiantajan tiedotustoiminnan selvittäminen kohdeyrityksessä sekä talo-oppaan rakentaminen kohteeseen, saavutettiin. Myös itse talo-oppaalle laaditut tavoitteet täyttyivät, koska opas valmistui ja siitä löytyvät kaikki toimeksiantajani vaatimat tiedot. Opas on myös selkeä sekä helppo- ja nopealukuinen. Talo-oppaasta tuli mielestäni käyttökelpoinen ja sen laatimisessa pyrittiin ottamaan huomioon kaikki haastatteluissa esille tulleet mielipiteet ja ideat. Opas ei ole missään nimessä valmis paketti, vaan sitä tullaan päivittämään jatkuvasti henkilöstön palautteen perusteella ja aina muuttuvien tietojen ilmetessä. Voimme vain jäädä odottamaan sitä palautetta, jota talo-oppaan käyttämisestä saadaan. Näitä tuloksia tämä opinnäytetyö ei kerro, koska talo-oppaan käyttöä ja tyytyväisyyttä tiedustellaan kohdeyrityksen asiakkailta vasta myöhemmin, isomman asiakaspalvelukyselyn yhteydessä.

Talo opas ei suinkaan sovi kaikkeen tiedottamiseen, esimerkiksi silloin, kun joku akuutti asia pitää saada todella nopeasti henkilöstön tietoon. Tähän äkillisten asioiden tiedottamiseen on parempana ratkaisuna sähköposti. Talo-opasta, ainakaan paperiversiota, ei pysty päivittämään niin nopeasti, että kiireellinen tieto ehtisi perille. Intranettiin tieto saadaan laitettua nopeasti, mutta sieltä kaikki eivät ehdi sitä välttämättä lukea riittävän aikaisessa vaiheessa. Siksi sähköposti on kiireellisissä asioissa selvästi nopein ja tehokkain tiedottamisen väline. Mutta, kuten edellä on jo mainittu, talo-opas on erinomainen tiedottamisen väline tilanteissa, joissa kiinteistön käyttäjä etsii pysyvämpää ja harvemmin muuttuvaa tietoa tai ohjeistusta.

7 Toimeksiantajan arviointi

Minna tuli tekemään opintoihinsa liittyvää harjoittelua yrityksemme huhtikuussa 2007. Heti alussa Minna tiedusteli, löytyisikö meiltä aiheita, josta voisi tehdä opinnäytetyön. Aiheita löytyi runsaasti, mutta arvasin, että talo-opas voisi olla Minnaa eniten kiinnostava toiminnallinen työ.

Kävimme alussa läpi erilaisia vaihtoehtoja läpi miten opas kannattaisi koota. Lisäksi Minna haastatteli kohteessa työskenteleviä henkilöitä, sekä yrityksemme työntekijöitä että myös asiakkaan edustajaa. Minna pääsi hyvin nopeasti kiinni ajatuksesta, minkälaista opasta kaivattiin asiakaskohteeseen.

Viestintä ja tiedottaminen ovat tänä päivänä suuressa roolissa yritysmaailmassa. Tilanteet voivat muuttua nopeasti, mutta paljon on asioita mitkä pysyvät ja tällöin Minnan rakentama talo-opas on äärettömän tärkeässä roolissa. Minnan talo-opas on sen verran helppokäyttöinen ja päivitettävissä, että tietojen reaaliaikaistaminen on helppoa myös jatkossa.

Talo-opas toimii äärettömän hyvänä tietolähteenä asiakkaallemme. Sitä voidaan hyvin helposti käyttää uusien henkilöiden perehdyttämisessä, samoin kuin omien tietojen päivittämisessä. Voisi todeta, että opas palvelee monia käyttäjiä.

Minnan toiminta oli oma-aloitteista. Hän selvitti oppaaseen liittyvää teoriaa, unohtamatta käytännönläheistä otetta. Kävimme opasta myös yhteisesti läpi sekä tapaamisten, että sähköposti- ja puhelinkeskustelujen välityksellä. Mielestäni Minna selvisi talo-oppaan rakentamisesta todella mallikkaasti, varsinkin, kun tilanteet asiakkaan tiloissa muuttuivat aika nopealla tempolla kuluneen puolen vuoden aikana. Tähän voisi vain todeta, että mikään ei ole niin pysyvää kuin muutos, sen varmaan Minnakin huomasi. Minnan työ ansaitsee suuren kiitoksen, olemme siihen suunnattoman tyytyväisiä niin asiakas kuin yrityksemmekin. Mielestäni Minna voi ylpeänä luovuttaa oppaan meille odottamaan seuraavia päivityksiä.

Terhi Nevalampi

8 Itsearviointi

Opinnäytetyön tekeminen on ollut alusta asti antoisaa, mutta myös haastavaa. Vaikeinta oli löytää sopivia ratkaisuja talo-oppaan sisällöllisiin asioihin, koska mielipiteitä asioiden ilmaisemisesta oli erilaisia. Ongelmia oli tämän vuoksi myös aikataulussa. Mielipiteet talo-oppaan aiheista vaihtelivat ja muuttuivat sekä muutaman aiheen tiedotkin jouduttiin yrityksessä tapahtuvien muutosten takia kirjoittamaan uusiksi tai poistamaan kokonaan. Tämän vuoksi koko

opinnäytetyöprosessi venähti suunniteltua pidemmäksi. Opinnäytetyöraportin kirjoittaminen takkuili myös alkuvaiheessa. Haastavinta oli löytää sopiva teoriapohja, joka olisi järkevä opinnäytetyön ja oppaan laatimisen kannalta.

Olen saanut paljon irti opinnäytetyöstäni ja oppinut samalla paljon uusia asioita erityisesti toimistokiinteistöön liittyvistä toimitila- ja käyttäjäpalveluista. Olen oppinut paljon uusia asioita myös liittyen oppaan laatimiseen. Oppaan laatimisessa on tärkeintä kohdeyrityksen henkilöstön huomioiminen ja asioiden selkeä ja ymmärrettävä ilmaiseminen. Aina täytyy myös pitää mielessä asia, että tätä työtä ei tehdä itselle vaan kyseessä olevalle kohteelle ja sen käyttäjille. Jos työ pitäisi aloittaa nyt uudestaan, niin se olisi paljon helpompaa ja nopeampaa, koska tietää jo paljon asioita, mitä tulee ottaa huomioon oppaan suunnitteluvaiheessa. Tietenkin jokainen kohde on aina erilainen, ja siellä voidaan vaatia huomioon otettavaksi täysin erilaisia asioita.

Talo-opasta on mukava tehdä, koska aihe oli todellakin sellainen joka vei mukanaan. Tietysti, jossain vaiheessa motivaation puute alkoi näkyä, ehkä sen vuoksi, että työ oli välillä hidasta ja asioita joutui korjaamaan vähän väliä. Itse opinnäytetyöraportin kirjoittaminen oli alussa vaikeaa, mutta kun homma lähti sujumaan, oli raporttia mukava kirjoittaa talo-oppaan laatimisen ohessa. Vaikeinta raportissa oli teorian yhdistäminen talo-oppaaseen ja helpointa taas koko talo-opas prosessin kuvaaminen. Teorian osuus jäi mielestäni melko vähäiseksi, ja tähän yksi syy on talo-oppaan tuntemattomuus. Talo-opas ei ole yleinen käsite, jonka kaikki tuntevat, vaan enemminkin nimitys, mitä toimeksiantaja on oppinut käyttämään ja halusi käyttää myös tässä työssä.

Tarkoitukseni oli etsiä ja käyttää yhtenä teorialähteenä jo olemassa olevia talo-oppaita/kiinteistöoppaita, mutta koska ne ovat kiinteistökohtaisia ja mahdollisesti salaista tietoa sisältäviä, jätin niiden etsimisen kokonaan. Uskon, että yritykset eivät ole kovinkaan halukkaita antamaan tietoja omasta kiinteistöstä ja sen tiedoista ulkopuolisille. Kiinteistöjen tiloista, palveluista ja toiminnasta kertovat oppaat ovat muutenkin vielä tällä hetkellä vähissä, oman toimitila-alalla tekemäni työkokemuksen sekä kuulemieni keskustelujen mukaan. Ainoat oppaat, joita hyödynsin työssäni, olivat toimeksiantajani kahteen muuhun toimistokohteeseen laaditut suppeammat oppaat.

Vuorovaikutus ja yhteistyö opinnäytetyössä mukana olevien henkilöiden kanssa sujui hyvin. Sain vastauksia kaikkiin esittämiini kysymyksiin ja minulle tiedotettiin asioista, jos talo-oppaaseen liittyvissä asioissa tapahtui muutoksia. Työtä tehdessä sain kannustusta kaikilta mukana olevilta tahoilta ja huomasin heidän puheistaan, että oppaan valmistumista todellakin odotetaan. Olen tyytyväinen työn lopputulokseen ja siihen, miten hyvin toimeksiantajayritys otti talo-oppaan vastaan. Sain kiitosta työstäni ja henkilöstö uskoi aidosti talo-oppaan

parantavan tiedottamista ja tiedon perille saamista kohteessa ja toimivan samalla hyvänä pilottina myös heidän muihin toimistokohteisiinsa.

LÄHTEET

- Airaksinen, T. & Vilkkä, H. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy
- Ikävalko, E. 1999. Käytännön tiedottaminen. Jyväskylä: Gummerus
- Ilvonen, A. 2007. Miten tiedotan, yhdistystoimijan tiedottamisopas. Vantaa: Paino Dark Oy
- Kortetjärvi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2002. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita Prima Oy
- Kortetjärvi, S. & Rosenström, A. 1999. Yritysviestinnän ABC. Helsinki: Oy Edita Ab
- Kunnallinen työmarkkinalaitos. 2002. Viestimme välittömästi. Helsinki: Suomen kuntaliitto
- Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien oppimisympäristö. Teemahaastattelu. Viitattu 12.11.2008. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html
- Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien oppimisympäristö. Teemoittelu. Viitattu 12.11.2008. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html
- Luoto, R. 1990. Yrityksen tiedotus ja suhdetoiminta. Iisalmi: IS-Paino Oy
- Mykkänen, P. 1998. Yhteisölehti - tekijän opas. Helsinki: Inforviestintä
- Parkkola, T. 2005. Kulttuurituottajan tiedotusopas. Helsinki: Nykypaino Oy
- Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Hakapaino
- Siukosaari, A. 1992. Yritysviestinnän opas. Helsinki: Valtion painatuskeskus
- Boman, N. 2008. Tiedottajan puhelinhaastattelu 17.12.2008. Espoo
- Lindström, T. 2008. Hallintopäällikön teemahaastattelu 18.12.2008. Helsinki
- Nevalampi, T. 2008. Toimitilapäällikön teemahaastattelu 8.12.2008. Helsinki
- Salo, P. 2008. Palveluesimiehen teemahaastattelu 9.12.2008. Helsinki

LIITTEET

Liite 1 Tiedote henkilökunnalle 49

TIEDOTE HENKILÖKUNNALLE!

Uusi Talo-opas on ilmestynyt! Talo-oppaasta löydät tietoa erilaisista kiinteistöä koskevista asioista sekä talossa tarjottavista käyttäjäpalveluista.

Talo-opas on tarkoitettu kaikkien kiinteistössä työskentelevien henkilöiden käyttöön.

Vihreäkantisen Talo-oppaan löydät kerroskeittiöistä: 7d ja b, 6c ja d, 5a ja c, 4a ja b.

**Talo-opas on toimitettu kerroskeittiöihin 15.5.2009
Käy tutustumassa!**

Talo-opas laitetaan tulevaisuudessa myös intranettiin. Ajankohdasta ilmoitetaan myöhemmin.

Lisätietoja:

Palveluesimies, Etunimi Sukunimi
Gsm 050 123 4567
Huone 6108
etunimi.sukunimi@yritys.fi

Talo-oppaan on laatinut toimitilajohtamisen opiskelija
Minna Ojajärvi