



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

MIELIPIDEKYSELY HENKILÖSTÖLLE SISSI-INTRANETISTA

Case: Fujitsu Finland Oy

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Johtaminen ja viestintä
Opinnäytetyö
Syksy 2012
Anu Päivinen

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

PÄIVINEN, ANU:

Mielipidekysely henkilöstölle Sissi-
intranetista
Case: Fujitsu Finland Oy

Johtamisen ja viestinnän opinnäytetyö, 57 sivua, 8 liitesivua

Syksy 2012

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää intranetin käyttöä henkilöstön näkökulmasta. Opinnäytetyön case-yritys on Fujitsu Finland Oy.

Tutkimuksen tavoitteena on löytää kehitysehdotuksia case-yrityksen Sissi-intranettiin, jotta se palvelisi entistä paremmin yrityksen työntekijöitä arjen työssä. Lisäksi tavoitteena on selvittää, kuinka Sissi-intranet tukee tällä hetkellä työntekijöitä työn teossa sekä löytää keinoja, joilla case-yrityksen henkilöstö saadaan mukaan vuorovaikutukseen Sississä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on luotu perusta empiriaosuudelle alan julkaisuja hyödyntäen. Teoriaosuudessa tarkastellaan intranettia yritysten viestintäkanavana työskentelyn tukena sekä vuorovaikutuksen hyötyjä intranetissa. Teoriaosuudessa tarkastellaan myös käyttöliittymän suunnittelun ja intranetin visuaalisen ilmeen merkitystä intranetin hyödyntämiseen henkilöstön näkökulmasta.

Empiirisessä osuudessa tutkitaan henkilöstön mielipiteitä ja käyttökokemuksia intranetista sekä heidän mielipiteitään vuorovaikutteisuudesta case-yrityksen intranetista. Empiirisen osuuden mielipidekysely on suoritettu kvantitatiivisena tutkimuksena toukokuussa 2012.

Mielipidekysely toteutettiin sähköpostikyselynä case-yrityksen henkilöstölle. Kyselyn ulkopuolelle rajattiin Fujitsu Finland Oy:n kaksi tytäryhtiötä, sillä jo yksistään Fujitsu Finland Oy:ssä henkilökuntaa on 2 340. Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää.

Tutkimuksesta ilmeni, että Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö saa parhaiten yrityksen sisäiset uutiset ja tiedotukset Sissi-intranetista. Mielipidekyselyn vastausten perusteella case-yrityksen henkilöstö toivoo Sissiin päivitystä hakutoimintoihin, uutisointiin, tiedon karsimiseen, vuorovaikutukseen sekä visuaaliseen ilmeeseen.

Asiasanat: intranet, vuorovaikutus, sisäinen viestintä.

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Studies

PÄIVINEN, ANU:

Image survey of Sissi intranet from
personnel's point of view
Case: Fujitsu Finland Oy

Bachelor's Thesis in Management and Communications, 57 pages, 8 pages of
appendices

Autumn 2012

ABSTRACT

This thesis focuses on the intranet of Fujitsu Finland Oy from the personnel's point of view. The study was performed in cooperation with the company.

The aim of this thesis is to find new ideas how the company intranet could support employees with their daily work. The first goal is to study how Sissi intranet supports the case-company's personnel at the moment. The second goal is to find ways how the personnel could have more interaction on Sissi intranet.

The theoretical part of the study explores the intranet as companies' communication channel. The focus was on the internal communication, interaction and visual appearance. The theoretical part of the study provides a basis to the empirical part.

The research problem is how to develop Sissi intranet further to support the employees' demands in the field of internal communications?

In the empirical section the study surveyed the employees' views on the intranet. This survey used a quantitative research method. The questionnaire survey was implemented as an e-mail survey for Fujitsu Finland Oy's personnel in May 2012.

Based on the results of this study, it seems that the personnel of the Fujitsu Finland Oy appreciate Sissi intranet as an informational channel where they can easily find the company's internal news and information. However, the case-company's personnel hopes Sissi intranet to be upgraded with search tools, news writing, cutting down the data and visual appearance.

Key words: intranet, internal communication, interaction.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja aiheen rajaus	2
1.2	Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ja -menetelmät	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne	3
2	INTRANET ARJEN TYÖN TUKENA	4
2.1	Mikä on intranet	4
2.2	Intranetin synty	5
2.3	Sisäisen viestinnän väline	6
2.4	Käyttöliittymä ja visuaalisuus	9
2.5	Intranet vuorovaikutuksen tukena	12
2.6	Mittarit käytön kertojina	14
2.7	Ongelmakohtat käytön kannalta	15
3	CASE: MIELIPIDETUTKIMUS FUJITSU FINLAND OY:N SISSI- INTRANETISTA	18
3.1	Fujitsu Finland Oy	18
3.2	Mielipidekysely	19
3.3	Tutkimuksen rakenne	20
3.4	Tutkimustulokset ja analysointi	22
3.4.1	Taustatiedot	22
3.4.2	Sissin käyttö	23
3.4.3	Sissi työskentelyn tukena	24
3.4.4	Uutississi	30
3.4.5	Sissin vuorovaikutteisuus ja visuaalisuus	35
3.5	Organisaatioyksiköiden vaikutus	43
3.6	Työkokemuksen vaikutus	45
3.7	Johtopäätökset, kehitysehdotukset ja kehityspäätökset	46
3.8	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	51
4	YHTEENVETO	52
	LÄHTEET	54
	LIITTEET	57

1 JOHDANTO

Intranet on yrityksen sisäinen tietoverkko, jonne pääsy on rajattu yrityksen henkilöstölle. Intranetin avulla tiedon kulku yrityksen sisällä on nopeaa ja yhtenäistä, sillä intranetin avulla voidaan tavoittaa kaikki yrityksen työntekijät ajasta ja paikasta riippumatta. Näin ollen intranet on tärkeä kanava yrityksen sisäisessä viestinnässä.

Intranetin tulee olla helppokäyttöinen ja nopea, jottei työntekijällä mene tiedon etsimiseen liian kauan aikaa. Epälooginen ja vanhentunutta tietoa sisältävä intranet ei palvele työntekijöitä, jotka tarvitsevat työssään ajankohtaisia tietoja ja toimintoja. Intranetin tulee olla ehjä kokonaisuus, josta turha ja vanhentunut tieto karsitaan pois. Ottamalla henkilöstö mukaan intranetin kehittämiseen saadaan tulokseksi työntekijöitä työn teossa tukeva sisäinen verkko.

Monipuolinen intranet mahdollistaa toimivan vuorovaikutuksen organisaation sisällä. Tällöin organisaation virallinen viestintä ei ole ainoastaan yksisuuntaista johdolta alaiselle kulkevaa tiedottamista, vaan viestintä on vuorovaikutteista ja keskustelevaa viestintää, jossa organisaation työntekijällä on mahdollisuus tuoda esille oma näkemyksensä ja mielipiteensä. (Paasivaara 2009, 86 – 87.)

Vuorovaikutukseltaan toimivalla intranetilla annetaan työntekijöille mahdollisuus saada äänensä ja mielipiteensä kuuluviin, jolloin työntekijät kokevat itsensä arvostetuiksi jäseniksi organisaatiossa ja kokevat työtyytyväisyyttä. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 92.)

Henkilöstö tulee saada vakuuttuneeksi intranetin hyödyllisyydestä ja osallistumaan organisaation viestinnän kehitykseen sekä suunnitteluun. Toimiva intranet tukee yrityksen avointa viestintää ja luo yritykseen viestintäkulttuurin, jonka onnistumisessa työntekijällä on tärkeä osa. Ottamalla henkilöstö mukaan intranetin kehittämiseen ja huomioimalla heidän käyttökokemuksensa ja mielipiteensä intranetin toimivuudesta sisäisen viestinnän kanavana saadaan intranetista kehitettyä toimiva ja henkilöstöä palveleva päivittäinen työkalu ja viestinnän väline. Onnistunut sisäinen viestintä luo työtyytyväisyyden ja yhteenkuuluvuuden tunnetta työyhteisössä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 40 – 4; Puro 2004, 137.)

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja aiheen rajaus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on löytää kehittämissuhteita Fujitsu Finland Oy:n Sissi-intranettiin, jotta Sissi-intranet tukisi aikaisempaa paremmin case-yrityksen henkilöstöä arjen työssä. Lisäksi tässä opinnäytetyössä selvitetään, kuinka Sissi-intranet tukee tänä päivänä Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöä työssään sekä kuinka Sissiiin voitaisiin lisätä vuorovaikutusta.

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena Fujitsu Finland Oy:n 2 340 henkilöstön jäsenelle. Fujitsu Finland Oy:n tytäryhtiöt Isoworks Oy sekä Nice-business Solutions Finland Oy on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle.

1.2 Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ja -menetelmät

Tässä opinnäytetyössä selvitetään henkilöstön mielipiteitä Sissi-intranetin toimivuudesta. Päättökysymyksenä on:

- Miten Sissiä tulisi kehittää, jotta se tukisi henkilöstöä entistä paremmin arjen työssä?

Tutkimuksen alakysymykset ovat:

- Miten Sissi-intranetti tukee Fujitsulaisten jokapäiväistä työskentelyä henkilöstön näkökulmasta?
- Miten henkilöstö saadaan mukaan vuorovaikutukseen Sissi-intranetissa?

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön mielipiteitä Sissi-intranetista tiedonvälityskanavana sekä arjen työn tukena. Fujitsu Finland Oy:n Tulevaisuustoimiston viestintäosasto ottaa tutkimuksen tulokset huomioon suunnitellessaan Sissi-intranetin uusimista, jotta se palvelisi entistä paremmin Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöä arjen työssä.

Tutkimusmenetelmänä käytetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Tämä mielipidekysely suoritettiin Webropol 2.0 datan analysointi ja kyselytyökalun avulla. Kyselyn henkilökohtainen linkki lähetettiin

Fujitsu Finland Oy:n työntekijöille sähköpostitse. Näin varmistettiin, että kyselyyn voi vastata ainoastaan kerran. Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin kahdelle kyselyyn vastanneelle kaksi kappaletta teatterilippuja. Arvonnalla motivoitiin Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöä vastaamaan mielipidekyselyyn ja vaikuttamaan Sissi-intranetin tulevaisuuteen.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämä opinnäytetyö on jaettu johdantoon, teoreettiseen osioon, empiiriseen osioon, johtopäätöksiin ja kehitysehdotuksiin sekä yhteenvetoon. Johdannossa johdatellaan opinnäytetyön lukija aiheeseen ja käsitellään tutkimuskysymyksiä, tutkimusrakennetta sekä opinnäytetyön rakennetta. Teoriaosiossa käsitellään intranettia yrityksen viestintäkanavana henkilöstön näkökulmasta sekä vuorovaikutuksen hyötyjä intranetissa. Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa tutkitaan Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön mielipiteitä ja käyttökokemuksia Sissi-intranetista sekä heidän mielipiteitään Sissin vuorovaikutteisuudesta. Johtopäätöksissä ja kehitysehdotuksissa käsitellään tutkimuksesta saadut johtopäätökset sekä esitellään kehitysehdotukset case-yrityksen intranetin päivittämiseen. Lopuksi tässä opinnäytetyössä on yhteenveto työn aiheista.

2 INTRANET ARJEN TYÖN TUKENA

2.1 Mikä on intranet

Intranet on organisaation sisäinen tietoverkko, jonka tarkoituksena on levittää ja arkistoida ajankohtaista tietoa sekä osaamista organisaation henkilöstölle ajasta ja paikasta riippumatta. Parhaimman hyödyn henkilöstö saa intranetistä, mikäli siinä hyödynnetään vuorovaikutteisuutta sekä käyttäjälähtöisyyttä. Näin ollen intranet voi sisältää organisaation tärkeimpien asioiden lisäksi vähemmän muodollisia henkilöstöesittelyjä ja blogeja. Pahimmillaan intranet puolestaan voi toimia ainoastaan paikkana, jonne ladataan paljon tietoa, eikä huolehdita vanhan tiedon karsimisesta, ja josta vuorovaikutteisuus puuttuu kokonaan. (Kortesuo 2009, 64.)

Kuivalahden ja Luukkosen (2003) mielestä intranet on strategisena viestintäkanavana erinomainen väline, sillä intranetissa tieto jakautuu henkilöstölle yhtäaikaaisesti samanlaatuisena ja -sisältöisenä. Organisaatioiden intranetit sisältävät yleensä organisaation kaikki toiminnot, kuten esimerkiksi henkilöstöhallinnon, osaamisen kehittämisen ja johtamisen, jotta intranet olisi toimiva työväline arjen työssä. Huolellisen intranetin sisällön suunnittelun avulla intranetista voidaan kehittää entistä paremmin henkilöstöä ja johtoa palveleva organisaation työväline. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 49.) Intranetissa tiedot ovat sähköisessä muodossa, joten sen päivittäminen on nopeaa ja vaivatonta. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 113.)

Intranetista tulee löytyä relevanttia ja ajankohtaista tietoa, opastusta ja yhteyksiä ilman käyttöjärjestelmän ehdoilla etenemistä, jotta se tukisi organisaation tavoitteita. Mikäli käyttöjärjestelmä on liian vaikea ja aikaa vievä, ei sen tietokannasta ole hyötyä työntekijälle. Intranetin tarkoituksena on toimia kanavana, jossa on työkaluja tukemaan organisaation viestintää henkilökunnalle. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 10.)

Juholin (2009, 266) on samaa mieltä Kuivalahden ja Luukkosen kanssa intranetista. Hän kuitenkin muistuttaa intranetin olevan melko uusi muoto viestintäkulttuurille organisaatioissa, sillä ensimmäiset intranetit syntyivät vasta 1990-luvun lopussa. Nämä 1990-luvun intranetit toimivat lähinnä elektronisina

ilmoitustauluina, jonne ladattiin tietoa johdon toimesta. Tänä päivänä intranetit toimivat useassa organisaatiossa tärkeänä vuorovaikutteisena viestintäkanavana, joka tavoittaa henkilöstön ja johdon ajasta ja paikasta riippumatta.

Intranettia suunnitellessa on tärkeää muistaa sen kohderyhmä eli organisaation henkilöstö. Intranetin tulisikin palvella jokaista henkilökunnan jäsentä niin tietoarkkitehtuurin, toiminnallisuuksien sekä käytettävyyden tasolla arjen työssä. Jotta henkilöstöä ei tarvitsisi motivoida käyttämään organisaation intranettia, on sen käytettävyys suunniteltava niin, että henkilöstö kokee intranetin käytön olevan palkitsevaa, sekä kokee onnistumisen tunteita käyttäessään intranettia työvälineenään. (Juholin 2009, 267.)

2.2 Intranetin synty

Organisaatioiden ekstranetit eli ulkoiset verkkopalvelut syntyivät ennen intranettia. Ekstranetit nähtiin mahdollisuutena kommunikoida ja välittää informaatiota rajattomasti kansainvälistyvillä markkinoilla. Intranet syntyi informaation jakamisen ja tiedon saannin rajaamisen tarpeesta. Suljetun verkon avulla informaatioon pääsi käsiksi ainoastaan sisäänkirjautumistunnukset omaavat henkilöt. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 26 – 27.)

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 27) toteavat markkinoiden kansainvälistymisen ja toimialojen muuttumisen pakottaneen organisaatiot etsimään tehokkaamman viestintäkanavan muutosten, yhtenäisten käytäntöjen ja toimintamallien tiedottamiselle. Kuitenkin intranetit toimivat aluksi lähinnä vain tiedottamisvälineenä hierarkkisesti ylhäältä alaspäin johdolta alaisille.

Intranetista syntyi organisaatiolle tärkeä portaali, joka toimi tietovarastona ja josta löytyi lisäksi muun muassa organisaation järjestelmät, palvelut sekä henkilöstön yhteystiedot. Intranetissa tietoa voitiin jakaa samanaikaisesti välittämättä siitä, missä tiedon vastaanottaja oli. (Lehmuskallio 2004 - 2010). Intranetin avulla pystyttiin hajauttamaan työskentelyä sen vahvistaessa organisaatioiden sisäistä viestintää ja tiedon saavutettavuutta. Tästä oli erityisesti apua isoissa kansainvälisissä yrityksissä, joiden toimipisteet saattoivat olla eri maissa. (Humala 2007, 7 – 8.)

Intranetin yleistyttyä käyttäjät alkoivat vaatia informaation jakamisen lisäksi, että se vastaisi paremmin käyttäjien monipuolisiin tarpeisiin sekä organisaation että liiketoiminnan vaatimuksiin. Organisaatioiden intranetteihin ladattiin paljon tietoa henkilöstölle, mutta ongelmana oli tiedon strukturoimattomuus. Pian intranetit sisälsivät paljon turhaa ja vanhentunutta informaatiota, jonka alle ajankohtaiset ja relevantit tiedot hukkuivat. Tämän seurauksena intranetit olivat sekavia ja tiedon etsiminen aikaa vievää sekä turhauttavaa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 28 - 32.)

Intranetin haasteena olikin saada sisäisestä verkosta toimiva ja monipuolinen työkalu, joka tuki avointa vuorovaikutteisuutta organisaation jäsenten välillä sekä vahvisti organisaation sisäistä viestintää samalla mahdollistaen pääsyn sen tietovarastoihin. (Vartiainen, Kokko & Hakonen, 2004.) Onnistuneen sisäisen viestinnän avulla organisaation työntekijät toimivat entistä paremmin organisaation tavoitteiden saavuttamiseksi, sillä onnistunut viestintä vahvistaa työtyytyväisyyttä, motivaatiota sekä parantaa työsuorituksia. (Humala 2007, 94.)

Intranetteja haluttiin alkuvaikeuksista huolimatta hyödyntää organisaatioissa sisäisen viestinnän ja henkilöstön johtamisen välineenä. Viestinnälliset pelisäännöt syntyivät, kun julkaisuoikeuksien määrittely sekä rutiinit tarkistukseen ja oikeellisuuden varmistamiseen selkiytyivät. Huomiota kiinnitettiin myös entistä enemmän selkeälinjaisuuteen niin audiovisuaalisessa ulkoasussa kuin vuorovaikutteisissa toiminnoissakin. Lisäksi segmentointi ja käytön seuranta alkoivat kiinnostaa organisaatioita. Näin luotiin lopulta intraneteista organisaatiota monipuolisesti hyödyntävä strateginen viestintäkanava. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 35.)

2.3 Sisäisen viestinnän väline

Intranetissa organisaation strategisena tavoitteena on tavoittaa kaikki työntekijät ajasta ja paikasta riippumatta. Organisaation toimien yhtenäistäminen sekä tehostaminen kasvattavat liiketoimintaa, joten organisaatiolla tulee olla vahva viestinnällinen strategia, jota intranetin tulee tukea. Organisaation johdon on sitouduttava intranetin kehittämiseen strategisen viestinnän kanavana sekä käyttää sitä aktiivisesti niin operatiivisella kuin taktisella tasolla. Intranetin sisällön tulee

välittää uskottavaa ja selkeää viestiä organisaation tulevaisuuden visiosta sekä strategisten valintojen ohjaavuudesta kohti tulostavoitteita. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 49.)

Puro (2004, 131 – 132) toteaa, että intranetin avulla informaatio leviää nopeasti ja avoimesti läpi organisaation. Vaikka organisaatiossa olisi intranet ja mahdollisuus tiedon avoimelle kululle, ei viestinnän avoimuus kuitenkaan aina toteudu. Mikäli informaatiota on paljon, voi tärkeän ja merkityksellisen tiedon löytäminen käyttäjälle olla mahdoton tehtävä. Toisaalta tiedon haltijat voivat salasanojen ja käyttöoikeuksien avulla hallinnoida ketkä pääsevät käsiksi intranetin tietoihin, jolloin työyhteisö moniarvoistuu ja toisilla työntekijöillä on enemmän tietoa organisaation asioista kuin toisilla. Jos työntekijä tarvitsee tietoa intranetista, eikä hänellä ole pääsyä suljettuun verkkoympäristöön, ei työ edisty.

Organisaation sisällä avoimeksi tarkoitettu tieto on luonteeltaan passiivista silloin, kun se on intranetissa jokaisen haettavissa. Henkilöstön tulee osata käyttää monipuolisesti intranettia sekä sen hakutoimintoja informaatiota etsiessään, sillä intranetissa olevaa tietoa ei suunnata tai lähetetä käyttäjille suoraan henkilökohtaisesti. (Puro 2004, 133.)

Viitala (2009, 203) huomauttaa, että organisaation sisäinen viestintä kulkee käsi kädessä henkilöstön johtamisen kanssa. Viestinnän avulla vahvistetaan henkilöstön osaamista, tietoutta sekä motivaatiota. Lisäksi organisaation sisäisellä viestinnällä voidaan vaikuttaa mielipiteisiin ja kehittää niitä vahvistamaan organisaation tulevaisuuden kehityssuunnitelmia. Organisaation keskeisiä ja tärkeitä asioita tulee pitää jatkuvasti esillä ja käsitellä niitä monelta eri kantilta organisaation sisäisessä viestinnässä, jotta henkilöstö omaksuu ne itselleen käyttöön jokapäiväiseen työelämään. Myös asioiden toistuva nostaminen viestinnän avulla auttaa vähentää vastahakoisuutta ja tuo ne lähemmäksi henkilöstöä.

Henkilöstö pitää saada vakuuttuneeksi intranetin hyödyllisyydestä ja osallistumaan organisaation viestinnän kehitykseen sekä suunnitteluun. Henkilöstölle on näytettävä toteen viestinnän vaikutukset organisaation tulokseen, sillä usein viestinnän kehittämiseen organisaation sisällä suhtaudutaan melko

skeptisesti. Totuus on kuitenkin se, että viestinnän avulla organisaation strategiset suunnitelmat jalkautetaan henkilöstön jokapäiväiseen työhön eikä viestinnän kehitystyötä tehdä ikinä turhaan. (Puro 2004,137.)

Sisäisen viestinnän tavoitteet ovat seuraavat:

- tiedonkulku
- vuorovaikutus
- sitoutuminen (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106).

Onnistuneessa sisäisessä viestinnässä henkilöstöllä on tarvittavat tiedot pystyäkseen tekemään työnsä onnistuneesti. Mikäli henkilöstöllä ei ole tietoja entuudestaan, tietojen on oltava helposti saatavilla ja löydettävissä. Onnistuneen tiedonkulun avulla henkilöstö kokee oman työpanoksensa ja itsensä henkilöstön jäsenenä merkittävänä osana oman tiiminsä sekä koko organisaation kokonaisuutta. Tiedonkulun tärkeys on jokaiselle henkilöstön jäsenelle merkittävä osa onnistunutta työpäivää ja työtyytyväisyyden kokemista. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106; Paasivaara & Nikkilä 2010, 92.)

Työtyytyväisyys ja viestintätyytyväisyys kulkevat käsi kädessä. Mikäli henkilöstö kokee työtyytyväisyyttä, on henkilöstö samanaikaisesti tyytyväinen myös organisaation sisäiseen viestintään. Tällöin henkilöstöllä on sopiva määrä tietoa työn suorittamiseen. Mikäli henkilöstö kokee, että organisaation viestintä ei ole toimivaa, on tällöin henkilöstöllä joko liikaa tietoa, jota he eivät ehdi kaikkea suodattaa tai tieto sisältää liian vähän itse asiaa, joka auttaisi heitä suoriutumaan työtehtävistään kunnialla. Viestintätyytyväisyyttä kokee sellainen henkilöstö, jonka organisaation viestintä on sisältörikasta ja tehty yhteistyössä organisaation johdon kanssa. Johdon tehtävänä on viestiä henkilöstölleen organisaation suunnitelluista ja saavutetuista tavoitteista, sekä kuunnella heidän mielipiteitään ja vastata mahdollisiin kysymyksiin. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106.)

Organisaation sisäinen viestintä on tuloksellisinta silloin, kun se on tarkkaan suunniteltua. Viestintäsuunnitelma on organisaatiolle hyvin tärkeä, jotta se voi

reagoida nopeasti yllättäviinkin tilanteisiin, esimerkiksi kriisitilanteisiin. Viestintäsuunnitelmaa tehtäessä tulee ottaa huomioon sen vastaanottaja, eli organisaation henkilöstö, sekä mitä viestinnällä halutaan kertoa. Itse viestinnän toteuttamisen lisäksi viestintää tulee myös arvioida, jotta sitä voidaan kehittää ja päivittää ajan tasalle. Jatkuvasti kehittämällä ja päivittämällä organisaation viestintää, muodostaa se ehjän kokonaisuuden ja tukee organisaation strategista toimintaa. (Hokkanen & Strömberg 2003, 255.)

Onnistunut sisäinen viestintä tukee organisaation henkilöstön sitoutumista sen visioon, arvoihin sekä strategiaan. Viestinnän tehtävänä on jalkauttaa nämä organisaation tavoitteet välineiksi henkilöstölle heidän jokapäiväiseen työhön. Henkilöstön on tiedettävä sekä ymmärrettävä käytännön tasolla organisaation tavoitteet ja saavutetut tulokset, jotta he voivat omalla työpanoksellaan edesauttaa organisaatiota saavuttamaan suunnitellut tulokset. Henkilöstölle tulee myös viestiä organisaation tulevaisuuden suunnitelmat, jotta he osaavat varautua suunnitelmien mahdollisiin muutoksiin jo hyvissä ajoin. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 107.)

Puron (2004, 137) mukaan viestinnän asemaa organisaatioissa voidaan vahvistaa, mikäli strategiset liikkeet ovat riittävän merkittäviä eikä varovaisia ehdotuksia. Uusien suurien kertaluontoisten strategisten liikkeiden käyttöönotto ei sulje pois vanhojen käytäntöjen hyödyntämistä, mikäli ne ovat edelleen ajankohtaisia ja toimivia. Valitettavan usein uudistamisprojekteissa keskitytään kehittämään ainoastaan teknologiaa eikä oteta huomioon käyttäjien toiveita. Viestinnän aseman vahvistaminen onnistuu ainoastaan, mikäli henkilöstö otetaan mukaan kehittämään uudenlaista sähköistä toimintaympäristöä ja heidän mielipiteensä sekä käyttökokemuksensa vanhasta järjestelmästä otetaan huomioon.

2.4 Käyttöliittymä ja visuaalisuus

Intranet tulee suunnitella työntekijäkeskeiseksi eikä ainoastaan johdon työvälineeksi, sillä työntekijät käyttävät toimivaa intranettia päivittäin työn teon tukena. Intranetin tulee tukea tuottavaa työskentelyä. Työn tehostamiseksi intranetissa kannattaa käyttää organisaation omaa terminologiaa, jotta työntekijät

tietävät välittömästi mistä on kyse. Kuitenkin uusien työntekijöiden kannalta on hyvä linkittää termiin selitys. (Nielsen 2000, 264.)

Verkkosivun rakenne määrittelee pitkälti tekstien pituuden ja tyylin. Loogiset valikkopolut, jotka kulkevat ylhäältä alas, vievät lukijan syvemmälle asian alalajeihin tai tiedostoihin. Samaan aikaan muita tiedostojen vaihtoehtoja rajautuu pois. Liikkumalla valikossa alhaalta ylöspäin, vaihtoehdot lisääntyvät ja alalajeista sekä tiedostoista palataan takaisin alkutilanteeseen. Sivusuunnassa olevien valikkopolkujen avulla aihe vaihtuu, mutta itse sivusto pysyy samana. (Kortesuo 2009, 81.)

Mikäli intranet on hidas, tietoa vaikeasti löydettävissä ja vasteajat pitkiä, kuluu käyttäjän kallisarvoista työaika turhaan odotteluun ja tiedon etsimiseen. Vasteajat ja intranetin jäsentäminen tulisi suunnitella intranetin sisällön suhteen huolellisesti, jotta käyttäjä odottaessaan uuden tiedon avautumista voisi käsitellä ajatuksissaan pian avautuvan tiedon sisältöä entisen pohjalta. Näin työnteke olisi tuottavampaa ja ajatuksen tasolla luovempaa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65.)

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 66) korostavat, että käyttöliittymä on käytettävyyden ulkoinen ilmenemismuoto. Käyttöliittymän suunnittelussa on otettava huomioon havaintopsykologiset, väriopilliset sekä sommitteluun ja vuorovaikutteisiin metodeihin liittyvät asiat. Suunnittelussa kannattaa aina käyttää alan asiantuntijoiden eli käyttöliittymäsuunnittelijoiden ammattitaitoa hyödyksi. Käyttöliittymäsuunnitteluun vaaditaan myös organisaation omia resursseja ja aikaa, jotta käyttöliittymäsuunnittelijat voivat suunnitella oikeanlaisen käyttöliittymän tukemaan organisaation toimintaa.

Ulkoasun tulee tukea organisaation linjaa ja sen tulee olla selkeä. Intranetissa käytetyt painikkeet ja symbolit kertovat käyttäjälle eri toiminnoista. Niitä suunniteltaessa on muistettava, että tietyt symbolit ovat jo entuudestaan tuttuja symboleja käyttäjälle, joten niiden tulisi symboloida samaa toimintoa mitä muissakin käyttöliittymissä. Esimerkiksi nuoli, joka osoittaa oikealle, tarkoittaa liikkumista käyttöliittymässä eteenpäin. Nuoli, joka osoittaa vasemmalle, tarkoittaa puolestaan liikkumista taaksepäin. Myös valikoissa olevien tekstien

tulee tukea organisaation visuaalista ilmettä. Väriä käyttämällä voi korostaa käyttöliittymässä tiettyjä asioista ja johdatella käyttäjän huomiota niiden avulla. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2003, 40.)

Intranetin käyttöliittymää suunniteltaessa tulee ottaa huomioon toiminnallisuuden lisäksi myös visuaalisuus. Korteso (2009, 83) muistuttaa, että etusivulle ei saa ladata liikaa tekstiä ja tietoa, vaan sen tulee olla kevyt ja visuaalisesti ehjä kokonaisuus, josta lukija helposti näkee mitä sivusto pitää sisällään ja mistä hän löytää tarvitsemansa tiedon. Etusivun tulee olla niin selkeä, että lukija löytää nopeasti organisaation intranetista mahdollisesti tärkeimmät toiminnot eli hakutoiminnon ja yhteystiedot. Organisaation esittelytekstiä ei kannata laittaa heti etusivulle. Mikäli esittelyteksti on etusivulla, tulee sen olla lyhyt kuvaus organisaatiosta, jonka voi lukea kerralla ilman sivun liikuttamista alaspäin.

Kortetjärvi-Nurmen, Kurosen ja Ollikaisen (2008, 113) mukaan intranetissa on tärkeää strukturoida tieto oikein. Organisaation taustatiedot, kuten esimerkiksi organisaatorakenne, strategia, arvot, ohjeet ja työterveysasiat, on oltava intranetissa henkilöstön helposti löydettävissä ja ajantasaisesti päivitettyinä aina. Usein muuttuvat uutiset ja tiedotteet kannattaa pitää erillään näistä tärkeistä organisaation taustatiedoista. Intranetin visuaalisessa suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon tietojen tärkeysjärjestys ja niiden asettelu ja strukturointi.

Intranetin sivuston graafinen suunnittelu seuraa pitkälti internetin verkkosivuston suunnittelun graafisia ohjeita. Kuitenkin intranettia suunniteltaessa on otettava erityisesti huomioon, että intranetin tehtävänä on lisätä organisaation henkilöstön tuottavuutta. Korkean standardisoinnin vuoksi intranetissa on mahdollista käyttää kehittyneempiä selaimia. Usein on myös mahdollista olettaa intranetin visuaalista ilmettä suunnitellessa, että sen käyttäjillä on tietyt kirjasintyypit asennettuina tietokoneisiinsa, että heillä on tietynlaiset ja kokoiset monitorit ja että heillä on pääsy tiettyihin normaaleihin toimiston käyttösovelluksiin ja tiettyihin versioihin niistä. Näiden näkyvyyttä rajaavien oletusten vuoksi on helppoa suunnitella intranetin visuaalinen ilme (Nielsen 2000, 265–266.)

Organisaatioiden sisäisten verkkopalveluiden strateginen merkitys oli vähäinen 1990-luvun alussa niiden tultua organisaatioihin, sillä niin sanottuja ensimmäisen

sukupolven intranetteja käytettiin ainoastaan sisäisen viestinnän tehostamiseen keskitetysti ylhäältä alaspäin. Tänä päivänä organisaatiot hyödyntävät intranetteja omien sisäisten sidosryhmien työkaluna, jolla voidaan helposti lisätä yhteistyötä organisaation sisällä sekä jalkauttaa organisaation strategiaa henkilöstölle. Näissä toisen sukupolven intraneteissa tiedon määrä on usein merkittävän suuri verrattuna ensimmäisen sukupolven intranetteihin. Tämän vuoksi on hyvä muistaa, että myös intranettien sisällönhallintajärjestelmien elinikä on alle kymmenen vuotta ja tarvitsee tietyin väliajoin päivittämistä. (Kaario & Peltola 2008, 51–52.)

2.5 Intranet vuorovaikutuksen tukena

Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen ja Ollikainen (2008, 106–107) sekä Juholin (2009, 267) korostavat avoimen vuorovaikutuksen tärkeyttä. Avoimen vuorovaikutuksen avulla henkilöstö kokee yhteenkuuluvuutta organisaation sisällä. Lisäksi se motivoi henkilöstöä entistä parempaan tulokseen. Sisäisen viestinnän tehtävänä on tukea avointa vuorovaikutusta ja mahdollistaa viestinnän esteettömän sekä katkeamattoman kulun niin ylhäältä alaspäin kuin alhaalta ylöspäin. Lisäksi avoimen viestinnän ja vuorovaikutuksen tulee kulkea saumattomasti myös eri tiimien ja toimipisteiden välillä organisaation sisällä.

Varmistamalla, että intranetissa käyttäjän on mahdollista antaa palautetta, vaikuttaa sen kehittämiseen ja sisältöihin, saadaan käyttäjien tiedot ja taidot organisaation yhteiseksi omaisuudeksi ja osaamiseksi. Vuorovaikutukseltaan toimiva intranet synnyttää organisaatioon proaktiivisen viestintäkulttuurin, jolloin työntekijällä on mahdollisuus omalta osaltaan vaikuttaa organisaation menestykseen. Intranetin kehittäminen tulisikin nähdä ennen kaikkea johtamisen välineenä, sillä esimiehen tulee osata johtaa osaamista ja hyödyntää alaistensa asiantuntemista hyvien viestintätaitojen lisäksi. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 40 - 41.)

Intranettia voi helposti rikastuttaa hieman kevyemmillä uutisilla. Yksi keino rikastuttaa intranettia on blogi, joka lisää vuorovaikutusta ja keskustelua organisaation sisällä sekä luo yhteenkuuluvuuden tunnetta. Mikäli organisaation tiimien esimiehet, rekrytoijat, pääluottamusmies ja työterveyslääkäri julkaisisivat

säännöllisesti blogikirjoituksen organisaation omassa sisäisessä verkossa, toisi se henkilöstölle lisää sisältöä työpäivään sekä tietoa ajankohtaisista asioista koskien niin henkilöstön oikeuksia, hyvinvointia sekä organisaation tulevaisuutta. (Kortesuo 2009, 73.)

Alasillan (2009, 145 – 147) mukaan blogin avulla tiimien esimiehet voivat kertoa laajemmin ja niin sanotusti kansanomaisemmin organisaation ajankohtaisia asioita henkilöstölleen. Näin myös johtavassa asemassa olevat henkilöt tulevat tutummiksi ja helposti lähestyttävimmiksi henkilöstölle. Usein intranettiin ladatut tiedotteet organisaation asioista ovat mahdollisimman lyhyitä ja asiapitoisia, aivan kuten medialle laaditut tiedotteet. Organisaation oma henkilöstö kuitenkin haluaa tietää organisaation niin sisäisistä kuin ulkoisistakin asioista laajemmin ja syvemmin kuin media. Blogin avulla johtoasemassa olevilla henkilöillä on mahdollisuus kertoa ajankohtaiset asiat henkilöstölleen laajasti, ymmärrettävästi sekä perustellusti. Näin intranetti ja samalla organisaatio saavat lisää persoonallisuutta, yhteishengen tuntua sekä avoimuutta työyhteisöön.

Johdon ja viestintätiimin tehtävänä on jalkauttaa organisaation strategia ja arvot. Blogin avulla organisaation strategian ja arvojen jalkauttaminen onnistuu tehokkaammin kuin pelkän tiedotteen avulla intranetissa. Blogien hyvä puoli on siinä, että ne tuovat vaikeatkin asiat esille ihmiseltä ihmiselle; ei persoonattomasti tiedotteella. Lisäksi henkilöstön muut jäsenet voivat kommentoida blogikirjoituksia ja tuoda esille omat näkemyksensä kirjoitetusta aiheesta, jolloin johdon jäsenet saavat suoraa palautetta organisaation asioista henkilöstön näkökulmasta. (Alasilta 2009, 149–150.)

Johto voi käyttää blogia hyväkseen motivoidakseen henkilöstöään perustellen, todistaen sekä tulkiten organisaation ajankohtaisia asioita blogikirjoituksissa. Tällainen niin sanottu taivutteleva viestintäote on erityisesti tarpeen, mikäli organisaatiossa on vastahakoisia tai motivaation puutteesta kärsiviä henkilöstön jäseniä. Blogissa kannattaisi käsitellä myös organisaation toimintaohjeita, joita henkilöstö ei noudata kuten toimintaohjeita pitäisi noudattaa. Toimintaohjeissa tulee kyllä ilmi mitä pitää tehdä ja miten, mutta niissä ei kerrota miksi näin tulee toimia. (Alasilta 2009, 149–150.)

Blogitekstien julkaisun tulisi olla säännöllistä, jotta lukijoiden mielenkiinto ei laantuisi. Mikäli blogiteksti julkaistaisiin kerran viikossa tiettyinä päivinä tiettyyn aikaan, organisaation henkilöstö osaisi odottaa uutta tekstiä ja näin ollen heidän mielenkiintonsa ja oma aktiivisuutensa vuorovaikutukseen kasvaisi.

Alasilta (2009, 149 – 150) muistuttaa, että bloggaajien perusasenteen tulee tietenkin olla lojaali organisaatiota kohtaan sekä rakentava, jotta se toimisi organisaation parhaaksi. Blogikirjoitusten kirjoittajat tulisi valita niin aseman, blogin aihepiirin sekä ilmaisukyvyyn mukaan. Lisäksi tulee muistaa, että blogien aiheiden tulisi olla organisaation henkilöstön mielenkiintoa herättäviä. Hyviä esimerkkejä blogikirjoittajista ovat esimerkiksi tietoturva- ja ympäristöasiantuntijat, talous- ja myyntijohtajat, pääluottamusmies, työterveyslääkäri sekä organisaation omien kerhojen tai työpajojen vetäjät.

Otala ja Pöysti (2008, 134) ehdottaa houkuttelemaan organisaation henkilökunnan mukaan kehittämään intranettia monipuolisemmaksi ja vuorovaikutteisemmaksi kilpailujen ja palkintojen avulla. Palkinto voi olla esimerkiksi pienimuotoinen bonuspalkkio tai pari vapaalippua elokuvaan. Palkintoja voi jakaa tarpeen mukaan kuukauden parhaasta blogikirjoituksesta, parhaasta blogin kommentista tai kehityskelpoisesta innovatiivisesta ideasta.

Yksi mahdollisuus on antaa henkilöstölle työkalut päivittää itse omia tietojaan intranettiin. Tällöin kukin henkilöstön jäsen voi itse koota omat osaamisalueet, projektit, tiimit sekä dokumentit muiden nähtäville. Tällöin organisaatiossa tiedetään mitä tietoa organisaation sisällä on ja kuka tätä tietoa on työstänyt aiemmin. Samalla jokaisen henkilöstön osaamisesta sekä kiinnostuskohteista on dokumenttia intranetissa. (Otala & Pöysti 2008, 135.)

2.6 Mittarit käytön kertojina

Passiiviset intranetin mittarit kertovat määrällisesti intranetin käytöstä, käytön jakautumisesta suhteessa sisältöihin ja käyttäjien asemaan organisaatiossa. Mittareiden avulla nähdään, mitä asioita ja asiakokonaisuuksia henkilöstö käy intranetistä etsimässä ja lukemassa. Näiden tulosten avulla intranettia voidaan kehittää entistä käyttäjäystävällisemmäksi. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 88.)

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 89) muistuttavat, että hakujen analysointi on erittäin tärkeä mittari intranetin kehittämisen kannalta. Mahdollisia pullonkauloja sekä epäjohtonmukaisuuksia voidaan löytää seuratessa, mitä intranetin käyttäjät hakevat hakutoiminnolla ja mitä sanoja he tiedonhaussa käyttävät.

Onnistuneiden hakutulosten lisäksi on tärkeää seurata hakutuloksia, joiden vastaus on negatiivinen eikä haettava tieto tai ominaisuus löydy hakukentän avulla. Työn tehoon ja tulokseen vaikuttaa negatiivisesti informaation puute, mikäli intranetin käyttäjä ei löydä tarvitsemaansa informaatiota.

2.7 Ongelmakohdat käytön kannalta

Kortesuon (2009, 64) mielestä intranetin suurimpana haasteena on, että tietoa ladataan sähköiseen tietoverkkoon laajasti, mutta henkilöstö ei löydä tietoa mitä he etsivät, koska he eivät osaa hakea sitä oikeista paikoista oikeilla hakusanoilla. On tärkeää, että kaikki intranettiin ladatut tiedostot indeksoidaan oikein ja luodaan asiasisältöä oikein kuvaava avainsanalista.

Toinen suuri haaste intranetin sisällön suunnittelussa on ottaa huomioon kaikki intranetin käyttäjät. Mikäli intranetin sisältö koskettaa vain tiettyä osaa henkilöstöstä, jättää henkilöstön loppuosa intranetin hyödyntämisen tiedon lähteenä pahimmassa tapauksessa kokonaan. Näin he jäävät tärkeän tiedon kulun ulkopuolelle, mikäli intranet on organisaation ainoa sisäisen ja ulkoisen tiedon lähde. (Kortesuo 2009, 64.)

Intranetissa, jossa on paljon sisältöä ja epälooginen rakenne, on tiedonhakeminen hankalaa ja aikaa vievää. Intranettiin saatetaan ladata paljon päällekkäisiä tiedostoja, mikäli henkilöstölle ei ole selvää mihin kansioon tieto tulisi tallentaa. Lisäksi intranettiin voidaan ladata myös turhaa tietoa, jota henkilöstö ei voi hyödyntää työssään. Jotkut henkilöstön jäsenet voivat kokea organisaation yhteisen sisäisen verkon tiedon arkistoinnin turhaksi ja arkistoidut dokumentit ainoastaan omalle työpöydälleen tai yhteiselle tietokoneen muistille. Intranettia tulee päivittää säännöllisesti muuttuvien tietojen vuoksi. Päivittämisen lisäksi intranettia tulee hallinoida ja poistaa vanhaksi menneet dokumentit. (Kortesuo 2009, 64.)

MacManusin (2006) mielestä on erittäin haastavaa saada kiireinen ja ylityöllistetty henkilöstö mukaan kehittämään intranetista entistä monipuolisempaa, persoonallisempaa sekä helpommin käytettävää työkalua. Avainsanana on tuoda intranetin lukijoille sitä tietoa ja palvelua, jota he tarvitsevat työssään. Esimerkiksi markkinointi- ja myyntiosaston työntekijöiden intranettia voi personoida niin, että heidän intranetissaan näkyisivät viimeisimmät myyntiluvut sekä uusimmat markkinointikeinot. Organisaation muun henkilöstön ei näitä tietoja tarvitse nähdä, mikäli he eivät näitä tietoja työssään tarvitse. Intranettia tulisi siis voida personoida työtehtävien, -osaston sekä tiedontarpeen mukaan.

Kuivalahden ja Luukkosen (2003, 53 - 54) mukaan intranetin viestinnällisiä haasteita ovat:

- tekninen infrastruktuuri ja teknologiset sovellukset
- osaamisen taso
- prosessit
- tiedon johtaminen
- viestinnän toteutus
- johtamiskulttuuri.

Organisaation teknillisen infrastruktuurin on oltava moitteeton, jotta teknologiset sovellukset voivat palvella organisaation intranetin käyttäjiä. Organisaation teknologisten toimintojen tulee olla sopusoinnussa keskenään, jotta ne palvelevat saumattomasti organisaation eri yksiköiden ja toimialojen tarpeita. Haasteena on saada teknologia tukemaan organisaation kaikkia osa-alueita, ettei intranetin käyttö hidasta liiketoimintaa.

Digitaalisen viestinnän osaamisen avulla tulee saavuttaa viestinnälle asetetut päämäärät. Jotta intranetista saadaan monipuolinen vuorovaikutuskanava, on intranetin viestinnässä otettava huomioon kohderyhmän lisäksi vuorovaikutusmahdollisuus sekä näytöltä luetun tekstin vaatimukset. Se, että osaa tuottaa ja välittää tietoa intranettiin ei riitä. Viestinnän ammattilaisen on osattava

luoda tekstistä mielenkiintoista ja ajatuksia herättävää herättääkseen keskustelua lukijoissa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55.)

Organisaatioiden prosessit muun muassa toiminnan tehostamiseksi, tavoitteiden saavuttamiseksi tai säästöjen synnyttämiseksi on kytkettävä osaksi intranetin ratkaisuja. Jo prosessien suunnittelun alkuvaiheessa intranetin toiminnot tulee ottaa huomioon, jotta prosessien tulokset voidaan ottaa käyttöön intranetissä ilman mahdollisia pullonkauloja. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55 - 56.)

Kuivalahden ja Luukkosen (2003, 56) mukaan tiedon johtamiseen liittyvät haasteet puolestaan liittyvät erityisesti vuorovaikutteiseen viestintään teknologiaa ja tietojohdamista hyväksikäyttäen. Tietojohdaminen on tiedon tunnistamista, hallitsemista, luomista ja välittämistä. Tietojohdamisen on oltava osana prosesseja ja intranettia, jotta organisaatiolla on toimiva viestintäfunktio.

Toteutuksellisen viestinnän haaste on luoda vuorovaikutteista ja kiinnostavaa tekstiä intranettiin. Sisällöntuottaminen vaatii mediatajua, jotta sisällöntuottaja kykenee luomaan intranettiin onnistuneen viestinnällisen kokonaisuuden hyödyntämällä erilaisia käytettävissä olevia mediaelementtejä. Toisin sanoen tekstin, kuvan, äänen ja videokuvan hyödyntäminen intranetissa vaatii asiantuntevuutta sekä kokemusta. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 57.)

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 58) kyseenalaistavat johdon oikeuden käskyttää alaisiaan. Johtajan tulisi näyttää esimerkkiä alaisilleen omalla toiminnallaan, teoillaan ja puheillaan. Myös intranetin käytössä ja sisällön tuottamisessa johtajilla on tärkeä rooli. Mikäli johtajat eivät itse käytä intranettia työvälineenä arjen työssä, eivät todennäköisesti organisaation muutkaan jäsenet sitä käytä.

3 CASE: MIELIPIDETUTKIMUS FUJITSU FINLAND OY:N SISSI- INTRANETISTA

Tämän empiirisen osion tarkoituksena on selvittää Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön mielipiteitä heidän sisäisestä tietoverkostaan Sissi-intranetista. Tässä osiossa esitellään aluksi Fujitsu Finland Oy:tä, jonka jälkeen seuraa tutkimuksen taustatiedot sekä tutkimuksen rakenne. Empiirinen osio jatkuu tutkimustuloksilla sekä niiden analysoinneilla. Lopuksi tässä empiirisessä osiossa on tutkimuksesta tehdyt johtopäätökset Fujitsu Finlandin henkilöstön mielipiteistä Sissi-intranetista sekä yhteenveto.

3.1 Fujitsu Finland Oy

Fujitsu Finland Oy on Suomen johtava tietotekniikan palvelu- ja laitetoimittaja. Fujitsu Finland Oy huolehtii asiakkaidensa tieto- ja viestintätekniikoista sekä sovellusten tukipalveluista, toiminnasta ja kehittämisestä. Tavoitteena Fujitsu Finland Oy:llä on helpottaa yritysten ja yhteisöjen toimintaa ict-toimintamallien sekä teknologian avulla. Fujitsu Finland Oy:n asiakkaina on paljon eri toimialoja kuten terveydenhuolto, kauppa, finanssi, palvelut ja teollisuus sekä julkishallinto. (Pelttari 2012; Fujitsu 1995 - 2012b)

Fujitsu Finland Oy on osa globaalia japanilaista ict-yhtiötä, jonka pääkonttori on Tokiossa, Japanissa. Fujitsu on perustettu kesäkuussa 1935 ja sen toimitusjohtajana toimii Masami Yamamoto. Suurin osa Fujitsun liikevaihdosta, noin 65 prosenttia, tulee Japanista ja noin 19 prosenttia Euroopasta. Fujitsun osakkeet ovat noteerattu Tokiossa, Lontoossa, Frankfurtissa sekä Zurichissa. (Pelttari 2012; Fujitsu 1995 - 2012a)

Fujitsun toiminta perustuu heidän yritysfilosofiaansa, jota kutsutaan lean-filosofiaksi. Lean-filosofian perimmäisenä ideana on pyrkimys erinomaisuuteen ja jatkuvaan parantamiseen. Tämän vuoksi yhtiö panostaa toimintansa, teknologiansa ja henkilöstönsä kehittämiseen sekä hyvinvointiin. (Pelttari & Smolander, 2012.)

Fujitsu pyrkii parantamaan työntekijöidensä elämänlaatua joustavan työajan, aktiivisen virkistystoiminnan, harrastekerhojen, liikuntapalvelujen sekä etätöiden tukemisen avulla. Vapautuville työpaikoille järjestetään aina ensisijaisesti sisäinen haku, jotta työntekijät voivat halutessaan edetä urallaan talon sisällä. Työssä oppiminen, opiskelu, koulutukset, osaajayhteisöt, roolikohtaiset akatemit sekä mentorointi lisäävät henkilöstön osaamista sekä työssä oppimista ja parantavat työhyvinvointia. (Pelttari 2012.)

Fujitsulle on tärkeää ottaa huomioon työntekijöidensä mielipiteet toimintansa kehittämisessä. Mielipidekyselyn avulla Sissin viestinnästä vastaavat asianomaiset saavat tietoonsa mitä toimintoja ja tietoja henkilöstö kokee puuttuvan intranetistä, sekä mitä siellä on heidän mielestään turhaa ja mikä erityisen tärkeää.

3.2 Mielipidekysely

Case-yritys Fujitsu Finland Oy:lle tehdyssä Sissi-intranetin mielipidetutkimuksessa on käytetty kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää Webropol 2.0 datan analysointi- ja kyselytyökalun avulla. Kuten liitteestä yksi käy ilmi, kysely on jaoteltu aihealueittain. (Liite 1) Kyselyn henkilökohtainen linkki lähetettiin Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle sähköpostitse. Kyselyssä käytetyn henkilökohtaisen linkin avulla varmistettiin, että jokainen henkilökohtaisen linkin saanut vastasi kyselyyn ainoastaan kerran käyttämällä omaa sähköpostitse tullutta linkkiä kyselyyn.

Kysely lähetettiin 2 340:lle Fujitsu Finland Oy:n työntekijälle maanantaina 2.5.2012 kello 8.00. Vastausaikaa heillä oli perjantaille 11.5.2012 kello 23.59 saakka. Maanantaina 7.5.2012 kyselyyn vastaamattomat saivat muistutusviestin kyselystä. Tämän lisäksi tästä mielipidekyselystä muistutettiin Fujitsu Finland Oy:n Sissi-intranetin etusivulla. Kaikkien vastanneiden kesken arvottiin kahdelle vastanneelle kaksi teatterilippua vapaavalintaiseen näytökseen. Arvonnan avulla tavoitteena oli motivoida henkilöstöä vastaamaan mielipidekyselyyn ja vaikuttamaan Sissi-intranetin tulevaisuuteen. Mielipidekyselyyn vastanneita oli kaiken kaikkiaan 612 henkilöä ja vastausprosentiksi tuli tällöin 26, 2 prosenttia.

3.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimus jaettiin viiteen eri osa-alueeseen, jotta kyselyssä säilyi selkeä rakenne ja vastaajien oli helppoa ymmärtää asiakokonaisuudet.

Ensimmäisenä osa-alueena Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle suunnatussa Sissi-intranetin mielipidekyselyssä oli taustatiedot. Kysymykset 1 – 5 avulla selvitettiin kyselyyn vastanneiden taustatietoja, kuten sukupuoli, vuosikymmen, jolla vastaaja oli syntynyt, hänen työkokemuksensa Fujitsulla, organisaatioyksikkö sekä alue, jossa vastaaja työskentelee.

Tutkimuksen toisena osa-alueena oli Sissin käyttö. Kysymyksessä kuusi selvitettiin, onko vastaajalla Sissi selaimensa kotisivuna ja kysymyksessä seitsemän selvitettiin, kuinka usein vastaaja lukee Sissiä. Mikäli vastaaja ei lukenut Sissiä ollenkaan, toivottiin hänen vastaavan myös kysymykseen kahdeksan, jossa kysyttiin, mistä hän saa yritykseen liittyviä uutisia ja tietoja Sissistä lukemisen sijaan.

Kolmantena osa-alueena oli Sissi työskentelyn tukena, jossa selvitettiin mikä oli vastaajan mielestä uutisista ja tietovarastoista koostuvan Sissi-intranetin kiinnostavin sisältö. Kysymyksessä yhdeksän oli listattuna Sissin keskeinen sisältö. Vastausvaihtoehtoina oli luen/käytän usein, luen/käytän jonkin verran, en osaa sanoa, luen/käytän harvoin sekä en lue/käytä ollenkaan. Lisäksi tässä osiossa kysymyksessä kymmenen selvitettiin vastaajan mielipide Sissin sisällöstä ja sen hyödystä työssä. Tässä kysymyksessä oli kahdeksan väittämää, joiden vastausvaihtoehtoina oli täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä, en osaa sanoa, osittain eri mieltä sekä täysin eri mieltä. Kysymyksessä 11 kysyttiin vastaajan mielipidettä hakutoimintojen toimivuudesta. Kysymyksessä 12 vastaajalla oli mahdollisuus kommentoida Sissi-intranetin hakutoiminnon toimimattomuutta, mikäli hän oli sitä mieltä, että hakutoiminto ei toimi halutulla tavalla.

Kysymyksessä 13 vastaajalla oli mahdollisuus vapaasti kertoa mitä asioita ja toimintoja hän toivoi löytävänsä Sissin etusivulta.

Uutississi osiossa selvitettiin vastaajien mielipiteitä Sississä julkaistavien uutisten ajankohtaisuudesta ja kiinnostavuudesta sekä vuorovaikutusmahdollisuudesta Sississä. Kysymyksessä 14 oli kahdeksan väittämää Sissin uutisista, joissa

vastausvaihtoehtoina oli jälleen täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä, en osaa sanoa, osittain eri mieltä ja täysin eri mieltä. Tässä osiossa selvitettiin kysymyksessä 15, lukevatko vastaajat uutiset kokonaan, osittain, lukevatko he pelkät otsikot vai katselevatko he vain kuvat läpi. Kysymyksessä 16 selvitettiin, oliko vastaajilla mielenkiintoa vuorovaikutusmahdollisuuden uutis-osiossa. Kysymyksessä 16 oli kolme väittämää mahdollisuudesta kommentoida, peukuttaa tai rääätälöidä uutisnäkyä mieleisekseen. Vastausvaihtoehtoina tässä kysymyksessä oli kyllä, en osaa sanoa ja ei. Kysymyksessä 17 selvitettiin vastaajien mielipiteitä Fujitsun sisäisten uutisten vaihtoehtoisesta jakamistavasta, mikäli Sissi-intranettia ei olisi. Kysymyksessä 17 oli lueteltu kuusi eri vaihtoehtoa Sissi-intranetille. Kysymyksessä oli lisäksi joku muu, mikä -vaihtoehto, johon vastaaja pystyi itse kirjoittamaan vaihtoehdon uutiskanavaksi, mikäli Sissi-intranettia ei olisi.

Viimeisenä osiona tutkimuksessa oli Sissin vuorovaikutteisuus ja visuaalisuus. Tässä osiossa selvitettiin vastaajien mielipiteitä Sississä julkaistavista blogeista, keskustelupalstan kiinnostavuudesta ja vuorovaikutuksesta sekä Sissin visuaalisen ilmeen toimivuudesta. Kysymyksessä 18 kysyttiin vastaajien mielipiteitä Sississä julkaistavista blogeista viidellä väittämällä, joissa vastausvaihtoehtoina oli täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä, en osaa sanoa, osittain eri mieltä sekä täysin eri mieltä. Kysymyksessä 19 kysyttiin vastaajilta, mistä aiheista he haluaisivat lukea blogeja Sissi-intranetissa. Mikäli valmiiksi annetuista vastausvaihtoehdoista ei löytynyt mieleistä, oli vastaajalla mahdollisuus myös ehdottaa omaa aiheetta blogikirjoituksille. Kysymyksessä 20 tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä sissifoorumista eli Sissi-intranetissa olevasta keskustelupalstasta, jonne työntekijät voivat kirjoitella nimimerkkien suojissa. Kysymyksessä 20 oli neljä väittämää, jotka koskivat sissifoorumia ja vastausvaihtoehtoina oli kyllä, en osaa sanoa ja ei. Kysymyksessä 21 vastaajilla oli mahdollisuus ilmaista mielipiteensä Sissi-intranetin visuaalisesta ulkonäöstä. Sissi-intranetin visuaalista ilmettä koskevassa kysymyksessä oli kuusi väittämää. Vastausvaihtoehtoina tässä kysymyksessä oli täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä, en osaa sanoa, osittain eri mieltä sekä täysin eri mieltä. Viimeiseksi vastaajilla oli vapaa sana antaa parannusehdotuksia Sissiin.

3.4 Tutkimustulokset ja analysointi

3.4.1 Taustatiedot

Tämän mielipidetutkimuksen ensimmäisessä osiossa selvitettiin vastaajien taustatiedot, jotta myöhemmissä kysymyksissä voidaan vertailla kuinka vastaajien taustamuuttujat vaikuttivat tämän mielipidetutkimuksen tuloksiin. Tässä osiossa selvitettiin vastaajien sukupuoli, vuosikymmen, jolla oli syntynyt, kuinka monta vuotta oli työskennellyt Fujitsussa sekä organisaatioyksikkö että alue, jossa vastaaja työskentelee. Kyselyyn vastanneista naisia oli 35 prosenttia ja miehiä 65 prosenttia.

Vastaajista 33 prosenttia oli syntynyt 1960-luvulla, 31 prosenttia vastanneista puolestaan oli syntynyt 1970-luvulla ja 20 prosenttia kyselyyn vastanneista 1950-luvulla. 1990- sekä 1940-luvulla syntyneitä vastaajista oli ainoastaan yksi prosentti.

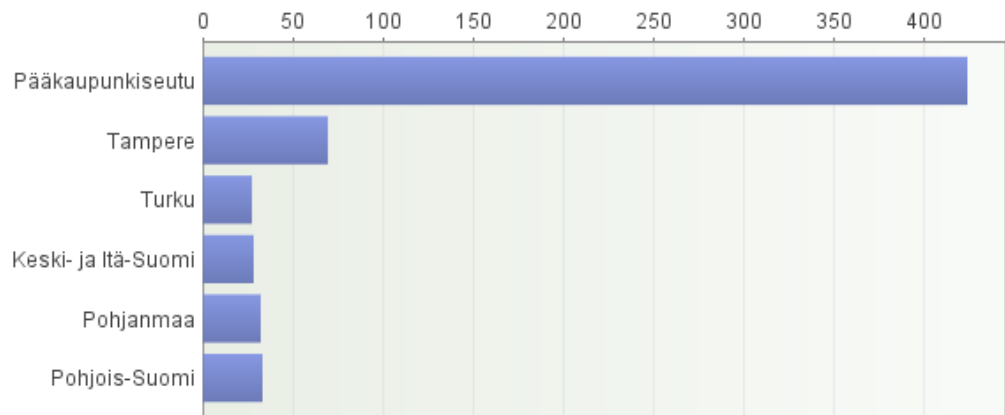


KUVIO 1: työvuodet

Tämän väittämän vastausten perusteella Fujitsu Finland Oy:llä on paljon pitkäaikaisia työntekijöitä, sillä vastanneista 61 prosenttia oli työskennellyt Fujitsu Finland Oy:ssä seitsemän vuotta tai enemmän. 21 prosenttia vastanneista oli työskennellyt yhtiössä 4 – 6 vuotta ja 18 prosenttia kolme vuotta tai vähemmän.

Organisaatioyksikkö-väittämässä Palvelutuotannosta kyselyyn vastasi 43 prosenttia ja 28 prosenttia vastanneista oli Sovellusliiketoiminnasta. Infra-liiketoiminnasta vastanneita oli 28 prosenttia. Kaikista vastanneista 15 prosenttia tai alle olivat Yhteiset palvelut, Technology Solutions sekä Tulevaisuustoimiston organisaatioyksiköiden henkilöstö. Organisaatioyksikkö-kysymyksessä oli jäänyt epähuomiossa Alueliiketoiminta-organisaatioyksikkö

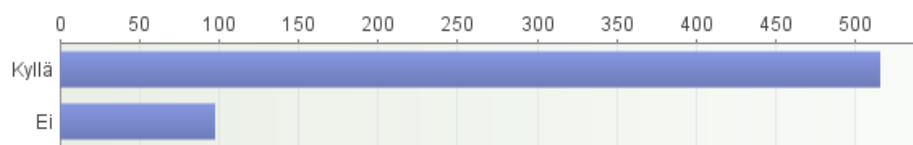
kokonaan pois, joten tämän väittämän tulokset eivät ole täysin paikkaansa pitäviä, sillä kaikilla vastaajille ei väittämästä löytynyt oikeaa vaihtoehtoa.



Kuvio 2: Alue

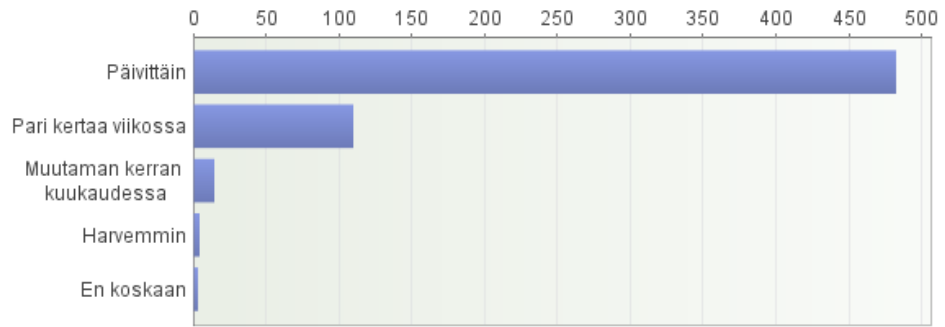
Seuraavassa väittämässä selvitettiin aluetta, jossa vastaaja työskenteli. Vastaajista selvä enemmistö työskenteli pääkaupunkiseudulla. Kyselyyn vastanneista pääkaupunkiseudulta vastasi kaikkiaan 69 prosenttia ja Tampereelta 11 prosenttia. Viisi prosenttia tai alle työskentelyalueena edusti kaikista vastanneista Turku, Keski- ja Itä-Suomi, Pohjanmaa sekä Pohjois-Suomi.

3.4.2 Sissin käyttö



KUVIO 3: Sissi selaimen kotisivuna

Väittämässä selvitettiin, kuinka monella vastaajalla Sissi-intranet on selaimen kotisivuna. Kuviosta viisi näkee, että vastaajista 84 prosenttia pitää Sissiä selaimensa kotisivuna ja 16 prosentilla selaimen kotisivuna on jokin muu sivusto kuin Sissi.



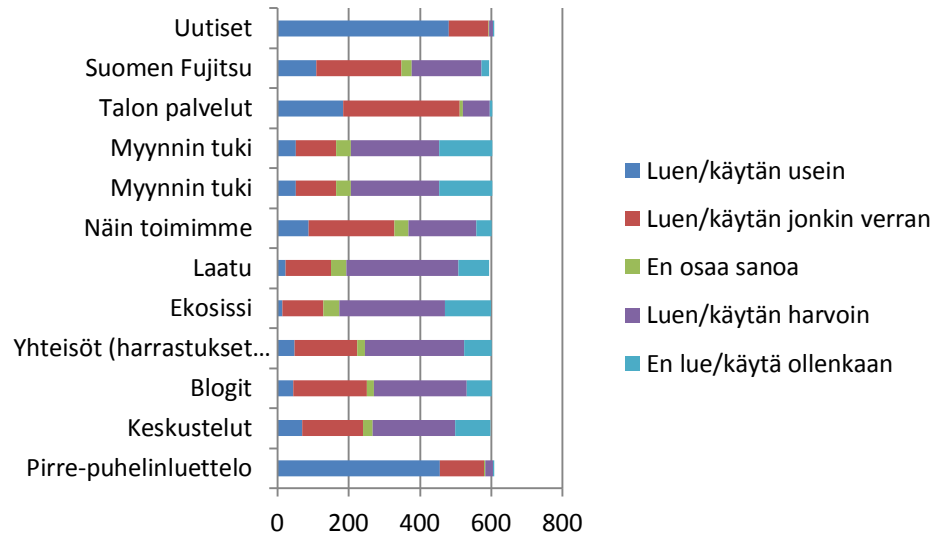
KUVIO 4: Sissin lukemistiheys

Seuraavassa väittämässä tiedusteltiin, kuinka usein vastaajat lukevat Sissi-intranettia. Kuten kuviosta neljä huomataan, vastaajista enemmistö lukee Sissiä päivittäin eli 79 prosenttia kaikista vastanneista. 18 prosenttia vastanneista lukee Sissiä pari kertaa viikossa ja kaksi prosenttia tai alle vastanneista lukee Sissiä muutaman kerran kuukaudessa, harvemmin tai ei koskaan.

Sissiä lukemattomat työntekijät ilmoittivat saavansa yritykseen liittyvää tietoa ja uutisia ensisijaisesti esimiehiltään ja työkavereiltaan palavereissa sekä niin sanotuissa käytäväkeskusteluissa. Keskusteluiden lisäksi he saivat tietoa sähköpostitse, Fakiiri-työasemasovelluksen kautta (sisäinen tiedotuskanava tietoteknisiin häiriöihin ja muihin viesteihin), Net-asiakaslehdessä, Atlas-kabiinista (yksiköiden omat sähköiset työtilat) sekä Fujitsun muiden regionien intraneteistä. Osa vastaajista ilmoitti myös saavansa yritykseen liittyvää tietoa ja uutisia Facebookista, Talouslehdessä, Kauppalehdessä sekä muiden regionien intraneteista.

3.4.3 Sissi työskentelyn tukena

Sissi työskentelyn tukena-osiossa selvitettiin mitä vastaajat lukivat tai käyttivät useasti sekä harvoin Sissi-intranetissa. Näitä selvitettiin monivalintaisella kysymyspatterilla, jossa väittämien vaihtoehtoina oli luen/käytän usein, luen/käytän jonkin verran, en osaa sanoa, luen/käytän harvoin sekä en lue/käytä ollenkaan.



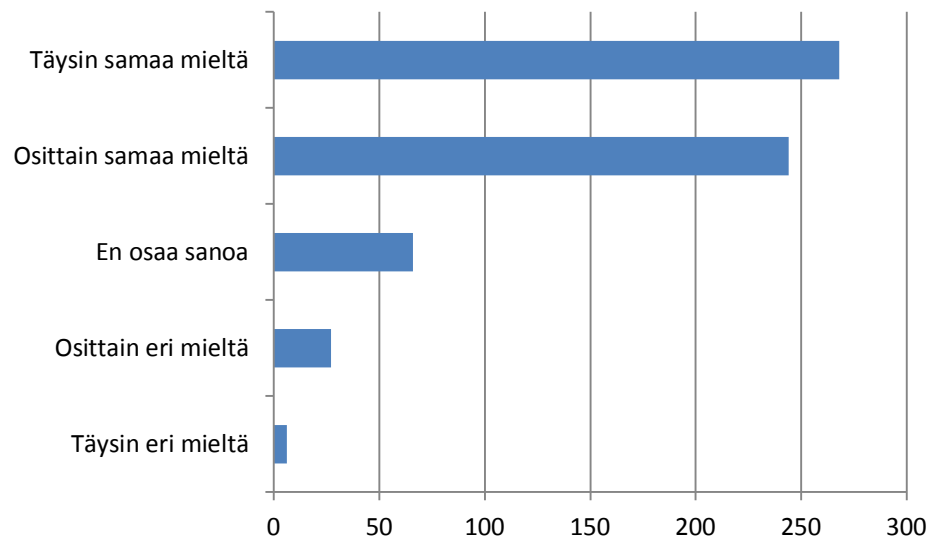
KUVIO 5: mitä luet/käytät usein

Vastauksissa selvisi, että Sissi-intranetissa useimmin luettiin uutisia (79 %) sekä käytettiin Pirre-puhelinluettelo (74 %). Kaikista vastaajista jonkin verran vastaajista luki ja käytti Talon palvelut-osiota (53 %). Jonkin verran luettiin myös Suomen Fujitsu-osiota (39 %) ja Blogit-osioita (33 %).

Myynnin tukea vastaajat eivät lukeneet tai käyttäneet ollenkaan (25 %). Harvoin luettavaksi ja käytettäväksi ilmoitettiin Laatu-osio (51 %), Ekosissi (48 %) sekä harrastukset ja osajayhteisöt (46 %).

Seuraavissa kahdeksassa väittämässä selvitettiin mielipiteitä Sissi-intranetin sisältöjen hyödyistä työssä. Nämä kahdeksan väittämää sisälsivät kysymyksiä, jotka käsittelivät muun muassa Sissi-intranetin toimivuutta ilmapäärin avoimuuden tukemisessa, työtyytyväisyyden kokemisessa sekä sen käytettävyydestä.

Ensimmäisessä väittämässä selvitetään kokeeko Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö Sissin tukevan avointa ilmapiiriä.

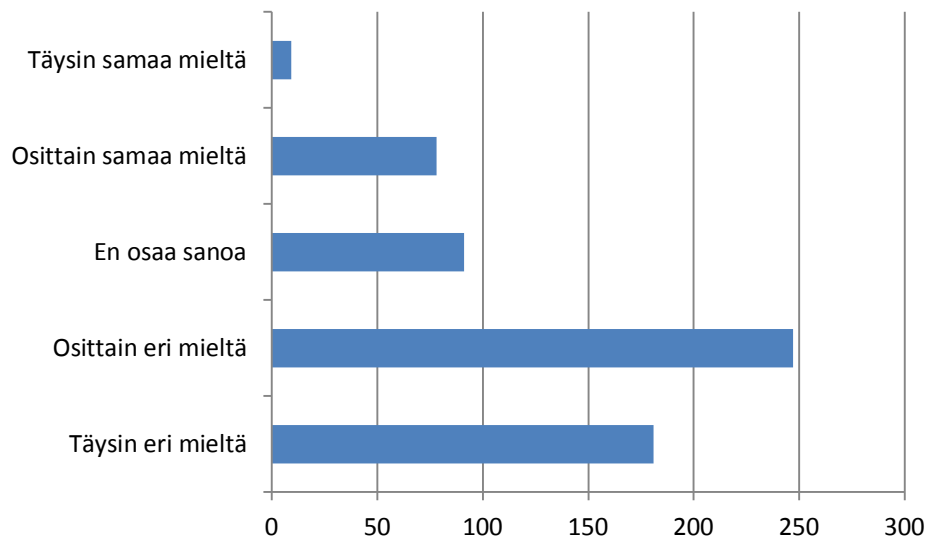


KUVIO 6: Sissi tukee avointa ilmapiiriä

Kuvio kuusi kertoo, että suurin osa vastaajista (44 %) oli täysin samaa mieltä väittämän Sissi tukee avointa ilmapiiriä kanssa. Lisäksi 40 prosenttia vastaajista koki Sissin tukevan osittain avointa ilmapiiriä. 11 prosenttia vastaajista ei osannut ottaa kantaa väittämään. Osittain eri mieltä väittämän Sissi tukee avointa ilmapiiriä kanssa oli ainoastaan neljä prosenttia vastaajista ja vain yksi prosentti vastaajista oli täysin eri mieltä tästä väittämästä.

Seuraavassa väittämässä tiedusteltiin, parantaako Sissi vastaajan työtyytyväisyyttä. Vastaajista 29 prosenttia koki Sissin parantavan työtyytyväisyyttä ja 43 prosenttia vastaajista koki Sissin osittain parantavan työtyytyväisyyttä. Kaksi prosenttia vastaajista ei kokenut Sissin edistävän heidän työtyytyväisyyden tunnettaan.

Tässä väittämässä selvitettiin kokevatko Fujitsu Finland Oy:n työntekijät Sissi-intranetissa olevan paljon turhaa sisältöä.

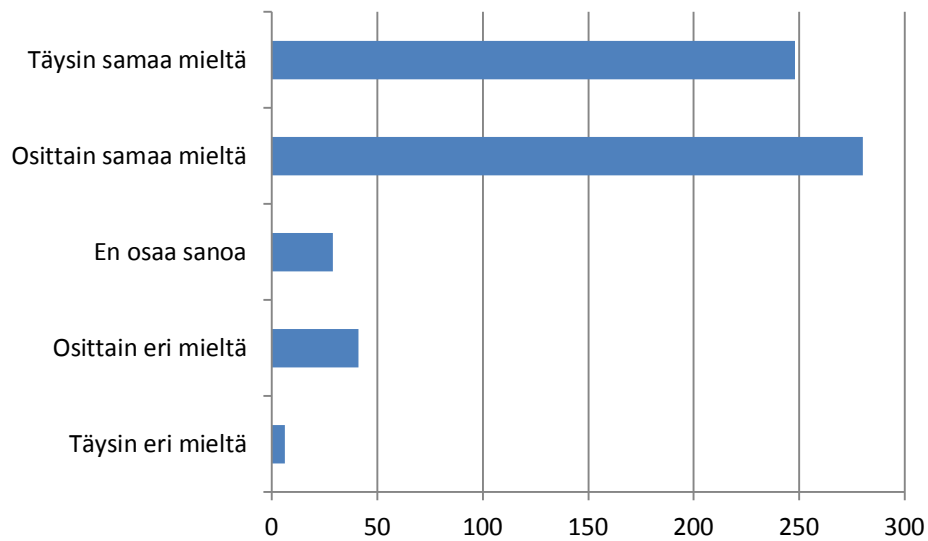


KUVIO 7: Suurin osa Sissin sisällöstä on turhaa.

Kuten kuviosta seitsemän ilmenee, väittämästä Suurin osa Sissin sisällöstä on turhaa täysin eri mieltä vastaajista oli 30 prosenttia ja osittain eri mieltä 40 prosenttia. Väittämästä osittain samaa mieltä oli 13 prosenttia vastaajista ja täysin samaa mieltä vain yksi prosentti.

Vain kuusi prosenttia vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämästä Sissin avulla tunnen olevani tärkeä osa työyhteisöäni. Vastaajista 34 prosenttia ei osannut sanoa kyseiseen väittämään mielipidettä laisinkaan. Täysin eri mieltä väitteestä Sissin avulla tunnen olevani tärkeä osa työyhteisöäni oli kahdeksan prosenttia vastanneista. Osittain samaa mieltä tästä väittämästä oli 26 prosenttia ja osittain eri mieltä 25 prosenttia kaikista vastanneista.

Seuraavassa väittämässä tiedusteltiin kokivatko vastaajat, että Sissi-intranetista on apua arjen työssä.



KUVIO 8: Sissistä on apua arjen työssä.

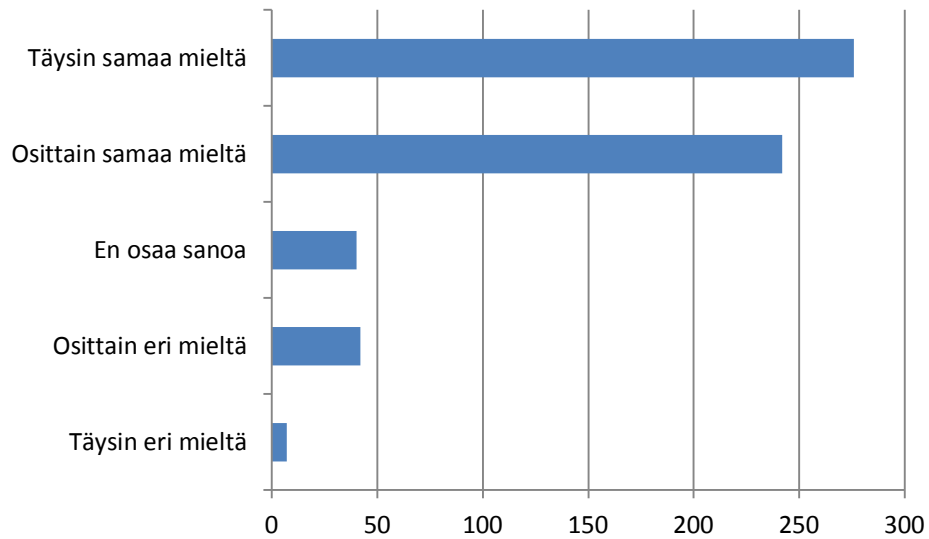
Tästä väittämästä täysin samaa mieltä oli 41 prosenttia ja osittain samaa mieltä 46 prosenttia kyselyyn vastanneista. Kuitenkin osittain eri mieltä sekä täysin eri mieltä väittämästä Sissistä on apua arjen työssä ilmoitti olevansa seitsemän prosenttia vastaajista.

Väittämään Sissi tukee organisaation arvojen, strategian, vision ja mission sisäistämistä täysin samaa mieltä oli 24 prosenttia ja osittain samaa mieltä oli 47 prosenttia vastanneista. Osittain eri mieltä vastanneista oli puolestaan 10 prosenttia vastanneista ja ainoastaan yksi prosentti vastanneista oli täysin eri mieltä väittämästä.

Väittämän Sissi on toimiva perehdytystyökalu vastaukset jakaantuivat kaikkien vastauksien kesken, eikä selvää enemmistöä noussut vastauksissa esille.

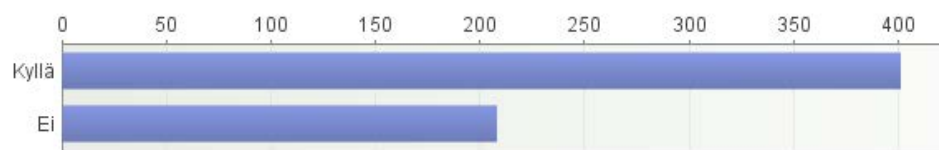
Vastaajista täysin samaa mieltä väittämän Sissi on toimiva perehdytystyökalu oli 24 prosenttia. Osittain samaa mieltä väittämän kanssa oli 37 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. 20 prosenttia vastanneista ei ottanut asiaan kantaa ja 20 prosenttia vastanneista oli osittain eri mieltä väittämän kanssa. Täysin eri mieltä tästä väittämästä oli kuitenkin neljä prosenttia kaikista vastanneista.

Tämän osion viimeisessä väittämässä tiedusteltiin kyselyyn osallistuneilta päivittyikö Sissi-intranetin etusivu riittävän usein.



KUVIO 9: Sissin etusivu päivittyy riittävän usein.

Väittämään Sissin etusivu päivittyy riittävän usein täysin samaa mieltä oli 45 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä 40 prosenttia. Täysin eri mieltä väittämästä oli kaksi prosenttia ja osittain eri mieltä seitsemän prosenttia vastanneista. Mielipidettään Sissin etusivun päivittämisestä ei osannut sanoa seitsemän prosenttia kyselyyn vastanneista Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöstä.



KUVIO 10: löydätkö sissistä helposti hakemasi asiat

Vastaajista 66 prosenttia ilmoitti löytävänsä Sissistä helposti hakemansa asiat, kun taas 34 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että Sissistä on vaikea löytää asioita, joita tarvitsisi.

Sissin hakutoiminto sai paljon moitteita vastanneiden kesken. Hakutoimintoa moittineet vastaajat kokivat, että hakutoiminnossa tulokset tulevat näkyviin väärässä aikajärjestyksessä, toisin sanoen vanhimmat tulokset tulevat näkyviin

ensin. Lisäksi hakutoiminto tuntui etsivän ensisijaisesti vanhoja tuloksia eikä välttämättä näyttänyt ajankohtaisia tuloksia ollenkaan. Hakutoiminnon haun koettiin myös kestävän liian kauan ja vievän liikaa työaika.

Haku on luokattoman huono, tietojen luokittelu epäselvää, osa tarvittavista tiedoista on lukuisissa eri cabineissa, joihin ei yleensä ole pääsyä.

Haku on aivan onneton. En halua etsiä haluamaani kohdetta menemällä summan mutikassa valikosta toiseen, koska sisältöjä en muista ulkoa. Haku tuottaa tulokseksi jotain vuodelta 2007–2010, mutta ei yleensä mitään järkevää tai mitään edes nykyiseltä vuodelta. Saatikka sitten että tulokset olisivat jossain loogisessa järjestyksessä. Mitä vaikeammin asiat löytää Sissistä, sitä vähemmän sitä käyttää. Tai jos etsimänsä on pakko löytää, häiriköi työtovereitaan ja näin etsimässä on pahimmillaan kolme päätä. Oikein tehokasta työajankäyttöä.

Vastaajat kokivat Sissin olevan myös epälooginen, sillä Sississä on paljon asiaa eivätkä otsikot anna oikeaa kuvaa mitä tietoa otsikot pitävät sisällään. Vastaajat kokivat, että osa Sississä olevista materiaaleista on vanhentunutta eikä sivulta löydy tietoa kuka sivuston tiedoista vastaa ja näin ollen voisi päivittää tiedot ajankohtaisiksi. Vanhojen tietojen, tietoteknisten ohjeiden, henkilöstöetujen sekä monen muun perusohjeistuksen löytäminen ja nopea tiedon etsiminen koettiin Sississä myös haastavaksi. Lisäksi vastaajat kokivat, että tietojen linkitys on huono, sillä tiedot sijaitsevat liian monen linkin takana.

Lomakkeita ym. löytyy monesta paikkaa, kuitenkin en ole onnistunut helposti löytämään mm. tietoliikenneavauksiin linkkiä. Järjestelmässä on paikoin ollut vanhaa tietoa tai toimimattomia linkkejä. Jotenkin rakenne ei ole auennut tai tietojen luokittelu.

Jokainen asia on monen klikkauksen takana, välillä menee usko asian löytämiseen.

3.4.4 Uutississi

Seuraavassa osiossa selvitettiin mielipiteitä uutississistä. Vastaajilta tiedusteltiin avoimen kysymyksen muodossa mitä asioita ja toimintoja he haluaisivat Sissin etusivulle.

Sissin etusivulta vastaajat toivoivat löytävänsä ajankohtaisia asioita käynnissä olevista projekteista, tulevaisuuden suunnitelmista, uusista teknologioista, organisaation taloudellisista asioista sekä muutoksista ja henkilöstöuudistuksista organisaatiossa. Lisäksi vastaajat toivoivat voivansa personoida etusivun mieleisekseen. Toiveissa oli, että jokainen voisi muokata oman linkkisivuston aktiivisiin työtiloihin tai lisätä halutessaan esimerkiksi Facebook-ikkunan etusivulle. Kuitenkin moni vastaaja oli Sissin etusivuun tyytyväinen nykyisellään.

Ajankohtaiset uutiset (kuten jo nyt).

Itse asiassa, en halua että Sissin etusivua muutetaan, olen tyytyväinen nykyiseen :)

Enemmän tietoa siitä mitä tapahtuu, esimerkiksi tarjouskilpailuiden voitoista saa lukea tietoviikosta tjm. ulkopuolisesta tiedotuskanavasta.

Voisi olla käyttäjäkohtaisesti personoitava linkkilista, jolle voisi tuoda esim. usein käytetyt cabinit tai muut sivustot.

Suorituskyky"-linkki josta päästään sivulle jossa näkyy kuukausittainen talon suorituskyky käppyröinä ja lukuina. Lisäksi kumulatiivinen tulostaso ko. tilikaudella (vaikka osastoittain). Kun käppyrät/kuvat sekä luvut on helposti nähtävillä, näkee koko ajan missä mennään ja muistuttaa pyrkimään erinomaisuuteen :-)

Etusivulle toivottiin myös toimiva hakukone, lounaslista sekä päivittäin vaihtuva sarjakuva. Sissin etusivulta toivottiin löytyvän selkeämpi linkki käyttötukeen, perusohjeisiin, reaaliaikainen tulostittari, tärkeimmät tapahtumat sekä viimeksi päivitettyt sivut-linkkilista. Lisäksi enemmän vuorovaikutusmahdollisuutta ja sosiaalisen median hyödyntämistä kaivattiin Sissiin. Toisaalta osa vastaajista toivoi, että Sissin etusivua yksinkertaistettaisiin ja jätettäisiin ainoastaan pääasiat ja isot uutiset etusivulle.

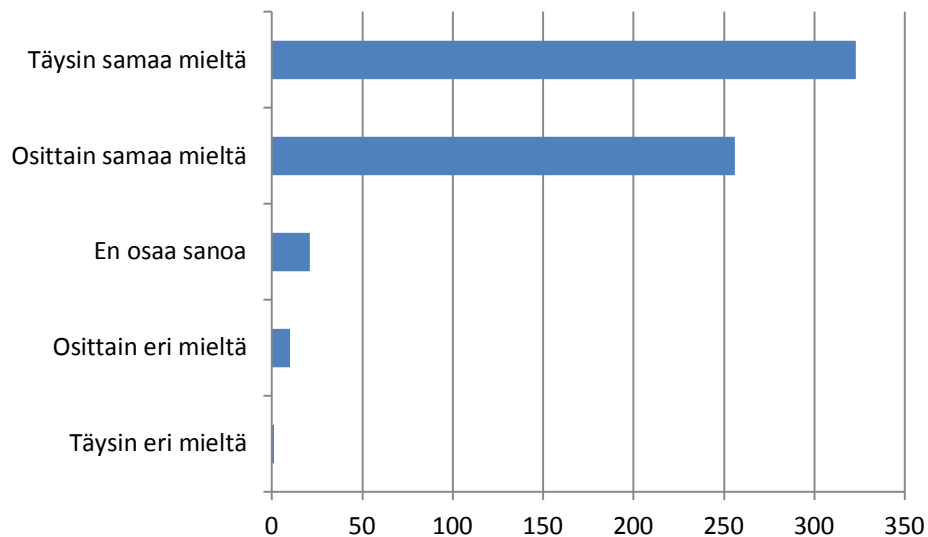
Etusivu on jo nyt aivan täynnä kaikkea. Yksinkertaistaminen olisi suotavaa tehdä.

Enemmän profiloitua sisältöä, esim. omaan osastoon liittyviä tiedotteita. Kaiken sellaisen ei tarvitsisi tulla mailitse.

Yammerit ja muut SoMe työkalut osaksi sissiiä. Nykyinen tiedotus on kovin staattista, yksipuolista ilmoittamista. SoMen avulla viesteihin saataisiin syvyyttä ja suoraa palautetta ja tarkennuksia. Uutiset avautuvat ihmisille eri tavalla, joten uutisen ydin saatetaan väärin ymmärtää.

Seuraavassa kysymyspatterissa selvitettiin kahdeksan väittämän avulla mitä mieltä kyselyyn vastanneet Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön jäsenet olivat Sissin uutisista.

Ensimmäisessä väittämässä tiedusteltiin ovatko Sissin uutiset ajankohtaisia vastaajien mielestä.



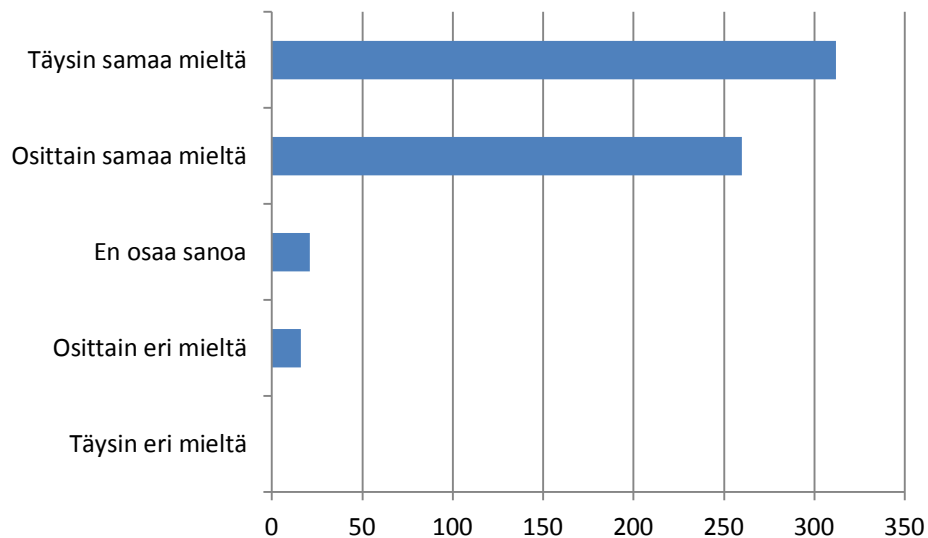
KUVIO 11: Sissin uutiset ovat ajankohtaisia.

Sissin uutiset ajankohtaisiksi koki 53 prosenttia vastanneista. Lisäksi osittain samaa mieltä tämän väittämän kanssa oli 42 prosenttia kaikista vastanneista. Ainoastaan yksi henkilö oli täysin eri mieltä väittämän Sissin uutiset ovat ajankohtaisia kanssa.

Väittämästä etusivun kuvalliset uutiset ovat mielenkiintoisimpia samaa mieltä sekä osittain samaa mieltä oli 42 prosenttia vastaajista. Tähän väittämään ei osannut ottaa kantaa kymmenen prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista ja osittain eri mieltä väittämän kanssa oli kuusi prosenttia vastaajista.

Väittämästä Sississä tiedotetaan ajankohtaisista asioista riittävästi täysin samaa mieltä oli 30 prosenttia vastaajista ja osittain samaa mieltä 50 prosenttia vastanneista.

Seuraavassa väittämässä kysyttiin kokivatko vastaajat, että Sissin uutiset olivat sopivan mittaisia.



KUVIO 12: Sissin uutiset ovat sopivan mittaisia.

Sissin uutiset sopivan mittaisiksi koki enemmistö vastaajista (51 %). Osittain samaa mieltä tämän väittämän kanssa oli 43 prosenttia vastanneista. Vastaajista kukaan ei ollut eri mieltä väittämän Sissin uutiset ovat sopivan mittaisia kanssa.

Väittämästä Sissin uutiset ovat elävästi kirjoitettuja samaa mieltä oli 36 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä oli 45 prosenttia vastanneista. 13 prosenttia vastanneista ei ottanut kantaa tähän väittämään ja 6 prosenttia vastaajista oli eri mieltä väittämästä.

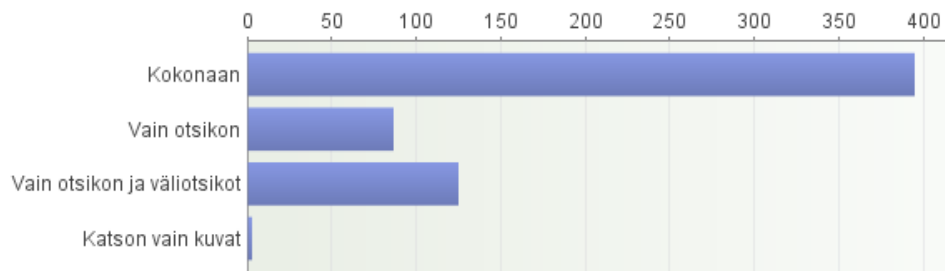
Kaipaen lisää liiketoiminnan ulkopuolisia uutisia ja juttuja väittämässä vastaajista 23 prosenttia ei osannut sanoa mielipidettään. Osittain samaa mieltä väittämästä oli 32 prosenttia vastanneista ja osittain eri mieltä 31 prosenttia kyselyn vastaajista. Viisi prosenttia vastaajista ei kaivannut liiketoiminnan ulkopuolisia uutisia ja juttuja Sissi-Intranettiin.

Väittämästä Globaalin Fujitsun uutisilla pitäisi olla suurempi painoarvo Sississä vastaajista 39 prosenttia oli osittain eri mieltä. Täysin eri mieltä tästä väittämästä oli kymmenen prosenttia vastanneista. Osittain samaa mieltä väittämän kanssa oli 25 prosenttia vastanneista ja 21 prosenttia vastanneista ei osannut sanoa

mielipidettään pitäisikö Globaalin Fujitsun uutisilla olla suurempi painoarvo Sissi-intranetissa.

Väittämästä Nordic-uutisilla pitäisi olla suurempi painoarvo Sississä osittain eri mieltä oli 35 prosenttia vastaajista ja täysin eri mieltä oli 7 prosenttia vastanneista. Osittain samaa mieltä väittämästä oli 30 prosenttia vastanneista ja täysin samaa mieltä kahdeksan prosenttia vastaajista. 21 prosenttia vastaajista ei ottanut tähän väittämään kantaa.

Seuraavaksi tiedusteltiin Fujitsu Finland Oy:n työntekijöiltä lukevatko he Sissi-intranetissa julkaistavat uutiset kokonaan, vain otsikon, vain otsikon ja väliotsikot vai katsovatko he vain kuvat läpi.



KUVIO 13: Sissin uutisten lukeminen

65 prosenttia vastaajista ilmoitti lukevansa Sissin uutiset kokonaan. Otsikon ja väliotsikon lukijoita vastanneista oli 21 prosenttia ja vain otsikon luki 14 prosenttia vastaajista.

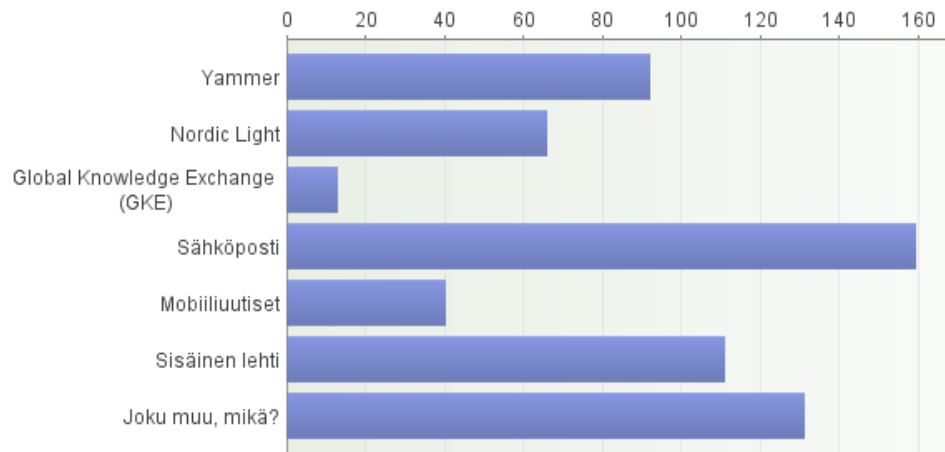
Seuraavassa kysymyspatterissa selvitettiin vastaajien mielipiteitä mahdollisuudesta vuorovaikutukseen Sissi-intranetin uutisissa. Kysymyspatterissa oli kolme väittämää, joissa tiedusteltiin olisivatko vastaajat kiinnostuneita peukuttamaan, kommentoimaan uutisia tai räätälöimään uutisnäkymän mieleisekseen.

Sissin vuorovaikutteisuutta halusi lisätä uutisten kommentointimahdollisuudella 32 prosenttia vastaajista. 22 prosenttia ei osannut sanoa haluavatko he kommentoida uutisia ja 46 prosenttia vastaajista ilmoitti, että he eivät ole kiinnostuneita kommentoimaan Sissin uutisia.

Väittämä haluaisin peukuttaa uutisia ei myöskään saanut suurta kannatusta osakseen, sillä 49 prosenttia vastaajista ei kyselyn mukaan halua peukuttaa uutisia. 35 prosenttia vastaajista puolestaan on kiinnostunut Sissin uutisten peukutusmahdollisuudesta. Uutisnäkömön räätälöintiä kannatti 30 prosenttia vastanneista, mutta 45 prosenttia vastanneista ei uutisnäkömön räätälöintiä halua.

3.4.5 Sissin vuorovaikutteisuus ja visuaalisuus

Sissin vuorovaikutteisuus ja visuaalisuus-osiossa selvitettiin ensin mikä olisi paras tapa jakaa Fujitsun sisäisiä uutisia, mikäli Sissi-intranettia ei olisi.



KUVIO 14: vaihtoehtoinen uutiskanava Sissi-intranetille

Kuviosta 14 ilmenee, että kaikista kyselyyn vastanneista 26 prosenttia koki sähköpostin parhaaksi tavaksi jakaa Fujitsun sisäisiä uutisia, mikäli Sissi-intranettia ei ole. 21 prosenttia vastanneista ei koe mitään annetuista vaihtoehdoista hyväksi, vaan valitsi vaihtoehdon joku muu, mikä?. Sisäinen lehti sai vastaajien kesken kannatusta 18 prosentin verran, Yammer 15 prosenttia ja NordicLight 11 prosenttia. Kaikista äänistä alle kymmenen prosenttia sai Global Knowledge Exchange sekä mobiiliuutiset.

Joku muu, mikä?-väittämän vastauksia oli muun muassa sisäinen lehti, CafeVIKin tyyppinen palvelu, Cabiinit, sähköinen työpöytä, Fujitsubook, Facebook, Twitter, sähköinen kirje, Sharepoint ilman Cabiineja sekä ilmoitustaulut. Moni vastaaja koki, että mikään ei korvaa Sissiä tiedonvälityskanavana eikä löytänyt annetuista

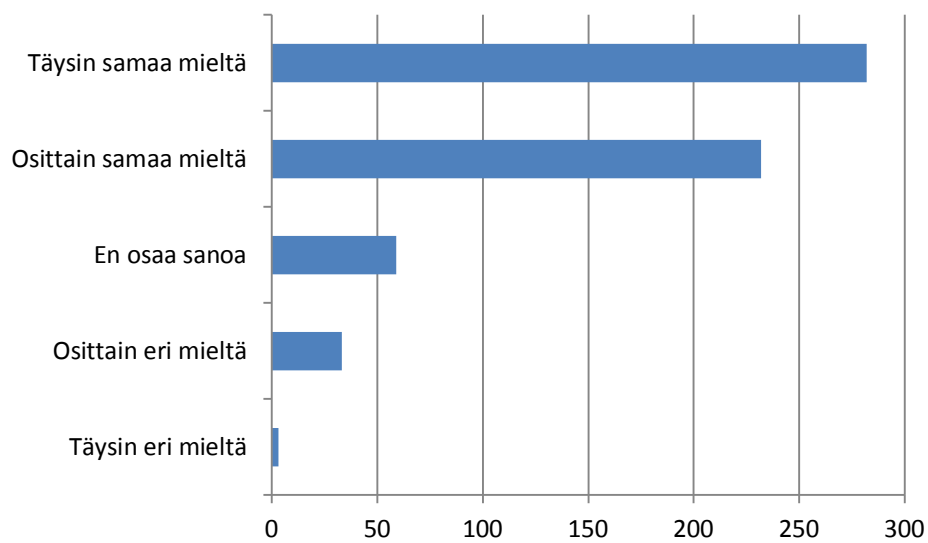
vaihtoehtoista mitään Sissiiä korvaavaa palvelua eikä myöskään osannut itse ehdottaa sellaista.

En tiedä muttei ehkä mikään yllä olevista.

Yksiköiden SharePoint-sivustot Atlaksessa.

Ei ole sissiiä parempaa.

Seuraavissa kahdeksassa väittämässä tiedustellaan Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön mielipiteitä Sississä julkaistavista blogeista.



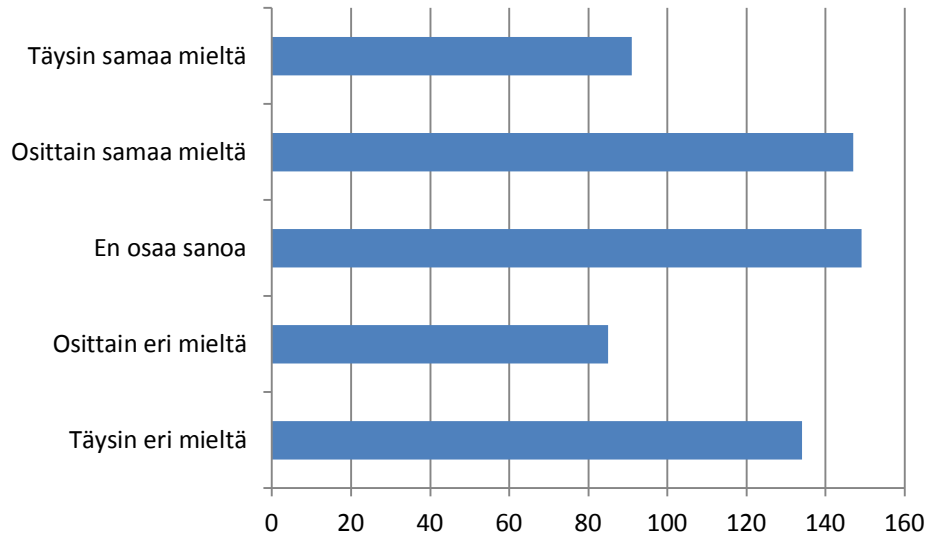
KUVIO 15: Kaipaen johdolta säännöllistä tiedotusta liiketoimintaan liittyvistä asioista.

Väittämässä kaipaen johdolta säännöllistä tiedotusta liiketoimintaan liittyvistä asioista vastaajista samaa mieltä oli 46 prosenttia ja osittain samaa mieltä 38 prosenttia. Osittain eri mieltä väittämän kanssa oli viisi prosenttia vastanneista ja täysin eri mieltä alle prosentti vastaajista.

Väittämän luen organisaation blogeja kanssa täysin samaa mieltä oli 16 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä 40 prosenttia. Osittain eri mieltä väittämän kanssa oli 28 prosenttia vastanneista. Kymmenen prosenttia vastaajista ei lukenut organisaation blogeja laisinkaan.

Väittämään blogeja pitäisi pystyä kommentoimaan nimettömänä täysin samaa mieltä oli kymmenen prosenttia vastaajista ja osittain samaa mieltä oli 19

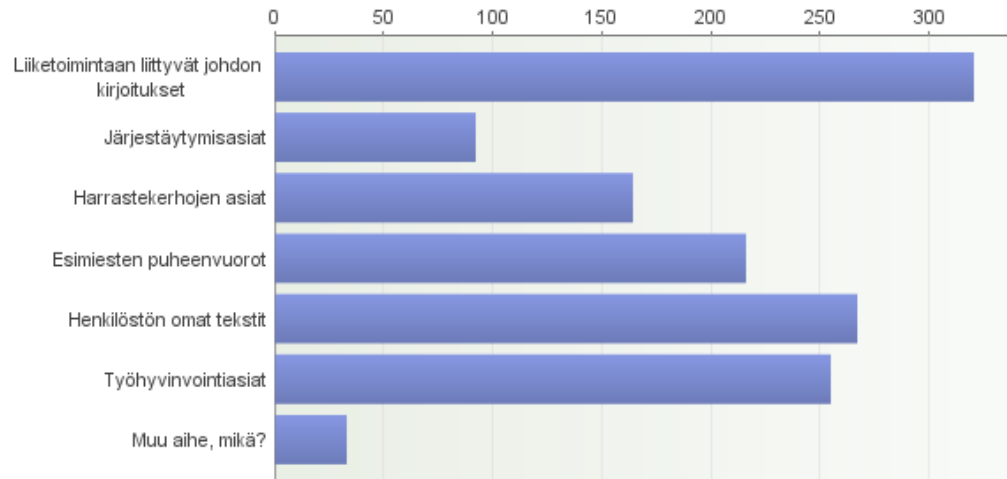
prosenttia kyselyyn vastanneista. 28 prosenttia vastanneista ei osannut sanoa väittämästä mielipidettään ja täysin eri mieltä väittämästä oli 17 prosenttia vastanneista.



KUVIO 16: Toivon, että blogikirjoituksissa olisi peukutusmahdollisuus.

Väittämän toivon, että blogikirjoituksissa olisi peukutusmahdollisuus mielipiteet jakautuivat melko tasaisesti. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli 15 prosenttia ja osittain samaa mieltä oli 24 prosenttia kyselyyn vastanneista. Täysin eri mieltä väittämän kanssa oli 22 prosenttia ja osittain eri mieltä 14 prosenttia. Mielipidettään väittämään ei osannut sanoa 25 prosenttia vastanneista.

Väittämästä olen itsekin kiinnostunut kirjoittamaan blogia Sissiin täysin eri mieltä oli enemmistö vastaajista (52 %). Osittain eri mieltä väittämän kanssa oli 22 prosenttia vastaajista. Kaksi prosenttia vastaajista oli samaa mieltä väittämän olen itsekin kiinnostunut kirjoittamaan blogia Sissiin kanssa ja osittain samaa mieltä väittämän kanssa oli seitsemän prosenttia vastaajista.



KUVIO 17: blogiaiheet

Kuviosta 17 ilmenee, että liiketoimintaan liittyvät kirjoitukset kiinnosti 56 prosenttia vastaajista. Henkilöstön omat tekstit kiinnostivat 47 prosentin edestä, työhyvinvointiasiat 45 prosenttia ja esimiesten puheenvuorot 38 prosenttia.

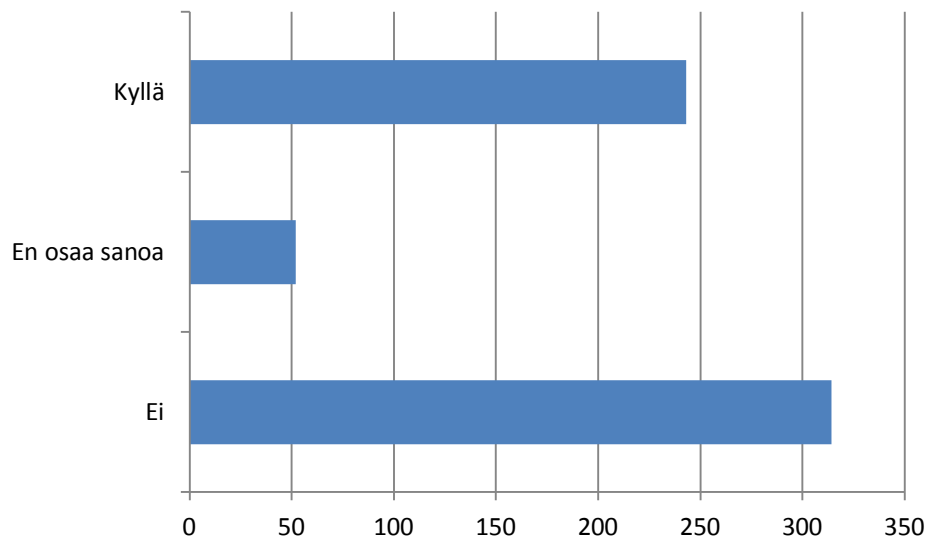
Lisäksi blogiaiheiksi ehdotettiin muun muassa tietoturvaa, uusien innovaatioiden ja ideoiden esittelyjä, esittelyjä valmistuneista projekteista ja niiden opetuksista sekä onnistumisista, tapahtumista, asiakas- ja kehityshankkeista, organisaatiota koskevista muutoksista ja niiden edistymisistä sekä ajankohtaisista kuulumisista. Osaa vastaajista ei kiinnostanut lukea blogeja mistään aiheista.

Kaikki yllä olevat, en osaa niistä valita

Tietoturva, koska osa henkilöstöstä suhtautuu asiaan edelleen kuin esikoululaiset

Useista eri asioista: Joku ajankohtainen aihe mistä syntyy juttua/joka herättää kiinnostusta/kommentoimista, Harrastuskerhojen asiat, Henkilöstön omat tekstit, Työhyvinvointiasiat, Liiketoimintaan liittyvät johdon kirjoitukset

Seuraavan kysymyspatterin väittämässä käsiteltiin sissifoorumia eli Sissi-intranetin keskustelupalstaa.



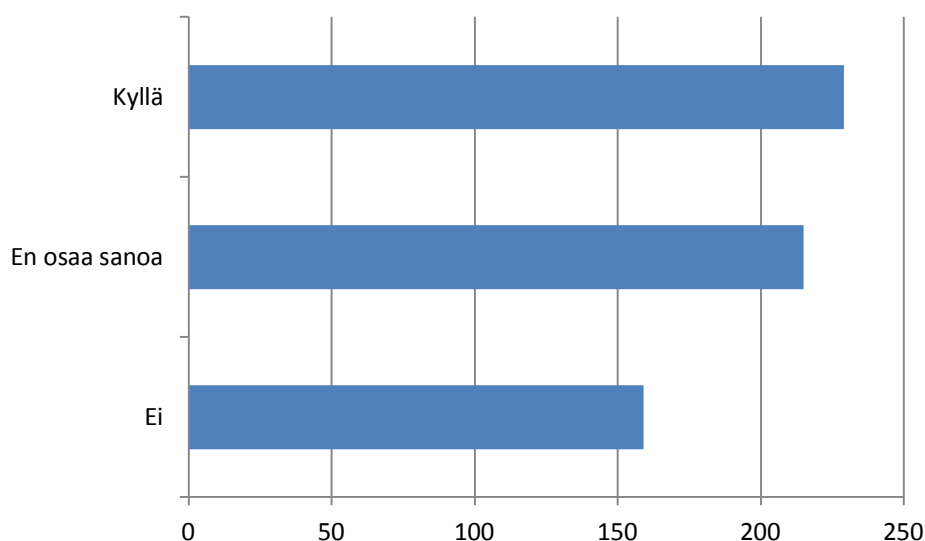
KUVIO 18: Luen sissifoorumia säännöllisesti.

Ensimmäisenä väittämänä oli luen sissifoorumia säännöllisesti. 40 prosenttia vastaajista ilmoitti lukevansa sissifoorumia säännöllisesti, kun taas 52 prosenttia vastaajista ilmoitti, etteivät he lue säännöllisesti sissifoorumia. Yhdeksän prosenttia vastaajista ei osannut sanoa lukevatko he säännöllisesti sissifoorumia.

Väittämässä olen osallistunut keskusteluihin Sissifoorumilla kieltäviä vastauksia tuli selvä enemmistö eli 74 prosenttia. Sissifoorumilla keskusteluihin osallistuneita oli 21 prosenttia vastanneista.

Enemmistö vastusti väittämää nimimerkkien suojissa kirjoittelu pitää poistaa kokonaan 52 prosentilla. Nimimerkkien poistamista ja omilla nimillään kirjoittamista kannatti 17 prosenttia vastanneista.

Seuraavassa väittämässä selvitettiin kokevatko Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö sissifoorumin tärkeäksi vuorovaikutuskanavaksi.



KUVIO 19: Koen Sissifoorumin tärkeänä vuorovaikutuskanavana.

Sissifoorumin tärkeäksi vuorovaikutuskanavaksi koki 38 prosenttia vastanneista. Väittämstä eri mieltä oli 26 prosenttia vastaajista.

Sissin visuaalista ilmettä tutkivissa väittämissä ensimmäisenä väittämänä oli Sissi näyttää hyvältä. Täysin samaa mieltä vastanneista oli 24 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä 60 prosenttia vastanneista. Osittain eri mieltä tästä väittämästä oli yhdeksän prosenttia kyselyyn vastanneista ja kaksi prosenttia vastanneista oli täysin eri mieltä siitä, että Sissi näyttäisi heidän mielestään hyvältä.

Täysin eri mieltä väittämästä Sissin kuvat herättävät mielenkiintoni oli ainoastaan yksi prosentti kyselyn vastaajista ja osittain eri mieltä yhdeksän prosenttia. Tästä väittämässä täysin samaa mieltä oli 31 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä 52 prosenttia vastanneista.

Väittämä Sississä kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa osittain samaa mieltä oli 45 prosenttia vastanneista ja täysin samaa mieltä 20 prosenttia. Täysin eri mieltä väittämästä oli kaksi prosenttia ja osittain eri mieltä 18 prosenttia.

Väittämistä Sississä on sopiva määrä kuvia täysin samaa mieltä oli 33 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä 51 prosenttia. Täysin eri mieltä väittämistä oli kahdeksan prosenttia ja osittain eri mieltä kuusi prosenttia.

Toivon Sissiin lisää videoita-väittämistä täysin samaa mieltä oli 12 prosenttia vastanneista ja osittain samaa mieltä 34 prosenttia. Täysin eri mieltä väittämistä oli 18 prosenttia ja osittain eri mieltä 11 prosenttia. 39 prosenttia vastaajista ei osannut sanoa tähän väittämään mielipidettään.

Lopuksi kyselyyn vastanneilla oli mahdollisuus vapaasti kertoa parannusehdotuksia Sissiin. Vastauksissa toivottiin muun muassa, että hakutoiminnosta saataisiin sekä nopea että toimiva. Vastauksissa toivottiin myös mahdollisuutta etusivun personointiin sekä visuaalisen ilmeen modernisoimista, sillä ulkoasun koettiin olevan vanhanaikainen ja tylsä eikä se vastaajien mielestä vastannut modernin ict-talon viestinnällistä linjaa. Vanhentuneet ja siten virheelliseksi muodostuneen tiedon siivoaminen ja ajankohtaisten asioiden uutisoiminen ajallaan koettiin myös tärkeäksi. Utiskynnystä toivottiin matalammaksi, avoimemmaksi ja ihmisläheisemmäksi. Myös negatiivisia uutisia toivottiin julkaistavan. Lisäksi vastauksissa toivottiin sosiaalisen median mukaanottoa interaktiivisuutta lisäämällä.

Haku toimivaksi, uutisiin kommentointimahdollisuus, myös kriittisempiä artikkeleita toimintaan liittyen, negatiivisistakin asioista pitää voida uutisoida avoimesti, sisällön ajantasaisuus varmistettava, uutisia myös kilpailijoiden toiminnasta sekä tulevista ja poistuvista asiakkaista.

Sopivasti uutisia ja tietoja jota päivitetään aina ajan tasalle, tuorein tieto talon, henkilöstön, ym. tilanteesta ja ohjeistukset. Maine on hyvä pitää siinä että SISSIstä löytää aina ajankohtaiset ohjeet ja muuta tietoa.

Sissistä olisi kiva lukea ihmisistä, jota täällä Fujitsulla on. Jopa niinkin, että asioiden ei tarvitse liittyä työhön millään lailla vaan otetaan ihmisläheisempi näkökulma juttuihin. Rehellistä uutisointia miten meillä menee. Avoimempaa asiaa Fujitsun toiminnasta.

Pääkaupunkiseutukeskeisyys vaivasi osaa vastaajista. He toivoivat, että ainoastaan Helsinkiä koskevat uutiset ja tiedotteet poistettaisiin Sissistä, koska muidenkaan paikkakuntien uutisia ja tiedotteita ei siellä julkaista. Keskustelupalstoilta

toivottiin myös poistettavan vanhentuneet tekstit. Vastauksissa toivottiin henkilöstö- ja tiimiesittelyjä sekä tietoa talosta poistuneista henkilöistä. Ihmisläheisempi sekä avoimempi uutisointi nousi vastauksissa myös esiin sekä Pirre-puhelinluettelon valokuvat henkilöstöstä toivottiin laitettavan ajan tasalle.

Enemmän yrityksen asioita ja kertomuksia eri tiimeistä mitä kukakin tekee. Sissin pitää kertoa meille keitä me olemme niin että kenenkään ei tarvitse kysellä tai ihmetellä organisaation toimintaa ja mitä kukakin tekee ja miksi.

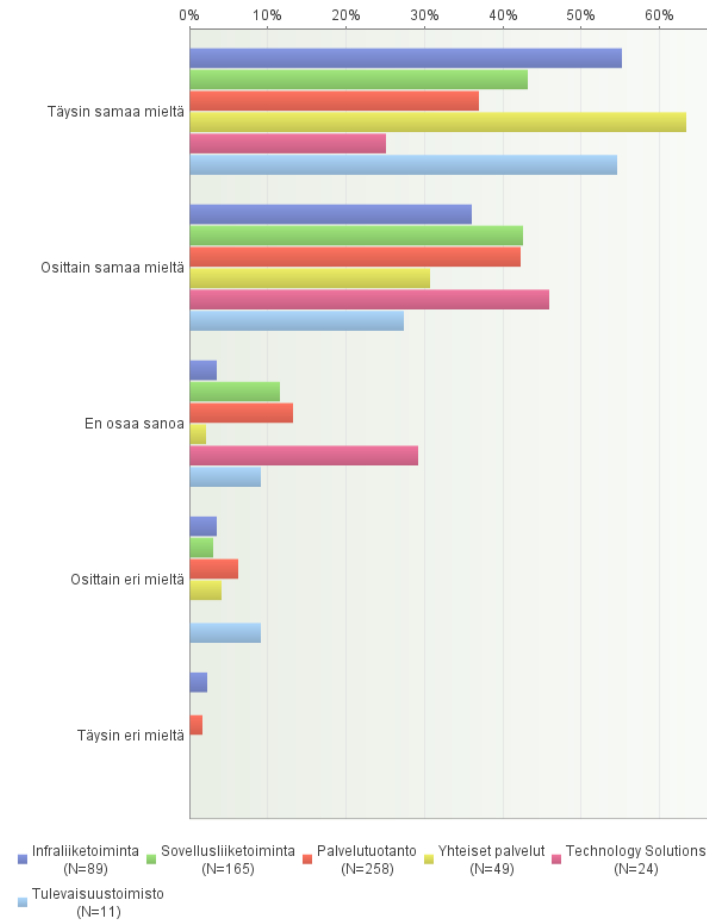
Uutisoinnin laatua pitää parantaa. Pitäisi osata kirjoittaa myös hankalista asioista asiallisesti ja ajallaan. Uutisoinnissa olisi myös hyvä käyttää jonkinlaista tilanne tajua. Koska suurimmaksi osaksi kirjoitetaan vain hyvistä asioista, eikä esim. johto osaa/halua/ajattele kommentoida ikäviä asioita, vaikuttaa uutisointi melko teennäiseltä. Huonoa ilmapiiriä ei pidä lietson, mutta ei herätä luottamusta, jos asioista uutisoidaan yksipuolisesti.

Vastauksissa ehdotettiin myös toimipisteiden sähköistä pohjapiirrosta Sissi-intranettiin, josta näkisi kätevästi missä kenenkin toimipiste sijaitsee. Sissiin toivottiin myös tagilistaa aiheanoista, josta tagia klikkaamalla näkee nopeasti kaikkien aiheanan sisältävien sivujen otsikot. Lisäksi toivottiin Sissistä selkeämpää kokonaisuutta, jossa tiedot olisi jäsennelty paremmin. Moni vastaaja toivoi myös lisää yhteisöllisyyttä ja sosiaalisen median mukaan hyödynnettäväksi Sissi-intranettiin. Sissistä toivottiin myös mobiiliversiota.

Pirreen jonkinlainen karttapalvelu jonka avulla näkisi helposti missä henkilön työpiste sijaitsee (eli klikkaamalla "Sijainti"-tietoa aukenisi kartta joka kertoo, missä tarkalleen henkilö istuu (ettei tarvitse huhuilla pitkin loosia/lamellia). Samanlainen karttahuu neukkareille, eli kun antaa neukkarin tunnuksen, niin näkee suoraan, mihin pitää saapastella eikä tarvitse häiritä muita kyselemällä).

Asioiden ja asiakokonaisuuksien jäsenystä - nyt kaikki levällään!

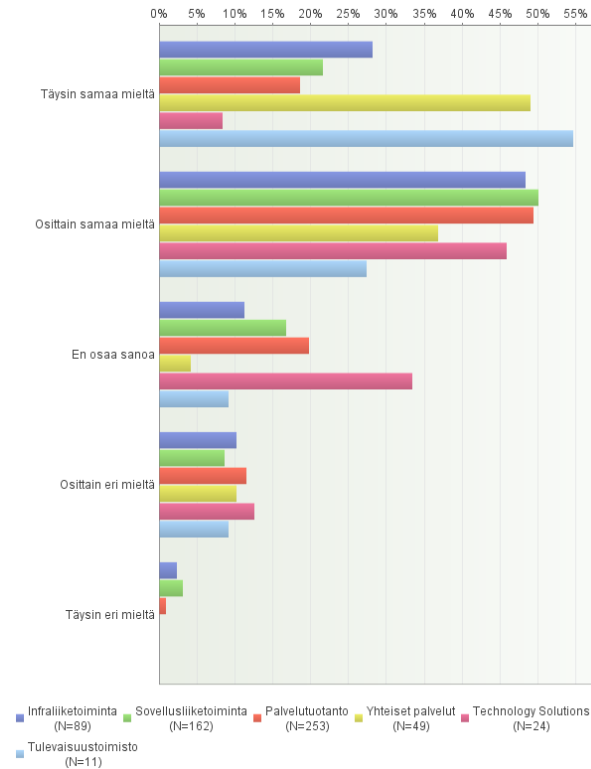
3.5 Organisaatioyksiköiden vaikutus



Kuvio 20: Organisaation vaikutus väittämään Sissi tukee avointa ilmapiiriä

Kuviosta 20 näkee organisaatioyksiköiden eroavaisuudet väittämään Sissi tukee avointa ilmapiiriä. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli organisaatioyksikkö Yhteiset palvelut 64 prosenttia vastanneista, Infraliiketoiminta 55 prosenttia, Tulevaisuustoimisto 53 prosenttia, Sovellusliiketoiminta 42 prosenttia, Palvelutuotanto 38 prosenttia sekä Technology Solutions 24 prosenttia vastanneista. Täysin eri mieltä väittämän kanssa oli Infraliiketoiminnasta kaksi prosenttia vastanneista sekä Palvelutuotannosta yksi prosentti vastanneista.

Väittämän Sissistä on apua arjen työssä täysin samaa mieltä asiasta oli Yhteisistä palveluista 79 prosenttia vastanneista. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli Tulevaisuustoimisto 54 prosenttia, Infraliiketoiminta 43 prosenttia, Palvelutuotanto sekä Sovellusliiketoiminta 37 prosenttia ja Technology Solutions 18 prosenttia. Täysin eri mieltä väittämän kanssa oli Infraliiketoiminta kahdella prosentilla sekä Sovellusliiketoiminta ja Palvelutuotanto noin yhdellä prosentilla.



Kuvio 21: Organisaation vaikutus väittämään Sissi tukee organisaation arvojen, strategian, vision ja mission sisäistämistä.

Tutkimuksesta ilmenee, että täysin samaa mieltä väittämän Sissi tukee organisaation arvojen, strategian, vision ja mission sisäistämistä täysin samaa mieltä oli Tulevaisuustoimisto 54 prosentilla, Yhteiset palvelut 44 prosentilla, Infraliiketoiminta 27 prosentilla, Sovellusliiketoiminta 22 prosentilla, Palvelutuotanto 18 prosentilla ja Technology Solutions kahdeksalla prosentilla. Täysin eri mieltä väittämän kanssa oli Sovellusliiketoiminta kolme prosenttia vastanneista, Infraliiketoiminta kaksi prosenttia vastanneista sekä Palvelutuotanto yksi prosentti vastanneista.

Väittämään mitä luet tai käytät eniten tai vähiten Sississä uutisia 91 prosenttia vastanneista luki Tulevaisuustoimisto. 88 prosenttia Infraliiketoiminnasta ilmoitti lukevansa eniten uutisia ja Sovellusliiketoiminta, Palvelutuotanto sekä Yhteiset palvelut lukivat uutisia hieman alle 80 prosentin. Technology Solutions organisaatioyksiköstä uutisia usein luki 41 prosenttia vastanneista.

Talon palveluja usein kaikista vastaajista ilmoitti lukevansa Yhteiset palvelut 59 prosenttia vastanneista. Myynnin tukea usein luki Tulevaisuustoimisto 36

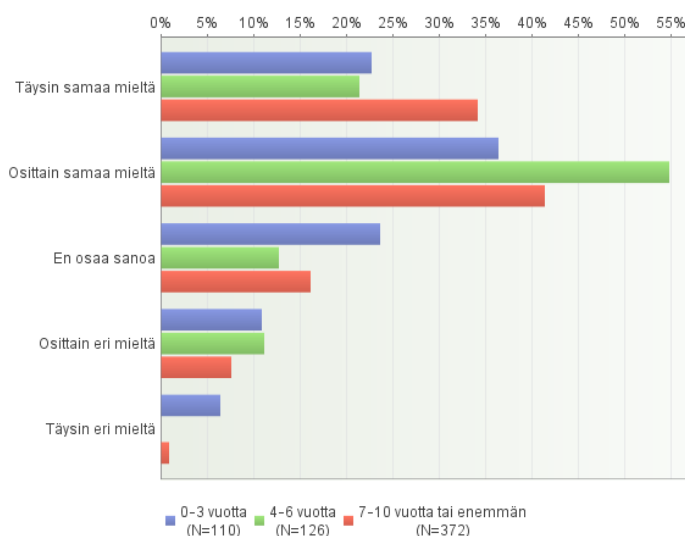
prosenttia sekä Infraliiketoiminta 23 prosenttia. Näin toimimme-osiota usein lukivat Yhteiset palvelut 24 prosenttia ja Laatu-osiota kahdeksan prosenttia.

Blogeja usein luki 46 prosenttia Tulevaisuustoimistosta ja Yhteisistä palveluista 15 prosenttia. Keskusteluja luki usein Palvelutuotanto, Infraliiketoiminta sekä Sovellusliiketoiminta 12 prosenttia vastauksista. Pirre-puhelinluetteloä eniten käytti Infraliiketoiminta 88 prosenttia, Yhteiset palvelut ja Palvelutuotanto 81 prosenttia sekä Sovellusliiketoiminta ja Tulevaisuustoimisto 62 prosenttia.

Vähiten uutisia luki Technology Solutions kolme prosenttia sekä Sovellusliiketoiminta yksi prosentti vastanneista. Pirre-puhelinluetteloä ei käyttänyt ollenkaan Technology Solutionsilta yhdeksän prosenttia vastanneista.

3.6 Työkokemuksen vaikutus

Seitsemän vuotta tai enemmän Fujitsulla töissä olleet olivat väittämästä Sissi tukee avointa ilmapiiriä täysin samaa mieltä 48 prosentilla. 4-6 vuoden työkokemuksella täysin samaa mieltä väittämästä oli 42 prosenttia vastanneista ja alle kolmen vuoden työkokemuksella oli 33 prosenttia. Täysin eri mieltä väittämästä oli sekä alle kolme vuotta sekä 4-6 vuotta Fujitsu Finlandilla töissä olleet kahdella prosentilla. Seitsemän vuoden tai enemmän työkokemuksella täysin eri mieltä väittämästä oli yksi prosentti vastanneista.



Kuvio 22: Työkokemuksen vaikutus väittämään Sissi parantaa työtyytyväisyyttäni

Kuviosta 22 ilmenee, että täysin samaa mieltä väittämästä Sissi parantaa työtyytyväisyyttäni oli seitsemän vuotta tai enemmän yhtiössä olleet työntekijät 34 prosenttia vastanneista. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa olivat myös kolme vuotta tai alle talossa olleet työntekijät 23 prosenttia vastanneista sekä 4-6 vuotta yhtiön palveluksessa olleet 21 prosenttia kaikista vastanneista.

4-6 vuoden työkokemuksen omaavasta henkilöstöstä 43 prosenttia vastanneista koki olevansa väittämän Sissistä on apua arjen työssä kanssa täysin samaa mieltä. Seitsemän vuotta tai enemmän olivat väittämän kanssa täysin samaa mieltä 42 prosentilla sekä työntekijät, joilla työkokemusta oli kolme vuotta tai vähemmän väittämän kanssa täysin samaa mieltä oli 37 prosenttia vastanneista.

Väittämästä Sissin etusivu päivittyy riittävän usein täysin samaa mieltä oli 47 prosenttia vastanneista sekä kolme vuotta tai vähemmän yhtiössä olleet työntekijät että seitsemän vuotta tai enemmän työkokemusta omaavat henkilöt.

Työkokemusta seitsemän vuotta tai enemmän omaavat työntekijät lukivat uutisia usein 86 prosenttia vastanneista. 4-6 vuotta vastanneista uutisia luki usein 76 prosenttia sekä 60 prosenttia kolme vuotta tai vähemmän töissä olleet. Uutisia ei lukenut ollenkaan kolme vuotta tai alle yhtiön palveluksessa olleista kaksi prosenttia vastanneista.

Talon palveluja usein luki 33 prosenttia seitsemän vuotta tai kauemmin työkokemusta omaavat Fujitsu Finland Oy:n työntekijät. Talon palveluja usein luki myös 30 prosenttia 4-6 vuotta talossa olleet sekä 26 prosenttia kolme vuotta tai vähemmän työkokemusta saaneet työntekijät. Talon palveluja ei lukenut ollenkaan neljä prosenttia kolme vuotta tai vähemmän yhtiön palveluksessa olleista henkilöistä.

3.7 Johtopäätökset, kehitysehdotukset ja kehityspäätökset

Mielipidekyselyyn vastasi yhteensä 612 Fujitsu Finland Oy:n työntekijää, joista enemmistö on työskennellyt yhtiön palveluksessa seitsemän vuotta tai enemmän. Vastaajien enemmistön monivuotinen työura Fujitsu Finland Oy:ssä puoltaa mielipidekyselyn luotettavuutta, sillä suurin osa tämän mielipidekyselyn

vastauksista on saatu monivuotisen työuran yhtiön palveluksessa toimivilta henkilöiltä.

Valtaosa vastaajista saa yhtiöön liittyvät tiedot ja uutiset lukemalla päivittäin Sissi-intranettia. Kaikki yritykseen liittyvät tärkeimmät tiedot ja uutiset julkaistaan Sississä, josta ne ovat henkilökunnan helposti löydettävissä heti etusivulla. Fujitsu Finland Oy:n työntekijät, jotka eivät lue Sissi-intranettia, saavat yritykseen liittyvät tiedot ja uutiset suoraan esimieheltään, työkavereiltaan tai sähköpostitse sekä Fakiirista, Net-lehdestä ja Atlas-kabiinista.

Sissi-intranetissa on kaksitoista pääosiota; Uutiset, Suomen Fujitsu, Talon palvelut, Myynnin tuki, Näin toimimme, Laatu, Ekosissi, Yhteisöt, Blogit, keskustelut sekä Pirre-puhelinluettelo. Tutkimustulokset osoittavat, että Sissin etusivulla julkaistavia yrityksen ja toimialan ajankohtaisia uutisia Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö lukee useimmin. Nämä yrityksen uutiset kiinnostavat henkilöstöä ja he saavat uutisista kätevästi tietoa yrityksen asioista ja ne tukevat henkilöstöä arjen työssä. Myös Pirre-puhelinluettelon eli henkilöstöluettelon käyttö tukee työntekijöiden työskentelyä useimmin. Fujitsu Finland Oy:ssä on henkilöstöä noin 2 340, joten henkilöstölistojen on oltava ajan tasalla ja työntekijöiden on saatava nopeasti yrityksen henkilöstön yhteystiedot tarvittaessa. Harrastukset ja osaaajayhteisöt, Ekosissi sekä Laatu-osio eivät tutkimuksen mukaan ole suosittuja osioita Sissi-intranetissa.

Mielipidekyselyn vastauksissa ilmenee Sissin tukevan avointa ilmapiiriä yrityksessä sekä osittain parantavan työtyytyväisyyden kokemista. Kyselystä ilmenee, että Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö toivoo hieman avoimempaa uutisointia yhtiötä koskevista negatiivisista asioista niiden uutisoimatta jättämisen sijaan sekä enemmän vuorovaikutusmahdollisuuksia, jotta uutisia ja tiedotteita voidaan kommentoida ja tuoda esiin omaa näkemystä asiaan.

Yrityksen viestintään tyytyväinen henkilöstö kokee työtyytyväisyyttä.

Mielipidekyselyssä toivottiin myös ihmisläheisempää uutisointia sekä henkilöstö- ja tiimiesittelyjä. Henkilöstö- ja tiimiesittelyt tukisivat entisestään yrityksen avointa ilmapiiriä ja työntekijät kokisivat kuuluvansa yhteisöön tutustumalla työtovereihin ja heidän työhönsä.

Tutkimuksen vastausten perusteella voidaan sanoa Sissi-intranetin sisällön olevan kokonaisuudessaan melko tärkeä Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle. Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö kokee Sissin olevan usein työntekijöiden tukena arjen työssä sekä osittain auttavan organisaation arvojen, vision sekä mission sisäistämässä. Uutisoimalla organisaation arvoista, visiosta sekä missiosta käytännön tasolla, henkilöstö sisäistää mitä ne todella tarkoittavat arjen työssä.

Enemmistö vastaajista löytää helposti Sissi-intranetista hakemansa asiat. Pitkään yhtiössä työskennelleet tietävät mistä etsiä tiettyjä tietoja ja toimintoja, mutta uusien työntekijöiden voi olla hankalaa löytää tarvitsemaansa. Vastauksista käy ilmi, että Sississä on tietoa ja toimintoja otsikoiden alla, jotka eivät kerro mistä sisällössä on oikeasti kyse, mikä hankaloittaa tiedon ja toimintojen hakua. Otsikointia selkeyttämällä Sissi-intranet voisi toimia entistä paremmin perehdytystyökaluna, jolloin uusi työntekijä löytää helposti tarvitsemansa tiedon, sillä kaikki työhön tarvittava tieto löytyy Sissistä. Itse hakutoiminto ei toimi toivotulla tavalla, sillä se etsii tietoa liian kauan ja näyttää tulokset epäloogisessa järjestyksessä eikä välttämättä näytä laisinkaan ajankohtaisia tuloksia.

Tutkimuksessa nousi esiin, että Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö toivoo löytävänsä Sissi-intranetin etusivulta ajankohtaista uutisointia monipuolisesti yrityksen asioista. Sosiaalisen median hyödyntäminen ja vuorovaikutusmahdollisuuden lisääminen kiinnostaa vastaajia sekä etusivun personointimahdollisuus. Personoinnissa toivotaan erityisesti olevan mahdollista muokata oma linkkisivusto aktiivisiin työtiloihin sekä lisätä Facebook-ikkuna. Lisäksi etusivulta toivotaan löytyvän toimiva hakukone ja lounaslista.

Enemmistö mielipidekyselyyn vastanneista kokee, että Sissi-intranetin uutiset ovat ajankohtaisia ja ajankohtaisista asioista uutisoidaan riittävästi.

Mielipidekyselyssä ilmeni myös, että etusivun kuvalliset uutiset ovat vastaajien mielestä mielenkiintoisimpia. Kuvia kannattaa käyttää jatkossakin hyödyksi herättämään lukijoiden mielenkiinnon ja huomion. Vastaajien enemmistön mielestä Sissin uutiset ovat myös sopivan mittaisia sekä elävästi kirjoitettuja. Osa vastaajista kaipaa hieman lisää liiketoiminnan ulkopuolisia juttuja, mutta osa vastaajista ei puolestaan kaipaa liiketoiminnan ulkopuolisia uutisia lisää Sissi-intranettiin. Globaalin Fujitsun uutiset eivät juuri saaneet mielipidekyselyssä

kannatusta. Nordic- uutisten lisääminen Sissi-intranettiin saa ainoastaan hieman enemmän kannatusta, kuin Globaalin Fujitsun uutiset.

Mielipidekyselyn mukaan selvä enemmistö vastaajista lukee Sissin uutiset kokonaan. Tämä tulos tukee myös aiempaa mielipidekyselyssä saatua tietoa, jossa Sissin uutiset koettiin elävästi kirjoitetuiksi sekä ajankohtaisiksi. Pelkkiä kuvia silmäilevät työntekijät edustavat mielipidekyselyssä selvästi vähemmistöä vastanneista.

Sissi-intranetin uutisten kommentointi- ja peukutusmahdollisuus sekä uutisnäkyvän personointi kiinnostaa vain osaa Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöstä. Lähes puolet vastaajista ei halua kommentoida tai peukuttaa uutisia eikä personoida uutisnäkyvää. Vaikka aikaisemmissa vastauksissa toivottiin lisää vuorovaikutteisuutta, Sissi-intranetin uutisten vuorovaikutuksen mahdollistaminen ei juuri kiinnosta Fujitsu Finland Oy:n työntekijöitä.

Mielipidekyselystä ilmenee, että sähköposti koetaan parhaaksi tavaksi jakaa yrityksen sisäisiä uutisia, mikäli Sissi-intranettia ei ole. Myös sisäinen lehti, Yammer sekä NordicLight koetaan vastaajien mielestä hyväksi tavaksi jakaa Fujitsu Finland Oy:n sisäisiä uutisia. Kuitenkin moni vastaajista kokee, että Sissiä ei korvaa mikään.

Mielipidekyselyn mukaan Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö haluaa lukea johdon blogeja, joissa johto tiedottaa säännöllisesti yrityksen liiketoimintaan liittyvistä asioista. Enemmistö vastaajista ilmoitti lukevansa Sissin blogeja, joten Fujitsu Finland Oy:n johdolla on hyvä tilaisuus kertoa yrityksen asioita henkilöstölleen kansanomaisesti ilman, että laadittaisiin virallisia tiedotteita asioista. Suora viestintä johdolta henkilöstölle luo työntekijöille luottamusta johtoon sekä työtyytyväisyyttä, sillä näin he tietävät mitkä asiat ovat ajankohtaisia ja tärkeitä johdon sekä yrityksen näkökulmasta. Mielipidekyselyn mukaan vain pieni osa vastaajista kannattaa ajatusta kommentoida nimettömästi Sissi-intranetissa julkaistavia blogeja, joten nimisuojissa kommentoinnin lisääminen ei ole hyödyllistä. Pieni osa vastaajista on itsekin kiinnostunut kirjoittamaan blogia Sissi-intranettiin. Kannustamalla bloggaamisen aloittamista Sississä voidaan jälleen luoda lisää työyhteisöön kuulumisen tunnetta henkilöstön kesken.

Liiketoimintaan liittyvät blogikirjoitukset kiinnostavat enemmistöä vastaajista. Lisäksi muita mielenkiintoisia blogiaiheita ovat henkilöstön omat tekstit, työhyvinvointiasiat sekä esimiesten puheenvuorot. Blogeissa toivotaan käsiteltävän myös tietoturva-asioita, innovaatioita ja ideoita, projekteja, tapahtumia, erilaisia hankkeita sekä yrityksessä tapahtuvia muutoksia.

Niukka enemmistö mielipidetutkimukseen vastanneista ei lue sissifoorumia eli Sissin keskustelupalstaa. Valtaosa vastaajista ei myöskään osallistu keskusteluihin sissifoorumissa. Kuitenkin enemmistö vastaajista vastusti nimimerkkien suojissa kirjoittelun poistamista sissifoorumista, joten se koetaan hyvänä toimintona olla Sississä, mikäli halutaan keskustella asioista nimimerkin suojissa. Muualla Sississä tätä mahdollisuutta ei ole. Myös sissifoorumista toivotaan poistettavan vanhentuneet kirjoitukset sekä ilmoitukset.

Mielipidekyselyssä selvitettiin myös mielipidettä Sissi-intranetin visuaalisesta ilmeestä. Enemmistö vastaajista kokee Sissin näyttävän osittain hyvältä. Vastaajien mukaan Sississä on osittain sopiva määrä valokuvia ja kuvat herättävät osittain vastaajien mielenkiinnon. Sissiin lisää videoita kaipaa niukka enemmistö vastaajista. Mielipidekyselyssä ilmeni myös, että Sissin visuaaliseen kokonaisilmeeseen kaivataan muutosta, jotta se saadaan vastaamaan modernin ict-yhtiön ilmettä. Kuvien ja videoiden lisääminen elävöittäisi Sissin ulkonäköä.

Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö kokee tärkeäksi, että ajankohtaiset uutiset uutisoidaan ajallaan ja vanhentuneet tiedot siivotaan Sissi-intranetista pois. Pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvat henkilöt toivovat, että ainoastaan pääkaupunkiseutua koskevat uutiset ja tiedotteet poistetaan Sissi-intranetista eikä niitä siellä enää julkaista. Personoinnin avulla jokainen työntekijä voisi itse valita mitä ja minkä alueen uutisia ja tiedotteita etusivulla näkyy. Lisäksi henkilöstölistat sekä Pirre-puhelinluettelon valokuvat kaipaavat mielipidekyselyn mukaan päivitystä. Sissiin toivotaan aiheanalistaa, joka helpottaa tiedon etsimistä sekä toimipisteiden sähköistä pohjapiirrosta, joka puolestaan helpottaa oikean henkilön löytämistä. Lisäksi Sissistä toivotaan julkaistavan mobiiliversio.

Tämän mielipidetutkimuksesta saatujen tulosten perusteella Fujitsu Finland Oy aloittaa syksyllä 2012 Sissi-intranetin uudistamisen. Uudistamisessa parannetaan

hakutoimintoa, uutisjuttuihin tulee kommentointimahdollisuus sekä etusivun ilme uudistetaan yksinkertaisemmaksi ja selkeämmäksi. Myös visuaalista ilmettä ja väritystä muokataan, uutisia korostetaan sekä muita elementtejä poistetaan, jotta näkymästä saadaan virtaviivaisempi ja nykyaikaisempi kokonaisuus. Infosissin sisällöstä päivitetään vanhentuneet tiedot ajankohtaisiksi. Lisäksi suunnitteilla on uusia blogiaiheita sekä kirjoittajia. (Smolander 2012.)

3.8 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimusta arvioidaan reliabiliteetin eli luotettavuuden sekä validiteetin eli pätevyyden avulla. Tutkimus kohdistettiin koko Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle kautta maan. Tutkimuksen päätavoitteena oli löytää kehitysehdotuksia Fujitsu Finland Oy:n Sissi-intranetiin, jotta se tukisi yrityksen henkilöstöä entistä paremmin arjen työssä. Tutkimuksen alatavoitteina oli tutkia miten Sissi-intranet tukee Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöä tällaisenaan arjen työssä sekä miten henkilöstö saataisiin mukaan vuorovaikutukseen Sissi-intranetissa. Tutkimustavoitteiden pohjalta määriteltiin mielipidekyselyn kysymykset. Mielipidekyselystä oli tavoitteena tehdä lyhyt ja kattava kokonaisuus, joka oli suunnattu Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle.

Tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä. Mielipidekyselyn vastausprosentiksi tuli 26 prosenttia eli 612 Fujitsu Finland Oy:n työntekijää vastasi mielipidekyselyyn. Vaikka vastausprosentti jäi alle 50 prosentin, vastauksissa ei ollut paljon hajontaa. Tutkimuksen reliabiliteettiin voi vaikuttaa yhden vaihtoehdon puuttuminen organisaatioyksikköä tiedusteltaessa. Kuitenkaan muiden peruskysymysten tuloksiin tämän yhden organisaatioyksikön puuttuminen ei vaikuta.

Tutkimuksen validiteetti on hyvä, sillä tutkimus saavutti sille annetut tavoitteet. Kyselyyn vastanneet Fujitsu Finland Oy:n työntekijät vastasivat kyselyyn vapaaehtoisesti. Mielipidekysely suoritettiin kvantitatiivisesti Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle. Mielipidekysely lähetettiin 2 340 henkilölle sähköpostitse henkilökohtaisella linkillä, jonka avulla varmistettiin, että kukin voi vastata mielipidekyselyyn vain kerran. Tutkimuksen validiteettia nostaa myös se, että tämän tutkimuksen tulosten mukaisesti Sissi-intranettia uudistetaan syksyllä 2012.

4 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää Fujitsu Finland Oy:lle kehitysehdotuksia Sissi-intranettiin. Tutkimuksen päätavoitteena oli saada kehitysehdotuksia Sissi-intranettiin, jotka erityisesti tukisivat Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöä arjen työssä. Lisäksi alatavoitteena haluttiin selvittää, miten yrityksen henkilöstö kokee tällä hetkellä Sissi-intranetin olevan heidän työnsä tukena sekä selvittää miten henkilöstö saadaan mukaan vuorovaikutukseen Sissi-intranetissa.

Päätutkimuskysymykseksi opinnäytetyössä muodostui kysymys miten Sissiä tulisi kehittää, jotta se tukisi henkilöstöä entistä paremmin arjen työssä.

Päätutkimuskysymykseen etsittiin vastauksia opinnäytetyön empiirisessä osiossa.

Opinnäytetyön alatutkimuskysymyksiksi muodostuivat kysymykset: Miten Sissi-intranetti tukee Fujitsulaisten jokapäiväistä työskentelyä henkilöstön näkökulmasta sekä miten henkilöstö saadaan mukaan vuorovaikutukseen Sissi-intranetissa. Opinnäytetyön teoriaosuudessa esiteltiin vaihtoehtoja alatutkimuskysymyksiin.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin intranettia yrityksen sisäisen viestinnän kanavana. Lisäksi teoriaosuudessa käsiteltiin intranetin vuorovaikutteisuutta sekä sen käyttömukavuutta että visuaalisuutta. Teoriaosuuden aineisto on koottu painetusta kirjallisuudesta sekä sähköisistä lähteistä.

Opinnäytetyön empiirisessä osiossa toteutettiin Webropol 2.0 datan analysointi ja tiedonkeruu-työkalun avulla kvantitatiivinen tutkimus Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle toukokuussa 2012. Kysely oli aktiivinen kahden viikon ajan. Kysely lähetettiin Fujitsu Finland Oy:n henkilöstölle sähköpostitse, jolloin varmistettiin, että jokainen pystyy vastaamaan kyselyyn ainoastaan kerran. Mieli-pidekyselyssä oli 22 kysymystä, joiden avulla selvitettiin Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön mielipiteitä Sissi-intranetista ja mitä toiveita heillä oli Sissi-intranetin kehittämistä. Otoskooksi tuli 612 vastausta, mikä on 26 prosenttia Fujitsu Finland Oy:n henkilöstöstä. Vaikka vastausprosentti jäi alle 50 prosentin, tutkimuksesta saatiin paljon tietoa Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön mielipiteistä Sissi-intranetista sekä kehitysehdotuksia tulevaan Sissin päivitykseen.

Tutkimuksessa Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö toivoi avoimempaa sekä ihmisläheisempää uutisointia myös yritystä koskevista negatiivisista asioista sekä henkilöstö- ja tiemiesittelyjä. Hakutoimintoa toivottiin kehitettävän, sillä nykyisellään se on aikaa vievä eikä anna ajankohtaisia tuloksia tietoa etsiville. Lisäksi osioiden otsikointeihin toivottiin selkeyttä sekä visuaalisen ilmeen päivittämistä modernimmaksi. Sissistä toivottiin myös mobiilisovellusta, jotta työntekijät pystyisivät hyödyntämään Sissiä ilman tietokonetta.

Sissi-intranet koettiin hyväksi tavaksi jakaa Fujitsu Finland Oy:n sisäisiä uutisia ja tiedotteita henkilöstölle, sillä Sissin etusivulla julkaistavia uutisia luettiin tutkimuksen mukaan useimmin. Sissi-intranetin avulla koko yrityksen henkilöstö saa saman tiedon samanaikaisesti paikasta riippumatta.

Tutkimuksen mukaan Fujitsu Finland Oy:n henkilöstö toivoi lisää vuorovaikutteisuutta sekä sosiaalisen median mukaan ottoa Sissi-intranettiin. Vuorovaikutteisuutta ei kuitenkaan ollut erityisemmin kiinnostuttu lisäämään uutisten ja blogienpeukutus- tai kommentointimahdollisuuksia lisäämällä tai kirjoittamalla itse blogia Sissiin.

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää Fujitsu Finland Oy:n Sissi-intranetin päivityksessä. Tuloksia voidaan myös jossain määrin yleistää koskemaan muita suuria yrityksiä, joissa on käytössä intranet sisäisenä viestintäkanavana. Tulokset on kerätty kvantitatiivisen kyselyn avulla nimettömästi, joten mielipidekyselyyn vastanneet ovat voineet nimettömästi kertoa mielipiteensä Sissi-intranetista ja antaa palautetta avoimesti. Lisäksi tutkijan objektiivisuuteen ei ole vaikutettu, sillä tutkija ei ole Fujitsu Finland Oy:n palveluksessa, vaan tutkija toimi ulkopuolisena toimeksiannon saajana.

Jatkotutkimusaiheena voitaisiin tutkia Sissi-intranetin päivittämisen jälkeen, tukeeko tutkimuksen pohjalta tehdyt muutokset Sissiin yrityksen henkilöstöä arjen työssä paremmin kuin ennen Sissin päivittämistä. Toisena jatkotutkimusaiheena voitaisiin selvittää lisääntykö Fujitsu Finland Oy:n henkilöstön vuorovaikutus Sissi-intranetissa päivittämisen jälkeen.

LÄHTEET

KIRJALLISET LÄHTEET

Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Hokkanen, S. Strömberg, O. 2003. Ihmisten johtaminen. Jyväskylä: Painoporras Oy.

Humala, I. 2007. Johda verkossa. Virtuaalijohtamisen monet ulottuvuudet. Helsinki: Infor.

Juholin, E. 2009. Communicare – viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kaario, K. Peltola, T. 2008. Tiedonhallinta – avain tietotyön tuottavuuteen. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Keränen, V. Lamberg, N. Penttinen, J. 2003. Digitaalinen viestintä. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Keränen, V. Lamberg, N. Penttinen, J. 2005. Digitaalinen media. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kortetjärvi-Nurmi, S. Kuronen, M-L. Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kortesuo, K. 2009. Tekstiä ruudulla - kirjoitamme verkkoon. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Kuivalahti, T. Luukkonen, J. 2003. Intra – inforviestintä. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Kuokkanen, E. Pohjanoksa, I. Raaska, T. 2007. Viesti verkossa – Digitaalisen viestinnän käsikirja. Juva: WS BookwellOy.

Nielsen, J. 2000. Designing Web Usability. The United States of America: New Riders Publishing.

Otala, L. Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Paasivaara, L. 2009. Työnsä kokoinen ihminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Paasivaara, L. Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Helsinki: Nord Print Oy.

Puro, J-P. 2004. Onnistu viestinnässä. Juva: WS Bookwell Oy.

Puska, M. 2000. Lähiverkkojen tekniikka – Pro training. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Vartiainen, M. Kokko, N. Hakonen. M. 2004. Hallitse hajautettu organisaatio. Paikan, ajan, moninaisuuden ja viestinnän johtaminen. Helsinki: Talentum.

Viitala, R. Henkilöstöjohtaminen - strateginen kilpailutekijä. 2009. Helsinki: Edita Prima Oy.

ELEKTRONISET LÄHTEET

Fujitsu. 1995 – 2012a. Fujitsu at a Glance. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa: <http://www.fujitsu.com/global/about/profile/info/>

Fujitsu. 1995 – 2012b. Fujitsu Finland. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa: <http://www.fujitsu.com/fi/about/finland/index.html>

Great Place to Work. 2012. Great Place to Work Institute. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa: <http://www.greatplacetowork.fi/etusivu>

Lehmuskallio, S. 2004 – 2010. Kielijelppi. [viitattu 6.8.2012]. Saatavissa: <http://www.kielijelppi.fi/verkkoviestinta/intranet>

McManus, R. 2006. Intranet 2.0 –web services dashboards are key. CBS Interactive. [viitattu 18.3.2012]. Saatavissa: <http://www.zdnet.com/blog/web2explorer/intranet-20-web-services-dashboards-are-key/208>

HAASTATTELUT

Peltari, S. 2012. Viestintäjohtaja, Fujitsu Finland Oy. Haastattelu 29.2.2012

Smolander, J. 2012. Communications specialist, Fujitsu Finland Oy. Haastattelu 29.2.2012, 5.3.2012 ja 10.8.2012

LIITTEET

LIITE 1. Kyselylomake

MIELIPIDEKYSELY SISSI-INTRASTA

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli
 - x) Nainen
 - x) Mies

2. Vuosikymmen, jolla olet syntynyt
 - x)1940
 - x)1950
 - x)1960
 - x)1970
 - x)1980
 - x)1990

3. Työkokemuksesi Fujitsussa
 - x) 0–3 vuotta
 - x) 4–6 vuotta
 - x) 7–10 tai enemmän

4. Organisaatioyksikkö, jossa työskentelet
 - x) Infraliiketoiminta
 - x) Sovellusliiketoiminta
 - x) Palvelutuotanto
 - x) Yhteiset palvelut
 - x) Technology Solutions
 - x) Tulevaisuustoimisto

5. Alue, jossa työskentelet
 - x) Pääkaupunkiseutu
 - x) Tampere
 - x) Turku
 - x) Keski- ja Itä-Suomi
 - x) Pohjanmaa
 - x) Pohjois-Suomi

SISSIN KÄYTTÖ

6. Onko Sissi selaimesi kotisivu?

x) Kyllä

x) Ei

7. Kuinka usein luet Sissiä?

x) Päivittäin

x) Pari kertaa viikossa

x) Muutaman kerran kuukaudessa

x) Harvemmin

x) En koskaan

8. Jos et lue Sissiä, mistä saat yritykseen liittyvää tietoa tai uutisia?

SISSI TYÖSKENTELYN TUKENA

Sissin kiinnostavimmat sisällöt (Sissillä tarkoitetaan tässä intranetin kokonaisuutta, joka sisältää niin uutiset kuin tietovarastotkin).

9. Mitä luet tai käytät eniten/vähiten Sississä

	Luen/ käytän usein	Luen/ käytän jonkin verran	En osaa sanoa	Luen/ käytän harvoin	En lue/ käytä ollenkaan
a. Uutiset	1	2	3	4	5
b. Suomen Fujitsu	1	2	3	4	5
c. Talon palvelut	1	2	3	4	5
d. Myynnin tuki	1	2	3	4	5
e. Näin toimimme	1	2	3	4	5
f. Laatu	1	2	3	4	5
g. Ekosissi	1	2	3	4	5
h. Yhteisöt (harrastukset ja osaajayhteisöt)	1	2	3	4	5
i. Blogit	1	2	3	4	5
j. Keskustelut	1	2	3	4	5
k. Pirre-puhelinluettelo	1	2	3	4	5

Sissin sisällön hyödyt työssä.

10. Mielipiteesi Sissin sisällöstä

	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	En osaa sanoa	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä
a. Sissi tukee avointa ilmapiiriä.	1	2	3	4	5
b. Sissi parantaa työtyytyväisyyttäni.	1	2	3	4	5
c. Suurin osa Sissin sisällöstä on turhaa.	1	2	3	4	5
d. Sissin avulla tunnen olevani tärkeä osa työyhteisöäni.	1	2	3	4	5
e) Sissistä on apua arjen työssä.	1	2	3	4	5
f) Sissi tukee organisaation arvojen, strategian, vision ja mission sisäistämistä.	1	2	3	4	5
g) Sissi on toimiva perehdytystyökalu.	1	2	3	4	5
h) Sissin etusivu päivittyy riittävän usein.	1	2	3	4	5

11. Löydätkö Sissistä helposti hakemasi asiat?

- a) Kyllä
- b) Ei

12. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, kerro mitkä asiat tai toiminnot on vaikea löytää _____

13. Mitä asioita ja toimintoja pitäisi olla Sissin etusivulla?

UUTISSISSI

Sississä julkaistavien uutisten ajankohtaisuus ja kiinnostavuus.

14. Mielipiteesi Sissin uutisista

	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	En osaa sanoa	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä
a. Sissin uutiset ovat ajankohtaisia.	1	2	3	4	5
b. Etusivulla kuvalla nostetut uutiset ovat mielenkiintoisimpia.	1	2	3	4	5
c. Sississä tiedotetaan ajankohtaisista asioista riittävästi.	1	2	3	4	5
d. Sissin uutiset ovat sopivan mittaisia.	1	2	3	4	5
e. Sissin uutiset ovat elävästi kirjoitettuja.	1	2	3	4	5
f. Kaipaen lisää liiketoiminnan ulkopuolisia uutisia ja juttuja.	1	2	3	4	5
g. Globaalin Fujitsun uutisilla pitäisi olla suurempi painoarvo Sississä.	1	2	3	4	5
h. Nordic-uutisilla pitäisi olla suurempi painoarvo Sississä.	1	2	3	4	5

15. Luen Sissin uutiset yleensä

- Kokonaan
- Vain otsikon
- Vain otsikon ja väliotsikon
- Katson vain kuvat

Vuorovaikutusmahdollisuus Sissin uutisissa

16. Kuinka haluaisit lisätä Sissin uutisten vuorovaikutteisuutta?

	Kyllä	En osaa sanoa	Ei
a) Haluaisin kommentoida uutisia			
b) Haluaisin peukuttaa uutisia			
c) Haluaisin räätälöidä uutisnäkömään itselleni sopivaksi			

17. Mikä olisi paras tapa jakaa Fujitsun sisäisiä uutisia mikäli Sissiä ei olisi?

- x) Yammer
- x) Nordic Light
- x) Global Knowledge Exchange (GKE)
- x) Sähköposti
- x) Mobiiliuutiset
- x) Sisäinen lehti
- x) Joku muu, mikä? _____

SISSIN VUOROVAIKUTTEISUUS JA VISUAALISUUS

Sissin blogien kiinnostavuus ja vuorovaikutus mahdollisuudet.

18. Mielipiteesi Sissin blogeista

	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	En osaa sanoa	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä
a. Kaipaen johdolta säännöllistä tiedotusta liiketoimintaan liittyvistä asioista.	1	2	3	4	5
b. Luen organisaation blogeja.	1	2	3	4	5
c. Blogeja pitäisi pystyä kommentoimaan nimettömänä.	1	2	3	4	5
d. Toivon, että blogikirjoituksissa olisi peukutusmahdollisuus.	1	2	3	4	5
e. Olen itsekin kiinnostunut kirjoittamaan blogia Sissiin.	1	2	3	4	5

19. Mistä aiheista haluaisit lukea blogia Sississä:

- a) Liiketoimintaan liittyvät johdon kirjoitukset
- b) Järjestäytymisasiat
- c) Harrastekerhojen asiat
- d) Esimiesten puheenvuorot
- e) Henkilöstön omat tekstit
- f) Työhyvinvointiasiat
- g) Muu aihe, mikä? _____

Sissifoorumin (keskustelupalstan) kiinnostavuus ja vuorovaikutusmahdollisuudet.

20. Mielipiteesi Sissifoorumista

	Kyllä	En osaa sanoa	Ei
a) Luen Sissifoorumia säännöllisesti.			
b) Olen osallistunut keskusteluihin Sissifoorumilla.			
c) Nimimerkkien suojissa kirjoittelu pitää poistaa kokonaan.			
d) Koen Sissifoorumin tärkeänä vuorovaikutuskanavana.			

Sissin visuaalisen ilmeen toimivuus.

21. Mielipiteesi Sissin visuaalisesta ilmeestä

	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	En osaa sanoa	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä
a. Sissi näyttää hyvältä.	1	2	3	4	5
b. Sissin kuvat herättävät mielenkiintoni.	1	2	3	4	5
c. Sississä kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa.	1	2	3	4	5
d. Sississä on sopiva määrä kuvia.	1	2	3	4	5
e. Toivon Sissiin lisää videoita.	1	2	3	4	5
f. Sississä pitää hyödyntää lisää infografiikkaa.	1	2	3	4	5

LOPUKSI

22. Mitä parannusehdotuksia sinulla olisi Sissiin? _____