



Intranetin uudistaminen

Sofia Timonen

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Intranetin uudistaminen

Sofia Timonen
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2021

Sofia Timonen

Intranetin uudistaminen

Vuosi

2021

Sivumäärä 38

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää asiantuntijaorganisaation sisäisen viestinnän tilannetta tulevaa uutta intranettiä varten ja kerätä tietoja siitä, mitä uuteen intranettiin tarvitaan. Asiantuntijaorganisaation tiedot ovat yksityisiä, joten tässä opinnäytetyössä viitataan organisaatioon nimellä asiantuntijaorganisaatio. Sisäinen viestintä on organisaation sydän ja se ei toimi itsekseen. Viestintä vaatii järjestelmällistä suunnittelua, jotta se voi onnistua. Kun viestintä onnistuu organisaatiossa, sitouttaa se koko henkilökuntaa. Viestinnällä on myös suuri merkitys johtamisessa ja sen onnistumisessa. Opinnäytetyö on toteutettu määrällisenä eli kvantitatiivisena tutkimuksena. Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena on kerätä tietoa mahdollisimman suurelta joukolta. Määrälliset tiedot saadaan jäsennellyä hyvin tilastoiksi. Määrälliset tutkimukset tukevat täten myös tulevia johtopäätöksiä. Aineistonkeruumenetelmänä käytössä oli kyselylomake, joka lähetettiin koko henkilöstölle sähköpostitse.

Organisaation sisäinen kysely koskien intranettiä toteutettiin elokuussa 2020. Kysely lähetettiin koko henkilöstölle. Kyselyn jälkeen analysoin saadut tutkimustulokset läpi ja aloin kirjoittamaan opinnäytetyötä. Teoriaosuudessa perehdyn sisäiseen viestintään syvemmin. Selvitän, mitä sisäinen viestintä on, miksi sitä tarvitaan ja miten se on kehittynyt.

Tutkimuksessa selvisi, että uuden intranetin toivotaan olevan vuorovaikutuksellinen ja kaikkien yhteinen paikka. Sisäinen viestintä koetaan tärkeänä ja henkilöstö on innoissaan uudesta intranetistä. Tärkein viestintäpaikka on intranet, jonka jälkeen tulee Teams, jota käytetään enemmän kollegoiden väliseen viestintään. Sähköposti koetaan vanhanaikaisena, jonne tieto hukkuu. Kehitysehdotuksina intranetin uudistamista varten nousi vahvasti esille vuorovaikutuksellisuus, se että tiedon löytää helposti ja se ei ole hajautetusti eri paikoissa. Nykypäivänä on myös tärkeää, että intranet toimii joka järjestelmällä, myös mobiilisti.

Asiasanat: intranet, sisäinen viestintä, vuorovaikutuksellisuus

Sofia Timonen
Renewing an Organizational Intranet Portal

Year 2021 Pages 38

The objective of the thesis was to map the state of a professional organization's internal communication for the upcoming new intranet and to gather information about what is needed for the new intranet. The information of the professional organization is private, so in this thesis it is referred to as a professional organization. Internal communication is the heart of an organization, and it does not work on its own. Communication requires systematic planning for it to succeed. When communication is successful in an organization, it engages the entire staff. Communication also plays a major role in management and its success. The thesis has been implemented as a quantitative research. The purpose of quantitative research is to gather information from as large a population as possible. Quantitative data can be well structured into statistics. Quantitative research thus also supports future management decisions. The data collection method used was a questionnaire, which was sent to all staff by e-mail.

An internal survey on the intranet was conducted in August 2020. The survey was sent to all staff. After the survey, the research results were initializing the thesis writing process. In the theoretical section internal communication is reviewed in depth. In specific, the themes of what internal communication is, why it is needed and how it has evolved are covered.

The study found that the new intranet is expected to be an interactive and common place for all. Internal communication is perceived important, and the staff are excited about the new intranet. The main means of communication is the intranet, followed by Microsoft Teams, which is used more for communication between colleagues. Email is perceived to be old-fashioned, where information is overwhelming. Development proposals gathered from the research for the renewal of the intranet include interactivity, easiness of information retrieval and the portal should not be decentralized in different places. Nowadays, it is also important that the intranet works on every device, including the mobile interface.

Keywords: intranet, internal communications, interactivity

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Sisäinen viestintä	7
2.1	Sisäinen viestintä ennen ja nyt	8
2.2	Sisäisen viestinnän tehtävät.....	10
2.3	Sisäisen viestinnän kanavat	12
2.4	Sisäinen viestintä ja digitalisaatio.....	14
3	Kohdeyritykselle toteutettu tutkimus.....	14
3.1	Määrällisen tutkimuksen menetelmät.....	15
3.2	Määrällisen tutkimuksen luotettavuus	16
3.3	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu	17
3.4	Aineiston kerääminen ja käsittely.....	18
4	Tutkimuksen tulokset	18
5	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset	29
6	Pohdinta	31
	Kuviot.....	33
	Liitteet	34

1 Johdanto

Sisäinen viestintä on organisaation sydän. Ilman sisäistä viestintää tieto ei kulje organisaatiossa ja näin ollen sekasorto on valmis. Sisäisen viestinnän kehittäminen on organisaation kannalta tärkeää. Jos kuitenkin tarkastellaan sisäistä viestintää organisaation sisällä, voi se usein osoittautua odotettua ongelmallisemmaksi. Henkilöstökyselyistä käy usein ilmi se, että sisäiseen viestintään kaivataan parannusta. Ongelmana on usein se, että tiedonkulku ei aina ole riittävää, tai sitten se ei vain yksinkertaisesti saavuta oikeita henkilöitä. Sisäinen viestintä on taitolaji ja se vaatiikin osaltaan paljon suunnittelua ja oikeita kanavia, jotta viestintä onnistuu.

Sisäinen viestintä on lisääntyneen etätyön vuoksi hyvin ajankohtainen aihe yrityksissä. Koronapandemia on ajanut suurimman osan toimistotyöläisistä etätyöhön, ja viestinnän merkitys on kasvanut entisestään. Kuinka saadaan tieto varmasti koko henkilöstölle perille niin, että kukaan ei jää ilman tietoa? Työelämä on jatkuvassa murroksessa ja viestinnän merkitys kasvaa päivä päivältä. Opinnäytetyön aiheajaus on tehty käsittelemään intranetin muutosta, joka vaikuttaa koko yrityksen viestintään.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada selvyys siitä, mitä asiantuntijayrityksen henkilöstö toivoo uudelta intranetiltä. Opinnäytetyössä kuvataan mitä sisäinen viestintä on, millaista se ollut ennen ja millaista se on nyt, kerrotaan sisäisen viestinnän kanavista ja vuorovaikutuksellisuudesta. Perehdyn myös digitalisaatioon koskien intranetiä ja sisäistä viestintää. Opinnäytetyössä käsitellään tutkimusongelmaa vertaamalla ja peilaamalla tutkimustuloksia teoriaan. Teorian ohella on tehty kyselytutkimus kohdeyrityksen henkilöstölle koskien intranetin uudistusta. Kyselyn avulla kartoitetaan henkilöstön toiveita tulevaa intranetiä varten. Opinnäytetyön tarkoituksena on saada kehitysehdotuksia intranetin uudistamista varten.

Tällä hetkellä asiantuntijaorganisaation sisäinen viestintä toteutetaan pääosin digitaalisesti. Asiantuntijaorganisaatiossa on käytössä intranet, joka on nyt uudistuksen alla. Intranetistä löytyy yrityksen oleelliset tiedot, kuten dokumentit, markkinointimateriaalit, ohjeet työntekijöille, uutisointi, yms. Intranet ei tällä hetkellä ole kovin vuorovaikutuksellinen. Tämän lisäksi yksi sisäisen viestinnän kanava on yhtiön sisäinen Wikipedian tyyppinen tietokirjasto. Täältä löytyy esim. ohjeita projekteihin yms. Olennainen uusi osa sisäistä viestintää on myös Microsoft Teams. Microsoft Teams otettiin käyttöön kunnolla vuonna 2020 ja koronan aikana se on vain kasvanut. Yhä useampi asia viestitään Microsoft Teamsin välityksellä. Sähköposti on toki myös edelleen käytössä, mutta enenevässä määrin vähenemässä.

2 Sisäinen viestintä

Kun tarkastellaan sisäistä viestintää, sillä tarkoitetaan yrityksen sisällä tapahtuvaa tiedonkulkua ja vuorovaikutusta, joka tapahtuu yrityksen työntekijöiden välillä. Sisäinen viestintä voi olla joko virallista tai epävirallista. Sisäistä viestintää viestittävät eteenpäin kaikki yrityksen työntekijät aivan johtoportaasta työntekijöihin saakka. Hyvä sisäinen viestintä on aina jokaiselle yrityksen työntekijälle työtehtävästä riippumatta avointa, rehellistä, nopeaa ja helposti ymmärrettävää. Hyvällä sisäisellä viestinnällä pyritään siihen, että jokainen yrityksen työntekijä tietää mitä yrityksen sisällä ja ulkopuolella tapahtuu ja mihin suuntaan yritys on menossa. On tärkeää, että yrityksen työntekijät ovat tietoisia mahdollisista tulevista muutoksista ennen ulkopuolisia tahoja. (Piha 2014, 3-5)

Viestintä auttaa työyhteisöä tekemään konkreettisia valintoja. Viestintä on tärkeä osa strategiatyötä ja strategiatyö taas on usein toiveiden siirtymistä siihen, mitä pitää aloittaa, mitä kehittää ja mitä lopettaa kokonaan. Viestinnän asiantuntijoilla on hyvä kyky erottaa oleellinen epäolennaisesta, ottaa ihmiset mukaan ja saada strategia kuulostamaan yritysargonin sijaan meiltä. On myös erittäin tärkeää, että organisaatio osaa viestiä omasta kilpailuedustaan, jotta se pystyy erottumaan joukosta. Organisaation päätavoite ei voi olla se, että olisi aina paras tai suurin muihin verrattuna. Aito kilpailuetu muihin nähden on se, että organisaatiolla on kykyä tuottaa asiakkaalle lisäarvoa, kuten ratkaista ongelmia tai auttaa muuten eteenpäin. Olennaista on myös taito viestiä tästä asiakkaalle. (Repo 2021)

Viestintä on samalla myös yksi tehokkaimmista muutostyökaluista. Jos muutos kohtaa alusta alkaen pelkkää vastarintaa, muutosta ei tapahdu. Prosessin alusta lähtien pitää siis olla selkeä kommunikaatio ja vuorovaikutus. (Repo 2021)

Sisäinen viestintä on nykyisin työyhteisöviestintää. Sisäinen viestintä nähdään ja koetaan vuorovaikutuksellisempänä kuin ennen. Vuorovaikutus on vähintään kahden henkilön välistä vaikutussuhdetta, ja molemmat osallistuvat, tuottavat ja tulkitsevat eri asioiden merkityksiä. Vuorovaikutuksen yksi piirre on se, että se perustuu haluun välittää jokin viesti toiselle eteenpäin. (Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka ; Murtola, Kaarina 2015, luku 1)

Ihmiset tarvitsevat vuorovaikutuksellisuuteen myös vuorovaikutustaitoja. Vuorovaikutustaidot koostuvat monista eri osataidoista, kuten taitoa kuunnella ja tehdä havaintoja, argumentointia, tuen osoittamista, puheenvuoroja ja sitä, että jatkaa toisen puheenvuorosta sekä keskustelun ylläpitotaitoa. Vuorovaikutus on hyvin herkkä aihealue. Vuorovaikutus aiheuttaa paljon erilaisia tulkintoja ja näihin vaikuttavat muun muassa sanallinen ja sanaton

viestintä, aiemmat kokemukset, tilanne, viestijöiden välinen suhde sekä kulttuuritekijät. (Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka ; Murtola, Kaarina 2015, luku 1)

Nykypäivänä vuorovaikutuksellisen viestinnän käsite on hieman laajentunut. Aiemmin vuorovaikutuksellisenä kohtamisena pidettiin vain puhuttua kommunikaatiota. Nykyään myös kirjoitettua kommunikaatiota pidetään vuorovaikutuksellisenä kohtamisena. Aiemmin puhetta pidettiin niin sanotusti dialogina ja kirjallista kommunikaatiota taas monologina. Tämä juontaa juurensa siihen, että Antiikin aikoina puhetta pidettiin ylivertaisessa asemassa kirjoittamiseen nähden. Nähtiin, että kirjalliselle viestinnälle ja kommunikaatiolle ei voinut esittää kysymyksiä, eikä täten saatu myöskään vastauksia. (Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka; Murtola, Kaarina 2015, luku 1)

Asioita ja toimintamalleja, joilla hyvää vuorovaikutusta voidaan edistää työyhteisössä: kuunteleminen, aito kiinnostus, kyky asettua toisen asemaan, aito läsnäolo, kyky yhteistyöhön, jämäkkyys, toisen tukeminen ja tilan antaminen. Toimintamallit, jotka taas estävät hyvää vuorovaikutusta työyhteisössä: puolueellisuus, vastuunsiirto, voimakkaat ennakoasenteet, yleistäminen ja syyttely, kiinnostuksen puute sekä kiire. (Työturvallisuuskeskus N.D.)

Vuorovaikutus ei tapahdu samanlailla kaikkien kanssa. Oma vuorovaikutustapaa pitääkin siis muokata jokaisen tapaaman henkilön kohdalla oikeaan suuntaan. Varsinkin työyhteisöissä ei voi olettaa, että oma viestintätapa olisi ainoa oikea keino viestiä muiden kanssa. Vuorovaikutustilanteessa on tärkeää seurata toisen henkilön viestintää ja pystyä mukauttamaan oma viestintä vastaamaan tätä. Kun osaa yhdistää oman persoonan ja toisen henkilön huomioimisen, tulee vuorovaikutuksesta aitoa ja samaistuttavaa.

Vuorovaikutus itsessään on monimutkainen aihealue ja sillä on merkittävä rooli työyhteisön toiminnassa ja arjen sujuvuudessa. On tärkeää, että työyhteisön sisällä vuorovaikutus toimii. Kun vuorovaikutus on toimivaa, on myös itse työnteko mukavampaa ja parempaa, työilmapiiri pysyy hyvänä ja ongelmat saadaan ratkaistua. Mikäli työyhteisössä vuorovaikutus ei toimi, viestinnästä muuttuu epäkannustavaa ja se ei ole rakentavaa. Tällä saadaan usein aikaiseksi negatiivinen kehä, joka heikentää koko työyhteisön tulosta.

2.1 Sisäinen viestintä ennen ja nyt

Sisäinen viestintä on alkanut siirtyä perinteisestä sähköpostista entistä enemmän verkostotyökaluihin. Palaverit alkavat vaihtua kasvokkaisista kohtamisista virtuaalipalavereiksi esimerkiksi Microsoft Teamsin välityksellä. Myös henkilöstölehtien sukupuutto alkaa olla ovella. Murros on ollut meneillään jo pidemmän aikaa, mutta koronapandemia on vauhdittanut digiloikkaa useassa yrityksessä. (Syrman 2016)

Muutoksen keskellä pitää myös huomioida se, että isoissa yrityksissä koko organisaation viestintäloikka sähköpostista esimerkiksi Microsoft Teamsiin tai Yammeriin ei tapahdu hetkessä. Osa henkilöstöstä oppii ja omaksuu uudet tavat nopeasti, mutta toiset voivat vaatia tähän pidemmän aikaa. Virtuaalisesti toteutettu palaveri ei tee palaverista välttämättä parempaa. Se helpottaa työntekijöitä siinä suhteessa, että palaveriin voi osallistua mistä vain, mutta pelkona voi olla vuorovaikutuksen häviäminen. Etänä palaverissa on helppo vain olla hiljaa ja kuunnella. (Syrman 2016)

Tärkeimpänä huomiona työyhteisöviestinnän murroksessa olisi hyvä muistaa se, että murros on suurempi asia kuin vain uusien kanavien lisääminen. Muutos viestintäkulttuurissa ei synny tarjoamalla henkilöstölle teknologiaa, vaan johtamalla ihmisiä. Organisaation pitää pystyä näyttämään esimerkkiä, sitouttaa ihmisiä muutokseen ja nostamalla esiin parhaita käytäntöjä. Yrityksen pitää pystyä tarjoamaan henkilöstölle uudistukseen liittyviä koulutuksia ja valmennuksia. Johdon pitää muistaa myös olla kärsivällinen, kaikki eivät opi samalla tavalla ja samaan tahtiin. (Syrman 2016)

Viimeinen vuosi koronapandemian keskellä on opettanut yrityksille sen, että paineet onnistuneelle viestinnälle ovat todelliset ja kasvavat koko ajan. Yritys ei voi vain luoda viestintää ulospäin, viestinnän pitää olla kykeneväistä ratkaisemaan ongelmia ja kriisejä. Viestinnän tulee myös antaa varmuutta epävarmoissa tilanteissa ja sen tulisi olla vuorovaikutuksellista työyhteisön kesken. (Repo 2021)

Monet ovat työskennelleet etänä nyt jo kohta toista vuotta. Tämä etäaika on nostanut esiin suuressa merkityksessä sisäisen viestinnän ja vuorovaikutuksen merkityksen työyhteisön sisällä. Vuorovaikutuksen tarve on kasvanut ja tämä asettaa myös johtajat kiperään tilanteeseen. Työntekijät eivät enää tyydy yksipuoliseen viestintään, vaan tarvitaan parempaa johtamista ja dialogia niin johtajien kuin työntekijöiden välillä. (Repo 2021)

Ennen pandemiaa pinnalla oli vain viestinnän digiloikka, mutta nyt sen rinnalle on myös noussut dialogiloikka. Monesta viestintätoimistosta on kerrottu, että johtajat hakeutuvat nykypäivänä yhtä enemmän vuorovaikutustaitojen kehittämispalveluiden pariin. On tärkeää, että kuuntelua, vuorovaikutusta, osallistamista ja organisaatiokulttuuria halutaan kehittää. Tämä parantaa koko työyhteisön hyvinvointia. (Repo 2021)

On tärkeää, että organisaation kulttuuri on rakennettu aidolle arvopohjalle, mistä voidaan ja halutaan viestiä työyhteisön lisäksi myös ulospäin. Yritysten tehtävänä on sitouttaa arvoihinsa sekä oma organisaatio että asiakkaat. Kun työyhteisö pystyy samaistumaan yrityksen arvoihin, kokevat työntekijät tekevänsä merkityksellistä työtä ja heillä on aito halu auttaa muita. Täten yrityksen henkilöstö on myös sitoutuneempia, innostuneempia ja onnellisempia työssään. Myös työn tuottavuus on parempaa luokkaa. (Repo 2021)

Etätyö on lisännyt huomattavissa määrin kirjoitetun viestinnän ja viestien määrää. Kun kaikki työskentelevät etänä, ei tutulle työkaverille voikaan vain nopeasti huikata asiaansa. Nyt viesti pitää saada perille esimerkiksi laittamalla viestiä Teamsissa tai sähköpostilla. Yrityksillä on usein monia sisäisen viestinnän kanavia, joten viestejä saattaa tulla monesta eri paikasta. Tämä luokin tilanteen, jossa työyhteisöviestinnän tulee jatkossa olla entistä kohdennetumpaa ja relevantimpaa. Etätyössä on myös huoli siitä, että osallistuvatko kaikki työyhteisössä viestintään vai katoavatko entuudestaan hiljaisemmat persoonat kokonaan. (Repo 2021)

Sisäisen viestinnän tavoitteena on tavoittaa koko työyhteisö. Tällöin on tärkeää, että viestintä on nopeaa ja aitoa. On hyvä tuoda viestintään myös uusia ulottuvuuksia. Henkilöstöä voi lähestyä viikkotiedotteessa esimerkiksi videolla tai podcastilla. Nykyään sisäistä viestintää halutaan myös mitata entistä paremmin, eikä jättää sitä oman onnensa nojaan. (Repo 2021)

Kulunut koronavuosi on nostanut viestinnän yritystoiminnan keskiöön. Itse viestinnän tarve, merkitys ja määrä ovat lisääntyneet huomattavasti. Viestinnältä odotetaan nykyään enemmän ja sitä myös tarkkaillaan aktiivisemmin. Jopa yritysten strategioita pohditaan nykyään viestinnällisesti enemmän kuin koskaan ennen. Ennen vanhaan strategia vain jalkautettiin työyhteisöön, nykyään sen tekemiseen osallistutaan ja sitä kehitetään koko työyhteisön voimin. Täten strategiaan on kaikkien helpompi sitoutua. (Repo 2021)

Viestinnän trendejä vuonna 2021:

- Viestintä ei kuulu vain johdolle, se kuuluu kaikille. Jokaisella on vastuu viestinnästä.
- Vastuullisuuden vaatimukset kasvavat
- Henkilövaikuttajien merkitys kasvaa, niin johtajien kuin työntekijöidenkin
- Työyhteisöviestinnän rooli kasvaa: on tarve työn merkityksellisyyden kokemukseen ja sen johtamiseen
- Paremmat vuorovaikutustaidot, kuuntelemisen taito erityisen tärkeää
- Arvostetuksi tuleminen kokemus
- Mittaaminen, määrällinen vaihtuu laadulliseen ja numeroista kokemukseen
- Personointi (Repo 2021)

2.2 Sisäisen viestinnän tehtävät

Viestintä on perustoimintoja ja sen tarkoituksena on luoda työskentelyedellytyksiä erilaisissa yhteisöissä, kuten yrityksissä, julkisyhteisöissä, järjestöissä ja verkostoissa. Viestintää tapahtuu kaikilla niillä alueilla, joissa yhteisön jäsenet toimivat. Kyseessä voi siis olla fyysinen tai virtuaalinen tila. Viestintä itsessään on olennainen osa organisaation koko toimintaa. Hyvin hoidettuna viestintä on yhteisölle tärkeä voimavara. Viestintä onkin yksi tärkeimpiä organisaation toimintoja. (Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka; Murtola, Kaarina 2015)

Oli yritys minkä kokoinen tahansa, viestinnällä on siellä aina sama tehtävä. Viestinnän tehtävänä on mahdollistaa yhteisön ja yrityksen muu toiminta. Viestintää ei kuitenkaan voi hoitaa miten vain. On tärkeää suunnitella viestintä kunnolla, jotta sen avulla päästään hyviin tuloksiin. Viestintää pitää siis osata suunnitella, organisoida ja arvioida. (Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka; Murtola, Kaarina 2015)

Jotta viestinnässä voidaan onnistua parhaalla mahdollisella tavalla, on tärkeää, että viestinnän suunnittelu on kytketty organisaation strategiseen suunnitteluun. Viestinnälle on myös tärkeää asettaa vastuuhenkilöt, jotka ovat yrityksessä tekemässä viestinnän osalta merkittäviä ratkaisuja. Viestinnän vastuuhenkilöiden on tärkeää toimia tiiviissä yhteistyössä muiden yrityksen avainhenkilöiden kanssa. Pelkkä yhteistyö ei kuitenkaan riitä. On muistettava, että viestinnän päätarkoitus ja viestinnän keskeiset tehtävät on määritelty oikein. (Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka; Murtola, Kaarina 2015)

Sisäistä viestintää on myös tutkittu paljon ja onkin todettu, että useimmiten työntekijät, jotka ovat tyytyväisiä yrityksen sisäiseen viestintään, suhtautuvat myös omaan työhönsä paremmin, positiivisemmin ja ovat täten myös sitoutuneempia yritykseen. (Piha 2014, 11)



Kuvio 1: Sisäisen viestinnän tehtävät (Piha 2014, 12)

Näistä yllä mainituista tehtävistä keskeisimmät sisäisen viestinnän tehtävät ovat yrityksen mission, toiminta-ajatuksen ja arvojen jalkauttaminen sekä työtehtäviin liittyvän tiedon välittäminen. Sisäisen viestinnän tehtävänä on luoda pohja koko yrityksen toiminnalle. On hyvä muistaa, että jos sisäisen viestinnän hoitaa oikein, sillä voidaan myös luoda työntekijöille vastuullinen ja tärkeä suhde yrityksen asioihin. Kun viestintä tavoittaa työntekijät oikein, ovat työntekijät motivoituneita ja sitoutuneita. Sisäinen viestintä on tärkeässä roolissa, kun on kyseessä yrityksen sisäisen hyvän fiiliksen luominen. Tämän avulla voidaan rakentaa yrityksen kulttuuria, joka myös mahdollistaa paremman tuloksen. Sisäinen viestintä ei tapahdu itsestään. Jotta tieto voi liikkua yrityksen sisällä, täytyy viestintään panostaa. Jos halutaan luoda onnistunutta ja hyvää sisäistä viestintää, yksi tärkeimmistä edellytyksistä tälle on se, että viesti kulkee tasapuolisesti kaikille työntekijöille yhtä aikaa. (Piha 2014, 13-25)

2.3 Sisäisen viestinnän kanavat

Viestien määrä yrityksissä on valtava. Uusia viestintäkanavia syntyy vanhojen rinnalle koko ajan. Tietyt taidot viestinnässä korostuvat, kun sisäisten viestintäkanavien viidakko vain kasvaa. Tässä muutama tärkeä keino, jolla viestinnässä pystyy erottumaan. (Syrman 2016)

Vastuullisuus

Vastuullisuus säilyy niin viestin lähettäjällä, kuin viestin vastaanottajalla. Viestinnän uudistuksessa perinteisestä ylhäältä alas -viestinnästä ollaan siirtymässä verkostomaiseen, keskustelevaan ja kaikkia osallistavaan viestintään. Viestin lähettäjän pitää pystyä kantamaan vastuu siitä, mitä viestii, kenelle viestii, miten viestii ja tärkeimpänä, millä tavoitteella. Viestin vastaanottaja taas ei voi vain pestä käsiään vastuusta, vaan pitää pystyä reagoimaan ja auttamaan tavoitteiden toteutumisessa. (Syrman 2016)

Kanavaälykyys

Kanavien kanssa pitää muistaa maalaisjärki. Tarjolla on paljon keinoja ja kanavia, pitää pystyä valitsemaan oikea tapa viestiä. Väärä tapa on mennä siitä, mistä aita on matalin. Kanavaälykyys on yksinkertaisuudessaan sitä, että päivittäisissä viestintätoimenpiteissään huomioi sekä tavoitteensa että vastaanottajat. Tämän jälkeen valitaan vasta viestintään tarvittavat tarkoituksenmukaiset välineet. (Syrman 2016)

Viestinnän sävyn hallinta

Viestinnän sävy on tärkeä osa luottamuksellisen työilmapiirin luomisesta. Kun viestintä tapahtuu kasvokkain, on helppo heti aistia, millä mielellä toinen viestinsä tuo esiin. Kun viestintä tapahtuu puhelimeen tai virtuaalipalaveriin ilman kuvaa, jäljelle jää vain ääni. Äänensävyllä tässä tilanteessa on todella paljon merkitystä. Kun viestinnässä siirrytään vain tekstiin, on sanamuotoihin kiinnitettävä kaikkein eniten huomiota. Jos ei osaa sanoittaa viestiään

lempeäksi, voi ystävällinenkin viesti muuttua toisen silmissä hetkessä tylyksi. Huomaavaista kirjoitussävyä voi ja kannattaa harjoitella. (Syrman 2016)

Selkeys

Selkeä, tavoitteellinen, hyvin jäsenelty ja ytimekäs viesti on helpommin erottuva viestitulvan joukossa. Selkeä viesti myös auttaa hahmottamaan, mitä viestillä tarkoitetaan. (Syrman 2016)

Kiinnostavuusmuotoilu

Aiemmin ajateltiin, että me-lähtöinen viestintä olisi kiinnostavinta. Kelkka on hieman kääntynyt ja uusimpana innostajana nähdään hyöty. Jos haluaa aidosti innostaa ja kiinnittää henkilöstön huomion, kannattaa varmistaa, että viesti välittää tiedon siitä, miten vastaanottaja asiasta hyötyy. (Syrman 2016)

Sisäisen viestinnän kanavia yrityksissä voi olla useita. Tänä päivänä yleisin viestintään käytettävä työkalu on varmasti Microsoftin tarjoama Teams. Microsoft Teamsissa voi keskustella chatissa, luoda ryhmächatteja, luoda erilaisia ryhmiä, jakaa dokumentteja, soittaa puheluita sekä videopuheluita, järjestää kokouksia yms. Mahdollisuudet ovat todella laajat. Asiantuntijaorganisaatiossa Microsoft Teams on kovassa käytössä kaikilla näillä osalueilla.

Intranet on yrityksissä tärkeä sisäisen viestinnän kanava, kun halutaan jakaa tietoa tärkeistä ja merkittävistä uutisista. Intranetissä on yleensä monta eri sisäistä sivustoa, joilta löytyy tietoa. Sisäisiä sivustoja ovat esimerkiksi, henkilöstölomakkeet, henkilöstötiedotteet, osastokohtaiset tiedotteet, avoinna olevat työpaikat, projektiohjeet, markkinointimateriaalit, yms. Intranet on asiantuntijaorganisaatiossa ollut jo kauan aikaa jäljessä. Intranetin pohja on hyvin vanha eikä se enää esimerkiksi skaalaudu näytöille kunnolla. Intranetin uudistus onkin tärkeässä asemassa. Asiantuntijaorganisaatio haluaa, että jokainen työntekijä osaa ja pystyy käyttämään intranettiä entistä sujuvammin. Tarkoitus myös olisi, että intranetin käyttö lisääntyisi.

Sähköposti on tuttu ja turvallinen valinta. Perinteinen sähköpostiviesti on helppo lähettää niin pienemmälle kuin suuremmallekin porukalle. Sähköposti on edelleen tietyissä tilanteissa hyvä, mutta tulevaisuutta ajatellen sähköpostin on hieman aika siirtyä sivummalle. Sähköposteihin ei enää nykypäivänä oleteta saatavan vastausta heti. Sitä varten on chatit nopeita kysymyksiä varten, kuten Microsoft Teams. Sähköpostitulva voi olla myös niin iso, että tärkeät viestit hukkuvat muiden viestien sekaan. Tärkeät tiedotteetkin on hyvä laittaa intranettiin, jotta ne pysyvät siellä tarkassa järjestyksessä, ja ovat täten helpommin löydettävissä.

Yammer on Facebookin kaltainen viestintäkanava. Sinne voi luoda ryhmiä, joissa jakaa tietoa. Asiantuntijaorganisaatiossa Yammer yhteisessä käytössä on ainakin ns. hatunnostoissa.

Hatunnostoryhmässä voit kehua työkaveria. Kerran kuukaudessa on hatunnostotilaisuus, jossa palkitaan yksi kehujen antaja ja yksi kehujen saaja onnenpyörätaktiikalla.

2.4 Sisäinen viestintä ja digitalisaatio

Teknologian huima kehitystahti on vaikuttanut myös sisäiseen viestintään. Uudet päätelaitteet, pilvipalvelut ja sosiaaliset työkalut ovat tutkimusten mukaan paitsi tehostaneet tiedon jakamista, myös luoneet täysin uudenlaisia tapoja tuntea yhteenkuuluvuutta. (Piha 2014) Mikään teknologia ei kuitenkaan voi korvata sosiaalista kontaktia, joka syntyy kasvokkaisessa kohtaamisessa. Kasvokkaista viestintää pidetäänkin yhä sisäisen viestinnän kanavista keskeisimpänä. (Piha 2014, 7-8)

Digitalisaation myötä yrityksen viestintämenetelmät ja viestinnän toimintatavat muuttuvat jatkuvasti. Kun yrityksen viestintää aletaan muuttamaan vanhasta totutusta uuteen digitaaliseen muotoon, pitää ottaa huomioon, että kaikki työntekijät eivät välttämättä pysy muutoksessa samanlailla mukana. Osa henkilöstöstä voi vaatia enemmän koulutusta uusien välineiden käytössä, kun taas osa omaksuu ne käyttöönsä heti. Onkin tärkeää, että sisäinen viestintä suunnitellaan niin, että se edistää työntekijän työn sujuvuutta ja tiedonsaantia. On olennaista ottaa huomioon eri käyttäjien näkökulmat. (Soronen n.d.)

Jotta viestinnässä voidaan onnistua digitaalisesti, vaatii viestintä edelleen hyvää suunnitelmallisuutta. On siis edelleen tärkeää, että viestintäsuunnitelmat on laadittu hyvissä ajoin, jotta viestintää koskevat toimenpiteet ja tiedottaminen onnistuu tehokkaasti. Viestintäsuunnitelma olisi hyvä laatia kirjalliseen muotoon, jotta se on viestinnästä vastaavien saatavilla aina, kun on tarve. Digitaalisessa viestinnässä pätee samat viestintäsuunnitelman osiot, kuin perinteisessäkin viestinnässä. Näitä ovat muun muassa: tilanneanalyysi, tavoitteet, kohderyhmät, keinot, ajoitus, tekijät, vastuualueet, kustannukset ja seuranta. (Soronen n.d.)

3 Kohdeyritykselle toteutettu tutkimus

Tässä tutkimuksessa käytän tutkimusmenetelmänä määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta, jolla pyrin selvittämään intranetin käyttöön liittyviä käytäntöjä ja toiveita. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitä toiveita asiantuntijaorganisaation henkilöstöllä on intranetin suhteen ja miten intranet voisi jatkossa palvella henkilöstöä paremmin. Tutkimus toteutettiin strukturoidulla kyselylomakkeella, jota lähetettiin asiantuntijaorganisaation henkilöstölle sähköpostitse. Kysely lähetettiin koko henkilöstölle, jotta saadaan vastauksia niin johtotasolta, että työntekijätasolta. Näin ollen intranetiä saadaan kehitettyä kaikille sopivaksi.

Selvitän myös määrällisen tutkimuksen teoriaa ja käyn läpi sitä, mihin käyttötarkoitukseen määrällistä tutkimusta voidaan käyttää ja miksi. Mitä hyötyjä määrällisestä tutkimuksesta selvitettävälle asialle on? Tutkimusmenetelmäksi valittiin määrällinen tutkimus, koska kyseessä on intranetin uudistaminen, joka on koko henkilöstöä palveleva sisäisen viestinnän alusta. Oli tärkeää saada mahdollisimman suurelta osalta henkilöstöä tietoa siitä, mitä intranetissä tulisi jatkossa olla. Määrällisen tutkimuksen avulla saa myös helposti numeraalista tietoa, jota pystyy hyödyntämään intranetiä suunniteltaessa.

Tutkimuksen hyödyt ovat suuret. Intranet on jo pitkään ollut vanhanaikainen ja sen uudistaminen on vain venynyt. On tärkeää saada henkilöstön mielipide intranetistä ja sen sisällöstä, jotta tuleva intranet palvelisi henkilöstöä parhaalla mahdollisella tavalla. On tärkeää, että intranet on moderni alusta, joka palvelee koko yrityksen henkilöstöä. Tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Tämä tutkimusmalli on ollut hyvä intranetiä koskien, koska on ollut tärkeä saada tietää koko henkilöstön mielipide, miten intranetiä tulisi uudistaa. Intranet on koko työyhteisön työväline, joten on tärkeää, että se palvelee henkilöstöä parhaalla mahdollisella tavalla

Seuraavissa kappaleissa tulen esittelemään tarkemmin tutkimusmenetelmiä sekä tutkimusprosessia, jossa kuvaan tutkimuksen vaiheita, aineiston hankintaa ja sen analysointitapaa. Tämän jälkeen esittelen tutkimustuloksia sekä kehittämistoimenpiteitä. Intranetin uudistamiseen liittyvä tutkimus toteutettiin asiantuntijaorganisaatiossa syksyn 2020 aikana. Tutkimus toteutettiin kokonaan sähköisesti. Henkilöstölle lähetettiin elokuun puolen välin tienoilla sisäinen kysely koskien intranettiä. Kyselyn jälkeen kävin vastaukset läpi, ja kokosin niistä tulokset opinnäytetyötä varten kasaan. Sähköisesti toteutettu kysely oli määrällisen kyselyn kannalta paras vaihtoehto. Vastajaat pysyvät täten anonyymeina, joten oikea mielipide on helpompi antaa. Tulokset saa myös kätevämmiin analysoitua valmiiden Webropolin palveluiden avulla.

3.1 Määrällisen tutkimuksen menetelmät

Määrällisellä tutkimuksella tarkoitetaan tutkimusmenetelmää, jolla saadaan yleinen kuva muuttujien (mitattavat ominaisuudet) välisistä suhteista ja eroista. Tällä tutkimusmenetelmällä saadaan vastauksia kysymyksiin kuinka paljon tai miten usein. Tämä menetelmä sopii erityisen hyvin laajoille joukoille tehtäviin tutkimuksiin. Määrällisessä tutkimusmenetelmässä tietoa tarkastellaan numeerisesti. Tutkittavia asioita ja niiden tuloksia siis käsitellään havainnollistaen numeroiden avulla. Tutkimustulokset saadaan numeraalisina ja tämä on niin sanottua raakadataa. Tulokset esitetään myös numeroina, toki esitettävässä muodossa. Kun tieto on jäsenelty visuaalisesti, on tutkijan helpompi selittää sanallisesti saadut tulokset. (Vilkka 2007, 14)

Määrällisessä tutkimuksessa käytetään apuna myös strukturointia. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkittava asia ja sen ominaisuudet suunnitellaan ja vakioidaan. Strukturointi tapahtuu aina ennen varsinaisen aineiston keräämistä. Strukturoinnin tarkoitus on luoda kysymysvaihtoehdot tutkimukseen niin, että kaikki ymmärtävät ne. Kysymyksien pitää olla sellaisia, että kaikki ymmärtävät ne samalla tavalla. Jokaisessa kysymyksessä on aina arvo. Arvo voidaan ilmaista symboleina, kuten kirjaimina tai numeroina. (Vilkkä 2007, 15)

Määrällisessä tutkimuksessa mitataan aina jotain. Mittaamisella tarkoitetaan erilaisten asioiden määrittämistä mitta-asteikoille. Kun mitta-asteikko on saatu luotua, tutkija järjestee tutkittavat aineistot helposti esitettävään muotoon. Tässä tutkimusmenetelmässä mittaamiseksi voidaan lukea kaikki, missä tehdään eroja asioiden välille ja voidaan määrittellä ero symboleilla. (Vilkkä 2007, 16)

Määrällisessä tutkimuksessa olennaista on vastaajien suuri määrä. Suositeltavaa olisi, että tässä tutkimusmenetelmässä vastaajien vähimmäismäärä olisi 100, jos tutkimuksessa aiotaan käyttää tilastollisia menetelmiä. Suurella aineistolla tutkija kykenee muodostamaan havaintoja näkökulmasta, joka mahdollistaa tutkittavien asioiden selittämisen numeraalisesti. On tärkeää huomioida, että mitä suurempi vastaajamäärä kyselyssä on, sitä paremmin se edustaa keskimääräistä mielipidettä. Tässä opinnäytetyössä koskien intranetin uudistamista määrällistä tutkimusta käytettiin kartoittavana tutkimuksena. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tavoitteena on löytää uusia näkökulmia intranetin kehittämiseen. (Vilkkä 2007, 17-19)

3.2 Määrällisen tutkimuksen luotettavuus

Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää, että koko tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan olemassa olevien tietojen perusteella. Jotta tutkimus on tarpeeksi luotettava, on otettava huomioon muutama asia. Tutkimuksen on oltava tarpeeksi suuri, vastausprosentin on oltava korkea ja kysymysten tulisi mitata oikeita asioita niin, että ne kattavat koko tutkittavan ongelman. (Heikkilä 2014)

Kun tutkimusta aletaan tehdä, on tärkeää pyytää siitä kommentteja myös muilta esimerkiksi kollegoilta. Toisilta saadut kommentit lisäävät tutkimuksen luotettavuutta ja vähentävät niin sanottuja turhia virheitä. Virheet voivat johtaa tuloksia harhaan, jolloin tulos ei enää ole luotettava. Virhe voi muodostua esimerkiksi siitä, että vastaaja kaunistelee tai vähättelee tiettyjä asioita. Myös vastaajan satunnaisvirheet kuten esimerkiksi muistivirhe voi heikentää tutkimuksen laatua. (Vilkkä 2007, 153)

Vaatimustaso vaikuttaa myös määrällisen tutkimuksen luotettavuuteen. Vaatimustaso kertoo sen, miten tutkimus tehdään. Tämä tutkimus on hyvä tehdä aina tieteelliselle tutkimukselle asetettujen vaatimusten mukaisesti. Näitä asioita ovat muun muassa: mitataan sitä, mitä on

tarkoitus mitata, täsmällinen tutkimuskohteen määrittely, teorioiden ja teoreettisten käsitteiden käyttö, tutkimus tuottaa jotain uutta. On siis tärkeää, että määrällinen tutkimus on aina toteutettu vaaditulla tavalla. Tutkimus pitää aina suunnitella ja toteuttaa huolellisesti. Tutkimustulosten pätevyys on aina muistettava tarkistaa. Määrällisessä tutkimuksessa tulee aina virheitä. Tämän vuoksi tutkijan on aina oltava rehellinen ja arvioitava virheiden vaikutusta tutkimukseen. (Vilkkä 2007, 154)

Tämän opinnäytetyön osalta luotettavuutta testattiin lähettämällä kysely ensin parille kollegalle, jotka auditoivat kyselyn läpi. Kun kyselyyn oli saatu kommentit ja mietteet, muokattiin sitä vielä sopivampaan muotoon, jotta se oli valmis lähtemään koko henkilöstölle. Kyselystä lähetettiin myös henkilöstölle muistutusviesti puolesta välissä vastausaikaa, jotta turhia unohduksia vastaamisiin ei tulisi.

3.3 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Aloitin intranetiä koskevan tutkimuksen teon elokuussa 2020 suunnittelemalla millaisia kysymyksiä tulevaa kyselyä varten olisi hyvä esittää. Kysymysten tulisi olla koko henkilöstölle sopivia ja niistä tulisi helposti käydä ilmi se, mitä intranetiltä kaivataan. Koska tutkimus on toteutettu määrällisenä tutkimuksena, oli tärkeä saada prosentuaalisia vastauksia, joita voi analysoida helposti erilaisilla kaavioilla. Näin ollen saa kokonaiskuvan siitä, mitä tulee kehittää.

Kysely on toteutettu Webropol-ohjelmalla. Webropol on erittäin kätevä ohjelma määrällistä tutkimusta ajatellen. Kyselylomakkeet pystyy lähettämään suoraan vastaanottajien sähköpostiin ja kyselyn saa toteutettua anonyyminä. Webropolin sisällä pystyy myös tekemään valmiita kaavioita tuloksista, joten vastauksia ei tarvitse kierrättää monen eri ohjelman kautta.

Kysymyksiä laatiessani mietin tarkkaan, mitkä kysymykset ovat olennaisia tulosten kannalta. Päätimme asiantuntijaorganisaation viestintäpäällikön kanssa hyödyntää muutama vuosi sitten tehdyn kyselyn peruspohjaa, jotta voimme verrata tuloksia ja analysoida, ovatko jotkut asiat muuttuneet. Myös täydentäviä uusia kysymyksiä hyödynnettiin. Tärkein tieto, jota tuloksilta odotamme, on se, että millaiseksi intranet pitää kehittää, jotta se on kaikille tarpeellinen ja tarvittava tieto löytyy helposti.

Koko henkilöstölle lähetettiin sama kysely, riippumatta siitä, onko johtavassa asemassa vaiko työntekijätasolla. Kyselystä tuli monipuolinen ja helposti analysoitava. Kyselomake lähetettiin henkilöstölle elokuun puolen välin tienoilla yhteensä 1183 henkilölle.

3.4 Aineiston kerääminen ja käsittely

Kysely oli henkilöstölle auki kahden viikon ajan. Kyselylomake lähetettiin 24.8.2020 Webropolin kautta sähköpostitse 1183 henkilölle ja vastauksia saimme 298 kappaletta (noin 25 %). Tutkimuksen tulosten kannalta tämä määrä oli tyydyttävä, koska dataa saatiin analysoida tarpeeksi paljon, ja se oli vertailukelpoista aikaisempaan kyselyyn nähden. Kyselylomake löytyy opinnäytetyön lopusta, sivulta 34.

Kyselystä lähetettiin puolessa välissä kyselyn aukioloaikaa muistutus, jotta henkilöstö ei unohtaisi vastata kyselyyn. Kahden viikon aikana vastauksia saatiin kerättyä hyvin, jotta kyselyn tulokset olivat kattavia niin opinnäytetyötä kuin intranetin uudistamista ajatellen. Tutkimustuloksissa ilmeni jonkin verran samankaltaisuutta edelliseen kyselyyn verraten. Edelleen on tarve intran uudistumiselle ja nykyaikaistamiselle. Intran on oltava helposti käytettävä, jokapäiväinen työkalu.

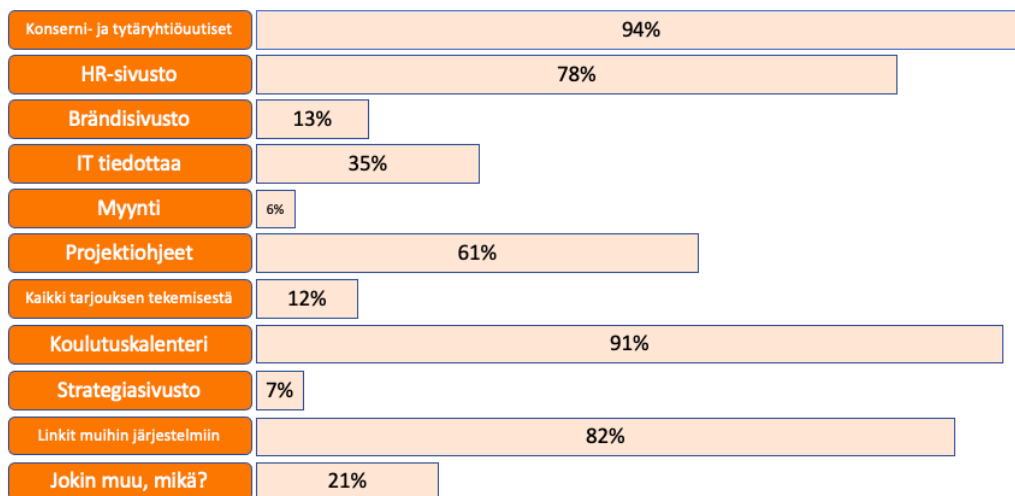
Kun olin saanut koottua tutkimustulokset kasaan, oli aika esitellä tuotokset asiantuntijaorganisaation viestintä- ja markkinointiosastolle. Esittelin tutkimuksen tulokset 24.9.2020 Microsoft Teams-palaverin muodossa. Kaikki olivat tyytyväisiä tuloksiin. Tulokset olivat odotettavissa ja olivat avuksi intran kehitystä ajatellen. Tulosten esittelyn jälkeen aloin kirjoittamaan opinnäytetyötä perustuen tutkimustuloksiin.

4 Tutkimuksen tulokset

Tässä osiossa käydään läpi tutkimuksen tuloksia. Saimme vastauksia kattavasti, joten intranetin kehittäminen kyselyn pohjalta tulee olemaan helppoa. On tärkeää kuunnella henkilöstöä, kun ollaan rakentamassa uutta yhteistä intranettiä yritykselle.

Kysymykset ovat otsikoissa. Kokoan vastaukset tiivistetysti, ja mukaan on otettu myös avoimia palautteita. Havainnoin tuloksia myös erilaisten kaavioiden ja kuvien avulla, jotta kokonaiskuva hahmottuu paremmin. Kyselylomake on liitetty tähän opinnäytetyöhön ja se löytyy opinnäytetyön lopusta, viimeiseltä sivulta.

Tällä hetkellä käytän intranetissä aktiivisesti seuraavia sisältöjä (valitse 5 tärkeintä)



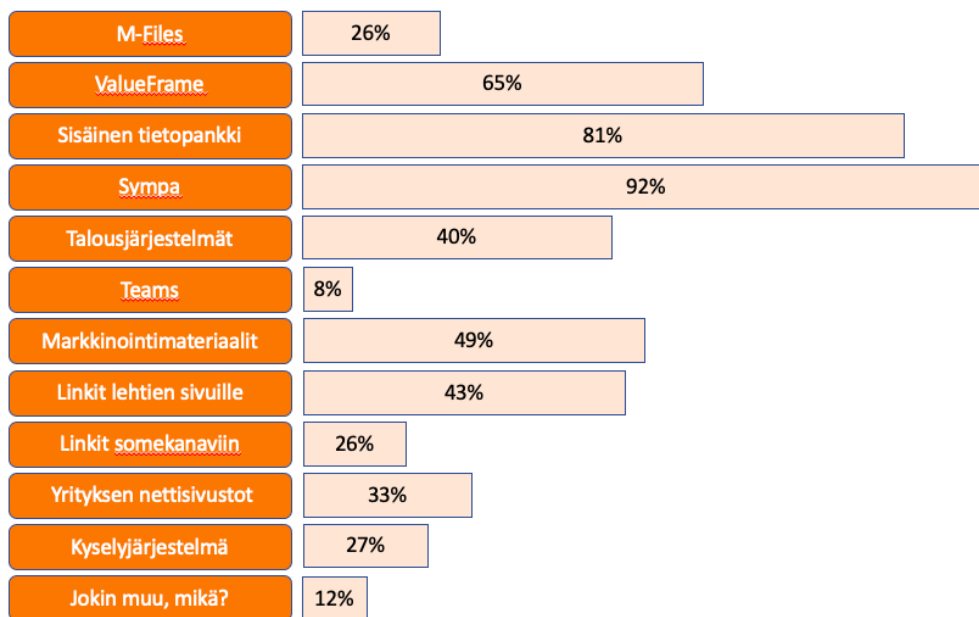
Kuvio 2: Tällä hetkellä käytän intranetissä aktiivisesti seuraavia sisältöjä (valitse 5 tärkeintä)

Eniten henkilöstön käytössä olivat intranetistä seuraavat sisällöt: Konserni- ja tytäryhtiöuutiset, HR-sivusto, koulutuskalenteri, linkit muihin järjestelmiin, kuten Sympa, jota käytetään yhtiön henkilötietojärjestelmänä, ValueFrame, jota käytetään yhtiön CRM- ja projektinhallintajärjestelmänä, M-Files, jota käytetään yhtiön dokumentinhallintaan ja projektiohjeet.

Tässä osiossa tulokset olivat hyvin ennalta-arvattavat. Intranetistä yleensäkin haetaan juuri näitä tietoja, joten oli oletettavaa, että nämä nousevat tutkimustuloksissakin korkealle.

Hyvä esimerkki nykyisen intranetin sekavuudesta oli avoin kommentti, joka tähän osioon oli tullut: ” Pääsekö intranetin kautta ValueFrameen/IT-tiedottaa? En tiennyt.”.

Mihin järjestelmiin tai sivustoihin toivoisit pääseväsi intranetin kautta (valitse 5 tärkeintä)

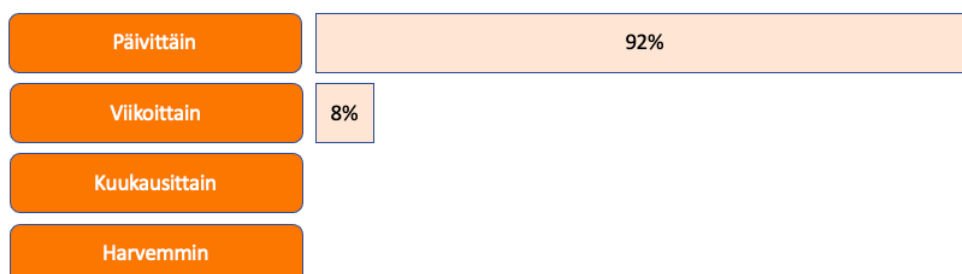


Kuvio 3: Mihin järjestelmiin tai sivustoihin toivoisit pääseväsi intranetin kautta (valitse 5 tärkeintä)

Henkilöstö toivoo, että jatkossa intranetistä pääsisi mm. seuraaviin sisältöihin: Sympa, sisäinen tietopankki (sisältää ohjeistuksia esim. projekteihin ja järjestelmiin), ValueFrame, markkinointimateriaalit (logot, kuvat yms.) ja linkit lehtien sivuille.

Henkilöstöllä on siis tarve päästä kätevästi Sympaan, joka on asiantuntijaorganisaatiossa käytössä oleva HR-järjestelmä. Tämän lisäksi ValueFrame on aktiivisessa käytössä, koska sinne kirjataan esimerkiksi tehdyt työtunnit ja laskutus hoituu sen avulla. On myös tärkeää, että markkinointimateriaalit löytyvät näppärästi, jotta asiakasviestintä yms. onnistuu ilman, että kuvia ja logoja tarvitsee etsiä tuntitolkulla.

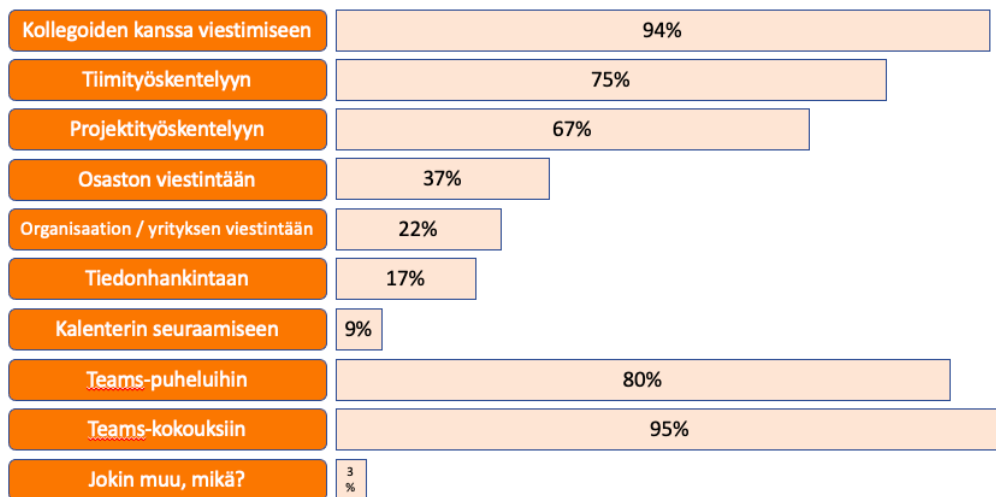
Kuinka usein käytät Teamsia?



Kuvio 4: Kuinka usein käytät Teamsia?

Tähän tuli melkein pä yksimielinen ”päivittäin” vastaus. Muutama henkilö oli vastannut, että viikoittain. Teams on Microsoftin tarjoama tiimiyhteistyön keskus, jossa voi chattailla työkavereille, järjestää kokouksia yms. Oletettavaa siis on, että Teams on päivittäin käytössä.

Mihin käytät Teamsia? Voit valita useita vaihtoehtoja



Kuvio 5: Mihin käytät Teamsia? Voit valita useita vaihtoehtoja

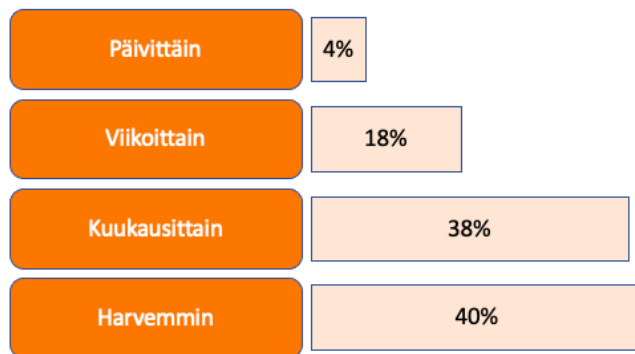
Asiantuntijaorganisaation henkilöstöllä Teamsia käytetään eniten näihin seuraaviin asioihin: Kollegoiden kanssa viestimiseen, tiimityöskentelyyn (tiimien kanavien seurantaan), Teams-puheluihin ja -kokouksiin, projektityöskentelyyn sekä osaston viestintään.

Teams on pääsääntöisesti viestintä- ja keskustelukanava, joten tulokset olivat sitä, mitä odotimme.

Onko Teams mielestäsi selkeä?

Suurin osa henkilöstöstä pitää Teamsia selkeänä, kyllä vastauksia tuli 85 %. Osa on kuitenkin vastannut, että Teams ei ole selkeä. Ei vastauksia tuli 15 %.

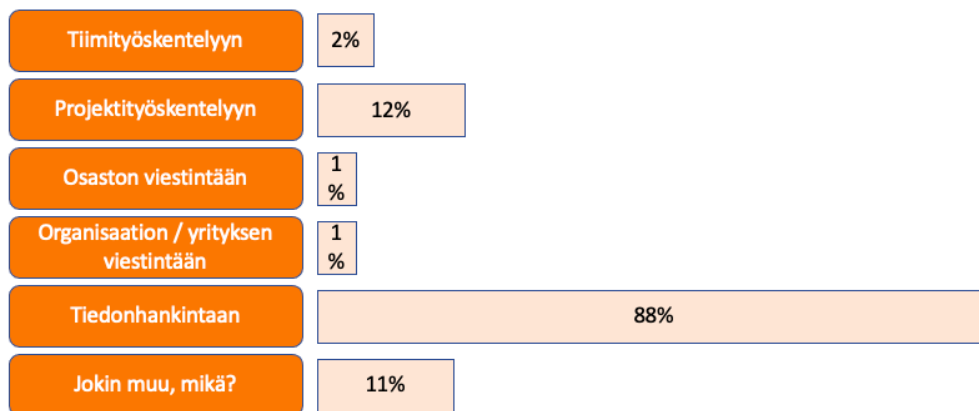
Kuinka usein käytät sisäistä tietopankkia?



Kuvio 6: Kuinka usein käytät sisäistä tietopankkia?

Sisäinen tietopankki on asiantuntijaorganisaation oma Wikipedia. Se on siis rakennettu Wikipedia-muotoon ja sieltä löytyy esimerkiksi ohjeita. Sisäistä tietopankkia henkilöstö käyttää eniten kuukausittain tai harvemmin.

Mihin käytät sisäistä tietopankkia? Voit valita useita vaihtoehtoja



Kuvio 7: Mihin käytät sisäistä tietopankkia? Voit valita useita vaihtoehtoja

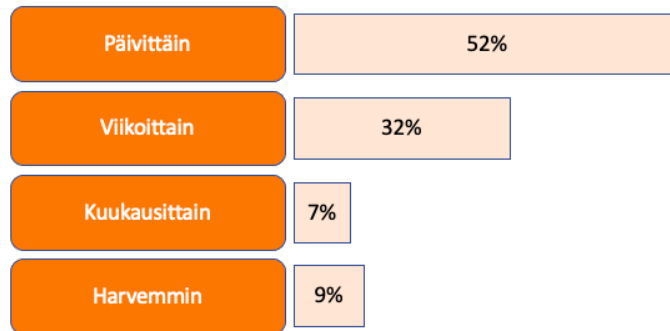
Sisäistä tietopankkia käytetään eniten tiedonhankintaan. Avoimissa vastauksissa nousi seuraavat teemat ylös: Ohjelmistot-osaston ohjeiden lukeminen, hiljaisen tiedon jakaminen, ohjeiden lukeminen, suurin osa ei käytä.

Henkilöstön vastauksista käy ilmi, että noin puolet kokee sisäisen tietopankin selkeänä ja puolet epäselkeänä. Tässä on havaittavissa se, että jos henkilöt käyttävät sisäistä tietopankkia säännöllisesti, on se selkeä, mutta jos se ei ole käytössä, on käyttö hankalaa.

Onko sisäinen tietopankki mielestäsi selkeä?

Suurin osa vastaajista (60 %) on sitä mieltä, että sisäinen tietopankki on alustana selkeä ja helppokäyttöinen.

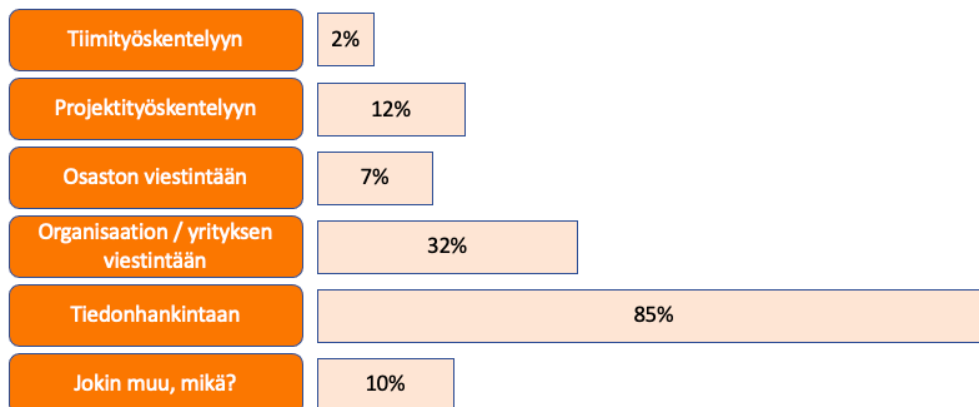
Kuinka usein käytät intranetiä?



Kuvio 8: Kuinka usein käytät intranetiä?

Suurin osa henkilöstöstä käyttää nykyistä intranettiä joko päivittäin tai viikoittain. Tämä oli oletettu vastaus, koska intranet on yleisesti ottaen laajalti käytössä, koska sieltä löytyy työskentelyn kannalta oleellista tietoa.

Mihin käytät intranetiä? Voit valita useamman vaihtoehdon



Kuvio 9: Mihin käytät intranetiä? Voit valita useamman vaihtoehdon

Intranetiä käytetään pääsääntöisesti tiedonhankintaan sekä organisaation / yrityksen viestintään.

Avoimissa vastauksissa käy ilmi, että tämän lisäksi intranetiä käytetään muun muassa uutisten lukemiseen, löydetään linkit muille sivuille, Sympa (HR-järjestelmä), Valueframe (CRM-järjestelmä + tänne kirjataan myös tehdyt työtunnit), koulutuskalenteri.

Onko intranet mielestäsi selkeä?

Tässä kysymysosiossa vastaukset jakoutuivat kyllä 51% ja ei 49%. Tilanne on siis hyvin 50/50. Päätelmänä tästä voisi tehdä sen, että jos intranetin parissa tekee töitä tai käyttää sitä päivittäin, on oppinut tuntemaan toimintatavat. Jos taas intranetissä käy harvakseltaan, on se erittäin epäselkeä.

Sisäistä viestintää tehdään monella tasolla organisaatiossa. Arvioi kuinka tärkeä kanava intranet on seuraavien organisaatiotasojen viestintään?

	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Konsernitason viestintä	65 %	29 %	3 %	1 %	0 %
Yritystason viestintä (emoyhtiö, tytäryhtiöt)	46 %	39 %	10 %	2 %	0 %
Liiketoimintatason viestintä	21 %	37 %	28 %	10 %	1 %
Osaston viestintä	5 %	8 %	19 %	46 %	21 %
Ryhmän viestintä	4 %	3 %	5 %	30 %	56 %
Kollegoiden välinen viestintä	4 %	3 %	4 %	21 %	67 %

Kuvio 10: Sisäistä viestintää tehdään monella tasolla organisaatiossa. Arvioi kuinka tärkeä kanava intranet on seuraavien organisaatiotasojen viestintään?

Jos arvioit jonkin organisaatiotason ”ei niin tärkeäksi”, mikä on mielestäsi oikea paikka tämän tason viestintään?

Tähän tuli yksimielisiä vastauksia siitä, että Teams ja sähköposti ovat hyviä paikkoja viestiä kollega- ja ryhmätasolla.

Uudesta intranetistä on tavoitteena tehdä vuorovaikutuksellinen, kaikkien yhteinen intranet, jossa useiden on mahdollista osallistua. Millä organisaatiotasolla sinun olisi tärkeää itse viestiä intranetissä?

	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Konsernitason viestintä	34 %	20 %	15 %	15 %	14 %
Yritystason viestintä (emoyhtiö, tytäryhtiöt)	28 %	27 %	17 %	14 %	12 %
Liiketoimintatason viestintä	17 %	29 %	27 %	17 %	7 %
Osaston viestintä	6 %	16 %	31 %	25 %	19 %
Ryhmän viestintä	6 %	11 %	15 %	34 %	33 %
Kollegoiden välinen viestintä	6 %	6 %	13 %	29 %	44 %

Kuvio 11: Uudesta intranetistä on tavoitteena tehdä vuorovaikutuksellinen, kaikkien yhteinen in-tranet, jossa useiden on mahdollista osallistua. Millä organisaatiotasolla sinun olisi tärkeää itse viestiä intranetissä?

Jos arvioit jonkin organisaatiotason ”ei niin tärkeäksi”, mikä on mielestäsi oikea paikka tämän tason viestintään?

Tähän tuli yksimielisiä vastauksia siitä, että Teams ja sähköposti ovat hyviä paikkoja viestiä kollega- ja ryhmätasolla.

Mitä sinun tulisi löytää intranetistä? Arvioi asteikolla 1-5 alla olevien merkityksellisyyttä.

	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Yrityksen pysyväisohjeet	83 %	12 %	2 %	1 %	0 %
Projektiiohjeet	56 %	28 %	10 %	4 %	0 %
Tarjousohjeet	43 %	31 %	16 %	6 %	1 %
Konserni uutiset	66 %	26 %	5 %	1 %	0 %
Tytäryhtiö uutiset	45 %	36 %	13 %	4 %	0 %
Myyntisivusto	21 %	29 %	30 %	16 %	2 %
Strategia 2025	43 %	25 %	23 %	5 %	2 %

Koulutuskalenteri	71 %	25 %	2 %	0 %	0 %
Tapahtumakalenteri	58 %	32 %	7 %	1 %	0 %
Koulutusmateriaalit	47 %	32 %	16 %	2 %	0 %
Malliasiakirjat	42 %	27 %	16 %	10 %	2 %
Lehtien linkit	19 %	24 %	31 %	17 %	6 %
Some-kanavien fiidi	9 %	17 %	35 %	28 %	9 %
Aineistopankki	26 %	35 %	26 %	9 %	1 %

Puhelinluettelo	41 %	24 %	16 %	11 %	5 %
Avoimet työpaikat	15 %	24 %	35 %	18 %	6 %
Mediaseuranta (rakennus- ja kiinteistöalan uutiset)	10 %	30 %	39 %	15 %	4 %
Projektikuulumiset	9 %	31 %	39 %	16 %	2 %
Nimitykset yrityksessä	20 %	36 %	28 %	12 %	1 %
Linkkejä muihin järjestelmiin	32 %	30 %	25 %	8 %	3 %
Tietoa yrityksen palveluista	26 %	38 %	26 %	6 %	3 %

Tietoa yrityksen liiketoiminnoista	25 %	37 %	28 %	6 %	2 %
Yrityksen yritys/taloustietoja	24 %	39 %	27 %	7 %	1 %
Toimialojen markkinatietoa	12 %	33 %	37 %	12 %	4 %
Muuta, mitä?	14 %	10 %	23 %	3 %	47 %

Kuvio 12: Mitä sinun tulisi löytää intranetistä? Arvioi asteikolla 1-5 alla olevien merkityksellisyyttä.

Henkilöstön vastauksista käy hyvin ilmi se, että kommentointimahdollisuutta kaivataan tulevaan uuteen intranettiin. Vuorovaikutuksellisuus näkyy siis vahvana trendinä. Henkilöstö haluaa päästä vaikuttamaan ja mukaan keskusteluun. Tärkeitä löydettäviä tietoja olisivat myös muun muassa tietoja aloitteleville työntekijöille, intran olisi hyvä olla niin sanotusti asiantuntijaorganisaation sisällysluettelo > sieltä pääsee kaikkialle muualle, lomaohjeet, nykyinen Taloinfo-valikko, hallintoasiat ja ohjeet työntekijöille sekä yhtenä tärkeänä organisaatiokaavio. Tärkeää on myös nähdä tytäryhtiöiden ohjeita ja etuja.

Avoimet kysymykset / palautteet

Avoimia kysymyksiä kyselyssä oli yhteensä 3 kappaletta. Avoimet kysymykset on koottu tänne tulosten loppuun, jotta kyselyn tuloksia on helpompi käsitellä ja tulkita. Ensimmäiseen avoimeen kysymykseen eli kysymykseen ”Mitä kehitysideoita sinulla olisi Teamsia ajatellen?” tuli vastauksia 66 kappaletta. Toiseen avoimeen kysymykseen eli kysymykseen ” Mitä kehitysideoita sinulla olisi sisäistä tietopankkia ajatellen?” tuli vastauksia 69 kappaletta.

Kolmanteen avoimeen kysymykseen eli kysymykseen ” Avoin palaute: mitä sinun mielestäsi uudessa intranetissä olisi erityisen tärkeää huomioida?” tuli vastauksia 154 kappaletta. Yhteensä vastaajia koko kyselyssä oli 298 kappaletta, joten avoimiin kysymyksiin on vastattu suhteessa aika vähän.

Mitä kehitysideoita sinulla olisi Teamsia ajatellen?

Tämä kysymys oli avoin kysymys. Tähän tuli positiivisen paljon palautetta. Tässä kootusti pääteemat, jotka nousivat vastauksista ylös.

- Henkilöstö kokee, että Teamsissa on kanavia liian paljon - vanhat ryhmät jäävät roikkumaan.
- Teams sisältää aivan liikaa turhia toimintoja, jotka vain sekoittavat käyttöä. Lisäksi osasto ei oikein ole sisäistänyt näitä kaikkia asiantuntijaorganisaation toiveita Teamsin käytöstä.
- Projektien hallinnassa parantamisen varaa. Isoissa projekteissa asiat hukkuvat massaan ja ei pysty hakemaan keskusteluista jotain tiettyä asiaa.
- Projektien sisäistä viestintää voi käyttää myös Teamsin kautta, näitä mahdollisuuksia pitäisi markkinoida enemmän.
- Koulutusta ominaisuuksista saisi olla vaikka jossain vapaasti opiskeltavissa.
- Olisi hyvä koota jonnekin listaus yleisesti hyödyllisistä Teams-ryhmistä, mihin ehkä olisi hyvä liittyä. Osasto-/ryhmäkohtaisesti tieto kulkee varmaankin tärkeistä ryhmistä, mutta miten yhtiökohtaiset ryhmät? Korona-Teams on tiedossa, mutta onko muita yleishyödyllisiä ryhmiä, mihin olisi hyvä kuulua. Näistä ei käsittääkseni ole vielä juuri tiedotettu, vai eikö sellaisia ole?
- Johto/HR voisi myös siirtyä käyttämään Teamsia. Esim. konserni/yhtiö/osastokohtainen tiedottaminen sähköpostin sijaan?
- Myös esim. Helsingin konttorille pitäisi olla oma kanava, jossa mm. hieronnoille, arvonnoille yms. jokaiselle aiheelle oma kanava. Ja esim. työhyvinvointitoimikunta myös sen alle, kanavan voi luoda salaiseksi, jolloin vain ko. toimikunta sen näkee.
- Teams on kätevä kollegoiden kanssa viestimiseen ja projektiryhmän keskinäiseen yhteydenpitoon. Tiedostonhallintaan se on mahdollottoman kurja.

Mitä kehitysideoita sinulla olisi sisäistä tietopankkia ajatellen?

Sisäiselle tietopankille annettiin paljon kehitysideoita, joka oli positiivista. Henkilöstö kokee, että linkityksien artikkeleista toiseen pitäisi olla kattavampia. Olisi myös tärkeää, että ohjeet olisivat yksinkertaisia ja selkeitä. Sisäisen tietopankin toivotaan myös parempaa hakuominaisuutta.

Wikipediomainen ulkoasu ei miellytä kaikkia. Toive olisi, että ulkoasu olisi selkeämpi ja alusta mahdollisesti täysin eri. Tällä hetkellä ulkoasun ollessa sekava, ei se houkuttele käyttämään sitä.

Suunnitteluohjeet ja mallikuvat jne. pitäisi olla sijoitettuna yhden pääotsikon alle; nyt ne ovat 2-3 eri paikassa. Pääotsikoiden olisi hyvä myös olla nimetty kuvaavammin. Toivotaan myös enemmän materiaalia sisäiseen tietopankkiin.

Tärkeänä pointtina nousi esille myös se, että tukihenkilöt pitäisi nostaa jälleen esille, jotta sisäisen tietopankin käyttö saataisiin nyt aktivoitua ja porukka uskaltautuisi päivittämään/täydentämään ohjeita.

Avoin palaute: mitä sinun mielestäsi uudessa intranetissä olisi erityisen tärkeää huomioida?

Tämä osio sai kiitettävän paljon avointa palautetta, mikä oli toivottavaa. Henkilöstö toivoo, että tuleva uusi intranet olisi osallistava ja sitä olisi mahdollisuus käyttää myös mobiiliversiolla. Vuorovaikutuksellisuus nousee myös henkilöstöllä esiin, ja kommentointimahdollisuutta intran suhteen toivotaan. Selkeys toistuu usein, henkilöstön suurin toive siis on, että vanha ja kankea ulkoasu muuttuu helpommin käytettäväksi.

Selkeyttämiseen liittyen henkilöstö antaa myös vinkkiä, että päällekkäisyyksiä kannattaa miettiä. Tiedon ei tule sijaita joka paikassa, vaan olisi hyvä, että sen löytää yhden ja saman alustan kautta. Intranetistä ei myöskään toivota erilaisten dokumenttien hautausmaata.

Tärkeänä koetaan myös se, että tietoa on helppo hakea. Intrassa tulisi siis olla erillinen toimiva hakukenttä. Myös HR-tietojen toivotaan olevan aikaisempaa helpommin haettavissa. On myös toive, että nykyisen viestitulvan aiheuttama tietoon hukkuminen vähenisi. Eli etusivulla ei jaettaisi turhaa tietoa, vaan kohdistettuja uutisia. Toimipisteille omat sivut. Intran tulee toimia kaikilla selaimilla, jotta ei tule ongelmaa käytettävyyden suhteen.

5 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Kuten olemme tutkimuksessa huomanneet, on henkilöstöllä tarve vuorovaikutukselliseen intranettiin. Henkilöstö haluaa päästä mukaan viestintään ja sen toteuttamiseen. On tärkeää, että eri osastot voivat viestiä omista asioistaan annettujen raamien mukaisesti. Kun koko henkilöstö pääsee mukaan viestintään, ei viestintä tule vain perinteisesti johtoportaalta ylhäältä alaspäin. Näin ollen viestit todennäköisesti tavoittavat helpommin kuulijat ja uutisten sekä muiden viestien lukeminen on mielekkäämpää. On tärkeää, että viestintä on organisaation näköistä ja tavoittaa kaikki paikasta ja ajasta riippumatta.

Informaatiotulva on nykypäivänä läsnä niin omassa arjessa kuin työssä. Tämä näkyy myös kyselyn tuloksissa siten, että intrasta halutaan selkeä paikka, joka on portti muihin järjestelmiin ja tietoihin. Työntekijän ei siis tarvitsisi työpäivän alussa avata kuin vain

intranet, ja tämän avulla hän pääsisi kiinni kaikkiin päivän askareisiin muun muassa yhteystietoihin, eri dokumentteihin ja ohjeisiin. On tärkeää, että intra on helppokäyttöinen työkalu, jonka avulla pystyy hoitamaan muut työt näppärästi.

Nykyinen intranet on ollut ulkoasultaan todella vanha, se on skaalautunut eri näytöille huonosti ja tietoa ei oikein ole löytenyt. On tärkeää, että uusi intranet on moderni ja toimii kaikilla alustoilla ilman ongelmia. Henkilöstön päällimmäinen toive on, että tuleva intranet on selkeä, josta tieto löytyy helposti. Hakukenttä on oltava, ja sen on myös toimittava moitteetta, jotta tarvittavat tiedot löytyvät sujuvasti kiireenkin keskellä.

Tieto ei myöskään saa olla päällekkäistä. Olisi tärkeää, että suurin osa informaatiosta löytyisi suoraan intranetistä ja siellä olisi mahdollisimman vähän erilaisia dokumentteja tai erilaisia linkkejä muille sivustoille. Kuitenkin tärkeintä on, että tieto asustaa yhdessä paikassa. Sujuva työnteko antaa aina paremman lopputuloksen.

Jatkossa on myös tärkeää, että intranet on käytettävissä myös mobiiliversiona. Asiantuntijaorganisaatiossa työskentelee paljon henkilöstöä, jotka eivät välttämättä ole koko ajan tietokoneen äärellä. Täten on tärkeää, että esimerkiksi työmaalla tai muuten liikkeellä oltaessa pääsee intranetiin yhtä vaivattomasti puhelimella, tabletilla kuin tietokoneella.

Kollega- ja ryhmätason viestintää varten Teamsin ja sähköpostin suhteen olisi hyvä luoda yhteiset pelisäännöt. Tällä hetkellä Teamsiin luodaan ryhmiä heppoisinkin perustein ja näin ollen ryhmiä jää projektien jälkeenkin roikkumaan listaan ja se hankaloittaa olemassa olevien projektien tai muiden tietojen etsimistä. Teams-ryhmien osalta hyvä käytäntö voisi olla esimerkiksi se, että kun projekti tai muu asia saadaan päätökseen ja ryhmää ei enää kaivata, voisi tiedostot ja keskustelut arkistoida. Näin ollen aktiivisen Teamsin listoilla ei pyöri passiivisia ryhmiä tai keskusteluita. Sähköpostin ja Teamsin välillä pitää kirkastaa, jotta informaatiotulvaa voitaisiin välttää. On tärkeää tarkentaa, mistä asioista informoidaan sähköpostin välityksellä, mikä Teamsissa ja mikä esimerkiksi intranetin puolella.

Intranetin uudistuksen päätavoitteet:

- Kaikkien yhteinen moderni intranet: hajautettu sisällöntuotanto - avoin viestintä
- M365-työympäristön ja tiedostohallinnan määrittely: selkeät roolit M365-työvälineille ja tiedostohallinnalle
- Sisäisen viestintäkulttuurin muutos ja toiminnan tehostaminen: vähemmän sähköpostia, digitaalinen M365-ympäristö tehokkaaseen käyttöön

6 Pohdinta

Asiantuntijayritys on kasvanut ensimmäisen intranetin perustamisajoilta viimeisen 10 vuoden aikana noin 400 asiantuntijasta yli 1000 asiantuntijan konserniksi. Sisäiseen viestintään tarvitaan toimivat käytännöt ja työkalut, jotta liiketoimintojen ja konserniyritysten välistä viestintää voidaan parantaa. Uusi intranet, M365-työkalujen parempi käyttöönotto ja tiedostohallinnan määrittely helpottavat päivittäistä työtä nopeuttavat sisäistä viestintää ja lisäävät tiedon läpinäkyvyyttä.

Viestintä liiketoiminta-alueena elää päivittäin ja se myös uudistuu nopeasti. Uudet digitaaliset järjestelmät korvaavat vanhoja ja uutta pitää opetella päivittäin. Jos viestinnässä jumahtaa vanhoihin kaavoihin, on vaarana, että tieto ei kulje riittävän nopeasti ja helposti. Viestinnän pitää olla aina ajan tasalla ja perillä yrityksen toiminnoista.

Nykypäivänä viestinnässä korostuu vuorovaikutuksellisuus. Yhä useampi yrityksen henkilöstöstä toivoo ja haluaa päästä vaikuttamaan viestintään. Viestinnällä toki pitää olla asiantuntevat määrätyt tekijät, mutta on hyvä ottaa muutakin henkilöstöä viestintään mukaan. Näin viestinnästä saadaan monipuolista ja kaikkien ääni kuuluville. Myös niin sanottu hiljainen tieto pääsee täten paremmin esille.

Erityisen tärkeää on, että viestintään on varattu tarpeeksi resursseja. Ei riitä, että on luotu uusi hieno intranet. Uutta intranettiä pitää myös päivittää säännöllisesti ja sillä tulee olla jokin vastaava. Vuorovaikutuksellisuuden puitteissa myös henkilöstöllä pitää olla mahdollisuus päivittää intraan uutisia. Oikeuksia intran hallinnointiin pitää jakaa siten, että tietyillä henkilöillä eri tiimeistä on esimerkiksi julkaisuoikeudet. Erikseen on vielä intran pääkäyttäjät ja hallinnoijat.

Tiivistettynä sisäisen viestinnän ja intranetin pitää kulkea ajan mukana. Sisäisen viestinnän pitää pysyä muutoksessa mukana ja olla sitä jopa vähän edellä. Sisäisen viestinnän kanavat pitää olla nykyaikaisia ja viestitulvaa pitää välttää. Sisäisen viestinnän pitää olla kaikkien tavoitettavissa ja ymmärrettävissä.

Sähköiset

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Viitattu 3.11.2021

<http://www.tilastollinentutkimus.fi/7.RAPORTOINTI/TutkimuksenLuotettavuus.pdf>

Kortetjärvi-Nurmi, S; Murtola, K. 2015. Areena: Yritysviestinnän käsikirja. Viitattu

12.10.2020. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789513767921>

Johtakee.fi. 2021 4 tapaa kuinka kehität työyhteisön tehokkuutta vuorovaikutuksen avulla.

Viitattu 31.8.2021 <https://johtakee.fi/tyoyhteison-tehokkuutta-vuorovaikutuksen-avulla/>

Piha, K. 2014. Sisäinen viestintä - käärmettä pyssyyn? Viitattu 22.11.2021

<https://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisinen-viestint-krmett-pyssyyn>

Repo, S. 2021. Viestinnän trendit 2021: Paineet onnistuneelle viestinnälle ovat kasvaneet

eksponentiaalisesti. Viitattu 16.8.2021 <https://viesti.fi/viestinnan-trendit-2021-paineet-onnistuneelle-viestinnalle-ovat-kasvaneet-eksponentiaalisesti/>

Soronen, J. N.D. Organisaation sisäisen viestinnän parantaminen digitaalisten välineiden

avulla. Viitattu 11.12.2021. <https://peda.net/p/jaanasoronen/blogi/osv/osvpdva>

Syrman, S. 2016. Sisäisen viestinnän kanavat - nousijat ja laskijat. Viitattu 31.8.2021

<https://kaikuhelsinki.fi/blogi/sisaisen-viestinnan-kanavat-nousijat-ja-laskijat/>

Työturvallisuuskeskus. N.D. Työkäyttäytyminen. Viitattu 31.8.2021

https://ttk.fi/tyoturvallisuus_ja_tyosuojelu/tyoturvallisuuden_perusteet/tyoyhteiso/tyoyhteisotaidot/tyokayttaytyminen

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa - Määrällisen tutkimuksen perusteet. Viitattu 3.11.2021

<http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Kuviot

Kuvio 1: Sisäisen viestinnän tehtävät (Piha 2014, 12).....	11
Kuvio 2: Tällä hetkellä käytän intranetissä aktiivisesti seuraavia sisältöjä (valitse 5 tärkeintä)	19
Kuvio 3: Mihin järjestelmiin tai sivustoihin toivoisit pääseväsi intranetin kautta (valitse 5 tärkeintä)	20
Kuvio 4: Kuinka usein käytät Teamsia?	20
Kuvio 5: Mihin käytät Teamsia? Voit valita useita vaihtoehtoja	21
Kuvio 6: Kuinka usein käytät sisäistä tietopankkia?	22
Kuvio 7: Mihin käytät sisäistä tietopankkia? Voit valita useita vaihtoehtoja	22
Kuvio 8: Kuinka usein käytät intranetiä?	23
Kuvio 9: Mihin käytät intranetiä? Voit valita useamman vaihtoehdon	23
Kuvio 10: Sisäistä viestintää tehdään monella tasolla organisaatiossa. Arvioi kuinka tärkeä kanava intranet on seuraavien organisaatiotasojen viestintään?	24
Kuvio 11: Uudesta intranetistä on tavoitteena tehdä vuorovaikutuksellinen, kaikkien yhteinen in-tranet, jossa useiden on mahdollista osallistua. Millä organisaatiotasolla sinun olisi tärkeää itse viestiä intranetissä?.....	25
Kuvio 12: Mitä sinun tulisi löytää intranetistä? Arvioi asteikolla 1-5 alla olevien merkityksellisyyttä.....	27

Liitteet

Liite 1: Intranet kysely 35

Liite 1: Intranet kysely

28.8.2020

Vastaa intranetin kehityskyselyyn!

Hei,

Intranet on uudistumassa ja tavoitteena on saada uusi intranet käyttöön ensi vuoden aikana. Haluamme nyt selvittää henkilöstön tarpeita intranetin käyttöön liittyen, sekä yhteiskäyttöä muiden järjestelmien, kuten Teamsin ja sisäisen tietopankin kanssa. Kyselyn vastauksia hyödynnetään intranetin konseptin kehittämiseksi, ja kysely on lisäksi osa Sofia Timosen Laureaan tekemää opinnäytettä koskien yrityksen sisäisiä viestintäkanavia.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Olisi hienoa, jos ehdit vastaamaan ja auttamaan tärkeässä kehitystyössä! Tutkimus on anonymi.

2.9.2020

Hei kaikille,

Intranetin kehityskyselyyn saatiin ensimmäisen viikon aikana yli 200 vastausta – kiitos kaikille jo osallistuneille! Jos et vielä vastannut kyselyyn, ehdit yhä osallistumaan. Kyselyllä selvitetään henkilöstön tarpeita intranetin käyttöön liittyen, sekä yhteiskäyttöä muiden järjestelmien, kuten Teamsin ja sisäisen tietopankin kanssa. Kysely on avoinna 6.9. saakka ja siihen vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia.

Kysely

1. Tällä hetkellä käytän intranetissä aktiivisesti seuraavia sisältöjä (valitse 5 tärkeintä):

- Konzern- ja tytäryhtiöuutiset
- HR-sivusto
- Brändisivusto
- IT tiedottaa
- Myynti
- Projektiohjeet
- Kaikki tarjouksen tekemisestä
- Koulutus
- Strategiasivusto
- Linkit muihin järjestelmiin
- Jokin muu, mikä?

2. Mihin järjestelmiin tai sivustoihin toivoisit pääseväsi intranetin kautta (valitse 5 tärkeintä):

- M-Files
- ValueFrame
- Sisäinen tietopankki
- Sympa
- Talousjärjestelmät
- Teams
- Markkinointimateriaalit
- Linkit lehtien sivuille
- Linkit somekanaviin

- Yrityksen nettisivustot
- Kyselyjärjestelmä
- Jokin muu, mikä?

3. Kuinka usein käytät Teamsia?

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Harvemmin

4. Mihin käytät Teamsia? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Kollegoiden kanssa viestimiseen
- Tiimityöskentelyyn
- Projektityöskentelyyn
- Osaston viestintään
- Organisaation / yrityksen viestintään
- Tiedonhankintaan
- Kalenterin seuraamiseen
- Teams-puheluihin
- Teams-kokouksiin
- Jokin muu, mikä?

5. Onko Teams mielestäsi selkeä?

- Kyllä
- Ei

6. Mitä kehitysideoita sinulla olisi Teamsia ajatellen?

7. Kuinka usein käytät sisäistä tietopankkia?

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Harvemmin

8. Mihin käytät sisäistä tietopankkia? Voit valita useita vaihtoehtoja

- Tiimityöskentelyyn
- Projektityöskentelyyn
- Osaston viestintään
- Organisaation / yrityksen viestintään
- Tiedonhankintaan
- Jonkin muu, mikä?

9. Onko sisäinen tietopankki mielestäsi selkeä?

- Kyllä
- Ei

10. Mitä kehitysideoita sinulla olisi sisäistä tietopankkia ajatellen?

11. Kuinka usein käytät intranetiä?

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Harvemmin

12. Mihin käytät intranetiä? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Tiimityöskentelyyn
- Projektityöskentelyyn
- Osaston viestintään
- Organisaation / yrityksen viestintään
- Tiedonhankintaan
- Jonkin muu, mikä?

13. Onko intranet mielestäsi selkeä?

- Kyllä
- Ei

14. Sisäisestä viestintää tehdään monella tasolla organisaatiossa. Arvioi, kuinka tärkeä kanava intranet on seuraavien organisaatiotasojen viestintään?

- Konsernitason viestintä
- Yritystason viestintä (emoyhtiö, tytäryhtiöt)
- Liiketoimintatason viestintä
- Osaston viestintä
- Ryhmän viestintä
- Kollegoiden välinen viestintä

15. Jos arvioit jonkin organisaatiotason "ei niin tärkeäksi", mikä on mielestäsi oikea paikka tämän tason viestintään?**16. Uudesta intranetista on tavoitteena tehdä vuorovaikutuksellinen, kaikkien yhteinen intranet, jossa useiden on mahdollista osallistua. Millä organisaatiotasolla sinun olisi tärkeää itse viestiä intranetissa?**

- Konsernitason viestintä
- Yritystason viestintä (emoyhtiö, tytäryhtiöt)
- Liiketoimintatason viestintä
- Osaston viestintä
- Ryhmän viestintä
- Kollegoiden välinen viestintä

17. Jos arvioit jonkin organisaatiotason "ei niin tärkeäksi", mikä on mielestäsi oikea paikka tämän tason viestintään?**18. Mitä sinun tulisi löytää intranetista? Arvioi asteikolla 1-5 alla olevien merkityksellisyyttä.**

- Yrityksen pysyväisohjeet
- Projektiohjeet
- Tarjousohjeet
- Konserniuutiset
- Tytäryhtiöuutiset
- Myyntisivusto

- Strategia 2025
- Koulutuskalenteri
- Tapahtumakalenteri
- Koulutusmateriaalit
- Malliasi kirjat
- Lehtien linkit
- Some-kanavien fiidi
- Aineistopankki
- Puhelinluettelo
- Avoimet työpaikat
- Mediaseuranta
- Projektikuulumiset
- Nimitykset yrityksessä
- Linkkejä muihin järjestelmiin
- Tietoa yrityksen palveluista
- Tietoa yrityksen liiketoiminnoista
- Yrityksen yritys/taloustietoja
- Toimialojen markkinatietoa
- Muuta, mitä?

19. Avoin palaute: mitä sinun mielestäsi uudessa intranetissa olisi erityisen tärkeää huomioida?