

Sosiaalisemman intranetin kehittäminen yrityksen tarpeisiin – Case Suomen Asiakastieto

Katri Tuominen

Opinnäytetyö

Liiketalouden ylempi

AMK-tutkinto

Tietojärjestelmäosaamisen

koulutusohjelma

2016



<p>Tekijä Katri Tuominen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi YTI1 2014</p>
<p>Raportin nimi Sosiaalisemman intranetin kehittäminen yrityksen tarpeisiin – Case Suomen Asiakastieto</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 58 + 8</p>
<p>Ohjaaja Sirpa Marttila</p> <p>Suomen Asiakastieto on yritys- ja luottotietoyhtiö. Syksyllä 2015 on aloitettu intranetin uudistusprojekti, jonka tarkoituksena oli korvata vanha intranet uudella, sosiaalisemmalla intranetillä.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, mikä on sosiaalinen intranet, mitä ominaisuuksia se pitää sisällään, sekä mitä hyötyjä, heikkouksia, mahdollisuuksia sekä haasteita siinä on. Opinnäytetyössä toteutettiin kyselytutkimus, jonka tuloksia hyödynnettiin uuden, sosiaalisemman intranetin kehitysprojektissa.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa keskitytään kuvaamaan millainen on sosiaalinen intranet, miten se eroaa tavallisesta intranetistä ja miten sitä voidaan hyödyntää viestinnän välineenä. Työssä kerrotaan myös, mitä avoimuus tarkoittaa sosiaalisessa intranetissä, sekä miten sitä voidaan hyödyntää johtamisessa. Työssä perehdytään myös sosiaalisen intranetin käyttöönottoon.</p> <p>Opinnäytetyö ei käsittele intranetin teknillisiä ominaisuuksia tai teknisiä ratkaisuja. Siinä ei myöskään selvitetä tarkemmin organisaation muita viestintäkanavia tai välineitä.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullista tutkimusta ja konstruktivistista lähestymistapaa. Kyselytutkimuksen avulla kartoitettiin käyttäjien mielipiteitä vanhasta intranetistä ja toiveita uudelle intranetille. Kyselytutkimus toteutettiin Webropol – kyselyllä ja vastaukset analysoitiin ja näistä saatiin pohja uuden intranetin suunnittelulle.</p> <p>Jatkokehitysehdotuksena on toteuttaa toinen kysely käyttöönoton jälkeen ja kerätä käyttäjien mielipiteitä, miten uuden intranetin käyttöönotto on onnistunut. Ehdotuksena on myös suunnitella ja toteuttaa intranetin päivitysvastuut sekä jatkokehityksen aikataulu.</p>	
<p>Asiasanat Sosiaalinen intranet, sosiaalinen media, yhteisöllisyys, avoimuus, digitaalisuus</p>	

<p>Author Katri Tuominen</p>	<p>Group or year of entry YTH1 2014</p>
<p>The title of thesis The development of a more social intranet business needs – Case Suomen Asiakastieto</p>	<p>Number of pages and appendices 58 + 8</p>
<p>Supervisor Sirpa Marttila</p> <p>Suomen Asiakastieto is providing corporate and credit information services in Finland. The reform of the intranet project has been started in the autumn of 2015 and the purpose was to replace the old intranet with a new, more social intranet.</p> <p>The purpose of this study was to examine what is a social intranet, what features it includes, as well as benefits, weaknesses, opportunities and challenges it has. The thesis conducted a survey, the results of which were used in a new, more social intranet development project.</p> <p>The theoretical part of the thesis focuses on to describe what is a social intranet, how it differs from the standard intranet and how it can be utilized as an instrument of communication. The thesis also explains what openness means in a social intranet, as well as how it can be utilized in management. The work focuses also on the implementation of a social intranet.</p> <p>The thesis does not deal with the technical characteristics of the intranet or technical solutions. It also does not explain other communication channels or media of organization.</p> <p>Qualitative research and constructive approach were used as research methods in the thesis. The survey will identify users' opinions on the old intranet and wishes for the new intranet. The survey was carried out Webropol survey and the answers were analyzed and those were the base for the new intranet.</p> <p>Further development proposal is to take a second survey after the introduction and collect user opinions on how the implementation of a new intranet has succeeded. The proposal also includes designing and implementing of the update responsibilities of intranet as well as the further development of scheduling.</p>	
<p>Asiasanat Social intranet, social media, community, openness, digitalization</p>	

Sisällys

1. Johdanto	1
1.1 Kohdeyrityksen esittely.....	1
1.2 Kehitystyön tarkoitus, tavoite ja rajaus	1
2. Tutkimuksen teoriatausta	4
2.1 Sosiaalinen intranet.....	4
2.2 Intranetin ja sosiaalisen intranetin erot	8
2.3 Sosiaalinen intranet viestintävälineenä	12
2.4 Sosiaalisen intranetin hyödyntäminen johtamisessa	16
2.5 Avoimuus sosiaalisessa intranetissä	17
2.6 Sosiaalisen intranetin hyödyt	22
2.7 Sosiaalisen intranetin mahdollisuudet.....	23
2.8 Sosiaalisen intranetin haasteet	25
2.9 Sosiaalisen intranetin heikkoudet	27
2.10 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto	29
3. Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus.....	33
3.1 Tutkimusmenetelmät	33
3.2 Tiedonkeruumenetelmät	34
3.3 Tiedonkeruumenetelmät ja työkalut	35
3.4 Tutkimuskysymykset.....	35
4. Tutkimustiedon kerääminen ja analysointi	37
4.1 Vastaajien perustietoja	37
4.2 Nykyisen intranetin käyttö.....	39
4.3 Nykyisen intranetin toimintojen arviointi.....	42
4.4 Väittämät nykyisestä intrasta ja nykyisen intran arvosana	45
4.5 Toiveet uudelle intranetille	46

5	Pohdinta.....	51
5.1	Tutkimuksen tavoite	51
5.2	Saadut tulokset	53
5.3	Missä onnistuttiin, missä ei?	54
5.4	Tulosten hyödyntäminen ja oma oppiminen	56
5.5	Jatkokehitysehdotuksia	57
	LÄHTEET	59
	LIITTEET.....	65
	Liite 1. Kyselyn saateteksti	65
	Liite 2. Kyselylomake	66

Kuvioluettelo

	Kuvio 1 Sosiaalisen intranetin rakenne (Cavazza 2011).....	6
	Kuvio 2 Sosiaalisen median käyttäjien roolit (Ojala & Pöysti 2008, 110).....	7
	Kuvio 3 Viestintäosaamisen osatekijät (Juholin 2008, 31).....	13
	Kuvio 4 Avoimuus organisaatiossa (Aalto 2012, 103)	18
	Kuvio 5 Sosiaalisen intranetin käyttöönottoprosessi (Ojala & Pöysti 2008, 25)	31
	Kuvio 6 Kyselyn analytiikka.....	38
	Kuvio 7 Nykyisen intranetin käyttötiheys.....	39
	Kuvio 8 Sanapilvi intranetin hyvistä ominaisuuksista	40
	Kuvio 9 Sanapilvi intranetin huonoista ominaisuuksista	41
	Kuvio 10 Arvosana nykyiselle intranetille.....	46
	Kuvio 11 Toivotut ominaisuudet uuteen intranettiin	47
	Kuvio 12 Tiimien tärkeys	50

Taulukkoluetelo

	Taulukko 1 Intranet vs. sosiaalinen intranet (Ward 2012).....	10
--	---------------------------------------------------------------	----

Taulukko 2 Arviot nykyisen intranetin ominaisuuksista	43
Taulukko 3 Arviot nykyisen intranetin sisällöstä.....	43
Taulukko 4 Arviot nykyisen intranetin ohjeiden ja mallien tärkeydestä	44
Taulukko 5 Arviot muut osion tärkeydestä	45
Taulukko 6 Väittämät nykyisestä intrasta.....	45
Taulukko 7 Toivotuimmat ominaisuudet.....	47

1. Johdanto

Sosiaalinen media on tullut ryminällä osaksi ihmisten joka päiväistä elämää ja vuorovaikutustilanteita muutamien viime vuosien aikana. Tämä on vaikuttanut myös työpaikkojen viestintäkulttuuriin ja tapamme olla vuorovaikutuksessa keskenämme. Samalla se on tuonut uusia mahdollisuuksia työelämän työskentelytapoihin muun muassa sosiaalisen intranetin kautta. Sosiaalisessa mediassa ja sosiaalisen intranetin avulla olemme tavoitettavissa ajasta ja paikasta riippumatta lähes missä tahansa lähes milloin tahansa. Sosiaalisemman intranetin myötä käyttäjillä on enemmän mahdollisuuksia ottaa osaa viestintään ja olla virtuaalisesti paremmin mukana joka päiväisessä kanssakäymisessä muiden intranetin käyttäjien kanssa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, mikä on sosiaalinen intranet sekä toteuttaa kyselytutkimus, joka toimii pohjana uuden intranetin kehitysprojektissa.

1.1 Kohdeyrityksen esittely

Suomen Asiakastieto on yritys- ja luottotietoyhtiö. Suomen Asiakastieto pitää yllä yksityistä yritystietokantaa, joka sisältää ajantasaiset tiedot kaikista suomalaisyrityksistä sekä niiden avainhenkilöistä. Tietokanta on reaaliaikaisessa yhteydessä moniin julkisiin ja yksityisiin tietolähteisiin. Yritys ylläpitää myös rekisteriä yksityishenkilöiden luottotiedoista. Suomen Asiakastieto on yksi vanhimmista toimijoista henkilöluottotietojen osalta, Suomen Asiakastieto Oy on perustettu vuonna 1961, mutta yksi sen edeltäjäyhtiöistä aloitti toimintansa jo vuonna 1905. Asiakastiedon voi luokitella keskisuureksi organisaatioksi, siellä työskentelee noin 150 myynnin, tietopalvelujen ja IT-alan ammattilaista. Asiakastiedon omistaa kokonaisuudessaan Asiakastieto Group Oyj, joka listautui Helsingin pörssiin keväällä 2015. (Suomen Asiakastieto.)

1.2 Kehitystyön tarkoitus, tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, mikä on sosiaalinen intranet ja mitä piirteitä siihen liittyy sekä millaisia ominaisuuksia sosiaalisessa intranetissä useimmiten on. Tavoitteena

on tutkia, miten sosiaalinen intranet tukee yhteisöllisyyttä parhaalla mahdollisella tavalla, ja minkälaisilla keinoilla voidaan varmistaa, että sosiaalisesta intranetistä tulee käytettävä ja toimiva. Kyselytutkimuksen avulla perehdytään tarkemmin kohdeorganisaation tämän hetkiseen intranetiin. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaisena intranetin käyttö koetaan tällä hetkellä, sekä saada ideoita sosiaalisemman intranetin kehittämiseen. Tutkimuksen tarkoituksena on saada vastauksia muun muassa kysymyksiin: kuinka usein intranetiä käytetään, ovatko tiedot helposti löydettävissä, koetaanko intranet tarpeelliseksi, esiintyykö sen käytössä ongelmia sekä miten intranetiä olisi hyvä kehittää.

Opinnäytetyössä tullaan käsittelemään intranetin kehittämistä käyttäjien toiveiden mukaiseksi. Ensisijaisina tavoitteina on tutkia ja selvittää keskeiset ominaisuudet ja toiminnot, joita käyttäjät haluavat intranetissä olevan. Tutkimuksen tarkoituksena on myös kartoittaa, miten työntekijät ottavat tällaisen uuden työkalun vastaan ja miten sitä tulisi jatkossa kehittää. Opinnäytetyö toimii myös perustana intranetin kehittämishankkeelle kohdeyrityksessä.

Opinnäytetyötä hyödynnetään uuden intranetin suunnittelussa ja käyttöönotossa, lopputulemana on uudistettu ja käyttöönotettu sosiaalinen intranet.

Opinnäytetyö ei käsittele intranetin teknillisiä ominaisuuksia tai teknillisiä ratkaisuja. Siinä ei myöskään selvitetä tarkemmin organisaation muita viestintäkanavia tai välineitä.

Tutkimuksesta rajattiin pois intranetin käytön pääsisällöntuottajien ja kehittäjien näkemysten tutkiminen. Tutkimus ei kohdistu intranetin teknilliseen toteutukseen tai rakenteeseen. Tutkimus ei myöskään keskity verkkoviestinnän muihin osa-alueisiin kuten kotisivuihin eikä muihin viestinnän välineisiin kuten sähköpostiin.

Opinnäytetyön alussa tarkastellaan mikä on sosiaalinen intranet ja miten se eroaa tavallisesta intranetistä. Tämän jälkeen perehdytään sosiaaliseen intranetiin viestinnän välineenä, ja neljännessä alaluvussa sosiaalisen intranetin hyödyntämiseen johtamisessa. Myös avoimuutta sosiaalisessa intranetissä tarkastellaan yhden luvun verran. Sosiaalisen intranetin hyödyt, mahdollisuudet, haasteet ja heikkoudet tuodaan työssä esiin sekä sosiaalisen intranetin käyttöönotolle on suotu yksi luku.

2. Tutkimuksen teoriatausta

Tutkimuksen teoreettisessa osassa tarkastellaan sosiaalista intranetiä monesta eri lähtökohdasta. Teoriaosassa halutaan selvittää, mistä eri osa-alueista sosiaalinen intranet koostuu, mitä hyötyjä sekä heikkouksia siinä löytyy, millaisia haasteita sen käytössä saattaa ilmetä sekä mitä käyttönotossa pitäisi ottaa huomioon. Myös avoimuus intranetissä ja viestinnällinen hyödyntäminen on tarkastelun kohteina.

2.1 Sosiaalinen intranet

Ensimmäiset intranetit alkoivat ilmestyä 1990 – luvun puolivälissä. Ne olivat yksinkertaisia, staattisia sivustoja, joiden keskeisenä tarkoituksena oli työntekijöiden pääsy yrityksen tietoihin. Vuonna 1996 Frontier Technologies Corp. esitteli Intranet Genien, ensimmäisen kaupallisen 'avaimet käteen' -intranetohjelmiston, joka tarjosi monipuolisen määrän erilaisia viestintävälineitä yhdessä paketissa. Ohjelmisto sisälsi muun muassa sähköpostin ja uutispalvelimet, muokkaustyökaluja, puhelinluettelon, ostotilaussovelluksen, dokumenttien jakomahdollisuuden sekä hakutoiminnon. (Bloomfire 2015.)

Vaikkakin intranetit olivat staattisia, jokseenkin tylsiäkin sivustoja, kehittyi niistä useimmissa yrityksissä ainoa mahdollinen tapa olla yhteydessä eri henkilöstöryhmien kesken ja saada käyttöönsä samaa tietoa ajasta ja paikasta riippumatta (Juholin 2009, 266).

Ward kirjoitti jo vuonna 2012, että parin viime vuoden aikana sosiaalinen media on tullut hyvin yleiseksi yritysten intranetissä, ja kaksi kolmesta länsimaisten yritysten intraneteistä sisältää jotain sosiaalisen median välineitä.

Intranetiä on käytetty alusta asti pääsääntöisesti organisaation sisäisen viestinnän välineenä. Intranetiä on pidetty varsin kustannustehokkaana viestin jakelukanavana, koska

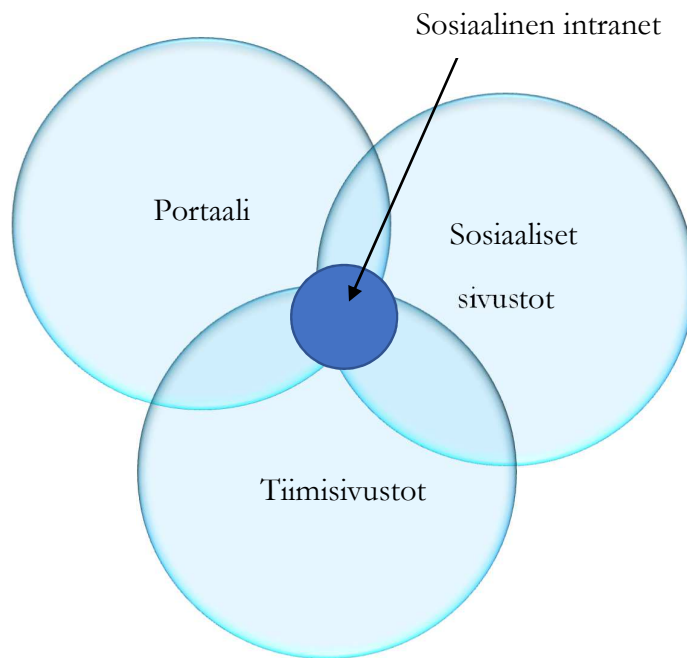
se on helpottanut viestin välitystä varsinkin suurissa kansainvälisesti toimivissa organisaatioissa, joissa kasvokkain kommunikointi on hankalaa tai jopa mahdotonta. (Lehmuskallio.)

Juholin (2009, 266) kirjoittaa kirjassaan, että intranetistä on alkanut muodostua uudenlainen virtuaalinen työskentely-ympäristö: siellä voidaan opiskella, suunnitella, tehdä yhteistyötä, jalostaa tietoa ja ajatuksia. Hänen mukaansa se on muutoksen johtamisen tehokkain väline, sillä ”yritysjohdon näkökulmasta intranet on henkilökohtaisin ja tehokkain tapa kommunikoida henkilöstöryhmien kanssa”.

Perinteistä intranetiä on pidetty jäykkänä, ylhäältä hallinnoituna dokumenttien varastona, joka ei ole edesauttanut vuorovaikutusta, yhteisöllisyyttä tai tiedon jakamista. Sosiaalinen intranet taasen sisältää useita sosiaalisen median työkaluja, joita työntekijät käyttävät muun muassa osaamisensa jakamiseen muiden työntekijöiden kanssa. Näitä työkaluja ovat muun muassa blogit, wikit, keskustelufoorumit ja työryhmien omat työskentelyalustat sekä projektien omat kansiot. Sosiaalinen intranet vaatii kuitenkin laajaa osallistumista ja osallistamista, pelkkä blogi intranetissä ei tee siitä sosiaalista intranetiä. (Olander, 2015; Ward 2010.)

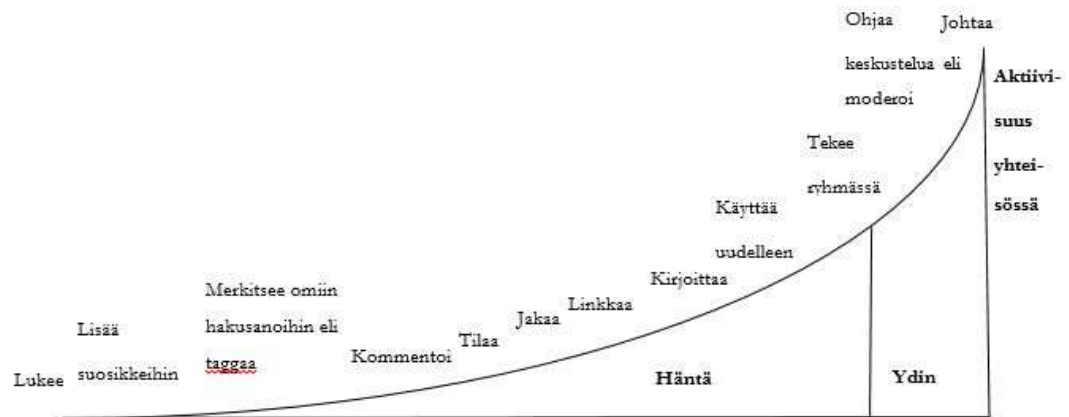
Sosiaalinen intranet ei kuitenkaan tarkoita, että sosiaaliset verkostot ottavat vallan koko perinteisestä intranetistä, vaan että sen elementit – tiedot, ihmiset ja liiketoiminnan sovellukset – ovat sosiaalistettu. Kyse ei ole uusista välineistä vaan yleistäen uusien palveluiden ja toimintojen käyttöä kaikissa intranetin komponenteissa. (Duperrin 2011.)

Usein erilaisissa toteutuksissa on totuttu näkemään erilaiset intranetin portaalit, tiimisivustot ja sosiaaliset sivustot erillisinä yksiköinä. Vaikka niillä kaikilla onkin omat tarkoituksensa, niin ne nivoutuvat sosiaalisessa intranetissä vahvasti toisiinsa. Se on kuviossa 1 esitetty risteys, jossa löydetään ihanteellinen tasapaino joustavuudessa, asiayhteydessä ja liiketoimintaan kohdistuvassa yhteistyössä. Lisäksi risteyksessä virtaa helposti eri käyttäjien ja eri alojen kokemusta käyttäjältä toiselle. (Cavazza 2011.)



Kuvio 1 Sosiaalisen intranetin rakenne (Cavazza 2011)

Sosiaalisen median mukaantulo intranetiin muuttaa työtapoja ja johtamista. Se kuitenkin tarjoaa organisaatiolla runsaasti uusia mahdollisuuksia työvälineenä, sen avulla voidaan lisätä ideoiden ja innovaatioiden määrää ja nostaa tietotyön tuottavuutta hyödyntämällä jokaisen työntekijän kekseliäisyyttä. Moni organisaatio tunnistaa jo sosiaalisen median mahdollisuudet, sekä avoimuuteen liittyvät riskit sisäisessä toiminnassaan. Tarvittavan tiedon vieminen jokaisen ulottuville, osaamisen tehokas hyödyntäminen ja jatkuva uuden osaamisen luominen haastavat hajallaan olevat organisaatiot. Niin sanotut diginaatiivit eli sukupolvi, joka on elänyt koko elämänsä internetissä surffaillen ja kasvaneet kannettavat tietokoneet käsissään, toimivat sosiaalisessa ympäristössä eri tavalla kuin vanhempi sukupolvi ja tämä asettaa työelämän rakenteet ja johtamisen koetukselle. Toimintatapojen muutoksessa on huomioitava eri-ikäiset ja eri taustaiset työntekijät ja pystyttävä kunnioittamaan kaikkien osaamista. Sosiaalisen median käyttäjien roolit yhteisössä voidaan jakaa kuvion 2 mukaisesti. (Ojala & Pöysti 2008, 9- 13, 17.)



Kuvio 2 Sosiaalisen median käyttäjien roolit (Ojala & Pöysti 2008, 110)

Sosiaalisen median ratkaisut ovat ennen kaikkea uusien toimintatapojen ja toimintakulttuurin omaksumista. Organisaation pitää arvostaa jokaisen työntekijän osaamista ja tietämystä saadakseen sosiaalisen median työkaluista kaiken hyödyn irti. Organisaation pitää oppia myös omaksumaan se, että hyviä ideoita saattaa tulla miltä hierarkiatasolta tahansa, ei vain ideointiin perinteisesti sallituilta toimijoilta, kuten tuotekehityksestä tai markkinoinnista. Avoimessa työskentelyssä kaiken tiedon pitää olla kaikkien saatavilla, kommentoitavissa ja jatkojalostettavissa. (Ojala & Pöysti 2008, 22.)

Sosiaaliseen intranettiin on integroitu kaikki tärkeimmät sosiaalisen median välineet yhdelle helppokäyttöiselle sivustolle. Sosiaalinen intranet on ylivertainen tiedonvälitysalusta, joka pitää sisällään muun muassa vuorovaikutusseinät, blogit, wikit, dokumenttien ja median jaon, kalenterit, keskustelufoorumit, chatin sekä paljon muuta. Siellä tietoa voidaan jakaa, koota yhteen, järjestää ja löytää hyvin vähin ponnistuksin. Täällä tiimit voivat perustaa helposti omia ryhmiä, jossa jakaminen ja vuorovaikutus ovat helppoa, ja mikä tärkeintä: tieto kulkee oikeille ihmisille rasittamatta sähköpostia.

(Olander, 2015.)

2.2 Intranetin ja sosiaalisen intranetin erot

Ward (2012) kirjoittaa, että alkuperäinen intranet koostui useimmiten vain tervetulo – sivusta, jossa oli lähinnä organisaation puhelinnumero ja yksinkertainen tervetuloitovotus.

Perinteiset intranetit keskittyivät lähinnä sisältöön, unohtaen ennen kaikkea ihmisten tärkeyden. Ne tarjosivat varastopaikan dokumenteille ja muille resursseille, mutta eivät todellakaan helpottaneet vuorovaikutusta, jakamista tai yhteistyötä. Vaikka monet yritykset ovatkin investoineet suuriakin summia intraneteihin, silti edelleen ne kamppailevat samojen haasteiden parissa vuosikymmenten jälkeen: aivan liian paljon aikaa tuhlaataan etsiessä tietoa ja asiantuntijaa työn edistämiseen, lukemattomia tunteja tuhlaataan päällekkäiseen työhön ja kohtuuttomasti kustannuksia käytetään työntekijöiden kouluttamiseen, tiedottamiseen ja yhteisessä linjassa pitämiseen. (Jive Software, Inc. 2015.)

Wardin (2012) mukaan intranet 1.0 kasvoi ja kehittyi nopeasti, joissakin yrityksissä nopeammin kuin toisissa, joiltakin osin jopa nopeammin kuin yrityksen kotisivut, joilla kuitenkin oli muutaman vuoden etumatka suhteessa intranetiin. Intranet 1.0:n kehityksen voidaan sanoa menneen jokseenkin näin:

Versio 1.0: Tervetuloa – sivu: tervetuloitovotus ja puhelinnumero

Versio 1.1: Ilmoitustaulu: yksinkertainen viestintä

Versio 1.2: Yritysten tiedotteet: jäsennellyt uutiset ja rajoitettu asiakirjojen hallinta

Versio 1.3: Help Desk: yksinkertaiset toiminnot kuten työntekijähakemistot

Versio 1.4: Corporate Store: enemmän monimutkaisia toimintoja, kuten e-HR ja itsepalvelu

Versio 1.5: Portaali: luvat, käyttäjätunnistus, sovellukset ja tietokanta-integraatio.

Määritelmä sosiaalinen intranet on ilmestynyt puheeseen vasta viime vuosina, arviolta vuoden 2009 lopulla, kuvaamaan intranetin sosiaalisen median ominaisuuksia. Ward (2012) kirjoittaa, että vaikka muissakin kehittyvissä tekniikoissa on todennäköisesti

erimielisyyttä täsmällisestä uuden termin määrittelystä, hän kuvaa sosiaalista intranetiä seuraavasti:

Sosiaalinen intranet on intranet, joka sisältää sosiaalisen median työkaluja, joita voi käyttää joko kaikki tai ainakin useampi työntekijä yhteistyössä jakaakseen tietoaan muiden työntekijöiden kanssa. Sosiaalinen intranet voi sisältää blogeja, wikejä, keskustelupalstoja, sosiaalista verkottumista, tai kaikkien näiden kombinaatioita, tai mitä tahansa Web 2.0 (Intranet 2.0) välineitä, joihin on pääsy intranetin etusivulta.

Siinä missä perinteinen intranet luotti siihen, että muutamat ihmiset tuottavat sisältöä ja tiedottavat asioista, sosiaalinen intranet kääntää tämän pääläelleen. Jokainen käyttäjä on sisällöntuottaja ja he kollektiivisesti varmistavat, että intranetissä oleva tieto on ajantasaista, relevanttia ja on tarpeellista sitä tarvitseville. (Jive Software, Inc. 2015.)

Kuitenkaan, muutaman työntekijän tai johdon blogi ei tee sosiaalista intranetiä vaan sosiaalinen intranet edellyttää laajaa osallistumista. Tai vähintään, ainakin mahdollisuuden osallistumiseen, joko useimmilta tai kaikilta työntekijöiltä, joilla on pääsy intranetiin. Sosiaalinen intranet vaatii sosiaalista mediaa: blogeja, wikejä ja käyttäjien kommentointia. (Ward 2012.)

Mitä sosiaalinen intranet ei kuitenkaan vaadi? Sosiaalisessa intranetissä ei tarvitse olla kaikkia sosiaalisen median työkaluja, kaksi tai kolme riittää. Se ei vaadi kaikkien työntekijöiden osallistumista, mutta sen kuitenkin pitää olla kaikille avoin ja tarjota kaikille mahdollisuuden osallistua. Kolmantena pointtina Ward (2012) tuo esille, että sosiaalinen intranet ei vaadi teknologia-alustaa, joka on ehdottomasti sosiaalisen median alusta, kuten esimerkiksi blogi- tai wiki-alusta.

Sosiaalisen intranetin perustaksi Ward (2012) luettelee muutamia asioita, kuten:

- sosiaalinen intranet sisältää useita sosiaalisen median työkaluja
- työntekijöillä, joilla pääsy intranetiin, on myös avoin mahdollisuus käyttää sosiaalisen median työkaluja

- sosiaalisessa intranetissä on pääsy sosiaalisen median työkaluihin intranetin etusivulta
- sosiaaliset vaihtoehdot on sisällytetty useimmiten käytettyihin toimintoihin, kuten käyttäjien kommentit, linkitykset, tykkäykset jne.

Mitä todellista eroa sitten on intranetillä ja sosiaalisella intranetillä? Oheiseen vertailutaulukkoon Taulukko 1 on kerätty perinteisen intranetin ja sosiaalisen intranetin menestystekijät. Vertailumatriisin tieto perustuu todellisiin kokemuksiin, joka on kerätty kyselyllä kymmenistä erikokoisista ja eri alojen intraneteistä. Käyttäjiä näillä intraneteilla on yhteensä noin 5000. (Ward 2012.)

Taulukko 1 Intranet vs. sosiaalinen intranet (Ward 2012)

Menestystekijät	Intranet	Sosiaalinen intranet
Design	<ul style="list-style-type: none"> - design vahvistaa yrityksen brändiä - työntekijällä rajoitettu pääsy sivuille - käyttää yrityksen väripalettia ja brändiä 	<ul style="list-style-type: none"> - yksinkertaistempu desing, vähemmän värejä, suurempi fontti ja suuremmat painikkeet - työntekijät vahvemmin sisällytetty intranetiin, mm. reaaliaikaisilla valokuvilla - suunniteltu niin, että keskeisimmät tiedot on helposti saatavilla
Layout	<ul style="list-style-type: none"> - kolmesta neljään saraketta - merkittävä banneri - painopiste sisällössä, linkeissä, ja vakio-/ kuvituskuvasa - navigointi lähinnä bannerissa - tekstin ja valkoisen tilan suhde 70/30 - hakukone voi olla bannerissa tai intranetin etusivulla - julkaisumekanismi on piilotettu, eikä siihen pääse intranetin etusivulta 	<ul style="list-style-type: none"> - kahdesta kolmeen saraketta - pieni banneri tai ei banneria ollenkaan - painopiste yhdessä tai muutamassa otsikossa niitä tukevalla tekstillä, minimaaliset navigointilinkit - tekstin ja valkoisen tilan suhde 60/40 (tai lähestyy 50/50) - liikkuminen sivulla vähäistä, jos ei jopa rajoitu yhteen kotipainikkeeseen tai hakukoneeseen - hakukone on ennemminkin hakukenttä kuin linkki - pääsy sosiaalisen median työkaluihin intranetin etusivulta - työntekijöiden valokuvia
Sisälllys	<ul style="list-style-type: none"> - keskitetty sisällön julkaiseminen; vain jotkut ovat oikeutettuja julkaisemaan 	<ul style="list-style-type: none"> - hajautettu sisällön julkaiseminen; täysin tietokantapohjainen sisällönhallinta

	<ul style="list-style-type: none"> - rajoitetut tietosisältöstandardit - rajoitettu sisällönhallintalusta (mahdollisesti joitain standardisoituja malleja) - sisällön julkaisijat ovat joskus koulutettuja ja noudattavat määritettyjä standardeja 	<ul style="list-style-type: none"> - kaikilla tai ainakin osalla työntekijöistä vapaa pääsy käyttämään sosiaalisen median työkaluja intranetin kautta - yhä enemmän työntekijöiden tuottamaa sisältöä, mukaan lukien wikit ja blogikirjoitukset, kommentoinnit, tunnisteet (tagit), kirjanmerkit jne. - sisältö on julkaistu julkaisujärjestelmän avulla, johon kuuluu yleensä blogit, wikit ja muut sosiaalisen median työkalut
Käytettävyys	<ul style="list-style-type: none"> - sekava navigointi ja raskas informaatioarkkitehtuuri - toimiva hakukone - megatunnisteiden hienoinen käyttö - on työlinkkejä ja globaalia navigointia 	<ul style="list-style-type: none"> - työntekijät voivat paikantaa tietoa, joka perustuu "ihmiseen" (esim. työntekijän profiilit, blogit, tunnisteet, jne.) - intuitiivinen teknologia mahdollistaa helpon työntekijän profiilin luomisen ja päivittämisen - haku on edelleen kaiken mahdollistaja, mutta vähentää navigoinnin välttämättömyyttä
Suunnittelu ja hallinnointi	<ul style="list-style-type: none"> - ei täsmällistä tai dokumentoitua suunnitelmaa - toiminnan mittaaminen vähäistä - ei täsmällistä tai dokumentoitua hallintomallia 	<ul style="list-style-type: none"> - suunniteltu missio - päämäärät ja tavoitteet on ymmärretty ja sovittu keskeisten sidosryhmien kanssa - toiminnan mittaaminen on aktiivista, sekä sitä valvotaan ja seurataan aktiivisesti verrattuna lähtötilanteeseen - täsmälliset hallintomallit on dokumentoitu ja niihin sitoudutaan - intranetin ja sosiaalisen median menettelytavat sanelevat, mikä on sallittua ja kiellettyä
Työkalut	<ul style="list-style-type: none"> - perushaku - työntekijähakemisto - jotain työsuhteen itsepalveluita - alustava sisällönhallinta - jotain multimediaominaisuuksia - jotain satunnaisia portaalien yksilöintejä 	<ul style="list-style-type: none"> - johtajan ja/tai työntekijän blogi - keskustelufoorumi ja kommentointi, wikit, pikaviestintä - sosiaalinen verkostoituminen - käyttäjän tunnisteet

Hanna P. Korhonen (2015) määrittelee intranetin ja sosiaalisen intranetin eron artikkelissaan seuraavanlaisesti:

‘Intranet’ taas on nähty perinteisesti ‘viestinnällisenä intranetinä’ eli ikään kuin organisaation sisäisenä joukkotiedotusvälineenä, jossa viestinnän sisältöjä tuottaa muutama, mutta niitä kuluttaa massa – käytännössä koko henkilöstö. Kyseessä on organisaation

”sisäiset nettisivut”, jotka sisältävät esimerkiksi organisaation yhteisen strategian ja ohjeistukset, työnantajan ohjeistukset työntekijyyteen ja sisäisen tiedottamisen. Intranetistä tulee ’sosiaalinen intranet’, jos kaikki sen käyttäjät tulevat näkyviksi henkilökohtaisten käyttäjäprofiilien kautta ja kaikki käyttäjät voivat jollain tasolla osallistua yhteisen sisällön tuottamiseen, vähintään edes kommenttikenttien kautta.

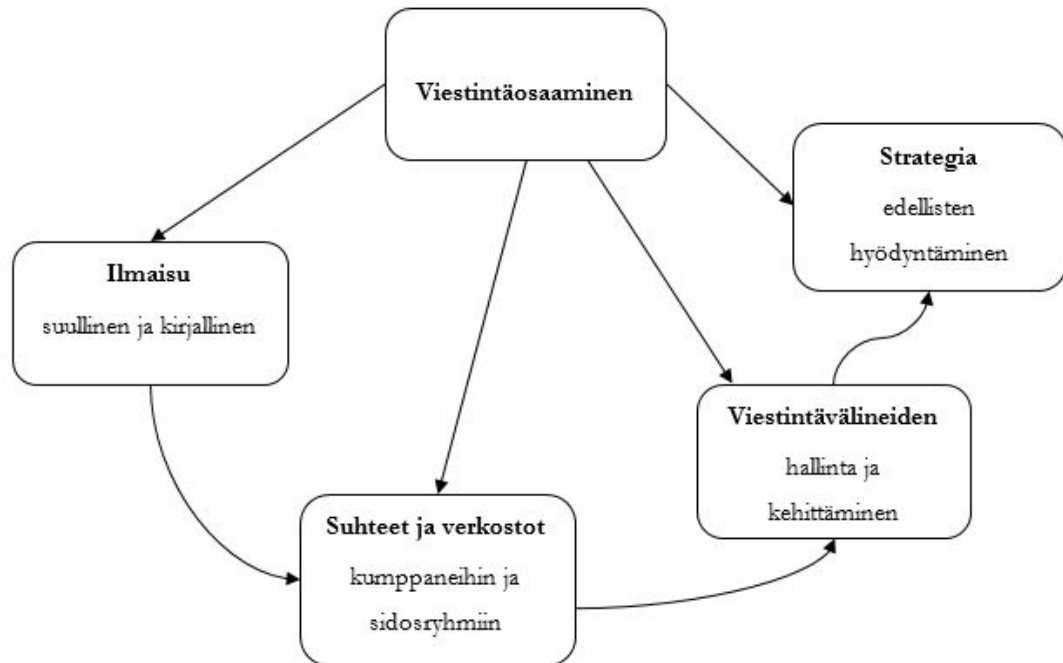
2.3 Sosiaalinen intranet viestintävälineenä

Sosiaalisen median työkaluja ollaan ottamassa yhä enenevässä määrin käyttöön myös organisaatioiden sisäisessä verkkoviestinnässä. Taustalla voi olla toiveita esimerkiksi tuottavuuden lisääntymisestä, parantuneesta tiedon saatavuudesta, uuden tiedon ja uusien innovaatioiden luomisesta ja ylipäättään lisääntyneestä vuorovaikutuksesta ja yhteisöllisyyden kasvusta. Asiantuntijatyötä tekevät käyttävät nykyään paljon työajastaan tiedonhakuun ja sähköpostin lukemiseen. Käytetyt ajat voivat olla yllättävän suuria suhteessa kokonaistyöaikaan, ja onkin noussut merkitykselliseksi pohtia, voisiko esimerkiksi juuri sähköpostin lukemiseen ja tiedonhakuun käytettyä aikaa vähentää, ja voisiko tämän myötä asiantuntijatyötä tekevien tuottavuutta parantaa. Yhtenä potentiaalisena avun-
tuoja voidaan nähdä sosiaalinen intranet. (Kolehmainen & Korhonen 2014.)

Parhaimmillaan intranetin sosiaaliset elementit aidosti madaltavat ja muuttavat sisäistä viestintää ja tiedon jakoa. Tätä edesauttavat myös asioiden jakamisen helppous sekä helppo käyttöösi. Ne samalla mataloittavat asiantuntijoiden kynnystä kirjoittaa julkisestikin jaettavia blogeja, mielipiteitä sekä heittäytyä sosiaaliseen keskusteluun päivän polttavista aiheista. (Tuori 2015.)

Juholin (2008, 30–31) kirjoittaa kirjassaan, että tietotyötä ei pysty tekemään ilman kykyä kommunikoida, ilman viestintäosaamista. Hänen mukaansa viestintäosaaminen voidaan jakaa neljään osa-alueeseen, jotka painottuvat eri tavoin. Tarvitaan kykyä ilmaista ajatuksia puhuen ja kirjoittaen sekä pitää olla valmiuksia keskustella ja käydä dialogia. Toinen osa-alue muodostuu suhteista muihin ihmisiin, kumppaneihin ja sidosryhmiin ja verkostoihin, kuten oman alan kollegoihin. Kolmannen viestintäosaamisen osa-alueena Juholin esittelee kyvyn käyttää erilaisia viestintävälineitä, kuten puhelinta, sähköpostia,

internetiä sekä digitaalisia työskentelyalustoja ja ryhmätyötiloja. Neljänteen osa-alueeseen hän rajaa strategian, eli sen, miten käytämme edellisiä osaamisia eri tilanteissa erilaisten toimijoiden kanssa. Kuviossa 3 esitetään viestinnän osaamisen osatekijät.



Kuvio 3 Viestintäosaamisen osatekijät (Juholin 2008, 31)

Juholin (2008, 33) esittää esimerkillä, miten tietotyöläisen päivä koostuu. Päivää useimmiten hallitsee sähköpostin käyttö, vaikka se ei olekaan se tehokkain tapa viestiä. Sähköposti aiheuttaa sotkuja ja väärinymmärrystä, jotka kasvokkain viestinnällä voitaisiin välttää. Uuden työnteon olennaisina taitoina ovat siis mm. vuorovaikutustaidot, yhteistyötaidot, aikaosaaminen, teknologiaosaaminen ja ympäristöosaaminen. Juholin kirjoittaa, että ”työelämässä tärkein työkalu on aivot ja tärkein osaaminen sosiaalinen äly. Se ilmenee mm. viestintävalmiuksina ja – taitona.”

Soininen, Wasenius ja Leponiemi (2010, 59) pohtivat kirjassaan, että on jopa hieman yllättävää, kuinka vähän yrityksissä käytetään sähköisiä ryhmätyökaluja toiminnan tehostamiseen. On olemassa lukemattomia hyviksi havaittuja työkaluja, jotka on testattu

käytännössä varsin toimiviksi. He pohtivat myös, onko tuttu ja turvallinen sähköposti tulppa, joka hidastaa kehityksen kulkua, koska organisaatioiden viestinkulun ongelmat tuntuvat heidän mielestään jatkuvan vuodesta toiseen muuttumattomina. Kahden keskinen viestinvaihdot kun harvoin kantautuvat asianosaisten kuuluville.

Työyhteisöviestinnän merkitys on myös korostunut yhteiskunnan ja työelämän suurten muutosten myötä. Työyhteisöt eivät ole enää suljettuja tiloja, vaan globaalin maailman muutokset vaikuttavat jokaiseen. Työyhteisöt eivät myöskään ole enää selkeärajaisia, vaan työtä tehdään verkostoissa, tiimeissä ja projekteissa, jotka ylittävät organisaatiörajoja. Tietoa ja tiedon vaihdantaa tarvitaan entistä enemmän, sillä ihmiset haluavat olla tietoisia ja jakaa tietoisuutta työyhteisönsä ja toimialansa asioista. (Juholin 2009, 170.)

Juholin (2009, 140) kirjoittaa kirjassaan, että hierarkkiset organisaatiot ovat historiaa ja johtaminen on jo kauan irtautunut johtajista. Nyt vastuuta otetaan ja strategiaa luodaan ympäri organisaatiota ja se jakaantuu kaikkien organisaation jäsenten kesken. Kaikki johtavat jotakin, ainakin itseään. Hänen mukaansa viestintäteknologian kehitys on vauhdittanut edellä kuvatun laista kehitystä ja muuttanut käsityksen perin juurin. Perinteinen ylhäältä alas tiedottaminen ei enää toimi. Perustavanlaatuisen muutos kohti monikulttuurisempaa työyhteisöä on pakottanut tarkentamaan, mitä viestintä työyhteisön sisällä tarkoittaa ja mitä siihen kuuluu.

Nykyinen työelämä vaatii viestintätaitoja, jotka ovat sekä jakamista ja yhteistyön kulttuuria että välineiden käyttötaitoja. Organisaation johdon tulisi omalla esimerkillään kannustaa tiedon avoimeen jakamiseen niin yhtiön sisällä kuin ulkopuolellakin. Työntekijöitä tulisi rohkaista verkostoitumaan muiden alan toimijoiden kanssa. Johdon tulisi kannustaa tällaiseen toimintaan, jotta työntekijät saavat tukea omille ideoille ja ajatuksilleen. (Aalto 2012, 14.)

Aalto (2012, 6-7) kirjoittaa kirjassaan, että suomalaisten työelämä muuttuu kovaa vauhtia. Työ- ja vapaa-aika limittyvät osittain päällekkäin ja työstään innostuneet ihmiset voivat verkostoitua maailmanlaajuisesti, jolloin työasioita tulee seurattua vapaa-ajallakin.

Työelämässä vaaditaan niin sosiaalisen median seuraamista kuin siinä mukana olemista. Uudet viestintätaidot vaativat uudenlaisen työkuulttuurin synnyttämistä, jossa työntekijät eri rooleissa voivat keskustella työhön liittyvistä asioista avoimissa verkostoissa kuten parhaaksi näkevät. Työpaikoilla johdon on tuettava, kannustettava ja luotava mahdollisuuksia sekä luovuttava liiasta kontrollista, jotta henkilöstö pääsee hyödyntämään sosiaalista mediaa työssään.

Sisäisen viestinnän kanavana verkon lyömättömyyttä on mahdotonta kiistää. Yhden käyttäjän verkkoon syöttämä viesti saattaa kehkeytyä koko organisaation keskusteluksi, jolla on kuitenkin selkeä rakenne ja päämäärä. Juholin (2009, 265) kirjoittaa, että ”mikäli intranet laaditaan oikein ja käyttäjäkeskeisesti, se mullistaa yritysten sisäisiä viestintärakenteita. Käyttäjän tulee tuntea intranet omaksi työkalukseksi tai työkaluvalikoimaksi, joka taipuu hänen tahtonsa mukaisesti toimittamaan arkipäivän töissä tehokkaasti tehtäväänsä.” Verkko on suora tie ihmiseltä toiselle, asiasta toiseen ja melkein tilanteessa kuin tilanteessa. Parhaimmillaan intranet takaa työrauhan ja keskeytyksettömän työskentelyn ja antaa samalla mahdollisuuden reaaliaikaiseen kommunikointiin vaikka maapallon toiselle puolelle.

Sisäisen viestinnän organisoiminen hajautetusti on menestyksen edellytys. Se tarkoittaa, että tieto voidaan jalostaa ja julkaista siellä, missä sitä tarvitaan ja näin ollen palvelee parhaiten yrityksen käytännön toimintaa ja tavoitteita. (Juholin 2009, 265.)

Sosiaalisen intranetin myötä monet organisaatiot haaveilevat sosiaalisemmasta kanssakäymisestä verkossa, se kun on mahdollista verkon tarjoamalla sosiaalisten elementtien avulla. Vuorovaikutuksen lisääntymisestä huolimatta saattaa kuitenkin käydä niin, että organisaation viestintäosasto haluaa johtaa ja loppu viimein päättää siitä, mistä intranetissä keskustellaan. Tämä johtaa siihen, että sosiaalinen intranet harvoin saavuttaa selkeästä demokraattisen keskustelukanavan roolia, joihin sosiaaliset intranetit keskusteluilla on mahdollisuus. (Pullinen 2014.)

Monesti sisäisen viestinnän ongelmiksi muodostuvat liian tekniset järjestelmät, joita ei osata käyttää. Ne estävät tiedon tuottajia julkaisemasta tietoa tai tekevät siitä niin hankalan, että opettelu järjestelmän kunnolliseen käyttämiseen ei yksinkertaisesti ole. Eri-laisten verkkoylläpitäjien määrä on huolestuttavasti kasvanut, kun taas pitäisi lisätä henkilöstön julkaisuvalmiuksia ja -osaamista kunnollisella kouluttamisella digitaalisen informaation julkaisuun. (Juholin 2009, 265.)

Samalla kun huolehditaan menetelmien ja välineiden valintaa niin, että ne edesauttavat viestintää, on julkaisu- ja dokumentointihallintajärjestelmän käytön intuitiivisuus, saumaton yhteistyö yrityksen muiden järjestelmien ja ydinprosessien kanssa sekä tehokas markkinointi sisäisen viestinnän menestyksen ehtoja. Jokaisen on opittava henkilökohtaisia viestintätaitoja digitaalisessa toimintaympäristössä, jokaisen täytyy oppia uutta ja poisoppia vanhaa. Loppupeleissä kyse on ennen kaikkea siitä, että opitaan, miten digitaalisen viestintäteknologian oikea soveltaminen viestinnälle ja liiketoiminnalle merkitsee. (Juholin 2009, 265.)

2.4 Sosiaalisen intranetin hyödyntäminen johtamisessa

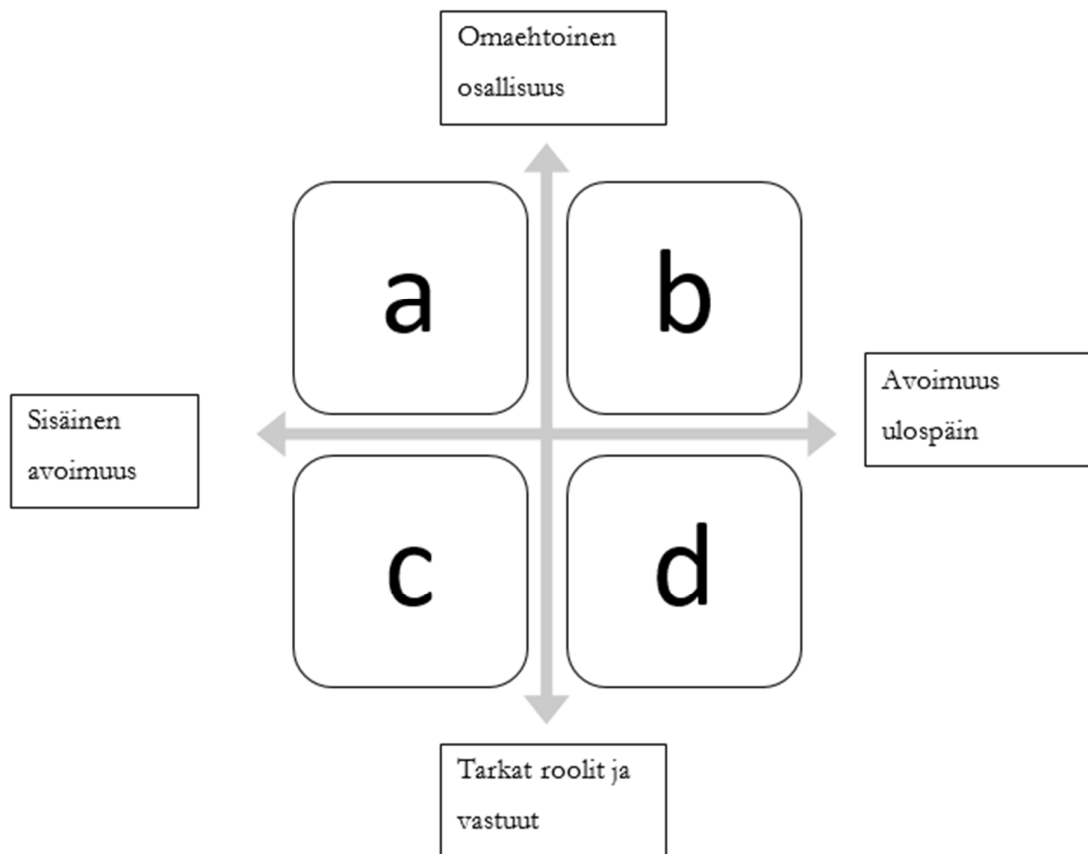
Intranet on erittäin tehokas muutosviestinnän kanavana, varsinkin organisaatioissa, jotka käyvät läpi isoja muutoksia. Intranet toimii myös oppimiskanavana uusiin rooleihin ja toimintatapoihin. Kun intranetiin välitetty keskeinen tieto saavuttaa kaikki samalla tavalla ja samanaikaisesti, työntekijät kokevat tullessa kohdelluiksi tasapuolisesti. (Raudaskoski 2013.)

Intranet on oiva väline strategian jalkauttamisen työkaluna, koska oletettavasti intranetiä käytetään päivittäin ja näin ollen se avautuu henkilöstön silmien eteen joka päivä. Organisaation toiminnan ohjaamisessa intranetiä voi hyödyntää perinteisten arvoihin ja strategiaan liittyvien artikkelien ja haastattelujen jakamisen lisäksi muun muassa niin, että liiketoiminnan tiedoista poimitaan intranetin etusivulle se strategisesti merkittävin tunnusluku. Korhonen antaa artikkelissaan muutaman esimerkin tällaisista tapauksista.

Esimerkiksi lentoyhtiö voi julkaista intranetinsä etusivulla lukuja lentojen täsmällisyydestä, tuotantopainotteinen yritys taas tapaturmattomien päivien määrän ja koulutuslaitos voi ilmoittaa valmistuneiden määrän suhteessa edelliseen vuoteen. Luvulla ohjataan henkilöstöä toimintaan, joka vie kohti haluttua yhteistä lopputulosta. Intranet on myös paikka johdon ja henkilöstön väliseen vuoropuheluun. Intranetin hyödyntäminen työntekijöiden kannustamiseen ja kiittämiseen, päätösten perusteluun sekä aloite- ja ideointikanavana on vahvassa kasvussa. Intranetiin tuodaan myös organisaation toimintaympäristön signaaleja. Monet organisaatiot julkaisevat intranetissään tekemiään mediaseurannan tuloksia, mutta tutkimusten mukaan vain 25 prosenttia asiakaspalautteista ja 14 prosenttia kilpailijakatsauksista. Näiden lisäksi intranetissä on mahdollista julkaista vaikka sosiaalisen median seurannan tuloksia ja markkinakatsauksia. (Korhonen 2014.)

2.5 Avoimuus sosiaalisessa intranetissä

Avoimuuden kenttiä on jokaisella organisaatiolla kaksi: sisäinen ja ulkoinen. Tätä voidaan havainnollistaa kuviolla, jossa pystyakselilla on vähäinen avoimuus ja perinteinen tarkkailijan roolijako organisaation sisällä. Kun avoimuus kasvaa, kasvaa myös mahdollisuus asiasta kiinnostuneiden omaehtoiseen osallistumiseen organisaatiossa kuin sen ulkopuolellakin (Kuvio 4). (Aalto 2012, 103.)



Kuvio 4 Avoimuus organisaatiossa (Aalto 2012, 103)

Jos avoimuudessa on puutteita, se on koettu organisaatioissa haasteeksi. Siihen voi liittyä kokemuksia puhteellisista intranet-työkaluista, kuten huonosti toimiva haku, tai yhteisten sähköisten työtilojen puute. Avoimuus on syvästi työkuultuurikysymys. Jos työkuulttuuri ei ole avoin, tietoa saavat vain ne, jotka sitä työroolinsa puitteissa käyttävät, ja ajantasainen tieto siitä, miten yritys menestyy, on vain johdon tiedossa (kuviossa 4 kohta C). Organisaatioissa pitäisi päästä tilanteeseen, jossa työtoverin auttaminen on itsestään selvyyttä, ja organisaation tulisi kannustaa aktiivisesti avoimempaan työkuulttuuriin siirtymistä, jossa ei tule tunne, että auttaminen sekä organisaation kokonaisedun huomioon ottaminen olisi uhraus. Sisäisesti avoimessa organisaatiossa (kuviossa 4 kohta A) tilannekohtaisia työmahdollisuuksia syntyy herkemmin: ”työtoveri toiselta osastolta saattaa säästää monen tunnin työn, jos hän kuulee apua tarvittavan ja jos organisaation työkuulttuuri ei suoranaisesti estä yhteistyötä yli yksikkörajojen”. Sisäisesti

avoimissa organisaatioissa yli yksikkörajojen tapahtuvaa yhteistyömahdollisuuksia syntyy helpommin kuin niissä, joissa tiedon jakaminen ja avoimuus eivät ole tapana. (Aalto 2012, 102 – 103.)

Aalto (2012, 104) kirjoittaa kirjassaan, että ”sisäisesti radikaalisesti avoimessa organisaatiossa kaikki se tieto, joka organisaatiolla on itsestään, on sen kaikkien jäsenten käytössä. Avoimuus tukee systeemiajattelua. Jokainen ymmärtää omaa toimintaansa osana yhtiön kokonaisuutta ja tulosta.” Sisäinen avoimuus vaatii työtä, sillä tiedon kuljettaminen on jokaisen työntekijän vastuulla. Työkulttuurin muutos avoimempaan suuntaan edellyttää uusien välineiden ja uudenlaisten ajattelutapojen oppimista.

Valtaosa organisaatiosta on avoimia ulospäin valikoidusti (kuviossa 4 kohta D). Organisaation viestintäosaamisen asiantuntijat kertovat työnsä puolesta eri foorumeilla avoimesti organisaation tavoitteista ja toiminnasta, puhutellen samalla tärkeimpiä sidosryhmiä. (Aalto 2012, 104.)

Jos työyhteisössä on avoin työkulttuuri, tieto kulkee. Organisaation sosiaaliset suhteet vahvistuvat digitaalisten verkostojen avulla, ja syntyy enemmän satunnaisia kohtaamisia, jotka ruokkivat luottamusta ja yhteisöllisyyttä. Sisäinen ja ulkoinen avoimuus tukevat toisiaan. (Aalto 2012, 108.)

Tieto kulkee sosiaalisessa intranetissä, jolloin omaan työhön voi keskittyä paremmin ja saa muilta apua sillä hetkellä kun sitä tarvitsee. Työkaverit pysyvät paremmin perillä siitä, mitä teet, ja heillä on harvemmin tarve keskeyttää työtäsi ja esittää samoja toistuvia kysymyksiä. Kokousten pitämisen tarve vähenee, kun tieto leviää sosiaalisen intranetin kautta. Kasvokkaisissa tapaamisissa voidaan keskittyä tiedon jakamisen sijaan päätöksentekoon, ideointiin ja työpajoihin. Kokoontuminen yhteisiin tapaamisiin on tuottavampaa, kun ajatuksia on jaettu ennen tapaamista. Yhteinen visio ja tietoisuus yhteisestä hankkeesta ovat jo olemassa ja energia voidaan suunnata tärkeiden päätösten tekkoon. (Olander 2013.)

Sosiaalisen intranetin parhaat puolet tulee esiin siinä, kun työntekijä kohtaa tietyn ongelman työnteossaan. Hän voi helposti pyytää apua työtoveriltaan viestittämällä asiasta yrityksen intranettiin. Tai hän voi muistaa, että joku toinen työkaveri on kysynyt asiaa aikoinaan intranetissä ja etsii tiedon helposti sieltä. Ideaalitapauksessa työntekijä muistaa, että joku on tästä kyseistä ongelmasta kirjoittanut ongelmanratkaisun. Käytetyimmät intranetin työkalut ovatkin instant – viestit, blogit, keskustelualueet ja käyttäjäkommentointi. (Team MyHub 2015.)

Tiedon etsiminen on yksi niistä asioista, joihin tietotyöläinen tuhlaa päivästä eniten aikaa. McKinseyn (2012) raportin mukaan tietotyöläinen tuhlaa viikosta 28 tuntia sähköpostien kirjoittamiseen, tiedon etsimiseen ja sisäiseen yhteistyöhön. Yhdeksän tuntia tästä määrästä kuuluu tiedon etsimiseen ja keräämiseen, ja tästä ajasta taas miltei puolet, eli 3,7 tuntia tuhlautuu sellaisen tiedon etsimiseen, jota ei löydy (Prescient Digital Media).

McKinseyn (2012) raportin mukaan panostamalla kunnolla sosiaalisiin teknologioihin, tehokkaampaan viestintään ja joustavampaan yhteistyöhön, yrityksillä on mahdollista nostaa vuorovaikutuksen myötä tuottavuuttaan jopa 20 – 25 prosenttia.

North Patrolin vuonna 2014 teettämän kyselyn mukaan vaikka 80 % kyselyyn vastanneista organisaatioista on korvannut sähköpostitiedottamisen suurelta osin intranetin tiedotteilla, on monessa organisaatiossa sähköpostien vähentäminen edelleen merkittävimpien kehittämistavoitteiden joukossa. Sisäinen tiedottaminen on ollut intranetien vakiosisältöä jo intranetin alkuhistoriasta lähtien, mutta silti se ei ole korvannut tarpeeksi sähköpostia tiedottamisen kanavana. (North Patrol 2014.)

A Kellogg School of Managementin tapaustutkimus osoittaa, että ne yritykset, jotka ovat edistäneet työntekijöidensä kykyä löytää tarvitsemaansa tietoa, ovat nostaneet tuottavuuttaan jopa 31 prosenttia. Mutta mikä tärkeämpää, Kelloggin tutkimus osoittaa, että työntekijät, jotka hyödyntävät sosiaalisia työkaluja, löytävät 71 prosenttia todennäköisemmin ihmisen, jolla on se tieto, jota he tarvitsevat. ”*Finding people 'who know' is more*

important than finding 'the information I need.'”. Toisin sanoen, työntekijöille on tullut yhä tärkeämpää digitaalisessa työpaikassa kommunikoida sosiaalisesti tiedon haltioiden kanssa, kuin vain yksinkertaisesti katsoa staattista tietoa. (Bloomfire 2015.)

Myös Ojala ja Pöysti (2008, 63) kirjoittavat, että tieto siitä, mitä tietoa yrityksessä on, ei riitä vaan tarvitaan tietoa siitä, kuka tietää. Yritykset voivat koota asiantuntijansa tai vaikka koko henkilökuntansa tiedot samaan paikkaan, josta ilmenee kunkin henkilön fyysinen sijainti, osaamisalueet, missä projekteissa kukakin työskentelee, työryhmät ja yhteisöt, joissa henkilö on mukana, sekä lista dokumenteista, joita on kirjoittanut ja käsitellyt. Jokainen ylläpitää omaa profiliaan ja päivittää osaamisestaan ja kiinnostuksen kohteistaan tiedot muiden nähtäville. Näin löydetään helposti henkilö tai henkilöt, jotka tietävät halutusta aihepiiristä etsittyä tietoa tai jotka ovat kyseiseen aihepiiriin liittyviä dokumentteja viimeiseksi käsitelleet.

Sosiaalisten teknologioiden myötä yritykset ottavat käyttöönsä uusia tapoja kommunikoida ja jakaa tietoa, kuitenkin uudet teknologiat eivät itsestään tehosta kommunikointia ja yhteistyötä. Ne ainoastaan mahdollistavat entistä läpinäkyvämmän tiedon jakamisen ja uudenlaista itseohjautuvuutta organisaatiossa yli perinteisten organisaatiorajojen yli. Yhä useammat johtajat Suomessa näkevätkin sosiaalisen median roolin yrityksen sisäisenä työvälineenä kasvavan tulevaisuudessa. (Isokangas & Kankkunen 2011, 49.)

Parhaimmillaan sosiaalinen intranet auttaa ihmistä oppimaan joka päivä jotain uutta. Oikein johdettuna sosiaalinen intranet on nopein tapa ottaa käyttöön koko organisaation osaamispotentiaali ja samalla saada motivoitua henkilöstöä tekemään työnsä parhaalla mahdollisella tavalla. Sosiaalisen intranetin myötä saadaan työtä myös tehostettua niin, että siitä on mahdollista selvittää pienemmällä resursseilla. (Selkäinaho 2013.)

Parhaimmillaan sosiaalinen intranet toimii niin, että jokainen työntekijä uskaltaa kommunikoida siellä omalla tavallaan. Sosiaalisen intranetin ilmapöytä tulee olla niin avointa, että jokainen voi osallistua asioiden kehittämiseen ja ongelmanratkaisuihin

myös oman tiiminsä ulkopuolella. Työntekijöiden tulee kokea, että heidän työkuvaansa tulee kertoa meneillä olevista projekteista ja heidän tulee myös saada tietoonsa muiden tiimien työskentelystä. Tiedon vaihdanta pitää olla automaatio organisaation sisällä. Parhaimmillaanhan sosiaalinen intranet on tietolaari, jossa voi kysyä mistä tahansa, ja voit saada tarvitsemasi tiedon taholta, jolta et olisi edes osannut kysyä. Kysymysten kysymisellä koko organisaatio oppii, kun asioista keskustellaan avoimesti kaikille julkisesti saatavilla olevilla foorumeilla, eikä yksityisissä keskusteluissa puhelimitse tai neuvotteluhuoneissa. (Selkäinaho 2013.)

2.6 Sosiaalisen intranetin hyödyt

Otala ja Pöysti (2008, 20) tuovat esiin hiljaisen tiedon jakamisen sosiaalisen median työvälineiden avulla. Eri henkilöiden tietotaitoa sekä kokemuspohjaista osaamista eli hiljaista tietoa halutaan saada täsmäosaamisen ja jaettavan osaamisen muotoon. Tämä onnistuu kokoamalla ne yhteen ja levittämällä ne muille asiantuntijoille sosiaalisen intranetin avulla.

Hiljaisen tiedon näkyväksi saaminen ja yleisesti tietämyksen kartoittaminen on organisaatiolle jopa sitä arvokkainta pääomaa. Sen jakamiseen kannattaa siis kannustaa ja kirjoittamisen kynnyistä mataloittaa. (Blom 2014.)

Keskeisimpänä organisaation sisäisenä tiedotuskanavana intranetin on pystyttävä tarjoamaan käyttäjilleen ajankohtaista ja hyödyllistä tietoa nopeasti ja hajautetusti. Sosiaalisessa intranetissä keskiössä ovat ihmiset ja heidän vuorovaikutuksestaan ja yhteistyöstä syntyvä sisältö, joka auttaa organisaatiota parantamaan sisäistä viestintäänsä, mutta myös ketteryyttään, yhteishenkeään ja oppimiskykyään. Siksi on tärkeää lähteä intranetin kehittämiseen organisaation tavoitteet, toimintatavat ja kulttuuri lähtökohtana – sekä ratkaisun suunnittelun että käyttöönottoon liittyvän muutosjohtamisen suhteen. (Ambientia.)

Olander (2013), kirjoittaa, että sosiaalisessa intranetissä tiimityössä alkaa ylipäättään olla järkeä. Projektikohtaisia yhteistyötiloja voi perustaa nopeasti ja niissä on voi keskustella monimutkaisistakin asioista ilman, että tulee olo, että kasvokkain asiat etenisivät paremmin. Yksi voi osallistua tapaamiseen kotoaan tablettia käyttäen, toinen älypuhelimella lentokentältä, kolmas työpisteeltään. Tuloksena on, että asiat etenevät sutjakkaasti ja tietynlainen hässäkkä vähenee. Vähitellen ihmisistä ehkä alkaa tuntua normaalilta, että kaikkien ei tarvitse aina kokoontua samaan tilaan samalla kellonlyömällä, jotta kommunikoinnissa olisi mieltä.

Työyhteisössä tapahtuva jakaminen voi olla vielä hedelmällisempää, sillä ihmiset jakavat yhteisiä tavoitteita ja tuntevat toistensa tehtäviä ja tarpeita. Sosiaalinen intranet onkin mitä parhain kasvualusta innovatiiviselle, oppivalle organisaatiolle. Osaamisen jatkuva kasvu puolestaan on nykyisin yrityksen menestyksen edellytys – markkinoilla parhaiten pärjäävät ne, jotka ovat askelen edellä muita. (Olander 2013.)

Nykyaikainen ja toimiva intranet on vuorovaikutteinen, helpokäyttöinen ja aidosti hyödyllinen organisaation yhteinen työkalu. Hyvin suunnitellulla ja ketterästi toteutulla intranetillä voidaan saavuttaa merkittäviä hyötyjä työn tuottavuuteen, viestinnän tehokkuuteen sekä tiedonjaon ja oppimisen parantamiseen liittyen. (Ambientia.)

2.7 Sosiaalisen intranetin mahdollisuudet

Sosiaalinen intranet antaa ajasta tai paikasta riippumatta mahdollisuuden viestiä joko yhdelle tai koko organisaatiolle. Lisäksi se tarjoaa mahdollisuuden tunnistaa ja etsiä työtovereita, lähettää heille tietoja, linkkejä ja viestejä, antaa mahdollisuuden muokata, lajitella ja katsella heille tarkoitettuja tiedostoja ja tekstejä. (Ala-Tuuhonen 2014.)

Sosiaalinen intranet ja sen sovellukset voidaan luokitella kolmeen avainalueeseen: innovaatio, sitouttaminen ja tehokkuus (Prescien Digital Media).

Innovaatio

Innovaatio sosiaalisessa intranetissä tarkoittaa 1) lisääntyntä kykyä jakaa ajatuksia, 2) yrityksen suorituskyvyn parantumista tietoisuuden lisäämisellä ja 3) mahdollisuutta löytää tietoa nopeasti antaen näin aikaa lisäanalyysiin. Nämä vauhdittavat ajattelua ja innovaatioita, jotka voivat johtaa uusiin tuoteideoihin. (Prescien Digital Media.)

Jokainen työyhteisö tarvitse enemmän ideoita ja erilaisia näkemyksiä asioista. Niiden tuottamiseen ei riitä enää johto tai yrityksen tutkimusosasto vaan ideoita tarvitaan laajemmalti. Sosiaalinen intranet tarjoaa alustan yhteisille ideoille ja niiden edelleen kehittämiseksi kommentoinnin avulla. Heidän mukaansa ”kun ideoita voi tuottaa kuka tahansa ja kun ideoiden tuottamisessa ja kommentoinnissa hyödynnetään erilaisia toimijoita, puhutaan avoimesta innovaatiosta”. (Ojala & Pöysti 2008, 20.)

Nykyinen työelämä vaatii tiimityötä ja tavoitteellista yhteistyötä. Sosiaalinen intranet tarjoaa tähän hyvän mahdollisuuden eli kanavan vuorovaikutukselle, jakamiselle ja yhteistyölle. Sosiaalinen intranet mahdollistaa ideoinnin, innovaatiot, tuotekehityksen ja arjen rutiineja helpottavan yhteistyökanavan. (Olander 2013.)

Parhaimmillaan sosiaalinen intranet on hedelmällinen kasvualusta innovatiiviselle ja oppivalle organisaatiolle. Sosiaalisen intranetin keskiössä ovat jakaminen, yhteisöllinen ideointi ja organisaation tietotaidon kasvu, kun työprosessit dokumentoituvat intraan. (Olander, 2015.)

Sitouttaminen

Sitouttaminen näkyy sosiaalisessa intranetissä muun muassa organisaation eri osastojen paremmalla synkronoinnilla ja linjauksella, sitouttamisen myötä uudet työntekijät tuntevat olevansa osa organisaatiota hyvin nopeasti, työntekijät tuntevat toisensa ja sosiaalisessa intranetissä on enemmän ja monipuolisempaa tietoa eivätkä viestit ole vain sähköpostien kaksoiskappaleita (Prescien Digital Media).

Appelsiinin Kristian Hentulan (2014) kertoo artikkelissa ”Sosiaalisen intranetin tuoma lisäarvo”, että sosiaalisuus eli yhteisöllisyys on tekemistä. Mitä se sitten tarkoittaa intranetissä? Se voi tarkoittaa jakamista, seuraamista, kommentointia, tykkäämistä, arvioimista, osallistumista ja osallistamista. Sosiaalisessa intranetissä on monenlaisia välineitä, muun muassa Twitter, Facebook, LinkedIn, blogit, erilaiset yhteisöt ja keskustelupalstat. Työntekijälle Hentulan mukaan sosiaalisuus näkyy ajankohtaisempana tietona, säästettyinä aikana tai vaikkapa mahdollisesti voimakkaampana yhteenkuuluvuuden tunteena.

Tehokkuus

Sosiaalisen intranetin tehokkuus näkyy muun muassa kustannusten alenemisena, tässä esimerkkinä matkakustannusten aleneminen. Asiantuntijoiden nopea löytäminen, sähköpostin vähentyminen, nopea reagointi erilaisiin tarjottuihin mahdollisuuksiin, esimerkiksi koulutustilaisuuksien ja henkilöstöinfotilaisuuksien sekä hyvin toteutettu sosiaalinen intranet saattaa pakottaa hallinnon ja strategian tehostamiseen (Prescien Digital Media.)

Aito, yhteistyötä tukeva työympäristö tuo esiin työntekijöiden parhaat puolet ja edistää tuottavuutta. Kun viestintä, tieto ja tiedostot sijaitsevat yhdessä keskitetyssä sijainnissa, voivat tekijät keskittyä siihen tärkeimpään, eli työn tekemiseen. Aika ei kulu sähköpostiviestien metsästykseseen tai verkkolevyjen kansiorakenteissa pujotteluun, eikä työprosessi häiriinny useamman tehtävän moniajossakaan. Avoin ja yhteisöllinen työtila on toimisto, jossa jokaisella on kiva tehdä töitä. (Lämsä, 2014.)

2.8 Sosiaalisen intranetin haasteet

Ominaisuuksien käyttöönotto on kuitenkin nykyään se helpoin vaihe intranetprojektissa. Suurempi haaste on siinä, miten saadaan ihmiset oikeasti muuttamaan vanhoja toimintatapojaan – siis jakamaan tietoa aktiivisemmin, kommunikoimaan ja tekemään yhteistyötä fiksummin. Sitä ei tee yksin mikään työkalu tai teknologia. (Kankkunen 2012.) Käyttöönotosta tarkemmin luvussa 2.10 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto.

Vaikka haasteena onkin, miten työntekijät saadaan muuttamaan vanhoja toimintatapojaan, intranetin käyttöön ei kuitenkaan tarvitse erikseen motivoida, jos intranet on suunniteltu ympäristöksi, jossa ihminen voi työskennellä digitaalisilla työkaluilla tehokkaasti ja työssään hyvin viihtyen. Näiden työkalujen käyttö pitää vain olla myös palkitsevaa ja onnistumisen tunteita antavaa. (Juholin 2009, 267.)

Kankkusen (2012) mukaan on tärkeää ennen sosiaalisen intranetin käyttöönottoa miettiä, mitä sillä halutaan saavuttaa. Ei pidä lähteä työkalu edellä liikenteeseen.

Neljä tärkeintä hyötyä, joita sosiaalinen intranet tuo organisaatiolla ovat:

- sen pitäisi kannustaa ihmisiä jakamaan tietoa ja osaamistaan aiempaa enemmän
- sosiaalisen intranetin pitäisi juurruttaa tietoa ja osaamista organisaatioon kiinni, eikä niinkään henkilöihin
- helpottaa rutiineja ja päivittäistä toimintaa
- voimaannuttaa ihmisiä, eli antaa tunne siitä, että omalla työpanoksella on merkitystä.

Yksi keskeisimmistä haasteista uuden sosiaalisen intranetin toteuttamisessa on se, että miten henkilöstö saadaan omaksumaan uusi, sosiaalisempi intranet ja käyttämään sitä aktiivisesti joka päiväisessä työskentelyssä (Kankkunen 2012).

Kirjassa Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu Sinkkonen, Nuutila ja Törmä (2009, 35) kirjoittavat, että käyttäjakeskeisyys on yksi verkkopalvelun käyttöliittymän suunnitteluperiaatteita. Sillä varmistetaan, että palvelu tukee käyttäjien luonnollisia tapoja tehdä tehtäviään. Tulisi tutkia heidän toimintatapojaan käyttäjätutkimuksen avulla, selvittää, miten he tekevät nyt ne asiat, joihin uutta verkkopalvelua tullaan tarjoamaan. Palvelun navigointi tulisi myös olla käyttäjille selkeä ja tehokas, käyttäjän tulee aina tietää missä hän on ja mitä hän voi siinä tehdä. Palvelun tulee olla myös helppokäyttöinen, suunnitteluratkaisujen pitää olla yhtenäiset ja johdonmukaiset. Palvelussa tulee myös olla juuri ne toiminnot, joita sen käyttäjät tarvitsevat – ei enempää eikä vähempää. Termien tulee myös olla käyttäjien käsitemaailmasta ja palvelun tulee opastaa käyttäjiä sen

verran kuin on tarpeellista. Palvelun visuaalisen suunnittelun pitää tukea tärkeiden asioiden havaitsemista ja sen visuaalisen suunnittelun tulee tukea sen omistavan yrityksen brändiä.

2.9 Sosiaalisen intranetin heikkoudet

Juholinin (2009, 264) mukaan verkkoviestintä on tehokasta silloin, kun tarvitaan ajasta ja paikasta riippumatonta ja monipuolisesti vuorovaikutteista kanavaa. Kuitenkin jos verkkopalvelu jätetään staattiseksi dokumenttipankiksi, eikä sitä päivitetä aktiivisesti, menetetään verkon potentiaaliset hyödyt. Staattisuus, menneisyyteen jämähtänyt viestintä sekä huono käytettävyys karkottavat käyttäjät hyvin nopeasti ja on varmin tapa tuhota verkkoviestinnän mahdollisuudet.

Selkäinaho (2014) nosti esiin kirjoituksessaan ”Yhteisömanageri: Varaudu vastaamaan sosiaalisen intranetin uhkakuviiin!” esiin yleisimpiä vastalauseita ja pelkoja, joita saattaa nousta esiin uuden, sosiaalisemman intranetin käyttöönoton yhteydessä. Näitä ovat esimerkiksi ajanpuute. Monet saattavat esittää, ettei heillä ole aikaa istua koneella, varsinkin, jos organisaatiossa on myyntihenkilöitä, jotka toimivat kentällä. He eivät aktiivisesti istu koneella, niin kuin muut tietotyöläiset, joten heidän on vaikea mukamas löytää aikaa intranetille. Kuitenkaan ei ole luontevampaa paikkaa jakaa tietoa ja kuulumisia kuin sosiaalinen intranet. Käyttöönoton yhteydessä on ensiarvoisen tärkeää antaa käyttäjälle selkeät ohjeet siitä, mihin sitä käytetään. Näin vältytään turhalta tuntuvalta koneella roikkumiselta, kun tiedetään, mitä sinne syötetään ja mitä tietoa sieltä voidaan hakea. Koneella kulutettu pieni aika voi tulla moninkertaisena takaisin, kun tiedon hakemiseen ja tiedon kulkemiseen ihmiseltä toiselle ei käytetä turhaan aikaa.

Yksi pelon aiheista on myös väärän tiedon jakamisen pelko. Jos kaikilla käyttäjillä on rajattomat oikeudet tuottaa sisältöä, kuka pitää huolen, että verkkoon kirjoitettu tieto on virheetöntä. Kuitenkin pitää muista, että yhteisössä tiedon jakaminen on suhteellisen turvallista, koska asia tulee luetuksi useiden silmäparien voimin ja väärä tieto tulee varmasti oikaistuksi. (Selkäinaho 2014.)

Selkänaho (2014) nostaa myös häiriköinnin pelon yhdeksi aiheeksi. Tältä kuitenkin vältytään yleensä sillä, että yhteisöissä jokainen esiintyy omalla nimellään. Blom (2014) kirjoittaa artikkelissaan, että häiriköinti sosiaalisessa intranetissä on harvinaisempaa kuin kokoushuoneissa. Tämä johtuu siitä, että ”ihmisillä on halu rakentaa yhdessä positiivista ilmapiiriä – mitä enemmän työntekijöille osoitetaan luottamusta, sitä enemmän he todennäköisimmin ponnistelevat ollakseen sen arvoisia.” Työyhteisö samalla kontrolloivat toisiaan: toisen työntekijän epäasiallinen kommentointi saa nopeasti reagoimaan ja epäasialliseen käytökseen puututaan. Asioista puhutaan suoraan eikä niitä lakaista maton alle.

Uuden oppimisen pelko on nostettu myös esiin Selkänahon (2014) kirjoituksessa. Oletetaan, että työntekijät ovat liian vanhoja oppimaan uutta, kuitenkin prosesseja tehostavien työkalujen käyttöönotto nähdään usein niin tärkeänä, että kaikkien oletetaan oppivan hankalatkin järjestelmät. Kaikille halukkaille kannattaa tarjota ylimääräistä koulutusta järjestelmän käyttöönoton yhteydessä.

Käyttäjät saattavat myös pelätä sitä, että mitä sinne sosiaaliseen mediaan sitten pitää kirjoittaa. Jokaiselle tiimille kannattaa antaa ohjeistus siitä, mitä heidän odotetaan intranetiin kirjoittavan, varsinkin jos omalle tiimille on selkeästi otettu käyttöön tiimikohtaiset osiot. Jos joku pelkää sitä, ettei osaa kirjoittaa, niin työntekijöitä kannattaa muistuttaa, ettei viestien tarvitse olla täydellisiä, riittää, että ne ovat selkeitä ja johdonmukaisia. Näihinkin asioihin kannattaa ottaa selkeästi kantaa käyttöönottokoulutuksissa. (Selkänaho 2014.)

Vaikka yli 80 prosentilla organisaatioista on ollut intranet vähintään viisi vuotta ja yli 65 prosenttia työntekijöistä käyttää intranetiä, on tyytymättömyys intranetiin suuri. Tutkimusten mukaan työntekijät haluavat ja tarvitsevat sosiaalisia työkaluja, mutta yritysten intranetit eivät joko tarjoa sosiaalisia komponentteja tai työntekijät vastustavat niiden käyttöä eri syistä. Syitä, jonka takia työntekijät ovat pettyneitä intranetiin:

- tunkkainen ja sisältää vanhentunutta tietoa

- huono hakutoiminto ja navigointi
- turhauttava tai olematon viestintävälineenä
- huonot asiakirjojen hallintaominaisuudet
- heikko tai vaikea sisällön julkaisemiseen ja jakamiseen
- kyvyttömyys segmentoida yhteisöjä. (Bloomfire 2015.)

2.10 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto

Käyttöönoton yhteydessä on tärkeä tiedottaa intranetin mahdollisuuksista ja kertoa henkilökunnalle, kuinka sitä odotetaan käytettävän. Työntekijöillä tulee olla tunne, että intranet edistää yhteistyötä. Lisäksi heidän pitää tietää, että he voivat vaikuttaa uuden intranetin sisältöön. Intranetin käyttöönotoissa haasteellisimmiksi koetaan useimmiten intranetin käyttöön motivoiminen, muutosvastarinta ja välinpitämättömyys uutta intranetiä kohtaan. Näiden seikkojen vähentäminen sekä sisällöntuottajien motivointi ovat erityisasemassa, kun otetaan käyttöön uutta intranetiä. Monessa organisaatiossa pohditaan käyttöönoton yhteydessä, kuinka saada henkilöstö tuntemaan intranet tutuksi välineeksi ja hyödyntämään intranetin työtiloja käytännössä. (Korhonen 2014.)

Erilaiset organisaatiot tarvitsevat yhteisöllisyyden rakentamiseen erilaista muutosjohtamista, mikä tulee huomioida käyttöönoton ja ylläpidon suunnittelussa. Hyvä intranet ei nykypäivänä ole staattinen tietopankki, vaan dynaamisesti kehittyvä, elävä kokonaisuus. Siksi pitkän tähtäimen etujen ja onnistumisten turvaamiseksi kannattaa intranetin kehittämiseen suhtautua jatkuvana prosessina muutamien vuosien välein toistuvien projektien sijaan. (Ambientia.)

Minkä tahansa uuden välineen käyttöönotto kannattaa valmistella huolella. Sosiaalimpi intranet tuo mukanaan uudet työskentelytavat ja uudenlaisen tavan viestiä. Muutoksen sisäänajamiseen ja uuden teknologian omaksumiseen kannattaa organisaatiossa satsata. (Manninen 2015.)

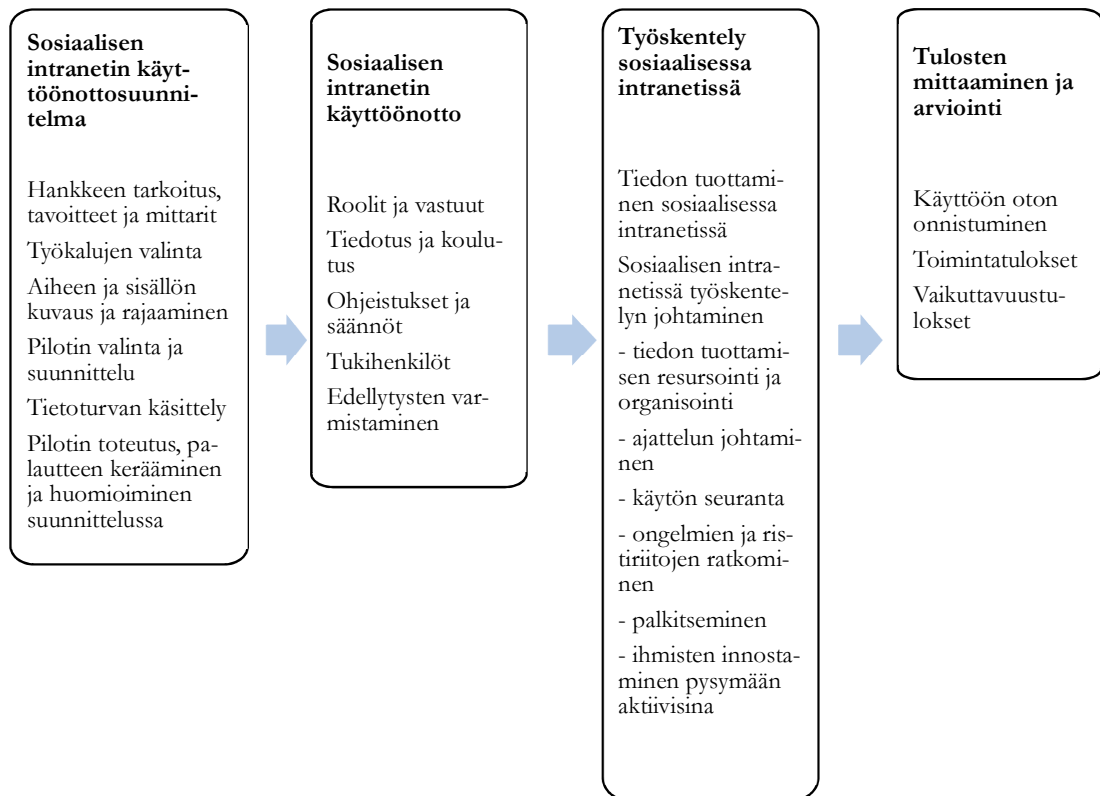
Onnistunut sisäänajo vaatii kunnolla aikaa, ajatusta ja suunnitelmallisuutta, joten siihen kannattaa valmistautua huolella. Varsinkin siinä tapauksessa, jos haluat välttää klassisia järjestelmän käyttöönoton virheitä, joissa käyttäjiä kunnolla valmistelematta vain ilmoitetaan, että kyseistä ohjelmaa pitäisi siten alkaa käyttää päivittäin. Jos halutaan välttää perinteiset käyttöönoton sudenkuopat, käyttöönoton onnistumisprosentti nousee huomattavasti valmistautumalla siihen erinäisin, kohtuullisin helpoinkein toimenpitein. (Manninen 2015.)

Mitä isompi ja perinteisempi yritys, sen haasteellisempaa sosiaalisen median työkalujen käyttöönotto on. Sosiaalisemman intranetin opettelu erilaisine sosiaalisen median työkaluineen vaatii aina vakiintuneiden toimintatapojen muuttumista. Käyttöönoton yhteydessä kohdataan normaalia muutosvastarintaa, ennakkoluuloja, pelkoa ja osaamattomuutta. Näissä tilanteissa johdolta vaaditaan näkemystä ja viisautta osata päättää tarvittavasta toimintatavan muutoksesta, valita uudet työkalut ja tuoden ne osaksi jokapäiväistä työtä. Johdon on myös varmistettava henkilöstön riittävä tiedon saanti ja varmistettava uusien työkalujen käyttöönottokoulutus sekä riittävä tuki niiden oppimiseen. (Ojala & Pöysti 2008, 19–20.)

Sosiaalisemman intranetin käyttöönotto ja sen myötä uusien toimintatapojen omaksuminen on aina oma prosessinsa. Kuviossa 5 ”Sosiaalisen intranetin käyttöönottoprosessi” on esitetty sosiaalisen intranetin onnistuneen käyttöönoton edellyttämiä asioita. Kirjassa ”Wikimaniaa” Ojala ja Pöysti (2008, 24) kehottavat kysymään kolme kysymystä ennen käyttöönottoprosessin aloittamista:

- Mikä on se asia tai ongelma, johon sosiaalinen intranet voisi tuoda ratkaisun?
- Onko yrityksen kulttuuri valmis sosiaalisessa intranetissä tarvittavaan avoimuuteen ja uusiin toimintatapoihin?
- Voidaanko saavuttaa kriittinen massa?

Jos nämä kysymykset näyttävät, että perusedellytykset ovat kunnossa, voidaan käynnistää varsinainen käyttöönottohanke. Käyttöönottohankkeen vaiheisiin kuuluvat käyttöönottosuunnitelman teko, suunnitelman käyttöönotto, työskentely uudessa sosiaalisessa intranetissä sekä tulosten mittaaminen ja arviointi. (Ojala & Pöysti 2008, 24.)



Kuvio 5 Sosiaalisen intranetin käyttöönottoprosessi (Ojala & Pöysti 2008, 25)

Ensimmäisessä vaiheessa hankkeelle tehdään suunnitelma, johon kirjataan selkeät tavoitteet, kuvataan sisältö ja rajataan aihe, sekä sovitaan sisällöntuottamisesta. Suunnitelmassa valitaan myös käytettävät työkalut ja teknologiat. Suunnitelmavaiheeseen kuuluu myös pilotoinnin suunnittelu, tietoturvaan liittyvät kysymykset sekä alustavat mittarit, joiden avulla arvioidaan, onko hankkeella saavutettu haluttuja tavoitteita. (Ojala & Pöysti 2008, 25 – 26.)

Toisessa vaiheessa suunnitelma otetaan käyttöön ja tähän vaiheeseen kuuluvat myös teknisten ratkaisujen toteutus, tiedotus ja koulutus, ohjeistus ja pelisäännöt, rooleista ja

vastuista sopiminen, mahdollisten tukihenkilöiden nimeäminen ja käytön edellytysten varmistaminen. Kolmannessa vaiheessa varsinainen työskentely sosiaalisessa intranetissä toteutuu. Tämä vaihe pitää sisällään sisällöntuottamisen sosiaaliseen intranettiin ja intranetin käytön resursoinnin, käytön seurannan, mahdollisten ristiriitojen ja ongelmatilanteiden ratkomisen sekä palkitsemisen. Viimeisessä vaiheessa arvioidaan sosiaalisen intranetin hyödyllisyys ja hankkeen tuloksia. (Ojala & Pöysti 2008, 25 – 26.)

Ojala ja Pöysti (2008, 95) kirjoittavat, että sosiaalinen intranet kannattaa ottaa käyttöön vain, jos sille on selkeä tarkoitus ja jos sillä saavutetaan etuja, kuten helpotetaan tietojen löytämistä, vähennetään sähköpostiliikennettä, nopeutetaan materiaalien tuottamista, tutustutetaan ihmisiä toisiinsa asiantuntemuksen löytämiseksi. Sosiaalisen intranetin työkalut eivät itsestään tuota hyötyä organisaatiolle, vaan hyöty syntyy, kun työvälineitä käytetään sopiviin tarpeisiin. Välineitä ei tule käyttää vaan sen takia, että kaikki muutkin niitä käyttävät, vaan aidon hyödyn saavuttaakseen.

3. Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Tämän opinnäytetyön kehittämistehtävänä on sosiaalisen intranetin kehittäminen. Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa peruskäyttäjien näkemyksiä liittyen intranetin käyttöön, tarpeellisuuteen sekä sen mahdollisiin ongelma-kohtiin saaden samalla kehittämisideoita jatkoa ajatellen. Tutkimuksen tavoitteena on saada vastauksia, miten peruskäyttäjät käyttävät intranetiä ja saatujen vastauksien pohjalta toteuttaa mahdollisimman hyvä ja toimiva intranet työnantajaorganisaatiolle.

3.1 Tutkimusmenetelmät

Valitsin tutkimusmenetelmäksi laadullisen tutkimuksen ja konstruktivisen lähestymistavan. Konstruktivinen tutkimus on hyvä valinta, jos tarkoituksena on luoda jokin konkreettinen tuotos tai esimerkiksi suunnitelma, mittari tai malli.

Konstruktivisessa tutkimuksessa pyritään hyvin käytännönläheiseen ongelmanratkaisuun luomalla uusi rakenne. Uuden rakenteen luomiseksi tarvitaan olemassa olevaa teoreettista tietoa ja uutta empiiristä eli käytännössä kerättävää tietoa. Konstruktivisen tutkimuksen tavoitteena on saada käytännön ongelmaan uudenlainen ja teoreettisesti perusteltu ratkaisu, joka tuo liiketoimintaan ja myös tiedeyhteisöön uutta tietoa. Konstruktivisessa tutkimuksessa on oleellista sitoa käytännön ongelma ja sen ratkaisu teoreettiseen tietoon. Lisäksi on tärkeää, että ratkaisu osoittautuu toimivaksi, parhaimmillaan myös muualla kuin vain kohdeorganisaatiossa.

Konstruktivinen tutkimus on suunnittelua ja käsitteellistä mallintamista sekä mallien toteutusta ja testaamista. Konstruktivinen lähestymistapa korostaa tutkimuksen hyödyntäjien ja toteuttajien välistä vuorovaikusta ja kommunikaatiota. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 65.)

Konstruktivinen tutkimus soveltuu siis hyvin lähestymistavaksi, kun tehtävä on luoda konkreettinen tulos, esimerkiksi uusi tuote, järjestelmä, malli tai suunnitelma.

Tuotokseksi saadaan merkityksellinen ja käytännössä hyödynnettävä rakenne, joka on uusi ja aiempaa parempi ratkaisu todelliseen ongelmaan. Uusi rakenne voi myös

parantaa sitä edeltävän ominaisuuksia, toimintaprosessia tai tekniikkaa.

Konstruktivisessa tutkimuksessa pyritään ratkaisemaan aito käytännön ongelma, jossa ongelman ratkaisun avaimia on kehittämisen yhteys aikaisempaan teoriaan ja ongelman ja ratkaisun käytännön merkitys. Kyse on lähestymistavasta, jossa toimintatutkimuksen tavoin pyritään muuttamaan organisaation toimintaa ja käytänteitä. Konstrukttiivinen tutkimus on paikallaan, kun ongelmanratkaisuun tarvitaan ehdottomasti myös teoreettista näkemystä. (Ojala ym. 2014,66.)

Konstruktivisesta tutkimuksesta kohdeorganisaatio saa puolueettoman ja teoreettiseen tietämyksen perustuvat ratkaisun ongelmaansa. Konstruktivisessa tutkimuksessa korostuu tutkimuksen hyödyntäjän ja toteuttajan välinen kommunikointi. (Ojala ym. 2014, 66.)

3.2 Tiedonkeruumenetelmät

Tiedonkeruu menetelmänä käytin kyselyä. Kyselytutkimuksen etu on se, että niiden avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto, jossa suurelta määrin ihmisiä voidaan kysyä monia asioita. Kysely on menetelmänä verraten nopea ja tehokas. Kyselyt tuottavat tyypillisesti paljon numeroihin perustuvia tuloksia, joita voidaan käsitellä tilastollisesti. Tilastolliseen tutkimukseen ja tiedon käsittelyyn on kehitetty valmiit tilastolliset analyysitavat, ohjelmistot ja raportointitavat. Kyselyn keskeisenä heikkoutena pidetään toteutetun tiedon pinnallisuutta. Heikkoutena on myös se, ettei pysty arvioimaan, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen, miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot ovat vastaajien näkökulmasta tai miten tietoisia vastaajat ylipäättään ovat tutkitusta aiheesta tai miten perehtyneitä he ovat siihen. Vakiotulkinnan mukaan kvantitatiivisilla menetelmillä saadaan pinnallista mutta luotettavaa tietoa ja kvalitatiivisilla menetelmillä syvällistä mutta huonosti yleistettävää tietoa. (Ojala ym. 2014, 121.)

Kysely soveltuu hyvin monenlaisten aiheiden ja ilmiöiden tutkimukseen. Eräs perusvaatimus kyselyn käytölle on se, että aiempaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä on olemassa riittävästi. Ellei aiempaa tietoa aiheesta ole riittävästi, kyselylomakkeen

suunnittelu on vaikeaa tai mahdotonta ja kysymyksiin annettavat vastauksen muuttuvat epäluotettaviksi. (Ojala ym. 2014, 109.)

3.3 Tiedonkeruumenetelmät ja työkalut

Kyselytutkimus toteutettiin kohdeorganisaatiossa Webropol – kyselyohjelman avulla. Kyselylomake lähetettiin organisaation kaikille vakituisille työntekijöille, kyselyitä lähetettiin 150 vastaanottajalle. Vastauksia saatiin kahden viikon vastausajan aikana 68. Organisaatiossa työskentelee henkilöitä monella osastolla, kuten markkinointi, it-suunnittelu, johto ja asiakaspalvelu. Heidän tapansa käyttää nykyistä intranetiä ovat osasto- ja käyttäjäkohtaisia sekä hyvin erilaisia.

Nykyinen intranet on toteutettu Liferay – julkaisujärjestelmän päälle, ja se on hyvin staattinen. Varsinaista sosiaalista toimintaa siellä on ainoastaan keskustelupalsta ja silloin tällöin järjestettävät kyselyt.

Toteutetun kyselyn saatekirje Liitteenä 1 ja varsinainen kyselylomake Liitteenä 2.

3.4 Tutkimuskysymykset

Kyselyn avulla haettiin vastauksia tutkimuskysymyksiin:

- 1) Miten intranet sijoittuu tiedonlähteenä omaa työtä tai organisaatiota koskevaa tietoa haettaessa?
- 2) Kuinka intranet voi vaikuttaa organisaation työkuulttuuriin ja toimivuuteen?
- 3) Mitä tietoa intranetistä haetaan ja millaiseksi intranetin sisältö koetaan?
- 4) Miten intranetiä tulisi kehittää?

Ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin kartoittaa, miten käyttäjät kokevat intranetin tiedonhankinta lähteenä, ja käytetäänkö sitä ylipäättään tiedon hankkimiseen. Haluttiin myös tutkia, vastaako intranet käyttäjien tarpeisiin tiedonhankintakanavana, eli löytyykö intranetistä se tieto, mitä haetaan, ja löytyykö se sieltä miten helposti.

Toisella kysymyksellä haettiin vastauksia intranetin käytön kipukohtiin, eli mitkä ovat intranetin kehittämiskohteet, jotta intranet palvelisi mahdollisimman hyvin käyttäjiään. Työkulttuurin muutos sekä työskentelytapojen tehostaminen ovat yksi tämän tutkimuksen kohteina. Haluttiin tutkia, miten uudella intranetillä voitaisiin tehostaa työn tekoa ja miten se olisi toteutettavissa. Kyselyllä haluttiin kartoittaa nykyisen intranetin ongelmakohtia tällä saralla ja blokata nämä ongelmakohdat pois uuden intranetin myötä.

Kolmannella kysymyksellä haluttiin kartoittaa, että mitä tietoa käyttäjät intranetistä hakevrat. Uudistettuun intranetiin haluttiin tuoda vain ja ainoastaan se tieto, joka on käyttäjille tarpeellista. Haluttiin myös tutkia, mitkä kaikki osiot ovat nykyisessä intranetissä koettu tarpeellisiksi, jolloin nämä osiot toteutettaisiin myös uuteen intranetiin.

Viimeisellä kysymyksellä haluttiin saada selville käyttäjien toiveet ja ideat uudelle intranetille, eli mitkä heidän mielestään olivat tärkeitä ominaisuuksia, kun uutta intranetiä kehitetään.

4. Tutkimustiedon kerääminen ja analysointi

Tiedonkeruu tapahtui joulukuussa 2015 henkilöstölle lähetettävän Webropol – kyselylomakkeen avulla. Kysely lähetettiin 150 vastaanottajalle ja kyselyyn vastasi kahden viikon aikana 68 henkilöä läpi organisaation.

Kaikki kirjalliset vastaukset käytiin läpi ja niistä etsittiin useimmiten esiin tulleet asiat. Vastausten läpikäynnissä käytettiin klusterointitekniikkaa eli vastausaineisto käytiin tarkasti läpi ja etsittiin samankaltaisuuksia. Samaa asiaa tarkoittavat käsitteet ja sanat ryhmiteltiin ja yhdistettiin yhden otsikon alle, joka nimettiin ryhmän vastausten sisältöä kuvaavalla nimikkeellä. Näin saatiin muodostettua samaa tarkoittavista sanoista ne ryhmät, joihin oli tullut eniten vastauksia, ja saatiin aineistosta selville eniten mielipiteitä keränneet asiat. Tätä menetelmää käytettiin muun muassa kysymysten 5 sekä 6 kohdalla ja vastauksista tehtiin myös havainnollistavat sanapilvet.

4.1 Vastaajien perustietoja

Kyselyn aluksi kartoitettiin vastaajien taustaa kysymällä ikää, organisaatiossa työskentelyaikaa sekä tiimiä. Suurin vastaajaryhmä tuli 40 – 50 – vuotiaista, joka on myös linjassa organisaation työntekijöiden keski-ikänsä kanssa, se on 45 –vuotta. Kyselylomakkeessa haluttiin kysyä myös vastaajien työskentelytiimiä, sillä haluttiin löytää jonkinlaista korrelaatiota muiden kysymysten kanssa.

Tiimeistä eniten vastauksia antoi Analyysi- ja mallinnuspalvelut, tästä tiimistä saatiin 10 vastausta. Tämä ei kuitenkaan kerro suoraan, että kyseinen tiimi olisi antanut suhteessa eniten vastauksia koko organisaatiossa, koska organisaation sisällä on myös tiimejä, joissa on hyvin vähän työntekijöitä, pienimmissä tiimeissä ainoastaan yksi henkilö. Kyseistä kysymystä olisi haluttu peilata kysymykseen ”Kuinka usein käytät intranetiä?”, jotta olisi saatu selville se tiimi, joka käyttää intranetiä useimmiten. Tällaista riippuvuutta ei kuitenkaan pystytty esittämään, koska tiimeistä ei tullut tarpeeksi vastauksia. Eri osastoja Asiakastiedolla on 19, joista kahdeksalta ei annettu yhtään vastausta.

Kyselyllä tiedusteltiin myös ”Kuinka kauan on työskennellyt organisaatiossa?” ja suurin vastausryhmä oli yli 20 – vuotta talossa olleet. Tämä kertoo siitä, että organisaatiossa tehdään hyvin pitkiä työuria, tämä selittää myös sen, miksi organisaation keski-ikä on myös varsin korkea. Kysymyksellä haluttiin kartoittaa, kuinka tuttu organisaatio sekä siellä vakiintuneet työkalut työntekijöiden keskuudessa on sekä sitä, miten pitkään on käyttänyt nykyistä intranetia. Kuvioista 6 voidaan todeta, että kysymysten yksi ja kolme välillä on hyvin positiivinen korrelaatio ($r=0,44$, 1-suuntaisen testin p -arvo = 0). Tilastollisesti voidaan siis tulkita: Iän ja organisaatiossa työskentelyajan välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä riippuvuus ($p=0$). Mitä iäkkäämmästä ihmisestä on kysymys, sitä kauemmin on ollut organisaatiossa töissä.

Kysymysten 7 ja 53 välillä on negatiivinen korrelaatio ($r=-0,42$, 1-suuntaisen testin p -arvo = 0). Tilastollisesti voidaan siis tulkita: Satin käytön ongelmilla ja yleisarvosanalla on erittäin merkittävä riippuvuus. ($p=0$). Jos on ollut ongelmia Satin käytössä, sitä pienemmän arvosanan vastaaja on antanut Satille.

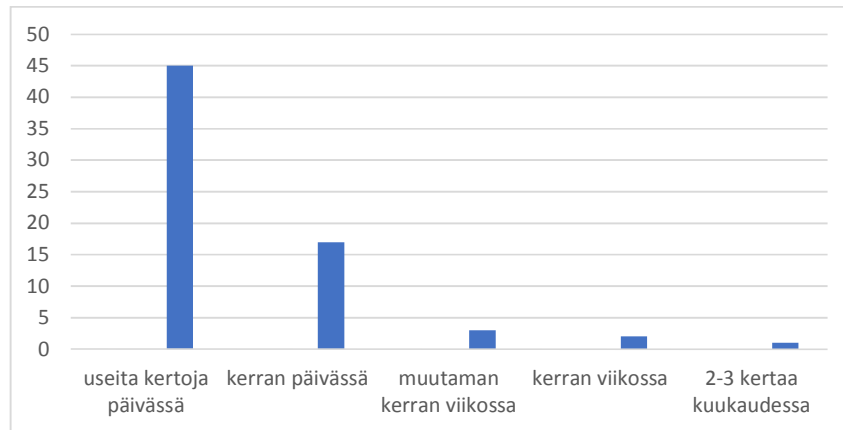
Tilastoarvot						
Kysymys	Määrä	Keskiarvo	Keskiarvon luottamusväli	Mediaani	Keskihajonta	
1. Ikä	68	6,46	5,97 – 6,94	7	2,04	
3. Kauanko olet ollut organisaatiossa	68	3,93	3,47 – 4,38	4	1,93	
4. Miten usein käytät Sattia?	68	1,49	1,29 – 1,68	1	0,84	
7. Onko ollut ongelmia Satin käytössä?	68	1,34	1,22 – 1,45	1	0,48	
8. Oletko tuottanut itse sisältöä Sattiin?	68	1,51	1,4 – 1,63	2	0,5	
53. Minkä yleisarvosanan antaisit Satille?	68	3,29	3,1 – 3,49	3	0,81	
59. Kuinka tärkeää sinulle on tietää muiden tiimien toiminnasta?	68	3,54	3,31 – 3,78	4	1	

Riippuvuudet							
	1	3	4	7	8	53	59
1	1	0,44	-0,02	0,02	0,03	0,03	0,1
3	0,44	1	-0,02	0,04	-0,02	0,03	0,11
4	-0,02	-0,02	1	-0,12	0,04	-0,04	-0,03
7	0,02	0,04	-0,12	1	0,2	-0,42	0,17
8	0,03	-0,02	0,04	0,2	1	-0,27	0,12
53	0,03	0,03	-0,04	-0,42	-0,27	1	0,08
59	0,1	0,11	-0,03	0,17	0,12	0,08	1

Kuvio 6 Kyselyn analytiikkaa

4.2 Nykyisen intranetin käyttö

Kysymyksessä neljä tiedusteltiin, miten usein vastaaja käyttää nykyistä intranetiä. Vastajista suurin osa, eli 45 vastaajaa, käyttää intranetiä joko kerran tai useammin päivässä (Kuvio 7). Vastausvaihtoehtoja kerran kuukaudessa, harvemmin tai en koskaan ei valittu kertaakaan vastausvaihtoehdoiksi. Intranet on siis hyvin käytetty työkalu organisaatiossa.



Kuvio 7 Nykyisen intranetin käyttötiheys

Kysymyksessä 5 pyydettiin kirjallisia vastauksia kysymykseen ”Mikä on hyvää nykyisessä intranetissä?”. Tähän kohtaan saatiin vastaus 44 vastaajalta. Kysymykseen tulleet vastaukset voitiin jakaa useimmiten esiin tulleiden asioiden myötä seuraavasti:

- Uutiset ja ajankohtaiset -osiot
- selkeä
- etusivu
- paljon tieto
- lounaslistat
- tuttu ja turvallinen.

Selkeästi ajankohtaisuus, intranetin informatiivisuus sekä uutiset miellyttivät vastaajia. Myös lounaslistat mainittiin monessa vastauksessa. Nämä asiat näkyvät myös oheisessa

kuviossa (Kuvio 8) kysymyksessä 5 esiin nousseista intranetin hyvistä ominaisuuksista tehdyssä sanapilvessä.



Kuvio 8 Sanapilvi intranetin hyvistä ominaisuuksista

Huonoja ominaisuuksia myös pyydetiin vastaajilta ja tähän kysymykseen oli antanut kommenttinsa 44 vastaajaa. Ongelmakohtiakin löytyi melkoisesti ja vastaukset jakautuivat pääasiassa seuraavanlaisesti:

- tiedon löytämisen vaikeus
- haku – toiminto ei toimi kunnolla
- ulkoasu vanhentunut oloinen ja epäselvä
- sekavuus
- uutiset ja ajankohtaiset – osio ei vastaa tarpeita
- sisältö ei ajan tasalla
- keskustelupalsta ei toimi halutulla tavalla
- käytön ongelmat
- muita huomioita
- ei mikään
- linkitysten puuttuminen
- tapahtumakalenterin puuttuminen.

- sisällön lisääminen
- hakuongelmat
- sekä itse sisältö.

Vastaajilta tiedusteltiin myös, että ovatko he tuottaneet sisältöä intranetiin. Vastaajista 33 oli ja 35 ei ollut tuottanut sisältöä. Avoimella kysymyksellä haluttiin saada selville, minkälaista sisältöä käyttäjät ovat tuottaneet intranetiin. Annetut vastaukset jakautuivat seuraavasti:

- keskusteluja
- myynti-ilmoituksia
- uutisia ja tapahtumia
- kommentointia uutisiin ja keskusteluihin.
- muuta.

Vastaajan oli mahdollista vastata myös avoimeen kohtaa, miksi ei ole tuottanut sisältöä intranetiin ja siihen annetuista vastauksista nousi esiin kolme syytä: ei osaamista, ei oikeuksia, ei tarvetta.

4.3 Nykyisen intranetin toimintojen arviointi

Seuraavat kysymykset keskittyivät nykyisen intranetin ominaisuuksien arviointiin. Vastaajia pyydettiin arvioimaan nykyisen intranetin toimintoja asteikolla 1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = hieman tärkeä, 3 = tärkeä, 4 = todella tärkeä, EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on.

Tuloksena oli, että vastaajista 54 kertoi automaattisen sisäänkirjautumisen olevan erittäin tärkeä. 49 vastaajaa piti henkilöhakua erittäin tärkeänä ja hakutoimintoa erittäin tärkeänä piti 43 vastaajaa. Vastaajista 25 vastasi EOS ”Sanakirja ja numerohaku” – kohtaan ja vastaajista 9 vastasi ” EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on” kohtaan ”Asiakastiedon Q&A” (Taulukko 2).

Taulukko 2 Arviot nykyisen intranetin ominaisuuksista

	TOIMINNOT	1	2	3	4	EOS	KA	Mediaani
1.	Automaattinen sisäänkirjautuminen	2	1	9	54	2	3,8	4
2.	Henkilöhaku	0	3	16	49	0	3,7	4
3.	Hakutoiminto	1	3	20	43	1	3,6	4
	Oikopolut	2	6	33	19	8	3,4	3
	Sanakirja ja numerohaku	3	13	16	25	11	3,4	4
	Asiakastiedon Q&A	1	20	25	13	9	3,1	3
	Kyselyt	7	23	26	5	7	2,7	3
	Nimipäivät	18	29	14	7	0	2,2	2

Sisällön osalta tärkeimmiksi osioiksi nousivat Uutiset, Tapahtumat sekä Muut ajankohtaiset.

Vastaajista jopa 59 piti Uutiset – osiota erittäin tärkeänä (Taulukko 3). Vastaajista 9 vastasi ”EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on” kohtaan ”Ideapankki” ja 7 kohtaan ”Huonejärjestys”. 53 vastaajaa piti keskustelupalstaa tärkeänä tai todella tärkeänä, vaikka se ei kolmen kärkeen noussutkaan. Käytännön ohjeet olivat 59 vastaajan mielestä erittäin tärkeät ja Ohjeet ja mallit 50 vastaajan mielestä.

Taulukko 3 Arviot nykyisen intranetin sisällöstä

	SISÄLTÖ	1	2	3	4	EOS	KA	Mediaani
1.	Uutiset (AT:n sisäinen tiedottaminen)	1	0	8	59	0	3,8	4
2.	Tapahtumat (Asiakastiedossa tapahtuu)	1	1	14	52	0	3,7	4
3.	Muuta ajankohtaiset	0	0	28	38	2	3,6	4
	Tuotteet	3	9	18	34	4	3,4	4
	Lounaslistat	5	10	17	36	0	3,2	4
	Vanhemmat uutiset ja muuta ajankohtaista	3	6	30	28	1	3,3	3
	Keskustelupalsta	2	12	29	24	1	3,2	3
	Huonejärjestys	4	11	26	20	7	3,2	3

Ideapankki	3	19	30	7	9	3	3
Pörssitiedotteet	5	16	21	25	1	3	3

Seuraavassa osiossa, jossa käytiin läpi intranetin ohjeet ja mallit, mielenkiintoista oli, että vaikka 38 vastaajaa oli vastannut, että dokumenttipohjat ovat erittäin tärkeitä, niin kuitenkin 10 vastaajaa oli vastannut samaan kohtaan ”EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on” (Taulukko 4). Myös lomakkeita oli pidetty erittäin tärkeinä 31 vastaajan osalta, kuitenkin 9 oli vastannut samaan kohtaan ”EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on”.

Taulukko 4 Arviot nykyisen intranetin ohjeiden ja mallien tärkeydestä

	OHJEET JA MALLIT	1	2	3	4	EOS	KA	Mediaani
1.	Käytännön ohjeet (mm. työterveyshuolto, palkkalaskenta, luottamushenkilöt, henkilöstöopas)	0	0	8	59	1	3,9	4
2.	Ohjeet ja mallit (mm. sopimusmenettelyt, allekirjoitusmallit, Flexim -tarkistusohjeet, graafiset ohjeet)	0	1	15	50	2	3,8	4
2.	Dokumenttipohjat	2	1	17	38	10	3,8	4
	Sisäinen viestintä	1	1	20	41	5	3,7	4
	Lomakkeet	1	2	25	31	9	3,7	4
	Perehdytys	3	4	30	23	8	3,4	3
	Tietoturvaohjeet	3	2	19	41	3	3,6	4
	Turvallisuusohjeet (tulipalon sattuessa, sammuttaminen käyttäminen, hätäensiapuryhmän tiedot)	1	3	25	35	4	3,6	4
	Osastokohtaiset prosessialueet ja dokumentoinnit	4	11	24	22	7	3,3	3
	Palvelukehitys	6	7	28	18	9	3,3	3

Kyselyn kohtaan Muut oli jaoteltu ne intranetin osiot, jotka eivät selkeästi kuuluneet mihinkään edellisistä. Tuotevastuut/Tuoteomistajat – kohta nousi tässä osiossa selkeästi tärkeimmäksi (Taulukko 5). Sen oli arvioinut erittäin tärkeäksi 44 vastaajaa. Huomionarvoista on myös, että 57 vastaajaa piti yritysinfoa tärkeänä tai erittäin tärkeänä ja yksikään vastaajista ei ollut vastannut EOS tähän kohtaan. Osastokohtaisia infoja piti tärkeinä 30 vastaajaa.

Taulukko 5 Arviot muut osion tärkeydestä

	MUUT	1	2	3	4	EOS	KA	Mediaani
1.	Tuotevastuut/Tuoteomistajat	1	2	19	44	2	3,7	4
	Osastokohtaiset infot / yksiköt	1	9	30	23	5	3,3	3
	Koulutukset	1	7	33	25	2	3,3	3
	Yritysinfo (asiakastiedon arvot, eettiset periaatteet)	4	7	29	28	0	3,2	3
	Uutishuone (lehdistötiedotteet, M-Brain -uutiset, lehdet ja julkaisut)	6	12	24	23	3	3,1	3

4.4 Väittämät nykyisestä intrasta ja nykyisen intran arvosana

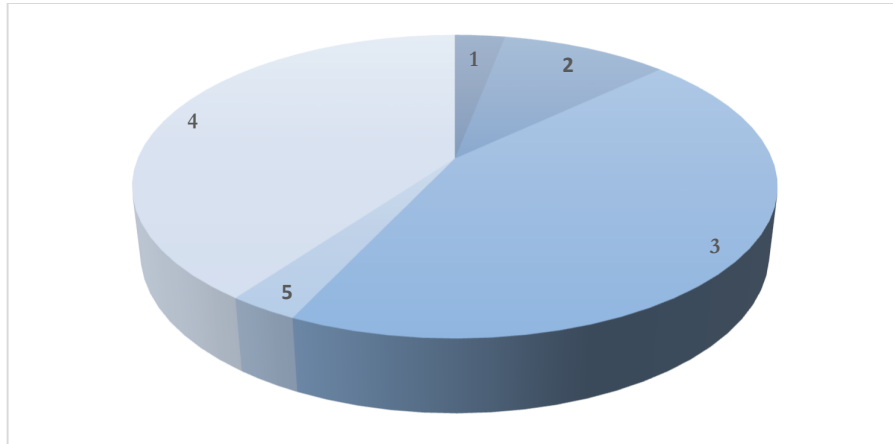
Kysymyksessä 13 pyydettiin vastaajia vastaamaan asetettuihin väittämiin asteikolla 1 = eri mieltä, 2 = osittain eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = osittain samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä (Taulukko 6).

Eniten samaa mieltä oltiin kohdan ”Satin sisältö tarjoaa käyttökelpoista ja hyödyllistä tietoa” ja vähiten samaa mieltä kohtien ”Löydän Satista etsimäni tiedon helposti” ja ”Ulkoasu on miellyttävä”. Nämä kaksi vastausta tukevat kysymyksen 6 (”Mitä huonoa on nykyisessä Satissa?”) avoimia vastauksia.

Taulukko 6 Väittämät nykyisestä intrasta

	1	2	3	4	5	KA	Mediaani
Satin sisältö tarjoaa käyttökelpoista ja hyödyllistä tietoa	1	5	8	37	17	3,9	4
Satti on helppokäyttöinen	4	18	12	28	6	3,2	4
Satti intranettinä vastaa tarpeitani	6	14	17	29	2	3,1	3
Satti on sisällöltään ajantasainen	3	21	16	26	2	3,0	3
Sattiin on helppo tuottaa sisältöä	7	14	31	9	7	2,9	3
Ulkoasu on miellyttävä	10	21	16	16	5	2,8	3
Löydän Satista etsimäni tiedon helposti	11	24	11	21	1	2,7	2

Vastaajien pyydettiin antamaan nykyiselle intranetille arvosana asteikolla 1 = huono, 5 = hyvä (Kuvio 10). Vastaajien kesken saatiin keskiarvoksi 3,3.



Kuvio 10 Arvosana nykyiselle intranetille

4.5 Toiveet uudelle intranetille

Seuraavaksi vastaajilta tiedusteltiin avoimella kysymyksellä, että mitä ominaisuuksia vastaajat toivoisivat uuteen intranettiin. Kysymykseen annetut avoimet vastaukset voitiin jaotella seuraavasti:

- sosiaalinen media ja sosiaalisuus
- työntekoa edistävät ominaisuudet
- tiedotus
- sisällölliset parannukset
- haku toimimaan
- tuotteet ja palvelut
- muu toiminnallisuus.

Selkeästi nousi esiin juurikin toive, että haku – toiminto saataisiin uudessa intranetissä toimimaan. Myös tiedotuksellisia parannuksia toivottiin, kuten kalenteria erilaisista tapahtumista sekä tuotantoon otoista. Kuvio 11 havainnollistaa vastauksissa esiin tulleet asiat.



Kuvio 11 Toivotut ominaisuudet uuteen intranettiin

Kyselyllä haluttiin saada selville myös, että mitä ominaisuuksia vastaajat toivoisivat intranetistä poistettavan. Vastaukset voitiin jaotella seuraavasti:

- tiedon päällekkäisyys
- kyselyt
- vanhentunut sisältö
- muuta.

Kyselyllä haluttiin myös kartoittaa, mitä ominaisuuksia vastaajat haluaisivat ehdottomasti uuteen intranettiin, että he käyttäisivät sitä. He saivat valita vastausvaihtoehdoista viisi mieluisinta vaihtoehtoa (Taulukko 7).

Taulukko 7 Toivotuimmat ominaisuudet

	Vastauksia
Kalenteri (sis. AT:n tapahtumat, tuotantoonotot)	43
Asiakirjoille ja dokumenteille tarkoitettuja hakemistoja	37
Työohjeita (dokumenttipohjat jne.)	34
Keskustelut	27
Harrastustoiminnan ilmoitustaulu	24

	Vastauksia
Tiimiäsi koskevia ajankohtaisia tiedotteita / Tiimin oma ilmoitustaulu	22
Kuvagalleria AT:n tapahtumista	21
Anonymikomentointi	15
Käyttömahdollisuus mobiilisti	13
Luetuimpien juttujen listaus	10
Osto ja Myynti -palsta	10
Oman profiilin räätälöinti	10
Pikachat	8
Henkilökohtaiset/osastokohtaiset rajatut näkymät	7
Tiimi- / henkilökohtainen työlista	7
Kyselyt	4
Sähköpostin siirtäminen enimmäkseen suoraan intranettiin	3
Työntekijän oman blogi	0
Videoita mm. tapahtumista	0
jotain muuta, mitä?	0

TOP 5 toivotuimmat ominaisuudet uuteen intraan (suluisissa valintamäärät):

1. Kalenteri (sis. AT:n tapahtumat, totot) (43)
2. Asiakirjoille ja dokumenteille tarkoitettuja hakemistoja (37)
3. Työohjeita (dokumenttipohjat jne.) (34)
4. Keskustelut (27)
5. Harrastustoiminnan ilmoitustaulu (24)

Mainitsemisen arvoisia ovat myös

- Tiimiäsi koskevia ajankohtaisia tiedotteita / Tiimin oma ilmoitustaulu (22)
- Kuvagalleria AT:n tapahtumista (21).

Kun tarkasteltiin pelkästään vastaajia, jotka olivat vastanneet käyttävänsä intranetiä useita kertoja päivässä, heidän vastauksissaan selkeästi korkeimmalle nousi vaihtoehto ”Tiimiäsi koskevia ajankohtaisia tiedotteita / Tiimin oma ilmoitustaulu”

Valitsematta kokonaan olivat jääneet vaihtoehdot ”Työntekijän oma blogi” ja ”Videoita mm. tapahtumista”.

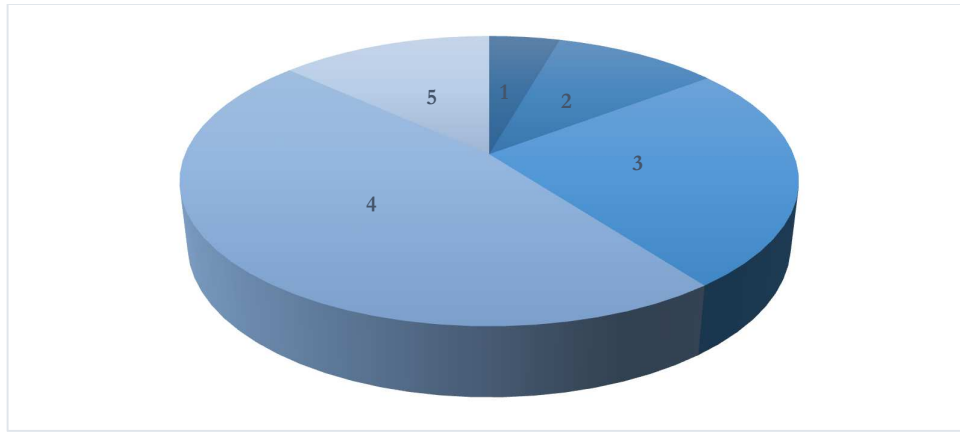
Myös etusivun räätälöintimahdollisuutta haluttiin vastaajilta kysyä. Vastaajista 52 ei haluaisi räätälöidä etusivua, 16 vastaajista vastasi, että olisivat kiinnostuneita räätälöintiin. Suurin osa vastasi, että haluaisivat räätälöidä etusivua erilaisten nostojen myötä sekä väritystä vaihtamalla.

Kyselyllä haluttiin selvittää myös, mitä muiden olisi tärkeää tietää vastaajan omasta tiimistä ja sen toiminnasta. Tähän vastauksia saatiin 26 ja ne voitiin jakaa seuraavien otsikoiden alle:

- Työn sisältö / kuka tekee mitäkin
- kehityshankkeet
- vastualueet
- toimintaohjeet
- tavoitteet
- muuta.

Kysymykseen 20 ”Kuinka tärkeää sinulle on tietää muiden tiimien toiminnasta?” asteikolla 1 = ei lainkaan tärkeä - 5 = todella tärkeä, vastausten keskiarvoksi tuli 3,5.

Vastaajista 32 oli sitä mieltä, että on tärkeää (vastausvaihtoehto 4) tietää muiden tiimien toiminnasta (Kuvio 12).



Kuvio 12 Tiimien tärkeys

Vastaajilla oli myös mahdollisuus kertoa, mitä he itse mahdollisesti haluaisivat kertoa uudessa intranetissä, minkälaista sisältöä itse mahdollisesti haluaisivat sinne tuottaa. Avoimeen kysymykseen annettiin 18 vastausta ja niissä nostettiin esiin muun muassa valokuvat, omat tarinat ja uudet näkökulmat.

Viimeisenä annettiin vastaajille mahdollisuus vielä kirjoittaa avoimeen tilaan mahdollisia muita toiveita, jotka eivät tulleet aiemmissä kysymyksissä esille. Niissä nousi esille seuraavanlaisia toiveita:

”mahdollisimman helppokäyttöinen ja selkeä, nyt en löydä puoliakaan tiedoista mitä siellä on. Kun uusi intranet tulee, voisi olla käyttäjäkoulutusta siihen, missä mikin sijaitsee”

”uusista tuotteista tai palveluista voisi kertoa intranetin kautta”

”Pieni työpisteessä tehtävä taukojumppavideo voisi olla paikallaan, jotta jaksaa virkeämmin jatkaa töitä.”

”Linkkilista tärkeimpien asiakkaiden / kumppaneiden sivustoille.”

”Ideapankkiin sivu, jossa listataan ne ideat mitä on alettu työstää eteenpäin. Jos näitä hieman avattaisiin, niin asiaan liittyen saattaisi tulla aivoriihi-tyyppisiä lisäajatuksia.”

5 Pohdinta

Niin käsitteenä kuin aiheenakin sosiaalinen intranet on melko uusi. Tästä syystä sosiaalisesta intranetistä ei paljoa kirjallista, painettua materiaalia löytynyt, joten lähdemateriaalini painottui hyvin pitkälti internetistä löytyviin lähteisiin: alan ammattilaisten kirjoittamiin teksteihin ja blogeihin. Monet käyttämistäni suomenkielisistä lähteistä olivat blogikirjoituksia, eivätkä niinkään tieteellistä tutkimusaineistoa. Monet käyttämistäni lähteistä kirjoittivat hyvistä käytänteistä, joita olivat työnsä ohella huomanneet, useimmat lähteistäni työskentelevät yrityksissä kuten Sininen Meteoritti, North Patrol ja Ambientia. Nämä ovat kaikki yrityksiä, jotka työskentelevät intranetien kehittämisprojektien parissa, heidän kirjoituksensa eivät niinkään olleet tieteellisesti päteviä, mutta taustat huomioon ottaen, heidän kirjoituksiaan voidaan mielestäni pitää näiltä osin luotettavina. Englanninkielisistä lähteistä useimmat pohjautuivat ulkomailla tehtyihin tutkimuksiin ja niiden tuloksiin.

Lähteet valitsin niin, että ne olivat mahdollisimman tuoreita. Kirjallisissa lähteissä hyväksyin myös vähän vanhempaa kirjallisuutta huomioiden kuitenkin, mistä aiheesta ne oli kirjoitettu. Viestintään liittyvän materiaalin voi olettaa olevan varsin relevanttia vuosienkin päästä.

5.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia mikä on sosiaalinen intranet sekä mitä ominaisuuksia se pitää sisällään. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää peruskäyttäjien näkemyksiä liittyen intranetin käyttöön, tarpeellisuuteen sekä sen mahdollisiin ongelmiin saaden samalla kehittämisideoita jatkoa ajatellen. Tutkimuksen tavoitteena oli saada vastauksia, miten peruskäyttäjät käyttävät intranetiä ja saatujen vastauksien pohjalta toteuttaa mahdollisimman hyvä ja toimiva intranet työnantajaorganisaatiolle.

Tavoitteena oli myös tutkia, miten sosiaalinen intranet tukee yhteisöllisyyttä parhaalla mahdollisella tavalla, ja minkälaisilla keinoilla voidaan varmistaa, että sosiaalisesta intranetistä tulee käytettävä ja toimiva.

Tavoitteena oli saada vastauksia, miten intranetiä pitäisi kehittää käyttäjien toiveiden mukaiseksi. Ensisijaisina tavoitteina oli tutkia ja selvittää keskeiset ominaisuudet ja toiminnot, joita käyttäjät haluavat intranetissä olevan. Tutkimuksen tarkoituksena oli myös kartoittaa toisella toteutettavalla kyselyllä, miten työntekijät ottavat tällaisen uuden järjestelmän vastaan ja miten sitä tulisi jatkossa kehittää. Opinnäytetyö toimi myös perustana intranetin tulevaisuuden kehittämishankkeelle kohdeyrityksessä.

Toteutetulla ensimmäisellä kyselyllä saatiin niihin kysymyksiin vastaukset, jotka sille oli asetettu. Vastaukset käytiin läpi huolella ja niistä poimittiin tärkeimmät kohdat uutta intranetiä suunniteltaessa. Käyttäjien vastauksia ja kommentteja pyrittiin ottamaan mahdollisimman paljon huomioon toteutuksessa. Tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus toteuttaa myös toinen kysely, jolla olisi saatu kartoitettua, miten työntekijät ottavat uudistetun intranetin vastaan ja miten sitä tulisi jatkossa kehittää. Aikatauluhaasteiden vuoksi toinen kysely jäi kuitenkin tekemättä. Kokemuksia vastaanotosta on saatu muutamien viikkojen käyttökokemusten perusteella ja kuultujen käytäväkeskustelujen myötä, mutta ne ovat ainoastaan mutu – tuntumaa, eikä niillä ole selkeää, todennettavaa pohjaa.

Opinnäytetyössä oli tarkoitus perehtyä tarkemmin työantajaorganisaation tämän hetkiseen intranetiin kyselytutkimuksen avulla. Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää, millaisena intranetin käyttö koetaan tällä hetkellä, sekä saada ideoita sosiaalisemman intranetin kehittämiseen. Tutkimuksen tarkoituksena oli saada vastauksia, kuinka usein intranetiä käytetään, ovatko tiedot helposti löydettävissä, koetaanko intranet tarpeelliseksi, esiintyykö sen käytössä mahdollisesti ongelmia sekä miten intranetiä olisi hyvä kehittää.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mikä on sosiaalinen intranet ja mitä piirteitä siihen liittyy. Tavoitteena oli pohtia, miten sosiaalinen intranet tukee yhteisöllisyyttä parhaalla mahdollisella tavalla, ja minkälaisilla keinoilla voidaan varmistaa, että sosiaalisesta intranetistä tulee käytettävä ja toimiva.

Nämä kaikki opinnäytetyölle asetetut tavoitteet tuli täytettyä. Kerättyjen tietojen pohjalta suunniteltiin ja toteutettiin uudistettu intranet.

5.2 Saadut tulokset

Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa, miten käyttäjät kokevat intranetin tiedonhankinta välineenä ja käytetäänkö sitä ylipäättään tiedon hankkimiseen. Haluttiin myös tutkia, vastaako intranet käyttäjien tarpeisiin tiedonhankintakanavana, eli löytyykö intranetistä se tieto, mitä haetaan, ja löytyykö se sieltä miten helposti.

Vastauksena saatiin, että nykyinen intranet ei vastaa käyttäjien tarpeisiin, koska esimerkiksi nykyisen intranetin haku ei toimi käyttäjien mielestä vaaditulla tavalla. Nykyinen intranet koettiin myös sekavaksi ja sisällöllisesti vanhentuneeksi, koska siellä oli paljon vanhentunutta ja käytettävyydeltään epäkelpoa tietoa.

Tutkimuksella oli tarkoituksena myös saada vastauksia nykyisen intranetin käytön ongelmista, sekä mitkä ovat käyttäjien mielestä intranetin kehittämiskohteet, jotta ne palvelisivat mahdollisimman hyvin käyttäjiään. Teoriaosuudella haluttiin löytää tietoa, miten sosiaalisemman intranetin avulla työskentelytapoja voisi muuttaa tehokkaammaksi sekä millaisia työskentelytapojen muutoksia sekä sosiaalinen intranetin ominaisuuksia se vaatisi. Haluttiin tutkia, miten sosiaalisemmalla intranetillä voitaisiin tehostaa työn tekoa ja miten se olisi toteutettavissa. Teoriaosuudessa saatiin hyvin aiempien tutkimusten ja esimerkkien kautta kartoitettua hyviä työnteon tehostamistapoja, joita voitiin suoraan myös hyödyntää uuden intranetin suunnittelussa ja toteutuksessa. Näitä olivat muun muassa uusi toimiva haku sekä pikachat – ominaisuus uuden intranetin etusivulla.

Tutkimuksella haettiin vastausta myös siihen, mitä tietoa käyttäjät intranetistä hakevat, koska emme halunneet uudesta intranetistä karsia pois sellaista tietoa, jota käyttäjät pitivät tärkeänä. Haluttiin myös tutkia, mitkä kaikki osiot ovat nykyisessä intranetissä koettu tarpeellisiksi, jolloin ainakin nämä sisällöt tuodaan myös uuteen intranetiin. Työryhmä oli ennakkoon näitä jo pohtinut tahollaan, ja käyttäjäkyselyssä saatiin vahvistusta näille pohdinnoille. Mitään odottamattomia osioita ei noussut vastauksissa esiin, vaan juuri ne, joita työryhmä olikin jo etukäteen ajatellut intranetin tärkeimmiksi osioiksi.

Käyttäjiltä tiedusteltiin myös toiveita ja ideoita uuden, sosiaalisemman intranetin kehittämiseen, jotta se vastaisi heidän toiveitaan parhaalla mahdollisella tavalla. Myös tässä osiossa nousseet toiveet ja ideat olivat hyvin pitkälle samoja, joita työryhmä oli jo ajatellutkin, eikä mitään odottamattomia asioita vastaajien keskuudesta noussut esiin.

Kyselytutkimuksen avulla saatiin aikaiseksi konkreettinen lista asioista, mitkä olivat vanhassa intranetissä huonoa, ja jotka tulee muuttaa uutta, sosiaalisempaa intranetiä suunniteltaessa ja toteutettaessa. Kyselytutkimuksessa saatiin myös aikaiseksi lista, jossa oli käyttäjien selkeät toiveet uudelle, sosiaalisemmalle intranetille sekä lista käytetyimmistä toiminnoista ja toivotuista ominaisuuksista ja osioista.

Työn tuloksena saatiin selville, mistä ominaisuuksista sosiaalinen intranet rakentuu sekä sen hyödyntämisestä viestinnässä ja johtamisessa. Työssä saatiin myös selville sosiaalisen intranetin hyödyt, mahdollisuudet, haasteet ja heikkoudet, näitä tuloksia voitiin hyödyntää uuden, sosiaalisemman intranetin toteuttamisessa sekä jatkokehityksessä.

5.3 Missä onnistuttiin, missä ei?

Tämän tutkimuksen ja projektin myötä saatiin aikaiseksi käyttöönotettu uudistettu, sosiaalisempi intranet. Uusi, sosiaalisempi intranet toteutettiin kyselytutkimuksessa saatujen tulosten perusteella käyttäjien toiveita noudattaen mahdollisuuksien mukaan, joten opinnäytetyön tavoitteet tuli siltä osin saavutettua. Kevään aikana otettiin organisaatiossa käyttöön Office365, joka myös uudisti käyttäjien työskentelytapoja. Tutkimuksen

aikana oli tarkoitus myös selvittää, olisiko työntekijöillä kiinnostusta viemään tätä uudistusta vielä pidemmälle niin, että intranet toimisi mahdollisesti tulevaisuudessa myös projektitöiden alustana tai ainakin niiden tukena. Office365 kuitenkin tarjoaa käyttäjilleen niin hyvän alustan projektien hallinnalle, joten vaikka uudistettu intranet antaisikin hyvät mahdollisuudet projektien hallinnalle, se päätettiin jättää kokonaan pois uuden intranetin toteutuksesta.

Tarkoitukseni oli toteuttaa tähän opinnäytetyöhön myös toinen kysely, liittyen intranetin vastaanottoon ja käyttökokemukseen käyttöönoton jälkeen. Olin aikatauluttanut tämän parin kuukauden päähän käyttöönotosta, jotta käyttäjät olisivat saaneet tarpeeksi aikaa tutustua uuteen intranetiin ja löytää sieltä sen hyvät ja huonot puutteet. Kyselyn tarkoituksena olisi ollut kartoittaa käyttäjien ensi vaikutelmat uudesta intranetistä sekä saada tietoa siitä, miten hyvin olimme heidän mielestään onnistuneet toteuttamaan intranetille ensimmäisen kyselyn perusteella asetetut tavoitteet. Olisin halunnut myös saada tuloksia, miten käyttöönotto on onnistunut, onko uusi, sosiaalisempi intranet tuonut niitä työskentelyä helpottavia ominaisuuksia, joita käyttäjät olivat toivoneet.

Kuten niin usein, tämänkin projektin valmistuminen venyi suunniteltua pidemmälle työnantajaorganisaatiossa ilmenneiden muiden, kiireellisempien ja tärkeämpien töiden ajaessa tämän projektin edelle. Myös projektin edetessä kohtasimme projektiryhmän kanssa muutamia haasteita, kuten määrittelyssä prioriteettiasteikolla korkealle asetetun automaattisen sisäänkirjautumisen kanssa. Sen toteuttaminen ei ollutkaan niin helppoa, kuin olimme ajatelleet ja sen kanssa eteenpäin pääseminen vei odotettua pidemmän aikaa. Tämä yksistään aiheutti aikataulun venymisen parilla viikolla.

Olisi myös ehkä ollut uudistuksen kannalta parempi, että tämä opinnäytetyö olisi valmistunut ennen intranetin uudistusprojektin aloittamista, koska tämän työn aikana tuli paljon sellaisia asioita esille, joita olisi pitänyt uudistusprojektissa ottaa huomioon. Aikataulu uudistukselle oli myös kovin tiukka ja haastava, eikä kaikkia asioita oikein ehditty pohtimaan niin perusteellisesti, kuin kenties olisi pitänyt. Intranetin uudistuksessa oli myös tiettyjä ominaisuuksia, joita haluttiin saada uudistettuun intranetiin mukaan,

mutta joiden toteuttaminen olikin siten haastavampaa kuin oli alun perin ajateltu. Myös toteuttajien kokemattomuus valitun järjestelmän kanssa oli haaste. Teoriaosuudessa oli-kin todettu, että ei saisi mennä järjestelmä edellä, kun valitaan uutta intranetiä. Näin kuitenkin organisaatiossamme juuri tehtiin: halusimme välttämättä ottaa juuri tietyn julkaisujärjestelmän käyttöömme. Näin jälkikäteen ajateltuna, järjestelmään tutustumiseen olisi voinut käyttää hieman kauemmin aikaa ja selvittää perusteellisemmin, mihin kaikkeen se taipuu. Myös perusteellisempi selvitys siitä, mitä kaikkea se vaatii muun muassa taustapalveluilta ja onko se miten hyvin yhteensopiva muiden järjestelmiemme kanssa, joiden kanssa sen pitäisi toimia, olisi ollut paikallaan ennen intranetin toteuttamisen aloittamista. Näin olisimme voineet kenties välttää aikatauluvenymiset, joista tämä projekti nyt valitettavasti joutui kärsimään.

5.4 Tulosten hyödyntäminen ja oma oppiminen

Oman oppimisen kannalta tämä opinnäytetyö oli hyvinkin hyödyllinen. Aihe oli innostava, ja siihen oli todella mielenkiintoista perehtyä. Tutkimuksen aikana tuli selvennettyä tarkemmin, miten tärkeää on kunnollisen käyttöönottosuunnitelman teko, kun otetaan uusia järjestelmiä käyttöön. Hyviin käyttöönottokäytänteisiin perehtyminen ja niiden hyödyntäminen tulee olemaan varmasti jatkossa yksi omista jatkokehityssuunnitelmistani. Myös muutoksen johtamiseen ja sosiaalisen intranetin hyödyntämiseen oli mielenkiintoista perehtyä tämän tutkimuksen myötä.

Ylipäättään työn tehostaminen intranetin avulla sekä vinkkien saaminen siihen, miten saadaan työntekijät kannustettua käyttämään sosiaalisempaa intranetiä, oli erittäin hyödyllistä. Erilaisten vinkkien ja käytänteiden kirjaaminen jatkoa varten on tärkeää, ja se, miten saadaan pidettyä niin sanottu pöhinä päällä intranetissä, on myös tärkeää. Tähän mielestäni tulee organisaation jatkossa kiinnittää huomiota, ettei tämä uudistettu intranet vaan muutu dokumenttien kaatopaikaksi, eikä kukaan keskustele ja jaa siellä tietoa. Tutkimuksen aikana tuli esille monia hyödyllisiä näkökulmia sosiaalisen intranetin käyttöön, nyt nämä kaikki hyödyllisyydet pitäisivät vaan saada siirrettyä käytäntöön.

5.5 Jatkokehitysehdotuksia

Tutkimuksen aikana tuli esiin, että monet organisaatiot tekevät sen virheen, että uuden intranetin käyttöönoton jälkeen unohtavat sen vuosiksi. Eli kun ovat intranetin saaneet valmiiksi, eivät tee sinne mitään uudistuksia. Ja vuosien päästä huomataan, että kukaan ei käytä sitä, koska se on niin vanhentuneen oloinen, koska sitä ei ole päivitetty pitkään aikaan ja se sisältää paljon vanhaa ja tämän vuoksi käyttökelvotonta tietoa.

Vaikka organisaatio on nyt ottanut tämän uuden intranetin käyttöönsä, jatkoehdotuksena on toteuttaa suunniteltu kakkoskysely. Sillä saataisiin käytäväkeskusteluja paremmin selville käyttäjien oikeat ajatukset uudistetusta intranetistä ja siitä, miten he ovat ottaneet sen vastaan sekä mitä mieltä he siitä ovat. Samalla voidaan selvittää, onko nykyinen intranet vastannut heidän tarpeisiinsa, onko uudistetussa intranetissä kenties jotain, mitä pitäisi muuttaa ja kehittää eteenpäin tai jopa poistaa.

Projektin aikana järjestelmän toteuttaja ei ehtinyt aikatauluhaasteiden mukaan kehittämään kaikkia ideoitaan uudistuneeseen intranetiin, joten ne ovat jatkokehitysehdotuksessa mukana. Ehdotuksena on myös, että intranetin sisältö jaettaisiin selkeisiin kokonaisuuksiin, joista määrätyt henkilöt olisivat vastuussa. He tarkistaisivat tietyin väliajoin, onko heidän osiossaan oleva tieto ajan tasalla, ja kävisivät tarvittaessa päivittämässä tiedot. Uudistuneessa intranetissä on toteutettuna käyttäjien toiveiden mukaisesti näkyviin päivämäärä, jolloin kyseistä sivua on käyty viimeksi päivittämässä. Enää siis ei tarvitse arvailla, onko jokin intranetissä oleva teksti ajantasaista ja koska se on viimeksi päivitetty, kun päivityspäivämäärä on näkyvässä sivun alalaidassa.

Jatkokehitysehdotuksena on myös, että intranetin sisältöä selvennettäisiin edelleen ja kerrottaisiin, mikä mistäkin löytyy. Kyselyn perusteella monet vastaajat eivät tieneet, mitä kaikkea intrasta löytyy. Johtuuko tämä sitten siitä, että siellä on liikaa tavaraa, siitä, että asiat olivat huonosti löydettävissä vanhasta intrasta vai ainoastaan siitä, ettei käyttäjiä yksinkertaisesti kiinnosta? Myös käyttäjien kuunteleminen, ideoiden kerääminen sekä niiden toteuttaminen ja intranetin käyttökoulutusten järjestäminen tarpeiden mukaan

on jatkokehityssuunnitelman yksi osa-alue päivitysvastuiden sekä jatkokehityksen aikataulutuksen lisäksi.

LÄHTEET

Aalto, Tuija: Kuinka olla avoin – työelämän uudet viestintätaidot. 2012. Oy Finn Lectura Ab.

Ala-Tuuhonen, Sari: Intranet 2.0 käyttöönotto - askel kohti tehokasta työyhteisöviestintää. Opinnäytetyö (YAMK) Yrittäjyys ja liiketoiminta. Turun ammattikorkeakoulu 2014. Luettavissa:

https://theseus.fi/bitstream/handle/10024/79735/Ala-Tuuhonen_Sari.pdf?sequence=1. Luettu: 18.11.2015.

Ambientia: Sosiaalinen intranet. Luettavissa: <http://www.ambientia.fi/fi/sosiaalisen-intranetin-toteutukset> . Luettu 8.11.2015

Blom, Virpi: Sosiaalisen intranetin arkiset haasteet. 27.10.2014. Luettavissa: <https://intranet-ostajanopas.fi/2014/10/27/sosiaalisen-intranetin-arkiset-haasteet/>. Luettu: 22.2.2016

Bloomfire: The New Social Intranet - How We Collaborate in the Digital Age. 2015. Luettavissa: <http://go.bloomfire.com/new-social-intranet-web>. Luettu: 27.1.2016

Cavazza, Fred: From social intranets to collaboration ecosystems. 30.11.2011. Luettavissa: <http://www.forbes.com/sites/fredcavazza/2011/11/30/from-social-intranets-to-collaboration-ecosystems/#460cb58b38ce>. Luettu: 27.1.2016

Duperrin, Bertrand: What is a social intranet or an intranet 2.0? 28.01.2011. Luettavissa: <http://www.duperrin.com/english/2011/01/28/what-is-a-social-intranet-or-an-intranet-2-0/>. Luettu: 18.11.2015

Hentula, Kristian: Sosiaalisen intranetin tuoma lisäarvo. 13.11.2014. Luettavissa: <http://blog.appelsiini.fi/2014/10/13/sosiaalisen-intranetin-tuoma-lisaarvo/>. Luettu 2.11.2015

Isokangas, A., Kankkunen P.: Suora yhteys: Näin sosiaalinen media muuttaa yritykset. Eva Raportti. Taloustieto Oy 2011.

Jive Software, Inc.: The Intranet is Dead. Long Live the Social Intranet. 2015. Luettavissa: <https://www.jivesoftware.com/resource-library/whitepapers/the-intranet-is-dead-long-live-the-social-intranet/>. Luettu: 21.2.2015

Juholin, Elisa: Arvioin ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. 2010. Hansaprint Oy, Vantaa.

Juholin, Elisa: Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 2009. 5. painos. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Juholin, Elisa: Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. 2008. WS Bookwell Oy. Juva.

Kankkunen, Petteri: Mistä on sosiaalinen intranet rakennettu. 21.11.2012. Luettavissa: <http://www.sulava.com/2012/11/mista-on-sosiaalinen-intranet-rakennettu/> Viitattu 2.11.2015

Kolehmainen I., Korhonen A.: Sosiaalisen intranetin käyttö organisaation vuorovaikutusympäristönä. Asiantuntijatyötä tekevien käsityksiä ja kokemuksia. Puheviestinnän pro gradu –tutkielma. Kevät 2014. Viestintätieteiden laitos, Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: <http://docplayer.fi/5791131-Sosiaalisen-intranetin-kaytto-organisaation-vuorovaikutusymparistona-asiantuntijatyota-tekevien-kasityksia-ja-kokemuksia.html>. Luettu: 15.11.2015

Korhonen, Hanna P.: Työtilat intranetiin vai ei? – Intranetin kolme funktiota. 24.11.2015. Luettavissa: <https://intranet-ostajanopas.fi/2015/11/24/tyotilat-intranetiin-vai-ei-intranetin-kolme-funktiota/>. Luettu: 16.2.2016

Korhonen, Hanna P.: Intranet läpivalaisee organisaation ja 5 muuta intranet-trendiä. 13.10.2014. Luettavissa: <http://viestijat.fi/intranet-lapivalaisee-organisaation-ja-5-muuta-intranet-trendia/>. Luettu: 23.2.2016

Korhonen, Hanna P.: Intranetin käyttöönotto – Vinkkejä onnistuneeseen intranet-projektiin ja jalkauttamiseen. 19.4.2014. Luettavissa: <https://intranet-ostajanopas.fi/2014/05/19/intranetin-kayttoonotto-vinkkeja-onnistuneeseen-intranet-projektiin-ja-jalkauttamiseen/>. Luettu: 5.4.2016

Lehmuskallio, Sari: Intranet. Luettavissa: <http://www.kielijelppi.fi/verkkoviestinta/intranet>. Luettu: 16.11.2015

Lämsä, Aksu: Sosiaalinen intranet ja sen TOP 5 -hyödyt. 6.8.2014. Luettavissa: <http://www.aapo.ws/fi/blogi/sosiaalinen-intranet-ja-sen-top-5-hyodyt.html>. Luettu: 8.11.2015

Manninen, Tiina: Yammer haltuun! 15 askelta onnistuneeseen käyttöönottoon. 19.11.2015. Luettavissa: <http://www.meteoriitti.com/2015/11/19/yammer-haltuun-15-askelta-onnistuneeseen-kayttoonottoon/>. Luettu: 9.2.2016

McKinsey Global Institute: The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies. 7.2012. Luettavissa: http://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/dotcom/Insights%20and%20pubs/MGI/Research/Technology%20and%20Innovation/The%20social%20economy/MGI_The_social_economy_Executive_Summary.ashx. Luettu: 8.11.2015

North Patrol: Intranet-palvelut Suomessa 2014 -selvityksen tulokset. Luettavissa:
<https://intranet-ostajanopas.fi/intranet-selvitys/tulokset-2014/>. Luettu: 22.2.2016

Ojala Katri, Moilanen Teemu, Ritalahti Jarmo: Kehittämistyön menetelmät – Uudella osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy, Helsinki. 2014.

Olander, Ilkka: Hyvästi sähköposti, tervetuloa sosiaalinen intranet. 15.1.2013.
Luettavissa: <http://sometek.fi/hyvasti-sahkoposti-tervetuloa-sosiaalinen-intranet/>
Luettu: 8.11.2015

Olander, Ilkka: Sosiaalinen intranet / extranet. 2015. Luettavissa:
<http://sometek.fi/sosiaalinen-intranet-2-0/>. Luettu: 16.11.2015.

Ojala, Leenamajja, Pöysti Kaija: Wikimaniaa yrityksiin – Yritys 2.0 tuottamaan. WS Bookwell Oy, Porvoo. 2008.

Prescient Digital Media: The Business Value of Intranet 2.0. Luettavissa:
<http://www.prescientdigital.com/articles/intranet-articles/the-business-value-of-intranet-2.0>. Luettu: 6.2.2016

Pullinen, Jari: Sähköpostin tappajat – sisäisen somen monet kasvot. 12.8.2014.
Luettavissa: <http://www.meteoritti.com/2014/08/12/sahkopostin-tappajat-sisaisen-somen-monet-kasvot/>. Luettu: 20.1.2016

Raudaskoski, Anna-Maria: Intra istuu yliopistoon. 12.2013. Luettavissa:
<http://www.oulu.fi/hermes/2013/12/intra.html>. Luettu: 22.2.2016.

Selkänaho, Heidi: Uskallatko murtaa organisaatiosi viestintämuurit? 23.9.2013.
Luettavissa: <http://www.meteoriitti.com/2013/09/23/heidi-selkainaho-uskallatko-murtaa-organisaatiosi-viestintamuurit/>. Luettu: 20.1.2016

Selkänaho, Heidi: Yhteisömanageri: Varaudu vastaamaan sosiaalisen intranetin uhkakuviiin! 29.1.2014. Luettavissa:
<http://www.meteoriitti.com/2014/01/29/yhteisomanageri-varaudu-vastaamaan-sosiaalisen-intranetin-uhkakuviiin/>. Luettu: 20.1.2016

Sinkkonen I., Nuutila E., Törmä S.: Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Kariston kirjapaino Oy, Hämeenlinna 2009.

Soininen J., Wasenius R., Leponiemi T.: Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Kariston kirjapaino Oy, Hämeenlinna 2010.

Suomen Asiakastieto: Asiakastieto. Luettavissa:
<http://www.asiakastieto.fi/web/fi/asiakastieto/yritys;jsessionid=C37192F650977121FDBC9BE86B48FE62>. Luettu: 5.4.2016

Team MyHub: Social Intranets: Are They Right for Every Organization? 21.12.2015.
Luettavissa: <https://www.myhubintranet.com/social-intranets/>. Luettu: 27.1.2016

Tuori, Sari: Eka vuosi sosiaalista intraa. 2.0.2015. Luettavissa:
<http://www.sitra.fi/blogi/eka-vuosi-sosiaalista-intraa>. Luettu: 20.1.2016

Ward, Toby: The Rise on Intranet 2.0: The Social Intranet. 21.04.2010. Luettavissa:
<http://www.cmswire.com/cms/enterprise-20/the-rise-of-intranet-20-the-social-intranet-007290.php>. Luettu: 18.11.2015

Ward, Toby: The Social Intranet - Key factors for Intranet 2.0 Success; Social Intranet Success Matrix. Helmikuu 2012. Luettavissa:

<http://www.prescientdigital.com/downloads/social-intranet-whitepaper-prescient-digital-feb2012.pdf>. Luettu: 4.2.2016

Ward, Toby: State of the Social Intranet - Results of 2012 Social Intranet Survey.

Tammikuu 2013. Luettavissa: <http://www.prescientdigital.com/downloads/social-intranet-study-2012-summary-report>. Luettu: 4.2.2016

LIITTEET

Liite 1. Kyselyn saateteksti

Hei!

Olemme aloittaneet uuden intranetin suunnittelut ja nyt sinulla on loistava mahdollisuus vaikuttaa siihen, millainen on tuleva uusi intranetimme. Vastaa kyselyyn ja olet mukana uuden intranetin kehittämisessä!

Tätä kyselyä käytetään myös Haaga-Helian ammattikorkeakoulun Tietojärjestelmäosaamisen koulutusohjelman lopputyössä (YAMK). Vastaajien henkilöllisyys on turvattu, eikä lopullisessa raportissa pysty yksittäistä vastaajaa tunnistamaan.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaisia toiminnallisuuksia ja ominaisuuksia henkilöstö haluaa uuteen intranetiin toteutettavan. Tuloksia tullaan siis käyttämään uuden intranetin kehittämisessä, joten Sinun mielipiteesi on meille erittäin tärkeä! Tutkimuksen tuloksena syntynyt raportti on nähtävissä raportin valmistumisen jälkeen uudistetussa intranetissä.

Vastaaminen kestää noin 15 minuuttia, vastaaminen on erittäin tärkeää intranetin kehittämistä varten. Vastaamisaikaa on 6.11. asti, jolloin kysely sulkeutuu.

Kiitokset etukäteen vaivannäöstäsi!

Ystävällisin terveisin,

Katri Tuominen sekä muu Satin kehittämissuunnitelma

Liite 2. Kyselylomake

Satin käytettävyysskysely

Taustoittavia kysymyksiä

Tähdellä * merkityt kysymykset ovat pakollisia.

1. Ikä *

alle 20 ▾

2. Tiimi, jossa työskentelet: *

IT-suunnittelu ▾

3. Kauanko olet ollut organisaatiossa *

- 1 - 2 vuotta
- 2 - 5 vuotta
- 5 - 10 vuotta
- 10 - 15 vuotta
- 15 - 20 vuotta
- yli 20 vuotta

Nykykäytön kartoitus

4. Miten usein käytät Sattia? *

- useita kertoja päivässä
 - kerran päivässä
 - muutaman kerran viikossa
 - kerran viikossa
 - 2-3 kertaa kuukaudessa
 - kerran kuukaudessa
 - harvemmin
- en koskaan. Miksi

et?

5. Mitä hyvää on nykyisessä Satissa?

6. Mitä huonoa on nykyisessä Satissa?

7. Onko ollut ongelmia Satin käytössä? *

Ei.

On.

Mitä?

8. Oletko tuottanut itse sisältöä Sattiin? *

Esimerkiksi aloittanut keskustelua, vastannut keskusteluun, syöttänyt uutisia, ilmoitellut tapahtumista, tehnyt myynti-ilmoituksen, kirjoittanut ohjeita jne.

En ole. Miksi en?

Kyllä olen. Millaista?

9. Arvioi Satin toiminnot: *

1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = hieman tärkeä, 3 = tärkeä, 4 = todella tärkeä, EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on

	1	2	3	4	EOS
TOIMINNOT					
Automaattinen sisäänkirjautuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hakutoiminto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Henkilöhaku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kyselyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakastiedon Q&A	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oikopolut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nimipäivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sanakirja ja numerohaku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Arvioi Satin sisältö: *

1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = hieman tärkeä, 3 = tärkeä, 4 = todella tärkeä, EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on

	1	2	3	4	EOS
SISÄLTÖ					
Keskustelupalsta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huonejärjestys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ideapankki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lounaslistat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muuta ajankohtaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutiset (AT:n sisäinen tiedottaminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vanhemmat uutiset ja muuta ajankohtaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pörssitiedotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumat (Asiakastiedossa tapahtuu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Arvioi Satin ohjeet ja mallit: *

1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = hieman tärkeä, 3 = tärkeä, 4 = todella tärkeä, EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on

	1	2	3	4	EOS
OHJEET JA MALLIT					
Ohjeet ja mallit (mm. sopimusmenettelyt, allekirjoitusmallit, Flexim - tarkistusohjeet, graafiset ohjeet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytännön ohjeet (mm. työterveyshuolto, palkkalaskenta, luottamushenkilöt, henkilöstöopas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osastokohtaiset prosessialueet ja dokumentoinnit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelukehitys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perehdytys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dokumenttipohjat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoturvaohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisäinen viestintä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuusohjeet (tulipalon sattuessa, sammuttimen käyttäminen, hätäensiapuryhmän tiedot)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lomakkeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Arvioi muut: *

1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = hieman tärkeä, 3 = tärkeä, 4 = todella tärkeä, EOS = en osaa sanoa / en tiedä mikä tämä on

	1	2	3	4	EOS
MUUT					
Osastokohtaiset infot / yksiköt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotevastuut/Tuoteomistajat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutishuone (lehdistötiedotteet, M-Brain -uutiset, lehdet ja julkaisut)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yritysinfo (asiakastiedon arvot, eettiset periaatteet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koulutukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Intranetin nykytilan arvio

13. Vastaa seuraaviin väittämiin seuraavasti: *

1 = eri mieltä, 2 = osittain eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = osittain samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	5
Satin sisältö tarjoaa käyttökelpoista ja hyödyllistä tietoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satti on helppokäyttöinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sattiin on helppo tuottaa sisältöä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Löydän Satista etsimäni tiedon helposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satti intranettinä vastaa tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satti on sisällöltään ajantasainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulkoasu on miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Minkä yleisarvosanan antaisit Satile? *

1 = huono - 5 = erinomainen

1 2 3 4 5

Intranetin kehittämistoiveet

15. Mitä toivoisit intranettiin lisättävän?

Mitä ominaisuuksia Satista mielestäsi puuttuu?

16. Mitä toivoisit intranetistä poistettavan?

17. Millainen intranetin pitäisi olla, että käyttäisit sitä enemmän? Mitä ominaisuuksia toivoisit intranettiin? *

Valitse mielestäsi viisi (5) tärkeintä ominaisuutta.

- Keskustelut
- Pikachat
- Kyselyt
- Osto ja Myynti -palsta
- Harrastustoiminnan ilmoitustaulu
- Sähköpostin siirtäminen enimmäkseen suoraan intranettiin
- Henkilökohtaiset/osastokohtaiset rajatut näkymät

- Asiakirjoille ja dokumenteille tarkoitettuja hakemistoja
- Kalenteri (sis. AT:n tapahtumat, totot)
- Työohjeita (dokumenttipohjat jne.)
- Tiimi- / henkilökohtainen työlista
- Tiimiäsi koskevia ajankohtaisia tiedotteita / Tiimin oma ilmoitustaulu
- Työntekijän oman blogi
- Kuvagalleria AT:n tapahtumista
- Videoita mm. tapahtumista
- Luetuimpien juttujen listaus
- Käyttömahdollisuus mobiilisti

Oman profiilin räätälöinti

anonyymikommentointi

jotain muuta, mitä?

18. Jos olisi mahdollista, haluaisitko räätälöidä intranetin etusivua? *

en halua räätälöidä

haluan ehdottomasti räätälöidä. Miten?

Omaan tiimiin liittyviä kysymyksiä

19. Mitä muiden olisi tärkeää tietää omasta tiimistäsi ja sen toiminnasta?

20. Kuinka tärkeää sinulle on tietää muiden tiimien toiminnasta? *

1= ei lainkaan tärkeä, 2=hieman tärkeä, 3=melko tärkeää, 4=tärkeä, 5 = todella tärkeä

1 2 3 4 5

Lopuksi

21. Mitä sinä itse haluaisit kertoa intranetissä?

Minkä tyyppistä sisältöä voisit tuottaa sinne? Esim. blogi, kuvagalleriaa jne.

22. Haluatko tulla uuden intranetin testiryhmään? *

en

kyllä

23. Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, laita tähän sähköpostiosoitteesi, niin olemme yhteydessä, kun testaaminen on ajankohtaista.

24. Lopuksi voit vielä kertoa ideoita tai ajatuksia liittyen intranettiin. Kaikki uudet ideat ja ajatukset tullaan käymään läpi ja ne tulevat auttamaan uuden intranetin kehittämisessä!