

Seks tips til hvordan du kan lykkes med intern- kommunikasjon

Merete Gjetanger

13. mars 2018

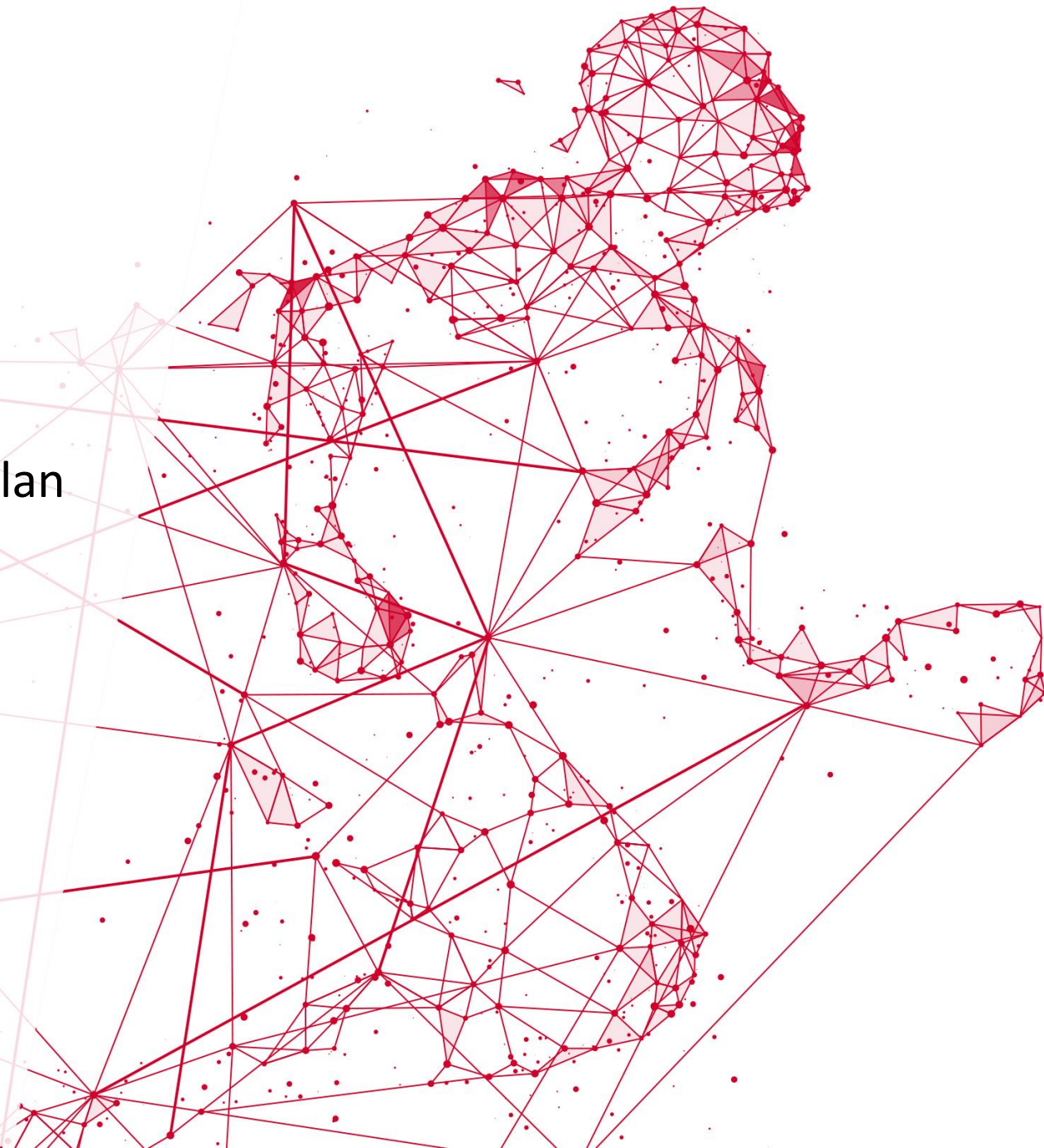
sopra  steria





Agenda

- Seks tips til hvordan du kan lykkes med internkommunikasjon
- Slik lager du en kommunikasjonsplan





Om meg



Merete Gjetanger

Avdelingsleder/ konsulent i Sopra Steria

[merete.gjetanger@soprasteria.com/](mailto:merete.gjetanger@soprasteria.com) 922 84 801

Flink, erfaren og hyggelig!



Miljøfyrtårn®





Hvordan lykkes med internkommunikasjon - seks suksesskriterier





Ingenting virker bedre enn **troverdige** ledere

- Trump er best når han sier noe han mener- ikke når han snakker fra manus
- Troverdighet betyr å tro på det du sier
- La ledere få budskap de eier, og som de selv kan eksemplifisere





Finn bjellekuene

(altså, ambassadører)

- Bjellekuer er de mest høylytte, og ofte negative, kollegene
- Bruk smisk og motivasjon for å få dem med på miljøreisen
- Gi dem plass og fortell dem at de betyr noe





Ikke undervurder dialog og småprat

- Internkommunikasjon er ikke det samme som et intranett
- De fleste liker å bli snakket med, ikke snakket til
- Få innspill og meninger ved å snakke med folk
- Miljø-popup i kantinen, spørretime ved søplekasse





Fremhev både **feiring og feiling**

- Ikke gi falske løypmeldinger
- Vær flawsome/ feiltastisk
- Ærlige rapporter underveis gir troverdighet

What's in it
FOR ME





Vær personlig og relevant

- Vi er mest opptatt av kaken vi får når vi feirer noe
- Finn budskap som viser verdien for hver enkelt eller for en enhet
- Vise miljøtiltak på hjemmebane og bruk konkurranser med grønne premier





Gi informasjon i flere **former og kanaler**

- Information overload er å ha tilgang til for mye informasjon
- Vi må bruke sterkere virkemidler og mer repetisjon for å nå alle



1. Ledere må ha troverdige budskap
2. Finn gode ambassadører
3. Snakk med folk
4. Feile er like bra som å feire
5. Alle er opptatt av personlig relevans
6. Varier budskapet og kanalene

Slik lager du en kommunikasjons plan





«Alt henger sammen med alt» *

1. Sett mål
2. Planlegg tiltak
3. Mål resultat

Kommuniser hele veien!





En kommunikasjonsplan inneholder hvem, hva, hvordan, hvor og når

Hvem skal
du treffe



Med
hvilket
budskap



I hvilket
format



I hvilken
kanal

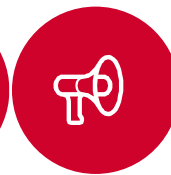


Til hvilken
tid





Med et eksempel fra virkeligheten

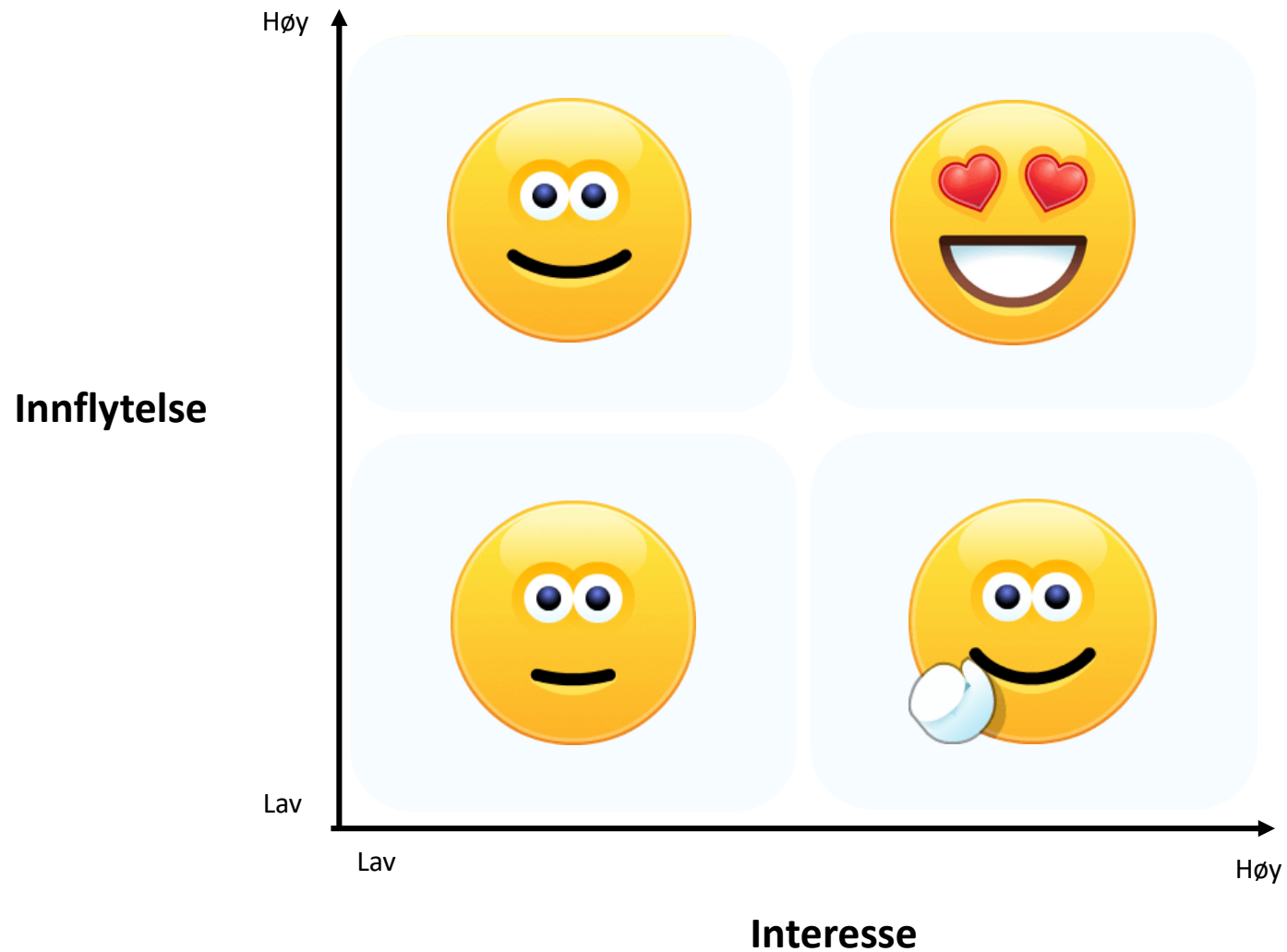


————— “Hva skjer?” ————— “Hva betyr det?” ————— “Nå er det her – hva gjør jeg?” —————→

September					 October	November								December 		
Date	Week 36 (4-8 sep)	Week 37 (11-15 sep)	Week 38 (18-22 sep)	Week 39 (25-29 sep)	Week 40 (2-8 oct)	Week 41 (9-13 oct)	Week 42 (16-20 oct)	Week 43 (23-27 oct)	Week 44 (30 oct -3 nov)	Week 45 (6-10 nov)	Week 46 (13-17 nov)	Week 47 (20-24 nov)	Week 48 (27 nov -1 dec)	Week 49 (4-8 dec)	Week 50 (11-15 dec)	Week 51 (18-22 dec)
Activity		News article: intranet in progress	Town Hall	Name comp. announcement	H Ø S T F E R I E		News article: what will change + new name (?)				News article: Launch date	Launch activities & user guides	Meeting : Info to union representatives	Town Hall		News article: jule-hilsen
Responsible for content		Comms	Comms	Comms			Comms				Comms	Project	Project	Comms		Comms



Hvem er målgruppene dine?





Hva er budskapet ditt?

Hvem

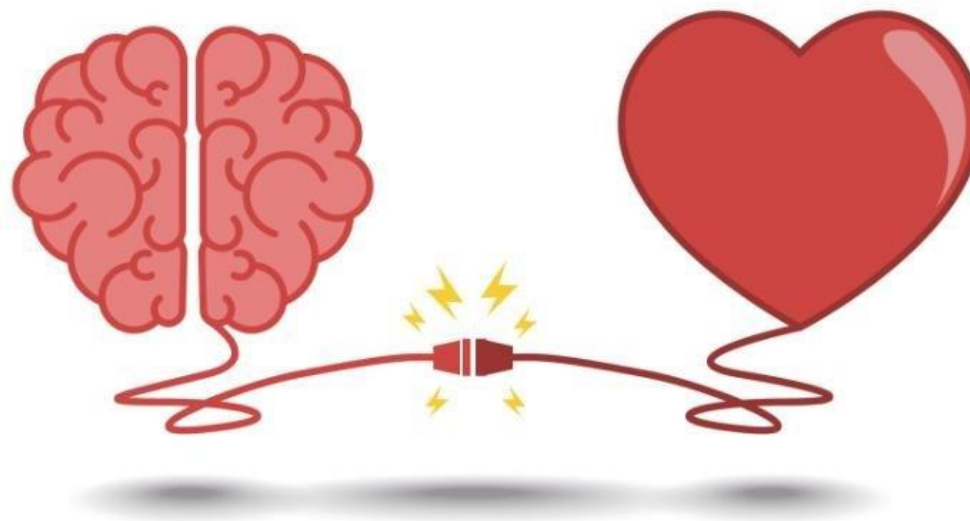


Hvordan

Hvor

Når

- Vi ønsker å få konkurransefortrinn
- Vi vil styrke merkevaren vår
- Vi må kutte kostnader
- Vi må få bedre resultater



- Vi kan bidra til en grønn fremtid
- Vi vil bli en mer attraktiv arbeidsplass
- Vi ønsker å redusere sykefravær
- Vi vil vise miljølederskap



Hvilke virkemidler kan du bruke?

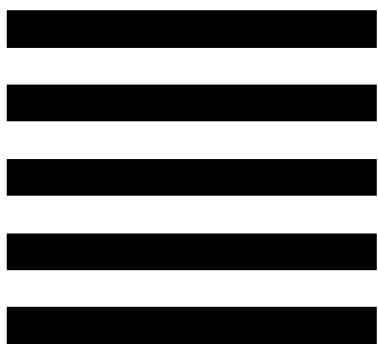
Hvem

Hva



Hvor

Når



Tekst

Jo kortere, jo bedre



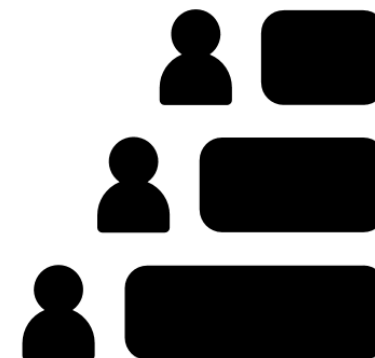
Video

Unngå tale
Finn et enkelt verktøy
og sett bilder sammen
til en presentasjon



Bilder

Et bilde sier ca 78 ord-
ikke 1000!
Bruk selfie-metoden
(person foran noe)



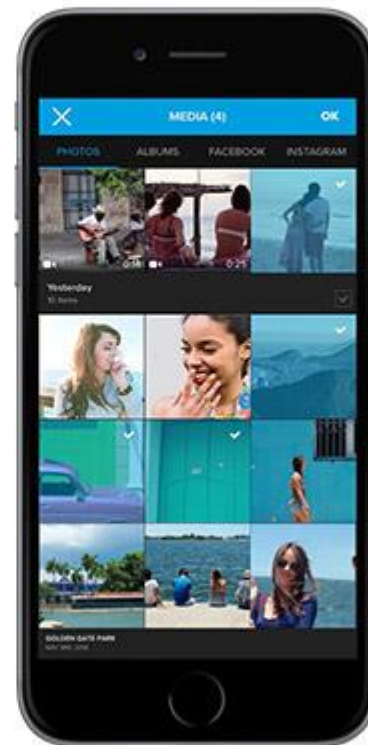
Interaktivitet

Quiz og kahoot for å
skape engasjement



Dagens videotips

Quik™ | Mobile



AUTOMATIC EDITS MADE AWESOME.



Hvilke kanaler har dere?

Hvem

Hva

Hvordan



Når



Steder og arenaer

Bruk sosiale soner,
kaffemaskiner, heiser,
trappeoppganger, doer og
møterom



Faste møter

Ledergrupper,
avdelingsmøter, tillitsvalgte,
firmafester, lunsj og lær



Systemer

Intranett, interne sosiale
medier, nyhetsbrev



Og når skal budskapet ut?

Hvem

Hva

Hvordan

Hvor



————— “Hva skjer?” —————



————— “Hva betyr det?” —————



————— “Nå er det her – hva gjør jeg?” —————





Finn mål- gruppen



Sett budskapet



Velg virkemidler



Varier kanaler



Repeter
ofte



“Hva skjer?”

“Hva betyr det?”

“Nå er det her – hva gjør jeg?”



	April				Mai				Juni						
Dato															
Målgruppe															
Virkemidler															
Kanal															
Ansvarlig															

Takk for meg!

sopra  steria

Delivering Transformation. Together.

www.soprasteria.no