



MÅLBESKRIVNING

Hur ska vi kommunicera i digitala kanaler?

2013-08-31
Charlotte Sellstedt,
Malin Ryding,
Ragnhild Ingberg,
Åsa Lundgren.

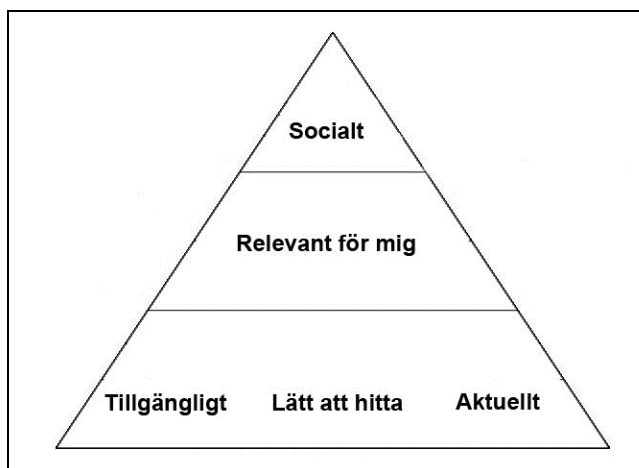
Sammanfattning

Kommunikation är ett medel för att nå uppsatta mål. Med hjälp av kommunikation skapar vi den goda arbetsplatsen och det goda samhället där människor känner sig informerade och lyssnade på. Med kommunikation bygger vi förtroende och stolthet. Med kommunikation ökar vi kunskapskapitalet i och utanför organisationen och får processer att löpa smidigare. Våra digitala kommunikationskanaler är ett stöd i detta arbete.

Vårt uppdrag har varit att ta reda på hur vi ska kommunicera i digitala kanaler framöver. Det har vi gjort dels genom att blicka ut i omvärlden för att se trender och lära av hur andra gör. Dels genom att fråga vad medborgare, medarbetare, anordnare, företagare och förtroendevalda tycker. Det samlade resultatet ger en klar bild över åt vilket håll vi ska gå när det gäller kommunikation i digitala kanaler.

Vi vill sammanfatta den bild vi har i fem kritiska byggstenar. För att kunna kommunicera framgångsrikt i digitala kanaler behöver alla dessa byggstenar fungera fullt ut. Det är dit vi ska. Vår studie visar att vi idag har stora utvecklingsbehov i samtliga delar.

De fem kritiska byggstenarna vi ska uppfylla för att kommunicera framgångsrikt i samtliga digitala kanaler, både internt och externt är:



Det här behöver vi förändra i korthet:

- Tillgängligt: Öppna upp våra interna kanaler. Anpassa kanalerna till smarta telefoner, läsplattor etc. Snabba upp laddningstiderna. Återkoppling!
- Lätt att hitta: Förbättrad sökfunktion. Förenkla innehållsstrukturer.
- Aktuellt: Snabba uppdateringar om det som är aktuellt just nu. Kvalitetssäkra informationen regelbundet.
- Relevant för mig: Möjlighet att välja (t.ex. genom pushnotiser). Det som berör individen mest kommer först. Personlig sida för medarbetare med mina samarbetsytor, verktyg etc.

- Socialt: Personligare tilltal inte minst på Facebook. Möjlighet att kommentera, dela och gilla även i interna kanaler. Enkelt sätt att integrera rörlig bild.

Så här går vi vidare

Vi behöver omedelbart sätta igång ett projekt för att byta publiceringssystem med behovspyramiden som utgångspunkt. Vårt nuvarande system stödjer inte de behov som vi har identifierat i den här studien. Nuvarande system har ett bäst före datum 2015, då Microsoft inte ger fortsatt support. Vi föreslår att vi så snart som möjligt upphandlar en extern partner för att gå i mål med detta senast i slutet av 2015.

Parallellt med detta så tar vi till oss de synpunkter och förslag som går att realisera i våra befintliga kanaler. Det gäller till exempel:

- Personligare tilltal
- Mer rörligt material
- Höja kvaliteten på innehållet
- Göra befintligt intranät tillgängligt utifrån.

Vår slutsats är också att vi behöver ta ett helhetsgrepp över våra digitala kanaler. Idag saknas en samordning kring digitala kanaler. Förvaltarskap, ansvar och budget för olika kanaler är spritt vilket gör att det omöjligt att göra större strategiska prioriteringar.

Här behöver vi få till en organisation som kontinuerligt fångar upp behov och vi behöver tydliggöra beslutsinstanser kring digital utveckling.

Innehållsförteckning

1	Bakgrund och förutsättningar.....	7
2	Syfte och mål	8
2.1	Definition av digitala kanaler	8
2.2	Projektgrupp	8
3	Metod.....	8
4	Omvärlden	9
4.1	Vad händer i omvärlden?	9
4.2	Hur gör andra? Goda exempel.....	11
5	Ungt inflytande, slutsatser och idéer	14
6	Hur vill medarbetare, medborgare och förtroendevalda använda digitala kanaler?	15
5.1	Genomförande och svarsfrekvens	16
5.2	Förtroendevalda.....	24
6	Våra kanaler och deras förbättringsområden.....	24
6.1	Nacka.se.....	24
6.2	KanalN	27
6.3	Facebook	28
6.4	Mobilversionen av nacka.se	29
6.5	Twitter	30
6.6	Youtube	31
6.7	Linkedin.....	31
6.8	Instagram	31
6.9	Bloggverktyget.....	32
6.10	E-post	32
6.11	SMS	33
6.12	Nyhetsbrev.....	33
6.13	Chat (KC).....	33
6.14	Samarbetsytor	34
6.15	Lync.....	34
6.16	Kanaler där vi inte finns	35

6.17	Befintlig webblösning och framtiden.....	35
7	Hur går vi vidare?	37
7.1	Rekommendationer interna digitala kanaler.....	37
7.1.1	Tillgängligt.....	38
7.1.2	Lätt att hitta	39
7.1.3	Aktuellt	39
7.1.4	Relevant för mig.....	40
7.1.5	Socialt.....	40
7.2	Slutsatser och rekommendationer för externa digitala kanaler.....	41
7.2.1	Tillgängligheten – mobilt är viktigast	41
7.2.2	Aktuellt - snabb information på användarens villkor	42
7.2.3	Lätt att hitta – i många fall en SEO-fråga.....	42
7.2.4	Relevant för mig - anpassat och personligt.....	43
7.2.5	Socialt - möjligheter till dialog och påverkan.....	43
7.3	Framgångsfaktorer.....	44
8	Bilagor	46

I Bakgrund och förutsättningar

Det har gått cirka fem år sedan Nacka kommun bytte plattform för webbpublicering internt och externt. Arbetet med att ta fram de nya webbarna påbörjades 2006. Upphandling, utveckling och implementering tog ungefär fyra år och nya nacka.se lanserades 2008 och nya intranätet 2009.

Projektet startade och pågick under en period då sociala medier introducerades och växte sig starka. Mobila enheter med internetåtkomst var ovanliga vid projektets start. Det var oklart vad de nya medierna och enheterna skulle få för genomslag och hur de skulle kunna användas i en kommuns kommunikation. Projektet utgick dock ifrån att den plattform som skulle komma att väljas för våra webbbar skulle vara flexibel och möjlig att utveckla efter nya behov.

Tyvärr visade det vara svårt och dyrt att utveckla nya funktioner på Microsoft Office Sharepoint Server 2007 som var den plattform som kom att väljas. Ett ytterligare bekymmer visade sig vara att det nya systemet inte var tillräckligt utvecklat för webbpublicering vilket resulterade i ett omfattande utvecklingsarbete för att ta fram ett användbart gränssnitt och en tillfredsställande funktionalitet. Detta i sin tur orsakade att det inte gick att uppgradera plattformen utan stora investeringar. Allt detta sammantaget har gjort att utvecklingen på våra webbbar varit mycket begränsad.

Samtidigt har det under de här åren pågått en parallell utveckling där Nacka kommun introducerat flera andra digitala kanaler för att stödja kommunikationen internt och externt. Internt använder vi till exempel samarbetsytor för att kommunicera och dela dokument i olika projekt och inom enheter och vi använder Lync för att chatta med varandra. Det förekommer även att interna projekt kommunicerar via en grupp på Facebook.

Externt har vi Facebooksidor, Twitterkonton, ett officiellt sms-nummer, möjlighet att starta bloggar och en enkel mobilversion av nacka.se. Nacka har flera kanaler på Youtube för film och det går att chatta med kontaktcenter. Utöver dessa kanaler har vi givetvis e-post, sms och nyhetsbrev inom olika områden.

Inom ett par år står vi utan support ifrån Microsoft på våra webbbar. Det betyder att vi befinner oss vid ett vägskäl och måste fatta beslut om vilka digitala kanaler vi behöver i Nacka kommun och inleda ett utvecklingsarbete.

Denna förstudie syftar till att ge en nulägesbild av våra nuvarande digitala kanaler och hur medarbetarna och våra intressenter vill använda de digitala kanalerna i sin kommunikation. Förstudien försöker också placera in Nackas digitala situation i ett större sammanhang och visa på trender inom området. Till förstudien hör

också ett uppdrag som Ungt inflytande fick sommaren 2013 ”Morgondagens digitala kommunikation”.

Förstudien är en del i ett större samordningsprojekt för digital information. Övriga delar i det projektet är: informationshantering, ärendehantering, e-arkiv och tillgänglighet och säkerhet.

2 Syfte och mål

Förstudien ska presentera:

- Interna och externa behov av att informera och kommunicera via olika digitala kanaler. (Vilka kanaler används idag, är användarna nöjda med dessa kanaler, om inte vad behöver utvecklas, vilka behov och möjligheter ser användarna när de blickar framåt?)
- Olika digitala kanaler som används i vår omvärld.
- Potentiella verktyg som finns på marknaden och som kan passa in i vår miljö.

2.1 Definition av digitala kanaler

Med digitala kanaler menar vi bland annat: intranät, externwebb, bloggar, Twitter, Facebook, samverkansytor/projektytor, nyhetsbrev, e-post, sms.

2.2 Projektgrupp

Projektägare/uppdragsgivare: Ann-Sofie Mårtensson, kommunikationsdirektör.

Projektledare: Charlotte Sellstedt, bitr. enhetschef, kommunikationsenheten.

Projektgrupp: Malin Ryding, kommunikatör med ansvar för nacka.se. Ragnhild Ingberg, kommunikatör med ansvar för KanalN. Åsa Lundgren, systemförvaltare undersökningsverktyg.

3 Metod

Förstudien kan delas upp i fyra delar:

Del	Metod
Nulägesbeskrivning	<ul style="list-style-type: none"> - Intervjuer om befintliga digitala kanaler: Mats Bohman, Lotta Nordström, Sam Carlsson, Lena Dahlstedt, SLK. Anita Rosengren, Personlig assistans, Jeanette Näslund, Teknik, Marika Westerblom, Seniorcenter. - Besöksstatistik. Sökstatistik. - Tidigare undersökningar som t.ex. internkommunikationsundersökning 2011, attitydundersökning 2012, medarbetarundersökning 2012 samt dokumentation ifrån tidigare webbprojekt.

	<ul style="list-style-type: none"> - IT-enhetens IT-undersökning 2013.
Omvärldsspaning.	<ul style="list-style-type: none"> - Twitterflöden, Facebook, bloggar med mera har bevakats inom området digitala kanaler. - Aktiv i nätverk på Facebook: Funkas kommunnätverk, Sociala medier i offentlig sektor och Behovsdriven utveckling i offentlig sektor. - Goda exempel inom offentlig sektor. Telefonintervjuer med ansvariga. - Medlemskap i Funkas kommunnätverk. - Offentliga rummet 2013. Webbstrategidagarna hösten 2012. - SKL:s strategi för e-samhället och handlingsplan Digitala vägen till morgondagens välfärd. - Studier om hur svenskarna agerar på internet, bl.a. Det sociala intranätets praxis. Mittuniversitetet. - Svenskarna och internet. - Gartners och PWC:s sammanfattningar över trender inom IT-teknikområdet. - Studiebesök hos Ving och SOS Alarm.
Enkätundersökningar och workshop med redaktörer	<ul style="list-style-type: none"> - Fem enkäter har skickats ut. - Tre av enkäterna var riktade och två var öppna. - Enkäterna har marknadsförts på Facebook, på vår egen externa och interna webb och med QR-kodade affischer i bibliotek och stadshus. - Den externa enkäten marknadsfördes i omgångar på Facebook och nacka.se. Riktade utskick gjordes också till prenumeranter av Nacka kommuns externa nyhetsbrev, sändlistor för näringsliv, föreningsaktiva, politiker och anordnare. - En fördjupande workshop har genomförts med nätverket av redaktörer för nacka.se och KanalN.
Ungt inflytande, projekt ”Morgondagens digitala kommunikation”.	<ul style="list-style-type: none"> - Ett skriftligt projektuppdrag till Ungt inflytande. - Tre möten med inflytandepiloterna för att diskutera uppdraget och berätta om hur vi jobbar med kommunikation i Nacka kommun idag.

4 Omvärlden

4.1 Vad händer i omvärlden?

De senaste åren har vi sett en stor förändring av kommunikationslandskapet och det är ytterst svårt att sia om framtiden. Enligt Sveriges marknadsförbunds tendensrapport 2013 är utmaningarna att hantera det nya och mer komplexa medielandskapet samt svårigheterna att få resurserna att räcka till.

I rapporten framgår att svenska företag anser att den egna webbplatsen är den digitala kanal som ger högst avkastning på investeringen. Resultatet 2013 har dock sjunkit jämfört med 2011 från 72 till 62 procent. När det gäller de digitala kanalernas roll och effekt säger marknadsförare att den egna webbplatsen är den viktigaste kanalen för kundtjänst, service, relation och kännedom.

44 procent anser att företagets aktiviteter i sociala medier ger hög avkastning på investeringen. Egen aktivitet i sociala medier kommer på andra plats när det gäller att bidra till ökad relation och kännedom.

Aktuella trender just nu inom den digitala kommunikationen kan sammanfattas med orden: Mobilt, Omedelbart, Personlig påverkan, Öppen data och Rörligt material.

Några siffror ifrån Svenskarna och internet 2012:

- 50 % kopplar upp sig via mobilen
- 3,3 h/vecka ägnar vi åt mobilt surfande (fördubbling jämfört med 2011)
- Var femte har en surfplatta
- 64 % är med i sociala nätverk men bara var tredje gör statusuppdateringar
- 30 % av högtbildade använder mikroblogger
- 1,2 miljoner står utanför. I åldern 56+ känner en majoritet att de står utanför.
- 50 % av befolkningen saknar e-leg.

Enligt ett referensmaterial från kommunikationsbyrån Inclusion ser forsknings- och analysföretaget Gartner och PWC bland annat följande trender:

- Mobila enheter fortsätter att öka.
- Sociala nätverk kommer även på jobbet.
- Appstore kommer även att utvecklas för internt bruk.
- I år kommer mobilsurf bli vanligare än datorsurf.
- 2015 kommer mer än 80 procent av de telefoner som säljs vara smartphones. (Bara 20 procent av dessa kommer att ha Windows som operativsystem. 1. Google's android. 2. Apple IOS. 3. Windows.)
- Inom app-marknaden finns en trend som går mot applikationer utformade i (Html5). Utvecklarna måste designa touch-optimerade applikationer som funkar på många olika enheter.
- "Personliga molnet" kommer att ersätta PC:n som personlig lagringsyta. Personal cloud kommer att bli vår portal som binder samman olika system/applikationer.

Det faktum att fler använder **mobila enheter** gör att informationsinnehållet måste anpassas efter olika skärmstorlekar. Allt vi kan göra via datorn vill vi också kunna göra via mobilen.

En annan trend är att människor tenderar att i än högre grad förvänta sig att få **information omedelbart**. 40 procent av besökarna lämnar en webbsida om den

tar mer än tre sekunder att ladda. Viktigt att tänka på här är att en kommuns användare ofta inte har något alternativ utan tvingas vänta, hur långa laddningstider vi än har, och att detta i högsta grad påverkar vår image.

Förutom korta laddningstider förväntar sig besökarna **relevant, korrekt** och **aktuell information**, en **logisk struktur** och en **effektiv sökmotor**. Benägenheten att använda sökmotorer har ökat och förväntningarna på sökmotorernas träffsäkerhet har stegrats i takt med att Google tagit marknadsandelar.

Internet handlar om människor och vi människor är sociala varelser. Det **sociala intranätet** har varit en trend sedan 2011. I det sociala intranätet kommunicerar medarbetarna med varandra, delar kunskap och dokument, de bloggar, kommenterar och samarbetar. Man pratar om att användarna skapar innehållet. Det sociala intranätet skapar engagemang och gemenskap och underlättar arbetet. Det sociala intranätet bidrar antagligen också till att göra organisationer mer innovativa då all kunskap finns samlad på ett och samma ställe där också mycket av kommunikationen sker. I ett sådant intranät där många bidrar med innehåll är en väl utvecklad sökmotor en oerhört viktig förutsättning.

De sociala medierna har bidragit till att människor numera är vana att dela med sig av sådant innehåll de tycker är intressant och roligt. Medarbetare och medborgare kommer att ta för givet att de ska kunna dela med sig av sina upplevelser och sin kunskap via text och rörlig bild. **Kommunikationen blir mer personlig** när människor kommenterar, får svar, delar och kan påverka vilket **stärker relationer**.

Ett annat utvecklingsspår är **öppen data**. Genom att organisationer öppnar upp sina datakällor kan externa företag utveckla applikationer och digitala tjänster som är efterfrågade av medborgarna. På så sätt kan vi få en mer behovsdriven utveckling. I SKL:s handlingsplan för e-samhället 2013-2015 står att "Offentlig sektor skapar dagligen information som kan ge upphov till fantastiska innovationer." SKL:s förväntade läge 2015 när det gäller öppen data är att antalet öppna och kvalitetssäkrade datakällor från kommuner, landsting och regioner som finns lättillgängliga för tjänsteutvecklare, fördubblas årligen.

4.2 Hur gör andra? Goda exempel

Vi har genom studiebesök och intervjuer med andra organisationer hittat ett antal goda exempel som vi vill lyfta här. Urvalet av organisationerna är subjektivt, de som finns med här förekommer som talare på branschdagar, de omnämns ofta i undersökningar etc.

Socialt intranät för kvalitetssäkring och ökat engagemang

SOS Alarm har flera intressanta delar i sitt intranät, bland annat en smart kommentarsfunktion, funktion för att visa att sidor är lästa, målgruppsstyrning utifrån tillhörighet, geografi och roll.

Alla medarbetare kan kommentera nyhetsartiklar och informationssidor. Den som är ansvarig för innehållet på sidan får automatiskt en notis om att en ny kommentar har kommit - precis som på Facebook dyker en röd liten ring upp i den personliga vyn av startsidan. Enligt internkommunikationsansvarig är kommentarsfunktionen ett effektivt sätt att kvalitetssäkra informationen – sakfel eller otydligheter kommenteras genast. Detta är en konkret vinst vid sidan om den ökade möjligheten till delaktighet.

Enklare och billigare att utveckla när man har kompetens internt

Gävle kommun har valt att ha egna Episerver-utvecklare anställda inom kommunen. Det är en fördel att kunna arbeta löpande och nära utvecklarna. Till exempel planerar de nu att anpassa sin nuvarande externwebb så att den blir responsiv och för detta har de inte budgeterat några extra resurser, utan arbetet kommer att göras av deras interna utvecklare.

Liknande upplägg har Skellefteå som förfogar över egna Sharepoint-utvecklare som kan arbeta vidare med t.ex. mallar när den externa byrån har gjort stommen. Upplands Väsby har också teknisk kompetens internt som kan vidareutveckla deras system.

Samlat grepp om sociala medier effektiviserar

Ving arbetar oerhört medvetet i sociala medier, samtidigt har de en slimmad organisation med förhållandevis få medarbetare som sköter kontakterna. De använder verktyget Sprout Social för att organisera alla inlägg och kommentarer. Ving är också en förebild när det gäller statistikuppföljning. De utgår helt från statistiken när de prioriterar innehållet på sin webbplats och släpper en ny release varje fredag som baseras på statistikunderlaget från helgen innan.

Personligt tilltal i sociala medier ger ökat engagemang

Karlstad kommun arbetar medvetet för att ha ett personligt tilltal i sociala medier. Det har visat sig vara en framgångsrik väg. Karlstad har rekordmånga följare, stort engagemang bland sina följare där många delar och kommenterar, och har vunnit priser för sitt arbete i sociala medier.

Exempel på Karlstads personliga tilltal på FB:

”God morgon! Vi vill passa på att gratulera vårddunden Doris som har fått sin anställning förlängd. Hon har under sommaren sommarjobbat inom vård och omsorg och har blivit väldigt uppskattad av våra äldre....”

Inlägget gillades av 1 457 personer, kommenterades av 87 personer och delades av hela 118 personer.

Bakgrunden till att Karlstad har en så tydlig personlig ton är att de vill skapa ett engagemang hos följarna, därför berättar de både om stort och smått i sociala medier. ”Genom att skapa stort engagemang och stolthet över Karlstad hos våra följare så finns de där också när vi har större och tyngre saker att säga”, menar Emma Kraft som är huvudredaktör för Facebook i Karlstad.

App med mest efterfrågade tjänsterna och en del smarta funktioner

Skellefteå kommun har fått en del uppmärksamhet för sin app ”Mitt Skellefteå” vars innehåll framför allt bygger på den information som medborgarna efterfrågar när de kontaktar kommunens kundtjänst.

Under knappen skolmat visas vad som serveras på varje skola och eleverna kan även göra tummen upp eller tummen ner för de olika rätterna. Skolmältidsenheten kan också rikta frågor ut till ungdomarna via appen. Vartefter de får in statistik om vad eleverna tycker om maten ändrar de recept och utbud. Denna input ersätter den enkät som tidigare gick ut till eleverna någon gång per år. Nu får de inputen löpande istället vilket både ger medinflytande och underlättar planeringen för verksamheten.

Inom kort kommer appen även innehålla pushnotiser och sms-möjlighet. Till exempel är det efterfrågat från medborgarna att få en påminnelse kvällen innan soptunnan ska ställas ut och man kommer kunna välja om man vill ha påminnelsen som pushnotis eller sms. 8 000 har hämtat appen (76 000 invånare i Skellefteå). I statistiken kan de se att de har fler besök från appen till sidor om öppettider än vad de har från ordinarie webben.

En app ska innehålla smarta funktioner som underlättar målgruppens ”vardag” och/eller att den effektiviserar internt. Delar av Skellefteås app Mitt Skellefteå är ett exempel på det.

Satsa på sök – även internt!

De flesta externa kommunsajter har bra sökmotorer idag, så även Nacka. Det som allt fler börjar inse nu är vikten av att ha en lika bra sökfunktion på intranätet. En organisation som medvetet har satsat på internt sök är SOS Alarm. De använder sig av Siteseeker och sökmotorn skannar inte bara av webbsidor och dokument utan även medarbetarnas ”profilkort” där titel, kompetens, ansvar, kontaktuppgifter etc. finns beskrivet.

Även Upplands Väsby satsar på den interna sökfunktionen. Deras nya intranät kommer vara integrerat med ärendehanteringssystemet (Lex) så att om man söker på något, t.ex. ”Vision” så får man upp flera typer av sökresultat: personer, dokument, arbetsgrupper samt även vad som sågs om sökordet i de sociala medier där kommunen finns representerad.

Medborgardialog med stöd av digitala kanaler

SKL förväntar sig att 2015 ska merparten av alla kommuner, landsting och regioner använda sig av digitala verktyg för att utveckla dialogen med medborgare (handlingsplan för e-samhället).

Malmö stad har kommit en bra bit på vägen genom sin satsning Malmöinitiativet http://initiativet.malmo.se/epetition_core. Det är ett digitalt system där Malmöborna kan komma med förslag som gäller Malmö. Det finns möjlighet att diskutera förslagen och att stödja andras förslag. Om minst 100 personer skriver under ett förslag skickas det vidare till aktuell nämnd som ett informationsärende och man kan se vad nämnderna svarat. I systemet kan man läsa mängder av förslag, t.ex. ”Jättegrill i Folkets park” och ”Volleybollnät i Djupadalsparken” (som fick 134 underskrifter och alltså skickas vidare). Går man in och läser äldre förslag som haft mer än 100 underskrifter kan man se vad nämnden beslutat i frågan. Det är ett mycket bra exempel på en transparent dialog där medborgarnas idéer tas till vara och går igenom en demokratisk process.

5 Ungt inflytande, slutsatser och idéer

Under tre veckor sommaren 2013 genomförde åtta unga ett projektarbete med titeln Framtidens digitala kommunikation. Projektet är en del i denna förstudie och det genomfördes inom ramen för Ungt inflytande.

Projektgruppen sammanfattade sitt uppdrag i tre frågeställningar:

- Hur kan kommunen nå ut bättre till invånarna?
- Hur kan invånarna bättre kontakta kommunen?
- Hur kan man väcka intresse för kommunen hos invånarna?

I korthet kom de fram till:

- Den digitala kanalen är inte viktig.
- Det som är viktigt är att vi har en personlig, effektiv och tillgänglig kontakt i de digitala kanalerna och att det finns ett förtroende mellan medborgare och kommun.

I förordet skriver de ”Vi anser att digital kommunikation inte behöver innebära komplicerade lösningar. Vi tror på enkla hjälpmedel för en hållbar digital kommunikation som ska passa alla.” ”Vi vill sätta en personligare prägel på Nacka kommun, för det är vad som krävs för att öka invånarnas intresse, engagemang och för att skapa en bättre och mer öppen dialog mellan kommun och invånare.”

Tre förslag

Inflytandepiloterna har tre förslag på hur vi kan förbättra dialog och relation. Förslagen genomsyras av att skapa en personligare dialog via digitala kanaler. Genom en personlig dialog blir både medborgare och anställda synliga vilket minskar gapet mellan myndighet och individ. Detta bidrar till ett ökat engagemang för den egna kommunen.

Nacka Talks

Inspirerade av Ted Talks föreslår inflytandepiloterna att Nacka kommun ska filma Nackabor som berättar om sig själva, sina liv, projekt och platser i kommunen. De medverkande ska vara personer med intressanta och personliga berättelser. Berättelserna ska spegla den mångfald som finns i kommunen.

N:App

Projektet föreslår att Nacka ska ta fram en applikation för smartphones som öppnar upp för dialog och innehåller lättillgänglig information om var man kan hitta olika fritids- och kulturaktiviteter. Den som laddat hem appen ska kunna välja vad denne vill ta del av för information. Via appen ska man kunna utföra vissa vanliga tjänster, som sjukanmälan av barn, lämna synpunkter och felanmälningar samt föra en dialog med kommunens tjänstemän och andra Nackabor. Appen innehåller en ratingfunktion så att invånarna kan ge feedback på aktiviteter de deltagit i eller kommentera platser de besökt.

Face of Nacka

Piloterna menar att Facebook skulle kunna vara Nacka kommuns största plattform för dialog mellan kommun och invånare. Det som krävs är att vi rustar upp vår Facebooksida. Inflytandepiloterna menar att vi inte ska gömma oss bakom anonyma användarnamn och en logotyp utan istället använda våra personliga namn och visa våra porträtt. Genom att visa människor skapas ett förtroende som minskar klyftan mellan kommunen och invånarna. De vill att vi ska våga vara personliga och visa vår personlighet. Vi ska skriva levande och enkelt, ställa frågor och bjuda in till diskussion. Hälsa glad midsommar och fråga hur man tänker fira. Uppmana följarna att skicka in bilder på hur det ser ut hos dem. Vem har fått bilen insnöad? Hur många sover kvar på jobbet i natt? Publicera fler bilder på vad som pågår i kommunen och be folk att dela med sig. Att lyfta fram medborgarna skapar interaktion och en ömsesidig kontakt. Piloterna uppmanar oss att marknadsföra Facebooksidan mer genom att sätta upp affischer på bibliotek och vid busshållplatser, genom att starta event och tävlingar och ta hjälp av ideella organisationer att marknadsföra sidan. Så här skriver projektgruppen i sin rapport: "...ge Nacka kommun ett face, så att alla kan känna sig stolta över att bo i en kommun som bygger på ett 'vi'."

6 Hur vill medarbetare, medborgare och förtroendevalda använda digitala kanaler?

Hur ser de interna och externa behoven av att informera och kommunicera via olika digitala kanaler ut? Vilka kanaler används idag, är användarna nöjda med dessa kanaler? Om inte, vad behöver utvecklas och vilka behov och möjligheter ser användarna när de blickar framåt? Under perioden maj till oktober 2013 har vi gått ut med fem parallella enkäter för att ta reda på detta.

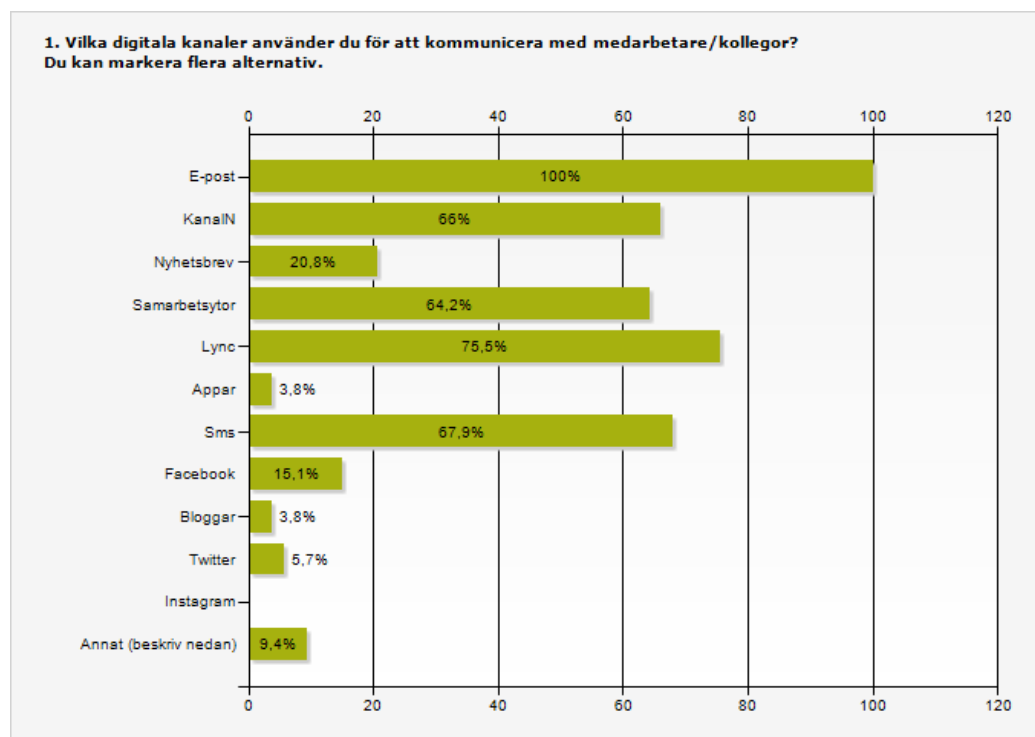
arbetsplatser i stadshuset och berättat om förstudien och uppmuntrat anställda att svara på enkäterna. Dessutom har nyckelpersoner inom olika områden hjälpt oss att sprida enkäterna på olika sätt, både internt och externt. Totalt fick vi in 695 enkätsvar.

Målgrupp	Antal svar (svarsfrekvens)
Riktad enkät till chefer, chefsstöd och andra nyckelpersoner som kommunicerar mycket internt, t.ex. servicecenter	41 (72 %)
Öppen enkät riktad till alla medarbetare	112
Riktad enkät till kommunikatörer och andra personer som kommunicerar mycket externt	53 (72 %)
Öppen enkät riktad till alla kommunens intressenter*	448
Enkät till förtroendevalda	41
Totalt	695

*Varav Nackabor 183 st., Näringsidkare 90 st., Föreningsaktiv 21 st., Turist 2 st., Anordnare 59 st., Annat 35 st. (t.ex. anställd, myndighetsperson, blivande och fd. Nackabo), Ej anggett 58 st.

Chefer och nyckelpersoner

I vår enkät anger chefer och nyckelpersoner att de använder följande digitala kanaler för att kommunicera med medarbetare/kollegor:



Annat: Facetime, Skype, LinkedIn, Medvind, Google Apps for Education, Schoolsoft.

60,4 procent anger att de är nöjda med de digitala kanaler som finns för att kommunicera med medarbetare/kollegor. Gruppen är minst nöjd av de tillfrågade. Mest nöjda i denna grupp är de svarande som tillhör Stadsledningskontoret, minst nöjda är de som tillhör en produktionsenhet.

De som inte är nöjda med de digitala kanalerna har i huvudsak följande synpunkter:

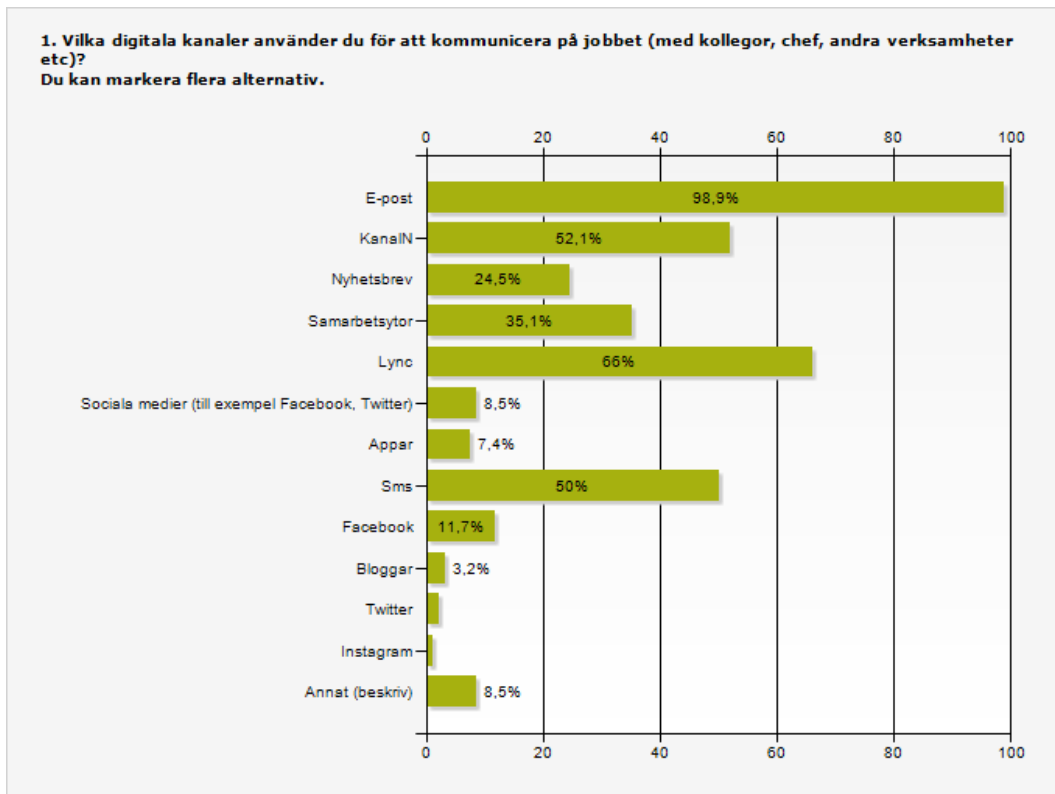
- Intranätet är långsamt och har svår struktur och det är svårt att publicera
- Det saknas ett fritt innehålls- och kanalval: våra digitala kanaler är stela och opersonliga och fungerar inte på alla typer av enheter.
- Samarbetsytorna är inte särskilt interaktiva, och fungerar bara internt – många vill ha bättre pedagogik och samarbetsytor för externa nätverk.
- Lync är bra men används för lite och borde användas även mobilt.
- Det saknas möjlighet att streama rörligt material och lägga upp bilder internt men även till exempelvis elevgrupper.

När cheferna och nyckelpersonerna ombads beskriva vilka behov och möjligheter de ser när det gäller den digitala kommunikationen framkom följande:

- Det behövs utbildning och tydliga arbetssätt kring information och kunskapsdelning.
- Det måste gå att distansarbete och komma åt interna system utan VPN, även på privata enheter.
- Intranätlösningen måste bli mer personlig, flexibel och rollbaserad – man ska få ut något av att vara där, lite som Facebook.
- Samarbetsytorna måste bli mer interaktiva (t.ex. med chatt och koppling till kalender).
- Möjlighet till snabb dialog: E-posten är tungarbetad och det kommer för mycket mejl. Lync upplevs som ett bra alternativ som borde vara tillgängligt mobilt.
- Digitala skärmar på arbetsplatserna, gärna med information från Lync.
- Möjlighet att köra konferenser via webb.

Medarbetare

Medarbetarna använder följande digitala kanaler i sin kommunikation med kollegor, chef och andra verksamheter.



Annat: VA-banken, Skype, WhatsApp.

83 procent av medarbetarna är nöjda med de digitala kanaler som finns för att kommunicera.

De som inte är nöjda anger följande förbättringsområden:

- Nätverket är långsamt.
- Strukturen på KanalN är otydlig och komplex, och informationen uppdateras inte.
- Lync måste användas mer och även mobilt.
- Facebook borde kunna användas mer internt.
- Det borde vara möjligt att arbeta med interna system på fler typer av enheter (mobilt).
- Saknar chattfunktioner med t.ex. servicecenter och receptionen.
- Den interna mejlkulturen har brister, exempelvis borde vi ha fler funktionsbrevlådor. Svarstiderna är långa och frånvaromeddelande saknas ofta.

När medarbetarna ombeds tänka på hur vi ska kommunicera digitalt framöver framkommer följande:

- Vi måste kunna arbeta plattformsoberoende och VPN-fritt.
- Ett snabbt nätverk är en förutsättning.
- En bra sökmotor är viktig.
- Mer dialog – chatt, Skype, utvecklade samarbetsytor.
- Rörligt material som komplement till text.

- Kompetenshöjning och kulturförändring – vi måste förstå nyttan med digitala arbetssätt.
- Större öppenhet (exempelvis medarbetarenkät, SAMK-protokoll).

Fördjupande workshop med redaktörer

För att öka förståelsen kring vad man egentligen menar när man uttrycker att de digitala kanalerna måste bli enklare och att samarbetsytorna ska bli bättre genomförde vi en workshop med redaktörer för nacka.se och kanaln.

Vad är det viktigaste vi kan göra för att göra verktygen enklare internt?

- Singel sign on till alla verktyg.
- Bättre lathundar och utbildning, t.ex. för Outlook, Lync etc.
- Bättre sökfunktion på KanalN.
- Publiceringsverktyget är komplext, det är för många olika moment.
- Förstår inte intranätets struktur, informera om hur det är tänkt.
- Måste vara plattformsoberoende och VPN-fritt.
- Relevant och aktuell information. Rätt information till rätt målgrupp.
- Många har för lite skärmtid, de hinner inte ta del av allt.
- Tydligt syfte med intranätet, visa på vinsterna! Lyfta de gamla målen med intranätet igen, ledningens verktyg etc.
- Nyhetsflöden, typ teleprinter, ett samlat flöde med nyheter. Personalisering, kunna välja vilka flöden man vill prenumerera på.

Vad är det viktigast vi kan göra för att utveckla samarbetsytorna?

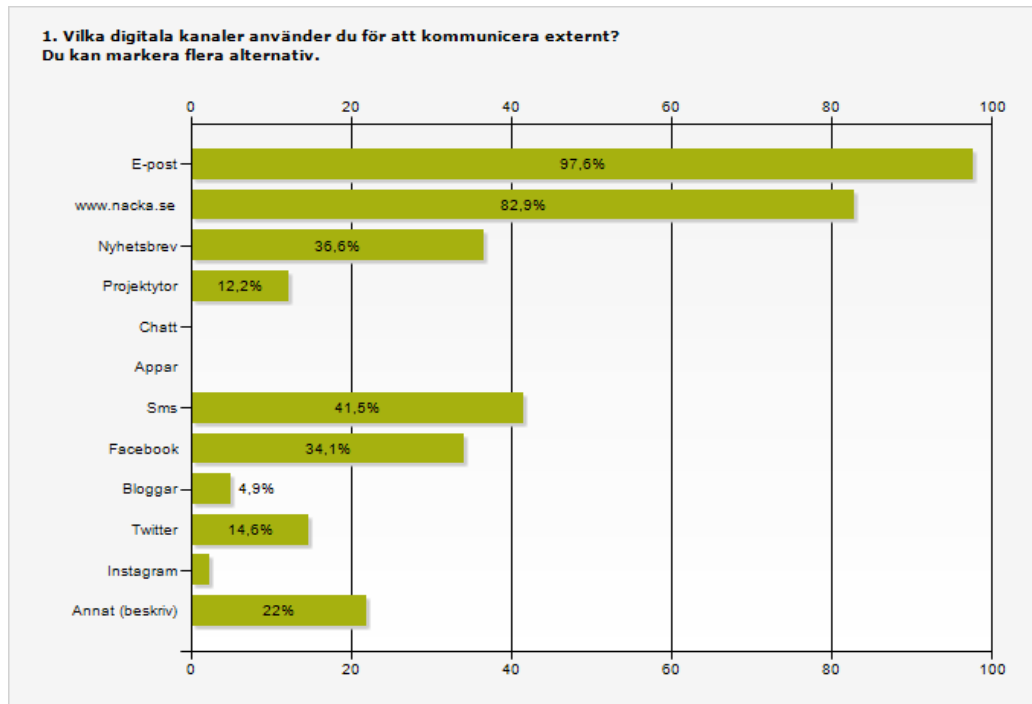
- Snabbare och smidigare att ladda upp dokument.
- Det bör vara smidigare att ta bort och lägga till behörigheter.
- Chattfunktion.
- Kunna bjuda in externa aktörer.
- Vissa använder samarbetsytor som en gruppssajt för internkommunikation istället för KanalN, ”behöver inte vara så noga med sekretess där”.
- Bättre navigering, namnstandard. Svårt att hitta bland projektytorna.
- Alla ytor som man själv skapar hamnar inte under ”mina ytor”.
- Bättre support. Servicecenter?

Övriga synpunkter

- Paradox, enkelhet efterfrågas och samtidigt fler funktioner. Mer metadata för bättre sökfunktion kräver t.ex. mer av dem som publicerar/lagrar data.
- Skolan, vilka krav kan vi ställa på medarbetarna i skolan – det är de kommunala skolornas stora fråga. De har så många kanaler och KanalN kommer långt ner i deras prioritering. Skolledarna får dock sin information via KanalN, de är tvingade dit.

Anställda som kommunicerar mycket externt

Vår undersökning visar att de personer som kommunicerar mycket med externa målgrupper använder följande digitala kanaler:



Annat: Cision, mobilsajt, egen hemsida, massutskick e-post, PAS-system (vid akuta händelser), pressmeddelanden, QR-koder.

Av de som kommunicerar mycket med externa målgrupper uppger 70,7 procent att de är nöjda med de digitala kanaler som finns. De som inte är nöjda är missnöjda med:

- Kommunens webbsida upplevs som omodern, svårarbetad och svår att hitta på. Informationen på nacka.se är enkelriktad och många efterlyser interaktivitet och arbetssätt som uppmuntrar till delaktighet och dialog.
- Facebook och Twitter borde användas mer för dialog och mindre för centralstyrd spegling av innehållet på hemsidan.
- Många efterlyser möjlighet att lägga upp filmklipp och länka till bloggar och twitterflöden på nacka.se.
- Ett stort behov av kompetensutveckling, både internt och av anordnare.

De som kommunicerar mycket med externa målgrupper ser följande framtida behov och möjligheter:

- Vi måste vara där medborgarna är – målgruppsanpassning när det gäller kanalval och innehåll. Snabbare och bättre närvaro på Facebook och Twitter.
- Alla digitala kanaler måste vara plattformsoberoende, mobila lösningar och lösningar för t.ex. läsplattor krävs.
- Vill kunna arbeta på distans utan VPN, t.ex. redigera på nacka.se.
- Bättre stöd för dialog, t.ex. för snabbare feedback. Också forum för diskussioner efterfrågas. Fråga Soc-formatet är bra, en dynamisk FAQ.
- Webbkartan måste användas mer och på ett bättre sätt.
- Fler och bättre e-tjänster.
- Samarbetsytor som överskrider intern-/externgränser.
- Appar som behövs: kommunapp, felanmälningsapp.

- Komplettera text med grafik och film.

Fördjupande workshop med redaktörer

För att öka förståelsen kring vad man egentligen menar när man uttrycker att man vill ha en bättre digital dialog och att allt måste bli enklare genomförde vi en workshop med redaktörer för nacka.se och intranät.

Vad är det viktigaste vi behöver göra för att utveckla den digitala dialogen med invånarna?

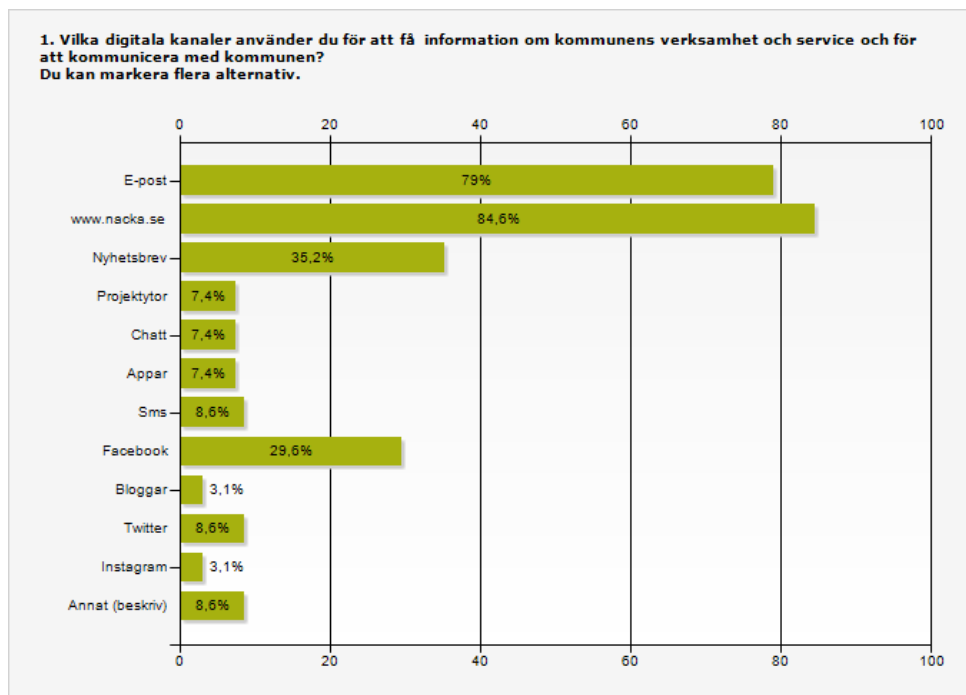
- Kommentarsfunktion på artiklar, gillaknapp (Kopplat till Facebook? Lagkrav? Hur/vad arkivera/gallra?)
- Organisation krävs för dialog. Vem är det som för dialogen med medborgaren? Vem ska ta hand om dialogen?
- Det handlar om hur vi är som avsändare, tonalitet etc. Vad vill Nacka kommun med dialogen? Hur ska vi vara i dialogen?
- Tillgänglighet, t.ex. kunna tala in en kommentar till en webbsida?

Vad är det viktigaste vi behöver göra för att förenkla vår externa digitala kommunikation?

- Lägg ut mer specialinformation som kontaktcenter kan komma åt och därmed kunna besvara frågor från medborgaren.
- Återkoppling från KC i vilka frågor de inte kan besvara.
- Handlar inte om teknik och kanalval egentligen utan om vad vi har för innehåll och hur vi återkopplar till medborgaren.
- Hälsning till kommunikationsdirektören – ta tag i kommunikationen, få igång samverkan mellan grupper etc. Detta är inte en verktygsfråga i första hand.
- Hur får vi ut snabb info på helgen/udda tider (till exempel när en simhall måste stänga)? Se Karlstad.se som har en ruta på webben kopplad till en integration av Facebook. Ska vara enkelt och gå snabbt att få ut sådan här information.

Alla externa intressenter

De externa intressenterna anger att de använder följande kanaler i sin digitala kommunikation med kommunen:



Annat: Telefon, fax, lokaltidning.

80,8 procent anger att de är nöjda med de tillgängliga kanalerna. Följande förbättringsområden omnämns:

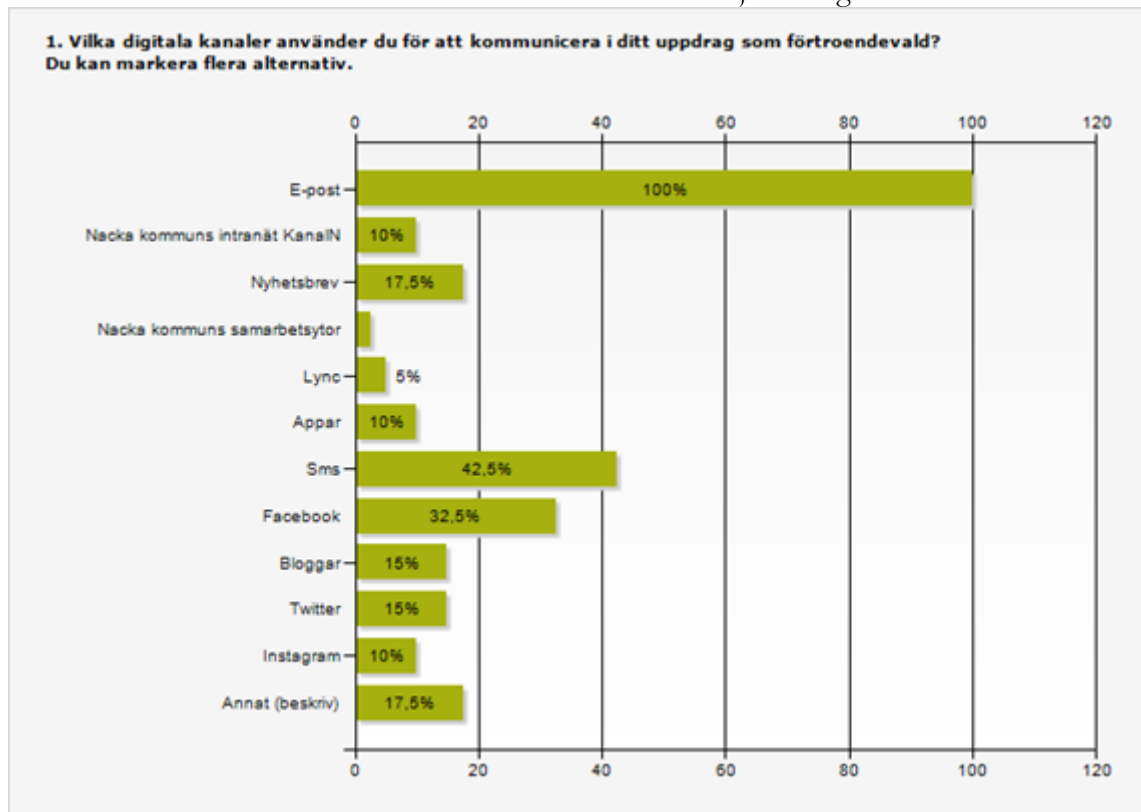
- Kommunens webbsida är rörig/svår att hitta på och är trög att ladda upp. Layouten måste moderniseras. Sökfunktionen är inte bra. Informationen är inaktuell. Underwebbarna är en omodern lösning och de ser olika ut.
- Det saknas en bra mobilsajt för nacka.se
- Det är svårt att få personlig information från Nacka, t.ex. relaterat till närområde eller intresseområde.
- Facebooksidan behöver ett mer inbjudande tilltal, den är opersonlig. Gärna fler Facebooksidor för olika verksamheter. (Fritid, Familj, Kultur etc.)
- Respons och responstider får kritik.

När de externa intressenterna visionerar kommer bland annat följande fram:

- Nacka.se måste bli snabbare, sökfunktionen bättre, sidan mer lättnavigerad och anpassad för mobilen.
- Dialog och interaktivitet är viktigt – att rätt kunskap finns på andra sidan och ger svar inom rimlig tid. Chatt är bra.
- Högre närvaro och annat tilltal i sociala medier: Även målgruppsinriktade forum efterlyses.
- Appar, till exempel för felrapportering
- Bilder, filmer som komplettering till text.
- Fler e-tjänster. Allt ska kunna göras digitalt.
- Möjlighet att rösta digitalt.
- Sms-tjänster.

5.2 Förtroendevalda

De förtroendevalda som har besvarat enkäten använder följande digitala kanaler:



Andelen nöjda i den här gruppen är 80,5 procent. De 19,5 procenten missnöjda är fritidspolitiker som unisont säger att de skulle behöva tillgång till KanalN för att kunna utföra sitt uppdrag på ett bättre sätt.

När det gäller framtiden nämner flera av de förtroendevalda vikten av transparens gentemot medborgaren när det gäller kommunens och nämndernas arbete, och hur digitala kanaler kan användas i det syftet. Några nämner att de inser fördelarna med att finna i sociala medier men att deras tid inte räcker till.

6 Våra kanaler och deras förbättringsområden

6.1 Nacka.se

Nacka.se är den huvudsakliga kommunikationskanalen för extern kommunikation i Nacka. Grundtanken är att nacka.se ska vara den naturliga ingången till relevant information om Nacka kommun och våra elektroniska tjänster. Behoven hos besökarna på nacka.se ska alltid vara i fokus och webbplatsens innehåll och struktur ska anpassas efter besöksbeteenden och relevanta önskemål.

Besökare ska uppleva hemsidan som trovärdig, aktuell och välkomnande och kommunen som dynamisk. Nacka ska vara ett föredöme när det gäller effektiv användning av webben för service, tjänster och kommunikation.

Nacka.se ska:

- vara den naturliga ingången till att hitta relevant information om Nacka kommun och våra e-tjänster
- ha effektiva och lättillgängliga elektroniska tjänster
- förenkla insyn i kommunens beslut, verksamhet och resultat
- utgöra basen för viktig information och marknadsföring
- frigöra tid internt i Nacka kommun genom att besökaren ska kunna utföra uppgifter själv eller med hjälp av kontaktcenter.

Nuvarande lösning lanserades 2008 och var resultatet av ett omfattande projekt när det gäller struktur och innehåll.

Fördelar:

Innehållsmässigt och organisatoriskt håller nacka.se måttet bra. Sedan 2009 genomför SKL årligen en nationell och kommunövergripande undersökning med syftet att få fram en helhetsbild av informationen på kommuners webbplatser. Utgångspunkten för SKL:S undersökning är vanliga frågor som medborgare ställer till kommuner. 2012 placerade sig Nacka på en delad tredjeplats med svar på 89 procent av frågorna, snittet bland alla kommuner ligger på 74 procent hittade svar.

I medborgarundersökningen 2012 fick Nacka godkända resultat på faktorn ”Information”. Frågorna som låg till grund för faktorn Information handlade om huruvida man var nöjd med tillgången till information om kommunen, tydligheten i informationen, i hur god tid kommunen informerade samt kommunens webbplats.

Även andra undersökningar visar att våra medborgare ofta är nöjda med informationen, men att det i vissa fall är svårt att hitta på grund av den stora informationsmängd som finns.

Webborganisationen fungerar bra, det finns en tydlig ansvarsfördelning och andelen personer med någon form av behörighet i systemet ökar hela tiden. Årliga kvalitetsrevisioner genomförs för att säkerställa en genomgående hög kvalitet av innehållet.

Nackdelar/utvecklingsområden:

De kritiska synpunkter som finns när det gäller nacka.se rör till stor del tekniska aspekter. Mejl och samtal från medborgare tillsammans med resultaten från den enkät som vi själva genomfört visar frustration kring:

- att sidan tar lång tid att ladda

Problematiken kring svarstiderna för nacka.se är välkända internt och de problem som vi upplever märker givetvis även våra medborgare av. Idag har människor höga krav på snabbhet och att sidan tar lång tid att ladda gör att den uppfattas

som omodern och komplex. Den här problematiken är främst kopplad till hur vår plattform är tekniskt konstruerad.

- en avsaknad av möjligheter till dialog

Ökad medborgardialog – ökad delaktighet i utformning, påverkan och beslut. I medborgarundersökningen 2012 rekommenderade SCB att Nacka kommun bör verka för att förbättra faktorn ”Påverkan” för att få ett bättre helhetsbetyg. För att få ett bättre resultat på den faktorn behöver kommunen arbeta för att medborgarna i högre grad ska tycka att politikerna lyssnar på dem, att de har möjlighet att påverka politiska beslut samt att de har möjlighet att påverka inom de kommunala verksamheterna.

- avsaknad av rörligt material

Den tekniska lösning som vi har idag gör det svårt att bädda in rörligt material. Enkätundersökningen vi gjort visar att många medborgare efterfrågar rörligt material och vi ser också att det filmer som vi lägger ut på exempelvis Facebook för mycket positiv uppmärksamhet.

- en önskan om fler och enklare e-tjänster

Idag finns förväntningar på att kunna hitta e-tjänster på webben och att kunna använda dem dygnet runt. Utbudet av de tjänster som finns förväntas presenteras på ett samlat sätt och det ska framgå vilken servicenivå och kvalitet som kan förväntas.

När det gäller e-tjänster har vi idag ingen uttalad strategi och utbudet inom olika verksamheter spretar. Vi har olika inloggningsförfaranden och kontohantering kopplad till olika system och här visar både vår egen enkät och övriga inkomna synpunkter från medborgarna att det här är ett problem. Den lösning vi har kring e-legitimation där man måste registrera sin legitimation är den enskilt största orsaken till negativa synpunkter kring webben i stort.

I sammanhanget bör man också vara medveten om att halva befolkningen idag saknar e-legitimation.

Enligt Nacka kommuns tilläggsfrågor i medborgarundersökningen 2012 uttrycker allt färre Nackabor att de är nöjda med möjligheterna att utföra tjänster på Nackas webbplats. Sedan 2010 har det värdet sjunkit från 6,7 till 6,5.

När det gäller e-tjänster visar undersökningar att e-tjänster som inte är optimalt designade leder till mycket ärenden och därmed stora kostnader.

Statistiken för www.nacka.se

Statistiken visar att antalet besökare på nacka.se ökar ständigt. I april hade vi drygt 115 000 månadsunika besökare och nästan en halv miljon sidvisningar. Vårt att notera är att tiden som besökare spenderar på nacka.se i snitt ligger över fem minuter.

6.2 KanalN

Intranätet ska vara medarbetarens uppslagsverk, guide och verktyg för administration, kvalitetssäkring och kundkontakt. Intranätet ska vara ett av flera verktyg som ledningen använder för att nå ut med viktig information, skapa koncernkänsla och engagemang.

Intranätet används i dag i väldigt varierande grad av olika enheter inom kommunen. Vissa grupper är i princip aldrig inne på KanalN medan andra använder det som sin primära interna kommunikationskanal. Vår enkätundersökning visar att 66 procent av de tillfrågade använder KanalN. I sammanhanget kan nämnas att nästan lika många använder samarbetsytorna.

Fördelar:

En av de stora fördelarna med kanalN är att all information är öppen för alla anställda. Trots att innehållet är styrt utifrån enhetstillhörighet finns möjlighet att sprida information till andra än sin egen enhet samt möjligheter att se alla enheters information. Det här möjliggör kunskapsdelning i hög grad. Den tidigare versionen av KanalN var helt öppen mot internet vilket många användare ogillade. I den enkät som föregick bytet av publiceringsplattform uttryckte många att de inte ville ha ett öppet intranät där de skulle förekomma med namn och bild på internet. Att ha intranätet bakom en brandvägg men ändå öppet möjliggör att kunna dela arbetsmaterial med kollegor, något som många tidigare tyckte var svårt. Det finns också en möjlighet att själva anpassa informationen genom att prenumerera/lägga bevakningar på flöden efter eget intresse.

Strukturen med information på central nivå och enhetsnivå innebär också en stor frihet för enheterna när det gäller att bygga upp en kunskapsbank/ett uppslagsverk. Här ligger förstås ett stort ansvar på ansvariga verksamhetsredaktörer.

Nackdelar/utvecklingsområden:

En av tankarna från början var att integrera vissa verksamhetssystem för att på så sätt öka effektiviteten. Tyvärr var integrationer tekniskt svårare än väntat och att man idag behöver logga in i olika system och inte kunna se e-post etc. direkt på sin startsida upplevs av många som en stor nackdel.

Vi har också flera enheter som önskar möjligheten att integrera flöden från KanalN i andra system vilket inte heller är möjligt idag. Vår enkätundersökning av många upplever VPN-lösningen som ett problem när man vill nå KanalN från en annan dator än sin egen.

Att KanalN inte lanserades på riktigt är något som vi fortfarande ser konsekvenser av. KanalN bygger i stort på eget ansvar vilket kräver större utbildningsinsatser än de som gavs vid lanseringen. Idag anser många att det är svårt att hitta på KanalN och vi ser att den interna sökmotorn har brister. Det är svårt att publicera på intranätet och många önskar ett mer personligt och

rollbaserat intranät.

Ovanstående bekräftas också av resultaten av den IT-undersökning som IT-enheten genomförde under våren 2013 som visar på följande förbättringsområden:

- det är svårt att navigera och hitta den information man söker
- nätverket är långsamt
- sökmotorn är dålig
- informationen är ofta inaktuell
- det behövs utbildning.

I den här undersökningen finns några kommentarer från SLK om att intranätet borde läggas ner helt. Att somliga i ledningen själva inte använder intranätet är ett problem. Dels med tanke på att antalet kanaler för interkommunikation är begränsade och dels med tanke på den signal det sänder till övriga inom organisationen.

I Mars 2011 genomfördes en internkommunikationsundersökning som visade på några alarmerande resultat och där vi inom vissa områden hade ett lägre resultat än de jämförande organisationerna. En gapanalys, dvs. gapet mellan hur viktigt man ansåg något vara och hur nöjd man var, av resultaten för KanalN visar följande utvecklingsområden i fallande skala:

- Att underlätta det dagliga arbetet
- Att ge snabb överblick över vad som händer inom egna enheten
- Att göra det lättare att förstå mål och framtidsplaner
- Att ge aktuell information
- Att KanalN är lätt att använda.
- Att KanalN ger en övergripande bild över vad som händer inom Nacka kommun.

Statistiken för KanalN

Statistiken visar att användandet av KanalN är relativt konstant. Antalet unika besökare ligger runt 14 000-15 000 per månad. I snitt ser besökare 2,6 sidor per besök och spenderar drygt 11 minuter per besök på sidan. Tiden kan låta länge men jämfört med andra kommuner som i likhet med oss har KanalN som startsida ligger det i underkant. Ser man till det som man söker på mest frekvent så handlar det i princip uteslutande om nå våra administrativa system.

6.3 Facebook

Tanken med vår centrala Facebook-sida är att ge personer som finns på FB en möjlighet att ha koll på vad kommunen gör och kunna tycka till om det. I huvudsak lägger vi ut större nyheter, platsannonser och ett urval av evenemang, och tanken är att FB ska ses som ett komplement till webben och hjälpa till att driva trafik till www.nacka.se. Vi har i dagsläget valt att begränsa antalet inlägg per dag för att säkerställa en viss synlighet per inlägg.

Förutom Nackas centrala FB-sida finns det ett par verksamheter som har egna sidor som de ansvarar för, men få använder FB i någon högre utsträckning.

När det gäller sociala medier bör man vara medveten om att användningen av det i hög grad är en generationsfråga. 10 procent av personer i åldern 26-25 år besöker dagligen ett socialt nätverk, motsvarande siffra för gruppen 56-65 år är 3 procent.

Fördelar:

Eftersom vi i huvudsak speglar vidare information från www.nacka.se är vår närvaro där förknippad med en väldigt liten insats och tillsammans med övrig närvaro i sociala medier hjälper den till att sprida information och driva trafik till www.nacka.se

FB är en extern kommunikationskanal men vi ser att den även har betydelse för internkommunikationen. Ungefär 400 av de som följer sidan är medarbetare.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Idag utnyttjar vi inte de dialogmöjligheter som finns inom sociala medier i någon högre utsträckning. Vår enkät visar att medborgare efterfrågar en bättre närvaro och ett personligt tilltal i högre grad än idag. Vi skulle kunna engagera mera genom fler bilder och rörligt material, samt bjuda in till dialog på ett tydligare sätt. Det kräver dock att det riggas en organisation som tar fullt ansvar för hanteringen av frågor.

Statistiken för Facebooksidan:

Vår Facebooksida har flest besökare på eftermiddagar. Det här överensstämmer med besöksmönster på FB generellt, och har en koppling till att FB ses som en i huvudsak social Kanal som man kollar av på vägen till eller från jobbet. Besöksmönstret tar vi hänsyn till i samband med publiceringar.

Vi har idag drygt 1 200 följare och antalet ökar stadigt.

Statistiken för olika inlägg visar att foton och film är populärt samt att ”trevliga, positiva nyheter” får större räckvidd än andra.

6.4 Mobilversionen av nacka.se

Tanken med att ha en mobilversion av nacka.se är att på ett snabbt sett kunna erbjuda den information som många söker efter. Innehållet är utformat utifrån mest besökta information på www.nacka.se.

Fördelar:

Vi erbjuder en snabb väg till efterfrågad information. Få klick och en anpassad vy. Användarvänligt.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Sajten har begränsat innehåll och vissa användare upplever att det är svårt att komma vidare. Innehållet hämtas inte in automatiskt från www.nacka.se utan måste utan måste uppdateras separat.

Statistik för mobilwebben:

Siffrorna visar att antalet sidvisningar ligger mellan 2 000-3 000 per månad. På senare tid har vi sett en nedgång när det gäller besök på mobilversionen trots att den mobila trafiken till www.nacka.se ökar. Antalet sidvisningar och tiden man spenderar på sajten är densamma.

Går man igenom användningen och klick på mobilwebben kan vi konstatera att mobilwebben inte används mycket. Intresset för informationen om återvinningscentralerna och simhallarna är dock stort. Bounceraten, dvs. lämningsfrekvensen för sidan är extremt hög, drygt 80 procent på startsidan, och eftersom den sidan som inte innehåller så mycket ren information kan man anta att användarna som lämnar den direkt inte anser att de hittat rätt.

I sammanhanget kan också nämnas att de synpunkter som når oss från medborgare är få, men ofta rör en frustration med att sajten har ett sådant begränsat innehåll och att upplägget känns omodernt.

6.5 Twitter

Nacka kommuns centrala Twitter-konto används för att sprida utvalda nyheter. Pressmeddelanden som går ut via vårt pressmeddelandeverktyg publiceras automatiskt på Twitter, likaså statusuppdateringar på Facebooksidan som enbart består av text.

Fördelar:

Bidrar tillsammans med övriga kanaler till att skapa räckvidd inom sociala medier och driva trafik till www.nacka.se genom en förhållandevis liten insats. I samband med snökaoset i januari twittrade man om snöröjningen vilket fick en positiv uppmärksamhet.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Idag utnyttjar vi Twitter väldigt begränsat. Vi skulle kunna göra mer, men det kräver ett större engagemang. Vi kan idag inte integrera Twitterflöden på www.nacka.se vilket gör att det är svårt att få igång en dialog och spridning.

Statistik för Twitter:

Vårt centrala Twitterkonto har knappt 800 följare, i huvudsak andra kommuner, myndigheter, organisationer och kommunikatörer etc. Förutom vårt centrala konto finns det ett par verksamheter och enskilda personer inom Nacka som twittrar.

Att vi valt att inte fokusera mer på kommunikationen via Twitter är delvis kopplat till att det är relativt få som använder det. Runt 5 procent av befolkningen har ett konto och betydligt färre än så Twittrar aktivt.

6.6 Youtube

På vår centrala Youtube-kanal samlar vi merparten av de filmer som produceras centralt inom Nacka kommun och vi länkar i många fall direkt ut till kanalen från webben. Idag saknar vi möjligheter att på ett enkelt sätt bädda in film på www.nacka.se och KanalN vilket gör att vi frontar Youtube-kanalen mer än många andra kommuner och organisationer.

Det finns idag ett par olika Youtube-kanaler med koppling till Nacka kommun, med dessa är inte samlade någonstans.

Fördelar:

Fördelarna med Youtube-kanalen är att innehållet samlas. Har man valt att se på en film från Nacka kommun presenteras också övriga filmer med oss som avsändare vilket kan komma att innebära ett mervärde för besökaren och en ökad spridning av andra filmer.

Youtube har också dialogmöjligheter kopplade direkt till respektive film.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Att skicka besökare till Youtube istället för att behålla dem på www.nacka.se innebär alltid en risk att de när de sett klart på filmen inte går tillbaka till webben. Av den anledningen vore det en fördel att kunna bädda in filmer på www.nacka.se och KanalN direkt.

I likhet med vår övriga närvaro i sociala medier kan vi jobba vidare med spridningen av våra filmer, vi kan tagga upp dem bättre och fronta dem ytterligare på exempelvis Facebook där vi vet att rörligt material har en bra effekt.

Statistik för Youtube-kanalen

Mellan jan-okt har vi ca 4 400 visningar totalt.

6.7 LinkedIn

Vi har ett konto på LinkedIn där vi lägger ut platsannonser på direktörsnivå. Strategi för vår närvaro saknas.

6.8 Instagram

Vi har ett konto på Instagram men har ännu inte fattat beslut kring hur kontot ska användas.

6.9 Bloggverktyget

Nackas bloggportal i Wordpress används idag dels för marknadsföring och dialog kring olika projekt och dels av flera av Nackas kommunala förskolor och skolor. Fokus på bloggarna är i flera fall internt, bloggarna ses som en möjlighet till dokumentation och förankring, och i förskolor och skolor används det i flera fall som en del av undervisningen där eleverna själva tar fram och publicerar material

Fördelar:

Bloggverktyget är användarvänligt, enkelt och åtskilt från webben i övrigt när det gäller kontohantering etc. Skribenterna ansvarar själva för det material som läggs ut på respektive blogg. Bloggen har inbyggd dialogfunktion.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Att bloggen inte är integrerad i vår webbplats gör att det är svårt att få spridning på innehållet, det är svårt att driva trafik till och från bloggen.

Statistik för bloggen:

Siffrorna för bloggarna visar att användningen i princip är konstant, väldigt liten utveckling. Antalet månadsunika besökare ligger mellan 2 000-3 000 per månad, och besöksmönstret visar att man kikar på i snitt 2 sidor per besök och att besöken tar i snitt runt 6 minuter. Andelen mobila besökare på bloggarna är stor och ökar stadigt.

6.10 E-post

Att skriva eller läsa e-post är fortfarande den aktivitet som alla som använder internet är engagerade i. Det återfinns i vardagsanvändandet och har varit så sedan internet började spridas för snart 20 år sedan. Trots att nya kommunikationsformer tillkommit har de inte slagit ut e-posten utan snarare kompletterat den. Flera undersökningar kring internkommunikation som genomförts under de senaste åren visar att många anser att det e-postas alldeles för mycket.

Fördelar:

E-posten är etablerad, lättillgänglig, enkel och mobilanpassad. Nås utan VPN.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Anpassad främst för en-till-en-kommunikation. Används ofta för att säkra upp annan information ("jag mejlar också, för säkerhets skull"). Det tillsammans med användningen av "kopia till" gör att mängden e-post till enskilda mottagare kan bli otroligt stor, vilket i sig innebär en risk och kräver stora resurser. Det finns brister i den interna mejlkulturen med långa svarstider och avsaknad av frånvaromeddelanden.

Statistik kring e-post:

Saknas i dag.

6.11 SMS

SMS har tidigare använts för extern kommunikation vid exempelvis events såsom stadshusfesten. Idag har vi inte kvar en lösning för den typen av SMS.

I sammanhanget kan dock nämnas att vi genom vår enkätundersökning fått kännedom om att SMS används i hög grad för internkommunikation av vissa grupper.

6.12 Nyhetsbrev

Vi har idag ett separat nyhetsbrevsverktyg som är öppet att användas av alla kommunens verksamheter. I dagsläget finns drygt 10 separata konton knutna till olika enheter eller områden. Frekvensen med vilka nyhetsbrev skickas ut varierar. Stadsbyggnadsnytt är störst av våra nyhetsbrev och har drygt 1 000 prenumeranter, på andra plats kommer Perspektiv Nacka med ca 650 prenumeranter.

Fördelar:

Vi samlar våra brev på en plats vilket ger en överblick över utskicken. Det är enkelt att följa upp utskicken, statistikdelen visar snabbt och tydligt användarmönster. De sändlistor som används i verktyget rensas automatiskt som en följd av de mejl som inte når en mottagare. Nyhetsbrev är ytterligare ett sätt att driva trafik till webben.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Verktyget är skilt från övriga webb lösningar, dvs. ytterligare ett system för användarna att lära sig. Manual saknas.

Statistiken kring nyhetsbrev:

Uppföljning av de två största nyhetsbrev visar att mellan 46-60 procent av de som får öppnar dem. Merparten av de som läser brevet gör det under den första timman från utskick vilket gör timingen till en viktig faktor.

Mest klickat är nyheter som rör stadsbyggnadsprojekt och sociala aktiviteter såsom teaterföreläsningar, sport eller högtider som midsommar och Valborg.

6.13 Chat (KC)

Den chat vi har idag kan ses som ett komplement till telefonin och har utvecklats och hanteras av Kontaktcenter. Statistik över chatten saknas, men medarbetare på Kontaktcenter uppskattar att den används för ett par frågor per dag.

6.14 Samarbetsytor

I samband med webbprojektet Cyrus och ärende- och dokumenthanteringsprojektet Ädit framkom önskemål från verksamheterna om att hitta en lösning för att kunna skapa interna samarbetsytor. Det fanns ett behov av att enkelt kunna dela dokument med varandra istället för att använda projektplatsen.se som var en dyr lösning. Samarbetsytorna infördes med några smärre grafiska anpassningar men är en ren standardprodukt i Microsoft Office Sharepoint Server 2007. Samarbetsytorna lanserades omkring 2010-2011 utan större utbildningsinsatser. Trots det har användandet spridit sig ganska bra.

Fördelar:

Vem som helst inom organisationen kan skapa ett digitalt grupparbetsrum med versionshantering av dokument vilket bidrar till ökad effektivitet i projekt och arbetsgrupper. Det är även möjligt att ställa in så att medlemmar i en grupp får notifieringar när dokument läggs till och uppdateras i grupprummet.

Eftersom vi har Sharepoint som plattform för webb och ärende- och dokumenthantering fick vi samarbetsytorerna på köpet och det medförde alltså ingen merkostnad att använda systemet. Tack vare samarbetsytorerna har vi dessutom minskat våra kostnader för externa projektytor och för lagring på G.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Ett dilemma är att samarbetsytorerna och andra system som t.ex. Ädit, G-mappar och KanalN är skilda ifrån varandra. Det skulle underlätta för användarna om vi fick tillgång till våra system via ett gränssnitt.

Många efterlyser samarbetsytor även för externa nätverk. Det är tekniskt möjligt att släppa in externa parter i våra interna samarbetsytor men det är en säkerhetsfråga.

Det upplevs som krångligt att ladda upp dokument i en samarbetsyta och att jobba med behörigheter. Navigeringen anses inte vara optimal och vi borde etablera en namnstandard för att göra det enklare att hitta. Vi har ännu inte utforskat all funktionalitet som finns i systemet och funktioner som önskas är t.ex. chatt och kalender.

Det faktum att samarbetsytorerna är slutna försvårar kunskapsdelning.

Statistik för samarbetsytorerna:

Saknas.

6.15 Lync

Lync infördes i samband med att vi våren 2012 bytte telefonioperatör och tog bort möjligheten för medarbetarna att kunna hänvisa sina telefoner. Istället fick alla Lync installerat. Lync är kopplat till Outlook-kalendern och visar om

medarbetarna finns tillgängliga eller är upptagna. Kontaktcenter kan på så vis se medarbetarnas tillgänglighet något som är nödvändigt när de ska koppla samtal vidare.

Fördelar:

Förutom att KC kan se medarbetarnas tillgänglighet har systemet andra användbara funktioner, som till exempel chatt, videokonferens, dela dokument, möjlighet att skriva statusrad och dela skärm. Generellt anses Lync vara ett bra komplement till e-posten.

Nackdelar/utvecklingsområden:

Det finns fler funktioner i Lync, som att t.ex. kunna ringa via Lync, som vi inte har tillgång till idag. Medarbetare efterfrågar möjlighet att kunna använda Lync via mobilen och att kunna ha konferens via Lync.

Lync är en intern chatt men det skulle kunna vara möjligt att släppa in vissa externa användare. Det finns åsikter att Lync används i för liten utsträckning och vissa efterfrågar en möjlighet att kunna chatta med servicecenter och receptionen. För att få fler att använda Lync behövs utbildningar och ett ändrat beteende. Ett viktigt led för att få till en beteendeförändring är att cheferna är föregångare.

Statistik:

Någon undersökning om hur chatten används har inte genomförts och det finns ingen tillgänglig statistik på användandet.

6.16 Kanaler där vi inte finns

Självklart finns det digitala kanaler där vi inte finns idag. Vine (korta videoklipp), Pinterest (bilddelningstjänst) och Google + (socialt nätverk) är exempel på kanaler där vissa andra företag och vissa kommuner finns, men där vi valt att inte vara med just nu.

Kanalval för digital närvaro är en strategisk fråga. Det finns fördelar med att finnas i flera kanaler och genom dem driva trafik åt ett specifikt håll, men varje kanal kräver resurser för att närvaron ska bidra till att skapa ett värde. Kanalval bör därför baseras på motiverade val och en målsättning med eventuell närvaro.

6.17 Befintlig webblösning och framtiden

Dagens publiceringssystem för extern och intern webb, Microsoft Office Sharepoint Server 2007, måste bytas ut. Microsoft upphör att ge support i april 2015. Därefter planerar Microsoft inte att släppa fler versioner av Sharepoint 2007.

Vårt publiceringssystem är specialanpassat för Nacka kommuns behov. När vi valde Sharepoint 2007 visade det sig att systemets standardfunktionalitet var otillräcklig och därför fick vi utveckla egna funktioner för webbpublicering.

Specialanpassningarna har gjort att vi inte kunnat uppgradera till senare versioner fullt ut. Därmed har vi inte fått ta del av nya funktioner vilket bland annat medfört att vi inte kan arbeta med responsiv design, dvs. anpassa innehållet för olika enheter, då vårt kodspråk är html 4. Html 5 är det kodspråk som fungerar i alla plattformar, t.ex. android och ios 6 etc.

När Lotta Nordström, IT-strateg, siar om hur vi kommer att arbeta kring våra webbar framöver målar hon upp en bild där webbinformationen finns som ett datalager i det så kallade molnet. Molnet består egentligen av ett antal servrar som finns i stora serverhallar någonstans i Europa. I molnet ska all data som Nacka kommun äger finnas i ett väl strukturerat datalager och informationen ska bara vara lagrad en enda gång. Med våra Officeverktyg och andra verktyg bearbetar vi sedan det data som finns i molnet. Tillgången till data avgörs av användarnas behörigheter, som finns angivna i vårt AD (active directory) och med en inloggning, singel sign on, får de den åtkomst som de har rätt till.

Nacka kommun kommer inom en snar framtid att gå över till molntjänsten Office 365 och flytta all data till molnet. Office 365 är en version av Office 2013 som innefattar officeprogrammen och publiceringsverktyget Sharepoint online med basfunktionalitet och tilläggsmoduler.

Under hösten 2013 sätter IT-enheten tillsammans med Tieto upp en hybridmiljö för att göra en test med användare från de flesta användargrupperna inom organisationen. Från och med den 1 januari 2014 räknar IT-enheten med att kunna lägga upp användare skarpt och först ut kommer lärarna att vara. Vid årsskiftet 2014/2015 beräknas införandet vara klart i hela organisationen. Alla användare kan dock inte gå över till den nya plattformen innan de viktigaste verksamhetssystemen klarar den nya Office-versionen.

När vi går över till Office 365 i molnet kommer alla interna användare att kunna få tillgång till en egen webbsida, My site. Från den sidan kommer användaren åt allt som är gemensamt, som t.ex. Lync och Officeverktygen. Användaren kommer själv kunna göra vissa inställningar för att bestämma hur den egna sidan ska se ut och vad den ska innehålla. Det är oklart om Office365 kommer att möta de behov som vi ser idag, detta behöver utredas.

I dagsläget är det inte så många företag och organisationer som kommit igång med Office 365 i molnet. Skolan i Nacka har gjort en testportal tillsammans med Dustin och de har bland annat tittat på en norsk portallösning för skolan. Transportstyrelsen, Vägverket, Leksands kommun samt Sigtuna kommun har infört eller planerar att införa Office 365.

IT-strategen anser att Nacka kommun bör välja den publiceringslösning som matchar våra behov bäst. Nackas IT-plattform är baserad på Microsofts teknik och därför måste ett framtida publiceringsverktyg vara byggt för att passa in i Microsoft-miljön, vilket de flesta verktyg som finns på marknaden idag gör. De

största publiceringsverktygen inom offentlig sektor idag är SharePoint, Episerver och SiteVision.

Lotta Nordström poängterar dock att varje integration är en risk för två felkällor och att integrationer också är förknippad med en kostnad. Att ha olika verktyg för de olika webbarna ökar också kostnaderna då vi till exempel måste hålla dubbel kompetens. Detta bör vägas mot interna effektivitetsvinster kopplade till systemens användbarhet.

7 Hur går vi vidare?

Vi behöver omedelbart starta ett projekt för att förbereda bytet av publiceringsverktyg och säkerställa att framtida verktyg täcker in de behov som vi har identifierat i den här studien.

För att göra det behöver vi hitta en samarbetspartner som tillsammans med oss kan se till den samlade bilden av behoven, prioritera och göra en plan. En del av arbetet handlar om att titta på de möjligheter som Office 365 ger och se om den lösningen möter behoven för internwebb.

Vi förordar ett agilt utvecklingsarbete som ger utrymme för förändring längs vägen. Vi ser gärna att vi gör en plan för utvecklingen som sträcker sig över tre till fem år där vi lägger fokus på kontinuerlig utveckling av funktioner istället för en stötviss utveckling av helheten. Ett sådant arbetssätt skulle gynna våra användare då de löpande får tillgång till moderna funktioner vilket också stärker vårt varumärke.

Vi ser att vi behöver samarbeta tätt med IT-enheten samt synka vårt projekt med övriga delar i samordningsprojektet för digital information.

Vi ser också att Nacka kommun behöver fortsätta finnas i de kanaler där våra målgrupper finns. Men det räcker inte att bara närvara i sociala medier. Vi måste få våra invånare att vilja ha en relation med oss om vi ska ha en chans att få ut våra budskap när vi behöver det.

Nacka kommun behöver ta ett helhetsgrepp kring vår digitala närvaro både internt och externt. Någon behöver äga frågan om prioriteringar och resurser.

Nedan beskriver vi mer i detalj våra rekommendationer och åtgärdsförslag för interna och externa kanaler. Dessa utvecklingsförslag måste respektive systemägare själv driva vidare.

7.1 Rekommendationer interna digitala kanaler

När vi pratar om interna digitala kanaler menar vi här det som idag omfattas av vårt intranät KanalN, samarbetsytorna och dialogmöjlighet (motsvarande den vi har i Lync).

Vi har, utifrån våra intervjuer, enkäter och omvärldsspaning, kommit fram till att det krävs fem helt avgörande byggstenar för ett effektivt användande av interna digitala kanaler och för att göra Nacka kommun till en kommunikativ organisation. De är:

1. Tillgängligt
2. Lätt att hitta
3. Aktuellt
4. Relevant för mig
5. Socialt

De första tre byggstenarna är grunden, dessa måste fungera för att det ska vara någon idé med att bygga på med de resterande två.



Vi går här igenom varje byggsten, varför den är viktig och vad som för att vi ska nå dit. Vi har också satt ett mål vad gäller när det ska genomföras.

7.1.1 Tillgängligt

De interna kanalerna ska vara tillgängliga i arbetsdatorn, i läsplattan, i den smarta telefonen, i privata datorn hemma, på digital skärm i lunchrummet - helt enkelt från den enhet som passar mottagaren bäst. Många efterfrågar också smarta funktioner i telefonen. I begreppet tillgängligt förutsätts också att informationen är kan nås snabbt och är begriplig men det anser vi är hygienfaktorer, därför tar vi inte upp dem närmare här.

Varför? Vi har olika förutsättningar i vår arbetsvardag, vissa sitter hela dagarna framför en arbetsdator, vissa använder enbart smart telefon medan andra inte har tillgång till dator alls under arbetstid.

Hur? Merparten av den information vi har kan ligga öppen på internet. Då blir informationen automatiskt tillgänglig för vem som helst och från vilken enhet som helst.

Visst innehåll (framför allt interna system som vi vill nå via den interna kanalen) bör ligga bakom inloggning. Detsamma gäller för samarbetsytor där vi lagrar arbetsmaterial.

Personliga inställningar, t.ex. att jag får information som rör min roll eller tillhörighet riktad till min startsida kräver av tekniska skäl inloggning (annars kan inte systemet veta vem jag är). Inloggning bör vara enkelt, gärna via användarnamn och lösenord (samma som i Nackas nätverk).

När? Lösning för att komma åt nuvarande intranät via inloggning ska vara på plats årsskiftet 2013/2014. Detta är brådskande eftersom 400 personer inom personlig assistans och förtroendevalda inte når KanalN alls idag. Ny plattform som uppfyller våra behov av tillgänglighet fullt ut ska vara på plats 2015.

Möjlighet att bjuda in externa parter till samarbetsytor (mycket efterfrågat) bör kunna genomföras 2014.

7.1.2 Lätt att hitta

Det är jättebra att jag kan komma åt den interna kanalen via läsplatta, smart telefon osv. men om jag inte hittar det jag är ute efter kommer jag tröttna ganska snart.

Varför? Informationen måste vara enkel att hitta, både via logisk struktur och via smart sökfunktion annars väljer människor andra vägar för att ta reda på saker. Det skapar frustration, merarbete och det finns en risk att människor får fel information.

Hur? Vi ska utgå från standarder när det gäller struktur. Funkas kommunprojekt har genom omfattande användartester kommit fram till en fungerande standard. Sökbarhet ska vara mycket högt prioriterat i projektet där vi tar fram ny plattform för interna kanaler. Vi ska ha tydliga riktlinjer för hur information ska taggas och klassas. Vi måste kanske satsa extra pengar på en extern sökmotor om den som ingår i plattformen inte håller måttet. En smart sökmotor ska kunna söka på personer, dokument, i arbetsgrupper och kanske även i sociala medier.

När? En sökfunktion som uppfyller behoven ska vara på plats tillsammans med den nya plattformen för interna digitala kanaler 2015.

7.1.3 Aktuellt

En kanal kan vara hur tillgänglig som helst och informationen kan vara lätt att hitta - men om jag inte kan lita på att innehållet är aktuellt, kommer jag inte använda kanalen i alla fall.

Här behövs inget varför, det är sunt förnuft! Våra enkäter och intervjuer visar tydligt att det finns ett missnöje med att viss information på vårt nuvarande intranät är inaktuell. Den behöver egentligen inte vara inaktuell alla gånger men om sidan inte uppdaterats på fem år orsakar det en osäkerhet hos mottagaren, ”kan jag lita på det här?”.

Hur? Det är helt kritiskt att vi skapar en organisation kring intranätet som tydligt anger vem som är ansvarig för en vilken information och att den personen också ansvarar för att informationen är aktuell. Chefer måste inse vikten av detta och tillsätta resurser för löpande uppdateringar.

När? Allt övergripande innehåll ska vara granskat och uppdaterat senast årsskiftet 2013/2014. Kvalitetsgranskning två gånger per år därefter. Intranätansvarig samordnar och påminner men chefer ansvarar för att medarbetare får tid att prioriterar detta.

7.1.4 Relevant för mig.

När vi uppfyllt de basala kraven på tillgängligt, lätt att hitta och aktuellt kan vi ta nästa steg i trappan, att innehållet ska vara relevant just för mig.

Varför? Alla ska kunna läsa och ta del av allt innehåll, öppenhet är grundläggande i Nacka kommun. Men för att förenkla för den enskilde bör det finnas möjlighet att först få se det som berör min personliga arbetsvardag. Genom att kunna styra information utifrån tillhörighet och roll (t.ex. chefer, lärare, omsorgspersonal, förtroendevalda, ekonomer osv.) förenklar vi för den enskilde medarbetaren. Att enkelt komma åt just de samarbetsytor som berör mig direkt från min personliga startsida är ytterligare ett sätt att förenkla. I våra enkäter och intervjuer har det varit tydligt att människor inte vill ha fler kanaler, de vill ha färre och enklare kanaler. Att samla allt det som berör just mig på en ”personlig” startsida gör att medarbetaren inte behöver ha koll på flera kanaler.

När? De mest basala kraven ska vara på plats tillsammans med den nya plattformen för interna digitala kanaler 2015. Det gäller styrning av information utifrån roll, grupp och organisatorisk tillhörighet samt möjlighet att välja egna länkar till system etc.

Det är möjligt att redan nu börja utveckla AD:t som en förberedelse för en kommande målgruppsanpassning.

7.1.5 Socialt

Ökade möjligheter till dialog och påverkan är en viktig förutsättning för att vi ska kunna agera enligt Nacka kommuns vision och grundläggande värdering.

Varför? I och med sociala mediers intåg i vår vardag har vi blivit vana vid att ha möjlighet att på ett enkelt sätt säga vad vi tycker, gilla vad andra gör, dela med oss

och berätta om våra egna erfarenheter. Att ha en digital kanal på jobbet där inget av detta är möjligt sänder fel signaler, ”hur är det med öppenheten?”, ”litar de inte på mig?”. Vi har idag Lync för chatt både för gruppdiskussioner och för att lägga ut statusrader om vad man arbetar med just nu. Vi ska utveckla användningen av Lync och integrera funktionen i medarbetarens personliga startsida. Därutöver behövs funktioner för att gilla, kommentera och dela material, något som är mer eller mindre standard idag.

När? Möjlighet för dialog ska vara på plats tillsammans med den nya plattformen för interna digitala kanaler 2015. (Gilla, kommentera, dela, integration av Lync).

7.2 Slutsatser och rekommendationer för externa digitala kanaler

Samma behovspyramid som används för intern kommunikation kan användas för extern digital kommunikation, men här med delvis annat fokus.

När det gäller grundstenarna, dvs. att möjligheterna till information och kommunikation ska vara tillgänglig, lätt att hitta och aktuell kan vi dra följande slutsatser utifrån det samlade material vi har kring extern digital kommunikation:

7.2.1 Tillgängligheten – mobilt är viktigast

Den mobila revolutionen är här för att stanna och efterfrågan kring att kunna nå oss och våra tjänster från olika mobila enheter är stark. Tankarna bakom vår mobilwebb var bra, men en av de starka synpunkter som finns kring den är begränsningen när det gäller mängden information, dvs. att det är vi och inte den enskilda besökaren som valt vad som syns/finns med där.

Utvecklingen av mobila applikationer har gått framåt snabbt och kanske påminner upplägget idag mer om en app än en webbplats? Idag kan vi se en stark efterfrågan av dels mer specialiserade appar (för evenemang, felanmälningsapp, nacka24 etc) och dels av en webb som funkar bättre på olika enheter.

Att utveckla webbplatser med responsiv design, där innehållet anpassas efter olika enheter, är en trend som det pratas mycket om idag. Komplicerade testförfaranden och höga kostnader gör dock att allt fler väljer att utveckla för mobile first, något som visat sig ha stora positiva följder oavsett om du når informationen via en mobil enhet eller ej. Den vägen rekommenderar även vi att vi går vid utvecklingen av en framtida webb och av enskilda applikationer.

Att finnas där målgruppen är handlar när det gäller extern digital kommunikation dock inte enbart om teknik, utan också om vilka kanaler vi syns i. Den snabba utvecklingen av digitala kanaler gör aktiva, strategiska kanalval allt viktigare.

7.2.2 **Aktuellt - snabb information på användarens villkor**

Att det material som finns i externa digitala kanaler ska vara aktuellt jobbar vi idag redan med på ett strukturerat sätt när det gäller externwebben. På www.nacka.se genomför vi årliga kvalitetsrevisioner för att säkerställa att materialet är aktuellt och relevant.

När det gäller extern kommunikation ser vi dock att kravet på aktualitet inte enbart handlar om att det som står på webben ska vara rätt och uppdaterat, utan också kan knytas till ett krav på att snabbt få tillgång till information och att kunna utföra saker själv när användaren vill.

Det handlar alltså om att dels öka upp svarstider på www.nacka.se. Både svaren på vår enkät och många av de synpunkter vi får in på andra sätt visar på att svarstiderna på www.nacka.se är alldeles för långa.

E-tjänster – att själv kunna välja när jag ska utföra saker

Enkätresultaten visar också på ett starkt intresse för väl fungerande e-tjänster. Att själv kunna utföra ärenden utan att behöva ta kontakt med någon är viktigt i dag, här handlar det om en kombination av relevant information och optimalt utvecklade tjänster. Fristående tjänster och applikationer kan i princip utvecklas redan idag om det görs på rätt sätt. Varje app eller e-tjänst kräver dock att man riggar ett separat projekt och avsätter en specifik budget för just det.

Responstider – ej kopplat till digitala kanaler

I sammanhanget vill vi också poängtera att ett av de största problemen som personer som besvarat vår enkät kring extern kommunikation har inte alls är kopplat till digitala kanaler. Vi har flertalet svar där medborgare berättar om hur man på olika sätt tagit kontakt med Nacka kommun, men aldrig fått svar på de frågor som ställts.

Här ser vi att vi har en stor kulturell utmaning framför oss, vi har idag en servicepolicy, men den tycks inte fungera fullt ut.

7.2.3 **Lätt att hitta – i många fall en SEO-fråga**

Att det ska vara enkelt att hitta information kan när det handlar om extern webb och de stora informationsmängder som vi har att göra med där brytas ner i två delar. Det handlar dels om att säkerställa att man har en logisk struktur på informationen och dels om att märka upp sidor och dokument för att göra det så enkelt som möjligt för sökmotorer att hitta dem.

När det gäller att få till en logisk struktur handlar det till stor del om att hantera inkomna synpunkter kring strukturen på ett bra sätt och att praktiskt användartesta både inför och efter strukturförändringar. Det är lätt att låta interna behov styra utan att testa och ifrågasätta tillräckligt, det är helt enkelt lätt att göra förändringar baserat på att någon har hört att **”man”** tycker...

När det gäller sökbarheten på www.nacka.se så har vi idag en bra sökmotor och vi jobbar på ett strukturerat sätt med sökmotoroptimering. Sökmotoroptimering handlar både om att skruva på det befintliga verktyg som vi har och att se till att man inom organisationen blir bättre på att märka upp sidor och dokument. Här ser vi att vi kan planera och genomföra utbildningsinsatser redan idag.

7.2.4 Relevant för mig - anpassat och personligt

Mellansteget i pyramiden, att skapa material som är relevant för den enskilde användaren handlar när det gäller extern digital kommunikation mycket om möjligheter att välja det jag vill se, om att kunna göra anpassningar av webbplatsen och att kunna prenumerera på viss information antingen via mejl, rss-flöden, push-notiser eller sms. Allt för att jag som användare ska slippa söka igenom stora mängder information. Även här är det så klart viktigt att informationen som finns är uppbyggd enligt en logisk struktur och att bra sökmöjligheter finns.

Men det finns också andra sätt att närma sig användare på. Ett av de sätt som våra inflytandepiloter poängterat mest och som vi även ser uttrycks i svaren på våra enkäter är efterfrågan när det gäller det personliga tilltalet. I den här förstudien har vi sett många synpunkter på att Nacka uppfattas som för opersonliga i sin kommunikation. Våra inflytandepiloter påpekade att vi behöver visa vilka vi är i ord och bild för att nå fram med vårt budskap och stärka vårt varumärke. Kanske behöver vi helt enkelt våga lite mer?

När det gäller Facebook har vi redan nu börjat jobba aktivt med att skapa ett mer personligt tilltal. Både på Facebook och nacka.se satsar vi mer på rörliga bilder, vi uppmuntrar till dialog och vi funderar på hur vi bäst kan jobba med Instagram.

Vi är övertygade om att vi med små medel ska åstadkomma en skillnad när det gäller hur vi uppfattas i sociala medier, något som kommer att ha en stark positiv effekt på Nacka kommun som varumärke.

7.2.5 Socialt - möjligheter till dialog och påverkan

Den översta delen av pyramiden, socialt, handlar när det gäller extern digital kommunikation mycket om att ta till vara på olika möjligheter till dialog och påverkan som finns och att utveckla flera.

Att uppmuntra till dialog och att öppna upp våra kanaler, att be folk att dela med sig och tycka till kan tyckas enkelt. Men innan vi gör det krävs det att det finns en organisation bakom som kan svara upp mot det behov som vi tror finns. Det behövs personella resurser som säkerställer att vi kan ta om hand de förslag och synpunkter som kommer in.

Här ser vi att vi redan nu kan påbörja ett arbete, men att vi i samband med framtida utveckling också bör satsa på att utveckla kommentarsfunktioner, möjlighet att integrera Twitter- och Facebookflöden etc.

7.3 Framgångsfaktorer

Baserat på vår situation med nuvarande leverantör för webb och på flera av de intervjuer som gjorts inom ramen för förstudien har vi identifierat följande framgångsfaktorer för lyckade projekt när det gäller extern digital kommunikation:

Kontinuerlig utveckling

Det är bättre för användarna att kontinuerligt göra små förändringar än att göra om precis allt vart femte år. Att mäta löpande, och göra mindre förändringar utifrån det man ser kommer med all säkerhet att skapa nöjdare besökare än vad vi får om vi satsar på stötvis utveckling. Det är ju givetvis en självklarhet, men vi vill ändå poängtera att en kontinuerlig utveckling kräver en separat budget för just det, det är annars lätt att utvecklingspengar äts upp av buggfixar och annat.

Vi vill också poängtera vikten av kontinuerlig utveckling, med dagens snabba tekniska utveckling finns det inte tid att ”vila” mellan projekt.

Ett stort projekt i taget

Baserat på erfarenheterna från Cyrus-projektet rekommenderar vi att man väljer att arbeta med ett större projekt i taget. Våra erfarenheter visar att vi inte har tillräckliga resurser internt för att bedriva flera stora projekt samtidigt, och att organisationen som helhet inte heller maktar med att ta till sig flera saker parallellt.

Det är givetvis möjligt att jobba med flera förstudier eller delprojekt parallellt, men när det handlar om större delar rekommenderar vi att man fokuserar på en sak i taget, implementerar, lanserar, utbildar och utvärderar innan man går vidare till nästa.

Standardfunktionalitet där det är möjligt

Vi är sällan så speciella som vi tror. Att utveckla eget innebär alltid en risk att man målar in sig i ett hörn, hamnar i beroendeställningar till specifika leverantörer och får svårt att uppgradera.

Vi rekommenderar därför att man väljer etablerade lösningar som är skalbara och som går att koppla till våra andra system. En fullständig integrering av system är inte alltid en nödvändighet, utan bör underordnas möjligheter att uppgradera eller byta ut system.

Av samma anledning rekommenderar vi att vi satsar på standardfunktionalitet i de system vi väljer.

Genom vårt deltagande i FunkaNu:s kommunnätverk ser vi också tydligt att de behov som finns inom kommuner i väldigt hög grad är gemensamma, och att det sällan finns skäl att frångå de strukturkoncept som tagits fram för intern- och externwebb där.

Samarbete med mindre, snabbfotade webbyråer

Vilken extern part man har för webbutveckling är avgörande, det visar både våra egna och andras erfarenheter.

Vi rekommenderar att man väljer att arbeta tillsammans med en mindre byrå, för att få en högre grad av personligt engagemang och kunna bygga långsiktiga, givande relationer för båda parter.

Vi tror också att den snabba tekniska utveckling som vi ser idag gör att man behöver jobba med ett agilt förfarande i högre utsträckning, och även av den anledningen är det bra att jobba med en mindre byrå.

Intern teknisk kompetens

När det gäller teknisk kompetens ser vi att det är en framgångsfaktor hos många andra för att snabbt kunna anpassa och utveckla mindre delar av webblösningar. Vi rekommenderar därför att man utökar den tekniska kompetensen internt kring de lösningar man väljer.

Samspel internt kring digitala kanaler

Vår slutsats är också att systemägare och systemförvaltare behöver samspela bättre för att få en samsyn på våra digitala kanaler. Idag är förvaltarskap, ansvar och budget för olika kanaler spritt vilket gör det svårt att göra strategiska prioriteringar.

Här behöver vi få till en organisation som kontinuerligt fångar upp behov och vi behöver tydliggöra beslutsinstanser kring digital utveckling. Någon behöver äga frågan om prioriteringar och resurser.

Vi behöver ta fram en kanalstrategi som beskriver vilka kanaler vi har, vad de används till, vem som ansvarar, hur de prioriteras mm. Kanalstrategin är viktig för att vi ska få en tydlighet och kunna styra utvecklingen mot lösningar som lever upp till Nacka kommuns behov.

Samverkan med andra kommuner, dela data där det går

Genom deltagande i FunkaNu:s nätverk och på olika branschdagar kan vi konstatera att det finns otroligt mycket kunskap hos många människor. Genom att samverka aktivt med andra kan vi få ”gratis” erfarenheter som skulle kunna vara kostsamma att göra på egen hand, och återigen kan vi konstatera att vi sällan är så unika som vi tror.

Av samma anledning rekommenderar vi att vi där det är möjligt öppnar upp data.

Genom att låta de som vill utveckla digitala tjänster med våra data gör vi det möjligt för våra kommunmedborgare att få ta del av nya tjänster utan att vi själva betalat för utvecklingen. Att öppna upp data är prioriterad fråga i kommun-Sverige, SKL driver och samordnar ett projekt kring detta där Nacka deltar.

8 Bilagor

Till rapporten finns ett antal bilagor för den som vill fördjupa sig ytterligare:

- Uppdragsbeskrivning och rapport.
- Omvärldsbevakning Digitala kanaler.
Intervjuer med andra organisationer.
Responsive web design.
- Anteckningar från studiebesök.
- Intervjuer med personer inom den egna organisationen.
- Ungt inflytande, Morgondagens digitala kommunikation.
- Enkätdata, råmaterial och rapporter.

Öppenhet



POSTADRESS
Nacka kommun, 131 81 Nacka

BESÖKSADRESS
Stadshuset, Granitvägen 15

TELEFON
08-718 80 00

E-POST
info@nacka.se

SMS
716 80

WEBB
www.nacka.se

ORG.NUMMER
212000-0167