

Checklista

Kommunikationsavdelningen

2020-06-08

Checklista för intern kommunikation av projekt

Planera kommunikationen redan vid projektstart

God kommunikation, såväl inom en projektgrupp som med ett projekts avnämare, är viktiga förutsättningar för att lyckas med ett projekt. Redan i planeringen bör man därför fundera igenom vilka projektet behöver kommunicera med? Försök då att se projektet med en utomstående betraktares ögon och tänka igenom vad olika funktioner/målgrupper behöver *veta* (kännedom), *kunna* (kunskap), *tycka* (attityd), *göra* (beteende) för att projektet ska uppnå sina mål. Tänk särskilt igenom hur ni kan tillgodose den delaktighet för medarbetare som universitetet eftersträvar enligt det lokala avtalet med de fackliga organisationerna om samverkan. Om projektet innebär en förändring som det ska genomföras en riskanalys på bör ni även ta ställning till hur den ska kommuniceras. Det är även bra att identifiera framgångsfaktorer för kommunikationen som exv. att nyckelpersoner för projektet är insatta och kan fungera som ambassadörer.

Målgrupper och budskap – tänk igenom vem som behöver veta vad

Lista de funktioner/nyckelpersoner som behöver känna till och/eller vara direkt involverade i projektet. Fundera igenom vad de behöver *veta*, *kunna*, *tycka*, *göra* och hur ni bäst når dem – se listan nedan med kanaler.

- Tänk igenom om de olika målgrupperna har olika behov och/eller förutsättningar som ni behöver ta hänsyn till i kommunikationen. Vilka förkunskaper har de, är de positiva/negativa till projektet, kan de tänkas vara intresserade eller ointresserade? Finns det sådant som alla behöver veta. Finns behov av information på engelska?

Formulera huvudbudskap så att de fångar intresset, är lätta att förstå och visar på nyttan med projektet och vad den enskilde eventuellt förväntas göra. Tänk på att anknyta till målen för projektet och övergripande mål för Mittuniversitetet.

Tänk igenom tilltal och ton. Repetera gärna huvudbudskapet/n men kom ihåg att göra det med variation. Kommunicera gärna i en "flerstegsraket", så att du stegvis bygger på med mer information, och med tajming, dvs. rätt information vid rätt tidpunkt.

Uppföljning – stäm av hur kommunikationen fungerar under projektiden

Under projektets gång är det viktigt att följa upp kommunikationen och ta ställning till om ni behöver förändra/komplettera kommunikationsupplägget. Det kan exempelvis handla om att följa upp webbstatistik för att se hur många som besökt en sida med information om projektet eller att kontakta några relevanta personer inom universitetet för att samla in deras åsikter och reflektioner om hur kommunikationen funkade. Enkätundersökning kan också vara motiverat i mer omfattande projekt.

Välj rätt kanal för den interna kommunikationen

Kanaler	Typ av kommunikation kanalen passar för och effekt den kan ge
Digitala	<i>Webb, e-post och digitala samarbetsytor är snabba kanaler som förutsätter att mottagaren är aktiv och söker/läser/delar information. Innebär också att information som redan finns enkelt kan göras tillgänglig för fler, är sökbar och främjar delaktighet.</i>
miun.se/medarbetare	Tillgängliggöra information, ge kännedom och öka kunskap.
miun.se/medarbetare – Medarbetarinfo	Ge övergripande information till alla medarbetare för att öka kännedom
miun.se/medarbetare – Mina nyheter	Riktad information till utvald/a grupp/er.
miun.se/medarbetare – egen projektsida och/eller Teams	Tillgängliggöra dokument, underlag, manualer o. dyl.
Teams och kompletterande O365-tjänster	Kommunikation och samarbete online i realtid för exv. möten och att jobba tillsammans i ett dokument. Samarbetsytan är chattbaserad och kan byggas på med tillämpningar som gruppen behöver exv. planeringsverktyg.
E-post och chatt	Personligt riktad information till en person eller en utvald grupp. För generell info som berör alla är miun.se/medarbetare huvudkanal. Massutskick via e-post ska användas endast i undantagsfall.
Bloggar, poddar, film	Personligt sållad och tolkad info, för att exv. utbilda, förklara och "pusha".
Webbformulär, enkäter	Att samla in information och underlag med enkäter och formulär är i sig också en form av kommunikation om att ett projekt pågår.
Muntliga	<i>Information som kräver närmare förklaring eller som leder till känslomässiga reaktioner bör ges muntligt. Muntliga kanaler är lämpliga för att exv skapa förståelse, påverka, utveckla idéer, ge personlig kritik, arbeta fram förslag, tolka mål och starta processer. Det är möjligt att skapa omedelbar dialog, få fram olika uppfattningar och klara ut missförstånd direkt.</i>
Ledningsgruppsmöten	För att förankra, ha dialog om genomförande och förmedla underlag som cheferna kan ta vidare.
Personalmöten – APT	Ge möjlighet till delaktighet. Chef kan ta frågor vidare i linjen.
Workshops – utbildningsträffar	För att samla in erfarenheter och idéer, förankra och implementera. Ger goda möjligheter till dialog.
Informella möten – exv. fikaraster	Här tolkas ofta den information som ges. Den som lyssnar av kan märka om kommunikation nått fram eller behöver kompletteras.
Ambassadörer/champions	Interna experter som har hög kunskap om det projektet gäller och finns ute i verksamheten och kan ge stöd.
Skriftliga/tryckta	<i>Skriftliga pappersbaserade kanaler används för saklig information av generell karaktär. Alla får samma budskap som kan sparas och tas del av senare. Nackdelen är att det är envägskommunikation. Avsändaren missar mottagarens omedelbara reaktion på budskapet och möjligheten att klara ut feltolkningar.</i>
Anslagstavla personalrum	Som komplement till annan kanal, för att förstärka ett budskap eller nå ut med exv en angelägen inbjudan.
Broschyrer/foldrar	Saklig information som kan sparas och bekräftar vad som gäller.
Brev	Personligt riktad information, understryker att det är riktad till mottagaren.

Checklista – åtgärder för kommunikation av projekt

- Har tagit ställning till om projektledare eller någon annan i projektet ska vara kommunikationsansvarig.
- Har identifierat vilka kommunikationsaktiviteter som behöver genomföras för att förankra, och genomföra projektet samt för att införa och befästa/förstärka det som projektet syftar till.
- Har lagt in de kommunikationsaktiviteter vi kommit fram till, inklusive vilka kanaler som ska användas, i projektets tidplan och åtgärdslista samt utsett ansvarig för genomförandet av respektive aktiviteter.
- Har formulerat de huvudbudskap som behöver kommuniceras om projektet.
- Har skickat in underlag om projektet via projektstödsidan för publicering i projektlistan på medarbetarsidorna på miun.se med pågående projekt; <https://medarbetarportalen.miun.se/universitetet/utvecklingsarbeten/projektstod/>
- Har följt upp kommunikationen under projekttiden och tagit ställning till eventuella behov av justeringar och/eller kompletteringar av kommunikationsplaneringen.