

Sisäisen tiedottamisen kehittäminen kohdeyrityksessä

Linda Tauriainen



| | |
|--|--|
| Tekijä(t) Linda Tauriainen | |
| Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma | |
| Raportin/Opinnäytetyön nimi Sisäisen tiedottamisen kehittäminen kohdeyrityksessä | Sivu- ja liitesivumäärä 26 + 4 |
| <p>Opinnäytetyön toimeksiantaja on Dingle Oy, joka on sosiaaliseen liiketoimintaan erikoistunut yritys. Opinnäytetyön aiheena on sisäisen tiedottamisen kehittäminen kohdeyrityksessä. Idea työhöni syntyi keväällä 2016, kun suoritin opintoihin kuuluvaa työharjoittelua Dinglellä. Tein opinnäytetyöstä toiminnallisen, joten opinnäyteraportin lisäksi työni koostuu produktista. Produktina syntyi viestinnän suunnitteluun tarkoitettu työkalu, sekä ohjeistus eri viestintäkanavien käytöstä.</p> <p>Työni teoriaosiossa käsitellään sisäistä tiedottamista, sen tavoitteita, haasteita sekä suunnittelua. Lisäksi tietoperustassa käsitellään henkilöjohtamista ja sen roolia sisäisessä tiedottamisessa. Työssäni keskitytään niin sanottuun ylhäältä alaspäin valuvaan tiedottamiseen ja sen kehittämiseen.</p> <p>Empiirisessä osiossa kuvataan produktin toteuttamisen vaiheet ja lopputulos. Tiedonkeruumenetelminä käytin henkilöstökyselyä ja henkilöhaastattelua. Kysely lähetettiin Dinglen koko henkilöstölle vastattavaksi. Kyselyllä pyrin selvittämään henkilöstön mielipiteitä tämänhetkisestä tilanteesta, ja siitä miten he eri kanavat kokevat. Haastattelun suoritin avoimena henkilöhaastatteluna. Haastattelu suoritettiin tukemaan kyselyä ja sen laatimista. Kyselyn tulosten perusteella ryhdyin työstämään produktia. Raportissa arvioin työn vaiheita ja etenemistä, sekä tavoitteiden toteutumista.</p> <p>Kyselyn tulokset osoittavat, että Dingle sisäistä viestintää ja tiedottamista pidetään tällä hetkellä sekavana ja epäselvänä. Ydinongelmaksi osoittautui sähköisten viestintäkanavien paljous, ja kanavien epäselvät käyttötarkoitukset. Viestinnän toteuttamiselle ei ollut mitään ohjeistusta tai suunnitelmaa. Produktissa olen pyrkinyt löytämään mahdollisimman yksinkertaiset ja toteuttamiskelpoiset ratkaisut vallitseviin ongelmiin.</p> | |
| Asiasanat Sisäinen tiedottaminen, henkilöstöjohtaminen, kehittämissuunnitelma | |

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Työyhteisöviestintä | 3 |
| 2.1 | Tehtävät ja tavoitteet | 5 |
| 2.2 | Haasteet | 6 |
| 2.3 | Sisällöt ja kanavat | 7 |
| 3 | Virtuaaliset foorumit | 9 |
| 3.1 | Intranet | 9 |
| 3.2 | Facebook..... | 10 |
| 3.3 | Slack..... | 10 |
| 3.4 | Yammer..... | 11 |
| 4 | Työn suunnittelu ja toteutus | 13 |
| 4.1 | Suunnitteluvaihe | 13 |
| 4.2 | Toiminnallinen opinnäytetyö | 14 |
| 4.3 | Haastattelu | 14 |
| 4.4 | Kysely | 15 |
| 4.4.1 | Kyselyn tulokset | 16 |
| 4.5 | Produkti | 19 |
| 4.6 | Yhteenveto | 21 |
| 5 | Pohdinta..... | 23 |
| 5.1 | Tavoitteiden toteutuminen ja kehittämissuositukset | 23 |
| 5.2 | Oma oppiminen | 24 |

1 Johdanto

Suoritin opintoihini kuuluvan työharjoittelun Dingle Oy:llä kevätlukukaudella 2016. Toimin viiden kuukauden kestoisessa työharjoittelussa toimitusjohtajan assistenttina, sekä avustin toimistoassistenttia, HR-päällikköä ja markkinointipäällikköä tehtävissään. Toisin sanoen olin osana yrityksen hallinnollista osastoa.

Opinnäytetyöaiheekseni valikoitui sisäinen viestintä Dinglellä. Ajatus syntyi yhdessä HR-päällikön kanssa, kun mietimme opinnäytetyöksi soveltuvaa aihetta. Dinglen sisäisessä viestinnässä havaitsimme paljon parantamisen varaa, ja totesimme sen olevan hyvä aihe opinnäytetyölleni.

Dingle on sosiaaliseen liiketoimintaan erikoistunut yritys, joka tarjoaa asiakkailleen laajan valikoiman konsultointipalveluja. Dinglen erityisosaamista on sosiaalisen median käyttö, konsultointi ja suunnittelu sekä sisällön tuotanto. Dingle työllistää tällä hetkellä Suomessa noin 60 henkeä. Yritys on kasvanut hyvin nopeasti, ja jatkaa kasvuaan. Dingle on perustettu Helsingissä vuonna 2009 ja on sittemmin avannut toimiston myös Tukholmaan. (Dingle Oy 2016.)

Vuoden 2017 alussa Dingle muutti yhteisiin tiloihin Aller Median kanssa. Aller on alun perin tanskalainen kustannusyriitys, joka toimii tänä päivänä kaikissa pohjoismaissa. Aller osti Dinglen koko osakekannan vuonna 2014, jolloin Dinglestä tuli Allerin tytäryritys. Tämän myötä sisäisen viestinnän kanavia on tullut lisää, joka osaltaan on tuonut omat haasteensa viestinnän kehittämiseen. Käytössä on nyt sekä Dinglen sisäisiä kanavia, että yhteisiä kanavia Allerin kanssa.

Ongelmaksi on muodostunut se, että hallinnolta ja HR-päälliköltä tulevat viestit eivät tule systemaattisesti tiettyyn kanavaan, vaan niitä jaetaan sekavasti eri yhteisöissä. Lisäksi näissä kanavissa käydään aktiivisesti myös muuta keskustelua, jolloin yksittäiset viestit jäävät helposti viestitulvan alle. Työni tavoitteena on luoda ohjeistus, jonka avulla HR sekä hallinto osaavat käyttää eri kanavia mahdollisimman tehokkaasti, ja vastaavasti henkilöstö ymmärtäisi minkälaisia viestejä minkäkin kanavan kautta tulee. Tämän myötä sisäinen tiedottaminen ja tiedon haku helpottuu. Suunnitelma on ensisijaisesti tarkoitettu HR-päällikön ja hallinnon käyttöön, jotta erinäiset sisäiset tiedotteet saataisiin mahdollisimman järkevästi henkilöstön löydettäväksi. Suunnitelmaa voivat käyttää toki myös muut henkilöstön jäsenet viestiessään esimiehille, hallinnolle, omalle tiimilleen tai koko organisaatiolle. Tässä opinnäytetyössä keskityn kuitenkin tarkastelemaan sisäistä viestintää vain HR-päällikön ja hallinnon näkökulmasta.

Sisäinen viestintä käsittää paljon eri näkökulmia ja on aiheena itsessään turhan laaja. Tässä opinnäytetyössä keskityn sisäiseen tiedottamiseen. Dinglellä ei ole olemassa erikseen viestintäosastoa, vaan tiedottamisen hoitaa pääosin HR-päällikkö yhdessä toimisto-assistentin kanssa. En keskity työssäni juurikaan kasvokkain käytävään suulliseen viestintään, vaan pidän työni pääpainon kirjallisessa ja nimenomaan sähköisessä sisäisessä tiedottamisessa.

Sisäisessä tiedottamisessa niin sanottu virallisempi tiedottaminen on hyvä saada kuntoon ensin, ja tämän jälkeen keskittyä niin sanotusti epävirallisemmän sisäisen viestinnän toteuttamiseen. Tämän vuoksi rajasin aiheeni HR- ja hallintolähtöiseksi. Lisäksi uskon, että laatimani suunnitelman avulla myös kaikki muu sisäinen viestintä Dinglellä saa hyvät suuntaviivat. Tarkoitukseni on vertailla sekä Dinglellä että Allerilla käytössä olevia kanavia ja niiden ominaisuuksia, sekä löytää niistä parhaiten toimivat ratkaisut sisäisen tiedottamisen toteuttamiseen. Teen työstäni toiminnallisen opinnäytetyön, ja produktina laadin ohjeistuksen, jonka avulla arkipäivän viestintä helpottuu.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on erilaisia viestintäkanavia ja –ryhmiä vertailemalla, sekä henkilöstölle laaditun kyselyn avulla luoda suunnitelma, jota noudattamalla sisäinen viestintä hallinnolta henkilöstölle helpottuu. Vertailen viestintäkanavien ominaisuuksia sekä niiden haittoja ja hyötyjä. Lisäksi laadin kyselyn Dinglen henkilöstölle, jonka tuloksista toivon saavani apua suunnitelman luomisessa. Suunnitelman myötä sisäinen tiedottaminen pyritään toteuttamaan tiettyä kaavaa noudattaen, jotta henkilöstö osaa jatkossa systemaattisesti etsiä tietoa oikeista kanavista. Näin ollen tietyt kanavat tulee tarkistettua rutiininomaisesti päivittäin, eikä kaikki tieto ole vain hajanaisesti siellä täällä.

Valitsin aiheen siksi, että Dinglen sisäiseen viestintään ja tiedottamiseen ei ole vielä laadittu minkäänlaista suunnitelmaa. Tämä aiheuttaa usein hämmennystä, sillä kanavia on käytössä useita, mutta tarkkaa ohjeistusta siitä mitä tietoa mistäkin pitäisi löytyä, ei vielä ole. Dinglen muutettua Allerin kanssa yhteisiin tiloihin, on viestintäkanavia tullut lisää, ja organisaatiossa on tapahtunut jotain muutoksia. Suunnitelma, jonka avulla Dinglen jo olemassa olevat kanavat, sekä Allerin kanssa yhteisesti käytössä olevat kanavat saavat selkeän tehtävän ja tavoitteen viestinnän toteuttamisessa, tulee olemaan varmasti erittäin hyödyllinen työkalu.

2 Työyhteisöviestintä

Työyhteisöviestinnässä on kyse keskinäisestä vuorovaikutuksesta organisaation sisällä. Aiemmin on puhuttu sisäisestä viestinnästä ja tiedottamisesta, mutta tänä päivänä nämä edellä mainitut ovat jo hieman vanhanaikaisia, ja työyhteisöviestintä kuvaa organisaation sisäistä viestintää paremmin. Vanhat termit määrittivät sisäisen viestinnän lähinnä ylhäältä alaspäin tapahtuvaksi tiedottamiseksi, jossa vastaanottajan roolissa oli henkilöstö. (Juholin 2013, 175.)

Henkilöstö on yritykselle tärkeä voimavara. Työntekijöiden on oltava tietoisia yrityksen tavoitteista. On tärkeää, että työntekijälle on selvää mitä häneltä odotetaan, ja mikä hänen roolinsa on organisaatiossa. Lisäksi olennaista on, että henkilöstö tietää kuinka asetettuihin tavoitteisiin päästään, ja kuinka hänen panoksensa vaikuttaa lopputulokseen. Sisäisellä tiedottamisella tuotetaan tietoa, keskustellaan sekä luodaan luottamusta ja yrityskulttuuria. Lisäksi viestinnän avulla luodaan yrityksen imagoa, joka vaikuttaa työntekijöiden halukkuuteen pysyä työssään. Sisäisellä viestinnällä voidaan vaikuttaa työntekijöiden työmotivaatioon sekä tehokkuuteen. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 105.)

Organisaation sisäistä viestintää suunniteltaessa on syytä ottaa huomioon yrityksen koko. Pienissä yrityksissä työntekijöiden välinen viestintä on usein epävirallisempaa ja asioita on helpompi käydä läpi pienen porukan kesken. Suurissa yrityksissä taas vaaditaan epävirallisen viestinnän tueksi myös virallista viestintää, jotta kaikkia koskeva tärkeä tieto saadaan varmasti jokaisen tietoon. Kaikissa yrityksissä on olemassa ylhäältä alaspäin tulevaa viestintää, mutta jotta toiminta olisi mahdollisimman tehokasta, tulisi viestinnän toimia myös toiseen suuntaan. Tällöin henkilöstö saa mahdollisuuden osallistua ja vaikuttaa, sekä tuoda omat mielipiteet ja havainnot esimiesten tietoisuuteen. (Bratton & Gold 2007, 445.)

Viestintää ja sisäistä tiedottamista voidaan pitää johtamisen perustana, ja hyvät viestintätaidot ovat tärkeä ominaisuus esimiestehtävissä työskentelevillä. Oikeanlaisella viestinnällä, ja sitä ymmärtämällä pääsee paremmin sisälle yrityksen strategioihin ja tavoitteisiin. Tämä vaatii johdolta sitoutumista avoimeen viestintään. Lisäksi viestien ja tiedotteiden tulee olla selkeitä ja helposti ymmärrettäviä. Etenkin suurissa yrityksissä on tärkeää, että tietoa jaetaan vain niille, jota asia koskee. Näin vältetään turhalta tietotulvalta. (Bratton & Gold 2007, 445.)

Sisäistä tiedottamista suunniteltaessa tulee ottaa huomioon useita eri seikkoja. Suurissa yrityksissä tällaisia seikkoja ovat esimerkiksi työntekijöiden sijainti, sillä kaikki eivät välttämättä työskentele samassa rakennuksessa, kaupungissa tai edes maassa. Nykypäivänä

globalisaation myötä yrityksissä saattaa työskennellä henkilöitä eri kulttuureista, joka on myös otettava huomioon. Kulttuurierojen lisäksi on syytä tarkastella myös henkilöstön kielitaitoa, tehdäänkö tiedotteet esimerkiksi englannin kielellä, jotta kaikki varmasti ymmärtävät. (Bratton & Gold 2007, 447.)

Sisäisen tiedottamisen toteuttamisessa on hyvä ottaa huomioon ainakin seuraavat asiat:

- viestin on oltava selkeä
- viesti tulee muotoilla sopivaksi, ottaen huomioon esimerkiksi vastaanottajan kielitaito
- viestintäkanava tai -tapa tulee valita juuri kyseiseen tarkoitukseen sopivaksi
- on huolehdittava, että viesti tavoittaa vastaanottajat
- on huolehdittava, että vastaanottajat ymmärtävät viestin
- ihmisten reaktiota viestiin on hyvä seurata

Yllämainitut asiat huomioon ottamalla luodaan tehokasta kommunikointia, ja annetaan henkilöstölle mahdollisuus kommentoida tai vastata esitettyyn asiaan. (McKenna & Beech 2008, 330.)

Yrityksen johdon on mietittävä, millaista tietoa organisaation sisällä halutaan jakaa, ja mitä pitää jakaa. Viestinnän toteuttamiseksi on hyvä luoda strategia, koskien vähintään suurimpia muutoksia ja tiedotteita. Organisaation sisällä on hyvä tehdä säännöllisesti analyyskejä siitä mitä johto haluaa tiedottaa, ja mitä henkilöstö haluaa kuulla. Näiden analyysien pohjalta on helpompi lähteä työstämään viestintästrategiaa. Isommissa yrityksissä voi olla tarpeen luoda useampi strategia erityyppisiin viestintätilanteisiin sopivaksi. (Armstrong & Taylor 2014, 440.)

Yhteistoimintalaki säätelee henkilöstölle suunnattua tiedottamista, mutta on vain minimiohjeistus. Yhteistoimintalaki koskee niitä yrityksiä, joissa työntekijöitä on vähintään 20. YT-lain mukaan työnantajan on tiedotettava muun muassa tilinpäätöksestä, sekä annettava selvitys yrityksen taloudellisesta tilanteesta. Yrityksen taloudellinen tilanne kiinnostaa henkilöstöä varmasti myös siksi, että jonkinlainen käsitys tulevaisuudesta, ja oman työn jatkuvuudesta luo työntekijälle turvallisuuden tunnetta. Laissa määrättyjen asioiden lisäksi hyvään sisäiseen viestintään kuuluu päivittäinen tiedottaminen yrityksen sisällä tapahtuvista muutoksista, sekä uutisista. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2010, 185.)

2.1 Tehtävät ja tavoitteet

Aktiivisella tiedottamisella varmistetaan, että työntekijät saavat tarvittavat tiedot työnsä suorittamiseen. Avoin tiedonkulku luo yksittäiselle henkilölle tunteen siitä, että tämä on merkittävä osa omaa ryhmää ja organisaatiota kokonaisuutena. Henkilöstön panos organisaatiossa, sen tavoitteissa sekä niiden saavuttamisessa tuodaan työntekijöiden tietoon sisäisen viestinnän keinoin. Tärkeää on, että tiedot ovat helposti löydettävissä, ja informaatio kattaa kaiken tarvittavan. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

Sillä tutkitusti positiivinen vaikutus myös työmotivaatioon, kun henkilöstö on ajan tasalla muutoksista ja uutisista. Juorut ja arvailut voivat aiheuttaa tarpeetonta kitkaa työpaikalla, ja johtaa äärimmillään hyvinkin vaikeisiin konfliktitilanteisiin. Avoin tiedottaminen lisää mennekeä ja nostattaa viihtyvyyttä työpaikalla, sekä luo luottamusta henkilöstön ja johdon välillä. Kun jokainen henkilöstön jäsen on varma omista työtehtävistään, ja tietoinen oman työnsä merkityksestä organisaatiossa, lisää se motivaatiota ja halukkuutta työskennellä koko työyhteisön hyväksi. Huono tiedonsaanti ja epätietoisuus heikentävät työmotivaatiota ja näin ollen vaikuttaa negatiivisesti myös ilmapiiriin. Tämä voi heijastua negatiivisesti myös yrityksen ulkopuolelle ja näin vaikuttaa yrityksen imagoon. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2003, 224; Honkala ym. 2010, 183.)

Isoista asioista olisi syytä viestiä vuorovaikutteisesti. Isoja asioita ovat sellaiset muutokset tai seikat, jotka vaikuttavat koko organisaatioon tai yksilön työhön. Tällaisia muutoksia ovat esimerkiksi organisaatiomuutokset, strategiamuutokset sekä työn luonteen ja tavoitteiden muutokset. Uuden agendan mukaan asioita tulisi käsitellä niin pitkään, että asia on varmasti kaikille selvä. Tarkoituksena ei ole saada jokaista hyväksymään asiaa, mutta tärkeää on, että kaikki ymmärtävät sen. (Juholin 2013, 182.)

Muodollinen tiedottaminen ei yksinään riitä. Henkilöstö odottaa saavansa selvityksen myös syistä ja seurauksista, sekä tapahtumien taustoista. Ennen kaikkea muutos- ja kriisitilanteissa ajantasaisen tiedon saatavuus ja olemassa olevan tiedon vaihdanta on hyvin tärkeää. Toki myös työn tekemisen kannalta tiedon ajantasaisuudella on tärkeä merkitys. Vanhentuneen tiedon johdosta voi syntyä väärinymmärryksiä, virheitä sekä myöhästymiä. Tämä vaikuttaa negatiivisesti myös työn laatuun. Koska tänä päivänä suuri osa tiedosta löytyy verkosta, luo se kasvavia paineita yksilölle. On osattava olla itse aktiivinen ja etsittävä tietoa kyselemällä muilta ja tarkistamalla eri kanavista. On oltava valmis auttamaan muita, jolloin vastavuoroisesti itse saa apua tarvittaessa. Ajankohtaisen tiedon jakaminen on koko organisaation vastuulla. Tietoa on oltava saatavilla, jokaisen omalle vastuulle jää tiedon etsiminen ja löytäminen. (Juholin 2013, 180-181.)

2.2 Haasteet

Juholinin mukaan viestintäkulttuuri on osa koko organisaation kulttuuria. Viestintäkulttuuriin kuuluu muun muassa viestintäjärjestelmä, joka tarkoittaa käytössä olevia kanavia, tietosisältöjä sekä niistä sovittuja käytäntöjä. (Juholin 2004, 110.) Dinglellä juuri tässä kaivataan kehittämistä, sillä mitään sovittuja käytäntöjä ei vielä ole, eikä tietyille sisällöille ole määrättyä kanavaa.

John Smythe piti Juholinin mukaan suurimpana haasteena informaation määrää. Tämä on varmasti nykypäivänä kasvava ongelma, sillä teknologia on mahdollistanut viestien lähettämisen lähestulkoon missä ja milloin tahansa. Tämä aiheuttaa informaatiotulvan. Smythen mukaan ratkaisu ei kuitenkaan ole informaation määrän muuttaminen, vaan eneminkin ymmärryksen lisääminen. Tämä onnistuu viestinnän välineitä ja kanavia hallitsemalla, sekä selkeällä viestinnän suunnittelulla. Liian pitkään jatkunut informaatiotulva aiheuttaa niin sanotun tietoähkyn, jolloin liika tieto hämmentää ja uuvuttaa. Tällöin viestintä muuttuu tehottomaksi. (Juholin 2004, 113-114.) Tietoa saattaa olla joskus myös liian vähän. Kysymys ei ole niinkään tiedon määrästä, vaan sen laadusta. Tietoa olisi tärkeä olla tarjolla tarpeeksi niistä asioista, mistä sitä halutaan. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

Sisäisessä tiedottamisessa on hyvä muistaa henkilöstön lähiverkot. Työntekijät keskustelvat työpaikkakokemuksistaan tuttavien ja läheistensä kanssa, jolloin mahdolliset negatiiviset asiat leviävät nopeasti organisaation ulkopuolelle. Tällöin yrityksen imago ja ihmisten mielikuvat yrityksestä muuttuvat helposti negatiiviseen suuntaan. Kun henkilöstölle tarjotaan rehellistä, ajantasaista tietoa työpaikasta ja sen tapahtumista, on todennäköisempää, että tuttaville kerrotaan positiivisia kokemuksia. Tällöin ei myöskään ole vaaraa siitä, että tieto olisi väärää tai valheellista. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2003, 226.)

Muutostilanteissa tiedottaminen ja asioista keskusteleminen on ehdottoman tärkeää. Myös silloin, kun ei ole mitään uutta tiedotettavaa, on hyvä pitää henkilöstö ajan tasalla siitä, ettei mitään uutta ole tapahtunut. Tällöin henkilöstö saa ajantasaista tietoa muutoksen etenemisestä ja sen aikataulusta. Etenkin negatiivisen muutoksen tullessa henkilöstö alkaa helposti spekuloidaan asioita, kun tiedetään, että jotain on tapahtumassa, muttei tiedetä mitä. Puskaradion kautta levinneet huhut leviävät nopeasti, ja ovat joskus vääristyneitä tai liioiteltuja. Äärimmäisissä tapauksissa joku organisaation sisältä, tai ulkopuolelta voi tahallisesti syöttää puskaradioon virheellistä tietoa ja huhuja vahingoittaakseen yritystä. Muutostilanteissa henkilöstöä kannattaa informoida mahdollisimman nopeasti, jotta voidaan välttyä huhupuheilta. Tiedottamisen tulee olla avointa ja ennen kaikkea rehellistä,

jotta henkilöstön luottamus säilyy. Suurin virhe mitä muutostilanteessa voi sattua, on se että henkilöstö saa kuulla itseään koskevista muutoksista joukkoviestinten, tai pahimassa tapauksissa asiakkaiden kautta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 107-108.)

Vuodesta toiseen organisaatioiden järjestämässä työtyytyväisyyskyselyissä mainitaan sisäisen viestinnän ongelmaksi se, ettei tieto kulje riittävän hyvin organisaation sisällä. Tällöin on ehdottoman tärkeää tarkastella väitettä syvemmin, ja ottaa selvää siitä minkälainen tieto ei kulje ja mistä se johtuu. Usein oletetaan, että ongelman syynä on se, ettei tietoa ole tarpeeksi saatavilla. Ongelman ydin voi hyvinkin olla siinä, että tietoa on saatavilla, mutta niiden taustoja, syitä ja seurauksia ei tiedetä tai niitä ei ymmärretä. Työntekijöillä tulisi olla tapahtumista sekä kokonaisvaltainen kuva että tarkennettu kuva. (Juholin 2013, 183.)

2.3 Sisällöt ja kanavat

Sisäistä tiedottamista voidaan toteuttaa lukemattomin eri tavoin, monista eri kanavista. Oikeaa menetelmää valittaessa on otettava kuitenkin huomioon esimerkiksi seuraavat asiat: Mitä tiedotetaan? Kuinka kiireellinen asia on? Keitä tiedote koskee? Kuten Yritysviestinnän ABC:ssä mainitaan, tulee yrityksellä olla keinot ja kanavat eri tarpeisiin. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2003, 226.) On olemassa nopeaa viestintää, jossa kerrotaan vain ydinasiat. Tällaista viestintää käytetään tilanteissa, jolloin asiat eivät ole välttämättä juuri sillä hetkellä ajankohtaisia. Ajankohtaisia asioita tiedotettaessa hyödynnetään yleensä nopeaa viestintää, jossa paneudutaan asiaan hieman tarkemmin. Edellä mainittujen lisäksi on olemassa vielä syvällistä viestintää, jossa paneudutaan tarkemmin asioiden sekä tapahtumien taustoihin. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109.)

Useimmiten yrityksen johto on vastuussa sisäisestä tiedottamisesta. Pienemmissä organisaatioissa ei tarvita erikseen viestintätiimiä hoitamaan sisäistä ja ulkoista tiedottamista, mutta suuremmissa se voi olla tarpeen. On myös mahdollista, että yrityksen sisällä työskentelevä henkilö on vastuussa viestinnästä oman työnsä ohella. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109.)

Sisäisen viestinnän kanaviin kuuluu kasvokkainen viestintä, joita ovat erilaiset palaverit ja neuvottelut, sekä keskustelut. Painettu viestintä taas nimensä mukaisesti käsittää kaiken painetun materiaalin, kuten tiedotteet, lehdet ja ilmoitustaulun ilmoitukset. Lisäksi viestinnän kanaviin kuuluu myös sähköinen viestintä, joka sisältää sähköpostit, sosiaalisen median kanavat, intranetin sekä matkapuhelinapplikaatiot. (Piha 2014, 6.)

Foorumeiksi kutsutaan yleisesti paikkoja ja tiloja, joissa on toimintaa sekä viestintää. Ne voivat olla joko fyysisiä, virtuaalisia tai näiden kahden yhdistelmiä. (Juholin 2013, 465.) Foorumeita on sekä muodollisia ja virallisia, että epämuodollisia ja spontaanimpia. Foorumit voivat olla käytössä koko organisaation kesken, mutta on mahdollista luoda myös eri tiimeille, yksiköille ja projekteille omansa. (Juholin 2013, 179.)

Vuorovaikutusta on monenlaista, on niin sanottua virallista, epävirallista, sekä kaikkea siltä väliltä. Foorumeita tulisi ryhmitellä sen mukaan onko painotus virallista vai epävirallista. Mikäli eriluonteisten foorumien rajat ovat häilyvät ja epäselvät, saattaa syntyä päällekkäisyyksiä. Tällöin samoja asioita käsitellään usealla eri foorumilla, joka on täysin turhaa ja aiheuttaa vain hämmennystä. (Juholin 2013, 213.)

Dinglellä on käytössä useita eri viestintäkanavia ja -ryhmiä. Ryhmien sekä kanavien paljous on osoittautunut osaltaan myös viestintää hankaloittavaksi tekijäksi. Kanavia ja ryhmiä on syntynyt jo niin monta, että alkaa olla epäselvää mitkä asiat kuuluisi hoitaa missäkin kanavassa. Ryhmien sisältö voi olla hyvinkin sekavaa ja monipuolista. Keskustelut voivat venyä pitkiksi, ja lukemattomien viestien määrä kasvaa kymmeniin, jopa satoihin. Jos joukkoon on eksynyt hallinnolta tai HR-päälliköltä tulleita viestejä, ne eivät välttämättä tavoita kaikkia, tai niitä ei huomata.

Kanavien paljous ja niiden aktiiviset keskustelut ovat johtaneet siihen, että kaikkia viestejä ei ehditä saatiikka jakseta lukea jokaisesta kanavasta. Asiaa hankaloittaa myös se, että jotkin viesteistä saattavat tulla moneen kertaan eri väylien kautta. Tällä hetkellä Dinglellä henkilöstöllä on käytössään Slack ja Facebook, sekä Allerin kanssa yhteinen intranet ja Yammer. Useimpiin näistä on luotu lukuisia ryhmiä vastaamaan tietyn tyyppiseen tarpeeseen.

3 Virtuaaliset foorumit

Vaikka foorumeita on niin fyysisiä kuin virtuaalisiakin, on opinnäytetyöni aihe rajattu käsittelemään vain virtuaalisia foorumeita. Voidakseni luoda ohjeistuksen työyhteisöviestinnän parantamiseksi virtuaalisissa kanavissa, on syytä tarkastella jo käytössä olevia foorumeita tarkemmin. Olemassa olevista kanavista tulisi saada toimiva kokonaisuus, jotta tiedonhaku helpottuu.

3.1 Intranet

Intranetillä tarkoitetaan organisaation sisäistä verkkoa, joka on suljettu ulkopuolisilta. Intranet on luonteeltaan ilmoitustaulun tyylinen, sähköinen kanava. (Juholin 2013, 216). Dinglellä on käytössä yhteinen intranet Aller Median kanssa. Käytössä on Share Point –pohjainen intranet. Pääosin intranetiin päivitettävä tieto on niin sanotusti tukevampaa materiaalia, esimerkiksi oppaita ja ohjeita eri tarkoituksiin. Intranetistä löytyy myös sekä Dingle, että Allerin henkilöstön yhteystiedot ja muuta tärkeää yleistietoa. Vain HR-päällikkö ja hallinnon henkilöt voivat julkaista intranetissä, sillä kaikille ei ole annettu oikeuksia tai koulutusta tähän. (Ruhala 22.3.2017.)

Koska Intranet on yhteisesti sekä Dingle, että Allerin käytössä, on tieto jaettu erikseen kummallekin. Intranetin navigaatiopalkista löytyy seuraavat kohdat: Home, Aller, Dingle, HR, Työkalut, ajankohtaista, materiaalit sekä esimies. Tällä hetkellä HR-painikkeen alta löytyy vain Allerialaisia koskevia asioita, kun Taas Dingle, HR-asiat on listattu Dingle-painikkeen alle. Tämä ei ole kovinkaan looginen ratkaisu. Lisäksi myös työkalut-kohdassa on tällä hetkellä vain Allerin päivittämää tietoa heillä käytössä olevista työkaluista ja ohjelmista. (Ruhala 22.3.2017.)

Intranetissä kaikki julkaisut on merkittävä tunnistein. Tunnisteet määrittävät sen, mistä kukin julkaisu löytyy. Tunnisteita ovat muun muassa tiedotteet, tapahtumat, dingle, avoimet työpaikat sekä henkilöstöuutiset. Mikäli tietty julkaisu merkataan Dingle-tunnisteella, menee julkaisu automaattisesti navigaatiopalkin Dingle-nappulan alle. Jos julkaisu merkitään taas esimerkiksi tiedotteet-tunnisteella, löytyy julkaisu intranetin etusivulta. Yksi julkaisu voidaan merkitä useammallakin tunnisteella, jolloin se löytyy useasta paikasta. Julkaisuista on mahdollista saada myös ilmoituksia. Näitä on mahdollista hallita asetuksista. (Ruhala 22.3.2017.)

3.2 Facebook

Facebook on sosiaalisen median kanava, joka toimii tietokoneella, tableteilla sekä mobiililaitteilla. Facebook on perustettu vuonna 2004, ja on edelleenkin yksi maailman suosituimpia sosiaalisen median kanavia. Facebook on oiva työkalu myös työyhteisöissä, mikä tosin edellyttää työyhteisön jäsenten liittymistä Facebookiin. Monet työpaikat ovatkin ottaneet Facebookin ainakin jollain tasolla osaksi työyhteisöviestintäänsä, sillä ryhmien ja tapahtumien luominen on nopeaa ja vaivatonta. (Ellison 2007.)

Ryhmät voivat olla joko julkisia, tai suljettuja, jolloin ulkopuolisten pääsy sen sisältöihin on estetty. Suljettuihin ryhmiin on mahdollista hakea, jolloin ryhmän ylläpitäjä voi halutessaan hyväksyä uuden käyttäjän ryhmään. Lisäksi on olemassa myös salaisia ryhmiä, joita ulkopuoliset eivät löydä ryhmähausta lainkaan. Tällöin ryhmään pääsee vain ryhmän ylläpitäjän kutsusta. Ryhmien ilmoituksia on helppo hallinnoida. Vaihtoehtona on saada ilmoituksia kaikista tulleista julkaisuista, vain kavereiden tekemistä julkaisuista, tai kavereiden suosittelemista julkaisuista. Ilmoitukset on mahdollista ottaa pois käytöstä kokonaan. (Ellison 2007.)

Dinglen henkilöstöllä on käytössään Facebook-ryhmä, Dingers, jonka kautta jaetaan pääsääntöisesti kiinnostavia blogitekstejä ja artikkeleita, sekä ilmoitetaan silloin tällöin uusista asiakkuuksista. Tämän ryhmän jäseniksi ei hyväksytä muita kuin Dinglen työntekijöitä, eikä näin ollen ryhmässä jaetut asiat pääse ulkopuolisten käyttöön. Facebookin Dingers-ryhmän eliminoimisesta on ollut jo aiemmin puhetta. Se voisikin olla järkevä ratkaisu, mikäli Dinglen henkilöstö kokee tämän olevan vähemmän tärkeä viestintäkanava. Toistaiseksi myös kuukausittaiset DingleFit–urheilutapahtumat on luotu Dingers –ryhmän kautta. Facebook –tapahtuman lisäksi DingleFit –tapahtumiin on lähetetty jokaiselle kutsut myös organisaatiossa käytössä olevan Google –tilin kautta kalenterikutsuina. Näin ollen kutsut tulevat kahteen kertaan, eikä Facebook –kutsu ole siis välttämätön.

3.3 Slack

Slack on älypuhelimissa ja selaimella toimiva pikaviestityökalu. Sen kautta on mahdollista lähettää niin yksityis- kuin ryhmäviestejä, sekä jakaa tiedostoja. (Sulopuisto 2015.) Slack on nimenomaan työkäyttöön ja työyhteisöviestintään soveltuva ohjelma. Vaikka Slack on luotu vasta kolme vuotta sitten, on se levinnyt nopeasti ennen kaikkea mediayritysten käyttöön. (Söderlund 13.4.2016.) Kuten Facebookissa, myös Slackissa on mahdollista luoda julkisten kanavien lisäksi myös suljettuja kanavia. Suljetun kanavan tietoihin pääsee käsiksi vain siihen kutsutut henkilöt. Kanavien määrän noustessa suureksi, on tärkeimmät ja käytetyimmät kanavat mahdollista merkitä tähdellä. Näin ollen tähdellä merkityt kanavat

erottuvat helposti muiden kanavien joukosta. Kanavia voi myös arkistoida sitä mukaa kun ne eivät ole enää tarpeellisia. Tällöin kaikki kanavan keskustelut ja tiedot jäävät arkistoon, mutta eivät ole turhaan aktiivisten kanavien joukossa. (Slack.) Yksityisviestit, eli niin sanotut chatit, kahden henkilön välillä ovat myös mahdollisia Slackissa.

Ilmoitusasetukset Slackissa ovat hyvin monipuoliset. Käyttäjä voi jokaisen ryhmän kohdalla valita haluaako saada ilmoituksia, ja jos niin haluaako ilmoitukset vain niistä viesteistä, joissa käyttäjä mainitaan nimeltä. Nämä valinnat ovat valittavissa sekä mobiililaitteelle että tietokoneelle erikseen. Ryhmiä voi halutessaan myös mykistää. Välillä kanavien viestimäärä voi nousta todella suureksi, eikä kaikkia viestejä ehdi millään käydä läpi. Tällöin ratkaisu on Highlight –toiminto, jolla voit valita tiettyjä sanoja jotka ovat itsellesi tärkeitä ja kiinnostavia. Tällöin käyttäjä saa ilmoituksen aina niistä viesteistä, joissa esiintyy jokin käyttäjän valitsemista sanoista, eikä kaikkia viestejä tarvitse käydä erikseen läpi. Perinteisten ilmoitusasetusten lisäksi Slackissa on olemassa myös ”älä häiritse” –toiminto. Voit asettaa toiminnon päälle tietyksi ajaksi, ja tällä ajalla kaikki ilmoitukset ovat mykistettyinä. ”Älä häiritse” –toiminto on mahdollista myös ajastaa, esimerkiksi työajan ulkopuoliseksi ajaksi. (Slack.)

Slackissa jaetaan paljon tietoa laidasta laitaan. Eri projekteille luoduissa kanavissa ihmiset jakavat keskenään esimerkiksi tiedostoja, artikkeleita tai muuta aiheeseen liittyvää. Lisäksi Dinglein Slackissa on myös ryhmiä, joihin koko henkilöstö kuuluu. Esimerkiksi Admin –ryhmään tulee ajoittain HR-päälliköltä tai toimistoassistentilta tärkeitä viestejä, jotka koskevat koko henkilöstöä. Koska etätyöskentely on Dinglellä melko yleistä, on Slackiin luotu kanava, johon jokainen ilmoittaa olevansa etänä. Pääosin Slack on kuitenkin tarkoitettu vuorovaikutteiseen keskustelun käyntiin. Dinglellä Slackia on totuttu käyttämään sisäisessä viestinnässä, mutta muutto Allerille toi mukanaan Yammerin, joka vastaa ominaisuuksiltaan melko paljon Slackia. Toistaiseksi Slack on kuitenkin ollut vielä Dingleläisten käytössä, sillä se on koettu hyväksi viestintäkanavaksi.

3.4 Yammer

Yammer on työkäyttöön ja organisaatioille soveltuva sosiaalinen verkosto. Ominaisuuksiltaan se vastaa Slackia ja Facebookia. Ihmiset voivat kirjoittaa viestejä, joita muut halutessaan voivat kommentoida tai tykätä. Yammerissa on mahdollista luoda ryhmiä koskien tiettyjä projekteja tai aiheita. Ryhmiä on kolmenlaisia, avoimia, suljettuja sekä piilotettuja. Suljettuun ryhmään pääsee osallistumaan vain ryhmän luoja, eli adminin luvalla. Piilotettuja ryhmiä taas ei löydy ryhmälistauksesta lainkaan, vaan mukaan pääsee vain jonkun

ryhmän jäsenen kutsusta. All Company feedin julkaisut näkyvät kaikille organisaation sisällä, joten vain tiettyä ryhmää tai tiimiä koskevat asiat on hyvä julkaista vain tähän tarkoitettuun ryhmään. (Nohynek 2014.)

Ilmoitusasetuksista voi kätevästi valita kuinka usein ilmoituksia haluaa saada, ja minkälaisista asioista. Niin sanottu Activity Digest voidaan määrittää tulemaan päivittäin, viikoittain tai ei koskaan. Activity Digest tulee käyttäjän sähköpostiin, ja on kooste verkoston tärkeimmistä viesteistä ja tapahtumista. Lisäksi erillisellä listalla on valittavana useampi vaihtoehto, minkälaisista aktiviteeteista haluat saada sähköposti-ilmoituksen. (digital illustrated)

Yammer on Dinglellä ja Allerilla yhteisesti käytössä. Yammeriin julkaistava informaatio on niin sanotusti kevyempää, kuin esimerkiksi intranettiin julkaistavat asiat. Yammeriin tulee pääsääntöisesti koko organisaatiota koskevat infot ja muistutukset.

4 Työn suunnittelu ja toteutus

Aloitin opinnäytetyöprojektini työharjoittelun aikana. Tiedustelin toimeksiantajayritykseltä olisiko heillä tarvetta opinnäytetyölle, ja sain myöntävän vastauksen. Yhdessä HR-päällikön kanssa pohdimme opinnäytetyölleni sopivaa aihetta.

4.1 Suunnitteluvaihe

Esiin nousi ongelma sisäisen viestinnän hankaluuksista, sekä mahdollisuudesta korjata tilanne. Aiheen rajaaminen oli äärimmäisen tärkeää, sillä sisäinen viestintä itsessään käsittää paljon asioita vaikkakin kyseessä on melko pieni / keskisuuri yritys. Koska sähköisten viestintäkanavien kanssa tuntui olevan eniten hankaluuksia, totesin, että olisi hyödyllistä keskittyä vain niihin. Tämän lisäksi tulimme siihen tulokseen, että alkuun olisi parasta saada niin sanottu ylhäältä alaspäin kulkeva viestintä toimimaan, ja vasta tämän jälkeen alkaa työstää koko organisaation sisällä tapahtuvaa viestintää ja vuorovaikutusta. Vaikka työni tarkoituksena onkin luoda hallinnolle ohjeistus siitä, miten kutakin kanavaa käyttää viestinnässä, on ohje myös muun henkilöstön käytettävissä ja uskon siitä olevan hyötyä koko organisaatiolle.

Päädyttyämme yhteisymmärrykseen aiheesta sekä sen rajauksesta veimme asian vielä johtoryhmälle. He olivat samaa mieltä siitä, että aihe on hyvä, ja työ varmasti hyödyllinen, sillä tähän saakka Dinglellä ei ole ollut minkäänlaista ohjeistusta sisäisestä viestinnästä ja sen toteuttamisesta. Lisäongelmia toi muutto Allerin kanssa yhteisiin tiloihin, jolloin kanavien ja ryhmien määrä lisääntyi entisestään. Koska uusia työntekijöitä tulee jatkuvasti lisää, olisi myös heidän kannaltaan helpompaa, mikäli olisi olemassa selkeä ohjeistus siitä, mitä tietoa, ja ennen kaikkea mistä kaiken tärkeän informaation löytää.

Saatuani hyväksynnän myös johtoryhmän jäseniltä laadin itselleni suunnitelman, sekä alustavan aikataulun jonka puitteissa opinnäytetyötäni lähdin työstämään. Aikataulun tarkoituksena oli selkeyttää itselleni sitä, kuinka paljon kukin työvaihe aikaani vaatii, ja mikä on loogisin järjestys edetä työssäni. Lisäksi aikataulun avulla oli helpompi pitää aktiivista työtahtia yllä, kun oli luonut itselleen niin sanottuja välietappeja, jolloin kukin työvaihe tuli olla tehtynä.

Aloitin etsimällä tietoa aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta, sekä internetistä. Tein vertailua Dinglellä ja Allerilla jo käytössä olevista viestintäkanavista ja otin huomioon kunkin kanavan ominaisuudet. Tutkin kirjallisuutta sisäisestä viestinnästä, toiminnallisesta opinnäytetyöstä sekä kehittämistyöstä.

Minun oli saatava tietää myös henkilöstön ajatuksia tällä hetkellä vallitsevasta tilanteesta voidakseni laatia konkreettisen ohjeistuksen. Laadin henkilöstölle vastattavaksi kyselyn, jossa tiedustelin heidän käyttökokemuksiaan sekä -tottumuksiaan tämän hetkisistä kanavista. Omien havaintojeni ja kyselyn vastausten perusteella lähdin laatimaan ohjeistusta, johon tulisi selkeät rajaukset siitä millaisin asioihin kutakin kanavaa käytetään.

Laadittuani ohjeistuksen, ja viestinnän suunnittelua tukevan taulukon, raportoin työni vaiheet sekä kirjoitin loppupäätelmän. Lopuksi arvioin omaa oppimistani opinnäytetyöprosessin aikana.

4.2 Toiminnallinen opinnäytetyö

Päädyin tekemään opinnäytetyöstäni toiminnallisen, sillä työni tavoitteena on luoda viestintäsuunnitelma Dinglen hallinnolle sekä HR-päällikölle. Suunnitelma on mielestäni loogisinta ja helpointa toteuttaa produktina. Toiminnallisessa opinnäytetyössä kirjallisen raportin lisäksi laaditaan myös produkti, joka voidaan toteuttaa esimerkiksi kirjan, kansion, vihon, oppaan muodossa. (Vilka & Airaksinen 2004, 9.) Omassa työssäni laadin kirjallisen ohjeistuksen viestinnän suunnittelun tueksi.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimusmenetelmien käyttö on vähän avarampaa kuin tutkimuksellisessa työssä. Tietoa ja dataa kerätään samalla tavalla kummassakin tapauksessa, mutta toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimus on enemmänkin niin sanotun selvityksen tekemistä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä selvitys pohjautuu teoriaan joko hyvin vähän, tai ei lainkaan. Toiminnallista opinnäytetyötä tehdessä hyödynnetään erilaisia käytäntöjä niin sanotulla perustasolla, jolla tarkoitetaan aineiston keräämistä kyselyn avulla. Kysely voidaan suorittaa joko postitse, verkossa, puhelimitse tai kasvotusten. Kyselyn vastaukset analysoidaan perustason tunnusluvuilla, esimerkiksi prosentteina. (Vilka & Airaksinen 2004, 57.)

4.3 Haastattelu

Haastattelu kuuluu yleisimpiin tiedonkeruumenetelmiin, ja valitsinkin sen toiseksi tiedonkeruumenetelmäksi. Haastattelu on hyvä yhdistää muihin menetelmiin ja esimerkiksi kysely tukee menetelmänä hyvin haastattelua. (Ojasalo ym. 2009, 95.) Koska itse en enää työskentele toimeksiantajayrityksessä, oli haastattelu looginen valinta kerätä tietoa joltakin, joka tietää paremmin sisäisen tiedottamisen tämänhetkisen tilanteen. Lisäksi viestintäkanavia on tullut lähtöni jälkeen lisää, joten tarvitsin jonkun organisaation sisältä, joka esitte-

lee minulle nämä uudet kanavat, ja kertoo, miten henkilöstö niissä käyttäytyy. Yhteyshenkilöni yrityksessä on Dinglen HR-päällikkö Johanna Ruhala. Johanna vaikutti luontevimmalta valinnalta haastateltavaksi, joten istuimme hänen kanssaan alas, jolloin pääsin esittämään mieltäni askarruttavia kysymyksiä.

Toteutin haastattelun avoimena haastatteluna, joka tarkoittaa yleistä keskustelua haastattelijan ja haastateltavan välillä (Ojasalo ym. 2009, 97). Haastatteluun osallistui vain HR-päällikkö Johanna Ruhala ja minä. Olin miettinyt valmiiksi muutaman kysymyksen, joilla aloittaa haastattelu, mutta suurin osa kysymyksistä tuli mieleeni vasta haastattelutilanteessa. Kysymykseni koskivat pääosin Yammeria sekä uutta intranetiä, jotka eivät olleet käytössä vielä silloin, kun olin itse työharjoittelussa Dinglellä. Halusin nähdä Yammerin ja Share Point –pohjaisen intranetin konkreettisesti käytössä, vaikka olin etukäteen etsinyt tietoa kyseisistä kanavista ja niiden ominaisuuksista. Halusin myös nähdä, kuinka henkilöstö niissä käyttäytyy.

Valitsin avoimen haastattelumenetelmän, sillä tarkoitukseni oli tehdä taustatyötä ennen itse tutkimuksen tekemistä. Avoin haastattelu soveltuu tämän tyyppiseen tiedonhankintaan hyvin. Minulla ei ollut mahdollisuutta nauhoittaa haastattelua, mutta kirjoitin itselleni tapaamisesta kattavat muistiinpanot. Haastattelusta saamastani informaatiosta oli iso apu kyselyä laatiessani.

4.4 Kysely

Toiseksi tiedonkeruumenetelmäksi valitsin kyselyn, sillä halusin mahdollisimman monen työntekijän mielipiteen tämänhetkisestä tilanteesta. Kysely soveltuu parhaiten juuri tämän tyyppisen tutkimuksen tekemiseen, jossa halutaan saada laaja aineisto ja suuren ihmismäärän vastaukset. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108.) Tarkoituksena oli saada selville esimerkiksi työntekijöiden mieltymykset siitä, mikä käytössä olevista kanavista heidän mielestään toimii ja mikä ei. Lisäksi koin tarpeelliseksi saada osviittaa siitä, kuinka aktiivisesti kutakin kanavaa yleisesti käytetään, ja minkälaisiin asioihin niitä käytetään, tai toivotaan käytettävän.

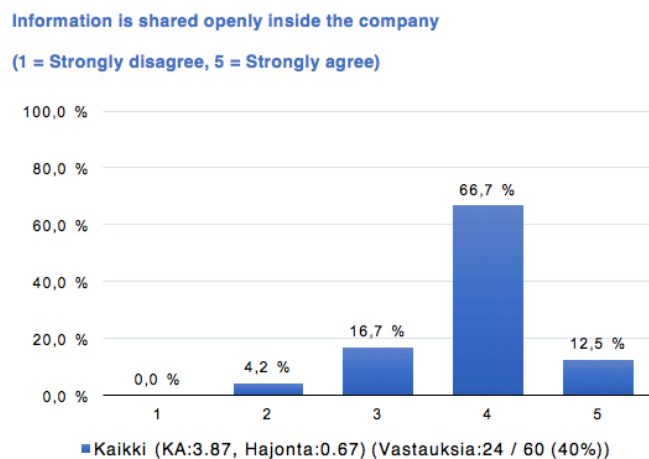
Toteutin kyselyn sähköistä kyselylomaketta käyttäen. Kysely koostui kolmenlaisista kysymyksistä, monivalintakysymyksistä, asteikoittaisista kysymyksistä sekä avoimista kysymyksistä. Kysely on toteutettu englannin kielellä, koska yrityksen virallinen työkieli on englanti. Laadin kyselyn aluksi Word –tiedostoon, jonka lähetin yhteyshenkilölleni Johannalle. Johanna siirsi kysymykset heillä käytössä olevaan Survey Monkey –ohjelmaan, ja lähetti kyselyn eteenpäin Dinglen henkilöstölle. Vastausaika annettiin reilun viikon verran, jotta

vastauksia tulisi mahdollisimman monelta. Lopuksi Johanna lähetti kyselyn tulokset minulle erillisenä tiedostona.

4.4.1 Kyselyn tulokset

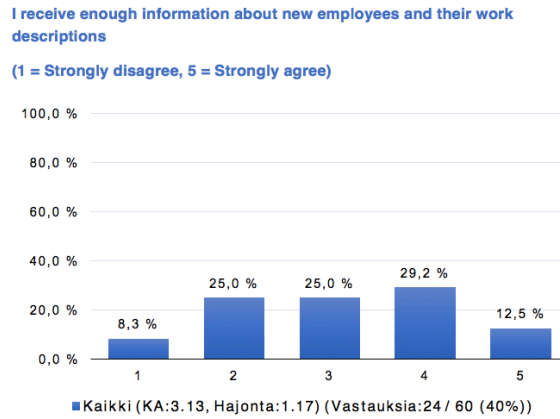
Kysely sisälsi yhteensä 21 kysymystä, joista kolmessa oli vastauksesta riippuen myös lisäkysymys. Aluksi halusin selvittää vastaajien työsuhteen pituuden, sillä uskon, että myös sillä on vaikutusta kyselyn tuloksiin. Uudemmat työntekijät saattavat kokea sisäisen viestinnän täysin eri tavalla, kuin organisaatiossa jo vuosia työskennelleet. Noin 42 % vastaajista on työskennellyt Dinglellä 1–3 vuotta. Noin 29 % on aloittanut Dinglellä työskentelyn alle vuosi sitten, ja noin 29% oli työskennellyt yrityksessä yli kolme vuotta.

Seuraavaksi esitin muutaman kysymyksen tiedon avoimuudesta ja määrästä. Yli puolet vastaajista oli tyytyväisiä tiedottamisen avoimuuteen yleisesti. Myös muutostilanteista tiedottamiseen oltiin tyytyväisiä. Valtaosa henkilöstöstä koki, ettei tiedon määrää ole mitenkään rajoitettu.



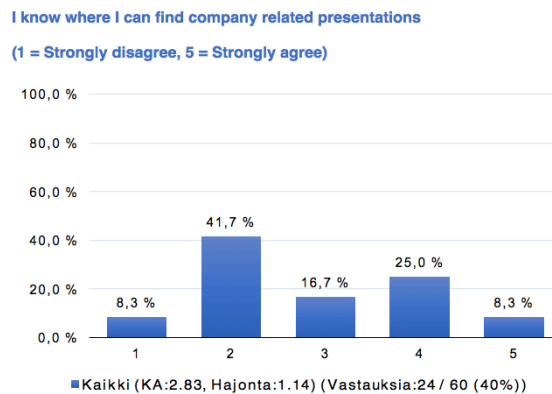
Kuva 1. Henkilöstön vastaukset koskien tiedottamisen avoimuutta

Koska Dingle on nopeasti kasvava yritys, ja työntekijöiden vaihtuvuus on vilkastunut viime aikoina, on uusia työntekijöitä tullut lisää melko tiheälläkin tahdilla. Halusin ottaa selvää siitä, kuinka hyvin henkilöstö kokee tulevansa informoiduksi uusista työntekijöistä ja heidän työtehtävistään. Vastaukset jakautuivat tämän kysymyksen kohdalla melko tasaisesti.



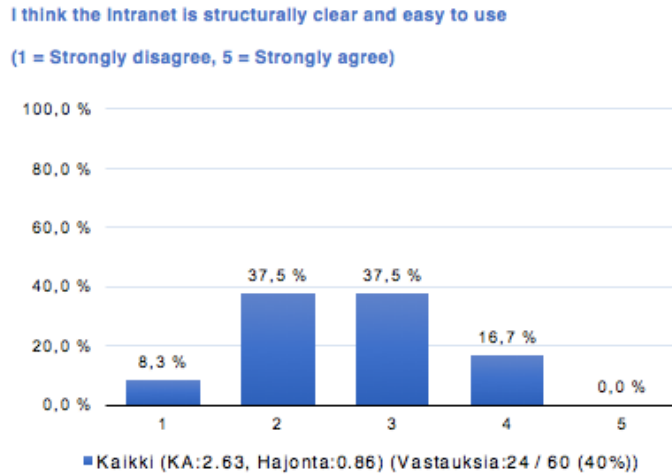
Kuva 2. Henkilöstön vastaukset koskien uusista työntekijöistä tiedottamista

Kyselyn yksi tärkeimmistä tavoitteista oli selvittää, kuinka eri kanavat koetaan ja miten niitä on totuttu käyttämään. Tähän liittyen kysyin useamman kysymyksen kanavien helppokäyttöisyydestä, selkeydestä ja siitä kuinka usein kutakin kanavaa käytetään. Lisäksi laadin kysymyksiä siitä, onko henkilöstölle selvää, minkälaista informaatiota kustakin kanavasta löytyy, ja tietävätkö vastaajat, mistä etsiä tietynlaista informaatiota. Kuten alla olevasta kuvasta käy ilmi, jakaantuvat vastaukset osassa kysymyksistä melko laajasti. Suuri osa vastaajista piti epäselvänä sitä, minkälaista informaatiota kustakin kanavasta tulisi löytyä, tai mistä lähteä hakemaan tietynlaista tietoa. Osalle taas kanavien käyttötarkoitukset olivat päivänselviä asioita.



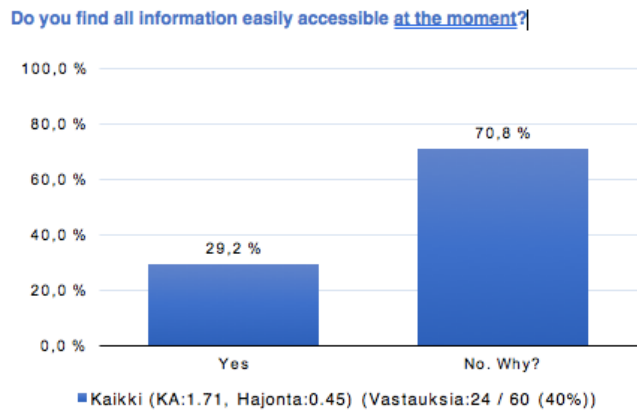
Kuva 3. Henkilöstön vastaukset koskien informaation löytämistä

Intranetin selkeyteen ja käytön helppouteen oltiin vähiten tyytyväisiä. Omalta osaltaan tähän vaikutti varmasti myös se, että nyt käytössä oleva intranet on Dinglen työntekijöille melko uusi, eikä sitä ole ehditty vielä kunnolla tutkia ja opetella. Pyysin vastaajia laittamaan käytössä olevat kanavat numerojärjestykseen sen mukaan, mitä he käyttävät eniten päivänsä aikana. Vastaajista 75 % listasi intranetin vähiten käyttämäkseen kanavaksi.



Kuva 4. Henkilöstön vastaukset koskien intranetiä

Oleellinen tieto itse produktin tekemistä varten on se, miten henkilöstö kokee tiedon olevan löydettävissä. Valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että tieto ei ole tällä hetkellä helposti löydettävissä.



Kuva 5. Henkilöstön vastaukset koskien tiedon saatavuuden helppoutta

Edellä mainittu kysymys sisälsi myös jatkokysymyksen. Mikäli vastasi aiempaan "ei", jatkokysymyksenä oli avoin kysymys, jossa kysyttiin syytä sille, miksi kokee tiedon olevan huonosti löydettävissä. Suurin osa avokysymysten vastauksista oli samankaltaisia: kanavia on liikaa, ja tieto on sekavasti eri paikoissa. "Too many channels and their roles are undefined", "too many channels, no idea where to look", "It's scattered all around place

and it's hard to remember where everything is (or is supposed to be)”. Edellä mainitun kaltaisia vastauksia tuli hyvin monta. Jo ennen kyselyn vastausten saamista osasin odottaa, että juuri tämä ongelma nousee esiin. Viimeistään tuloksia käsitellessäni asia varmistui.

4.5 Produkti

Käytyäni huolellisesti läpi kyselyn tulokset, oli aika aloittaa itse produktin työstäminen. Halusin luoda mahdollisimman selkeän ja helppokäyttöisen ohjeen kanavien käytöstä ja viestinnän suunnittelusta. Aloitin produktin laatimisen suunnittelemalla ja hahmottelemalla ajatuksiani paperille. Excel-taulukko tuntui selkeältä työkalulta produktin toteuttamiseen.

Hahmottelin Excel-tiedostoon erilaisia variaatioita ja vertailin niitä toisiinsa. Lopulta laadin hallinnon ja HR-päällikön viestinnän suunnittelun tueksi taulukon, johon voi ennalta suunnitella tiedossa olevat tiedotteet. Taulukko on yksinkertainen ja helppokäyttöinen, ja se on jaoteltu viikoittain. Taulukon ensimmäiseen sarakkeeseen kirjataan kyseisen viikon tiedotettavat asiat. Seuraavissa sarakkeissa on lueteltuna käytössä olevat sähköiset viestintäkanavat. Sähköisten kanavien lisäksi listasin taulukkoon myös joka maanantaisen henkilöstöpalaverin. Näihin sarakkeisiin voi rastittaa, tai muutoin merkitä ne kanavat, joihin kyseinen tiedote on tarkoitus julkaista.

Kaikkia tiedotteita ei voida ennalta suunnitella, sillä joitain viestejä lähetetään hyvinkin lyhyellä varoitusajalla. Tällöin ei ole aikaa suunnitella ja taulukoida lähetettävää viestiä etukäteen, vaan on valittava nopeasti oikea kanava ja julkaistava tiedote. Jotta oikean kanavan valitseminen helpottuisi, loin avuksi selkeän taulukon käytössä olevista sähköisistä viestintäkanavista. Aloitin taulukon työstämisen listaamalla ensin kaikki tällä hetkellä käytössä olevat kanavat. Tämän jälkeen tarkastelin kyselyn tuloksia etenkin niiden kysymysten osalta, joissa tiedusteltiin henkilöstön ajatuksia siitä, mitä tiedotteita he haluaisivat löytää kustakin kanavasta, ja millaisina he tällä hetkellä kanavat mieltävät. Opinnäytetyöprojektin alusta asti on esillä ollut ongelma kanavien paljoudesta. Näin ollen halusin produktissani tiputtaa ainakin yhden kanavan pois selkeyttäakseni viestinnän suunnittelua. Voikseni tehdä päätöksen siitä mitkä kanavat säilyvät ja mikä jätetään mahdollisesti kokonaan pois, oli minun vertailtava kyselyn tuloksia ja kanavien ominaisuuksia.

Slack oli kyselyn mukaan suosituin kanava, ja etenkin pidempään organisaatiossa työskennelleet ovat kiintyneet sen käyttöön. Slackin ominaisuudet eivät kuitenkaan juuri poikkea Yammerista, joten looginen ratkaisu olisi luopua toisesta. Kyselyn tulokset osoittivat, että yli 50 % vastaajista luopuisi mielellään Yammerin käytöstä kokonaan. Tämä ei ole kuitenkaan mahdollista, sillä kyseinen kanava yhteisesti käytössä Allerin kanssa. Slack puolestaan on käytössä vain Dinglen henkilöstöllä, joten siitä luopuminen olisi mahdollista.

Kahden toiminnoiltaan lähestulkoon identtisen kanavan ylläpitäminen ei ole loogista, eikä taloudellisesti järkevää. Slack oli kyselyn tulosten mukaan kuitenkin ylivoimaisesti käytetyin kanava, joten päätin pitää sen osana sisäistä viestintää. Rajoitin sen käyttötarkoitusta ohjetaulukossa kuitenkin vain epäviralliseen kanssakäyntiin työkavereiden välillä. Kun kaikki virallinen viestintä saadaan siirrettyä uusiin kanaviin, ja henkilöstö oppii käyttämään kanavia, voidaan Slackista tulevaisuudessa luopua kokonaan. Yammerin käyttöön liittyy toistaiseksi vielä muutosvastarintaa, ja haluttomuutta opetella uuden kanavan käyttö. Uuden ohjeistuksen myötä toivon, että Yammer otetaan päivittäiseen käyttöön ja sen käyttöä opetellaan aktiivisesti.

Intranetin käytöstä olisi reilut 40 % vastaajista valmiita luopumaan kokonaan. Myöskään intranetistä luopuminen ei ole mahdollista, sillä myös se on yhteisesti myös Allerin käytössä. Näin ollen vaihtoehtoisiksi jäivät Slack ja Facebook. Päädyin luopumaan Facebookin käytöstä sisäisen viestinnän suunnitelmassani, koska Slack on selkeästi suosituin ja todella kovassa käytössä. Tällä hetkellä Facebookissa jaetaan pääosin uusia asiakkuuksia, onnistumisia sekä kiinnostavia linkkejä artikkeleihin ja blogeihin. Mielestäni nämä asiat voisi julkaista myös Yammerissa, jossa on melko samanlaiset ominaisuudet kuin Facebookissakin. Lisäksi Facebookin kautta on luotu kuukausittainen DingleFit –tapahtuma. Kyseisestä tapahtumasta lähetetään jokaiselle työntekijälle myös kalenterikutsu, jolloin sama informaatio tulee jokaiselle kahteen kertaan.

Voi olla, että laatimani suunnitelma aiheuttaa aluksi hämmennystä, ja ehkä jopa muutosvastarintaa etenkin niiden keskuudessa, jotka käyttävät Slackia työssään mieluiten. Uskon kuitenkin, että selvyuden vuoksi olisi järkevämpi ratkaisu jättää Slack vain epävirallisen keskustelun ja kanssakäynnin kanavaksi. Perusteluita sille, miksi mielestäni Yammer on järkevämpi valinta viralliseen ja selkeästi työntekoon painottuvaan keskusteluun, ovat muun muassa se, että Yammerissa julkaisut eivät katoa niin herkästi viestitulvan alle kuin Slackissa. Myöskin ryhmässä jaetut tiedostot ovat Yammerissa helpompi kaivaa vielä myöhemmin uudestaan esille, kuin Slackissa. Kun tehdään selkeä jaottelu viralliselle ja epäviralliselle keskustelulle, on helpompi lähteä etsimään haluamaansa informaatiota.

Tällä hetkellä sekä virallinen että epävirallinen viestintä on sekaisin eri kanavissa ja tärkeiden dokumenttien joukosta löytyy paljon myös epävirallista asiaa. Tällöin on hyvin vaikea löytää enää uudestaan arkistojen kätkeistä pari viikkoa sitten julkaistu kiinnostava dokumentti. Uskon, että laatimaani ohjeistusta hyödyntämällä rajat eri kanavien välillä selkeytyvät. Lisäksi vaatii alkuun totuttelua ja opettelua, ennen kuin Yammer on luonteva osa jokaisen viestintää.

Laatimaani taulukkoon on lueteltu kunkin kanavan kohdalle ne asiat, joita kuhunkin tulisi julkaista. Tämä on hyödyllinen paitsi hallinnon ja HR-päällikön päivittäisessä viestinnän suunnittelussa, auttaa se myös henkilöstöä hahmottamaan millaisia asioita kustakin kanavasta löytyy. Taulukkoa laatiessani yritin ottaa huomioon kyselyn tulokset ja ihmisten mielipiteet. Osasta kanavista henkilöstö oli hyvinkin ristiriitaista mieltä, mikä hankaloitti päätöstäni siitä, tulisiko kyseisestä kanavasta luopua kokonaan, tai kuinka sitä jatkossa käytettäisiin. Uskon kuitenkin, että alkuhämmennyksen ja pienen opetteluun jälkeen viestintään saadaan selkeyttä ja tieto on kätevämmiin työntekijöiden löydettävissä.

4.6 Yhteenveto

Lopputuloksena produkti koostui kahdesta osasta, viestinnän suunniteluun tarkoitettusta Excel-taulukosta ja kanavien käytön helpottamiseksi luodusta ohjeistuksesta. Laati-mastani kyselystä uskon olevan hyötyä viestinnän suunnittelussa jo sellaisenaan. Vastauksista kävi hyvin ilmi se, miten ihmiset kokevat viestinnän tällä hetkellä. Osasta vastauksista kävi myös ilmi, että vastaaja on uusi työntekijä, ja uskon, että juuri heidän vastauksistaan saa hyvän käsityksen viestinnän nykytilasta. Uudet työntekijät antavat rehellisen vastauksensa niin sanotusti ”puolueettomasti”. He eivät ole vielä muodostaneet positiivisia tai negatiivisia mielipiteitä tiettyjä kanavia kohtaan, kuten ehkä vanhemmat työntekijät. Etenkin ne, jotka ovat tottuneet tiettyyn tapaan toimia, ovat selkeästi muutosta vastaan, ja näin ollen ovat negatiivisella asenteella uusia kanavia kohtaan.

Dinglen sisäisessä viestinnässä on vielä paljon parannettavaa, mutta uskon, että tämän opinnäytetyön myötä otetaan askel oikeaan suuntaan. Muutos on helpompi aloittaa pienestä, ja totuttaa suuremmat ryhmät muutokseen. Kun HR-päällikkö ja hallinnon henkilöt ottavat uudet ohjeet käyttöönsä viestinnässä, alkavat ihmiset väistämättä käyttää uusia kanavia useammin. Tällöin niiden käyttöä opitaan pikkuhiljaa, ja mahdollisesti kumotaan negatiivisia ensivaikutelmia. Olisi hienoa, jos uudet kanavat tulisivat osaksi päivittäistä viestintää, ja lopulta voitaisiin luopua mahdollisesti myös Slackin käytöstä. Syy, miksi juuri Slack voitaisiin eliminoida seuraavaksi, on se, että se ei ole työntekoon välttämätön kanava. Lisäksi se on vain Dinglen sisäisessä käytössä, ja näin ollen se on mahdollista eliminoida ilman Allerin ”lupaa”.

Kun niin sanottu ylhäältä alaspäin valuva viestintä saadaan kuntoon, on helpompi seuraavaksi lähteä työstämään horisontaalista, eli työkavereiden välistä viestintää. Tässä voidaan käyttää apuna myös laatimaani ohjeistusta eri kanavien käytöstä. Taulukkoa on

helppo muokata tarpeen vaatiessa, esimerkiksi jos käyttöön tulee uusia kanavia, tai vanhoja poistuu. Olen listannut taulukkoon yleisimmät tiedottamisen aiheet, mutta mikäli esiin nousee uusia tarpeita, on ne helppo lisätä taulukkoon.

5 Pohdinta

Opinnäytetyöni tavoitteena oli kyselyn tuloksia, sekä eri kanavia vertailemalla luoda selkeä ohjeistus jonka avulla viestinnän toteutus helpottuu. Käytin työssäni apuna viestinnän ja henkilöstöjohtamisen kirjallisuutta sekä artikkeleita. Lisäksi laatimani kyselyn avulla selvitin Dinglen henkilöstön mielipiteitä, ja haastattelun avulla sain myös HR-päällikön kannan tämänhetkiseen tilanteeseen. Kyselyn tulokset tukivat sitä epäilystä, joka vallitsi alun perin kanavien paljoudesta ja käyttötarkoituksen epäselvyydestä.

5.1 Tavoitteiden toteutuminen ja kehittämisehdotus

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada sisäiseen tiedottamiseen selkeyttä luomalla ohjeet kanavien käytöstä, ja mahdollisesti vähentämällä kanavien määrää. Onnistuin luomaan selkeän ohjeen kanavien käyttöön, jota on jatkossa helppo muokata tilanteen vaatiessa. Lisäksi sain vähennettyä kanavien määrää yhdellä, joka helpottaa paitsi viestinnän toteuttamisessa, myös tiedonhankinnassa. Mitä vähemmän kanavia on käytössä, sitä helpompi on etsiä tarvitsemansa informaatio.

Suoritin työharjoitteluni keväällä 2016. Opinnäytetyöprosessin aloitin kuitenkin vasta loppuvuodesta. Jo työharjoitteluni aikaan oli puhetta muutosta Allerin kanssa yhteisiin tiloihin. Vuoden 2016-2017 vaihteessa muutto toteutui ja toi mukanaan paitsi organisaatiomuutoksia, myös uusia kanavia sisäisen viestinnän toteuttamiseen. Näin ollen oli järkevämpää tehdä opinnäytetyö vasta muuton jälkeen, jolloin uudet kanavat olivat jo käytössä. Uskon, että uudet kanavat aiheuttivat etenkin vanhoissa työntekijöissä muutosvastarintaa, ja se näkyy myös kyselyn tuloksissa. Toivon kuitenkin, että ajan kanssa tästä ongelmasta päästään yli, ja myös uudet kanavat otetaan käyttöön, ja hyödynnetään myös niiden täysi potentiaali. Kaiken kaikkiaan uskon työstäni olevan konkreettista hyötyä sisäisen tiedottamisen suunnittelussa.

Kun uudet kanavat on olleet käytössä pidemmän aikaa, ja tämän opinnäytetyön myötä otettu aktiivisemmin käyttöön, voitaisiin keskittyä myös henkilöstön välisen viestinnän suunnitteluun. Tämä opinnäytetyö kohdennettiin HR-päällikön ja hallinnon käyttöön, mutta uskon tästä olevan hyötyä myös työkavereiden välisen viestinnän suunnittelussa. Tulevaisuudessa kanavien määrää voitaisiin vähentää entisestään ja näin ollen selkeyttää sisäistä viestintää huomattavasti.

5.2 Oma oppiminen

Opinnäytetyö oli kokonaisuudessaan hyvin opettavainen kokemus. Itselleni haasteellisinta oli aloittaminen ja aiheen rajaaminen. Aluksi koin hyvin hankalaksi niin sanotun punaisen langan löytämisen. Myös niin sanottu tyhjän paperin syndrooma vaivasi projektin alkuvaiheessa. Ennen varsinaista kirjoitustyön aloittamista kävin vielä tapaamassa toimeksiantajaani, ja kävimme läpi työn tavoitteita ja suurimpia ongelmakohtia. Lisäksi tapasin lyhyesti myös opinnäytetyöohjaajani kanssa, jolta sain vinkkejä kirjallisuuden suhteen.

Onnistuin mielestäni selättämään oman epävarmuuteni hyvin, ja kun pääsin alkuvaikeuksien yli, eteni työni mielestäni hyvää, reipasta tahtia. Osaksi uskon tämän olevan myös aikatauluttamisen lopputulos. Koko opiskelujeni ajan suuremmissa projekteissa on painotettu aikatauluttamisen tärkeyttä, mutta viimeistään tämän projektin myötä opin, kuinka paljon se helpottaa omaa työskentelyä. Kun itselleen asettaa tiettyjä välietappeja, on helpompaa pysyä asettamassaan aikataulussa, ja työskentely on tehokasta.

Työstäessäni opinnäytetyötäni laadin ensimmäisen kyselyni. Opin laatimaan kyselyn niin, että vastaaja ymmärtää kysymyksen, ja että vastausvaihtoehdot ovat kysymykseen sopivat. Lisäksi kysymysten asettelu piti mieltä niin, että saan vastauksista mahdollisimman paljon informaatiota ja tietoa. Asteikollisten kysymysten lisäksi laadin muutaman avokysymyksen, ja ilokseni sain niihin vain asiallisia vastauksia. Kuten etukäteen aavistin, vain 40 % henkilöstöstä vastasi kyselyyn. Sain kuitenkin riittävästi vastauksia, jotta pystyin hyödyntämään kyselyn tuloksia produktin laatimisessa. Lisäksi juuri avokysymysten vastaukset antoivat kattavimman kuvan siitä, mitä vastaajat olivat asioista mieltä.

Lisäksi koen kehittyneeni myös tiedonhankinnassa, sillä joitain asioita ei löytynyt kirjoista, ja internet-lähteiden kanssa tuli olla lähdekriittinen. Tällaisia asioita olivat suurimmaksi osaksi itse sähköisiä kanavia koskevat osiot. Viestintää ja henkilöstöjohtamista käsittelevät kirjat olivat mielenkiintoista luettavaa, ja niistä oli mielekästä ja helppoa etsiä itselleni relevanttia tietoa. Kirjoittaminen eteni näiltä osin paljon sujuvammin, kuin edellä mainittujen internetlähteiden kohdalla. Oman työskentelyn raportointi tuntui alkuun haastavalta, mutta kun huomasin ettei asiaa tarvitse ajatella turhan monimutkaisesti, alkoi tekstiä syntyä jälleen hyvää vauhtia. Koen onnistuneeni projektissa hyvin, ja oli ilo huomata, että alun kankeus ja huoli olivat turhia.

Lähteet

Armstrong, M., Taylor, S. 2014. Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. 13th edition. Ashford Colour press Ltd. United Kingdom.

Bratton, J., Gold, J. 2007. Human resource management – Theory and Practice. 4th edition. Palgrave MacMillan. Great Britain.

Dingle Oy. 2016. Luettavissa: <http://dingle.fi>. Luettu: 10.11.2016

Ellison, N. 2007. The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12, 4. Luettavissa: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full>. Luettu: 14.3.2017.

Honkala, P., Kortetjärvi-Nurmi, S., Rosenström, A., Siira-Jokinen, S. 2010. Linkki, työyhteisön viestintä. Edita. Helsinki.

Juholin, E. 2004. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Inforviestintä. Helsinki.

Juholin, E. 2009. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Kopiojyvä.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Rosenström, A. 2003. Yritysviestinnän ABC. Edita. Helsinki.

Kortetjärvi-Nurmi, S, Kuoronen, M-L., Ollikkainen M. 2008. Yritysviestinnän käsikirja. Edita. Helsinki.

McKenna, E., Beech, N. 2008. Human resource management – A Concise Analysis. 2nd edition. Pearson Education Limited. Edinburgh.

Nohynek, M. 2014. Yammer-kouluttajan vinkit: Ryhmät, ulkoiset verkostot ja notifikaatioasetukset. Luettavissa: <http://www.digitalillustrated.com/Ajankohtaista/Yammer-kouluttajan-vinkit-Ryhmät-ulkoiset-verkostot-ja-notifikaatioasetukset/>. Luettu: 14.3.2017

Office, Mikä on Yammer? Luettavissa: <https://support.office.com/fi-fi/article/Video-Mikä-on-Yammer-1b0f3b3e-89ee-4b66-aac5-30def12f287c#>. Luettu: 24.2.2017

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOY. Helsinki

Piha, K. 2014. Sisäinen viestintä – käärmettä pyssyyn? Luettavissa: <https://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisinen-viestint-krmett-pyssyyn>. Luettu: 28.2.2017

Ruhala, J. 22.3.2017. HR & Administrative Manager. Dingle Oy. Haastattelu. Helsinki.

Sulopuisto, O. 2015. Slack sujuvoittaa ryhmätyötä. Tivi, 10. Luettavissa: <https://summa.talentum.fi/article/tv/10-2015/slack-sujuvoittaa-ryhmatyota/224854>. Luettu: 10.11.2016.

Slack Luettavissa: <https://get.slack.help/hc/en-us/articles/218080037-Getting-started-for-new-users#channels>. Luettu: 14.3.2017

Söderlund, A. 13.4.2016. Slack – kahvipöytäkeskustelu ilman kahvipöytää. Morgan Digital –blogi. Luettavissa: <https://www.morgan.fi/blogi/slack-kahvipoytakeskustelu-kahvipoytaa/>. Luettu: 29.11.2016.

Tilastokeskus. Käsitteet. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/perusjoukko.html>. Luettu: 30.3.2017

Vilkka, H., Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi. Helsinki.

Vilkka, H., Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Henkilöstökysely

Liite 2. Ohjeistus viestintäkanavien käyttöön

Liite 3. Viestinnän suunnittelu

1. I have worked at Dingle

Less than a year

1-3 years

3 years or more

**2. Information is shared openly inside the company
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**3. The amount of information is not limited
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**4. I receive enough information when circumstances change
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**5. I receive enough information about new employees and their work descriptions
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**6. I receive enough information about Dingle's goals and strategy
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**7. I know where I can find Dingle's (press and news) releases
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**8. I am satisfied with the quality of Dingle's external press releases
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**9. I am satisfied with the quality of Dingle's internal news releases
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**10. I understand which channels are used for what kind of communication
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**11. I know where I can find company related presentations
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

**12. I think the Intranet is structurally clear and easy to use
(1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree)**

13. Put in numerical order (1 most often, 4 least often) the channels you use most often during your workday and the channels you use the least

Yammer

Slack

Intranet

Dinglers (FB)

14. Would you be ready to let go of one or more of our communications channels? Which one/s?

Yammer
Slack
Intranet
Dinglers (FB)

15. What type of information do you expect to find in..

Yammer
Slack
Intranet
Dinglers (FB)

16. Do you find all information easily accessible at the moment?

Yes
No. Why?

17. Are you satisfied with the amount of information and communication?

Yes
No. Why?

18. Are you satisfied with the quality of information and communication?

Yes
No. Why?

19. What kind of matters would you like to receive more information on?

20. In what way would you utilize the existing online channels and their features in our internal communication?

21. Is there anything else you would like to say in regards to our channels of internal communication (also the ones not mentioned here) and internal communication at Dingle in general?

| Intranet | Yammer | Slack |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Perehdytysoppaat ● Yrityksen esittely ja säännöt ● Käytössä olevien ohjelmien käyttöohjeet ● Viralliset tiedotteet ja infopaketit ● Avoimet työpaikat ● Henkilöstön yhteystiedot ● Taloudelliset tiedotteet ● Legal documentation | <ul style="list-style-type: none"> ● Omat ryhmät työprojekteille, joissa voidaan jakaa ko. projektiin liittyvää materiaalia ● Viralliset tiedotteet, jotka ovat time sensitive ● Praises, kehu työkavereille ● DingleFit, sekä muut tapahtumat (lisäksi myös kalenterikutsut) ● Ilmoitusasiat ● Organisaation sisäiset kyselyt ● Hallinnon ja HR:n tiedotteet ● Uudet työntekijät ja heidän esittelyt ● Lähtevät työntekijät ● Closing Fridays ● Uudet asiakkuudet | <ul style="list-style-type: none"> ● Etä ● Epävirallinen keskustelu työkavereiden kesken ● Työajan ulkopuoliset tapahtumat ● Kiinnostavat blogitekstit ja artikkelit |

| VKO | Tiedotus | Yammer | Slack | Intranet | Facebook | Monday Morning meeting |
|-----|----------|--------|-------|----------|----------|------------------------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | | | | | | |
| 5 | | | | | | |
| 6 | | | | | | |
| 7 | | | | | | |
| 8 | | | | | | |
| 9 | | | | | | |
| 10 | | | | | | |
| 11 | | | | | | |
| 12 | | | | | | |
| 13 | | | | | | |
| 14 | | | | | | |
| 15 | | | | | | |
| 16 | | | | | | |
| 17 | | | | | | |
| 18 | | | | | | |
| 19 | | | | | | |
| 20 | | | | | | |
| 21 | | | | | | |
| 22 | | | | | | |
| 23 | | | | | | |
| 24 | | | | | | |
| 25 | | | | | | |
| 26 | | | | | | |
| 27 | | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| 29 | | | | | | |
| 30 | | | | | | |
| 31 | | | | | | |
| 32 | | | | | | |
| 33 | | | | | | |
| 34 | | | | | | |
| 35 | | | | | | |
| 36 | | | | | | |
| 37 | | | | | | |
| 38 | | | | | | |
| 39 | | | | | | |
| 40 | | | | | | |
| 41 | | | | | | |
| 42 | | | | | | |
| 43 | | | | | | |
| 44 | | | | | | |
| 45 | | | | | | |
| 46 | | | | | | |
| 47 | | | | | | |
| 48 | | | | | | |
| 49 | | | | | | |
| 50 | | | | | | |
| 51 | | | | | | |
| 52 | | | | | | |