



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

LIIKETALOUS

OPINNÄYTETYÖRAPORTTI

INTRAKAMPANJOINTI JA INTRANETIN KÄYTÖN LISÄÄMINEN
Pois Pihalta -kampanja

Säde Huhtala

Liiketalouden koulutusohjelma
Kesäkuu 2009
Työn ohjaaja: Klaus af Ursin

TAMPERE 2009



Tekijä(t):	Säde Huhtala	
Koulutusohjelma(t):	Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi:	Intrakampanjointi ja intranetin käytön lisääminen	
Työn valmistumis- kuukausi ja -vuosi:	kesäkuu 2009	
Työn ohjaaja:	Klaus af Ursin	Sivumäärä: 65

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulun (TAMK) Pois pihalta -projekti käynnistettiin maaliskuussa 2008 tavoitteenaan TAMK:n intranetin käytön lisääminen sekä henkilökunnan että opiskelijoiden keskuudessa. Lisäksi haluttiin parantaa intranetin näkyvyyttä ja saada palautetta intranet-kehittämistyötä varten. Tavoitteisiin täyttymiseen pyrittiin sekä opettamalla intranet-käyttöä että tuomalla yleisesti esille intranet-käytön tärkeys. Pitkän aikavälin tavoitteena on luopua sähköpostitiedottamisesta, ja tavoittaa kaikki TAMKilaiset intranet-kautta.

Projektin olennainen osa oli syksyllä 2008 järjestettävä tiedotuskampanja, joka huipentui syyskuun lopussa kampanjaviikkoon. Kampanjan tarve perustui pitkälti kuulopuheeseen, jonka mukaan TAMK:n intranet ei täydellisestä uudistuksesta huolimatta ollut saavuttanut toivottavaa käyttöastetta henkilökunnan eikä opiskelijoiden keskuudessa. Ennen kampanjaa toteutetulla before -kyselyllä etsittiin kampanjan ja koulutusten painopisteitä. Käyttöasteen muutoksia ei projektin aikana mitattu, mutta kampanjan näkyvyyttä, vaikutuksia ja onnistuneisuutta mitattiin kampanjan jälkeen toteutetulla after -kyselyllä. Kyselyjen pohjalta analysoitua tietoa käytetään hyväksi intrakampanjoinnin kehittämisessä, tulevaisuudessa intranet-tiedottamisen kehittämisessä.

Kyselyjen tulosten perusteella näkyvyys on avainsana onnistuneelle intrakampanjalle ja näin ollen koko projektille. Seuraavassa mahdollisessa projektissa onkin erityisesti keskityttävä riittävän näkyvyyden saavuttamiseen. Vain saavuttamalla riittävä näkyvyys voidaan taata kampanjalle niin paljon huomiota, että asenteisiin ja intraosaamiseen vaikuttaminen on mahdollista. Myös projektiryhmään tulee kiinnittää huomiota, jotta mukaan otetaan intranet-peruskäyttäjien edustaja. Samaan asiaan on syytä tarttua myös muussa intranet-kehittämiseen liittyvässä työssä. Aktiivinen vuorovaikutus intranet-käyttäjien ja suunnittelijoiden välillä on ehdoton edellytys sille, että intranet-joskus tulisi olennainen ja kyseenalaistamaton osa TAMKissa työskentelyä ja opiskelua.

Avainsanat: intranet sisäinen tiedottaminen projekti tiedotuskampanja



Author(s):	Säde Huhtala	
Study programme(s):	Business Administration	
Title of the thesis	Intranet campaigning and increasing the usage of intranet	
Month and year of completion:	June 2009	
Supervisor:	Klaus af Ursin	Number of pages: 65

ABSTRACT

The Pois Pihalta -project of TAMK University of Applied Sciences (TAMK) was launched in March 2008. The aim of the project was to increase the usage of the intranet of TAMK among both the personnel and the students. In addition to this the project aimed to increase the visibility of the intranet of TAMK and to gain feedback for the development of the intranet. These aims were pursued by the means of both teaching the use of the intranet and bringing forward the importance of the active use of intranet. The long time goal is to give up on the use of e-mail informationing and to be able to reach all the people in TAMK by intranet.

An essential part of the project was an information campaign that was arranged in the fall 2008. The campaign culminated in a campaign week in the end of September. The need for the campaign was based mostly on hear say. According to this hear say, the intranet of TAMK has not reached the desired utilization rate among neither the personnel nor the students of TAMK even though it has been completely reformed. A before survey was carried out before the campaign week to find out the main issues of the campaign and the training lessons. The changes of the utilization rate were not measured during this project, but an after survey was carried out after the campaign week in order to measure the visibility, effects and success of the campaign. The analyzed information based on the results of the surveys will be used in the development of the campaigning of intranet and of the intranet informationing and in training lessons in future.

According to the results of the surveys visibility is the most important thing in successful intranet campaigning. This means that in the next possible project it is vital to concentrate on the reaching of sufficient visibility. This is the only way to guarantee enough attention to the campaign in order to affect on people's attitudes and to train them in the use of intranet. It is also important to pay attention to the project group and include some basic users of intranet in the group. These users should also be listened in the development work of intranet. Active interaction between users and engineers is a necessity, if it is wanted that intranet will someday be an essential and unquestionable part of the working and studying in TAMK.

Key words: intranet internal informationing project information campaign

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
SISÄLTÖ	4
Johdanto	6
1 Projektin kuvaus.....	8
1.1 Projektin aloittaminen ja lähtökohdat	8
1.2 Projektin tavoitteet	9
1.3 Projektin toteutustapa.....	9
1.3.1 Pois pihalta -kampanja	9
1.4 Projektiryhmä.....	10
2 Before -kyselyn tulosten analyysi (Huhtala 2008: 1 - 83)	12
2.1 Intrassa käymisen toistuvuus	12
2.1.1 Kuinka usein käyt intrassa?.....	12
2.1.2 Miksi käyt intrassa harvoin?	14
2.2 Intran toimintojen tarpeellisuus.....	14
2.2.1 Intran uutisten tarpeellisuus ja toimivuus	14
2.2.2 Intran asiakirjojen tarpeellisuus ja toimivuus	16
2.2.3 Intran lomakkeiden tarpeellisuus ja toimivuus	17
2.2.4 Intran tapahtumakalenterin tarpeellisuus ja toimivuus	18
2.2.5 Intran hakutoiminnon tarpeellisuus ja toimivuus.....	20
2.2.6 Intran Apua (ohjeet) -toiminnon tarpeellisuus ja toimivuus	21
2.2.7 Intran ruokalistojen tarpeellisuus	22
2.2.8 Intran Free Zone kv-kanavan tarpeellisuus	23
2.2.9 Intran Reskan tarpeellisuus	24
2.2.10 Intran opintokanavan tarpeellisuus	25
2.2.11 Intran MOT -sanakirjan tarpeellisuus	26
2.2.12 Intran CITRIX -etäyhteyden tarpeellisuus	27
2.3 Avoimet kysymykset.....	28
2.3.1 Intran hyödyllisin toiminto.....	29
2.3.2 Intran eniten kehittämistä vaativa toiminto.....	29
2.3.3 Kehittämisehdotukset.....	29
2.4 Johtopäätökset.....	30
3 After -kyselyn tulosten analyysi (Huhtala 2009: 1 - 21).....	32
3.1 Kampanjan näkyvyys	32
3.1.1 Huomasitko Pois pihalta -kampanjan?.....	32
3.2 Kampanja ja sen vaikutukset.....	33
3.2.1 Kävitkö kampanjan aikana intrakoulutuksessa?	34
3.2.2 Kampanjan onnistumiset.....	34
3.2.3 Kampanjan puutteet	35
3.2.4 Kampanjan tuottamat opit	35
3.2.5 Kampanjan vaikutukset omaan intran käyttöön.....	36
3.2.6 Kampanjan parannusehdotukset.....	36
3.3 Johtopäätökset.....	37
4 Projektin arviointi ja johtopäätökset	38

4.1 Projektin sisällöllinen onnistuminen	38
4.2 Projektin ajallinen onnistuminen	40
4.3 Organisaation toiminta projektissa.....	40
4.4 Ongelmat projektin toteutuksessa	40
4.5 Johtopäätökset	41
Lähteet.....	44
Liitteet	45

Johdanto

Tampereen ammattikorkeakoulun (jatkossa TAMK) Pois pihalta -projekti käynnistettiin maaliskuussa 2008 tavoitteenaan TAMK:n intranetin käytön lisääminen sekä henkilökunnan että opiskelijoiden keskuudessa. Intranetillä tarkoitetaan verkkoon rakennettuja tietosisältöjä, joiden käyttö on rajattu sisäiselle kohderyhmälle, tässä tapauksessa TAMK:n henkilöstölle ja opiskelijoille (Kuivalahti & Luukkonen 2003: 9). Intranet voi tehostaa organisaation sisäistä viestintää merkittävästi, kun kaikki tarpeelliset tiedot löytyvät yhdestä paikasta (Välitä viestiä... 2001). Sisäinen viestintä puolestaan tarkoittaa kaikkea yhteisön sisällä tapahtuvaa tiedonkulkua ja vuorovaikutusta (Lehtonen 1998).

Projektin olennainen osa oli syksyllä 2008 järjestettävä tiedotuskampanja. Kampanjan tarve perustui pitkälti satunnaiseen palautteeseen ja niin sanottuun puskaradioon, joiden pohjalta muodostui käsitys, ettei TAMK:n intranet täydellisestä uudistuksesta huolimatta ollut saavuttanut toivottavaa käyttöastetta henkilökunnan eikä opiskelijoiden keskuudessa. Intranetin aktiivinen käyttäminen olisi kuitenkin jokaiselle TAMK:ilaiselle erittäin suositeltavaa, sillä se sisältää lähes kaiken TAMK:n sisäisen informaation. (Liite 1.)

Projektin ensisijainen tehtävä oli käytön lisäämisen lisäksi parantaa intranetin näkyvyyttä. TAMK:ilaiset haluttiin saada käyttämään intraa aktiivisemmin sekä opettamalla intran käyttöä että tuomalla yleisesti esille intran aktiivisen käyttämisen tärkeys. Lisäksi haluttiin saada palautetta intran kehittämiseksi edelleen. Pitkän aikavälin tavoitteena TAMK:n Viestintäpalveluilla on luopua sähköpostitiedottamisesta, ja tavoittaa kaikki TAMK:ilaiset intran kautta. (Liite 1.)

Intrakampanja toteutettiin vaiheittain. Sen kaksi pääosaa olivat koulutus ja tiedottaminen. Kampanjan aktiivisin ja eniten ulospäin näkyvä vaihe oli kampanjaviikko 29.9.–3.10.2008. Tuon viikon aikana järjestettiin intrakoulutuksia joka päivä sekä henkilöstölle että opiskelijoille. (Liite 1.)

Ennen kampanjaa toteutetulla before -kyselyllä etsittiin kampanjan ja koulutusten painopisteitä. Käyttöasteen muutoksia ei projektin aikana mitattu, mutta kampanjan näkyvyyttä, vaikutuksia ja onnistuneisuutta mitattiin kampanjan jälkeen toteutetulla after -kyselyllä. Eräs selkeistä mittareista projektin onnistumiselle oli se, kuinka suuri osa vastaajista oli ylipäätään huomannut kampanjan, ja se, kuinka moni osallistui

kampanjan aikana intrakoulutukseen. Lisäksi kampanjan tuottamat opit ja vaikutus vastaajien omaan intran käyttöön olivat tärkeitä mittareita kampanjan onnistumiselle. Kyselyjen pohjalta analysoitua tietoa käytetään hyväksi intrakampanjoinnin kehittämisessä, tulevissa koulutuksissa ja intratiedottamisen kehittämisessä.(Liite 1.)

1 Projektin kuvaus

TAMKIn Pois pihalta -projekti käynnistettiin maaliskuussa 2008 tavoitteenaan TAMKIn intranetin käytön lisääminen sekä henkilökunnan että opiskelijoiden keskuudessa. Intranetillä tarkoitetaan verkkoon rakennettuja tietosisältöjä, joiden käyttö on rajattu sisäiselle kohderyhmälle, tässä tapauksessa TAMKIn henkilöstölle ja opiskelijoille (Kuivalahti & Luukkonen 2003: 9). Intranet voi tehostaa organisaation sisäistä viestintää merkittävästi, kun kaikki tarpeelliset tiedot löytyvät yhdestä paikasta (Välitä viestiä... 2001).

Sisäinen viestintä tarkoittaa kaikkea yhteisön sisällä tapahtuvaa tiedonkulkua ja vuorovaikutusta (Lehtonen 1998). Se sisältää niin päivittäisiin työtehtäviin liittyvää viestintää kuin myös strategisia tavoitteita. Sisäisen viestinnän avulla pidetään yllä yhteisön sisäisiä suhteita, tiedotetaan organisaation arvoista ja toimintaperiaatteista sekä rakennetaan organisaation yhteisöidentiteettiä. (Lehtonen 2003)

1.1 Projektin aloittaminen ja lähtökohdat

TAMKIn Intranetiedottamisen kehittämissuunnitelman kokouksessa maaliskuussa 2008 päätettiin järjestää syksyn 2008 aikana intraa käsittelevä tiedotuskampanja, jotta intran tarjoamat mahdollisuudet olisivat kaikkien tiedossa, ja sekä opiskelijat että henkilökunta ymmärtäisivät intranetin aktiivisen käyttämisen hyödyt.

Kampanjan tarve perustui pitkälti satunnaiseen palautteeseen ja niin sanottuun puskaradioon, joiden pohjalta muodostui käsitys, ettei TAMKIn intranet täydellisestä uudistuksesta huolimatta ollut saavuttanut toivottavaa käyttöastetta henkilökunnan eikä opiskelijoiden keskuudessa. Lukuisista parannuksista huolimatta kohderyhmät eivät tuntuneet aiempaa paremmin ottaneen järjestelmää osaksi jokapäiväistä työskentelyään TAMKissa. Intranetin aktiivinen käyttäminen olisi kuitenkin jokaiselle TAMKilaiselle erittäin suositeltavaa, sillä se sisältää lähes kaiken TAMKIn sisäisen informaation.

Tiedotuskampanja ei kuitenkaan ole ainoa intran kehittämissuunnitelma, vaan sitä kehitetään edelleen koko ajan. Alkusuunnitelmasta 2008 Opiskelijan ohjeet -asiakirjat järjestettiin uudelleen, ja marraskuussa 2008 intrassa aukaistiin uusi välilehti "Silta", jonne kerätään kaikki TAMKIn ja PIRAMKIn yhdistymiseen liittyvät tiedot. Yhdistymisen

valmistelujen yhteydessä mietitään intran asiakirjarakenne uusiksi ja kehitetään intraa yhdistyneen ammattikorkeakoulun tarpeisiin sopivaksi.

1.2 Projektin tavoitteet

Projektin ensisijainen tehtävä oli lisätä intranetin näkyvyyttä ja nostaa sen käyttöastetta sekä TAMKin opiskelijoiden että henkilökunnan keskuudessa. TAMKilaiset haluttiin saada käyttämään intraa aktiivisemmin sekä opettamalla intran käyttöä että tuomalla yleisesti esille intran aktiivisen käyttämisen tärkeys. Lisäksi haluttiin saada palautetta intran kehittämiseksi edelleen.

TAMKin Viestintäpalveluiden pitkän aikavälin tavoitteena on luopua sähköpostitiedottamisesta ja vakiinnuttaa intranetin asema TAMKin pääasiallisena tiedotuskanavana, joten erityisesti painotettiin intranetin uutispalstan jokapäiväistä lukemista. Ennen kampanjaa toteutetulla before -kyselyllä etsittiin kampanjan painopisteitä kysymällä eräiden intran toimintojen tarpeellisuutta ja toimivuutta sekä muun muassa hyödyllisintä toimintoa. Käyttöasteen muutoksia ei tämän projektin aikana mitattu, mutta kampanjan näkyvyyttä, vaikutuksia ja onnistuneisuutta mitattiin kampanjaviikon jälkeen toteutetulla after -kyselyllä.

1.3 Projektin toteutustapa

Projektin toteutti Intranetiedottamisen kehittämissryhmä, joka kokoontui noin kerran kuukaudessa. Kuukausittaisissa kokouksissa suunniteltiin kampanjaa ja käytiin läpi siihen liittyviä päätettäviä asioita sekä sovittiin käytännön järjestelyistä. Kesäkuukausina ryhmä ei kokoontunut, mutta tuolloin vastuuhenkilöt hoitivat suurimman osan lopullisista käytännön järjestelyistä. Tiedotussihteeri Teija Pekkarinen hoiti suurimman osan yleisistä käytännön järjestelyistä, tiedottaja Anne Autio hoiti painotuotteet ja graafisen ilmeen ja ATK -järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari vastasi yhdessä Ismo Santapukin kanssa intrakoulutusten suunnittelusta.

1.3.1 Pois pihalta -kampanja

Itse Pois pihalta -kampanja toteutettiin vaiheittain. Sen kaksi pääosaa olivat koulutus ja tiedottaminen. Ensimmäinen vaihe toteutettiin lukuvuoden 2008–2009 orientoivilla päivillä elokuussa 2008. Tuolloin Viestintäpalvelut ja Tietokonekeskus yhdessä kouluttivat TAMKin tuutoriopiskelijoita intran perusteiden käytössä, jotta he vuorostaan

opettivat uusia opiskelijoita perehdyttäessään näitä TAMKIn toimintatapoihin.

Kampanjan seuraava vaihe oli e-lomakkeena lähetettävä before -kysely, jonka avulla kartoitettiin TAMKIn intran kipukohtia, kehittämistarpeita sekä niitä asioita, joissa kaivattaisiin lisää koulutusta ja informaatiota. Kyselyn vastausajan päättymisen jälkeen syyskuun puolivälissä aloitettiin kampanjaviikosta tiedottaminen. Kyselyn tulokset analysoitiin nopeasti, jotta saatiin viitteitä kampanjaviikon koulutuksia ja tiedotuksen painopisteitä varten.

Kampanjan aktiivisin ja eniten ulospäin näkyvä vaihe oli itse kampanjaviikko 29.9.–3.10.2008. Tuon viikon aikana järjestettiin intrakoulutuksia joka päivä yksi sekä henkilöstölle että opiskelijoille. Lisäksi sekä Teiskontien että Finlaysonin toimipisteissä oli ns. Intraklinikka eli ständi yhtenä päivänä tuon viikon aikana. Kampanjan aikana intravinkkejä julkaistiin päivittäin. TAMKilla jaettiin myös kampanjaa käsitteleviä mainoslehtisiä.

Kampanjaviikon jälkeen intravinkkejä julkaistiin kerran viikossa, samoin kuin viikon opiskelijauutiset. Lisäksi before -kyselyn tulosten syvällisempi analyysi tehtiin valmiiksi kampanjaviikon jälkeen, jotta tuloksia voidaan hyödyntää myös pidemmällä aikavälillä. Noin kolme viikkoa kampanjan jälkeen toteutettiin viimeinen vaihe eli e-lomakkeena lähetettävä after -kysely, jonka avulla selvitettiin kampanjan näkyvyyttä ja vaikutuksia. Vastausajan päätyttyä myös tämän kyselyn tulokset analysoitiin, jotta voitiin arvioida kampanjan näkyvyyttä ja vaikutuksia.

1.4 Projektiryhmä

Projektin toteutti TAMKIn Intratiedottamisen kehittämisryhmä, joka perustettiin helmikuussa 2008 TAMKIn vararehtorin Kaisa Lahtisen syksyllä 2007 esittämästä aloitteesta. Ryhmä perustettiin nimensä mukaisesti ideoimaan intran ja intratiedottamisen kehittämistä sekä tekemään intraa tunnetummaksi ja lisäämään sen käyttöä.

Ryhmän jäsenistä kampanjassa työskentelivät jatkuvasti Viestintäpalveluista tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, kampanjan projektisihteeri Säde Huhtala ja tiedotusharjoittelija Kaisu Lämsä sekä Tietokonekeskuksesta ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari. Osittain projektissa työskenteleviä henkilöitä olivat Intratiedottamisen kehittämisryhmän muut jäsenet tiedottaja Anne Autio (graafinen viestintä), Eeva Manni (TAOKK), Kaisa Toikka (kirjasto),

laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, opettaja Marianna Leikomaa sekä Tietokonekeskuksesta keväällä 2008 Juha-Matti Leppälä ja syksyllä 2008 Ismo Santapukki.

Tietokonekeskuksen Sorvari, Leppälä ja Santapukki vastasivat projektissa intran teknisiin seikkoihin liittyvistä asioista sekä intrakoulutuksesta. Viestintäpalveluiden Pekkarinen, Huhtala ja Lämsä vastasivat suurelta osin projektin käytännön järjestelyistä. Säde Huhtala vastasi projektidokumenttien kirjoittamisesta, kyselylomakkeiden laatimisesta ja kyselyjen tulosten analysoinnista. Anne Autio vastasi projektin visuaalisesta ilmeestä sekä painotuotteista ja Leikomaa englanninkielisestä materiaalista. Intratiedottamisen kehittämisryhmän muut jäsenet Manni, Toikka, Krohns ja Leikomaa osallistuivat kampanjan suunnitteluun sekä toteutukseen.

Projektiorganisaation ylin taho oli Tampereen ammattikorkeakoulun vararehtori Kaisa Lahtinen. Viestintäpalveluista projektin vastaava oli tiedotussihteeri Teija Pekkarinen ja Tietokonekeskuksesta ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari.

Intratiedottamisen kehittämisryhmä kokoontui suunnilleen kerran kuukaudessa lukuun ottamatta kesäaikaa. Projektin väliaikatietoja käytiin lisäksi läpi kerran kahdessa viikossa vararehtorin johtoryhmässä, johon kuuluivat vararehtori Kaisa Lahtisen lisäksi laatupäällikkö Eino Palo, tietohallintopäällikkö Matti Hartikainen, laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, tiedottaja Anne Autio ja tiedotussihteeri Teija Pekkarinen.

2 Before -kyselyn tulosten analyysi (Huhtala 2008: 1 - 83)

Before -kyselyn avulla selvitettiin TAMKin intran kipukohtia, kehittämistarpeita sekä niitä asioita, joissa kaivattaisiin lisää koulutusta ja informaatiota. Pinnallisen analyysin tietoja sovellettiin ensitilassa intran kampanjaviikolla 29.9–3.10.2009 järjestettävissä koulutuksissa. Syvempää analysoitua tietoa käytetään hyväksi pitkällä aikavälillä hyväksi intran kehittämisessä, tulevilla koulutuksissa ja intratiedottamisen kehittämisessä.

Kysely lähetettiin sähköpostilla e-lomakkeena TAMKin opiskelijoille ja henkilökunnalle 9.9.2008. TAMKissa on henkilökuntaa yhteensä 596 henkilöä, joista Teiskontiellä 547 henkilöä ja Finlaysonilla 49 henkilöä sekä läsnä olevia opiskelijoita yhteensä 5538 henkilöä, joista Teiskontiellä 5048 henkilöä ja Finlaysonilla 490 henkilöä. Kyselyyn vastasi määräaikaan eli 19.9. mennessä 567 vastaajaa.

Suhteessa lukumäärään henkilökunta oli huomattavasti aktiivisempi vastaamaan kyselyyn kuin opiskelijat. 89,6 % vastaajista puolestaan työskentelee tai opiskelee pääasiallisesti Teiskontien toimipisteessä, ja loput 10,4 % vastaajista taas Finlaysonin kampuksella. Suhteessa lukumääräänsä finlaysonilaiset olivat kuitenkin hitusen aktiivisempia vastaamaan kyselyyn kuin teiskontieläiset. Molempien toimipisteiden vastaajien jakauma noudattaa koko kyselyn vastaajien jakaumaa, eli suurin osa oli opiskelijoita.

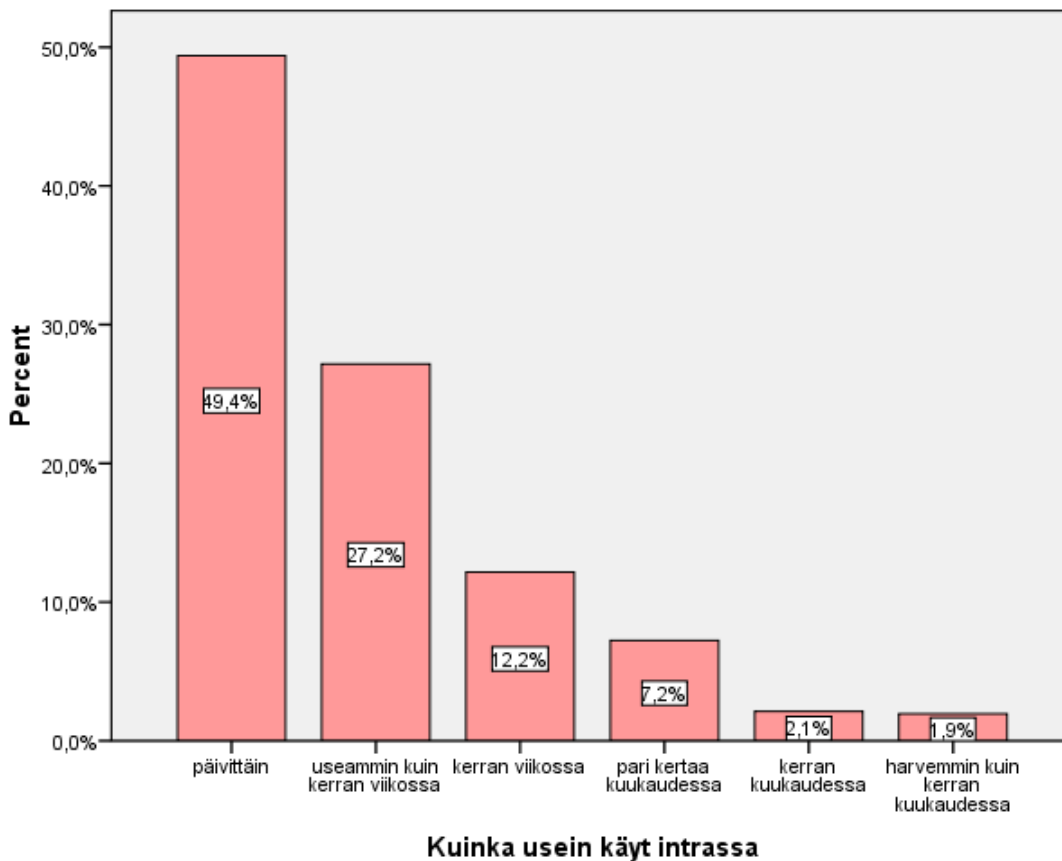
2.1 Intrassa käymisen toistuvuus

Näillä kysymyksillä haluttiin saada tietoa intrassa käymisen toistuvuudesta, ja syistä, joiden takia intrassa ei mahdollisesti käydä kovin usein. Niiden vastaajien, jotka ilmoittivat käyvänsä intrassa harvemmin kuin kerran viikossa, pyydettiin tarkentamaan syytään siihen.

2.1.1 Kuinka usein käyt intrassa?

Kysymys intrassa käymisen toistuvuudesta ei ollut pakollinen, mutta tähän kysymykseen olivat kuitenkin vastanneet kaikki 567 kyselyyn vastannutta. Miltei puolet vastaajista (49,4 %) käy kyselyn tulosten mukaan intrassa päivittäin. Seuraavaksi eniten käydään useammin kuin kerran viikossa, joten kyselyn perusteella intrassa käydään usein ja se on osa lähes päivittäisiä rutiineja. Niinpä yleinen uskomus –

”kukaan ei käytä intraa koskaan” – ei todennäköisesti pidä paikkaansa. Toki on otettava huomioon, että yhteensä 23,4 % vastanneista käy intrassa vain kerran viikossa tai harvemmin. Tämä luku on korkea, kun otetaan huomioon, että intran pitäisi olla osa jokaisen TAMKilaisen päivittäisiä rutiineja. (Kaavio 1)



Kaavio 1

Opiskelijoiden ja henkilökunnan välillä ei ole suuria eroja intrassa käymisen suhteen, sillä molempien vastaajaryhmien enemmistö käy intrassa päivittäin. Rohkaisevaa on, että huomattavan suuri osa henkilökunnasta (80,4 %) käy intrassa päivittäin. Myös Teiskontietä ja Finlaysonia vertaillessa molempien enemmistö käy intrassa päivittäin, mutta Finlaysonin osalta yhteensä 28,9 % vastaajista käy intrassa harvemmin kuin kerran viikossa. Näin ollen Finlaysonilla voisi olla tarvetta suurempaan intran esille tuomiseen.

2.1.2 Miksi käyt intrassa harvoin?

Kyselyssä selvitettiin myös syytä siihen, miksi intrassa käydään harvoin. 28,4 % vastauksista syyksi mainittiin intran sekavuus: intraa pidetään kaikin tavoin sekavana ja epäloogisesti järjestettynä, tietoa on hankala löytää ilman hakutoimintoa, tiedot on sijoitettu epäloogisiin paikkoihin, eikä niitä ole jäsenelty kunnolla. Toiseksi eniten vastauksia (24,6 %) sisältyi ryhmään, jossa syyksi ilmoitettiin, ettei vastaajalla ole tarvetta käydä intrassa. Intrassa ei ole päivittäin tarvittavia asioita, tai joissain tapauksissa siellä ei ole mitään vastaajan tarpeelliseksi kokemaa. Vastaajilla ei tunnu olevan tarvetta käydä intrassa tai muuten asiaa sinne, joten ei siellä tule käytyäkään.

Kahden suurimman ryhmän jälkeen hajonta vastauksissa kasvoi, ja muun muassa huono käytettävyys, informaation löytyminen helpommin muualta, ajanpuute sekä intran heikko sisältö mainittiin syyksi harvoin tapahtuvaan intrakirjautumiseen. Vähintäänkin intran sekavuuteen olisi syytä puuttua, ja tarpeen tulisi myös korostaa intran ja sen sisällön merkitystä käyttäjille.

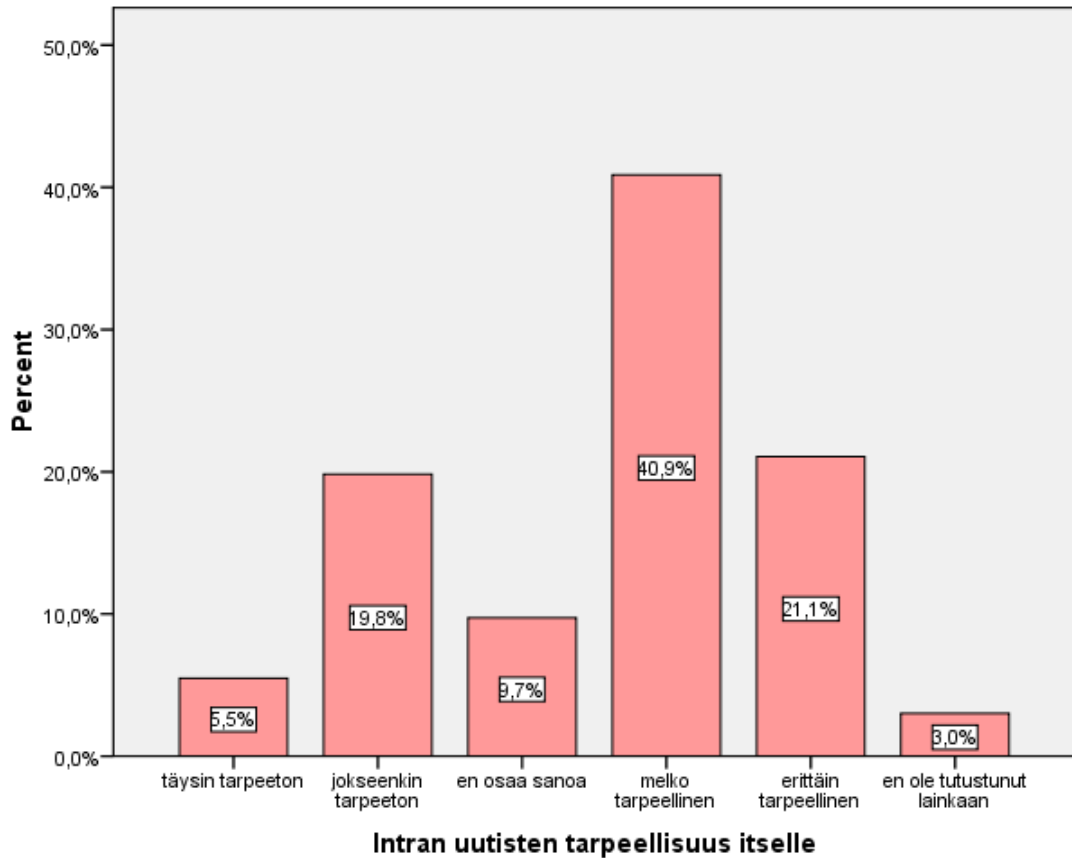
2.2 Intran toimintojen tarpeellisuus

Kysymyksissä kunkin intran toiminnon tarpeellisuudesta vastaajalle itselleen haluttiin selvittää, mitkä toiminnot koetaan tarpeellisiksi, ja ymmärtävätkö vastaajat kaikkien toimintojen arvon. Lisäksi kysyttiin kunkin intran toiminnon toimivuutta – näitä kahta tulosta vertaamalla haluttiin selvittää, toimivatko kaikki tärkeät ja tarpeelliset toiminnot tarpeeksi hyvin.

2.2.1 Intran uutisten tarpeellisuus ja toimivuus

Enemmistö vastaajista piti intran uutisia melko tarpeellisina itselleen ja samoin suurin osa piti niitä melko toimivina. Kuitenkin yhteensä 25,3 % piti uutisia tarpeettomina. Lisäksi 3 % vastanneista ei ollut tutustunut intran uutisiin lainkaan ja 9,7 % ei osannut sanoa kantaansa. (Kaavio 2.) Tuntuu uskomattomalta, että näin suuri osa pitää uutisia tarpeettomina tai ei tiedä niistä tarpeeksi kertoakseen kantansa, sillä uutisten aktiivisen seuraamisen tärkeyden pitäisi nousta esiin sekä uusien työntekijöiden että uusien opiskelijoiden perehdytyksessä. Kun tarkoituksena on lisäksi kokonaan luopua sähköpostitse tapahtuvasta tiedottamisesta, olisi tärkeää, että mahdollisimman moni ymmärtäisi intran uutisten aktiivisen seuraamisen tärkeyden. Muutoin nämä ihmiset jäävät kokonaan tiedotuksen tavoittamattomiin. Kuten jo edellä mainittiin, uutisia pidettiin toimivina, mutta myös tässä kohdassa oli monia, jotka eivät osanneet kertoa kantaansa. Niinpä olisi

tärkeää korostaa uutisia ja niiden seuraamisen tärkeyttä niin kampanjaviikolla kuin muuallakin.

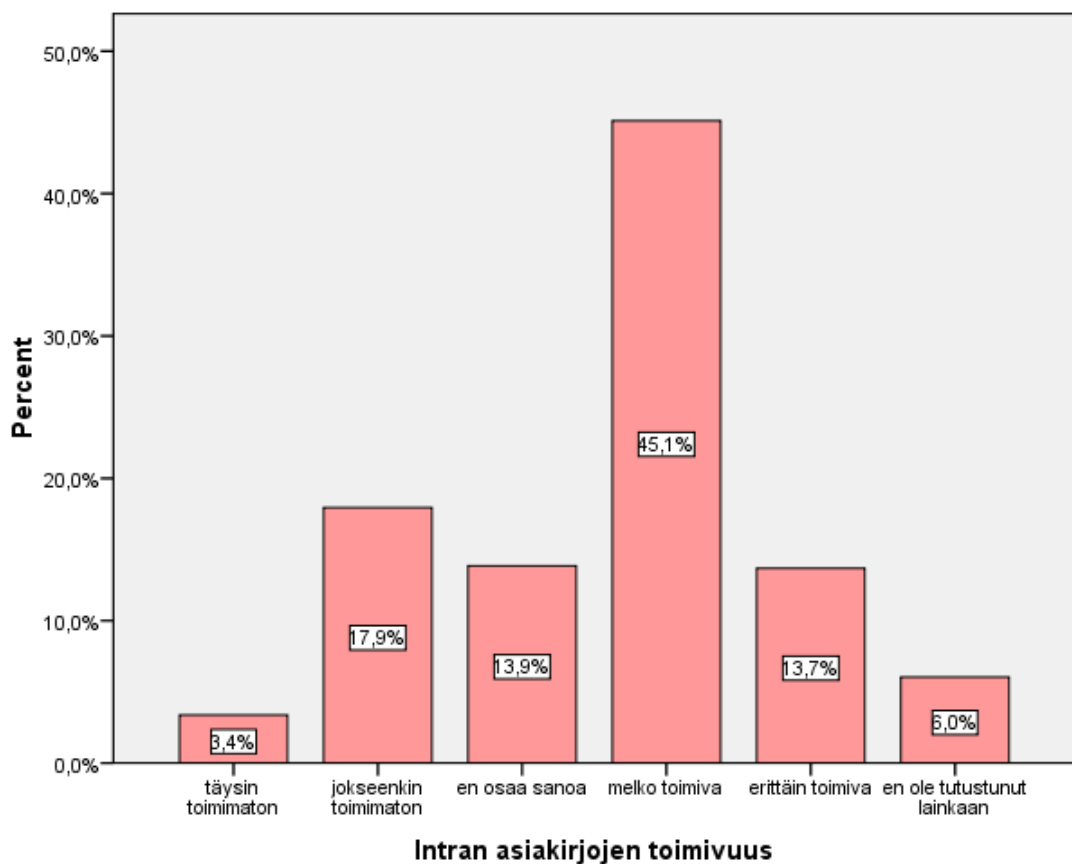


Kaavio 2

Opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia vertaillen kumpikin ryhmä pitää uutisia toimivina, mutta tarpeellisuuden suhteen eroja löytyy. Henkilökunnan osalta tulokset ovat rohkaisevia, sillä suurin osa pitää uutisia selvästi tarpeellisina, ja vain hyvin pieni osa ei ole tutustunut tai pitää niitä tarpeettomina. Opiskelijoista pieni osa ei ole tutustunut lainkaan uutisiin, mutta muuten luvut jakautuvat eri vastausvaihtoehtojen kesken melko tasaisesti, joten uutisten markkinointi opiskelijoiden keskuudessa olisi hyvä asia. Toimipisteiden välillä eroja ei uutisten toimivuuden suhteen ole, sillä kummassakin niitä pidetään pääosin toimivina. Tarpeellisuuden suhteen Teiskontien enemmistö (62,4 %) piti uutisia tarpeellisina, mutta Finlaysonin osalta luvut ovat hieman heikommat, sillä yli kaksinkertainen määrä (11,9 % verrattuna Teiskontien 4,7 %) pitää intran uutisia täysin tarpeettomina. Finlaysonilla olisi siis hyvä korostaa uutisten merkitystä TAMK:n pääasiallisena tiedotuskanavana.

2.2.2 Intran asiakirjojen tarpeellisuus ja toimivuus

Intran asiakirjat koetaan kyselyn tulosten mukaan selvästi tarpeellisiksi omalle työlle/opiskelulle, sillä 48,6 % vastaajista piti niitä erittäin tarpeellisina itselleen ja 30,6 % melko tarpeellisina. Toimivuuden suhteen vastaajat eivät olleet aivan niin positiivisia – enemmistö (45,1 %) piti asiakirjoja melko toimivina, mutta seuraavaksi suurin ryhmä (17,9 %) piti niitä kuitenkin jokseenkin toimimattomina (Kaavio 3). Näitä kahta tulosta vertaillen on selvää, että näinkin tarpeellisen toiminnon tulisi olla myös hyvin toimiva, joten tässä on selkeä tekninen kehityskohta.



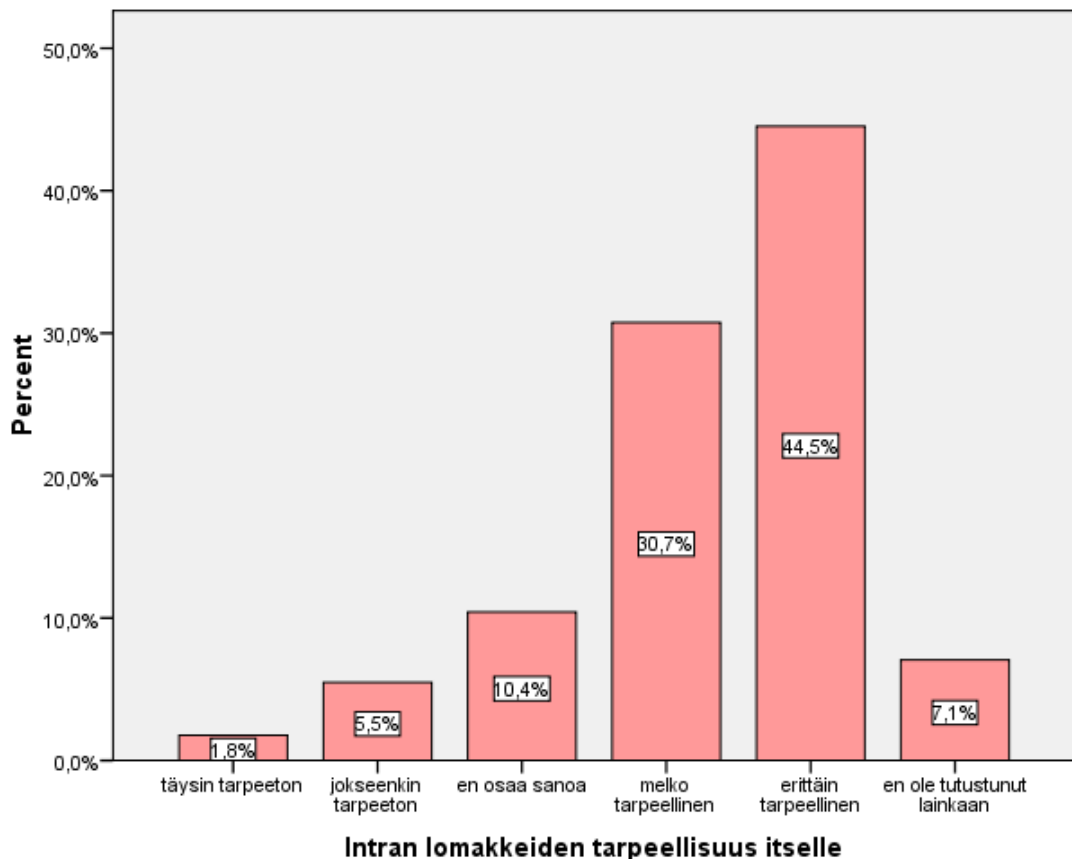
Kaavio 3

Vertaillen opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia kummankin ryhmän enemmistö on samaa mieltä sekä tarpeellisuuden että toimivuuden suhteen – asiakirjoja pidetään erittäin tarpeellisina ja melko toimivina. Kuitenkin kummankin asian suhteen opiskelijavastaajista melko moni ei osaa sanoa kantaansa tai ei ole tutustunut asiakirjoihin lainkaan – niinpä opiskelijoiden keskuudessa olisi hyvä lisätä tietämystä asiakirjoista ja rohkaista heitä käyttämään niitä. Toimipisteiden vastauksia vertaillen ei suuria eroja löydy,

joskaan kukaan ei Finlaysonilta pitänyt asiakirjoja täysin tarpeettomina. Vaihtoehdot 'en osaa sanoa' ja 'en ole tutustunut lainkaan' saivat suhteellisesti enemmän kannatusta Teiskontieltä, joten varsinkin Teiskontiellä olisi hyvä korostaa asiakirjojen merkitystä.

2.2.3 Intran lomakkeiden tarpeellisuus ja toimivuus

Intran lomakkeita pidetään selvästi tarpeellisina, sillä enemmistö (44,5 %) piti niitä erittäin tarpeellisina itselleen ja 30,7 % melko tarpeellisina (Kaavio 4). Myös toimivuuden suhteen enemmistö (42,6 %) piti lomakkeita melko toimivina, ja 16,3 % erittäin toimivina. Kuitenkin yhteensä 17,3 % piti lomakkeita toimimattomina, joten toimivuuteen olisi syytä kiinnittää huomiota – varsinkin, kun lomakkeet koetaan näin tarpeellisiksi.



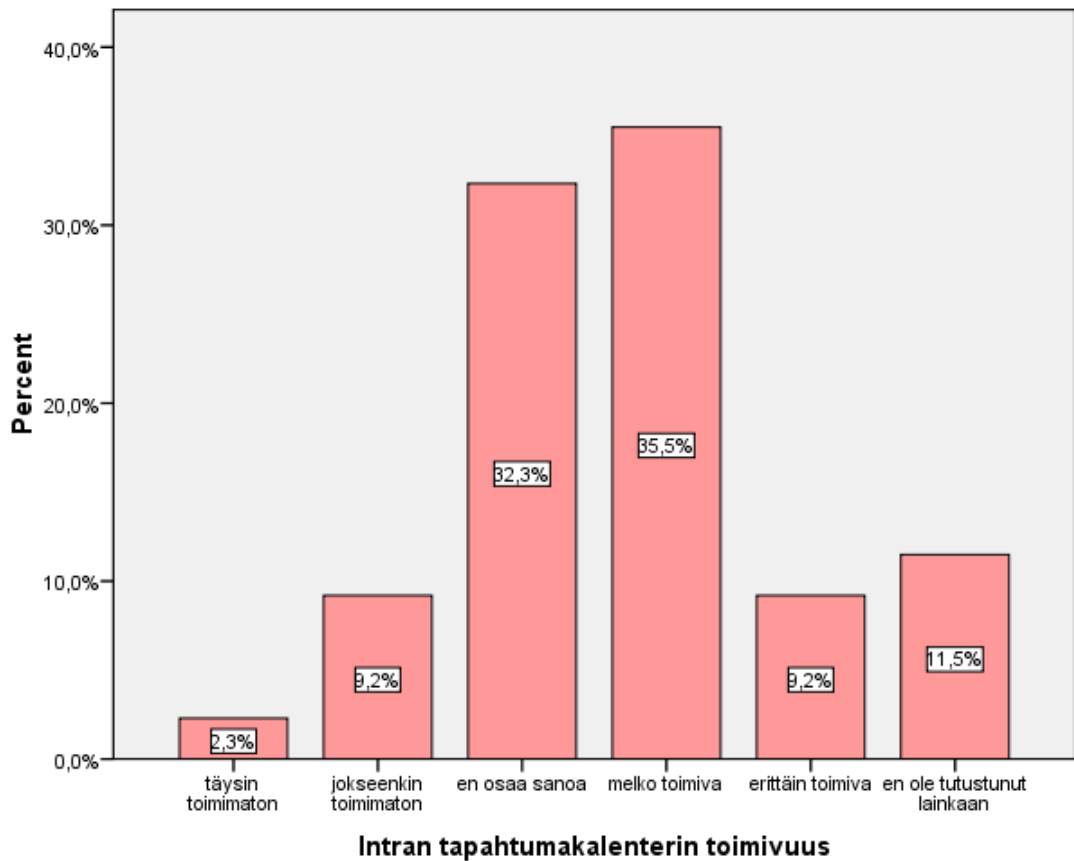
Kaavio 4

Henkilökunnan ja opiskelijoiden vastauksia vertaillen suuria eroja ei löydy. Henkilökunta pitää lomakkeita yleisemmin tarpeellisina kuin opiskelijat, mutta tämä saattaa selittyä sillä, että he tarvitsevat

lomakkeita huomattavasti useammin kuin opiskelijat. Kummankin ryhmän enemmistö myös pitää lomakkeita melko toimivina. Huomattavaa on kuitenkin se, että kummassakin kysymyksessä – tarpeellisuutta ja toimivuutta kysyttäessä – merkittävä osa opiskelijoista (tarpeellisuudessa 22,4 %, toimivuudessa 30,6 %) ei osaa sanoa kantaansa tai ei ole tutustunut lomakkeisiin lainkaan. Näin ollen lomakkeiden merkitystä olisi hyvä korostaa ja niiden käyttöä ohjeistaa opiskelijoille. Toimipisteiden vastauksia vertaillessa kummankin kampuksen vastaajat ovat melko yksimielisiä – enemmistö pitää lomakkeita erittäin tarpeellisina ja melko toimivina. Toimivuuden suhteen Finlaysonilla on suhteellisesti hieman enemmän tyytymättömiä kuin Teiskontiellä, kun taas Teiskontiellä on hieman enemmän niitä, jotka eivät osaa sanoa kantaansa tai eivät ole tutustuneet lainkaan lomakkeisiin. Toimivuuteen tulee toki kiinnittää huomiota yleisesti, mutta Teiskontiellä voisi lisäksi tulla tarpeeseen lomakkeiden merkityksen korostaminen ja tiedon lisääminen niistä.

2.2.4 Intran tapahtumakalenterin tarpeellisuus ja toimivuus

Enemmistö vastaajista (36,3 %) pitää intran tapahtumakalenteria itselleen melko tarpeellisena, mikä on hyvä tulos tapahtumakalenterin ollessa vielä niin tuore toiminto intrassa. Myös toimivuuden suhteen enemmistö (35,5 %) piti tapahtumakalenteria melko toimivana (Kaavio 5). Niitä, jotka eivät osanneet kertoa kantaansa tai eivät olleet tutustuneet tapahtumakalenteriin lainkaan, oli melko paljon kummankin kysymyksen vastauksissa, joten olisi hyvä tehdä tapahtumakalenteria tunnetummaksi.

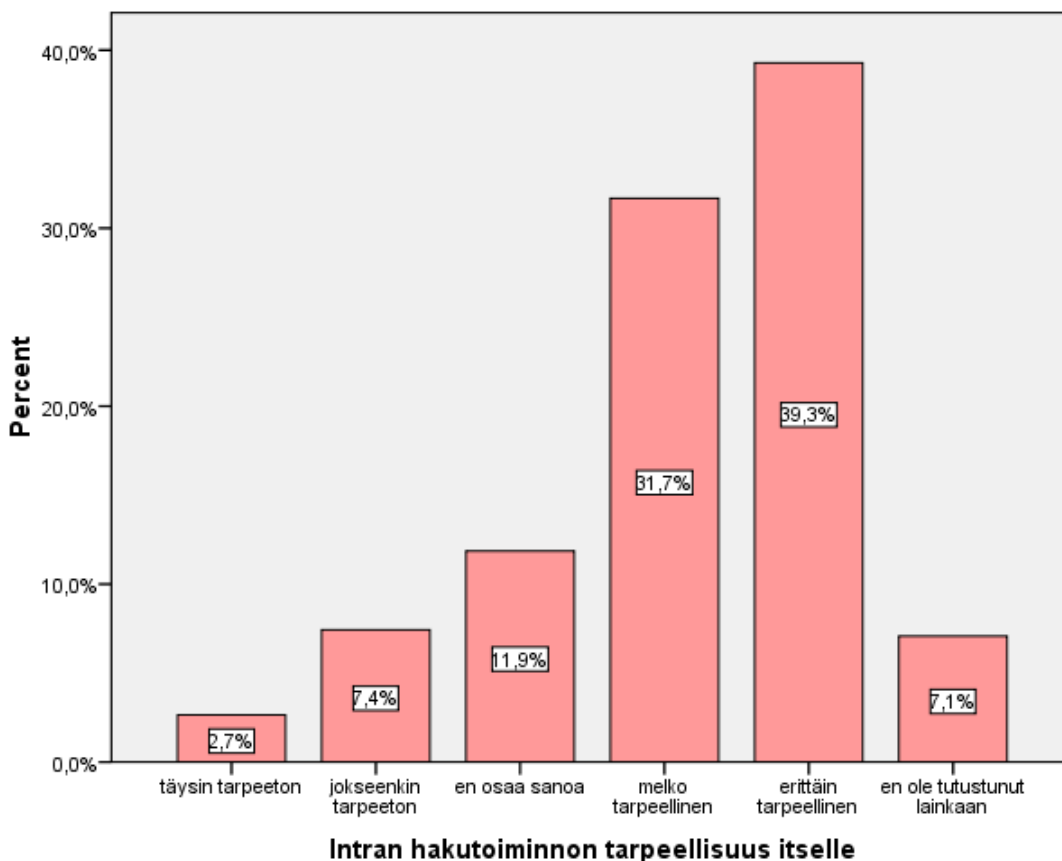


Kaavio 5

Opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia vertailtaessa eroja ei juurikaan löydy. Kummankin ryhmän enemmistöt pitivät tapahtumakalenteria melko tarpeellisena ja melko toimivana. Tulosten perusteella tapahtumakalenteri on vielä yhtä tuntematon toiminto sekä opiskelijoille että henkilökunnalle, joten tiedottamista tästä toiminnosta olisi syytä harkita. Toimipisteiden vastauksia vertaillen eroja löytyy enemmän. Teiskontieläisten enemmistö pitää tapahtumakalenteria melko tarpeellisena ja melko toimivana, kun taas finlaysonilaisten enemmistö pitää sitä jokseenkin tarpeettomana eikä osaa sanoa kantaansa kyseisen toiminnon toimivuudesta. Muutoin tapahtumakalenteri tuntuu olevan aivan yhtä tuntematon toiminto kummankin toimipisteen vastaajien keskuudessa. On syytä myös kiinnittää huomiota toimivuuteen, sillä kummankin toimipisteen vastaajista kymmenes pitää tapahtumakalenteria jokseenkin toimimattomana.

2.2.5 Intran hakutoiminnon tarpeellisuus ja toimivuus

Intran hakutoimintoa pidetään selvästi hyvin tarpeellisena, sillä enemmistö eli 39,3 % vastanneista pitää sitä erittäin tarpeellisena. Lisäksi 31,7 % vastaajaa pitää sitä melko tarpeellisena. Tulosten mukaan hakutoiminto on siis selvästi intran käyttäjien tuntema ja käyttämä, mutta toisaalta se, että hakutoiminto on näinkin tarpeellinen käyttäjien mielestä, herättää kysymyksen siitä, onko intrasta vaikea löytää asioita loogisesti päätellen, ilman hakutoimintoa? (Kaavio 6.) Enemmistö vastaajista (36,9 %) piti hakutoimintoa myös melko toimivana, mutta kuitenkin jopa 19,3 % piti sitä jokseenkin toimimattomana ja 6,4 % täysin toimimattomana. Tuloksia vertaillen huomataan ristiriitä; hakutoiminto on hyvin tarpeellinen, muttei ei riittävän toimiva tähän tarpeeseen suhteutettuna. Tässä olisi siis eräs teknisen kehityksen paikka, ja varmasti olisi syytä panostaa myös koulutukseen ja ohjeistamiseen, jotta hakutoimintoa osataan käyttää oikein.

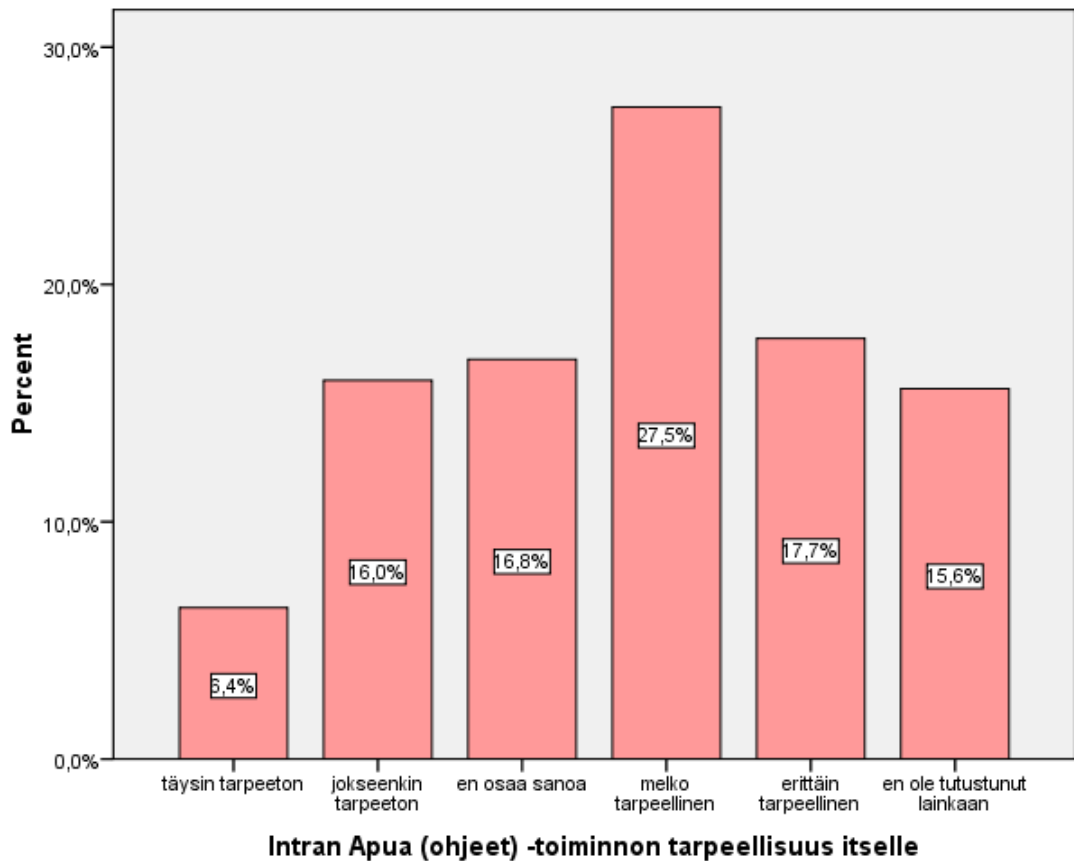


Kaavio 6

Opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia vertailtaessa mielipide-erot ovat pieniä – kummankin ryhmän enemmistöt pitävät hakutoimintoa melko toimivana, kun taas opiskelijoiden enemmistö pitää sitä melko tarpeellisena ja henkilökunnan enemmistö erittäin tarpeellisena. Hakutoimintoa tuntemattomia on selvästi enemmän opiskelijoiden kuin henkilökunnan joukossa, joten sen profiilia olisi syytä nostaa heidän keskuudessaan. Toimipisteiden välillä ei juurikaan ole vastauksissa eroja – kummankin kampuksen enemmistö pitää hakutoimintoa erittäin tarpeellisena ja melko toimivana.

2.2.6 Intran Apua (ohjeet) -toiminnon tarpeellisuus ja toimivuus

Enemmistö eli 27,5 % vastaajista pitää intran Apua (ohjeet) -toimintoa melko tarpeellisena, ja lisäksi 17,7 % piti sitä erittäin tarpeellisena (Kaavio 7). Ohjeet siis mitä ilmeisimmin tulevat tarpeeseen intraa käytettäessä. Toimivuutta kysyttäessä enemmistö (33 %) ei kuitenkaan osannut sanoa kantaansa, ja lisäksi 18,5 % ei ole tutustunut ohjeisiin lainkaan. On siis selvä tarve tuoda Apua -toimintoa esille, jotta ihmiset tietävät sen olemassaolosta ja voivat turvautua siihen tarpeen vaatiessa, varsinkin kun sen tuntevat pitävät sitä tarpeellisena toimintona. Toiminnon tunteneista enemmistö (27,8 %) myös piti sitä melko toimivana.



Kaavio 7

Sekä opiskelijoiden että henkilökunnan enemmistöt pitävät Apua -toimintoa melko tarpeellisena, ja toimivuuden suhteen enemmistöt eivät osanneet kertoa kantaansa. Molemmat ryhmät ovat siis melko tietämättömiä kyseisestä toiminnosta, joten tietoisuutta siitä tulisi lisätä molempien ryhmien keskuudessa. Toimipisteidenkään välillä ei ole suuria eroja; kummankaan kampuksen enemmistö ei osaa sanoa kantaansa Apua -toiminnon toimivuudesta. Tarpeellisuuden suhteen eroa on hieman, sillä Teiskontien enemmistö (28,5 %) pitää Apua -toimintoa melko tarpeellisena, kun taas Finlaysonin vastauksissa kolme vaihtoehtoa sai saman verran (18,6 %) kannatusta. Nämä vaihtoehdot olivat 'en ole tutustunut lainkaan', 'melko tarpeellinen' ja 'en osaa sanoa'. Tietoa Apua -toiminnosta tulisi siis levittää kummankin toimipisteen keskuudessa.

2.2.7 Intran ruokalistojen tarpeellisuus

Intran ruokalistat todettiin vastaajien enemmistön (29,8 %) mielipiteen mukaan melko tarpeellisiksi. Lisäksi 27,8 % piti niitä erittäin tarpeellisina. Opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia verratessa pieniä mielipide-eroja löytyi, mutta ne eivät aiheuta syytä

toimenpiteille ruokalistojen ollessa niin sanotusti ylimääräinen/yleishyödyllinen toiminto, jonka käyttäjä voi halutessaan omasta intranäkymästään poistaa. Toimipisteiden välillä puolestaan on hyvin selkeä ero, mikä johtuu selvästi siitä, että ruokalistat koskevat vain Teiskontietä eivätkä lainkaan Finlaysonia. On siis ymmärrettävää, että Finlaysonin vastaajien enemmistö (40,7 %) pitää ruokalistoja täysin tarpeettomina ja Teiskontien enemmistö (32,1 %) puolestaan melko tarpeellisina.

2.2.8 Intran Free Zone kv-kanavan tarpeellisuus

Free Zone kv-kanavan tarpeellisuutta tiedusteltaessa vastaajien enemmistö (41,1 %) ei ollut tutustunut siihen lainkaan. Tulos on ymmärrettävä, sillä kysely lähetettiin TAMKIn suomenkieliselle henkilökunnalle ja opiskelijoille. Free Zone kuitenkin näkyy myös suomenkielisessä intrassa, joten tuloksen ollessa tämä voisi olla syytä miettiä, voisiko Free Zone esimerkiksi näkyä vain englanninkielisille käyttäjille ja niille, joilla on tunnuksissaan kielenvaihtomahdollisuus. Lisäksi 20,9 % vastaajista piti Free Zonea täysin tarpeettomana, joten sitä ei ole syytä ottaa esille suomenkielisille kohdistetussa kampanjoinnissa. (Kaavio 8)

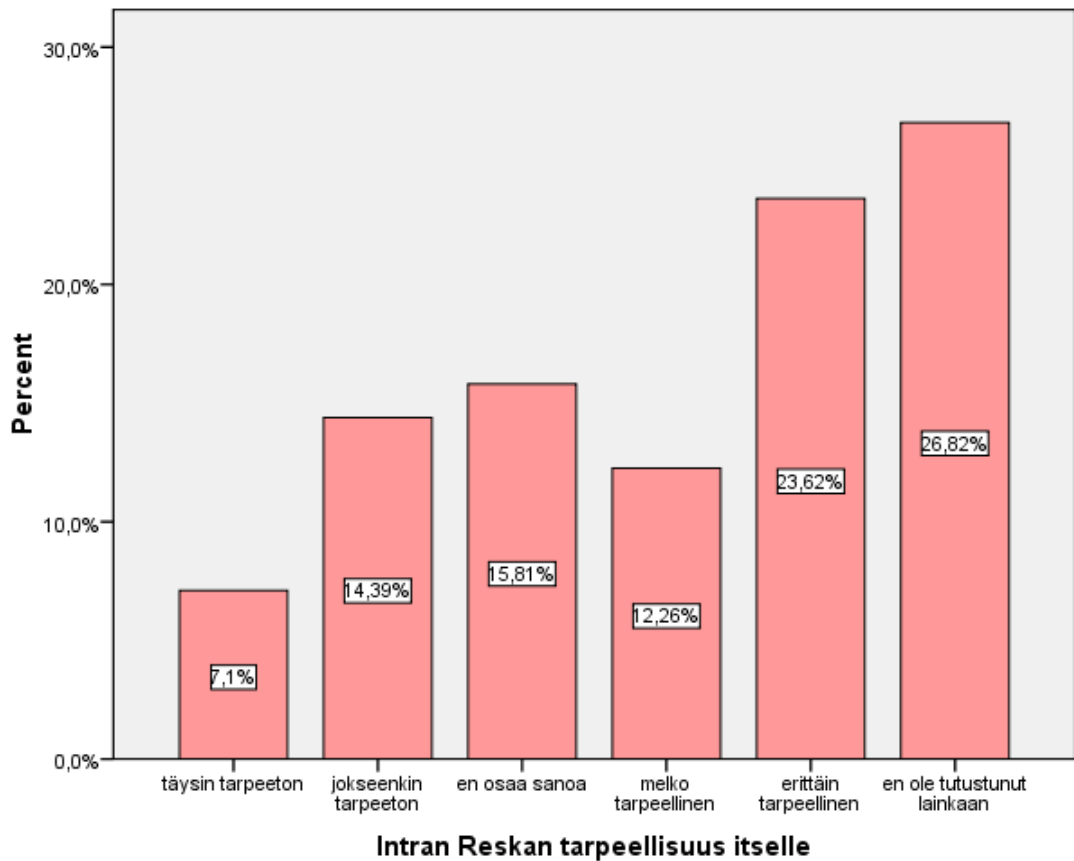


Kaavio 8

Opiskelijat ja henkilökunta olivat yksimielisiä Free Zonen tarpeellisuuden suhteen, sillä kummankaan enemmistö ei ole lainkaan tutustunut siihen ja toiseksi suurin ryhmä piti sitä täysin tarpeettomana. Toimipisteiden vastaukset noudattavat samaa linjaa. Kyselyn tulosten perusteella olisi siis hyvä harkita Free Zonen poistamista suomenkielisestä intrasta, jossa se ei tuota käyttäjille lisäarvoa.

2.2.9 Intran Reskan tarpeellisuus

Intran resurssikalenterin eli Reskan tarpeellisuutta kysyttäessä yllättäen suurin ryhmä (26,8 %) vastaajista ei ollut tutustunut tähän toimintoon lainkaan. Kaksi seuraavaksi suurinta ryhmää olivat kuitenkin valinneet vaihtoehdot 'erittäin tarpeellinen' ja 'melko tarpeellinen'. Reskaa on siis tuotava hyvin vahvasti esille niin kampanjaviikolla kuin muuallakin, sillä varmasti nämä toimintoa tuntemattomatkin hyödyntäisivät sitä, jos tietäisivät siitä. (Kaavio 9)



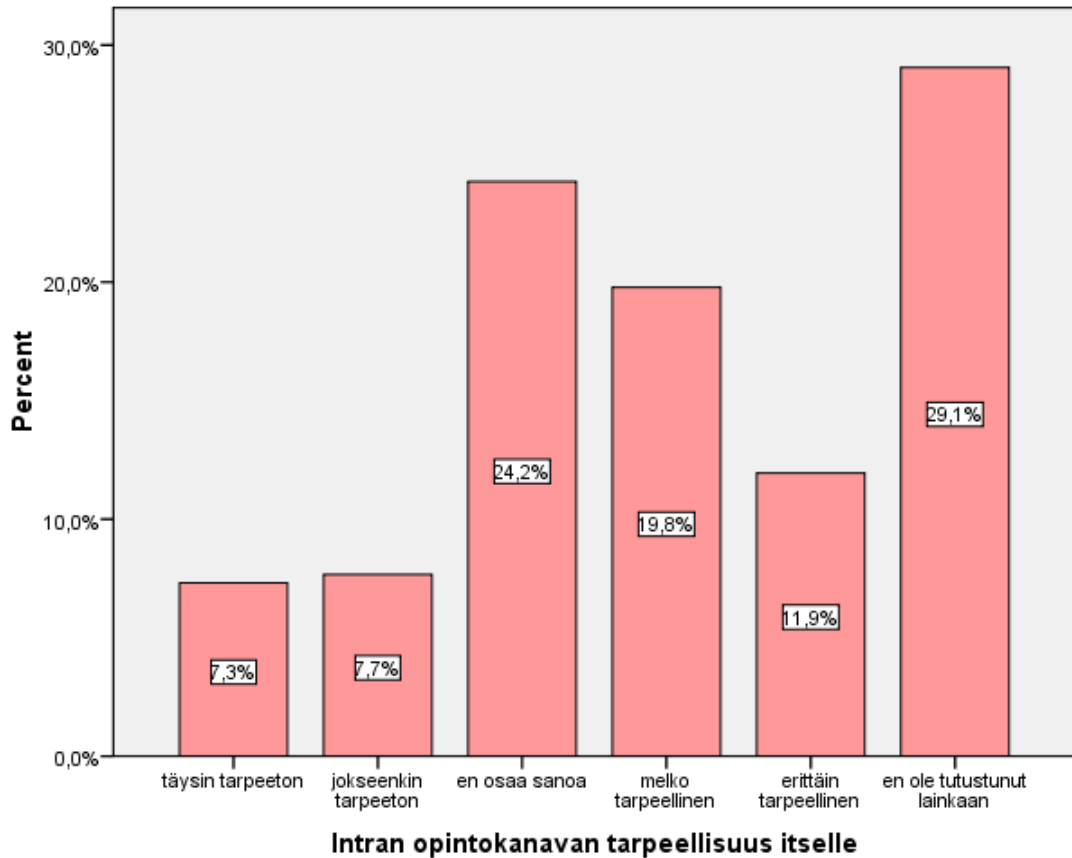
Kaavio 9

Opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia vertaillen näkyy selkeä ero, sillä henkilökunnan enemmistö pitää Reskaa erittäin tarpeellisenä itselleen, kun taas opiskelijoiden enemmistö ei ole tutustunut siihen lainkaan. Tämä todennäköisesti johtuu siitä, että suurin osa henkilökunnasta tarvitsee Reskaa jatkuvasti työssään, kun taas opiskelijat eivät ehkä ole edes ymmärtäneet Reskan hyödyttävän myös heitä esimerkiksi tyhjää ATK-luokkaa etsiessä. Erityisesti opiskelijoille suunnattu tiedotus ja ohjeistus tulisivatkin siis varmasti tarpeen. Toimipisteiden väliset erot Reskan tarpeellisuuden suhteen ovat pieniä. Yleisesti ottaen tiedotus Reskasta olisi siis tarpeen.

2.2.10 Intran opintokanavan tarpeellisuus

Enemmistö (29,1 %) vastaajista ei ollut tutustunut intran opintokanavaan lainkaan. Lisäksi 24,2 % ei osannut sanoa kantaansa. Nämä luvut selittyvät todennäköisesti sillä, että opintokanava on suhteellisen uusi toiminto intrassa, eikä sitä ole kovin moni vielä joutunut käyttämään. Opintokanavaa pidetään kuitenkin myös tarpeellisenä, sillä yhteensä 31,7 % vastaajista pitää sitä melko tai

erittäin tarpeellisenä. Näin ollen olisi hyvä tuoda myös opintokanavaa esille, lisätä käyttäjien tietoja siitä ja neuvoa sen käytössä. (Kaavio 10)

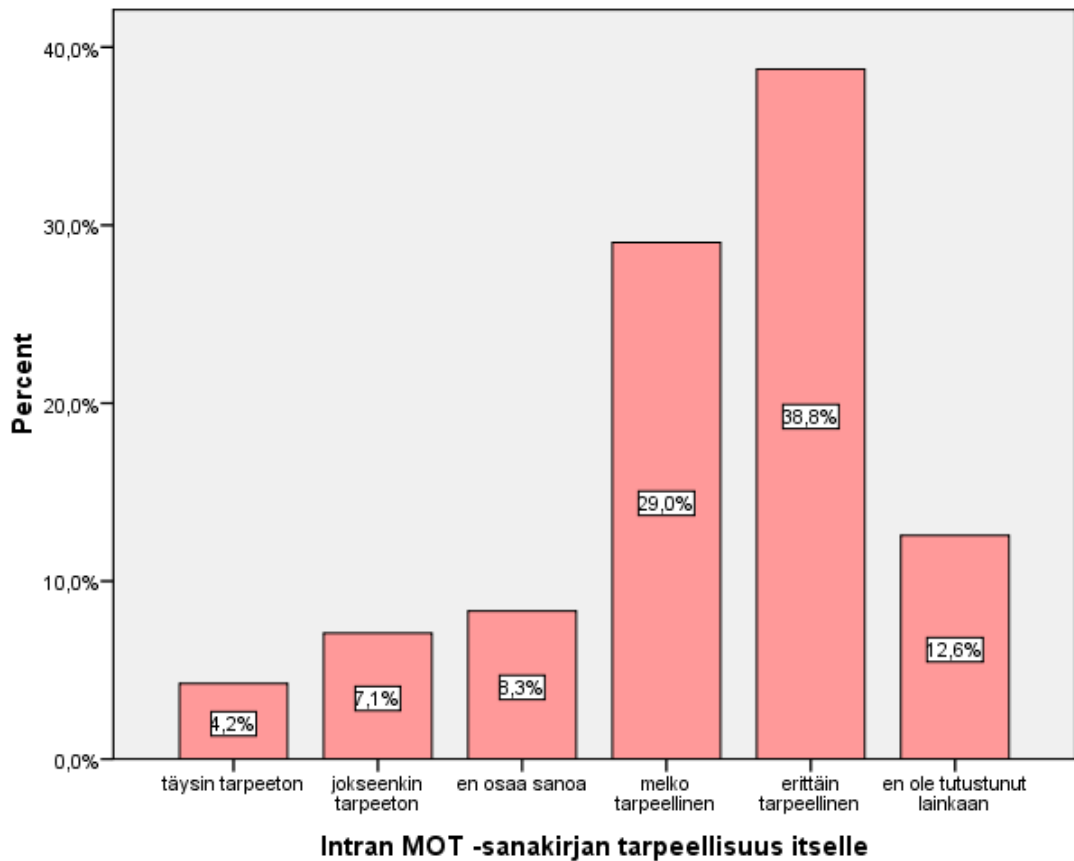


Kaavio 10

Sekä opiskelijoiden että henkilökunnan enemmistöjen mielipiteet noudattavat samaa linjaa jo edellä mainittujen tulosten kanssa – suurin osa ei tiedä opintokanavasta mitään ja toiminnon tuntevat pääosin pitävät sitä tarpeellisenä. Myös toimipisteiden vastaukset noudattivat samaa kaavaa. Tiedotus opintokanavasta ja ohjeistus sen käytöstä tulevat siis tarpeeseen koko TAMKissa.

2.2.11 Intran MOT -sanakirjan tarpeellisuus

Intran MOT -sanakirjaa pidetään selvästi tarpeellisenä toimintona, sillä enemmistö (38,8 %) piti sitä erittäin tarpeellisenä itselleen ja lisäksi 29 % melko tarpeellisenä. Kuitenkin jopa 12,6 % ei ollut tutustunut sanakirjaan lainkaan ja lisäksi 8,3 % ei osannut sanoa kantaansa. Niinpä olisikin hyvä lisätä tietoutta tästä hyvin yleishyödyllisestä toiminnosta. (Kaavio 11)

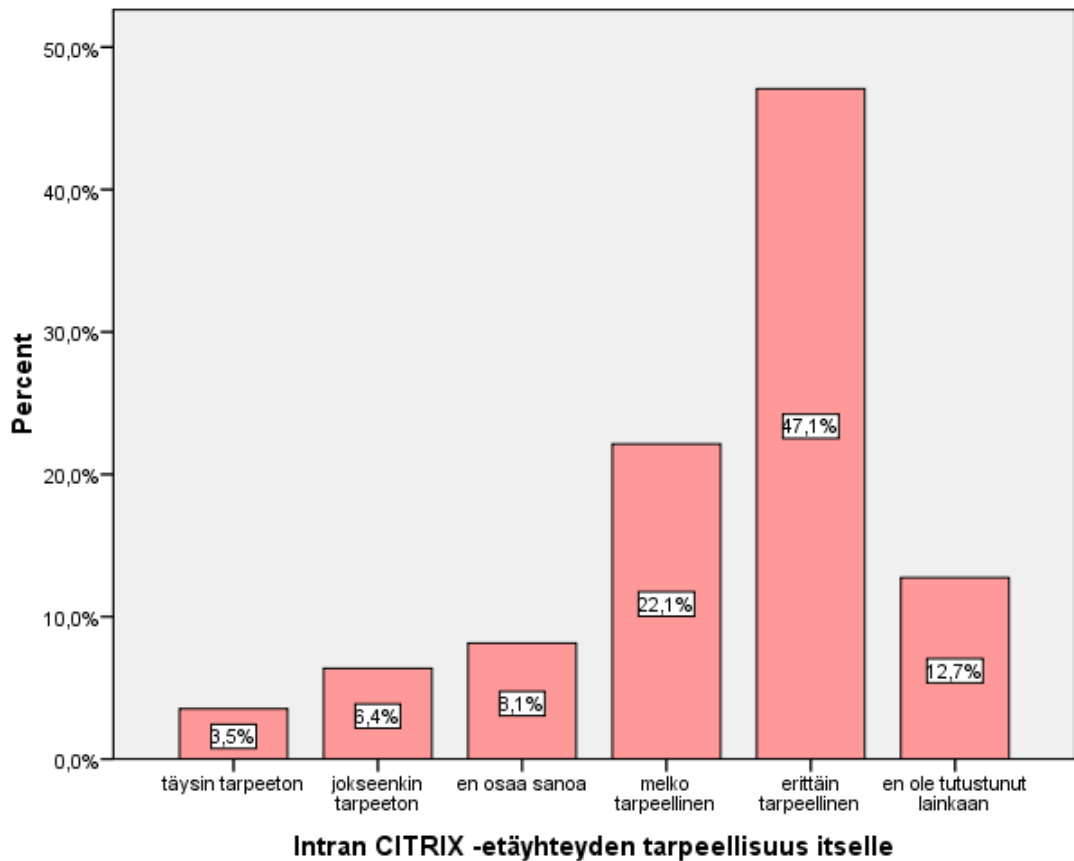


Kaavio 11

Opiskelijat ja henkilökunta ovat hyvin yksimielisiä sanakirjan tarpeellisuudesta, ja oikeastaan ainoa ero on siinä, että hieman suurempi osa opiskelijoista kuin henkilökunnasta on tietämätön sanakirjasta. Varsinkin opiskelijoiden keskuudessa olisi siis tarvetta tiedotukselle sanakirjan hyödyllisyydestä. Toimipisteiden välillä eroja ei oikeastaan ole, sillä kummankin toimipisteen enemmistöt pitävät sanakirjaa erittäin tarpeellisena.

2.2.12 Intran CITRIX -etäyhteyden tarpeellisuus

Kysyttäessä intran CITRIX -etäyhteyden tarpeellisuutta selvästi suurin osa vastaajista (47,1 %) valitsi vaihtoehdon 'erittäin tarpeellinen'. Kuitenkin jopa 12,7 % vastaajista ei ollut tutustunut kyseiseen toimintoon lainkaan, joten tiedotusta CITRIXistä olisi hyvä lisätä, varsinkin kun sitä pidetään näin tarpeellisena. Myös kampanjaviikon koulutuksissa olisi hyvä tuoda CITRIXiä esille, jottei se jää hyödyntämättä käyttäjien puutteellisen osaamisen takia. (Kaavio 12)



Kaavio 12

Verratessa opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia eroja ei juurikaan löydy, sillä kummatkin vastaajaryhmät pitävät CITRIXiä arvossa. Kuitenkin molemmissa vastaajaryhmissä on vielä noin kymmenes niitä, jotka eivät ole tutustuneet CITRIXiin lainkaan, joten tämänkin toiminnon profiilia olisi hyvä nostaa kummankin ryhmän keskuudessa. Myös toimipisteiden vastauksia vertailtaessa törmätään samaan havaintoon – etäyhteyttä pidetään arvossa, mutta kuitenkin osa ei ole vielä tutustunut siihen lainkaan.

2.3 Avoimet kysymykset

Avoimilla kysymyksillä etsittiin pidemmän aikavälin kehityskohteita ja intran pahimpia kipukohtia. Vastaajat eivät näissä kysymyksissä yleensä tyytyneet vain yhden toiminnon mainitsemiseen tai yhteen kehittämisehdotukseen, vaan monet esittivät useita ehdotuksia. Analysoinnin helpottamiseksi ja prosenttilukujen laskemisen mahdollistamiseksi samansisältöiset vastaukset lajiteltiin ryhmiin.

2.3.1 Intran hyödyllisin toiminto

Intran hyödyllisimpänä toimintona pidettiin selvästi lukujärjestyksiä, jotka mainittiin 24,2 % vastauksista. Toiseksi eniten mainintoja keräsi 15,9 % asiakirjat, joiden jälkeen kolmannen sijan otti 14,5 % lomakkeet. Likimain samoihin lukuihin ylti mahdollisuus sähköpostin käyttöön intran kautta – tämä toiminto mainittiin 14,1 % vastauksista. Suosituimpien vastausten jälkeen hajonta kasvoi, ja muita mainittuja toimintoja olivat muun muassa uutiset/tiedotteet, Reska eli resurssikalenteri, CITRIX -etätyöyhteys ja MOT -sanakirja.

2.3.2 Intran eniten kehittämistä vaativa toiminto

Kysyttäessä intran eniten kehittämistä vaativaa toimintoa saatiin myös parannusehdotuksia, vaikkei niitä tässä kohdassa pyydettykään. Eniten mainintoja (19,5 % vastauksista) keräsi intran hakutoiminto. Hakuun toivottiin selkeyttä ja yksinkertaisuutta, sillä sitä on kömpelö käyttää eikä se toimi järkevästi. Muun kuin asiakirjan tai tiedotteen löytäminen on vastaajien mielestä hankalaa, ja oikean hakusanan keksiminen on vaikeaa. Haulle toivotaan myös ohjeita näkyviin. Lisäksi henkilö- ja asiakirjahakuun toivottiin lukuisia pieniä parannuksia.

Seuraavaksi suurin ryhmä (mainittu 18,4 % vastauksista) toivoo parannuksia intran yleiseen selkeyteen, käytettävyyteen, toimivuuteen ja asioiden löydettävyyteen. Tähän kohtaan oli ehdotettu lukuisia tapoja parantaa selkeyttä, mm. lisäämällä graafinen sivukartta, poistamalla liian pitkät polut ja sijoittamalla tiedot loogisiin paikkoihin sekä nimeämällä ne informatiivisilla nimillä.

Kolmanneksi suurin ryhmä (mainittu 17 % vastauksista) totesi eniten kehittämistä vaativan toiminnon olevan asiakirjat, sillä niitä on mm. vaikea löytää ja hidas käyttää. Asiakirjojen käyttöön toivotaan parannuksia, niille toivotaan informatiivisempia nimiä ja niiden säännöllistä päivittämistä pyydetään. Näiden kolmen suurimman ryhmän lisäksi eniten kehittämistä vaativaksi toiminnoksi nimettiin muun muassa lomakkeet, intran ulkoasu ja yleinen toiminta sekä uutiset ja tapahtumakalenteri.

2.3.3 Kehittämisehdotukset

Suurin osa vastauksien kehittämisehdotuksista on teknisiä, ja Tietokonekeskuksen intrasta vastaavien suunnittelijoiden olisikin syytä perehtyä näihin vastauksiin. Eniten vastauksia (mainittu 22,5 % vastauksista) sisältyy ryhmään 'Intran rakenne selkeämmäksi'.

Vastauksissa toivottiin rakenteen selkeyttämistä useilla erikseen mainituilla keinoilla, mm. lisäämällä intraan graafinen sivukartta, helpottamalla sivuilla navigointia, sekä lisäämällä alavetovalikot ja suorat linkit esimerkiksi lukujärjestyksiin etusivulle. Myös käytettävyyttä ja loogisuutta sekä selkeätä jaottelua toivottiin rakenteeseen lisää.

Seuraavaksi suurin ryhmä (mainittu 10,6 % vastauksista) kritisoi intran käyttöliittymää ja toivoo siihen muutoksia. Näissä vastauksissa toivottiin mm. intraan lisää nopeutta, vakautta, back-painikkeiden kunnollista toimivuutta, tunnuksille ns. time out -ominaisuutta eli yhteyden aikakatkaisua sekä yhtä hyvää toimivuutta kaikilla selaimilla. Kolmanneksi suurin ryhmä (mainittu 8,1 % vastauksista) toivoi parannuksia intran sisältöön. Jälleen esille nousi toivomus selkeydestä – tietoja toivottiin jaoteltavan selkeämmin, tärkeät tiedot toivottiin saatavan paremmin esille, kun taas turhaa sisältöä voisi intrasta karsia ja lisäksi toivottiin myös ohjausta siitä, mitä kukin toiminto sisältää.

Kolmen suurimman ryhmän lisäksi kehittämissuositukset kohdistuivat muun muassa asiakirjoihin, yleiseen hakutoimintoon, kertakirjautumiseen, lomakkeisiin, intran ulkonäköön sekä intran sisällön ja ulkonäön vapaampaan muokkaamiseen.

2.4 Johtopäätökset

Johtopäätöksenä kyselyn tuloksista voi sanoa, että intraa käytetään pääasiassa usein ja rutiininomaisesti, varsinkin henkilökunnan keskuudessa. Siksi olisikin tärkeää ottaa huomioon käyttäjien toiveet, ja tehdä parannuksia käytettävyyden, selkeyden ja käyttäjäystävällisyyden nimissä. Näin käyttäjien olisi mukavampi käyttää intraa, ja varmasti nekin, jotka eivät sitä nyt käytä, ottaisivat sen osaksi rutiinejaan. Sekä kyselyn avointen kysymysten vastausten että useiden TAMKilaisten kanssa käymieni keskustelujen pohjalta minulle on hyvin vahvasti jäänyt käsitys, että intran käyttäjistä tuntuu, ettei heitä ole kuunneltu tai otettu huomioon intran suunnitteluprosessissa – niinpä intra ei voi heidän toiveitaan vastatakaan. Tämä koskee sekä opiskelijoita että henkilökuntaa. Olisi siis erittäin tärkeää ottaa käyttäjät jossain määrin mukaan intran kehittämiseen.

Tärkeää on myös korostaa intran uutisten tärkeyttä, sillä mikäli sähköpostitse tapahtuvasta tiedottamisesta todella aiotaan joskus luopua kokonaan, on elintärkeää, että kaikki käyttäjät ymmärtävät intran uutisten aktiivisen seuraamisen tärkeyden. Muutoin he saattavat

jäädä kokonaan tiedottamisen tavoittamattomiin. Tällä hetkellä uutisia ei selvästi pidetä niin tärkeinä, kuin tämän seikan takia kuuluisi. Kiinnostuksen lisäämiseksi kannattaisi harkita myös uudenlaisia uutisia sisällytettäväksi TAMKIn intran uutisiin.

Lisäksi olisi tärkeää tiedottaa enemmän tietyistä toiminnoista, varsinkin CITRIX -etätyöyhteydestä ja Reskasta eli resurssikalenterista, joko koulutusten muodossa tai vaikkapa jonkinlaisina tietoisuuksina. Tämä on tärkeää siksi, että hyödylliset toiminnot eivät jää käyttämättä osaamisen tai tiedon puutteen vuoksi. Samasta syystä olisi syytä kehittää varsinkin niitä toimintoja, jotka suuri osa vastaajista luokitteli toimimattomiksi – hyvänä esimerkkinä esimerkiksi hakutoiminto ja uutiset. Mikäli Tietokonekeskuksessa taas koetaan, ettei toiminnossa ole kehitettävää, on siitä järjestettävä koulutusta ja selkeät ohjeet laitettava esiin. Kuitenkin tällaisessakin tilanteessa olisi hyvä kuulla käyttäjiä, sillä heillä on aitiopaikka huomata intran pienet lastentaudit ja virheet, jotka suunnittelijan silmään eivät välttämättä osu. Vuorovaikutus on siis elintärkeää intraa edelleen kehitettäessä.

3 After -kyselyn tulosten analyysi (Huhtala 2009: 1 - 21)

After -kyselyn avulla selvitettiin Pois pihalta -kampanjan näkyvyyttä ja vaikutuksia. Syvempää analysoitua tietoa käytetään hyväksi intrakampanjoinnin kehittämisessä, tulevissa koulutuksissa ja intratiedottamisen kehittämisessä.

Kysely lähetettiin sähköpostilla e-lomakkeena Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoille ja henkilökunnalle 23.10.2008. TAMKissa oli tuolloin henkilökuntaa yhteensä 596 henkilöä, joista Teiskontiellä 547 henkilöä ja Finlaysonilla 49 henkilöä sekä läsnä olevia opiskelijoita yhteensä 5538 henkilöä, joista Teiskontiellä 5048 henkilöä ja Finlaysonilla 490 henkilöä. Kyselyyn vastasi määräaikaan eli 7.11. mennessä 337 vastaajaa.

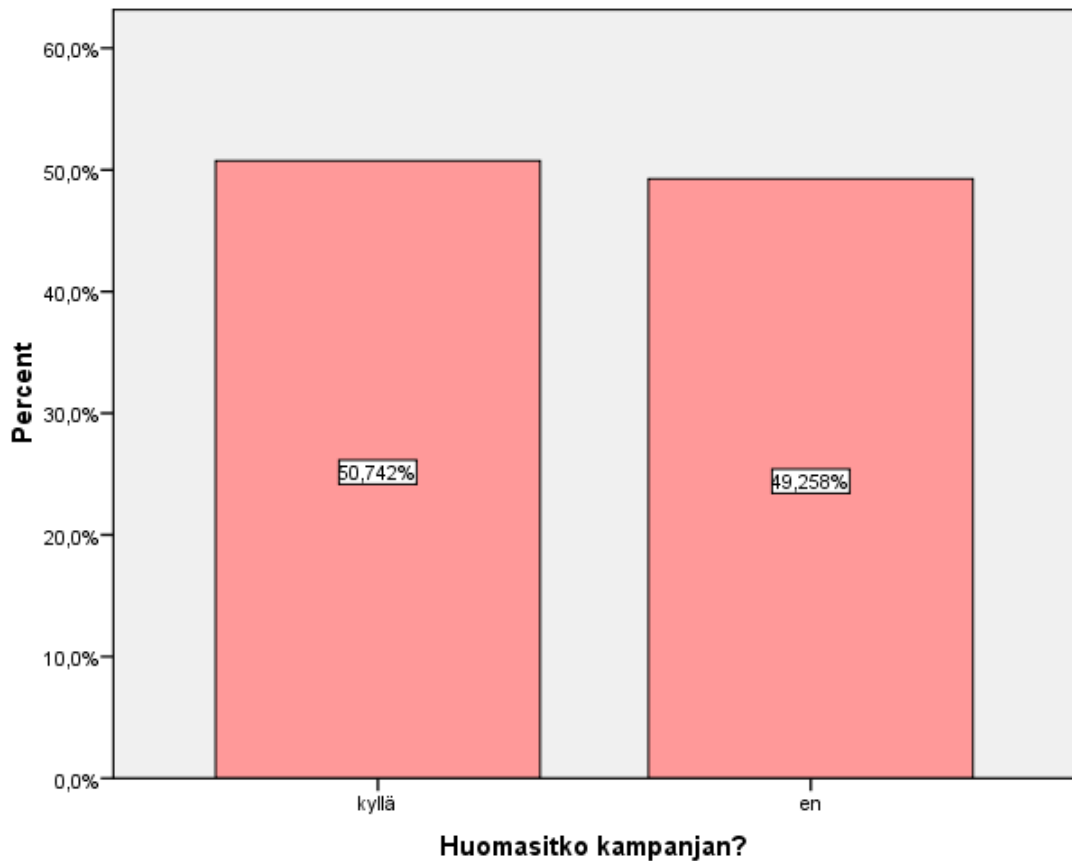
81,9 % vastaajista oli opiskelijoita, ja 18,1 % puolestaan henkilökunnan jäseniä. Henkilökunnasta kyselyyn vastasi siis 10,2 %, ja opiskelijoista 5,0 %. Henkilökunnan jäsenet olivat siis huomattavasti aktiivisempia vastaamaan kyselyyn kuin opiskelijat. Vastaajista 90,8 % työskentelee tai opiskelee pääasiallisesti TAMK:n Teiskontien tiloissa. Vain 9,2 % vastanneista työskentelee tai opiskelee pääasiallisesti Finlaysonilla. Sekä Teiskontiellä että Finlaysonilla kyselyn vastausprosentit olivat melko samansuuruiset, joten suuria eroja kyselyyn vastaamisen aktiivisuudessa ei kampusten välillä ole. Molempien toimipisteiden vastaajien jakauma noudattaa koko kyselyn vastaajien jakaumaa, eli suurin osa oli opiskelijoita.

3.1 Kampanjan näkyvyys

Tällä kysymyksellä pyrittiin määrittämään kampanjan näkyvyyttä ja huomattavuutta TAMK:n molemmissa toimipisteissä ja molempien käyttäjäryhmien keskuudessa. Kampanjan näkyvyys määriteltiin tärkeäksi mittariksi kampanjan onnistumiselle.

3.1.1 Huomasitko Pois pihalta -kampanjan?

Kysymykseen kampanjan huomaamisesta vastasivat kaikki 337 kyselyyn vastannutta, mutta heistä vain 50,7 % oli huomannut kampanjan. Koska vain noin puolet vastaajista huomasivat kampanjan, on syytä miettiä, oliko kampanjan näkyvyys riittävä. (Kaavio 13)



Kaavio 13

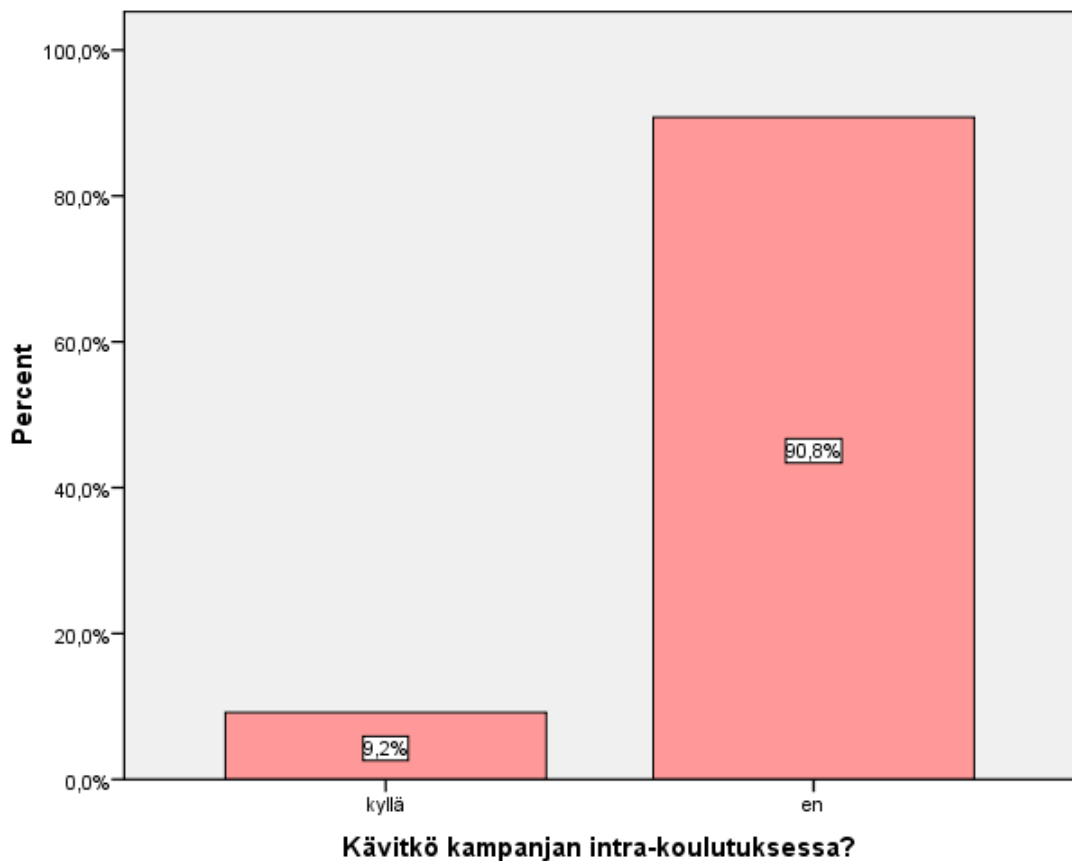
Opiskelijoiden ja henkilökunnan välillä oli tässä kysymyksessä selvä ero, sillä suurin osa opiskelijoista eli 56,2 % ei huomannut kampanjaa, kun taas suurin osa henkilökunnasta eli 82,0 % huomasi kampanjan. Myös kampusten välillä oli eroa kampanjan huomaamisen suhteen, sillä 52,9 % Teiskontien vastaajista huomasi kampanjan, mutta 71,0 % Finlaysonin vastaajista ei huomannut kampanjaa ollenkaan. Erityisesti opiskelijoiden ja Finlaysonin toimipisteen osalta kampanjan markkinointi ja näkyvyys ei siis voinut olla riittävää.

3.2 Kampanja ja sen vaikutukset

Tämän osa-alueen kysymyksillä selvitettiin Pois pihalta -kampanjan näkyvyyttä ja vaikutuksia TAMK:n henkilökuntaan ja opiskelijoihin. Avointen kysymysten vastauksissa ei yleensä tyydytty yhteen ehdotukseen, vaan suurimmassa osassa mainittiin useita asioita sekä myös parannusehdotuksia, vaikka niitä ei kaikissa kohdissa pyydettykään. Analysoinnin helpottamiseksi ja lukumäärien laskemisen mahdollistamiseksi avointen kysymysten samansisältöiset vastaukset luokiteltiin ryhmiin, joita käsitellään avointen kysymysten analysoinnissa.

3.2.1 Kävitkö kampanjan aikana intrakoulutuksessa?

Myös kysymykseen intrakoulutukseen osallistumisesta vastasivat kaikki vastaajat, mutta heistä vain 9,2 % osallistui kampanjan aikana intrakoulutukseen. Huomattavan suuri osa eli 90,8 % ei siis käynyt kampanjan aikana koulutuksessa. (Kaavio 14.) On huolestuttavaa, että näin huomattava osa vastaajista ei jostain syystä osallistunut kampanjanviikon aikana viisi kertaa sekä opiskelijoille että henkilökunnalle järjestettyyn koulutukseen. On mietittävä, mistä tämä johtuu ja miten asia voitaisiin korjata - mahdollista on, että jo aiemmassa kyselyssä huomautetut huonot ennakoasenteet intraa kohtaan vaikuttivat asiaan. Vastaajien asemalla tai toimipisteellä ei juuri ollut merkitystä tuloksen kannalta, vaan suhteet olivat suunnilleen samat jokaisessa vastaajaryhmässä.



Kaavio 14

3.2.2 Kampanjan onnistumiset

Kysyttäessä kampanjan onnistuneita osa-alueita saatiin 133 vastausta (39,5 % kaikista vastaajista). Useimmin (28,6 % vastauksista) kampanjan onnistumiseksi mainittiin näkyvyys. Tällä tarkoitettiin

kampanjan yleistä näkyvyyttä, mainonnan näkyvyyttä sekä huomion herättämistä. Lähes yhtä monta kertaa (27,1 %) kampanjan todettiin menneen ohi niin, ettei vastaaja osannut sanoa mitään kampanjan onnistumisista. Jotkut myös totesivat, etteivät tienneet kampanjasta mitään tai eivät ehtineet seurata sitä. Kolmanneksi suurin ryhmä (13,5 %) nimesi kampanjan onnistumiseksi tiedotuksen ja tiedotteet. Erityisesti mainittiin sähköpostiin tulleet tiedotteet.

Neljänneksi useimmiten (7,5 %) mainittiin koulutuksen tarjoaminen ja viidenneksi useimmiten (6,0 %) intravinkit. Muita onnistumisiksi mainittuja asioita olivat muun muassa intran näkyvyyden parantaminen, kampanjan mainokset ja ilme sekä ”Intraklinikka” eli ständi aulassa.

3.2.3 Kampanjan puutteet

Kysymykseen kampanjan puutteista vastasi 29,1 % kaikista vastaajista. Suurin ryhmä (27,6 % vastauksista) oli ’en osaa sanoa’. Toiseksi suurin ryhmä kaipasi (21,4 %) näkyvyyttä, näkyvämpää mainontaa, sähköpostimainontaa ja luennoilla tai tunneilla mainostamista. Kolmanneksi suurin ryhmä puolestaan toivoi (9,2 %) intrakampanjalle ideaa, tavoitteita ja tarpeellisuutta sekä syytä intran kampanjoinnille ja lisäksi todellista syytä intran käyttämiselle.

8,2 % vastauksista taas kaivattiin kampanjalle persoonallisuutta, voimaa, kampanjahenkeä, kiinnostavuutta, innostavia virikkeitä, hauskuutta ja yllätyksellisyyttä. Viides ryhmä (5,1 %) kaipasi enemmän tietotusta ja viestintää sekä lisää informaatiota mainoksiin. Muita mainittuja puutteita olivat muun muassa käytännön tehtävät, etäkoulutusten ja pakollisten ohjausluentojen puuttuminen sekä uuden tiedon puuttuminen kampanjan sisällöstä.

3.2.4 Kampanjan tuottamat opit

Kampanjan antamia oppeja kommentoi 31,2 % vastaajista. Ylivoimaisesti suurin ryhmä (58,1 % vastauksista) ei kokenut oppineensa mitään. Nämä vastaajat eivät perusteluidensa mukaan joko osallistuneet kampanjaan lainkaan tai sitten kampanjan opettamat asiat olivat heille jo entuudestaan tuttuja asioita. Toiseksi suurin ryhmä (20,0 %) oppi kampanjan aikana uusia asioita intravinkeistä. Intravinkejä toivottiin tulevan jatkossakin, ja intravinkkien tekemisen jatkamista olisikin syytä harkita. Pienellä panostuksella voitaisiin tällä tavalla saada käyttäjät ikään kuin huomaamattaan oppimaan uusia, pieniä asioita intran käytöstä. Perustaitojen noustessa hyvälle tasolle nousee myös motivaatio oppia lisää kehittyneempiä taitoja.

Kaksi ryhmää keräsi kumpikin 7,6 % vastauksista. Toisessa näistä ryhmistä opittiin muutamia uusia toimintoja ja asioita intrasta, kun taas toisessa ei oikeastaan edes yritetty oppia mitään, sillä tämän ryhmän vastaajat kokivat osaavansa jo kyllin hyvin käyttää intraa. 3,8 % vastauksista todettiin vastaajan oppineen muokkaamaan omaa intranäkymäänsä. Muita mainittuja opittuja asioita olivat muun muassa tiedotteiden tilaaminen ja niiden rajoittaminen sekä opintojaksopalautteen antaminen ja hakutoiminnon käyttäminen.

3.2.5 Kampanjan vaikutukset omaan intran käyttöön

Kysyttäessä kampanjan vaikutusta omaan intran käyttöön 45,7 % vastaajista vastasi. Ylivoimaisesti suurin ryhmä oli (76,6 % vastauksista) sitä mieltä, ettei kampanja vaikuttanut mitenkään omaan intran käyttöön. Toiseksi suurimman ryhmän (11,7 %) mielestä kampanja ei vaikuttanut omaan intran käyttöön, koska he käyttävät intraa jo muutenkin säännöllisesti ja osaavat käyttää kaikkia tarvitsemiaan toimintoja. 11,0 % vastauksista kerännyt kolmas ryhmä koostui vastaajista, joiden intran käyttöön kampanja oli vaikuttanut vähän. Kampanja oli vaikuttanut muun muassa seuraaviin asioihin: näkymän muokkaamiseen, asetusten muokkaamiseen, säännöllisempään intraan kirjautumiseen, sähköpostitiedotteiden rajoittamiseen ja toimintojen karsimiseen.

Neljänneksi suurimmassa ryhmässä (5,8 %) todettiin, ettei kampanja vaikuttanut omaan intran käyttöön, sillä vastaajat eivät käytä intraa muutenkaan tai välttelevät sitä. Viides ryhmä (3,9 %) puolestaan totesi kampanjan muun muassa opastaneen epäselvissä kohdissa, auttaneen opettelemaan käyttöä ja helpottaneen asioiden löytämistä. Muissa ryhmissä kampanjan todettiin muun muassa korostaneen intran merkitystä ja sen mahdollisuuksia sekä vaikuttaneen käyttöön positiivisesti.

3.2.6 Kampanjan parannusehdotukset

Kysymykseen kampanjan parannusehdotuksista vastasi 26,4 % vastaajista. Suurimman vastausmäärän (21,3 % vastauksista) keräsi ryhmä 'en osaa sanoa tai en tiedä'. Toiseksi suurimmassa ryhmässä (16,9 %) toivottiin lisää näkyvyyttä ja markkinointia, joka saisi myös olla esillä useammassa paikassa. Kolmanneksi suurimmassa ryhmässä (13,5 %) kommentoitiin itse intraa muun muassa seuraavasti: jälkikäteisellä koulutuksella ei voi korjata järjestelmän virheitä, ”uusi intra on vanhaan versioon verrattuna todella sekava”, järjestelmät ovat liian hajallaan, asiakirjaosiota voisi selkeyttää sekä liiat tiedotteet poistaa.

7,9 % vastauksista esitettiin useita koulutukseen liittyviä parannusehdotuksia: koulutus joka luokalle, etä- ja iltakoulutus mahdolliseksi, henkilökohtaista opetusta mahdollisimman monelle, koulutusten markkinointiin esimerkkejä opittavista asioista ja koulutuksen sisällöstä sekä lisäksi opiskelijoiden koulutukset on järjestettävä lukujärjestykseen sisällytettynä. 6,7 % vastauksista oltiin sitä mieltä, että kampanja oli hyvä, eikä siihen ole lisättävää. Muita mainittuja parannusehdotuksia olivat muun muassa kampanjan toistaminen, tiedottaminen intran muutoksista, jatkuvat koulutukset ja tietoisuus sekä käytännön osuuksien lisääminen kampanjaan.

3.3 Johtopäätökset

After -kyselyn tuloksia tarkastellessa ei voi välttyä miettimästä, miten vain noin puolet vastaajista huomasi kampanjan. Mahdollista on, että kampanja vain hukkui informaatiotulvaan, mutta on myös pohdittava, valittiinko markkinointiin oikeat areenat, tavat ja toimenpiteet, vai miksi kampanja jäi niin monelta huomaamatta. Erityisesti opiskelijoiden ja Finlaysonin toimipisteen osalta näkyvyys oli tulosten mukaan huono, joten markkinointi ei voinut näiltä osin olla riittävää. Myös kampanjan puutteita kysyttäessä näkyvyys oli mainittu 21,4 % vastauksista.

Myös koulutuksiin osallistuneiden määrä on harmittavan pieni, joten on syytä miettiä, miksi vain alle kymmenes vastaajista koki tarpeelliseksi osallistua koulutukseen. Saattaa olla, että kampanjan huono näkyvyys on osasyynä tähänkin - kaikki potentiaaliset koulutukseen osallistujat eivät mahdollisesti vain tienneet tästä tilaisuudesta. Vastauksissa toivottiin lisäksi kunnollista syytä käyttää intraa - jos intran käyttäminen ei tunnu tarpeelliselta, ei varmasti tunnu tarpeelliselta myöskään opetella sen käyttöä. Intran markkinoinnissa tulisikin entistä vahvemmin tuoda esille intran aktiivisen käyttämisen hyötyjä ja tarpeellisuutta.

Intravinkkejä vastaajat toivoivat jatkossakin, ja intravinkkien tekemisen jatkamista olisikin syytä harkita. Pienellä panostuksella voitaisiin tällä tavalla saada käyttäjät ikään kuin huomaamattaan oppimaan uusia, pieniä asioita intran käytöstä. Perustaitojen noustessa hyvälle tasolle nousee myös motivaatio oppia lisää kehittyneempiä taitoja.

4 Projektin arviointi ja johtopäätökset

Kampanjan tulokset purettiin tuoreeltaan intratiedottamisen kehittämisryhmän viimeisessä kokouksessa heti kampanjaviikon jälkeen. Intratiedottamisen kehittämisryhmään kuuluivat tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, kampanjan projektisihteeri Säde Huhtala, tiedotusharjoittelija Kaisu Lämsä, ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari, tiedottaja Anne Autio (graafinen viestintä), Eeva Manni (TAOKK), Kaisa Toikka (kirjasto), laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, opettaja Marianna Leikomaa sekä Tietokonekeskuksesta keväällä 2008 Juha-Matti Leppälä ja syksyllä 2008 Ismo Santapukki.

Lisäksi kampanjan tuloksia käytiin läpi myös vararehtori Kaisa Lahtisen johtoryhmässä, johon kuuluvat vararehtorin lisäksi laatupäällikkö Eino Palo, tietohallintopäällikkö Matti Hartikainen, laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, tiedottaja Anne Autio ja tiedotussihteeri Teija Pekkarinen.

Intrakampanjaa ja sen tuloksia arvioitiin myös tiedotustiimin kokouksessa. Tiedotustiimin jäseniä olivat tuolloin vararehtori Kaisa Lahtinen, tiedottaja Anne Autio, tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, Katri Halkola, Tiina Kaario, Hannele Timola, Susanna Ihanus, Sisko Mällinen, Kristiina Alaruusi, Arja Hautala, Helena Tirronen, Marianna Leikomaa, Marja Kokko, Krista Salonen, Kaisu Lämsä, Jane Ora, Kiira Käkönen, Kirsi-Marja Uimonen ja opiskelijakunta Tamkon edustaja.

4.1 Projektin sisällöllinen onnistuminen

Projektin ensisijainen tehtävä oli lisätä intranetin näkyvyyttä ja nostaa sen käyttöastetta sekä TAMK:n opiskelijoiden että henkilökunnan keskuudessa. Käyttöastetta ei projektin aikana mitattu, mutta kampanjan näkyvyyttä mitattiin lokakuussa toteutetulla after - kyselyllä. Kyselyyn vastanneista 337 vastaajasta vain 50,7 % oli huomannut kampanjan, joten kampanjan näkyvyys ei noussut tavoitellulle tasolle. Näin ollen myöskään intranetin näkyvyyden lisäys ei toteutunut suunnitellulla tavalla. (Huhtala 2009: 7)

TAMKilaiset haluttiin lisäksi saada käyttämään intraa aktiivisemmin sekä opettamalla intran käyttöä että tuomalla yleisesti esille intran aktiivisen käyttämisen tärkeys. Kampanjaviikon aikana intrakoulutukseen osallistui kouluttajan osallistumislistojen mukaan

yhteensä 26 henkilöä, 21 henkilökunnan edustajaa ja viisi opiskelijaa. Koulutuksiin osallistuneiden määrä on harmittavan pieni, joten on syytä miettiä, miksi koulutukset eivät keränneet suurempaa osallistujamäärää. Saattaa olla, että kampanjan huono näkyvyys on osasyynä tähänkin - kaikki potentiaaliset koulutukseen osallistujat eivät mahdollisesti vain tienneet tästä koulutautumistilaisuudesta. Viesti intranetin aktiivisen käytön tärkeydestä ei siis todennäköisesti saavuttanut niitä TAMKilaisia, jotka eivät intranetiä osaa käyttää - muutoinhan he varmasti olisivat osallistuneet koulutukseen. (Huhtala 2009: 21)

Kampanjaan kuuluvista kyselyistä haluttiin myös saada palautetta intran kehittämiseksi edelleen. Tässä onnistuttiin sikäli, että Intraklinikka -ständillä saatiin paljon suoraa palautetta, ja lisäksi sekä before- että after -kyselyjen avointen kysymysten vastauksista saatiin runsaasti kehittämissuhteita.

TAMKin Viestintäpalveluiden tavoitteena pitkällä aikavälillä on luopua kokonaan sähköpostitiedottamisesta ja vakiinnuttaa intranetin asema TAMKin pääasiallisena tiedotuskanavana. Tämä tavoite ei vielä tällä hetkellä ole realistinen, sillä kuten before -kyselyn tuloksista käy ilmi, vain 62,0 % vastaajista piti intran uutisia tarpeellisina itselleen, kun taas 25,3 % vastaajista piti niitä tarpeettomina itselleen. Niinpä olisi riskialtista siirtää kaikki tiedotus intraan, ja jättää osa TAMKilaisista tiedotuksen ulkopuolelle. (Huhtala 2008: 13 - 14)

After -kyselyssä selvitettiin lisäksi kampanjan vastaajille tuottamia oppeja ja vaikutusta vastaajien omaan intran käyttöön. Kampanjan antamia oppeja kysyttäessä ylivoimaisesti suurin ryhmä (58,1 % vastauksista) ei kokenut oppineensa mitään. Toiseksi suurin ryhmä (20,0 %) oppi kampanjan aikana uusia asioita intravinkeistä. Näiden kahden isoimman ryhmän jälkeen hajonta vastauksissa kasvoi, ja muita mainittuja oppeja olivat muun muassa intranäkymän muokkaaminen, tiedotteiden tilaaminen, tiedotteiden sähköpostiin tulemisen rajoittaminen, opintojaksopalautteen antaminen ja hakutoiminnon käyttäminen. Jokainen opittu asia on aina voitto intrakampanjoinnille, mutta suurimman osan vastaajista kokiessa, etteivät he oppineet mitään, ei voida sanoa tavoitteen täyttyneen. (Huhtala 2009: 15 - 16)

Kysyttäessä kampanjan vaikutusta omaan intran käyttöön ylivoimaisesti suurin ryhmä (76,6 % vastauksista) oli sitä mieltä, ettei kampanja vaikuttanut mitenkään omaan intran käyttöön. Toiseksi suurimman ryhmän (11,7 %) mielestä kampanja ei vaikuttanut omaan

intran käyttöön, koska he käyttivät intraa jo muutenkin säännöllisesti ja osaavat käyttää kaikkia tarvitsemiaan toimintoja. 11,0 % vastauksista kerännyt kolmas ryhmä koostui vastaajista, joiden intran käyttöön kampanja oli vaikuttanut vähän. Muissa vastauksissa todettiin muun muassa, ettei kampanja vaikuttanut omaan intran käyttöön, sillä vastaajat eivät käyttäneet intraa muutenkaan tai välttelevät sitä, ja että kampanja selkeytti ja helpotti intran käyttöä. Suurimman osan vastaajista todetessa, ettei kampanja vaikuttanut omaan intran käyttöön mitenkään, tavoite tuskin täyttyi. Kuitenkin vähäisetkin vaikutukset intran käyttöön ovat voittoja intrakampanjoinnille. (Huhtala 2009: 16 - 17)

4.2 Projektin ajallinen onnistuminen

Projekti pysyi hyvin aikataulussa. Käytännön järjestelyille oli varattu hyvin aikaa, sillä kaikki sellaiset päätökset, jotka pystyttiin tekemään aikaisessa vaiheessa, tehtiin Intratiedottamisen kehittämisryhmän kokouksissa keväällä 2008, ja niiden vaatimien käytännön järjestelyjen tekemiseen oli aikaa koko kesä. Vaikka kesälomat pidettiin normaalisti, ei tästä koitunut ongelmia.

Ainoa osio, joka vaati suunniteltua enemmän aikaa, oli kyselyjen tulosten analysoiminen ja niiden pohjalta analyysiraporttien kirjoittaminen. Varsinkin before -kyselyn tulosten analysoinnille olisi ollut hyvä olla enemmän aikaa, jotta sen antia olisi pystytty vielä paremmin hyödyntämään ennen kampanjaviikkoa esimerkiksi intrakoulutusten sisällön suunnittelussa. Pinnallinen analyysi toki valmistui ennen kampanjaviikkoa, mutta varsinkin avointen kysymysten analyysistä olisi ollut runsaasti hyötyä koulutusten suunnittelussa - niiden analyysi kuitenkin valmistui vasta kampanjan jälkeen.

4.3 Organisaation toiminta projektissa

Projektiorganisaatio toimi hyvin. Vastuut ja tehtävät oli selkeästi jaoteltu, ja niiden jakaminen onnistui sujuvasti Intratiedottamisen kehittämisryhmän kokouksissa. Kokouksissa olisi voitu sopia tarkemmat pelisäännöt, jotta olisi välttytty keskeytyksiltä ja viivytyksiltä kesken kokousten.

4.4 Ongelmat projektin toteutuksessa

Itse projektin toteutuksessa ei sinänsä ollut ongelmia, vaikkakaan kaikki toteutukseen valitut toimenpiteet ja areenat eivät varmasti osuneet kohdalleen, jäivähän tavoitteet saavuttamatta. Projektiryhmän

motivaatiota tosin koetteli kampanjaviikon ensimmäisen päivän koulutusten hyvin pieni osallistujamäärä (kaksi osallistujaa), jolloin ryhmän sisällä mietittiin, kannattaako projektia viedä loppuun vai pitäisikö esimerkiksi after -kyselyn toteuttamisesta luopua. Onneksi koulutusten osallistujamäärä kuitenkin hieman kasvoi ensimmäisen päivän jälkeen, joten projekti toteutettiin suunnitelmien mukaan loppuun asti ilman suurempia vastalauseita.

4.5 Johtopäätökset

Projektin suunnittelu ja toteutus sujuivat ilman ongelmia, ja projektiorganisaatio oli sopivan kokoinen sekä sisälsi monipuolisesti eri alojen osajia. Kuitenkaan projektin pääasian eli kampanjan tavoitteet eivät toteutuneet lukuun ottamatta sitä seikkaa, että palautetta intran edelleen kehittämiseksi saatiin runsaasti. Projektiorganisaatiosta saattoikin puuttua eräs tärkeä oman alansa asiantuntija - sellainen TAMKilainen, joka ei käytä intraa eikä edes osaisi käyttää sitä. Kaikki projektiryhmän jäsenet olivat niin sanottuja valveutuneita ja tottuneita intran käyttäjiä, joille syyt intran aktiiviseen käyttämiseen olivat hyvin selvillä. Mahdollisesti tässä piilee syy siihen, että valitut areenat ja toimenpiteet eivät tuoneet kampanjalle riittävää näkyvyyttä eivätkä koulutuksiin riittävästi osallistujia. Seuraaviin vastaaviin projekteihin olisikin hyvä ottaa projektiryhmään yksi tai useampi tällainen TAMKilainen. Lisäksi olisi tärkeää, että tällaisia projekteja toteutettaisiin myös jatkossa, kuten kävi ilmi jo after -kyselyssä kysyttäessä kampanjalle parannusehdotuksia (Huhtala 2009: 17). Samoin olisi hyvä jatkaa myös intravinkkien julkaisemista käyttäjien toiveiden mukaisesti (Huhtala 2009: 15).

Myös before -kyselyn tuloksia tutkiessa korostuu ajatus siitä, että käyttäjät olisi otettava mukaan - niin intran kehittämiseen kuin intrakampanjointiinkin. Johtopäätöksenä kyselyn tuloksista voi sanoa, että intraa käytetään pääasiassa usein ja rutiininomaisesti, varsinkin henkilökunnan keskuudessa. Siksi olisikin tärkeää ottaa huomioon käyttäjien toiveet, ja tehdä parannuksia käytettävyyden, selkeyden ja käyttäjäystävällisyyden nimissä. Näin käyttäjien olisi mukavampi käyttää intraa, ja varmasti nekin, jotka eivät sitä nyt käytä, ottaisivat sen osaksi rutiinejaan. Toki intraa on parannettu paljon vanhaan intraan, VirTaan, verrattuna, mutta parannukset eivät tunnu näkyvän käyttäjille yhtä selkeinä kuin ne näkyvät Tietokonekeskuksen suunnittelijoille. Sekä kyselyn avointen kysymysten vastausten että useiden TAMKilaisten kanssa käymieni keskustelujen pohjalta minulle on hyvin vahvasti jäänyt käsitys, että intran käyttäjistä tuntuu, ettei heitä ole kuunneltu tai otettu huomioon intran suunnitteluprosessissa – niinpä intra ei voi heidän toiveitaan vastatakaan. Tämä koskee sekä opiskelijoita että henkilökuntaa. Olisi

siis erittäin tärkeää ottaa käyttäjät jossain määrin mukaan intran kehittämiseen. (Huhtala 2008: 1 - 83)

Tärkeää on myös korostaa intran uutisten tärkeyttä, sillä mikäli sähköpostitse tapahtuvasta tiedottamisesta todella aiotaan joskus luopua kokonaan, on elintärkeää, että kaikki käyttäjät ymmärtävät intran uutisten aktiivisen seuraamisen tärkeyden. Lisäksi olisi tärkeää tiedottaa enemmän tietyistä toiminnoista, varsinkin CITRIX - etätyöyhteydestä ja Reskasta eli resurssikalenterista, joko koulutusten muodossa tai vaikkapa jonkinlaisina tietoisuuksina. Tämä on tärkeää siksi, että hyödylliset toiminnot eivät jää käyttämättä osaamisen tai tiedon puutteen vuoksi. Samasta syystä olisi syytä kehittää varsinkin niitä toimintoja, jotka suuri osa vastaajista luokitteli toimimattomiksi – hyvänä esimerkkinä esimerkiksi hakutoiminto ja uutiset. Mikäli Tietokonekeskuksessa taas koetaan, ettei toiminnossa ole kehitettävää, on siitä järjestettävä koulutusta ja selkeät ohjeet laitettava esiin. Kuitenkin tällaisessakin tilanteessa olisi hyvä kuulla käyttäjiä, sillä heillä on aitiopaikka huomata intran pienet lastentaudit ja virheet, jotka suunnittelijan silmään eivät välttämättä osu. Vuorovaikutus on siis elintärkeää intraa edelleen kehitettäessä. (Huhtala 2008: 1 - 83)

After -kyselyn tuloksia tarkastellessa palataan jälleen tavoitteiden toteutumiseen. Näissä tuloksissa näkyy selvästi, ettei tavoitteita saavutettu. Sekä projektin näkyvyys että koulutusten osallistujamäärät jäivät kauas tavoitteista. Mahdollista on, että kampanja vain hukkuu informaatiotulvaan, mutta on myös pohdittava, valittiinko markkinointiin oikeat areenat, tavat ja toimenpiteet, vai miksi kampanja jäi niin monelta huomaamatta ja miksi koulutuksiin osallistui vain 26 henkilöä koko viikon aikana. Saattaa olla, että kampanjan huono näkyvyys on osasyynä myös koulutusten vaatimattomaan osallistujamäärään - kaikki potentiaaliset koulutukseen osallistujat eivät mahdollisesti vain tienneet tästä tilaisuudesta. Koska kampanjan näkyvyys siis on eräs peruspilareista onnistuneelle kampanjalle, on seuraavassa projektissa mietittävä hyvin tarkkaan, miten saavutetaan huomattavasti parempi näkyvyys. (Huhtala 2009: 1 - 21)

Näkyvyys tuntuu siis olevan avainsana onnistuneelle intrakampanjalle ja näin ollen koko projektille. Seuraavassa projektissa - joka toivottavasti toteutetaan - onkin erityisesti keskityttävä riittävän näkyvyyden saavuttamiseen. Vain saavuttamalla riittävä näkyvyys voidaan taata kampanjalle niin paljon huomiota, että asenteisiin ja intraosaamiseen vaikuttaminen on mahdollista. Myös projektiryhmään tulee kiinnittää huomiota, jotta mukaan otetaan intran käyttäjien edustaja. Samaan asiaan on syytä tarttua myös muussa intran kehittämiseen liittyvässä työssä. Aktiivinen vuorovaikutus intran

käyttäjien ja suunnittelijoiden välillä on ehdoton edellytys sille, että intrasta joskus tulisi olennainen ja kyseenalaistamaton osa TAMKissa työskentelyä ja opiskelua.

Lähteet

Huhtala, Säde 2008. Before -kyselyn tulosten analyysiraportti. Tampereen ammattikorkeakoulu, Liiketalous, Tampere.

Huhtala, Säde 2009. After -kyselyn tulosten analyysiraportti. Tampereen ammattikorkeakoulu, Liiketalous, Tampere.

Kuivalahti, Tatu ja Luukkonen, Jussi 2003. Intra. Helsinki: Inforviestintä.

Lehtonen, J. 1998. Yhteisöviestinnän johdantokurssin lukemistoa, käsikirjoitus. [online] [viitattu 17.5.2009]
http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/sisainen_viestinta.html

Lehtonen, J. 2003. Yhteisöviestinnän perusteet -verkko-oppimateriaali. [online] [viitattu 17.5.2009]
http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/sisainen_viestinta.html

Välitä viestiä! Tietopaketti seurakuntasi viestinnän tueksi. [online] [viitattu 17.5.2009]
http://www.evl.fi/vv/sisainen_viestinta/intranet.htm

Liitteet

Liite 1, Projektisuunnitelma, Pois pihalta - kampanja

PROJEKTISUUNNITELMA

Pois pihalta -kampanja

Säde Huhtala 0501371
Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestintäpalvelut

Sisällysluettelo

1	Yhteenveto	3
2	Tausta ja tarve	4
3	Tehtävät, tavoitteet ja tavoitteiden mittarit	5
4	Kohderyhmät ja hyödynsaajat.....	6
5	Toteutustapa	7
6	Aikataulu (liitteenä aikataulu ja ositus GANTT-kaaviona)	8
7	Resurssit ja kustannukset	9
8	Riskisuunnitelma (taulukko)	10
9	Projektiorganisaatio	11
10	Raportointi ja tiedottaminen	12
11	Projektin arviointimenettely.....	13
12	Lähteet.....	14
13	Liitteet	15
	13.1 Before-kyselylomake	15
	13.2 Kilpailukysymykset Intra-ständille	17
	13.3 After -kyselylomake.....	18
	13.4 GANTT -kaavio	19

1 Yhteenveto

Tampereen ammattikorkeakoulun (jatkossa TAMK) intranet ei täydellisestä uudistuksesta huolimatta tunnu saavuttaneen toivottavaa käyttöastetta henkilökunnan eikä opiskelijoiden keskuudessa. Parannuksista huolimatta kohderyhmät eivät tunnu ottaneen järjestelmää osaksi jokapäiväistä työskentelyään TAMKissa. Intranetin aktiivinen käyttäminen olisi kuitenkin jokaiselle TAMKilaiselle erittäin suositeltavaa, sillä se sisältää lähes kaiken TAMKin sisäisen informaation.

Intratiedottamisen kehittämisryhmän kokouksessa keväällä 2008 päätettiin järjestää syksyn 2008 aikana intraa käsittelevä tiedotuskampanja, jotta intran tarjoamat mahdollisuudet olisivat kaikkien tiedossa, ja sekä opiskelijat että henkilökunta ymmärtäisivät intranetin aktiivisen käyttämisen hyödyt. Kampanjan tarve perustui pitkälti satunnaiseen palautteeseen ja niin sanottuun puskaradiioon.

Projektin ensisijainen tehtävä on lisätä intranetin näkyvyyttä ja nostaa sen käyttöastetta sekä TAMKin opiskelijoiden että henkilökunnan keskuudessa. TAMKilaiset halutaan saada käyttämään intraa aktiivisemmin sekä opettamalla intran käyttöä että tuomalla yleisesti esille intran aktiivisen käyttämisen tärkeys. Pitkän aikavälin tavoitteena TAMKin Viestintäpalveluilla on luopua sähköpostitiedottamisesta, ja tavoittaa kaikki TAMKilaiset intran kautta. Lisäksi halutaan saada palautetta intran kehittämiseksi edelleen.

Intrakampanja toteutetaan vaiheittain. Sen kaksi pääosaa ovat koulutus ja tiedottaminen. Kampanjan aktiivisin ja eniten ulospäin näkyvä vaihe on kampanjaviikko 29.9.–3.10.2008. Tuon viikon aikana järjestetään intrakoulutuksia joka päivä sekä henkilöstölle että opiskelijoille. Ennen kampanjaa toteutettavalla before -kyselyllä etsitään kampanjan ja koulutusten painopisteitä. Käyttöasteen muutoksia ei tämän projektin aikana mitata, mutta kampanjan näkyvyyttä, vaikutuksia ja onnistuneisuutta mitataan kampanjan jälkeen toteutettavalla after -kyselyllä. Eräs selkeistä mittareista projektin onnistumiselle on se, kuinka suuri osa vastaajista on ylittäään huomannut kampanjan, ja se, kuinka moni on osallistunut kampanjan aikana intrakoulutukseen. Lisäksi kampanjan tuottamat opit ja vaikutus vastaajien omaan intran käyttöön ovat tärkeitä mittareita kampanjan onnistumiselle.

2 Tausta ja tarve

Tampereen ammattikorkeakoulun intranet ei täydellisestä uudistuksesta huolimatta tunnu vuoden aikana saavuttaneen toivottavaa käyttöastetta henkilökunnan eikä opiskelijoiden keskuudessa. Vanhaan intranet-järjestelmään verrattuna uusi intra on tekijöidensä mukaan huomattavasti käyttäjäystävällisempi, käytännöllisempi, helppokäyttöisempi ja toimivampi, mutta kohderyhmät eivät tunnu ottaneen järjestelmää osaksi jokapäiväistä työskentelyään TAMKissa. Intranet sisältää kuitenkin lähes kaiken TAMKin sisäisen informaation, joten sitä käyttämällä olisi mahdollista pienentää niin omaa kuin muidenkin työmäärää. Näin ollen sen aktiivinen käyttäminen olisi jokaiselle TAMKilaiselle erittäin suositeltavaa.

Intratiedottamisen kehittämissyhmän kokouksessa maaliskuussa 2008 keskusteltiin intran käytön ohjeistuksen ja tiedottamisen riittävydestä, ja todettiin, että erityisesti opiskelijat eivät tunnu käyttävän intraa. Myöskään suuri osa henkilökunnasta ei tunne kaikkia intran tarjoamia mahdollisuuksia tai välttelee intran käyttöä parhaansa mukaan. Tästä päädyttiin keskustelemaan tiedotussihteerin Teija Pekkarisen ehdotuksen pohjalta tiedotuskampanjan tarpeellisuudesta, ja päätettiin järjestää syksyn 2008 aikana intraa käsittelevä tiedotuskampanja. Tärkeintä olisi, että intran tarjoamat mahdollisuudet olisivat kaikkien tiedossa, ja että sekä opiskelijat että henkilökunta ymmärtäisivät intranetin aktiivisen käyttämisen hyödyt. Kampanjan tarve ei perustunut mitattuun käyttöasteeseen tai muuhun tutkittuun asiaan, vaan pitkälti satunnaiseen palautteeseen ja niin sanottuun puskaradioon.

Intratiedottamisen kehittämissyhmä perustettiin helmikuussa 2008 TAMKin vararehtorin Kaisa Lahtisen syksyllä 2007 esittämästä aloitteesta. Ryhmä perustettiin nimensä mukaisesti ideoimaan intran ja intratiedottamisen kehittämistä sekä tekemään intraa tunnetummaksi ja lisäämään sen käyttöä. Ryhmässä pohdittiin myös laajemman intraa käsittelevän palautekyselyn toteuttamista, mutta tämä jäi ainakin toistaiseksi suunnitteluasteelle.

Intraa kehitetään edelleen koko ajan. Alkusyksystä 2008 Opiskelijan ohjeet -asiakirjat järjestetään uudelleen. Marraskuussa 2008 intrassa aukaistaan uusi välilehti "Silta", jonne kerätään kaikki TAMKin ja PIRAMKin yhdistymiseen liittyvät tiedot. Yhdistymisen valmistelujen alkaessa on tarkoitus myös miettiä samassa yhteydessä intran asiakirjarakenne uusiksi ja kehittää intraa yhdistyneen ammattikorkeakoulun tarpeisiin sopivaksi.

3 Tehtävät, tavoitteet ja tavoitteiden mittarit

Projektin ensisijainen tehtävä on lisätä intranetin näkyvyyttä ja nostaa sen käyttöastetta sekä TAMKin opiskelijoiden että henkilökunnan keskuudessa. TAMKilaiset halutaan saada käyttämään intraa aktiivisemmin sekä opettamalla intran käyttöä että tuomalla yleisesti esille intran aktiivisen käyttämisen tärkeys. Lisäksi halutaan saada palautetta intran kehittämiseksi edelleen.

TAMKin Viestintäpalveluiden tavoitteena on luopua sähköpostitiedottamisesta ja vakiinnuttaa intranetin asema TAMKin pääasiallisena tiedotuskanavana, joten erityisesti painotetaan intranetin uutispalstan jokapäiväistä lukemista. Ennen kampanjaa toteutettavalla before -kyselyllä etsitään kampanjan painopisteitä kysymällä eräiden intran toimintojen tarpeellisuutta ja toimivuutta sekä mm. hyödyllisintä toimintoa. Käyttöasteen muutoksia ei tämän projektin aikana mitata, mutta kampanjan näkyvyyttä, vaikutuksia ja onnistuneisuutta mitataan lokakuussa toteutettavalla after -kyselyllä. Eräs selkeistä mittareista projektin onnistumiselle on se, kuinka suuri osa vastaajista on ylipäätään huomannut kampanjan, ja se, kuinka moni on osallistunut kampanjan aikana intrakoulutukseen. Lisäksi kampanjan tuottamat opit ja vaikutus vastaajien omaan intran käyttöön ovat tärkeitä mittareita kampanjan onnistumiselle.

4 Kohderyhmät ja hyödynsaajat

Projektin kohderyhmiä ovat TAMKIn opiskelijat ja henkilökunta. Hyödynsaajia puolestaan ovat TAMKIn Viestintäpalvelut, Tietokonekeskus, käyttäjät ja yleisesti kaikki TAMKilaiset. Hyöty näkyy tehokkaampana viestintänä, Tietokonekeskuksen saamien kehittämis ehdotuksien rohkaisemana teknisenä kehityksenä sekä sähköpostitiedottamisen vähentymisenä. Myös Viestintäpalvelut käyttää kampanjan tuloksia hyväkseen intran ja intratiedottamisen kehittämisessä.

Käyttäjien osalta hyöty näkyy intranetin käytön osaamisen paranemisena, intranetin kehittymisenä, intranetin avulla työskentelemisen ja opiskelemisen sujuvuuden ja tehokkuuden paranemisena sekä intranetin toimintojen tunnettuuden paranemisena.

Projektin tuloksia hyödynnetään myös työryhmässä, joka miettii TAMKIn ja PIRAMKIn yhdistymisen yhteydessä tapahtuvaa introjen yhdistymistä.

5 Toteutustapa

Projektin toteuttavan Intratiedottamisen kehittämisryhmän kuukausittaisissa kokouksissa suunnitellaan kampanjaa ja käydään läpi siihen liittyviä päätettäviä asioita sekä sovitaan käytännön järjestelyistä. Kesäkuukausina ryhmä ei kokoonnu, mutta tuolloin vastuuhenkilöt hoitavat suurimman osan lopullisista käytännön järjestelyistä. Tiedotussihteeri Teija Pekkarinen hoitaa suurimman osan yleisistä käytännön järjestelyistä, tiedottaja Anne Autio hoitaa painotuotteet ja graafisen ilmeen ja ATK -järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari vastaa yhdessä Ismo Santapukin kanssa intrakoulutusten suunnittelusta.

Itse Pois pihalta -kampanja toteutetaan vaiheittain. Sen kaksi pääosaa ovat koulutus ja tiedottaminen. Ensimmäinen vaihe toteutetaan lukuvuoden 2008–2009 orientoivilla päivillä elokuussa 2008. Tuolloin Viestintäpalvelut ja Tietokonekeskus yhdessä kouluttavat TAMK:n tuutoriopiskelijoita intran perusteiden käytössä, jotta he vuorostaan opettavat uusia opiskelijoita perehdyttäessään näitä Tampereen ammattikorkeakoulun toimintatapoihin.

Kampanjan seuraava vaihe on e-lomakkeena lähetettävä before – kysely, jonka avulla kartoitetaan TAMK:n intran kipukohtia, kehittämistarpeita sekä niitä asioita, joissa kaivattaisiin lisää koulutusta ja informaatiota. Kyselyn vastausajan päättymisen jälkeen syyskuun puolivälissä aloitetaan kampanjaviikosta tiedottaminen.

Kampanjan aktiivisin ja eniten ulospäin näkyvä vaihe on kampanjaviikko 29.9.–3.10.2008. Tuon viikon aikana järjestetään intrakoulutuksia joka päivä sekä henkilöstölle että opiskelijoille. Lisäksi sekä Teiskontien että Finlaysonin toimipisteissä on ns. Intraklinikka eli ständi yhtenä päivänä tuon viikon aikana. Kampanjan aikana intravinkkejä julkaistaan päivittäin. TAMKilla jaetaan myös kampanjaa käsitteleviä mainoslehtisiä.

Kampanjaviikon jälkeen intravinkkejä julkaistaan kerran viikossa, samoin kuin viikon opiskelijauutiset. Lisäksi before -kyselyn tulosten syvällisempi analyysi tehdään valmiiksi kampanjaviikon jälkeen, jotta tuloksia voidaan hyödyntää myös pidemmällä aikavälillä. Noin kolme viikkoa kampanjan jälkeen, kun syysloma on ohi, toteutetaan viimeinen vaihe eli e-lomakkeena lähetettävä after – kysely, jonka avulla selvitetään kampanjan näkyvyyttä ja vaikutuksia. Vastausajan päätyttyä myös tämän kyselyn tulokset analysoidaan, jotta voidaan arvioida kampanjan näkyvyyttä ja vaikutuksia.

6 Aikataulu (liitteenä aikataulu ja ositus GANTT-kaaviona)

- Kampanjan järjestämisestä päätettiin Intratiedottamisen kehittämissryhmässä 11.3.2008.
- Asian valmistelua jatkettiin Intratiedottamisen kehittämissryhmässä 8.4.2008, jolloin mm. päätettiin intravinkit.
- 15.8.2008 Intratiedottamisen kehittämissryhmässä tehtiin tarkempia valmisteluja kampanjaa ajatellen. Tutustuttiin kyselylomakkeen raakaversioon ja ständille tulevaan tietovisaan. Päätettiin koulutusten ajankohdista.
- Orientoivat päivät 20.8. alkaen
 - 18.8. ja 25.8. intrakoulutus tuutoreille, Jarmo Sorvari ja Teija Pekkarinen
 - 18.8. intrakoulutus Taiteen ja viestinnän uusille opiskelijoille, Jarmo Sorvari ja Teija Pekkarinen
- Kampanjan ajankohtaisia asioita käytiin läpi Intratiedottamisen kehittämissryhmässä 4.9.2008. Varmisteltiin päivämääriä ja viimeisiä käytännön toimenpiteitä.
- Syyskuussa before -kysely kampanjan painopisteiden selvittämiseksi sähköpostitse, vastausaika 9.9.–19.9.2008.
- Maanantaista 22.9. alkaen aktiivista tiedotusta kampanjaviikosta.
- Before -kyselyn tulosten pinnallinen analyysi valmis ennen kampanjaviikkoa.
 - Analyysin pohjalta koulutusten sisällön hahmottelua
- Kampanjaviikko 29.9.–3.10.2008.
 - 29.9. Intraan tiedotteet kampanjan alkamisesta, ja sekä henkilöstön että opiskelijoiden intrakoulutuksista erikseen.
 - Ständi Teiskontiellä ke 1.10. klo 9.30–14.30 henkilöstöravintolan edustalla
 - Ständi Finlaysonilla ti 30.9. klo 10–13 kahvion vieressä
 - Kampanjaviikolla intravinkit joka päivä
- 1.10 alkaen intravinkit viikoittain sekä viikon opiskelijauutiset intrassa viikoittain.
- Intratiedottamisen kehittämissryhmässä 6.10.2008 käytiin keskustellen läpi kampanjaviikon onnistumista ja koulutusten satoa. Keskusteltiin myös before -kyselyn tuloksista. Intratiedottamisen kehittämissryhmä päättää toimintansa tähän, jatkossa voidaan tarvittaessa perustaa uusi ryhmä.
- Palautekysely kampanjasta lokakuun lopussa sähköpostitse, vastausaika 23.10–7.11.2008.

7 Resurssit ja kustannukset

Kampanjassa työskentelee jatkuvasti Viestintäpalveluista tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, kampanjan projektisihteeri Säde Huhtala ja tiedotusharjoittelija Kaisu Lämsä sekä Tietokonekeskuksesta ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari. Osittain projektissa työskenteleviä henkilöitä ovat tiedottaja Anne Autio (graafinen viestintä), Eeva Manni (TAOKK), Kaisa Toikka (kirjasto), laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, opettaja Marianna Leikomaa sekä Tietokonekeskuksesta keväällä 2008 Juha-Matti Leppälä ja syksyllä 2008 Ismo Santapukki.

Kustannukset:

- vuoden painatus
- tietokilpailun palkinnot (TAMK T-paita, ruuvimeisselikolmiot, jne.)
- intraesitteiden painatus ja suunnittelu
- mainosten painatus ja suunnittelu
- karkit ständille
- jaettavat lyijykynät
- koulutusten kustannukset
- henkilöresurssien kustannukset

8 Riskisuunnitelma (taulukko)

Riskit	Miten varaudutaan	Vastuhenkilö
Kampanjan näkyvyys on heikko	Tarpeeksi ajoissa tiedotusta, markkinointia kaikille kohderyhmille, näkyvät mainoslehtiset ja vuodat aulassa	Teija Pekkarinen (tiedotus) Anne Autio (graafinen viestintä)
Osallistuminen koulutuksiin vaatimatonta	Koulutusten näkyvä markkinointi ja mielenkiinnon herättävä markkinointi sekä tiedottaminen niistä, koulutusten mielenkiintoinen sisältö	Teija Pekkarinen (tiedotus) Anne Autio (graafinen viestintä) Jarmo Sorvari ja Ismo Santapukki (koulutusten sisältö)
Aikataulu venyy käytännön toimenpiteiden osalta	Valmistautuminen ajoissa	Teija Pekkarinen (käytännön järjestelyt) Anne Autio (painotuotteiden tilaaminen)
Kampanjan vaikutukset asenteisiin ja intran käyttöön vaatimattomia	Uuden tiedon tarjoaminen, mielenkiinnon herättäminen, intran tuominen esille uudella tavalla	Teija Pekkarinen (tiedotus) Anne Autio (graafinen viestintä) Jarmo Sorvari ja Ismo Santapukki (koulutusten sisältö)
Kampanja hukkuu informaatiotulvaan	Massasta erottuva markkinointi, tiedotteiden lähettäminen sähköpostiin, tiedottamisen aloittaminen ajoissa	Teija Pekkarinen (tiedotus) Anne Autio (graafinen viestintä)

9 Projektiorganisaatio

Kampanjassa työskentelee jatkuvasti Viestintäpalveluista tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, kampanjan projektisihteeri Säde Huhtala ja tiedotusharjoittelija Kaisu Lämsä sekä Tietokonekeskuksesta ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari. Osittain projektissa työskenteleviä henkilöitä ovat Intran tiedottamisen kehittämissuunnitelman muut jäsenet tiedottaja Anne Autio (graafinen viestintä), Eeva Manni (TAOKK), Kaisa Toikka (kirjasto), laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, opettaja Marianna Leikomaa sekä Tietokonekeskuksesta keuhkokuumeen 2008 Juha-Matti Leppälä ja syksyllä 2008 Ismo Santapukki.

Tietokonekeskuksen Sorvari, Leppälä ja Santapukki vastaavat projektissa intran teknisiin seikkoihin liittyvistä asioista sekä intrakoulutuksesta. Viestintäpalveluiden Pekkarinen, Huhtala ja Lämsä vastaavat suurelta osin projektin käytännön järjestelyistä. Säde Huhtala vastaa projektidokumenttien kirjoittamisesta, kyselylomakkeiden laatimisesta ja kyselyjen tulosten analysoinnista. Anne Autio vastaa projektin visuaalisesta ilmeestä sekä painotuotteista ja Leikomaa englanninkielisestä materiaalista. Intran tiedottamisen kehittämissuunnitelman muut jäsenet Manni, Toikka, Krohns ja Leikomaa osallistuvat kampanjan suunnitteluun sekä toteutukseen.

Projektiorganisaation ylin taho on Tampereen ammattikorkeakoulun vararehtori Kaisa Lahtinen. Viestintäpalveluista projektin vastaava on tiedotussihteeri Teija Pekkarinen ja Tietokonekeskuksesta ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari.

Intran tiedottamisen kehittämissuunnitelma kokoontuu suunnilleen kerran kuukaudessa lukuun ottamatta kesäaikaa. Projektin väliaikatietoja käydään lisäksi läpi kerran kahdessa viikossa vararehtorin johtoryhmässä, johon kuuluvat vararehtori Kaisa Lahtisen lisäksi laadunhallinnan suunnittelija Eino Palo, tietohallintopäällikkö Matti Hartikainen, laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, tiedottaja Anne Autio ja tiedotussihteeri Teija Pekkarinen.

10 Raportointi ja tiedottaminen

Intratiedottamisen kehittämisryhmä kokoontuu suunnilleen kerran kuukaudessa lukuun ottamatta kesäaikaa. Kokouksissa ryhmän jäsenet käyvät läpi projektin tilannetta ja seuraavia toimenpiteitä. Intratiedottamisen kehittämisryhmään kuuluvat tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, kampanjan projektisihteeri Säde Huhtala, tiedotusharjoittelija Kaisu Lämsä, ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari, tiedottaja Anne Autio (graafinen viestintä), Eeva Manni (TAOKK), Kaisa Toikka (kirjasto), laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, opettaja Marianna Leikomaa sekä Tietokonekeskuksesta keväällä 2008 Juha-Matti Leppälä ja syksyllä 2008 Ismo Santapukki.

Projektin väliaikatietoja käydään lisäksi läpi kerran kahdessa viikossa vararehtorin johtoryhmässä, johon kuuluvat vararehtori Kaisa Lahtisen lisäksi laatupäällikkö Eino Palo, tietohallintopäällikkö Matti Hartikainen, laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, tiedottaja Anne Autio ja tiedotussihteeri Teija Pekkarinen.

Kampanjan kohderyhmille eli TAMKIn opiskelijoille ja henkilöstölle kampanjasta aletaan tiedottaa elokuusta 2008 alkaen, ja tiedotus jatkuu aktiivisena kampanjaviikon loppuun saakka lokakuun alussa 2008. Tiedotus koostuu kampanjasta tiedottamisesta intrassa ja sähköpostitse, kerran viikossa lähetettävistä intravinkeistä sekä intraa ja kampanjaa käsittelevistä mainoslehtisistä.

Kenelle	Asiat	Raportoinnin muoto	Vastuuhenkilöt	Aikataulu
Kohderyhmät (opiskelijat ja henkilöstö)	Kampanja ja intrakoulutukset	Tiedottaminen intrassa, sähköpostitse ja mainoslehtisillä	Tiedotussihteeri Teija Pekkarinen	Alkaen elokuussa 2008, jatkuen aina kampanjaviikon loppuun lokakuussa 2008 asti
Projektin henkilöstö (intratiedottamisen kehittämisryhmä)	Kampanjaan liittyvät asiat	Intratiedottamisen kehittämisryhmän kokous	Kaikki ryhmän jäsenet	Kerran kuukaudessa
Johto (vararehtori Kaisa Lahtinen)	Kampanjan tilanne	Vararehtorin johtoryhmän kokous	Tiedotussihteeri Teija Pekkarinen	Kerran kahdessa viikossa

11 Projektin arviointimenettely

Kampanjan tulokset puretaan tuoreeltaan intratiedottamisen kehittämisryhmän viimeisessä kokouksessa heti kampanjaviikon jälkeen. Intratiedottamisen kehittämisryhmään kuuluvat tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, kampanjan projektisihteeri Säde Huhtala, tiedotusharjoittelija Kaisu Lämsä, ATK-järjestelmäpäällikkö Jarmo Sorvari, tiedottaja Anne Autio (graafinen viestintä), Eeva Manni (TAOKK), Kaisa Toikka (kirjasto), laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, opettaja Marianna Leikomaa sekä Tietokonekeskuksesta keväällä 2008 Juha-Matti Leppälä ja syksyllä 2008 Ismo Santapukki.

Lisäksi kampanjan tuloksia käydään läpi myös vararehtori Kaisa Lahtisen johtoryhmässä, johon kuuluvat vararehtorin lisäksi lautupäällikkö Eino Palo, tietohallintopäällikkö Matti Hartikainen, laadunhallinnan suunnittelija Johanna Krohns, tiedottaja Anne Autio ja tiedotussihteeri Teija Pekkarinen.

Intrakampanjaa ja sen tuloksia arvioidaan myös tiedotustiimin kokouksessa. Tiedotustiimin jäseniä ovat vararehtori Kaisa Lahtinen, tiedottaja Anne Autio, tiedotussihteeri Teija Pekkarinen, Katri Halkola, Tiina Kaario, Hannele Timola, Susanna Ihanus, Sisko Mällinen, Kristiina Alaruusi, Arja Hautala, Helena Tirronen, Marianna Leikomaa, Marja Kokko, Krista Salonen, Kaisu Lämsä, Jane Ora, Kiira Käkönen, Kirsi-Marja Uimonen ja opiskelijakunta Tamkon edustaja.

Projektin sisällä arvioidaan erikseen kampanjan vaikutuksia ja näkyvyyttä after -kyselyllä, joka lähetetään e-lomakkeena lokakuun lopulla kaikille TAMKilaisille. Kyselyn pohjalta analysoitua tietoa käytetään hyväksi intrakampanjoinnin kehittämisessä, tulevissa koulutuksissa ja intratiedottamisen kehittämisessä. Eräs selkeistä mittareista kyselyssä on se, kuinka suuri osa vastaajista on ylipäättään huomannut kampanjan, ja se, kuinka moni on osallistunut kampanjan aikana intrakoulutukseen. Lisäksi kampanjan tuottamat opit ja vaikutus vastaajien omaan intran käyttöön ovat tärkeitä mittareita kampanjan onnistumiselle.

12 Lähteet

Hintsanen, Kai 2006. Projektijohtaminen. Opetusmateriaali.

Koskenvaara, Tuula 2000. Projektityö. [online] [viitattu 12.8.2008]
<http://www.sapar.fi/uta/suunnitelma.html>

Pelin, Risto 2004. Projektihallinnan käsikirja. Helsinki: Projektijohtaminen.

Virtuaaliammattikorkeakoulu 2003. Projektisuunnitelma. [online] [viitattu 13.5.2009]
http://www.token.fi/eOppimiskeskus/ohjeistukset/projektisuunnitelma_liite2.rtf

CITRIX etäyhteys

6. Kuinka toimivia seuraavat intran toiminnot ovat mielestäsi?

- 1 täysin toimimaton
- 2 jokseenkin toimimaton
- 3 en osaa sanoa
- 4 melko toimiva
- 5 erittäin toimiva
- 6 en ole tutustunut lainkaan

	1	2	3	4	5	6
Uutiset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asiakirjat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lomakkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tapahtumakalenteri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hakutoiminnot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apua (ohjeet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Mikä on intran hyödyllisin toiminto?

AVOIN

6. Mikä intran toiminto vaatisi eniten kehittämistä?

AVOIN

7. Anna halutessasi kehittämissuhteita.

AVOIN

13.2 Kilpailukysymykset Intra-ständille

1. Milloin uusi intra otettiin käyttöön?

- kesällä 2008
- kesällä 2007
- kesällä 2006

2. Mitä näistä järjestelmistä voi käyttää intran ”sisällä” eli kirjautumatta siihen erikseen?

- Winhaa
- sähköpostia
- Moodlea

3. Mistä päin intraa löydät mm. lomakkeet, Citrixin ja Reskan?

- asiakirjoista
- omalta kanavalta
- työkaluista

4. Pystyykö käyttäjä muokkaamaan intran näkymää?

- kyllä
- ei

Nimi: _____

Sähköpostiosoite: _____

Voittajiin otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti! Palkinnot arvotaan kaikkien vastanneiden kesken.

13.3 After -kyselylomake

Oletko opiskelija vai henkilökunnan jäsen?

- 1 opiskelija
- 2 henkilökuntaa

Missä toimipisteessä opiskelet / työskentelet pääasiassa?

- 1 Teiskontie
- 2 Finlayson

1. Huomasitko TAMKin Viestintäpalveluiden ja Tietokonekeskuksen järjestämän Pois pihalta -kampanjan?

- 1 kyllä
- 2 en

Jos vastasit kysymykseen "en", siirry kysymykseen numero 6. Muutoin vastaa kysymyksiin järjestyksessä.

2. Kävitkö kampanjan aikana intrakoulutuksessa?

- 1 kyllä
- 2 en

3. Mikä kampanjassa mielestäsi onnistui?

AVOIN

4. Mitä kampanjasta puuttui?

AVOIN

5. Opitko jotain kampanjan aikana? Jos opit, niin mitä ja mistä (esim. intravinkit, koulutukset)?

AVOIN

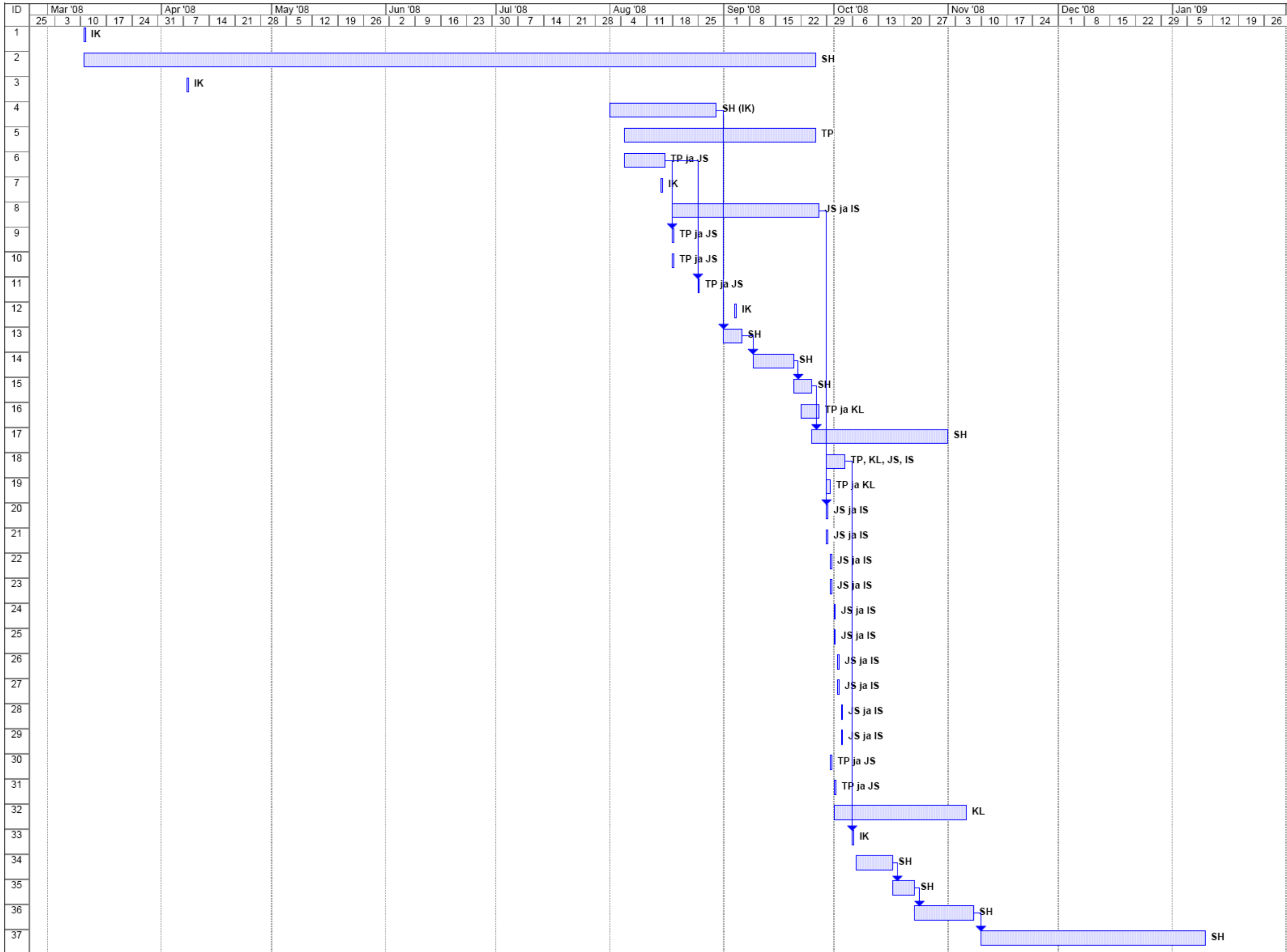
6. Vaikuttiko kampanja jotenkin omaan intran käyttöösi?

AVOIN

7. Mitä kampanjassa olisi voitu tehdä paremmin? Anna halutessasi kehittämis ehdotuksia.

AVOIN

13.4 GANTT -kaavio



ID	Task Name	Duration	Start	Finish	Resource Names
1	Intratiedottamisen kehittämisryhmä, jossa projektin aloittamisesta päätettiin	2 hrs	Tue 11.3.08	Tue 11.3.08	IK
2	Projekti-suunnitelman kirjoittaminen	144 days	Tue 11.3.08	Thu 25.9.08	SH
3	Intratiedottamisen kehittämisryhmään kokous, jossa jatkettiin asian valmistelua. Päätettiin intravinkit.	2 hrs	Tue 8.4.08	Tue 8.4.08	IK
4	Before -kyselylomakkeen laatiminen	21 days	Fri 1.8.08	Fri 29.8.08	SH (IK)
5	Kampanjan käytännön järjestelyt	39 days	Tue 5.8.08	Thu 25.9.08	TP
6	Tuutorien kouluttamisen käytännön järjestelyt	9 days	Tue 5.8.08	Fri 15.8.08	TP ja JS
7	Intratiedottamisen kehittämisryhmän kokous, kampanjan valmistelu.	2 hrs	Fri 15.8.08	Fri 15.8.08	IK
8	Kampanjaviikon intrakoulutusten suunnittelu ja käytännön järjestelyt	31 days	Mon 18.8.08	Fri 26.9.08	JS ja IS
9	Intrakoulutus tuutoreille	2 hrs	Mon 18.8.08	Mon 18.8.08	TP ja JS
10	Intrakoulutus Taiteen ja viestinnän uusille opiskelijoille	2 hrs	Mon 18.8.08	Mon 18.8.08	TP ja JS
11	Intrakoulutus tuutoreille	2 hrs	Mon 25.8.08	Mon 25.8.08	TP ja JS
12	Intratiedottamisen kehittämisryhmän kokous, viimeiset päätökset ennen kampanjaa	2 hrs	Thu 4.9.08	Thu 4.9.08	IK
13	Before -kyselylomakkeen muuttaminen e-lomakkeeksi	5 days	Mon 1.9.08	Fri 5.9.08	SH
14	Before -kyselyn vastausaika	9 days	Tue 9.9.08	Fri 19.9.08	SH
15	Before -kyselyn tulosten pinnallisen analyysin tekeminen	4 days	Sat 20.9.08	Wed 24.9.08	SH
16	Aktiivinen tiedottaminen kampanjaviikosta alkaa	5 days	Mon 22.9.08	Fri 26.9.08	TP ja KL
17	Before -kyselyn tulosten syvän analyysin tekeminen	27 days	Thu 25.9.08	Fri 31.10.08	SH
18	Kampanjaviikko, intravinkit päivittäin	5 days	Mon 29.9.08	Fri 3.10.08	TP, KL, JS, IS
19	Tiedotteet kampanjan alkamisesta sekä intrakoulutuksista intraan	1 day	Mon 29.9.08	Mon 29.9.08	TP ja KL
20	Intrakoulutus henkilöstölle	1 hr	Mon 29.9.08	Mon 29.9.08	JS ja IS
21	Intrakoulutus opiskelijoille	1 hr	Mon 29.9.08	Mon 29.9.08	JS ja IS
22	Intrakoulutus henkilöstölle	1 hr	Tue 30.9.08	Tue 30.9.08	JS ja IS
23	Intrakoulutus opiskelijoille	1 hr	Tue 30.9.08	Tue 30.9.08	JS ja IS
24	Intrakoulutus henkilöstölle	1 hr	Wed 1.10.08	Wed 1.10.08	JS ja IS
25	Intrakoulutus opiskelijoille	1 hr	Wed 1.10.08	Wed 1.10.08	JS ja IS
26	Intrakoulutus henkilöstölle	1 hr	Thu 2.10.08	Thu 2.10.08	JS ja IS
27	Intrakoulutus opiskelijoille	1 hr	Thu 2.10.08	Thu 2.10.08	JS ja IS
28	Intrakoulutus henkilöstölle	1 hr	Fri 3.10.08	Fri 3.10.08	JS ja IS
29	Intrakoulutus opiskelijoille	1 hr	Fri 3.10.08	Fri 3.10.08	JS ja IS
30	Ständi Finlaysonilla	3 hrs	Tue 30.9.08	Tue 30.9.08	TP ja JS
31	Ständi Teiskontieellä	5 hrs	Wed 1.10.08	Wed 1.10.08	TP ja JS
32	Intravinkit viikoittain ja viikon opiskelijauutiset intrassa	26 days	Wed 1.10.08	Wed 5.11.08	KL
33	Intratiedottamisen kehittämisryhmän viimeinen kokous, jossa käytiin kampanjaviikko läpi	2 hrs	Mon 6.10.08	Mon 6.10.08	IK
34	After -kyselylomakkeen laatiminen	8 days	Tue 7.10.08	Thu 16.10.08	SH
35	After kyselylomakkeen muuttaminen e-lomakkeeksi	4 days	Fri 17.10.08	Wed 22.10.08	SH
36	After -kyselyn vastausaika	12 days	Thu 23.10.08	Fri 7.11.08	SH
37	After -kyselyn tulosten analysoiminen	45 days	Mon 10.11.08	Fri 9.1.09	SH