

Det sociale intranet

whitepaper

SOCIALSQUARE



Et socialt intranet?

Hos Socialsquare interesserer vi os for at forbedre virksomhedsprocesser og forretning ved at tænke dem som sociale.

For os er det sociale ikke et mål i sig selv, men et middel til at løse et problem. Vi siger, at vi sætter 'social' foran alt - og dette gælder i høj grad også organisationens interne processer og værktøjer. Så i dette white paper sætter vi fokus på intranettet og hvordan, dette kan forbedres gennem socialitet.

På vores gå-hjem-møde den 7. oktober holdt vi oplæg om det sociale intranet og inddrog en masse interesserede i at tale om emnet. Dette white paper er et produkt af de snakke og erfaringer, der kom ud af eftermiddagen, vores arbejde med og research om det sociale intranet.

Whitepaperet ligger i forlængelse af vores tidligere whitepaper; Den Sociale Organisation¹. Vores motivation for at kaste os over det sociale intranet er dels, at mange af de frustrationer, vi møder i forhold til den sociale organisation, er intranettet. Det virker ikke. Det fordrer ikke samarbejde. Det er en ligegyldig opslagstavle for

informationer. Og når der er endelig er noget vigtigt, ser vi det ikke, fordi vi ikke kommer på intranettet. Og så er det ikke socialt.

Giver intranettet overhovedet mening i en tid, hvor organisationen i stigende grad bliver udfordret på, hvad der er internt og hvad, der er eksternt? Og giver det mere mening, når vi sætter socialt foran? Det mener vi, det gør.

I dag er arbejdsstyrken i voksende grad vidensmedarbejdere, som arbejder med udtalt viden, og som ikke kan eller bør basere sit arbejde på manualer, regler eller procedurer. Ifølge en undersøgelse af The Work Foundation, "Knowledge Workers and Knowledge Work²" arbejder 60% af den totale arbejdsstyrke i dag arbejder med viden i større eller mindre grad.

For at disse medarbejdere skal kunne arbejde effektivt, koordinere deres aktiviteter og dele deres erfaringer, har en organisation brug for et sted, hvor medarbejderne kan samle kommunikation, distribuere viden og finde relevante informationer. Men det intranet, der findes i mange organisationer i dag, tager form som en virtuel opslagstavle fra ledelse til medarbejdere uden aktivitet eller interaktion. Og det er ikke vejen frem. Det henvender sig til de 40%,

¹ <http://socialsquare.dk/2010/09/21/white-paper-den-sociale-organisation>

² <http://www.theworkfoundation.com/research/publications/publicationdetail.aspx?oItemId=213>

som har brug for at få fortalt fra ledelsen, hvad de skal lave, og ikke de 60%, som har brug for at diskutere med hinanden, hvordan de skal løse opgaver.

Intranettet er sjældent en del af de centrale daglige kommunikationsformer, hvorfor megen kommunikation og vidensoverførsel foregår gennem andre kanaler, emails, vedhæftede dokumenter, instant messenger, telefon eller den berygtede folder på F:, M: eller V: drevet - og typisk også ved fysisk møder. Resultatet af dette er ofte tab af viden, manglende videndeling og komplekse samarbejdsmetoder.

Derfor tages kommunikationsværktøjer uden for organisationen i brug - Yammer, Podio, Basecamp, Google Docs, ja sågar Facebook bruges uden om organisationens kommunikationspalet.

Intranettet må indeholde tilsvarende samarbejdsfunktioner, hvis det skal give mening i fremtiden. I stigende grad bliver kommunikationsværktøjer til samarbejdsværktøjer og vice versa, netop fordi det er blevet vigtigt at kommunikere i samtidighed, mens vi arbejder. Det er netop det, der er sket i de sociale medier; vi kommunikerer, mens vi gør noget.

Når vi sætter socialt foran intranettet, sker der noget mere. Intranettet bliver en platform for alt det, der forgår mellem medarbejderne i virksomhedens samtaler, opdateringer, projekter, viden, relationer etc., og det begynder pludselig at ligne et socialt netværk eller et centralt værktøj, mere end en centraliseret opslagstavle for nyheder.

Analysevirksomheden Gartner³ forudser, at sociale teknologier i løbet af de næste 5 år vil blive integreret i de fleste forretningssystemer. Og at sociale CRM, intern kommunikation og samarbejde bør være et strategisk hovedfokus for virksomheder i den nære fremtid.

Intranettet er typisk for meget *intra* og for lidt *net*

Vi går altså mod mere integration af sociale teknologier. Vi ser allerede en mængde lette og hurtige sociale enterprise-medier trænge ind i organisationen - f.eks. Yammer.com eller Podio.com.

Fordelen ved disse er, at de i første omgang er nemmere at forme og forhandle, mens de tages i brug. De skabes af medarbejderne, men oftest er de svære at placere centralt i organisation, mens større IT-systemer omvendt er svære at implementere og derfor ikke så let lader sig forme løbende.

Vi kan forudse en konvergens, hvor de lette systemer bliver mere integrerede i virksomhedens "nervesystem", og hvor tungere og større IT-systemer bliver lettere og bedre at forme ud fra organisationens behov.

³ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1454221>

Udfordringer:

1. Manglende strategisk og forretningsmæssig afsæt

I mange organisationer er intranettet ikke det centrale kommunikationsværktøj, men nærmere en intern hjemmeside. Oftest med de samme udfordringer som virksomhedens eksterne hjemmeside; nogen skal vedligeholde og "finde på" indhold – men indholdet er oftest uden et egentligt forretningsmæssig incitament.

2. IT-afdeling indkøber og ejer platformen

En af de centrale udfordringer ved intranettets nuværende stand er, at det ikke er de medarbejdere, der skal arbejde med værktøjerne, der vælger og køber dem. Typisk er det IT-afdelingen, som er blevet ejere af platformen og oftest også administrerer den i forhold til at skabe nye områder eller tilføje indhold.

3. Kommunikationsafdelingen som gatekeeper

Hvor det typisk er IT afdelingen, der ejer teknologien, er det kommunikationsafdelingen, der står for indholdet og er "redaktører" på intranettet. Dette er naturligt i forhold til at se intranettet som en intern hjemmeside, men kommunikationsafdelingen bliver i stigende grad også en gatekeeper i tilgangen til intranettet, hvorfor andre i organisationen ikke har let adgang til at kommunikere via platformen. Resultatet er, at intranettet centraliseres, og kommunikationen går kun én vej.

4. Medarbejderne mangler

Medarbejderne har typisk ikke en identitet på intranettet eller mulighed for at let at bidrage til det. Det skaber et kommunikativt rum, som ikke fordrer, at medarbejderne kan tage ejerskab og bidrage til kommunikationen.

5. Langt fra dagligdagen

Intranettet er i mange tilfælde for langt fra hverdagen. Det er ikke et sted, der relaterer sig til arbejdsfunktion eller opgaver, men typisk omkredser kommunikation oppe fra og ned. Den horisontale kommunikation mellem kollegaer og især kommunikation nede fra og op får ikke plads, fordi det måske strider mod organisationens opbygning.

6. Struktureret efter organisations logik

Intranettet er typisk et sted, man finder de centrale informationer, organisationen har opbygget. Men typisk er disse informationer lagret efter organisationens logik og ikke efter den enkelte brugers tilgang. Ligger rejseafregning under HR eller økonomi, og hvorfor ligger det ikke begge steder? Socialitet handler ikke kun om samtaler og videndeling, men også om andre måde at organisere information på eksempelvis gennem folksonomier eller tags samt at indhold skilles fra form eller struktur, således at det let kan søges frem.

7. Organisationens kultur: én kultur, én mentalitet.

Endelig er der en central faktor, som ikke må undervurderes; organisationens kultur. Har organisationen ikke kultur for at dele viden, sker det heller ikke af sig selv over intranettet. Kommunikation er noget andre gør - det er ikke mit job. Eller måske er der fra ledelsen ikke noget ønske om, at medarbejderen bruger sin tid på dette. I mange organisationer er tid og ressourcer den overvejende grund til, at kommunikationen ikke er mere delt og åben, men oftest er det et spørgsmål om, om kulturen er til stede. Og som en deltager på vores gå-hjem-møde formulerede det: "Intranettet forudsætter én bestemt kultur og én bestemt mentalitet" - og typisk er der mange i en organisation.

Løsningen:

De sociale medier er oftest associeret med noget, man beskæftiger sig med uden for arbejdstiden og bliver derfor både af medarbejdere og ledelse ikke prioriteret. Men det er også muligt at se de sociale medier som noget virksomt.

Organisationer er grundlæggende sociale, men i mange organisationer er socialitet sat til side til fordel for systemer og forretningsgange i lukkede systemer, som gennem beslutningslag skal sikre, at det rigtige slipper igennem, men som samtidig også gør kommunikation, samarbejde og videndeling til en tung proces og begrænser tilgangen til de kanaler, der er centrale for kommunikationen i virksomheden.

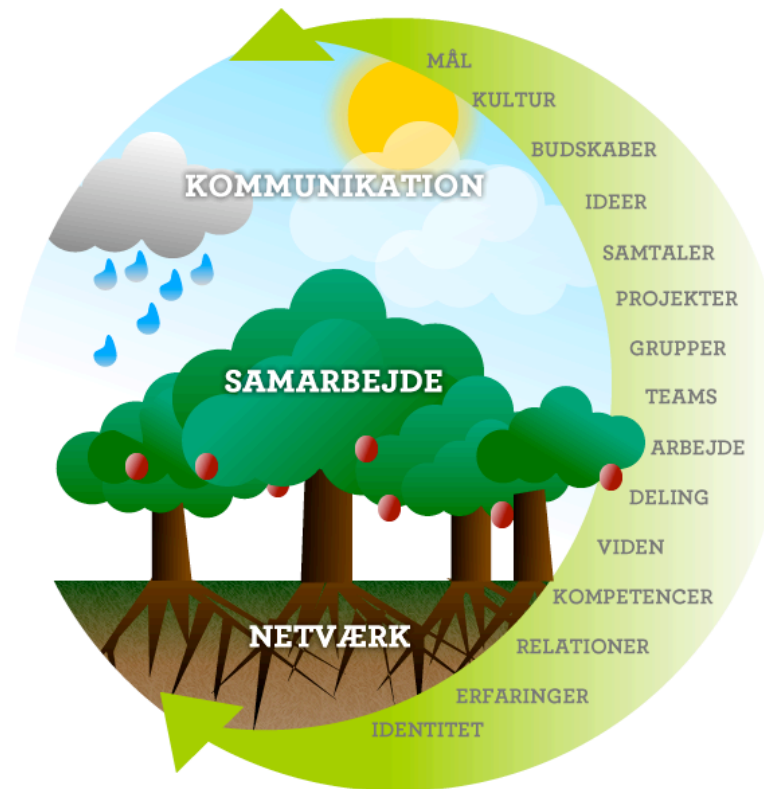
Det sociale intranet er i højere grad bygget op omkring ideen om åbne systemer, hvor der ikke er begrænsninger i forhold til, hvem der har adgang til kommunikationen, og hvor intranettet understøtter samarbejde og forbindelser mellem relevante forbindelser i organisationen. Ved at ændre kommunikation fra at være noget nogen gør, til noget alle gør, som en del af det arbejde, der foregår i virksomheden. Arbejde er kommunikation

Det centrale ved sociale intranet er, ligesom på det sociale internet, at brugerne, i dette tilfælde medarbejderne og interessenter i organisationen, får en identitet. Traditionelt set har man haft telefonbogen som den centrale oversigt over organisationens medlemmer, men med en social identitet på intranettet, bliver identitetsskabelsen flyttet over på de handlinger, man foretager sig i organisation. Altså et skift fra en statisk database til et dynamisk og løbende udviklet netværk. Med en identitet kan der også skabes relevante forbindelser mellem medarbejder og medarbejder og mellem medarbejdere og projekter.

Sæt det sociale i spil som noget produktivt, effektivt og besparende


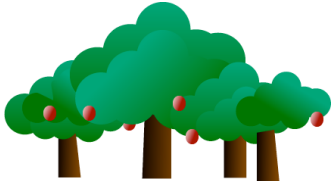
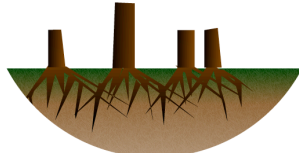
- ▶ Det sociale intranet skaber mere produktivitet ved at lade folk bruge intranettet i deres arbejde og derved give mulighed for at samarbejde på tværs i organisationen og i formater, som er mere åbne for bidrag.
- ▶ Det sociale intranet er effektivt ved bl.a. at eksponere, hvad der sker i organisationen. Det bliver derfor muligt at koordinere og planlægge samt skabe relationer, således at de rigtige kompetencer kommer i spil på det rigtige tidspunkt.
- ▶ Det sociale skaber besparelser ved gennem højere grad af transparens at skære uproduktive led væk og gør det hurtigere at cirkulere og dele information, hvilket typisk har været en centraliseret opgave.
- ▶ Igennem sociale handlinger såsom deling, ratings, kommentarer og tags bliver information filtreret og ledt hen til de rigtige mennesker. De interne sociale netværk kan styre vores opmærksomhed og sikrer derfor, at vi modtager den rigtige information, og at vi slipper for at skulle overskue information, som er irrelevant.

Kommunikation Samarbejde Netværk



intranettet kan ses som et kommunikativt og socialt “økosystem” i organisationen.

De 3 elementer

	Person	Processer	Platform	Formål/værdi
 <h2>Kommunikation</h2>	<p>Jeg kan deltage, bidrage og få overblik over virksomhedens centrale kommunikation, idéudvikling og kulturskabelse.</p>	<p>Giver overblik over, hvad der foregår i organisation på tværs. Hvor langt er vi med vores mål? Hvad er vigtigt fra et ledelsesmæssigt og fra et medarbejdermæssigt synspunkt? Centrale informationer om organisationen.</p>	<p>Artikler Blogs Billeder Video Idéplatforme Data/tal Visualisering Ting og folk der rykker. Nyheder udefra.</p>	<p>Kommunikation er det, som giver vækstbetingelserne for, at virksomheden fungerer optimalt, og at der bliver kommunikeret Samtaler der leder virksomheden fremad eller håndterer svære tider.</p>
 <h2>Samarbejde</h2>	<p>Jeg kan gå ind i projekt-/team-/afdelingsrum, hvor man kan arbejde med andre omkring projekter knyttet til specifikke opgaver.</p>	<p>Understøttelse af projektarbejde eller grupper, der arbejder på tværs af organisationen. Det er også her netværk kan opstå f.eks. baseret på interesse og praksisfællesskaber på tværs af organisationen.</p>	<p>Projektrum Aktivitetsstrømme To dos Milestones Deling af filer Linksdeling Wikis Microblogs Video</p>	<p>Samarbejde er der, hvor intranettet bliver til arbejde. Hvor viden opsamles mens man arbejder. Her kan man så, høste og skabe.</p>
 <h2>Netværk</h2>	<p>Jeg kan gå i en-til-en dialog, skabe relationer, anbefale eller finde andre i organisation. Jeg kan se hvad folk laver, og hvad de har lavet. Spørge dem hvis jeg vil vide noget.</p>	<p>Understøttelse af netværksdannelse og at medarbejdere kan skabe en identitet gennem deres brug af intranettet. Synliggørelse af hvem der arbejder på hvad, med hvem.</p>	<p>Profiler Following Updates Relationer Historik Kompetencer/interesser. aggregeret indhold Direct messaging</p>	<p>Netværk er rodnettet under hele organisation, og det skal være muligt at skabe nye forbindelser og eventuelt også inddrage eksterne kontakter</p>



Kommunikation

Alle virksomheder har brug for effektiv centraliseret kommunikation på tværs af hele organisationen, og det er netop kommunikationen fra kommunikationsafdelingen til medarbejderen, som mange i dag forbinder intranettet med. Kommunikation i virksomheder har dog mange andre elementer i sig end traditionelle artikler og envejs-informationer. På det sociale intranet udvides mulighederne fra kun at være kommunikation til også at være informationsstrømme. Kommunikation udvikles til at være mere konkrete tiltag, hvor alle organisationens medarbejdere involveres på måder, som skaber langt større værdi for organisationen og for den enkelte medarbejders muligheder for at deltage.

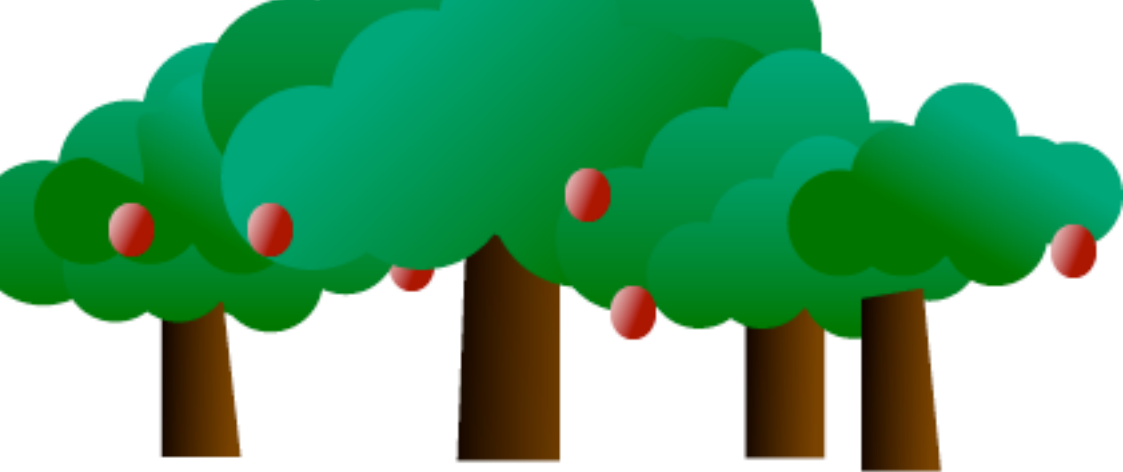
Det sociale intranet kan fremhæve interessante tiltag, “folk der rykker”, nye ansigter, vellykkede projekter og lignende uden det store redaktionelle arbejde. Ved at medarbejderne selv kommunikerer om deres arbejde med henblik på sin egen projektgruppe, på sin afdeling eller forretningsområder, kan indhold gøres tilgængeligt på forskellige niveauer af organisationen med en minimal redaktionel indsats.

Ved at engagere hele organisationen i virksomhedens overordnede forretning, kan såkaldt crowdsourcing igennem idéplatforme iscenesættes. På idéplatforme kan medarbejderne submitte idéer, viden eller forslag, som kan ses af andre. Ofte vil andre kunne kommentere på indsendte forslag, stemme og rate indlæg, og en

idéplatform fungerer derfor som en selvstændig økologi. Disse tiltag kan f.eks. bruges til at bede om input fra hele organisationen til strategiarbejde, som input på projekter, undersøgelser etc. Hele organisationens innovationskraft styrkes og gøres lettere ved denne iscenesættelse på det sociale intranet.

En anden type tiltag i dette område kan være ledelses- og medarbejderblogs. Ved at bede organisationens medarbejdere om at blogge, kan ledere og medarbejdere tydeliggøres og åbne op for interessante samtaler og forbindelser til mennesker i organisationen, som bloggeren ellers ikke ville kunne have haft en samtale med. Blogs er altså både god til at understøtte traditionel top-down kommunikation, men faciliterer også, at ledelsen og medarbejdere et tættere på mennesker i hele organisationen.

Nyheder i organisationer kan på et socialt intranet både nå længere ud i organisationen og tilføres nye dimensioner på et socialt intranet. Kommentarfelter og ratings åbner op for, at interne nyheder kan forbinde mennesker med spændene projekter på tværs af organisationen, som ellers ikke ville have opdaget hinanden. Nyheder kan kvalificeres med kommentarer og links. Og nyheder kan spredes direkte til den tiltænkte målgruppe, når ansatte deler nyheder med kollegaer, som de ved, vil finde indholdet relevant.



Samarbejde

Ledelsesgrupper, projektteams, afdelinger etc. har alle brug for at kunne organisere deres fælles arbejde og kommunikation på praktiske måder. Dette kan ske i projektrum med forskellige typer af samarbejdsværktøjer tilknyttet, eller det kan ske i 3.-parts programmer. I dag foregår megen samarbejde via e-mail med vedhæftede filer, som ofte er en langsom og ineffektiv måde at gøre det på, da e-mail på mange måder er begrænset, dokumenter eksisterer i mange versioner, der mangler overblik over projekter o.l.

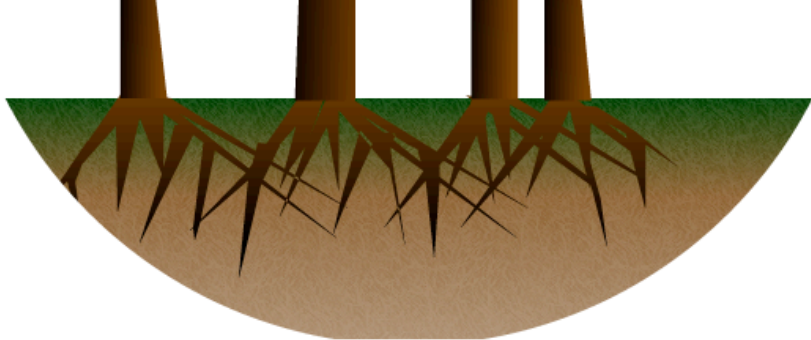
Wikis er et samarbejdsværktøj, som på mange måder er radikalt. Alle kan editere det meste indhold, filer kan uploades, billeder indsættes, og det er sådan set kun projektledere og projektmedarbejdernes kreativitet, som begrænser anvendelsen af værktøjet. Dokumentdeling er et relativt simpelt, men yderst effektivt værktøj, som kan erstatte mange mails, der sendes frem og tilbage. Dokumentdeling kan i sin simpleste form involvere up- og download af filer til et projektrum, men igennem samarbejdsværktøjer som f.eks. Google Apps eller Zoho

Writer, kan fil-formatet helt afskaffes, og man kan sammen i real time redigere indhold i dokumenter.

Mikroblogging, som vi kender fra Twitter, kan facilitere den daglige kommunikation i projektgrupper og afdelinger. Mikrobloggen vil ofte være tilknyttet et projekt, og i modsætning til e-mail bliver kommunikationen derfor organiseret overskueligt og mere logisk – og man kan altid finde tilbage til kommunikationen. Mikrobloggen sikrer, at det er muligt at arbejde i fragmenterede projektteams på tværs af organisationen, på tværs af tid og rum, uden at miste forbindelsen og sikrer vidensdeling i afdelinger og projektgrupper.

Projektrum kan ligesom mikroblogging bruges til at holde styr på milestones, beskeder, to-do lister, ansvarsområder o.l. Mange møder kan undgås, da værktøjer ikke kun bruges til tracking og dokumentation, men indgår som et reelt arbejdsværktøj. Vi kommunikerer ikke ved siden af arbejdet - vi kommunikerer, mens vi arbejder ved f.eks. at krydse en to-do af, ved at ændre en milestone-beskrivelse, hvilket kan ses af alle. Projektstyringsværktøjer virker derfor som regel bedst, når de er fuldstændig integreret i det arbejde, der foretages.

Feltet for samarbejdsværktøjer er stort. Ligesom man i Google Docs kan samarbejde i realtime om dokumenter, findes der virtuelle white boards, mindmapsoftware og anden software til brainstorm, software der faciliterer møder, beslutningsprocesser o.l. Generelt kan virksomheder høste store gevinster ved at implementere specialiseret software, som understøtter kerneprocesser i virksomheden.



Netværk

Organisationer er i dag struktureret i systemer og strukturer - mindre enheder, som varetager forskellige opgaver og har forskellige ansvarsområder. Men udenom disse strukturer er der et stort behov for kontakt på tværs af hele organisationen. Alle ansatte har et netværk, og organisationerne kan drage store fordele af, at disse netværk styrkes og understøttes igennem intranettet.

Via medarbejderes profiler på intranettet kan erfaringer med tidligere projekter eller kompetenceområder sættes i spil, således at andre medarbejdere kan søge på specifikke kompetencer og kontakte de relevante kollegaer for sparring på relevante projekter.

Organisationen undgår dobbeltarbejde, da alle kan se, hvilke projekter de forskellige medarbejdere arbejder og har arbejdet på, og de kan søge sparring og erfaring hos hinanden.

Netværket styrker ligeledes relationerne på tværs af organisationen, da de personlige profiler kan indeholde mere personlige oplysninger om medarbejderen.

Medarbejdere kan vedligeholde relationer fra tidligere projekter, kurser, sociale arrangementer og lignende og kan finde de rette

personer til en forestående opgave. ERFA-grupper på tværs af organisationen kan opstå, og personer med talent og passion kan fremhæves for hele organisationen og gøre sig selv synlige som interne videnscentre.

På det sociale internet kan medarbejderne følge specifikke personer og se deres updates, deres projekter, deres blogposts. Informationen bliver derfor personlig og valgfri og kan understøtte den enkeltes arbejde optimalt.

Intranettet er et paraply-begreb, som dækker over mange mere specifikke funktioner, en organisation skal kunne gøre for at eksistere.

Vi har i det ovenstående argumenteret for, at en organisation skal kunne vedligeholde og skabe central kommunikation og kunne facilitere og organisere arbejde og samarbejde, således at intranettet ikke bare er en opslagtavle, og at organisationens medarbejdere også kan skabe netværk og en identitet via intranettet og derigennem skabe relevans.

Intranettet skal med andre ord blive et samlested for alt det, der foregår i organisationen. Det skal være stedet man arbejder, og ikke bare være en intern hjemmeside. Intranettet skal være en social platform, der understøtter kommunikation, samarbejde og netværk og understøtter organisationens forretningsmæssige processer.

Deltag i samtalen

Har du lyst til at diskutere det sociale intranet eller den sociale organisation generelt, er du velkommen i Socialsquares LinkedIn-gruppe: Socialsquare gå-hjem-møder⁴.

Her kan du også finde information om kommende arrangementer og gå-hjem-møder.

Kig også forbi vores website socialsquare.dk. Vi glæder os til at tage diskussionen videre.

Socialsquare er danmarks første og førende sociale bureau. Siden 2005 har vi skabt værdi i organisationer ved at sætte social foran alt. Social er vores metode. Social design er vores håndværk.

Vi er visionære praktikere. Vi skaber visioner, strategier, koncepter, design, prototyper og bygger sociale platforme for organisationer. Vi hjælper organisationer med at få det sociale til at ske, gennem uddannelse, evaluering, måling, eksekvering og organisatorisk implementering.

Kontakt os



Magnus Christensson
CEO
Partner

magnus@socialsquare.dk



Martin Sønderlev Christensen
Partner

martin@socialsquare.dk



Thomas Madsen-Mygdal
Stifter
Partner

thomas@socialsquare.dk



Mads Petersson

mads@socialsquare.dk



Thilde Vesterby

thilde@socialsquare.dk



Jeppe Kabell

Jeppe@socialsquare.dk

⁴ <http://www.linkedin.com/groups?mostPopular=&gid=3392995>

