

Elina Kuitunen

# Intranet osana yrityksen sisäistä viestintää

Kehitysprojekti: Intranetin sisällön kehittäminen

---

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

13.10.2014

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Elina Kuitunen Intranet osana yrityksen sisäistä viestintää. Kehitysprojekti: Intranetin sisällön kehittäminen. 34 sivua + 2 liitettä 13.10.2014
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalouden koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja	Lehtori Minna Kaihovirta-Rapo
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää määrätyiltä osin kohdeyrityksen intranetin rakennetta ja sisältöä. Projektin tavoitteena oli saada parannettua intranetin käytettävyyttä ja tiedon löydettävyyttä, sekä lisätä intranetin sosiaalisia toimintoja, intranet-alustan verbiopäivityksen yhteydessä.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on kehitysprojekti, joka tehtiin keskisuurelle, noin 60 henkeä työllistäväälle suomalaiselle yritykselle. Projekti oli osa kohdeyrityksen intranet kehitysprojektiä, ja keskittyi yrityksen yhden osaston tarpeisiin. Työn viitekehys käsittelee yhteisöviestintää, intranettiä ja verkkotekstien kirjoittamista. Projektin tavoitteet määriteltiin Intranet käyttäjäkyselyn pohjalta. Käyttäjäkysely toteutettiin projektin alkuvaiheessa. Sivustorakenteen ja sisällön kehitysratkaisut pohjautuivat käyttäjäkyselyyn, teoreettiseen taustaan ja käyttäjille tehtyihin haastatteluihin.</p> <p>Projekti toteutui suunnitellussa aikataulussa ja uusi intranet saatiin käyttöön aikataulun mukaisesti. Suurin osa projektin tavoitteista saavutettiin. Intranetin käytettävyyttä onnistuttiin kehittämään joiltain osin. Kaikilta osin käytettävyyttä ei kuitenkaan pystytty kehittämään halutulle tasolle intranet alustan aiheuttamien rajoitusten vuoksi. Tiedon löydettävyyttä parannettiin muuttamalla sivustorakennetta käyttäjälähtöiseksi. Myös sosiaalisia toimintoja lisättiin intranettiin.</p> <p>Intranet on yksi yhteisöviestinnän tärkeä kanava. Kirjoittaja suosittelee yritystä jatkamaan projektia sisällön ylläpitovastuiden määrittelyllä ja käyttäjien jatkokoulutuksella. Sosiaaliset ominaisuudet ovat käyttäjille uusia intrassa, joten niiden käyttöön pitäisi käyttäjiä rohkaista. Raportin kirjoittamisvaiheessa uusi intranet on vasta otettu käyttöön, eikä käyttäjäkokemuksia vielä pystytä arvioimaan. Kirjoittaja suosittelee tekemään käyttäjäkyselyn intranetin käytettävyyteen ja jatkokehitystarpeisiin liittyen siinä vaiheessa, kun käyttäjät ovat tottuneet uuden järjestelmän käyttöön.</p>	
Avainsanat	intranet, yhteisöviestintä, verkkokirjoittaminen, verkkoteksti

Author(s) Title Number of Pages Date	Elina Kuitunen Intranet as a Part of the Company's Internal Communications. Development: Developing Content 34 pages + 2 appendices 13 October 2014
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	
Instructor(s)	Minna Kaihoviirta-Rapo, Senior Lecturer
<p>The purpose of the present thesis was to develop the structure and content of the target company's intranet. The target company is a medium-sized Finnish company of sixty employees. The aim of the project was to improve the usability of the intranet and the accessibility of information as well as to increase the social functions of the intranet in connection to a system update.</p> <p>The present thesis was carried out as a development project. This thesis was a part of an intranet development project in the company and it attended to the needs of one department. The theoretical part defines organizational communication and an intranet as a part of it. The project goals were determined by the basis of an intranet user survey. The user survey was made at the beginning of the project. The site structure and content were developed in the present thesis based on the user survey, as well as on theoretical background and interviews with the users.</p> <p>The project was finished in schedule and the new intranet was in use on time. The objectives of the project were mostly achieved. The usability of the intranet was improved in some parts, but not entirely. Some parts were not improved because of system limitations. The accessibility of information was improved by developing the site structure to be more user-oriented. Social functions were added to the intranet as well.</p> <p>Intranet is one important channel of organizational communication. The author recommends that the company continue the project by sharing the maintenance responsibilities and by training the users. The social features in the intranet are new for the users and that is why author recommends the company to encourage the use of these new social functions. When this report was written, the new intranet had been in use only for a couple of days. After the users have become accustomed to working with the new intranet, the author recommends that the company make a user survey about the usability and further development of the intranet.</p>	
Keywords	intranet, organizational communication, writing for the Web

## Sisälllys

1	Johdanto	1
1.1	Työn lähtökohdat	1
1.2	Toimeksiantaja	1
1.3	Työn muoto	2
1.4	Työn tavoitteet ja rajaukset	2
1.5	Keskeiset käsitteet	3
2	Intranet osana yrityksen viestintää	4
2.1	Yrityksen viestintä	4
2.2	Yrityksen sisäinen viestintä	4
2.3	Sähköinen viestintä	9
2.4	Intranetin rooli yrityksen sisäisessä viestinnässä	11
2.5	Tiedon hierarkiat verkkosivustolla	12
3	Verkkotekstin ominaispiirteet ja lajit	14
3.1	Verkkotekstin ominaispiirteet	14
3.2	Tekstilajit	15
3.2.1	Artikkelit	15
3.2.2	Uutiset ja tiedotteet	16
3.2.3	Verkkokeskustelut	17
3.2.4	Blogit	18
3.3	Kuvien ja linkkien käyttö verkkotekstissä	19
4	Projektin toteutus	20
4.1	Projektiryhmän vastualueet	20
4.2	Projektin aikataulu	21
4.3	Käyttäjäkysely olemassa olevan intranetin käyttäjille	22
4.4	Kehitysprojektin tavoitteet	24
4.5	Kohdeyrityksen intranetin rakenne ja sisältö	25
4.6	Työtilan rakenne ja sisältö	26
4.7	Käyttöönottestaus ja sisällönsyöttö	28
4.8	Käyttäjäkoulutukset	29
4.9	Käyttöönotto	29
5	Johtopäätökset	30
5.1	Projektin tavoitteiden toteutuminen	30
5.1.1	Käytettävyys	30

5.1.2	Tiedon löydettävyys	31
5.1.3	Sisäinen viestintä ja intranetin sosiaaliset ominaisuudet	31
5.1.4	Projekti aikataulut	33
5.2	Toimenpidesuosituks	33
	Lähteet	35
	Liitteet	
	Liite 1. Intranetin käyttäjäkysely	
	Liite 2. Intranet User Survey	

## 1 Johdanto

Yrityksen toimiva sisäinen viestintä on edellytys yrityksen tehokkaalle toiminnalle. Se vaikuttaa myös työntekijöiden viihtyvyyteen työpaikalla. Intranet on tärkeä päivittäin käytettävä viestintäkanava, joka toimii parhaimmillaan vuorovaikutteisesti, ja jonka avulla tietoa voidaan jakaa helposti ja kaikille samanaikaisesti. Tämä opinnäytetyö kuvaa kohdeyrityksen intranetin kehitysprojektia.

### 1.1 Työn lähtökohdat

Opinnäytetyöni on muodoltaan kehittämishanke, joka on toteutettu toimeksiantajan tarpeeseen. Työn tuloksena syntyy intranetin sisältö rakenne osaan kohdeyrityksen intranettiä, ja työ on osa laajempaa intranetin kehitysprojektia. Projektin lähtökohtana on tarve intranetin versiopäivitykselle. Samassa yhteydessä projektiryhmä kehittää myös intranetin sisältöä. Projektin tarkoituksena on saada intranet palvelemaan entistä paremmin käyttäjien tarpeita, tukemaan yrityksen sisäistä viestintää ja parantamaan tiedonkulkua.

Projektin aluksi teen taustakartoituksen käytössä olevan intranetin hyvistä ja huonoista puolista sekä tarpeista ja toiveista uuden intranetin suhteen. Taustakartoituksen pohjalta määritellään projektin keskeisimmät kehitystarpeet, jotka ovat myös minun kehittämishankkeen tavoitteita. Uuden intranetin alustaksi on jo ennen projektin alkua valittu SharePoint 2013, sillä kehitysprojekti toteutetaan intranet -alustan versiopäivityksen yhteydessä.

### 1.2 Toimeksiantaja

Työn toimeksiantaja on keskisuuri suomalainen yritys, jonka vuosittainen liikevaihto on noin 30 miljoonaa euroa. Kohdeyrityksen palveluksessa työskentelee kaiken kaikkiaan noin 60 henkeä. Yrityksen pääkonttori sijaitsee Suomessa, lisäksi sillä on tytäryhtiöt Kiinassa ja Saksassa.

Yritys suunnittelee ja markkinoi tuotteensa itse, lisäksi sillä on omia myymälöitä kotimaassa. Yrityksen tärkeimmät markkina-alueet ovat kotimaan lisäksi Keski-Euroopan

maat. Kaiken kaikkiaan yrityksen tuotteita myydään yli 15 maassa ympäri maailmaa. Yritys tuottaa tuotteensa alihankkijoillaan Kauko-Idässä, Etelä-Euroopassa ja Suomessa.

### 1.3 Työn muoto

Opinnäytetyöni on muodoltaan toiminnallinen työ, joka tehdään kehittämistutkimuksena. Kehittämistutkimuksen tarkoituksena on poistaa jokin ongelma tai kehittää jotain asiaa tai prosessia paremmaksi (Kananen 2012, 44). Käytännön toiminnan ymmärtämisellä on suuri merkitys kehittämistutkimuksen toteuttamisessa.

Työn teoreettinen viitekehys käsittelee yrityksen sisäistä viestintää, intranettiä viestintäkanavana ja verkkotekstin kirjoittamista. Teoriatausta auttaa projektin toteutuksessa arvioidessani eri toiminnallisuuksien hyödyllisyyttä ja rakenteen toimivuutta. Raporttini jakautuu teoriaosioon, projektin toteutusta ja tehtyjä ratkaisuja kuvaavaan osioon sekä johtopäätöksiin.

### 1.4 Työn tavoitteet ja rajaukset

Projektin tavoitteena on kehittää intranetin sisältöä ja rakennetta niin, että se olisi käyttäjäystävällisempi, tarvittavan tiedon löytäminen intranetistä olisi entistä helpompaa, ja että intranet palvelisi paremmin yrityksen sisäistä viestintää. Kohdeyrityksessä on ennestään käytössä intranet, jonka käyttö on osassa yritystä hyvin aktiivista, kun taas osassa yritystä käyttö on lähes olematonta. Tavoitteena on saada intranet palvelemaan paremmin käyttäjien tarpeita, jotta se ei jäisi jatkossa käyttämättä heikon käytettävyyden takia. Intranetistä halutaan myös tehdä sähköpostin sijaan ensisijainen viestintäkanava yrityksen yleisistä asioista viestittäessä. Edellä mainitut tavoitteet ovat sekä koko projektin tavoitteita, että myös minun tavoitteitani oman osuuteni työstämisessä. Sisällön ja rakenteen kehittäminen tapahtuu intranet-alustan versiopäivityksen yhteydessä.

Kohdeyrityksen intranetin kehitysprojektista vastaa projektiryhmä, jonka jäsenenä minä toimin. Projekti voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat tekninen toteutus, visuaalinen ilme ja sisältö. Yrityksen IT-osasto vastaa intranetin teknisestä toteutuksesta ja markkinointiosaston edustaja visuaalisen ilmeen vastaavuudesta yrityksen ylei-

seen visuaaliseen ilmeeseen. Koko yrityksen osalta intranetin rakenne määritellään koko projektiryhmän yhteistyönä, samoin kuin käyttöönotettavat toiminnot. Itse keskityn erityisesti yhden työtilan rakenteen suunnitteluun ja toteutukseen, sisällön tuottamiseen, sekä tarvittavien toimintojen kehittämiseen. Kyseisen työtilan käyttäjät tekevät yhteistyötä yrityksen Suomen ja Kiinan toimipisteiden välillä. Tiedon ajantasaisuuden, viestinnän toimivuuden ja vuorovaikutteisuuden vaatimukset korostuvat erityisesti tässä työtilassa, jonka käyttäjät tulevat eri kulttuureista ja ovat työssään tiiviisti yhteydessä yli maarajojen. Projektiryhmän jäsenenä olen mukana kokonaisprojektin toteutuksessa, mutta tässä raportissa esittelen vain ne projektin osiot, joista olen itse vastuussa tai joiden määrittelyssä oma osuuteni on merkittävä.

### 1.5 Keskeiset käsitteet

Intranet on yrityksen sisäinen tietoverkko, joka mahdollistaa tiedon jakamisen samanaikaisesti, ajantasaisesti ja nopeasti koko henkilöstölle. Se myös helpottaa tiedon- ja osaamisen siirtoa liiketoimintaryhmien ja yksiköiden välillä. Tiedon päivittäminen intranettiin on hyvin helppoa. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 89.)

Sosiaalinen intranet on intranet, johon on yhdistetty sosiaalisen median toimintoja. Se mahdollistaa laajan yhteistyön ja osaamisen jakamisen työpaikoilla. Sosiaaliset intranetit yleistyvät työpaikoilla jatkuvasti ja ne määrittävät uudelleen yritysten sisäisen viestinnän. (Williams 2011, 28.)

Työtila on määrätyn käyttäjäryhmän käytössä oleva osia intranetistä. Sharepoint 2013 -alustan työtilassa käyttäjät voivat jakaa tiedostoja, kirjoittaa viestejä, tykätä toisten käyttäjien viesteistä ja seurata dokumentteja tai muita käyttäjiä. Työtilan jäsen voi myös tilata sähköpostihälytyksiä merkitsemistään kohteista. (Anderson 2012, 19.)

Metatieto on tietoa tiedosta. Se kuvailee ja määrittää tiedon sisältöä tai asiayhteyttä. Metatieto helpottaa tiedon löydettävyyttä tietojärjestelmistä. Metatiedosta on hyötyä muun muassa versionhallinnan, prosessien toiminnan ja tietojen arkistoinnin kehittämisessä. (Yhteentoimivuus.fi 2014.)



## 2 Intranet osana yrityksen viestintää

### 2.1 Yrityksen viestintä

Viestinnän avulla mahdollistetaan yrityksen toimintojen toteutuminen. Se on olennainen osa yrityksen johtamista. Viestinnän avulla yritys määrittelee ja tuo esille sen mitä se haluaa olla. Lisäksi viestintää käytetään yhteisten tavoitteiden luomiseen, delegointiin, koordinointiin, motivointiin ja palautteen antoon. Toisekseen viestintä mahdollistaa tuotannon, markkinoinnin ja myynnin. Jotta nämä toiminnot onnistuvat, on viestinnän yrityksestä eri sidosryhmille toimittava hyvin. Kolmanneksi viestinnän avulla hoidetaan yrityksen informointi ja profilointi. Informointia on sekä yrityksen sisäinen että ulkoinen viestintä. Sisäisen viestinnän avulla voidaan sen onnistuessa motivoida työntekijöitä. Ulkoisille sidosryhmille tiedottamalla puolestaan tehdään yritys tunnetuksi ja tiedotetaan tapahtumista. Profiloinnin avulla luodaan haluttua yrityskuvaa, mikä on pitkäjänteistä ja jatkuvaa sidosryhmiin vaikuttamista. Neljänneksi viestinnän avulla hoidetaan yrityksen rekrytointi ja perehdyttäminen. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 8-9.)

Yrityksen viestinnän pitäisi aina olla tavoitteellista ja tukea yrityksen liiketoimintaa. Viestintä tukee liiketoimintaa parhaiten silloin, kun yrityksen johto suunnittelee mitä, miten, milloin ja kenelle se viestii. Myös sanomien sisältö pitäisi olla suunnitelmallista, samoin käytännön järjestelyjen ja viestimiseen käytettävien resurssien. Myös henkilöstön kommunikointikyky ja kommunikoinnin mahdollistavat rakenteet ovat tärkeä osa henkilöstön osaamisen mahdollisimman hyvää hyödyntämistä. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 8-9; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 13-14.) Tässä projektissa keskitytään puhtaasti yrityksen sisäiseen viestintään, sillä intranet on ainoastaan yrityksen sisäisessä käytössä.

### 2.2 Yrityksen sisäinen viestintä

Yhteisöviestinnällä tarkoitetaan kaikkea yrityksen tai yhteisön sisällä, sekä yrityksen ja sen sidosryhmien välillä tapahtuvaa viestintää. Yhteisöviestintä voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sosiaalisen median myötä sisäisen ja ulkoisen viestinnän ero on entistä hankalampi määritellä. Yhteisöviestintä sisältää niin vuorovaikutteista viestintää, kuin yksisuuntaista tiedottamista. Viestintä työpaikoilla on hyvin monimuo-

toista, kuten epävirallisia ja virallisia keskusteluita kasvotusten, puhelimitse, sähköpostitse sekä muistioiden ja raporttien muodossa. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 13.)

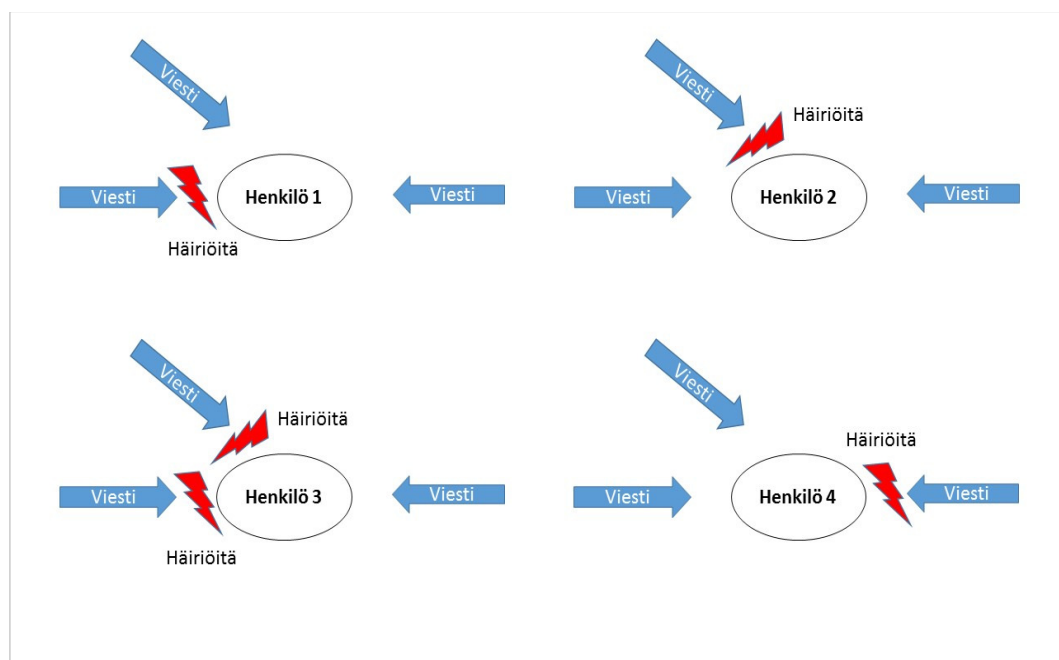
Sisäinen viestintä tukee yrityksen tavoitteiden saavuttamista. Henkilöstö on tärkeä sidosryhmä jokaisen yrityksen viestinnässä. Viestintä onkin tärkeä johtamisen väline. On tärkeää, että henkilöstö tietää yrityksen ja oman yksikön tavoitteet, sekä hahmottaa sen, mikä on jokaisen oma osuus niissä, ja mitkä tavoitteista on saavutettu. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 105.)

Työnantajan tiedotusvelvollisuus henkilöstölle määritellään yhteistoimintalaissa, joka velvoittaa työnantajaa tiedottamaan mm. tilinpäätöksestä, yrityksen taloudellisesta tilasta, tuotanto- ja toimintanäkymiin perustuvasta henkilöstösuunnitelmasta, henkilöstöryhmien palkkatilastoista, henkilöstöasioiden hoidon yleisperiaatteista ja toimintaorganisaatiosta sekä muutoksista edellä mainituissa asioissa. Menestyäkseen yrityksen on kuitenkin otettava henkilöstö mukaan suunnitteluun ja pidettävä se hyvin ajan tasalla. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 105; Laki yhteistoiminnasta yrityksissä, 1§.)

Toimivalla tiedottamisella saadaan sitoutettua henkilöstöä. Tämä tapahtuu yrityksen arvoista, visiosta ja strategiasta keskustelemista yhdessä työntekijöiden kanssa. Pohdinnan ja keskustelun kautta henkilöstö sisäistää toiminnan tavoitteet ja ne muuttuvat konkreettiseksi toiminnaksi, joihin henkilöstö on sitoutunut. Tiedottamisen avulla voidaan myös tehdä muutoksia hallitusti. Henkilöstö aistii muutostilanteissa, että jotain on tapahtumassa. Mikäli muutoksista ei tiedoteta, kulkee tieto epävirallisten viestintäkanavien kautta. Tällainen tieto voi olla liioiteltua ja vääristynyttä ja aiheuttaa levottomuutta henkilöstön keskuudessa. Tiedon panttaus myös kiristää ilmapiiriä ja vähentää työmotivaatiota. Mikäli ei ole mitään kerrottavaa, sekin on hyvä kertoa. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 106.)

Yrityksen johto vastaa ulkoisen viestinnän lisäksi myös sisäisestä viestinnästä. Suuryrityksissä on oma organisaationsa tiedottamiseen, tällöinkin johto ja esimiehet määrittelevät ja hyväksyvät tiedotteiden sisällön. Kanava ja esitystapa tiedottamiselle valitaan sisällön, kiireellisyyden ja kohderyhmän mukaan. Sisäinen viestintä on paitsi henkilöstöhallinnon toiminto, myös osa johtamista ja esimiestyötä. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 109.)

Tyytyväisyyden omaan työhön ja tyytyväisyyden työyhteisön viestintään on lukuisissa tutkimuksissa osoitettu olevan sidoksissa toisiinsa. Viestintätyytyväisyys puolestaan on sidoksissa johtamistyyliin ja viestinnän sisältöihin. Viestinnässä ongelmallista saattaa olla riittävän ja juuri oikean tiedon jakaminen. Lohtaja-Ahonen ja Kaihovirta-Rapo korostavat, että viestintävastuu kuuluu myös jokaiselle yrityksen työntekijälle. Mikäli intranet on aktiivisessa käytössä, on se hyvä foorumi tiedottaa asioista nopeasti ja kaikille samanaikaisesti. Kuten Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen ja Ollikainen on maininnut, täytyy myös sisäisessä viestinnässä viestiä tehostaa muiden kanavien avulla, jotta viesti saavuttaa kohderyhmänsä varmasti. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 106; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 13-14.)



Kuvio 1. Useaa viestintäkanavaa käyttämällä viesti saavuttaa kohderyhmänsä todennäköisemmin kuin pelkästään yhtä kanavaa käyttämällä.

Kuviossa 1 olen havainnollistanut, kuinka saman viestin perillemeno eri henkilöille voi vaihdella. Mikäli käytetään useampaa kuin yhtä viestintäkanavaa, saavuttaa viesti todennäköisemmin vastaanottajansa kuin vain yhtä viestintäkanavaa käyttämällä. Häiriöt viestin kulussa voivat johtua esimerkiksi teknisistä ongelmista tai viestin ymmärrettävyydestä.

Sisäisen tiedottamisen tavoitteita ovat tiedonkulku, vuorovaikutus ja sitoutuminen. Henkilöstön on saattava riittävästi tietoa, jotta he pystyvät näkemään oman roolinsa

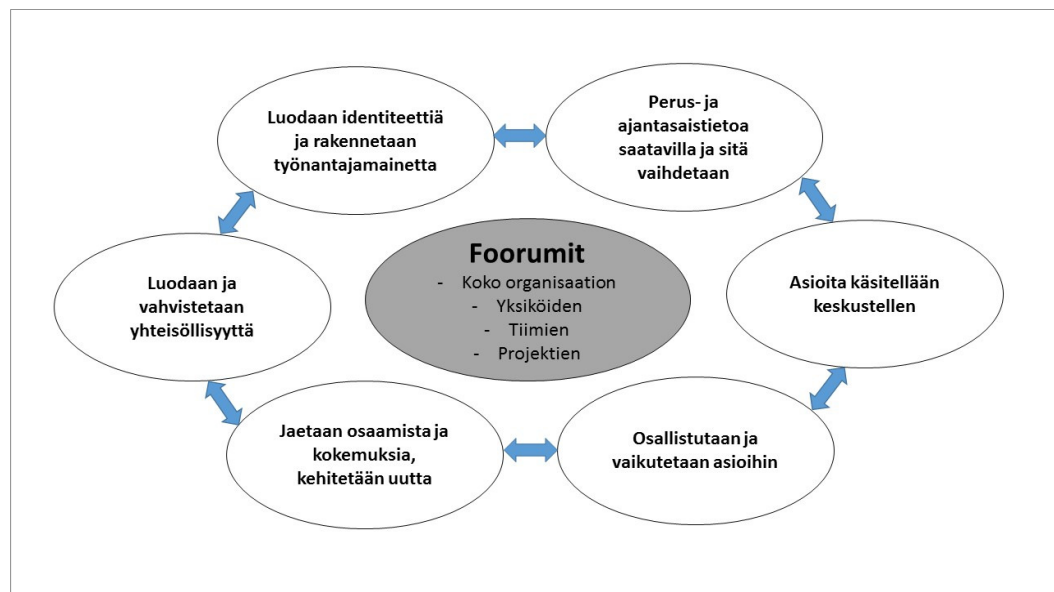
yrittäjien tavoitteiden saavuttamisessa. Vuorovaikutuksen avulla edistetään me-henkeä ja avoimuutta. Asioiden syyt ja seuraukset on syytä kertoa avoimesti ja rehellisesti. Osa yrityksen sisäisestä viestinnästä on virallista ja osa epävirallista viestintää. Virallinen viestintä on määrättyä muotoa noudattavaa viestintää, kuten kehityskeskustelut ja viikkopalaverit. Epävirallista viestintää puolestaan ovat esimerkiksi kasvokkain käytävät keskustelut ja sähköisillä foorumeilla käytävät keskustelut työkavereiden ja ystävien kanssa. Epävirallinenkin viestintä on tärkeää ja yritys voi vaikuttaa myös siihen yrityskulttuuria kehittämällä, mutta se tapahtuu hitaasti. Epävirallisen viestinnän myötä yrityksen sisäinen viestintä muuttuu myös osaksi ulkoista viestintää työntekijöiden käydessä keskusteluita organisaation ulkopuolisten henkilöiden kanssa. Epäviralliseen vuorovaikutukseen voidaan järjestää mahdollisuuksia saattamalla keskusteluihin työntekijöitä, jotka eivät normaalisti tee töitä keskenään. Tällaisista keskusteluista voi kuitenkin syntyä uusia ideoita asioiden hoitamiseksi. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 108; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 14.)

Sisäisen viestinnän merkitys on korostunut yhteiskunnan ja työelämän rakenteellisen muutoksen myötä. Työyhteisöt eivät ole enää selkeärajaisia, vaan työtä tehdään organisaatorajat ylittävissä verkostoissa. Myös viestintäteknologian kehitys reaaliaikaista ja vuorovaikutteista kommunikaatiota tukevaksi on vauhdittanut tätä muutosta. Ylhäältä alas tiedottamista tarvitaan edelleen, mutta sen rinnalla tarvitaan vastuullista dialogia, johon kuuluu tiedon, osaamisen ja kokemusten vaihtoa. (Juholin 2013, 174-175.) Intranetin keskustelualueet ovat yksi mahdollisuus yrityksen sisäiseen dialogiin. Keskustelualueet voivat olla koko yrityksen työntekijöiden tai määrätyn ryhmän käytettävissä aihealueesta riippuen. Tämä mahdollistaa keskustelut, joiden osallistujat voivat toimia jopa eripuolilla maailmaa. Tällaiset keskustelualueet voivat avata myös mahdollisuuden sellaisten henkilöiden väliseen keskusteluun, jotka eivät normaalisti työskentele keskenään. Keskustelualueet ovat yksi kanava vapaamuotoiselle sisäiselle viestinnälle ja niiden avulla voidaan myös kohdeyrityksessä parantaa sisäistä viestintää.

Viestinnän keinot ja kanava on valittava kohderyhmän mukaan, jotta kohderyhmä todella tavoitetaan. Viesti voi jäädä menemättä perille mikäli kanava on väärä, viestin sisältö on väärä tai viesti on väärin muotoiltu. Osa viestintäkanavista toimii vain sisäisessä viestinnässä, osa vain ulkoisessa. Jotkut kanavat puolestaan toimivat molemmissa. Viestintäkanavien valintaan vaikuttaa myös se, missä elinkaaren vaiheessa yritys on, sillä eri vaiheissa yrityksellä on tarve viestiä erilaisista asioista. Viestintä tavoit-

taa kohderyhmänsä paremmin, mikäli viesti välitetään useaa kanavaa pitkin. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 17-19.)

Juholin (2013, 178) on esittänyt Työyhteisöviestinnän uusi agenda -mallin, jossa hän jäsentää viestintää työyhteisössä ja työelämässä. Se perustuu ajatukseen, jonka mukaan viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset toimivat sekä tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia vastuullisesti ja itseohjautuvasti. Juholin näkee viestinnän työyhteisön jäsenten ja siihen läheisesti kuuluvien keskinäisviestintänä, jonka pohjana on organisaation kaikille samanaikaisesti ja saman sisältöisesti tuotettu tieto. Hänen mallissaan keskeisiä asioita on tiedon ajantasaisuus, merkityksellisten asioiden vuorovaikutteinen käsittely, rento ja arvostava tunnelma ja kunnioitus, jokaisen mahdollisuus vaikuttaa, yhdessä oppiminen ja osaamisen jakaminen sekä se että työnantajamaine on osa jokaisen työtä. Kaikkien edellä mainittujen asioiden pitäisi tapahtua avoimilla tiedonvaih-dannan ja vuoropuhelun foorumeilla. Kuvio 2 kuvaa Juholinin mallia. (Juholin 2013, 177-178.)



Kuvio 2. Työyhteisöviestinnän foorumit. (Juholin 2013, 179.)

Työyhteisöviestinnän foorumeilla toimii työyhteisön jäsenten lisäksi kumppaneita ja sidosryhmien edustajia. Työyhteisöviestinnän uusi agenda -mallin mukaan viestintä on osa kaikkea tekemistä ja elämistä työyhteisössä, ei muusta toiminnasta erillinen toiminto. (Juholin 2013, 179.)

Itse pidän Juholinin mallia hyvin todenmukaisena siinä mielessä, että keskinäisviestintää tapahtuu jatkuvasti työn ohessa, osa virallisessa ja osa epävirallisessa muodossa. En kuitenkaan usko, että kaikki viestintä todellisuudessa tapahtuu avoimilla foorumeilla. Mielestäni keskustelua voidaan kuitenkin ohjata niille jakamalla tietoa teorian mukaan samanaikaisesti ja saman sisältöisesti kaikille, sekä luomalla foorumeita joilla asioista voidaan keskustella avoimesti ja kunnioittavasti. Mielestäni mallin mukaisella toiminnalla voidaan saada esiin ajatuksia ja toimintamalleja, jotka muuten voisivat jäädä käytäväkeskusteluiksi ja unohtua.

### 2.3 Sähköinen viestintä

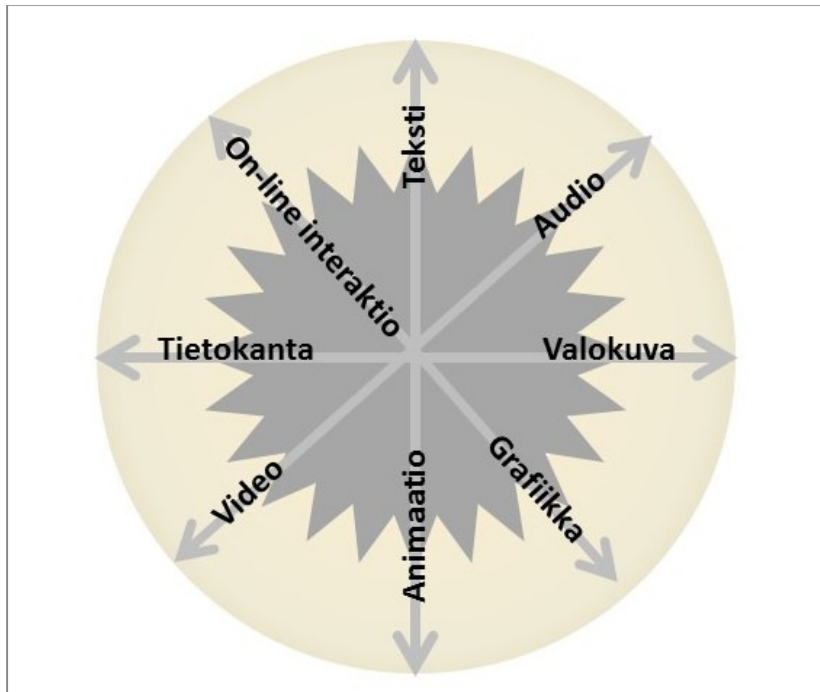
Sähköinen viestintä on parhaillaan ajasta ja paikasta riippumatonta vuorovaikutteista viestintää. Sähköisen viestinnän kanavia ovat tekstiviestit, sähköposti, verkkoviestintä sekä erilaiset sosiaalisen median palvelut, kuten Facebook. (Juholin 2013, 322-323.) Yrityksen sisäisessä viestinnässä tutuin sähköinen kanava on sisäinen verkkoviestintä eli intranet, joka parhaillaan pitää sisällään ominaisuuksia myös muista sähköisen viestinnän kanavista. Jotta sähköiset kanavat koituisivat yrityksen hyödyksi, on myös organisaation muututtava uuden tekniikan mukaisesti. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 91.)

Pääasiassa sosiaalisen intranetin kautta kommunikoivat työntekijät saavuttavat hyviä työtuloksia, minkä lisäksi he solmivat virtuaalisia suhteita (Intranet Communication in Workplaces 2012, 5-6). Intranetin kehitysprojektissa pyritään kohdeyrityksen perinteiseen intranettiin tuomaan ominaisuuksia perinteisen intranetin ulkopuolella ja näin lisäämään intranetin sosiaalisia ominaisuuksia. Kuten Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen ja Ollikainen (2009, 91) on maininnut, on myös organisaation muututtava, ja tämä pitää huomioida myös kohdeyrityksessä, jotta uuden intranetin ominaisuudet eivät jää kokonaan käyttämättä. Koska Juholinin (2013, 178) työyhteisön uusi agenda -mallin mukaan ihmisen viestivät siellä missä toimivat, pitäisi dialogin siirtyä luonnollisesti intranettiin, mikäli muukin toiminta tapahtuu siellä ja tarvittavat toiminnot ovat käytössä.

Verkkosivujen toimivuutta arvioidaan usein sisällön, asiakaspalvelun, linkkien, orientaation (palvelun kokonaisuuden hahmottaminen), navigoinnin ja käytettävyyden perusteella. Viestinnällisiä arviointiperusteita ovat luettavuus, käytettävyys, ytimekkyys, ymmärrettävyys, esteettisyys, yhteneväisyys yhtiön muun aineiston kanssa ja erikielisten versioiden käyttömahdollisuus. Sähköisessä viestinnässä hypertekstistä on mahdollista

siirtyä muihin teksteihin ja dokumentteihin kiinnostuksen mukaan ja lukijan haluamassa järjestyksessä. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 88-89.) Kohdeyrityksen vanhassa intranetissä erityisesti käytettävyys ja ajantasaisen tiedon löytyminen arvioitiin heikoksi ja nämä tulevatkin varmasti olemaan suuressa roolissa siinä, kuinka hyvin uusi intranet otetaan vastaan.

Digitaalisen viestinnän ymmärtäminen vaatii medialukutaitoa. Vuorovaikutteisesta ja audiovisuaalisesta kokonaisuudesta on osattava hahmottaa viestinnälliset rakenteet. Tekstin sanomaa voidaan digitaalisessa viestinnässä tukea muilla elementeillä, kuten ääni, valokuva, grafiikka, animaatio, video, tietokantahaku ja vuorovaikuteisuus. Mediaelementtejä on kuvattu kuviossa 3. Vuorovaikuteisuus verkossa voi olla koneen ja ihmisen, ihmisen ja sisällön tai useiden ihmisten välistä. (Juholin 2013, 313-314.)



Kuvio 3. Mediaintegraatio eli multimediallisuus on tulosta kahdeksan mediaelementin sovittamisesta kerronnallisesti ja rakenteellisesti oikein toimivaksi kokonaisuudeksi. (Juholin 2013.)

Mediatajulla tarkoitetaan kykyä hyödyntää monimediaympäristön viestinnällisiä elementtejä niin, että niiden yhdistelmästä syntyy tehokasta viestintää. Sähköinen media eroaa perinteisestä mediasta merkittävästi, sillä sitä selataan ja käyttäjä voi itse valita mitä haluaa lukea tai katsoa. Siksi viestinnässä tarvitaan uudenlaista mediatajua, ja

Juholinin mukaan viestinnässä on huomioitava entistä tarkemmin käyttäjän näkökulma. Kortetjärvi-Nurmen, Kurosen ja Ollikaisen (2009) mukaan kirjoittajan ei kuitenkaan tarvitse miettiä kohderyhmää yhtä tarkasti kuin perinteisessä mediassa juuri samasta syystä, että lukija voi itse valita mitä haluaa tarkastella lähemmin. Heidänkään mukaansa kohderyhmää ei pidä täysin unohtaa, vaan on syytä miettiä mitä tietoja kohderyhmä tarvitsee ja haluaa. Sosiaalinen media muuttaa myös yritysviestintää yksinpuhelusta dialogiksi. (Juholin 2013, 315-316; Kortetjärvi-Nurmi & Kurosen & Ollikainen 2009, 88-89.)

#### 2.4 Intranetin rooli yrityksen sisäisessä viestinnässä

Intranet mahdollistaa tiedon jakamisen samanaikaisesti, ajantasaisesti ja nopeasti koko henkilöstölle. Se myös helpottaa tiedon- ja osaamisen siirtoa liiketoimintaryhmien ja yksiköiden välillä. Tiedon päivittäminen intranettiin on myös hyvin helppoa. Tiedon luokittelu ja jäsentäminen on intranetissä tärkeää. Ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet on oltava helposti löydettävissä ja erotettavissa pysyvämmistä taustatiedoista. Taustatiedot, kuten organisaatorakenne sekä erilaiset ohjeistukset ja materiaalit puolestaan on oltava löydettävissä aina, kun joku niitä tarvitsee. Sosiaalisen median palvelut täydentävät intranetin perinteisiä ominaisuuksia. Sosiaalisen median palveluihin käyttäjät tuottavat itse sisältöä, ja niissä käyttäjät ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Sosiaalisen median palveluita ovat mm. keskustelupalstat, chatit, palautelomakkeet ja sähköinen ilmoitustaulu. (Juholin 2013, 216-217; Kortetjärvi-Nurmi & Kurosen & Ollikainen 2009, 89, 113.) Projektissani olen keskittynyt erityisesti tiedon löydettävyyden parantamiseen ja sosiaalisten ominaisuuksien lisäämiseen, sillä ne olivat projektin päätavoitteita.

Intranet pitäisi suunnitella käyttäjälähtöisesti. Käyttäjän pitää kokea intranet häntä palvelevaksi työkaluksi, josta löytyy tarvittavat ominaisuudet tehokkaaseen työntekoon. Tehokkaassa intranetissä tiedon tuottajat voivat itse julkaista tietonsa muiden nähtäväksi ja käytettäväksi. Tarvittava tieto pitää olla kaikkien tietoa tuottavien muokattavissa ja sitä tarvitsevien nähtävissä. Intranet ei ole pelkkä työnteon apuväline, vaan se on yrityksen tapa toimia. Toimivan intranetin pitää kuitenkin sisältää liiketoiminnan kannalta oleellista tietoa, työkaluja ja yhteistyöalueita. (Juholin 2013, 324-325.) Siirtämällä työn tekeminen intranettiin, voidaan myös vähentää sähköpostin määrää. Tästä hyvä esimerkki on Gasumissa toteutettu intranetin kehitysprojekti, jossa muun muassa kokousaineistojen ja kokousvalmisteluiden siirtämisellä intranettiin saatiin sähköpostin lähettely vähenemään (Seies 2013).



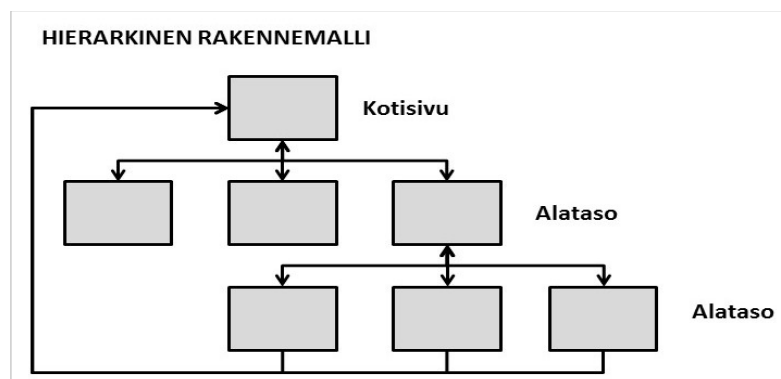
Mikäli intranetistä löytyy kaikki työnteon kannalta olennaiset tiedot ja ohjeistukset, on se myös hyvä apuväline uusien työntekijöiden perehdyttämiseen. Uudet työntekijät kokevat intranetin hyvänä paikkana tutustua yritykseen, sillä kasvokkain keskustellessaan he helposti paljastavat mikäli eivät ole jostain asiasta erityisen kiinnostuneita, intranetistä he voivat kuitenkin lukea haluamansa aineiston (Intranet Communication in Workplaces 2012, 5-6).

Sosiaalisen median toimintojen lisääminen intranettiin muuttaa yrityksen sisäistä viestintää. Niiden käyttöön pitäisi yrityksissä luoda selkeät ohjeistukset. Intranetin sosiaalisten ominaisuuksien käytössä pitäisi muistaa huomioida käyttäjien yksityisyydensuoja, luottamuksellisen tiedon käsittely ja tekijänoikeusasiat. (Williams 2011, 30.)

Williamsin mukaan sosiaalisten ominaisuuksien lisääntyminen intraneteissa on tuonut mukanaan myös mahdollisuuden käyttäjien toiminnan ja sisällön mittaamiseen ja analysointiin. Mikäli näin tehdään, pitäisi käyttäjien olla tietoisia siitä, että heidän kommunikointiaan mitataan, miksi sitä tehdään ja mihin tietoa käytetään. Syitä mittaamiseen voi olla muun muassa halu tukea työntekijöitä entistä tehokkaammin ja tuottaa työntekoa helpottavaa tietoa työnteon tehostamiseksi. (Williams 2011, 30.)

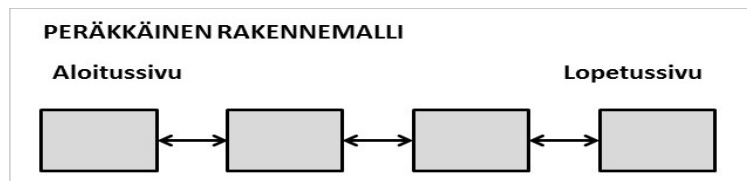
## 2.5 Tiedon hierarkiat verkkosivustolla

Tiedon hierarkiat muodostuvat sen mukaan, miten linkkien kautta pääsee navigoimaan sivulta toiselle. Erilaiset hierarkiat sopivat eri tarkoituksiin. Kuvioiden 4-6 kaaviot esittelevät erilaisia tiedon hierarkian muotoja. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 92.)



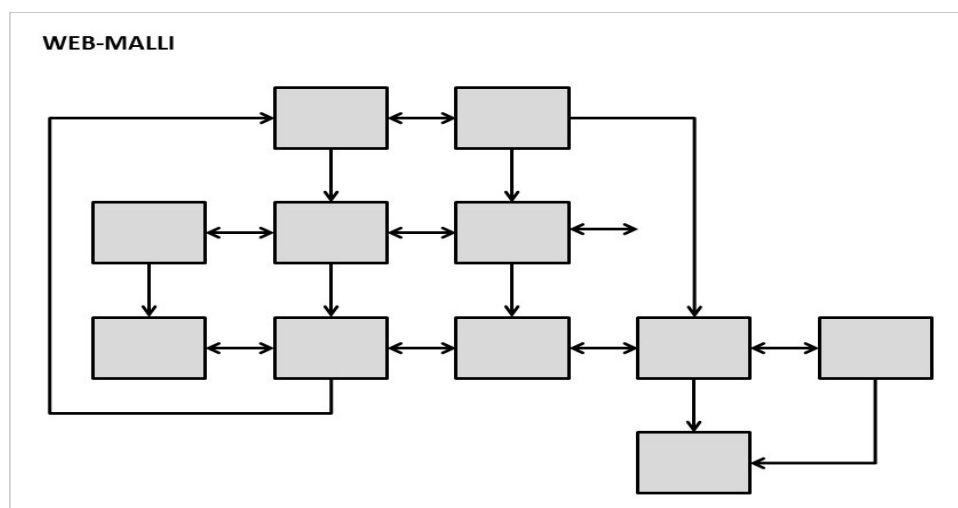
Kuvio 4. Hierarkinen rakennemalli (Alasilta 1998.)

Internetsivuston hierarkinen rakennemalli rakentuu siten, että aloitussivulta pääsee sisällysluettelon kautta seuraavalle tasolle ja jokaiselta alisivulta puolestaan takaisin aloitussivulle. Hierarkinen malli on yleinen yritysten kotisivujen rakennemalli. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 92.) Hierarkinen malli sopii mielestäni myös intranetin rakennemalliksi. Työskentelyä kuitenkin helpottaa, mikäli navigaatiossa on mahdollista ainakin jollain tasolla siirtyä alisivuilta myös muualle kuin takaisin Etusivulle. Navigaatiota voidaan myös helpottaa sillä, että sivustorakenteesta ei tehdä liian monimutkaista.



Kuvio 5. Peräkkäinen rakennemalli (Alasilta 1998.)

Peräkkäistä rakennemallia käytetään koulutusaineistoissa, sillä siinä lukija ohjataan lukemaan aineisto ennalta määrättyssä järjestyksessä alusta loppuun (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 92). Peräkkäinen rakennemalli ei mielestäni sovi intranetin rakennemalliksi, sillä se on mallina liian yksinkertainen ja suoraviivainen. Yrityksen intranetissä on kuitenkin syytä jaotella asioita usealla tasolla, ja navigoinnin sivujen välillä on oltava vaivatonta.



Kuvio 6. Web-malli (Alasilta 1998.)

Web-mallin johdonmukaisuutta ei voida ennakoida, sillä lukija voi tässä mallissa siirtyä vapaasti sivulta toiselle. Tämän rakenteen ongelma on se, että haluttua tietoa voi olla vaikea löytää. Mallia käytetään viihteellisten sivujen rakenteena. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 92.) Intranetissä tiedon löydettävyys on yksi tärkeimmistä asioista, siksi Web-malli ei mielestäni liian monimutkaisen rakenteen vuoksi sovellu intranetin rakenteeksi.

Kohdeyrityksen projektissa intranetin rakennemalli on lähinnä hierarkkinen rakennemalli. Tämä johtuu pääasiassa siitä, että intranetin alustaksi valikoitui erään toimittajan SharePoint 2013:n päälle rakentama intranet tuote. Kyseisessä tuotteessa rakenne on hierarkkinen rakennemallin mukainen. Mielestäni se on myös tarkoitukseen parhaiten soveltuva rakennemalli.

### **3 Verkkotekstin ominaispiirteet ja lajit**

#### **3.1 Verkkotekstin ominaispiirteet**

Verkkokirjoittamisessa otsikoinnin on oltava tarkkaan mietittyä, jotta otsikoiden perusteella löydetään haluttu tieto. Valikoiden ja välilehtien otsikoinnin tulee olla lyhyttä ja perustua yhteen tai kahteen sanaan. Niissä tulee käyttää lukijalle tuttuja vakiintuneita termejä. Liian pitkät sanat ovat vaikeasti luettavia ja huonosti rivittyviä. Lyhenteet ja numerot ovat myös vaikeasti luettavia ja silmiinpistäviä, siksi niitäkään ei suositella käytettävän valikoissa tai välilehtien otsikoissa. Itse tekstin otsikointi voi kuitenkin olla kuvailevampi ja jopa kantaa ottava. Verkkotekstissä pitää muistaa kertoa mahdolliset lähteet ja luoda linkit niihin. Linkkien toimivuus tulisi myös tarkistaa säännöllisin väliajoin. (Kortesuo 2012, 24-25; Kortesuo 2014, 29.) Mielestäni yrityksen intranetissä otsikoinnin tärkeyttä ei voi liikaa korostaa. Otsikoiden on oltava lyhyitä, mutta kuitenkin riittävän kuvaavia, jotta jokainen käyttäjä pystyy otsikosta päättämään mistä haluttu tieto löytyy ja ennen kaikkea mihin tuotettu tieto pitää tallentaa.

Verkkoon kirjoitettaessa on omaksuttava verkkolukemista tukeva tapa kirjoittaa. Verkkotekstille tyypillistä on, että sen rakenne perustuu linkitykseen. Tekstin rinnalla voi olla myös muita ilmaisumuotoja, kuten kuvia, ääntä tai vuorovaikutteisuutta. Kokonaisuuk-sien hahmottaminen voi olla vaikeaa, mikäli valikkojen ja linkkien muodostama hierar-

kia ei ole hyvin jäsenelty. Varsinaisen tekstin aloituksen on oltava ytimekäs ja kiinnostusta herättävä, jotta lukijan mielenkiinto saadaan heräämään ja viesti saadaan perille. Kielen on oltava sujuvaa, lyhyttä ja ytimekästä. Tekstin on oltava silmällävää, jotta tiedot löytyvät helposti. A4 muotoiset asiakirjat eivät toimi verkossa hyvin, sillä ne eivät istu näytölle ja näin ollen kokonaisuuksien hahmottaminen niistä on vaikeaa. Linkkien sijoittelua on myös syytä miettiä tarkkaan, hyvä paikka linkeille on tekstin lopussa. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 91, 93; Alasilta 2004, 120-121.)

Nielsen & Norman Groupin vuonna 2010 teettämän tutkimuksen mukaan lukunopeus sähköisillä laitteilla on hitaampaa kuin perinteisen kirjan lukeminen. Tutkimuksen mukaan lukeminen iPadilla on noin 6% hitaampaa ja Kindleillä noin 11% hitaampaa kuin perinteisten kirjojen lukeminen. Vaikka Nielsen uskookin eron pienenevän näyttöjen edelleen kehittyessä, on mielestäni ero lukunopeudessa syytä huomioida verkkotekstien rakennetta suunniteltaessa. (Nielsen 2010.)

## 3.2 Tekstilajit

Erilaisia verkkotekstien tekstilajeja ovat artikkelit, uutiset ja tiedotteet, työelämän verkkokeskustelut sekä ammatilliset blogit. Kaikki edellä mainituista tekstilajeista voivat esiintyä myös intranetissä. Kortesuon mielestä yritysten intraneteissä olisi suotavaa julkaista entistä enemmän asiakkaiden haastatteluita ja yrityksen työntekijöiden blogeja. Eri tekstilajit on syytä otsikoida ja kirjoittaa tekstilajin mukaisesti. (Kortesuo 2012, 14-15.)

Kohdeyrityksen vanha intranet on toiminut pääsääntöisesti tiedostojen varastointipaikana, eikä yrityksen intranettiin ole tuotettu verkkotekstejä. Tietoa verkkotekstien tekstilajeista hyödynnän uuden intranetin käyttöönottovaiheessa ja sen jälkeen tuottaessani sisältöjä sivustoille. Sisältöjen siirto vanhasta uuteen intranettiin tulee olemaan melko työlästä, koska osa tiedostomuotoisista teksteistä on muokattava verkkotekstimuotoon.

### 3.2.1 Artikkelit

Artikkelit voivat olla erilaisia tietoartikkeleita, ohjeita ja haastatteluita. Yrityksen intranetissä nämä voivat olla esimerkiksi yksiköiden ja hankkeiden esittelysivuja, järjestel-

mien käyttöohjeita tai organisaation jäsenten, yhteistyökumppaneiden tai asiakkaiden haastatteluita. (Kortesuo 2012, 14-15.)

Kortesuon mukaan tietoartikkeleiden otsikot voivat olla nimeäviä. Otsikon alta pitää olla helppo löytää haluttu tieto tai tuote. Tietoartikkeleiden tarkoitus on antaa faktatietoa jostakin asiasta. Ne voivat olla hyvin monen tyyppisiä ja eri pituisia. Tuote-esittelyt voivat olla melko lyhyitä, kun taas esimerkiksi yrityksen historiasta kertova artikkeli voi olla pitkäkin. Artikkeleiden tavoitteena on puolueeton ilmaisu, mutta ne voivat sisältää myös mielipiteitä. (Kortesuo 2012, 22, 51-52.)

Ohjeiden otsikoinnin pitäisi olla toiminnallisia, mutta puhuttelevia. Yksikön toisen persoonan käskymuoto sopii parhaiten ohjeisiin, sillä luettavuustutkimusten mukaan se on kaikkein selkein ymmärtää ja nopein lukea. Ohjeessa pitää käyttää samaa ja tuotteen kanssa yhteneväistä termistöä alusta loppuun ja edetä loogisessa järjestyksessä. Ohjeessa kannattaa jokainen vaihe kirjoittaa auki ja käyttää kuvitusta tukemassa tekstiä. (Kortesuo 2012, 22, 53-54.)

Haastattelussa haastateltava henkilö kannattaa esitellä tekstissä jollain tavalla, mikäli hän ei ole kaikille intranetin käyttäjille tuttu. Haastattelun tarkoitus on tuoda esiin kohdehenkilö, joten tekstissä kannattaa käyttää suoria lainauksia. Verkkohaastattelun pituus ei saa olla liian pitkä, sillä ruudulta lukeminen on tavallisen sanomalehden lukemista raskaampaa. (Kortesuo 2012, 55-56.)

### 3.2.2 Uutiset ja tiedotteet

Uutiset intranetissä ovat yrityksen sisäistä tiedotusta ja uutisointia. Uutisten otsikoinnin pitäisi houkuttaa lukijaa ja olla toiminnallisia, otsikon pitäisi kuitenkin tuoda esiin jokin uusi tieto tai näkökulma. (Kortesuo 2012, 15, 22.) Uutisen pitää olla informatiivinen ja ilmaisultaan neutraali, siinä kerrotaan asiat selkeästi ja ymmärrettävästi (Juholin 2013, 223).

Tekstin rakenne pitäisi olla mietitty niin, että tekstin osiot toimivat myös itsenäisinä kappaleina ja satunnaisessa järjestyksessä, sillä verkkotekstin luonne on epälineaarinen. Uutisen rakenteessa alussa on kerrottu tärkein asia, josta edetään tarkentaviin osioihin. Tekstin osioiden pitäisi toimia enintään yhden kuvaruudun kokonaisuuksina, jotta luettavuus pysyisi selkeänä. Tekstiä tuetaan verkkoviestinnässä visuaalisin ele-

mentein, värein ja kuvin. Niin tekstin kuin visuaalisten osioiden sijoittelunkin pitäisi aina tukea kohderyhmän mukaista viestintää. (Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 94.)

### 3.2.3 Verkkokeskustelut

Intranetissä käytävät verkkokeskustelut ovat työpaikan sisäistä keskustelua intranetin teemoista. Keskustelupalsta ja chatti eroavat selvästi toisistaan. Keskustelupalstalla käytävä keskustelu ei ole yhtä ajantasaista kuin chatti keskustelut, kommentteja ei tarvitse lisätä välittömästi keskustelun avauksen jälkeen. Kieli noudattaa yleiskieltä, vaikka onkin vapaamuotoista ja teksti voi olla jopa 1-4 kappaletta pitkä. Chatti-alustalla käytävä keskustelu puolestaan on ajantasaista keskustelua, jonka osallistujat ovat yhtä aikaa koneella. Kommentit ovat lyhyitä, eikä kieliasulla ole suurta merkitystä. (Kortesuo 2012, 15, 56-57.)

Verkkokeskusteluissa pitää muistaa asiallisuus, vaikka muiden kanssa ei ollakaan kasvotusten. Mikäli keskustelua kommentoi, on syytä lukea jo aikaisemmin kirjoitetut kommentit. Keskustelut voivat rönsyillä ja niiden seuraaminen voi olla hankalaa, siksi omissa kommenteissa kannattaa viitata aikaisempaan kirjoitukseen, jota itse on kommentoimassa. Kommenttien pituus kannattaa pitää kohtuullisena, että muut jaksavat lukea ne. (Kortesuo 2012, 15, 58-59.)

Keskustelualueilla käytävä keskustelu poikkeaa suuresti perinteisestä lineaarisesta työelämän viestinnästä. Keskustelualueilla useat käyttäjän voivat asettaa ajatuksiaan muiden käyttäjien luettavaksi, arvioitavaksi ja kommentoitavaksi. Keskustelualueilla keskustelu on luonnosmaisempaa kuin sähköpostikeskustelu ja muistuttaa siten kasvokkain käytävää keskustelua. Jotta keskustelupalstoilla käytävä keskustelu olisi todella vuorovaikutteista, pitäisi kirjoittajien verkkokeskustelussa, samoin kuin kasvokkain keskustelussakin, pystyä aidosti kuuntelemaan mitä sanottavaa muilla käyttäjillä on. (Alasilta 2004, 274-275.)

Intranetin sosiaalisten ominaisuuksien, kuten keskustelualueiden käyttöönotto saattaa olla haastavaa. Vaikka käyttäjät ovatkin tottuneet käyttämään sosiaalista mediaa, voi uuden sosiaalisen kanavan käyttöönottokynnys olla korkea. Palvelun pitää olla käytettävyydeltään helppo, jotta siinä onnistuttaisiin. Vain murto-osa yrityksistä ylipäättään tarjoaa työntekijöilleen käyttöön intranetin sosiaalisia sovelluksia. (Parekh 2012.)

### 3.2.4 Blogit

Intranetissä voi olla myös yrityksen työntekijöiden kirjoittamia blogeja. Intranetissä sijaitsevien blogien kautta yrityksen työntekijät voivat saada parempaa tietoa johdon ajatuksista ja suunnitelmista. Toisaalta myös johto voi saada blogien kautta tietoa siitä, mitä yrityksen sisällä tapahtuu. Blogeja voidaan näin ollen käyttää yhtiön sisäisen viestinnän ja toiminnanohjauksen välineenä. Viestinnällisesti blogi voi olla paljon vahvempi kuin perinteiset intranet-sivut. Blogien kirjoittajia valittaessa pitäisi huomioida kirjoittajien asema, blogin aihepiiri ja kirjoittajan ilmaisukyky, jotta lopputulos olisi hyvä. (Alasilta 2009, 98, 155.)

Hintikan mukaan blogit ovat kanava vapaamuotoisemmalle viestinnälle yrityksissä ja niiden avulla voidaan inhimillistaa organisaatiota. Blogeja voi kirjoittaa yrityksen johto, asiantuntijat tai koko työyhteisö. Blogeja voi olla useita eri aiheita käsitteleviä yrityksen erilaisille kohderyhmille ja niitä voidaan jopa hyödyntää tuotekehityksessä. (Hintikka 2007.)

Alasilta on kerännyt oman bloginsa kautta tietoa blogien tilasta suomalaisissa yrityksissä. Hän näkee yhden suurimmista haasteista olevan huonot alustat, joilla yritysblogeja julkaistaan. Työyhteisön yleinen suhtautuminen blogeihin vaihtelee hyvin paljon yrityskulttuurista riippuen. Yritysblogien kirjoittajilta vaaditaan hyvää motivaatiota, sillä palaute saattaa olla vähäistä ja hyvin kriittistä. Blogien kirjoittaminen vaatii aikaa, jonka löytyminen voi olla myös haasteellista. Blogia pitäisi kuitenkin kirjoittaa riittävän usein, jotta se kiinnostaisi lukijoita. Koska Kortesus on tehnyt selvitystyönsä vuonna 2009, uskon että yritysbloggaaminen on yleistynyt huomattavasti kuluneiden viiden vuoden aikana ja myös monet edellä mainituista haasteista ovat pienentyneet. (Alasilta 2009, 136-137, 153.)

Blogin otsikoinnin pitää olla houkutteleva ja kiinnostava, eikä sen välttämättä tarvitse kertoa blogin sisällöstä. Blogin nimeämisessä voikin käyttää hyvin monenlaisia tapoja herättää lukijan kiinnostus. (Kortesus 2012, 22.) Blogitekstin pituus voi vaihdella paljon ja riippuu pääasiassa aiheesta. Sisällöltään blogi on hyvin vapaamuotoinen, tekstissä voi perustella, todistaa ja tulkita asioita. Näillä keinoilla pystytään vaikuttamaan myös vastahakoiisiin ja välinpitämättömiin lukijoihin, joihin perinteinen informatiivinen viestintä ei välttämättä toimi. Blogien avulla voidaan myös selkiyttää yrityksen henkilöstölle annettuja ohjeistuksia kertomalla miksi heidän odotetaan toimivan määrättyllä tavalla. Yri-

tyksen henkilöstöä yleensä myös kiinnostaa asioiden taustat syvällisemmin kuin lehdistötiedotteissa pystytään kertomaan, blogissa sen sijaan voidaan asioita taustoittaa ja blogin kommentoinnin avulla saadaan henkilöstöltä myös palautetta erilaisista asioista. (Alasilta 2009, 151, 154.)

Jotta yritysbloggaaminen onnistuisi, vaatii se selkeitä pelisääntöjä. Etukäteen pitäisi miettiä voiko blogeja kirjoittaa ja kommentoida vain omalla nimellä vai voidaanko käyttää myös nimimerkkejä. Blogien profiiliin pitäisi myös sopia yhteen firman viestintälinjan kanssa ja tämä pitäisi pystyä jollain tapaa etukäteen varmistamaan. On syytä myös miettiä tarvitseeko blogikirjoitukset hyväksynnän ennen niiden julkaisua ja kuka on lukijakommenttien seuloja. Yrityksen sisäisissä blogeissa kirjoitusten ja kommenttien on voitava olla kriittisiä, mutta epäasiallisuuksiin niissä ei voi mennä. Asiallisuus on muistettava niin blogia kirjoitettaessa kuin niitä kommentoitaessakin. Tarvittaessa blogin ylläpitäjän on puututtava keskusteluun ja jopa poistettava epäasialliset kommentit. (Alasilta 2009, 159-160; Kortesus 2014, 60.) Kohdeyrityksen johto on lupautunut kirjoittamaan yritysblogia ja tämä blogi päätettiin nostaa intranetin etusivulle. Kuten jo aiemmin tuli esiin, yritysblogin avulla voidaan työntekijöille taustoittaa yrityksessä tapahtuvia asioita tiedotteita syvällisemmin ja siksi yritysblogin toteuttaminen onkin mielestäni hyvä asia.

### 3.3 Kuvien ja linkkien käyttö verkkotekstissä

Kuvia kannattaa käyttää verkkotekstissä, mikäli niillä voidaan tukea tekstin viestiä. Erilaisia kuvatyyppejä ovat Kortesuson mukaan kuvituskuva, maamerkkikuva, tietokuva, tunnekuva, syväty kuva, graafinen kuva ja realistinen kuva. Kuvituskuvan tarkoitus on elävöittää tekstiä, eikä sen tarvitse liittyä aiheeseen. Kuvituskuva ei myöskään tarvitse kuvatekstiä. Maamerkkikuva on verkkosivun ylälaidassa sijaitseva kuvituskuva, jonka tarkoitus on auttaa käyttäjää navigoimaan sivustolla. Tunnekuva on usein valokuva, ja sen tarkoitus on välittää tunnetta. Tunnekuvassa voi olla kuvateksti, mutta se ei ole välttämätön. Syväty kuva on tekstin sekaan upotettu kuva, joka on rajattu kuvan ääri- viivoja myöten. Graafisia kuvia ovat pohjapiirros, kartta, kaavio ja diagrammi. Realistinen kuva on kohteesta otettu valokuva tai valokuvamainen piirros. (Kortesus 2012, 30-31.)

Kortesus suosittelee käyttämään verkkoteksteissä ensisijaisesti tietokuvaa. Tietokuva voi olla esimerkiksi karttakuva, tuotokuva, kuva haastattelun kohteesta tai graafinen



esitys aiheesta. Tietokuvaan pitää aina liittää kuvateksti. Kuvateksti luetaan lähes aina, joten se kannattaa miettiä harkitusti. Sanalliset kuvaukset kuvien sisällöstä tarvitaan verkkotekstissä myös hitaiden nettiyhteyksien varalta ja näkövammaisten lukijalaitteita varten. Tekstiä ei kannata pilkkoa kuvilla liian pieniin osiin, mutta pitkä verkkoteksti kaipaa kuvien tuomaa kevennystä. (Kortesuo 2012, 30-32.) Mielestäni intranetissä käytettäväksi sopivat myös graafiset kuvat, joilla voidaan vahvistaa tekstin viestiä visuaalisesti tai vaikka näyttää toimipisteiden sijainnit kartalla.

Verkkotekstissä pitää muistaa kertoa mahdolliset lähteet ja luoda linkit niihin. Linkkien toimivuus tulisi myös tarkistaa säännöllisin väliajoin. (Kortesuo 2014, 29.) Onnistunut linkitys on osa sivun harkittua rakennetta, toisaalta se on myös taidokkaasti toteutettua linkkien merkkäämistä. Linkin on oltava sellainen, että käyttäjä voi helposti ennustaa mihin se johtaa. Intranetissä linkkien merkitseminen pitäisi olla johdonmukaista läpi linjan, jottei se häiritsisi itse tekstin lukemista. Alasilta ei suosittelen alleviivausten käyttöä linkkien merkkäämiseen. Alleviivaus sopiikin vain avainsanoihin keskelle tekstiä. Tällöin pitää olla selvää mihin linkki johtaa. Mikäli leipätekstiin haluaa lisätä useita linkkejä, pitäisi ne ilmaista luettelomuodossa. (Alasilta 2004, 176-177.)

## **4 Projektin toteutus**

### **4.1 Projektiryhmän vastualueet**

Projektiryhmä koottiin keväällä 2014. Projektiryhmässä oli projektipäällikkönä henkilö IT-osastolta, yrityksen visuaalisesta ilmeestä vastaava henkilö, yrityksen henkilöstöpäällikkö, sekä minä. Lisäksi projektin eri vaiheisiin kutsuttiin mukaan eri osastojen edustajia tarpeen mukaan. Projekti toteutettiin intranet -alustan versiopäivityksen yhteydessä. Kohdeyrityksen entinen intranet oli toteutettu SharePoint 2010 -alustalle, ja päivityksen myötä käyttöön otettiin SharePoint 2013 -alusta.

Kokonaisvastuu projektista oli projektipäälliköllä. Peruslinjaukset päätti projektiryhmä yhdessä. Oma osuuteni projektissa keskittyi yhden työtilan rakenteen, sisällön ja toiminnallisuuden kehittämiseen. Kyseisen työtilan käyttäjät sijoittuvat yrityksen Suomen ja Kiinan toimipisteisiin. Viestinnän toimipisteiden välillä täytyy olla aukotonta, jotta työnteke sujuu ongelmitta. Kyseisen työtilan käyttäjät olivat projektin aloitusvaiheessa

intranetin aktiivisimpia käyttäjiä ja intranet on heille välttämätön työkalu päivittäisessä työskentelyssä, jotta yhteistyö eri toimipisteiden välillä sujuu ongelmitta.

Projektin toteutuksesta raportoidessani käsittelen ainoastaan projektin niitä vaiheita, joissa oma roolini oli merkittävä, tai joista vastasin itse. Projektin tavoitteiden ja toteutuksen pohjana käytettiin intranet käyttäjäkyselyä, jonka toteutin projektin aluksi. Intranetin kokonaisrakenteen määrittelyssä olin itse mukana projektiryhmän jäsenenä. Sisällöstä käsittelen ainoastaan sen työtilan toteutusta, joka oli minun vastuualueellani. Kokonaisprojektiin kuuluu myös useita muita osa-alueita, mutta niitä en käsittele raportissani, sillä niiden toteutuksessa oma osuuteni oli vähäinen.

#### 4.2 Projektin aikataulu

Kohdeyrityksen intranetin kehitysprojekti alkoi keväällä 2014. Projektin alkuvaiheessa sille ei ollut määritelty tarkkaa aikataulua, mutta projekti käynnistyi nopeasti ja se oli tarkoitus saada toteutettua syksyyn 2014 mennessä. Lopullinen aikataulu tarkentui vasta, kun intranet -tuotteen toimittajaehdokkaat oli kilpailutettu ja intranetin toimittaja valittu.

Käyttäjäkysely	■							
Kilpailutus		■	■					
Määrittely			■	■	■			
Toteutus				■	■	■	■	
Pääkäyttäjäkoulutus						*		
Sisällönsyöttö						■	■	
Käyttäjäkoulutukset							■	
Käyttöönotto								*
	Huhtikuu	Toukoku	Kesäkuu	Heinäkuu	Elokuu	Syyskuu	Lokakuu	

Kuvio 7. Projektin aikataulu

Projekti jakautui kolmeen vaiheeseen, joita olivat kilpailutus, määrittely ja käyttöönotto. Ennen kilpailutusta tein käyttäjäkyselyn käytössä olleen intranetin käyttäjille. Kyselyn pohjalta määriteltiin projektin tavoitteet. Projektin ensimmäisessä vaiheessa myös kilpailutettiin mahdollisten toimittajien ratkaisut intranetistä. Oma vastuualueeni projektin ensimmäisessä vaiheessa oli käyttäjäkyselyn toteutus ja tulosten analysointi. Käyttäjäkyselyn tuloksia käsittelen tarkemmin seuraavassa luvussa.

Määrittelyvaiheeseen kuului kolme työpajaa. Työpajat toteutettiin kesäkuun aikana. Työpajojen toimintaa ohjasi toimittajan edustaja, ja määrittelytyöpajojen aiheet oli jaettu intranetin osa-alueittain. Yksi työpajoista oli tekninen työpaja, jossa määriteltiin tekniset vaatimukset ja tarvittavat asennukset. Tämän määrittelyn toteutti toimittaja kohdeyrityksen IT-osaston edustajan kanssa. Kaksi muuta määrittelytyöpajaa koskivat intranetin rakennetta, ja niissä määriteltiin ylätasoinen rakenne, halutut toiminnallisuudet sekä visuaaliset elementit. Oma osuuteni määrittelyvaiheessa oli osallistua määrittelyihin muun projektiryhmän kanssa. Lisäksi vastuullani oli määrittelyt, jotka liittyivät pelkästään omalla vastuullani olleeseen työtilaan. Määrittelyn jälkeen järjestelmän toimittaja teki teknisen ja visuaalisen toteutuksen intranetistä sekä tarvittavat asennukset, päivitykset ja konfiguroinnit.

Käyttöönottovaiheen aluksi järjestettiin pääkäyttäjäkoulutus, jonka jälkeen alkoi hyväksyntätestaus ja sisällön syöttö uuteen järjestelmään. Testausten ja sisällön syötön jälkeen intranet julkaistiin tuotantokäyttöön. Hyväksyntätestaus oli koko projektiryhmän vastuulla ja itse keskityin pääasiassa vastuullani olleen työtilan toiminnallisuuksien testaamiseen. Minun vastuullani oli myös sisältörakenteen toteutus ja sisällönsyöttö kyseiseen työtilaan. Vastuullani oli myös intranetin käyttöön liittyvien yrityksen sisäisten ohjeistusten tekeminen varsinaisten käyttöohjeiden rinnalle vastuullani olleen työtilan osalta.

#### 4.3 Käyttäjäkysely olemassa olevan intranetin käyttäjille

Projektin lähtötilanteessa yrityksellä oli käytössään intranet ja tarkoituksena oli päivittää se uudempaan versioon. Projektin aluksi tein käyttäjille kyselyn olemassa olevaan intranettiin liittyen. Taustakyselyn tarkoituksena oli selvittää mihin intranetin osa-alueisiin käyttäjät olivat käytössä olevassa intranetissä tyytyväisiä, mihin tyytymättömiä ja min-kälaisia toiveita heillä oli uuden intranetin suhteen. Kyselyllä selvitettiin alla lueteltuja osa-alueita:

- tekninen toimivuus
- helppokäyttöisyys
- rakenteen selkeys
- tiedon löytymisen helppous
- tiedon ajantasaisuus
- visuaalinen ilme

Kysely lähetettiin yrityksen Suomessa sijaitsevan pääkonttorin sekä Kiinan konttorin työntekijöille. Näin ollen kyselyn sai kaikenkaikkiaan 45 henkilöä. Kaikilla yrityksen työntekijöillä ei ole pääsyä yrityksen intranettiin, joten heille ei kyselyä edes lähetetty. Kyselyyn oli mahdollista vastata joko omalla nimellään tai anonyymisti. Vain yksi vastauksista oli anonyymi, joten vastauksista pystyttiin myös erottelemaan eri osastojen tarpeita ja toiveita intranetin suhteen. Vastausprosentti kyselyyn oli 40%, mikä oli odotettua parempi. Kyselyssä oli sekä strukturoituja kysymyksiä, että avoimia kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä pyrittiin varmistamaan, että käyttäjät voisivat kertoa käyttökokeuksistaan konkreettisesti, ja tuoda esiin myös sellaisia osa-alueita, joita kyselyssä ei mahdollisesti ole osattu huomioida. Sen lisäksi, että vastausprosentti oli odotettua korkeampi, vastaajat toivat odotettua avoimemmin esiin intranetin epäkohtia, hyviä puolia ja kehitysehdotuksia. Intranetin sosiaaliset toiminnot olivat sellainen osa-alue, joka nousi käyttäjien kehitystoiveissa esiin, vaikka kyselyssä ei ollut siihen liittyviä kysymyksiä. Käytetyt kyselylomakkeet ovat raportin liitteenä.

Taustakyselyssä kävi ilmi, että osassa yritystä intranet oli välttämätön, päivittäisessä käytössä oleva työkalu, kun taas osassa yritystä sitä ei käytetty ollenkaan. Kyselyssä kävi myös ilmi, että joillakin käyttäjillä oli teknisiä ongelmia, jotka tekivät intranetin käytön jopa mahdottomaksi. Osa ongelmista johtui selkeästi puutteellisesta käyttäjäkoulutuksesta edellisen intranetpäivityksen yhteydessä, minkä vuoksi käyttö oli hyvin vähäistä joillakin osastoilla. Niillä osastoilla, joilla intranetiä käytettiin päivittäin, olemassa olevaa intranetiä pidettiin teknisesti helppokäyttöisenä ja perustoimintoja selkeinä. Intranet koettiin kuitenkin hidaskäyttöisenä ja tiedon tallennus sekä päivitys koettiin työläänä. Myös tiedostojen liittäminen sähköposteihin koettiin monimutkaiseksi. Heikko käytettävyys osoittautuikin yhdeksi suurimmista ongelmista.

Toiseksi isoksi ongelmaksi kyselyssä osoittautui tiedon heikko löydettävyys. Intranetin rakenne ei käyttäjien mielestä ollut riittävän selkeä. He kokivat, ettei intranetistä löytänyt haluamaansa tietoa, sillä otsikointi ei ollut riittävän selkeää eikä otsikosta voinut päätellä mitä niiden alta löytyi. Käyttäjät kokivat myös, että intranetissä oleva tieto ei ollut ajan tasalla. Tämä johtui osittain siitä, että kaikki osastot eivät intranetiä käyttäneet sillä hetkellä ollenkaan ja tästä syystä näiden osastojen osioista löytyvä tieto oli vanhentunutta. Kävi myös ilmi, että samaan aihepiiriin liittyvää tietoa löytyy useista eri paikoista, eivätkä käyttäjät voineet tietää, mikä on voimassa oleva versio asiasta. Käyttäjät toivoivatkin, että vanhentunutta tietoa siivottaisiin pois ja että uudesta intranetistä tarvit-

tava tieto löytyisi yhdestä paikasta, josta sen näkisivät kaikki tietoa tarvitsevat. Käyttäjät toivoivat myös, ettei jatkossa tärkeää tietoa säilöttäisi omilla koneilla.

Intranetin visuaalinen ilme ei herättänyt vastaajissa vahvoja mielipiteitä. Visuaalista ilmettä pidettiin melko mitäänsanomattomana ja sen toivottiin vastaavan paremmin yrityksen muuta visuaalista ilmettä. Käyttäjät myös toivoivat, että käyttäjäprofiilein pystyttäisiin paremmin määrittelemään mitä kenellekin käyttäjälle näkyy.

Käyttäjät toivoivat myös, että uudesta intranetistä tulisi toimiva yrityksen sisäinen viestintäkanava, josta saisi helposti ajankohtaisen tiedon. Myös vuosikellossa toivottiin olevan enemmän ajankohtaisia merkintöjä. Yrityksen sisäisten ohjeistusten toivottiin myös löytyvän vaivatta yhdestä paikasta, samoin kuin yrityksen perustietojen (visio, missio, lyhyen ja pitkän aikavälin strategiset tavoitteet ym.). Selkeää ohjeistusta kaivattiin myös sille, kuka päivittää ja ylläpitää mitäkin tietoja. Merkittävänä yksittäisenä asiana kyse-lyssä nousi esiin myös se, että käyttäjät haluaisivat löytää yrityksen tuotteisiin ja erilaisiin kampanjoihin liittyvät tiedot helposti intranetistä. Nämä asiat nousivat uskoakseni esiin siksi, että kyseisiä tietoja tarvitsevat käyttäjät yli osastorajojen, ja tietojen etsiminen sähköposteista ja useista muista paikoista on melko työlästä.

#### 4.4 Kehitysprojektin tavoitteet

Taustakyselyn pohjalta määriteltiin projektin tavoitteet. Käyttäjäkyselyn pohjalta projektin tavoitteiksi määriteltiin intranetin käytettävyyden parantaminen, tiedon helpompi löydettävyys hakutoimintoja ja rakennetta parantamalla sekä intranetin sosiaalisten toimintojen lisääminen. Intranetistä haluttiin myös tehdä ensisijainen tiedonvälityskanava yrityksen yleisissä asioissa sähköpostin sijaan. Projektin aikana yhdeksi tavoitteeksi nousi myös projektiaikataulujen esittäminen havainnollisessa muodossa.

Projekti kilpailutettiin kolmen toimittajan kesken, joilla kaikilla oli oma ratkaisunsa SharePoint 2013 alustalle toteutetusta intranetistä. Näistä oli tarkoitus löytää hinnaltaan ja ominaisuuksiltaan parhaiten yrityksen tarpeita vastaava ratkaisu. Tavoitteena oli välttää räätälöintejä, mikäli mahdollista, ja vain välttämättömät räätälöinnit tulitisiin toteuttamaan. Räätälöintien välttäminen helpottaa myös intranetin päivitettävyyttä (Seies 2013).

#### 4.5 Kohdeyrityksen intranetin rakenne ja sisältö

Kohdeyrityksen intranet toteutettiin SharePoint 2013 -alustalle. Valitulla järjestelmätoimittajalla oli tälle alustalle rakennettu oma intranet -ratkaisunsa. Toimittajan oma ratkaisu määritteli hyvin pitkälti sen, mitä toimintoja on mahdollista ottaa käyttöön. Toimittajaa valittaessa oli kylläkin jo vertailtu eri toimittajien ratkaisuja, jotta löydettiin hinnaltaan ja ominaisuuksiltaan toimivin ratkaisu.

Etusivu	Tuotteet	Henkilöstö	Yritys	Uutiset	Työtilat	Hakukeskus
Uutiset	seonkokohtaiset alisivut	Työterveys	Visio ja strategia		Osastojen työtilat	
Tapahtumakalenteri	Koulutusmateriaalit ja ohjeet	Työsuhteasiat	Logot ja esitykset		Projektien työtilat	
Keskustelu		Työsuojelu	Historia			
Linkit		Koulutus ja kehittäminen	Toimitilat ja tarjoilut			
Gallup		Esimiehille	Dokumenttipohjat			
Blogi		Tori	Jälleenmyyjät			
Some-nostot			Kestävä kehitys			
Internet nostot			Tiedotteet			

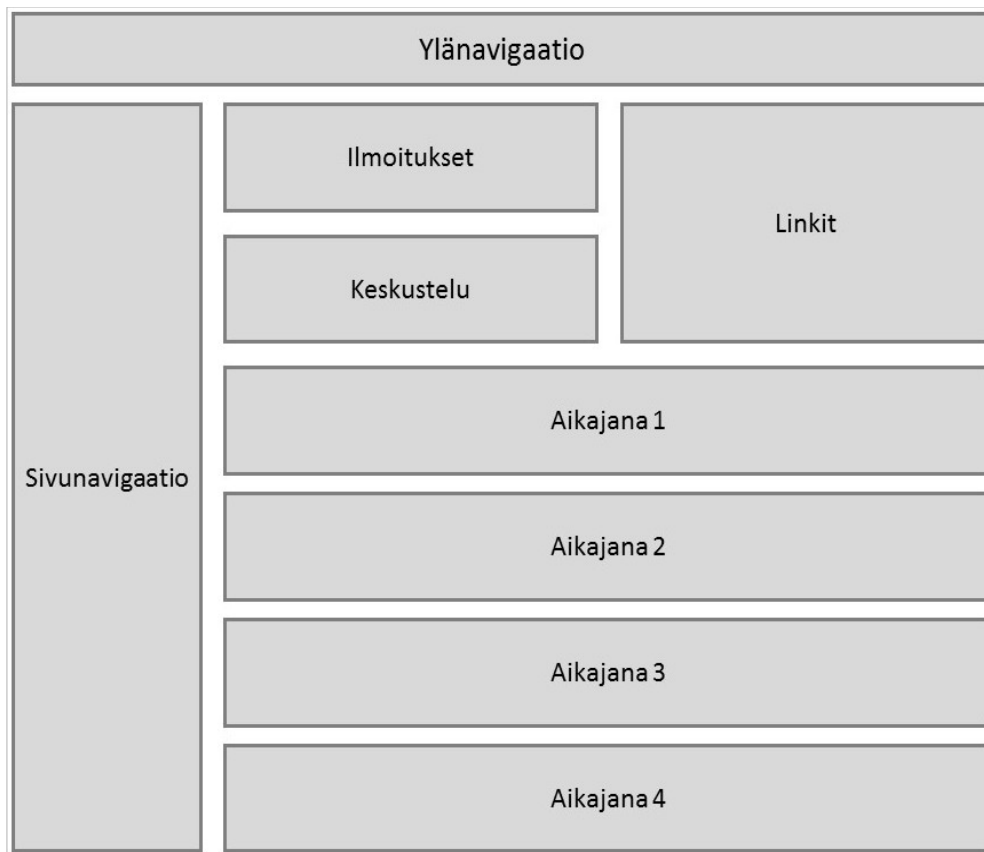
Kuvio 8. Kohdeyrityksen uuden intranetin sivustorakenne

Kohdeyrityksen intranetin rakenne uudistui täysin entiseen intranettiin verrattuna. Vanhan intranetin rakenne oli muotoutunut organisaatiokaavion mukaiseksi sivurakenteeksi, joka oli jo siinäkin mielessä vanhentunut, että edellisen intranetin käyttöönoton jälkeen oli tapahtunut organisaatiomuutos. Vanhassa intranetissä ongelmaksi oli koettu ajantasaisen tiedon heikko löydettävyyys. Tämä johtui osittain siitä, että ajantasainen tieto oli käyttäjien henkilökohtaisissa tiedostoissa, eikä intranetissä. Osittain ongelma johtui siitä, ettei sivustojako ollut riittävän selkeä. Samaan asiaan liittyviä tiedostoja löytyi useasta paikasta, eikä kukaan voinut olla varma, oliko löytynyt tieto ajan tasalla. Kuten Kortetjärvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen on aiemmin maininnut; ajankohtainen tieto ja pysyvämpi taustatieto on oltava selkeästi erotettavissa toisistaan. Tämä pyrittiin saavuttamaan uudella rakenteella. Rakenteessa pyrittiin myös huomioimaan Juholinin peräänkuuluttama käyttäjälähtöisyys. Tämä pyrittiin saavuttamaan muuttamalla intranetin rakenne aihe -keskeiseksi. Uuden intranetin sivustorakenne on esitelty kuviossa 8.

#### 4.6 Työtilan rakenne ja sisältö

Organisaatio eri toiminnoille otettiin uudessa intranetissä käyttöön työtilat. Työtilat ovat intranetin sivustoja, joita käyttää rajattu ryhmä lintranetin käyttäjiä. Työtiloissa voidaan esimerkiksi jakaa tietoa ja tiedostoja, käydä keskusteluita työtilan käyttäjien kesken, sekä luoda tehtävälisteriä käyttäjille. Työtilan näkyvyyttä voidaan rajata aiheen mukaan. Työtiloja voidaan luoda esimerkiksi osastojen jatkuvaa työskentelyä tai projekteja varten.

Tässä luvussa käsittelen ainoastaan vastuullani olleen työtilan ratkaisuja. Kyseinen työtila on yhteistyötila Suomen konttorin ja Kiinan konttorin kesken. Aiemmassa intranetissä on samalle ryhmälle ollut käytössä sivu, joka on toiminut lähinnä tiedostojen tallennus ja muokkauspaikkana.



Kuvio 9. Työtilan etusivun rakenne

Työtilan etusivun rakenne muodostui kuvion 9 mukaiseksi. Kuten muillakin intranetin sivuilla, myös työtilojen sivuilla lähtökohtana sivustorakenteelle on toimittajan ratkaisun mukainen rakenne, johon voidaan valita sarakkeiden määrä, halutut toiminnot ja toimintojen asettelu. Sivun ylänavigaatiosta pääsee intan muille sivuille ja muihin työtiloihin. Sivun vasemmasta navigaatiosta puolestaan pääsee työtilan alisivuille ja dokumenttikansioihin.

Vanhassa intranetissä kyseisen ryhmän käyttämä sivu on muodostunut monimutkaisesta kansiorakenteesta, johon tiedostot on tallennettu. Tiedostot on ollut helppo löytää, sillä rakenne on ollut selkeä, mutta kansioista toiseen siirtyminen on ollut hidasta ja epäkäytännöllistä. Kansiorakenteen sijasta uuden intranetin dokumenttikansioihin otettiin käyttöön metatiedot. Jaoin rakenteen alisuvuiksi aihealueittain ja jokaiselle alisivulle määrittelin tarvittavat metatiedot. Koska tiedostoja on todella paljon ja hyvin eri tyyppisiä, piti työtilan alisivujen sisältö ja metatiedot määritellä tarkasti. Metatietojen avulla tiedostoja voidaan jaotella ja järjestää, mikä helpottaa halutun tiedon löytymistä. Tällöin ei myöskään tarvitse siirtyä monimutkaisessa kansiorakenteessa kansioista toiseen, riittää kun lajitteluehtoja muuttaa tarpeen mukaan.

Työtilan muiksi toiminnoiksi valitsin ilmoitukset, keskustelualueen, linkit ja aikajanat. Työtilan etusivulle ylimmäksi nostin ilmoitukset-osion, jotta se olisi käyttäjien helposti nähtävillä kun he siirtyvät työtilaan. Tässä osiossa on tarkoitus viestiä Suomen ja Kiinan konttorin kesken molempien toimipisteiden asioista, joista tarvitaan tietoa molemmissa toimipisteissä. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi lomat ja kansalliset pyhäpäivät. Tällä pyritään parantamaan tiedonkulkua toimipisteiden välillä.

Etusivulle nostin myös keskustelu-alueen, jossa työtilan jäsenet voivat käydä keskustelua oman osastonsa yleisistä asioista. Jotta keskustelualue tulisi aktiiviseen käyttöön, pitäisi sen käyttöä pystyä etenkin alkuvaiheessa aktivoimaan mielenkiintoisilla keskustelunavauksilla. Keskustelualue voisi toimia Juholinin Työyhteisöviestinnän uusi agenda -mallin mukaisena foorumina, jossa asiasta riippuen kaikki yrityksen työntekijät tai määrätyn työtilan jäsenet voisivat käydä avointa keskustelua. Haasteena on saada käyttäjät käymään keskustelua intranetissä epävirallisten keskusteluiden sijaan. Lisäksi käyttäjät tarvitsevat ohjeistusta siitä, millaiseen keskusteluun alue on tarkoitettu ja millaisista aiheista keskustelualueella on tarkoitus käydä keskustelua.



Linkit nostin myös työtilan etusivulle, jotta käyttäjät pääsevät helposti tarvitsemiinsa sovelluksiin ja tarvittaville yhteistyökumppaneiden sivustoille. Myös koko intranetin etusivulle nostettiin linkkilista, mutta ero siihen on se, että työtilan linkkilistalla on linkkejä nimenomaan tämän työtilan käyttäjille tärkeille sivustoille.

Työtilan etusivulle toteutettiin myös projektien aikajajat, joilla näkyvät projektien aikataulut, niihin liittyvät tehtävät ja missä vaiheessa projektia ollaan menossa. Kyseisen työtilan käyttäjien päivittäinen työ on projektiluonteista, vaikka se ei varsinaista projektityöskentelyä olekaan. Lisäksi projekteja on yhtäaikaan menossa useita. Kaikkien projektien aikajajat haluttiin näyttää rinnakkain, jotta yhdellä silmäyksellä voisi saada kokonaiskuvan kaikkien projektien vaiheesta. Aikajajojen toteutus tuotti käytännön ongelmia, sillä projektit sisältävät paljon tehtäviä pitkällä aikavälillä. Aikajajan esityksessä jouduttiin tekemään kompromisseja, sillä toimittajan valmiissa ratkaisussa ei ollut mahdollista rajata näkymään vain haluttua osaa aikajajasta. Tästä syystä aikajajan selkeys kärsi, eikä siihen saatu näkymään kaikkia haluttuja asioita. Lisäksi aikajajat tulevat jatkossa vaatimaan jatkuvaa ylläpitoa, jotta ne saadaan näytettyä havainnollisessa muodossa. Aikajajalta voi myös porautua tarkempaan projektiaikatauluun.

#### 4.7 Käyttöönottotestaus ja sisällönsyöttö

Käyttöönottotestaus tapahtui sivustorakenteen määrittämisen ja sisällönsyötön rinnalla. Tässä vaiheessa tuli esiin joitakin teknisiä ongelmia intranetin toimivuudessa. Toimittaja korjasi havaitut ongelmat. Tässä vaiheessa havaitsin myös aikajajan tekniset rajoitteet, joista johtuen niitä ei pystytty havainnollistamaan niin hyvin kuin olisi haluttu. Järjestelmää ei kuitenkaan haluttu räätälöidä, joten aikajajojen toteutuksessa päädyttiin kompromissiin.

Sisällönsyöttövaiheessa uuteen intraan pyrittiin siirtämään vain uusin ja ajan tasalla oleva tieto. Sisällön siirto oli työmäärällisesti suuri, sillä kaikkiin vanhasta intrasta uuteen intraan siirrettyihin tiedostoihin piti määrittää metatiedot. Työ oli suoritettava manuaalisesti. Sisällönsyötön suoritin osittain itse, jotta pystyin varmistamaan sivustorakenteen toimivuuden ja tarpeellisten metatietojen olemassa olon. Sisällönsyöttövaiheessa huomasinkin joitakin muutostarpeita sisältörakenteessa ja puutteita metatiedoissa.

#### 4.8 Käyttäjäkoulutukset

Suomen toimipisteessä projektipäällikkö järjesti käyttäjäkoulutukset uuden intranetin perustoiminnoista kaikille käyttäjille ennen uuden intranetin käyttöönottoa. Oma osuuteni käyttäjäkoulutuksissa oli vastuullani olleen työtilan käyttäjien koulutus toimintatapamuutosten osalta sekä Kiinan konttorin henkilöstön opastus intranetin käyttöönotto- vaiheessa. Kiinan konttorin henkilöstö on kohdeyrityksen intranetin aktiivisinta käyttäjäkuntaa, ja he tuottavat paljon muiden tarvitsemaa tietoa, joten heidän opastuksensa oli erityisen tärkeää. Kiinan konttorin opastus tapahtui Skypen välityksellä.

Tuotin vastuulleni kuuluneen työtilan käyttäjille sisäistä ohjeistusta varsinaisten käyttöohjeiden rinnalle. Sisäistä ohjeistusta tarvittiin etenkin siksi, että uuden intranetin myötä jouduttiin tekemään joitakin toimintatapamuutoksia. Ohjeistuksen avulla halusin varmistaa, että käyttöönotto- vaiheessa käyttäjillä olisi riittävästi tietoa uusista toimintatavoista. Sisäiset ohjeistukset sisälsivät tietoa siitä, minkälaisiin osioihin uusi intra jakautuu ja mihin tiedot tallennetaan. Lisäksi se sisälsi ohjeistusta siitä, mitä metatietoja työtilaan tallennettaville dokumenteille pitää täyttää eri alisivuilla. Ohjeistukset eivät ole työn liitteenä, sillä raportin valmistumisvaiheessa ne ovat vielä keskeneräisiä.

#### 4.9 Käyttöönotto

Uuden intranetin käyttöönotto tapahtui suunnitellussa aikataulussa 1.10.2014. Käyttöönotto- vaiheessa rakenne oli valmis ja tiedot vanhasta intranetistä oli saatu siirrettyä uuteen intranettiin. Omalta osaltani aikataulu oli hyvin haastava ja tarvittavista ohjeistuksista valmistui vain välttämättömimmät käyttöönottopäivään mennessä. Lisäksi projektiaikataujen sisällöstä vain osa oli viety intraan käyttöönotto- vaiheessa.

Käyttöönottopäivänä ilmeni hyvin vähän ongelmia ja ilmenneet ongelmat saatiin ratkaistua nopeasti. Käyttöönotossa ilmenneet ongelmat olivat hyvin pieniä. Tietyt tiedostomuodot eivät auenneet ilman erillistä määrittelyä käyttäjien koneilla, ja metatietoihin tarvittiin yksittäinen lisäys. Käyttöönotto oli ajoitettu niin, että Kiinan konttorin henkilöstö oli lomalla, joten käyttöönotto tapahtui ensin Suomen toimipisteessä. Tämä oli mielestäni erittäin hyvä asia, sillä ilmenneet ongelmat saatiin ratkaistua ennen kuin uuden intranetin käyttö aloitettiin Kiinan konttorilla. Näin ollen käyttöönotto Kiinassa sujui helpommin.

## 5 Johtopäätökset

### 5.1 Projektin tavoitteiden toteutuminen

Uusi intranet saatiin otettua käyttöön projektin suunnitellussa aikataulussa. Käyttöönotovaiheessa intranet ei kuitenkaan ollut vielä kaikilta osin valmis. Käyttöön saatiin kuitenkin kaikki ne osa-alueet, jotka oli määrittelyssä sisällytetty projektiin. Intranetin kehitys yrityksessä jatkuu kuitenkin edelleen. Itselleni aikataulu oli haastava. Käyttöönottopäivään mennessä sain valmiiksi välttämättömimmät ohjeistukset, mutta en kuitenkaan kaikkia tarvittavia ohjeistuksia.

Raportin kirjoitusvaiheessa intranet on ollut tuotantokäytössä vain muutaman päivän, joten käyttäjäkokemusta ei ole vielä kertynyt paljon. Tästä syystä tavoitteiden saavuttamisen arviointi ei ole helppoa tai edes mahdollista kaikilta osin. Käyttöönotto sujui pääasiassa ongelmitta, ja ilmenneet ongelmat saatiin ratkaistua nopeasti.

Projektin työnjako oli projektin toteutuksessa selvä, mutta opinnäytetyöraportin rajaus vain omaan osuuteeni projektia oli haastavaa. Projektin kuluessa koko projektiryhmän tekemät päätökset vaikuttivat myös omaan osuuteeni. Osaprojektina toteutettuna tämän tyyppinen projekti ei mielestäni ole paras mahdollinen opinnäytetyön aihe.

#### 5.1.1 Käytettävyys

Mielestäni käytettävyyden parantamisessa onnistuttiin osittain. Päivitys toi mukanaan joitakin ominaisuuksia, kuten esikatselun, jotka nopeuttavat käyttöä. Käytettävyys parani myös metatietojen käyttöönoton ja sitä kautta hakutoimintojen paranemisen myötä. Tiedostojen tallentaminen kuitenkin hidastui, sillä metatietojen täyttäminen toi mukanaan lisätyötä. Toisaalta metatietojen käyttöönotto myös vähensi kansioista toiseen siirtymisen tarvetta sivustolla navigoitaessa. Kun metatiedot ovat käytössä, voidaan yhteen kansioon tallennettuja tietoja lajitella helposti metatietojen avulla, eikä monimutkaiselle kansiorakenteelle ole tarvetta.

Sivustorakenteen lähtökohtana oli hierarkkinen rakennemalli, jonka navigaatio on selkeä. Oletusnäkymät sivustoilla sisälsivät jonkin verran tarpeettomia asioita. Omalla vastuullani olleessa työtilassa halusin selkeyttää tätä rakennetta niin, että käyttäjä vält-

tää tarpeettoman sivulta toiselle siirtymisen sivustoilla navigoidessaan. Mielestäni tämä parantaa käytettävyyttä sivustolla huomattavasti oletusnäkyymiin verrattuna.

Yksi käyttäjäkyselyssä esiin noussut ongelma oli tiedostojen liittäminen intranetistä sähköpostiin. Tältä osin käytettävyyttä ei onnistuttu parantamaan intranet -alustan rajoituksista johtuen. Ongelmaan ei projektin aikana löydetty myöskään mitään muuta yrityksen toimintatapoihin ja käytettävissä oleviin välineisiin sopivaa ratkaisua.

### 5.1.2 Tiedon löydettävyys

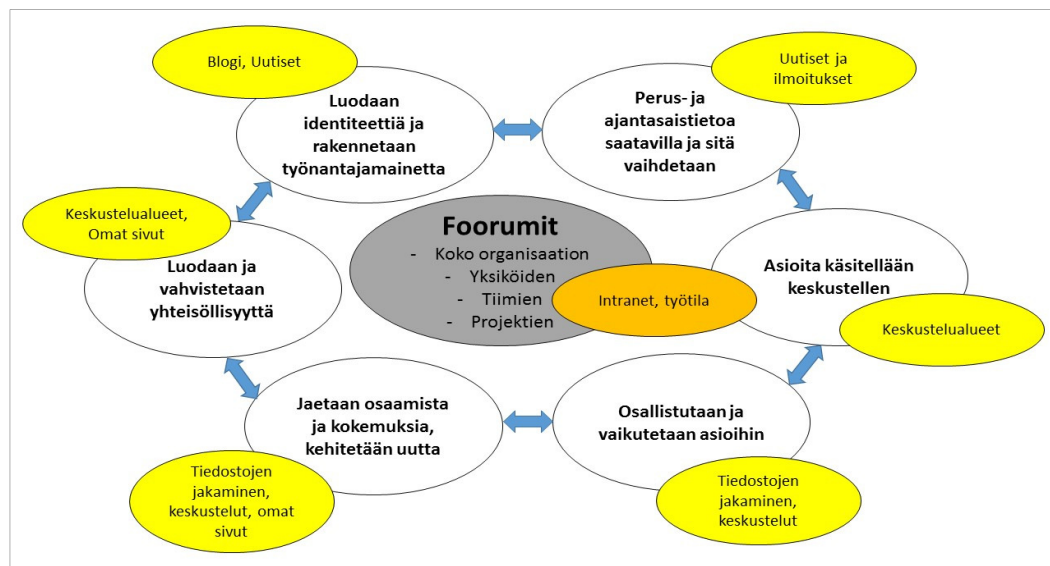
Mielestäni projektin tavoite ajantasaisen tiedon helpommasta löydettävyydestä toteutui melko hyvin. Tiedon siirtovaiheessa tarpeeton ja vanhentunut tieto jätettiin siirtämättä uuteen intranettiin. Sivuston rakennetta uudistamalla saatiin luotua entistä loogisempi sivusto. Sivuston otsikoinnissa pyrittiin Kortesuon (2012, 25) peräänkuuluttamaan selkeyteen ja kuvaavuuteen, jotta käyttäjät osaisivat etsiä oikeita asioita oikeiden otsikoiden alta.

Tiedon löydettävyyttä paransi myös metatietojen käyttöönotto ja sen myötä parantuneet hakuominaisuudet. Metatietojen lisääminen vanhoille tiedostoille lisäsi työmäärää tiedostojen siirtovaiheessa huomattavasti. Jatkossa ajantasaisen tiedon löydettävyys tulee riippumaan myös siitä, miten hyvin intranettiä tullaan ylläpitämään.

### 5.1.3 Sisäinen viestintä ja intranetin sosiaaliset ominaisuudet

Käyttäjäkyselyssä ilmeni käyttäjien toivovan, että uudesta intranetistä tulisi toimiva yrityksen sisäinen viestintäkanava, josta saisi helposti ajankohtaisen tiedon. Käyttäjien toiveita tukee Hännisen (2014) ennustus siitä, että sosiaalinen intranet tulee pitkällä tähtäimellä korvaamaan yrityksen sisäisen sähköpostin. Projektissa onnistuttiin tuomaan intranettiin toimintoja, jotka palvelevat sisäistä viestintää niin ylhäältä alaspäin viestittäessä kuin käyttäjien keskinäisessä viestinnässäkin. Intranet on kuitenkin vain yksi viestinnän kanava. Jotta viesti menee varmasti perille, täytyy viestiä tehostaa muilla kanavilla (Kortetjätvi-Nurmi & Kuronen & Ollikainen 2009, 106). Tällaisia kanavia voivat intranetin ohella kohdeyrityksessä olla esimerkiksi henkilöstöinfot tai viikkopalaverit. Myös intranetin sisällä voidaan käyttää useita toimintoja viestien vahvistamiseen. Uutisen lisäksi, voi johto esimerkiksi taustoittaa uutista blogissaan.

Parhaimmillaan intranet toimii yhtenä foorumina Juholinin (2013, 179) Työyhteisöviestinnän uusi agenda -mallin toteuttamisessa. Mielestäni tässä kehitysprojektissa onnistuttiin luomaan foorumi, josta löytyy tarvittavat työkalut mallin toteuttamiseen kohdeorganisaatiossa. Yrityksen uutisista on intranetin kautta helppo tiedottaa kaikille saman sisältöisesti ja samanaikaisesti.



Kuvio 10. Työyhteisöviestinnän uusi agenda -mallin mukaiset foorumit intranetissä.

Juholinin (2013, 179) mallissa mainittuja yhteisöllisyyden vahvistamista, osaamisen ja kokemusten vaihtoa sekä osallistumista ja vaikuttamista tukevat sosiaaliset ominaisuudet, joita intranettiin lisättiin. Näitä ominaisuuksia on kuvattu kuviossa 10. Työtiloissa keskusteluja voidaan käydä eri aiheista niille soveltuvissa ryhmissä. Myös aineistoja voidaan jakaa helposti ryhmien kesken. Yritysidehtiteetin ja työnantajamaineen luomiseen sosiaalisista ominaisuuksista toimii blogi.

Kuten Lohtaja-Ahonen ja Kaihovirta-Rapo (2012, 13) mainitsevat, kuuluu viestintävas-  
tuu jokaiselle yrityksen työntekijälle. Intranetin sosiaaliset ominaisuuden palvelevat käyttäjiä tämän tavoitteen toteuttamisessa. Sosiaalisten ominaisuuksien lisäämisessä intraan onnistuttiin, mutta nähtäväksi jää kuinka aktiivisesti sosiaalisia ominaisuuksia tullaan käyttämään ja muotoutuuko intranet niiden myötä yrityksen ensisijaiseksi sisäiseksi viestintäkanavaksi.

#### 5.1.4 Projekti aikataulut

Projektin aikana esiin nousi tarve projekti aikataulujen esittämiselle intranetissä. Projekti aikataulut saatiin toteutettua intranettiin niin, että useiden samanaikaisten projektien aikataulut esitetään rinnakkain. Intranet -alusta rajoitti kuitenkin toteutusta niin, että aikatauluja ei pystytty toteuttamaan niin havainnollisesti kuin olisi haluttu.

Tavoite projekti aikataulujen esittämisestä toteutui, mutta tavoite niiden havainnollisesta esittämistavasta ei toteutunut. Aikataulujen ylläpito tulee vaatimaan jatkossa ylimääräistä työtä, jotta ne voidaan esittää edes jossain määrin havainnollisesti.

#### 5.2 Toimenpidesuositukset

Uusi intranet on vasta otettu käyttöön, ja ennen käyttöönottoa projektiryhmä on vastannut sisällön tuottamisesta intranettiin. Tässä vaiheessa olisi mielestäni tärkeää määrittellä vastuualueet sisällöntuottajille niiltä osin, kuin niitä ei vielä ole määritelty. Osaluoteita, joiden osalta sisällön tuottajien roolit ovat vielä epäselvät, ovat intranettiin lisätyt uudet toiminnot. Jotta ne palvelisivat käyttäjiä jatkossa, pitäisi niitä ylläpitää aktiivisesti ja ylläpitovastuut pitäisi olla selvät käyttäjille.

Uuden intranetin käyttöönotto sujui hyvin. Mielestäni pitäisi kuitenkin varmistaa, että käyttäjät osaavat perustoimintojen lisäksi käyttää myös uusia toimintoja. Koska pitkien käyttöohjeiden lukeminen ja opettelu yhdellä kertaa voi olla raskasta, voisi uusia toimintoja tehdä tutuksi käyttäjille yksi kerrallaan. Tämän voisi toteuttaa antamalla käyttäjille vinkkejä toiminnoista ja niiden hyödyllisyydestä yksi toiminto kerrallaan. Konkreettisin esimerkein käyttäjät voisivat hahmottaa toimintojen hyödyllisyyden itselleen.

Sosiaalisten toimintojen lisääminen intranettiin oli käyttäjäkyselyssä esiin noussut käyttäjien toive. Osa käyttäjistä on ottanut näitä toimintoja heti käyttöönsä, mutta uusina ominaisuuksina niiden käyttö ei kuitenkaan välttämättä suju kaikilta luontevasti. Mielestäni käyttäjiä pitäisikin rohkaista sosiaalisten toimintojen käytössä.

Vastuullani olleen työtilan käyttäjät ovat aktiivisia intranetin käyttäjiä ja heillä oli käyttäjäkyselyssä selkeitä tarpeita ja kehitysehdotuksia intranetin suhteen. Heidän toiveensa toteutettiin mahdollisuuksien mukaan, mutta kaikkia asioita ei pystytty toteuttamaan teknisistä rajoituksista johtuen. Kun käyttäjät ovat tottuneet uuden intranetin käyttöön ja

uusiin toimintatapoihin, pitäisi heille mielestäni tehdä käyttäjätyytyväisyyskysely. Kyselyn pohjalta voisi edelleen kehittää niin intranetin rakennetta ja sisältöä, kuin intranetin käyttöön liittyviä toimintatapojakin käyttäjiä entistä paremmin palveleviksi.

Projektin aikana ilmeni myös tarve Kiinan konttorin omalle HR sivulle, joka päätettiin toteuttaa. Tältä osin työtä pitäisi jatkaa määrittelemällä sivulla tarvittavat toiminnot, luomalla sivun rakenne ja syöttämällä sinne sisältö.

## Lähteet

Alasilta, Anja 2009. Blogi tulee töihin. Infor Oy, Otava, Keuruu.

Alasilta, Anja 1998. Näin kirjoitat tietoverkkoon. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Alasilta, Anja 2004. Verkkokirjoittajan käsikirja. 2. painos. Info viestintä Oy, Helsinki

Anderson, Tim 2012. Exploring touch, cloud and social enterprise in Microsoft Office 2013. Computer Weekly, 2012 (7/31), 18-19.

Hintikka, Kari A. 2007. Web 2.0 – johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. TIEKE 2007. <http://www.tieke.fi/display/julkaisut/Julkaisusarja>. Luettu 2.8.2014.

Hänninen, Kari 2014. Sähköpostin kuolema on lähellä - tässä seuraajia. Kauppalehti. <http://www.kauppalehti.fi/ezproxy.metropolia.fi/etusivu/sahkopostin+kuolema+on+lahella+-+tassa+seuraaaja/201403656373>. Luettu 17.9.2014.

Intranet Communication in Workplaces: Everyday Interactions on a Social Space and Virtual Community 2012. Conference Papers – International Communication Association. <http://web.b.ebscohost.com/ezproxy.metropolia.fi/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=b0a2f119-235e-4e7f-9720-33fe799d5481%40sessionmgr111&hid=127>. Luettu 20.9.2014.

Juholin, Elisa 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. MIFin kirjasarja ammattilaisille.

Kananen, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja –sarja.

Kortesuo, Katleena 2014. Sano se someksi 1, Ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen mediaan. Kauppakamari, Helsinki.

Kortesuo, Katleena 2012. Tekstiä ruudulla. 2. uudistettu painos. MIF, Vantaa.

Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Kuronen, Marja-Liisa & Ollikainen, Marja 2009. Yrityksen viestintä. 5.-6. painos. Edita Prima Oy, Helsinki.

Laki yhteistoiminnasta yrityksissä. 30.3.2007/334. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2007/20070334?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=yhteistoiminta%20yrityksiss%C3%A4>. Luettu 25.8.2014.

Lohtaja-Ahonen, Sirke & Kaihovirta-Rapo, Minna 2012. Tehoa työelämän viestintään. Puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle. 2. uudistettu painos. Sanoma Pro, Helsinki.

Nielsen, Jakob 2010. iPad and Kindle reading speed. Nielsen Norman Group. <http://www.nngroup.com/articles/ipad-and-kindle-reading-speeds/>. Luettu 21.9.2014.

Parekh, Rupal 2012. Internal Affairs: Social Media at the Office.



<http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.metropolia.fi/ehost/detail/detail?sid=b0a2f119-235e-4e7f-9720-33fe799d5481%40sessionmgr111&vid=8&hid=127&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=ufh&AN=80148063>. Luettu 21.9.2014.

Seies, Eeva-Riitta 2013. Intranetissä kaiken aikaa. Talentum lehtiarkisto.  
<http://lehtiarkisto.talentum.com.ezproxy.metropolia.fi/lehtiarkisto/search/show?eid=2566576>. Luettu 15.9.2014.

Williams, Ryan 2011. Inside job. Social media tools are making their way into corporate intranets – and redefining internal communication research in the process. *Communication World* 28(1), 28-30.

Yhteentoimivuus.fi 2014. Sanasto.  
<https://www.yhteentoimivuus.fi/view/smeta/Sanasto.xhtml#M>. Luettu 8.10.2014.

## Intranet taustakysely

Intranet käyttäjäkysely	1/2
Kuinka usein käytät intraa?	
<input type="checkbox"/> Useita kertoja päivässä <input type="checkbox"/> Päivittäin <input type="checkbox"/> Viikoittain <input type="checkbox"/> Satunnaisesti <input type="checkbox"/> En koskaan	
Mihin tarkoitukseen käytät intraa tällä hetkellä / mitä tietoa etsit sieltä?	
Intran rakenne on selkeä	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	
Löydän tarvitsemani tiedot intrasta helposti	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	
Intran visuaalinen asu on hyvä	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	
Intra toimii ongelmitta	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	
Intrassa on tarpeeksi tietoa	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	

<b>Intranet käyttäjäkysely</b>	<b>2/2</b>
Intrassa oleva tieto on ajan tasalla	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	
Intran käyttö on helppoa ja nopeaa	
<input type="checkbox"/> Täysin samaa mieltä <input type="checkbox"/> Samaa mieltä <input type="checkbox"/> Ei eri eikä samaa mieltä <input type="checkbox"/> Eri mieltä <input type="checkbox"/> Täysin eri mieltä	
Mikä tekee intran käytöstä helppoa?	
Mikä tekee intran käytöstä hankalaa?	
Miten haluaisit parantaa intran käytettävyyttä?	
Mitä tietoa intrasta pitäisi löytyä, mitä ei tällä hetkellä löydy?	
Muita toiveita ja ideoita?	
Kiitos vastauksista!	

## Intranet user survey

Intranet User Survey	1/2
How often do you use intranet?	
<input type="checkbox"/> Many times a day <input type="checkbox"/> Every day <input type="checkbox"/> Every week <input type="checkbox"/> Sometimes <input type="checkbox"/> Never	
For what purpose do you use intranet / what information you search from there?	
Structure of intranet is clear.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	
I can easily find the information I need.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	
Visual outlook of intranet is good.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	
Intranet works without problems.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	
There's enough information in intranet.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	

Intranet User Survey	2/2
Information I can find from intranet is up to date.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	
It's easy and fast to use intranet.	
<input type="checkbox"/> I agree completely <input type="checkbox"/> I agree <input type="checkbox"/> I don't agree or disagree <input type="checkbox"/> I disagree <input type="checkbox"/> I disagree totally	
Why it's easy to use?	
Why it's difficult to use?	
How would you like to improve usability of intranet?	
What information you would like to find from intranet, which isn't there now?	
Other wishes and ideas?	
Thank you for answering!	