

HÅNDBOK FOR
INTERNKOMMUNIKASJON
MED SMARTSIGN



God internkommunikasjon skaper vilje til endring, motivasjon og deltakelse. Dette er viktige drivkrefter for at mennesker skal oppfinne nye produkter, gjøre sitt beste for å selge, overbevise, lære fra seg og gi service og kunnskaper. Resultatet blir fornøyde kunder eller samfunnsborgere og en lønnsom virksomhet

Smartsign leverer en pakke som har som mål å takle utfordringer forbundet med internkommunikasjon. Den inneholder både verktøy for internkommunikasjon og kommunikasjons- og ledelseskompetanse.

Håndbokens formål er å hjelpe deg med å planlegge og lage budskap ved hjelp av Smartsigns maler på skjermene dine.

1.

PLANLEGGE OG
PLASSERE
SKJERMENES
PLASSERING

Hvor er mennesker mest tilgjengelige? Lag et prosesskart for en arbeidsdag med utgangspunkt i ulike arbeidsgrupper. Finn de beste stedene å formidle ulike budskap. Er det ved kaffemaskinen, i kantinen, ute i produksjonen eller kanskje rett og slett i garderoben? Med en plan for hele uken kan du forberede budskap og tidsplanlegge dem, slik at kommunikasjonen din blir automatisert for alle ukens arbeidsdager. Du kan naturligvis foreta justeringer i løpet av uken.



Inngangsparti



Garderobe



Kaffeautomat



Verksted

Et prosesskart kan se slik ut



Inngangsparti



Kantine



Toaletter



Verksted

2.

LAGE RUTINER

Mange synes at det vanskeligste med internkommunikasjon er å identifisere det som er relevant å kommunisere. Ta derfor utgangspunkt i møter der virksomheten diskuteres og beslutninger tas.

Lag en rutine der møtet avsluttes med spørsmålene:

Rutinespørsmål

- Hva skal kommuniseres?
- Til hvem?
- Hvem er ansvarlige for dette?



3.

IDENTIFISERE INFORMASJON

Det er alltid NOE å kommunisere. Av og til kan informasjonen være "akkurat nå har vi ingen informasjon om dette spørsmålet, men om noen uker vil vi ha det". Tenk på at spekulasjoner og informasjonsmangel koster penger. At medarbeidere bruker tid til å bekymre seg i stedet for på jobben. Personlig kommunikasjon kan gjøre underverker. "På møtet i dag snakket vi om hvor fantastisk bra det går akkurat nå, takk for innsatsen!"

Eksempel på relevant informasjon

- Noe som angår hverdagen min (arbeidsplass, rutiner, lederskap, arbeidsoppgaver, kolleger, økonomi, virksomhetsutvikling)
- Noe nytt som skjer (besøkende, ny på jobben, nytt oppdrag/prosjekt)
- Noe viktig som skjer (som må kommuniseres raskt)
- Noe hyggelig som skjer (alle former for oppmuntring og takknemlighet som får meg til å føle meg vel)
- Personalspørsmål (fordeler/goder, opplæringsmotivering/aktiviteter, invitasjoner, påminnelser osv.)

4.

SKRIV FOR Å NÅ UT

Tone

Bestem deg for hvilken tone du vil bruke. Ofte angir bedrifter i sin grafiske profil hvilken tone som skal gjelde i bedriften. For internkommunikasjon anbefales det å være personlig. Skriv som du snakker.

Skriveregler

- Skriv alltid i du-form, uansett om du henvender deg til en hel avdeling, og unngå Du med stor D. Mottakeren er alltid en person.
- Skriv ALDRI med STORE BOKSTAVER, det er det samme som å rope.
- Skriv kort, og fjern unødvendige småord. Mange har en tendens til å skrive langt og kronglete.



5.

SPØRSMÅL Å TENKE PÅ

Spør deg selv hvordan du vil kommunisere. Tenk på hvilken stemning du vil formidle med informasjonen. Er den glad, nøytral eller alvorlig? Allerede her får mottakeren et signal om hva det dreier seg om.

Hovedbudskapet (Hva skjer?)

Beskriv emnet kort utfra hva det betyr for bedriften og for deg. Begynn med en sammenfattende og beskrivende overskrift.

Sammenheng (Hvorfor skjer dette?)

Gi bakgrunnen for informasjonen din. Hvis det dreier seg om en endring, må du forklare hvorfor denne endringen skal skje.

Din verden (Hvordan vil det skje?)

Beskriv hvordan det påvirker enkeltpersoner og hvordan det vil skje.

Målbildet (Hvordan blir det når vi er fremme?)

Beskriv målet og hva det skal føre til. Et viktig steg for å forankre en nyhet.



6.

VIS VED RIKTIG ANLEDNING

Det er viktig å time budskap riktig. Virksomhetsrelevant informasjon vises med fordel nær virksomheten, og ulike budskap bør times slik at mennesker passerer dem, f.eks. i pauser, ved lunsjtid, på begynnelsen og slutten av dagen. Planlegg i forkant og vær klar. Tenk på at du har muligheten til å skape en god følelse, og gjør det ofte!



7.

**FØLG OPP OM
BUDSKAPET
DITT ER
KOMMET FREM**

Prøv deg frem ved å spørre om de personene du vil nå, virkelig har sett budskapet. Inkluder også spørsmål i medarbeiderundersøkelser som angår internkommunikasjon for å se at du virkelig lykkes med å møte mennesker der de er mottakelige. Hvis ikke – foreta endringer.



8.

TILGJENGELIGE
MALER

Malene finnes i flere utførelser, med stor fleksibilitet. I alle maler kan du bl.a. endre farger, tekster og legge inn bedriftens logo. Akkurat nå har vi maler for informasjon, menyer, besøkere og RSS-nyheter, og Smartsign utvikler hele tiden nye maler for å gi deg enda bedre muligheter.



Informasjonsmaler i flere ulike varianter

Disse malene kalles også mood-maler, for i tillegg til informasjon viser de symboler som viser om nyheten er hyggelig, alvorlig eller nøytral.



Flere "dagens meny"-maler

Her publiserer du enkelt ukens meny i kantinen eller andre steder der medarbeiderne spiser eller tar pauser.



Ulike "dagens besøk" eller møte-maler

Med disse malene kan du enkelt og raskt publisere hvilke besøk eller møter som skal foregå denne dagen.

9.

KUNDESTØTTE OG KURS

Smartsign tilbyr førsteklasses service og teknisk støtte. Vi satser stort på å utvikle oss sammen med kundene våre, og du får enkelt svar på spørsmålene dine hos vår kundestøtte. Vi avholder ukentlige online-kurs der du kan lære deg å bruke verktøyet. Disse online-kursene alltid gratis for kundene våre. På hjemmesiden vår kan du lese mer om hvordan du kontakter kundestøtten eller bestiller et online-kurs.



10.

KJERNEN ER SMARTSIGN DISPLAY MANAGER

Det skal være enkelt å styre sine digitale skilt, og løsningen for digitale skilt heter Smartsign Display Manager. Den gir deg enkel og rask kontroll over digitale skilt for internkommunikasjon. Med Smartsign Display Manager styrer du budskapet ditt, og du kan levere det akkurat som du ønsker. Plattformen er ekstremt stabil og fleksibel og passer for alle bransjer. I tillegg er den brukervennlig, så alle i bedriften kan bruke Smartsign for å informere og inspirere.



11.

PRODUKTENE

Smartsign Display Manager fås i to ulike versjoner. Standard og Pro. Hvis man velger Standard, kan man vise innholdet sitt i fullskjermformat. Hvis man velger Pro-versjonen, har man også mulighet til å dele opp innholdet i flere lag og områder på skjermen.

Smartsign Display Manager	Standard	Pro
Visning av innhold i flere lag og på flere områder	—	✓
Ansvarsstyring for flere lag og områder	—	✓
Skjerm-layout som kan tilpasses	—	✓
Visning av innhold i fullskjermformat	✓	✓
Ubegrenset antall brukere	✓	✓
Enkelt publiseringssystem	✓	✓
Kalendergrensesnitt	✓	✓
Smartsign Sync*	✓	✓
Mediabibliotek	✓	✓
Støtter alle Smartsigns filformater**	✓	✓
Skytjenester via Microsoft Azure	✓	✓
Mulighet til lokal installasjon	✓	✓
Støtter Active Directory med lokal installasjon	✓	✓
Passer for små og store installasjoner	✓	✓

* Synkroniser innhold i mapper på datamaskinen eller serveren din, slik at det vises automatisk på skjermene dine.

** Filformatene er PDF, DOC, XLS, PPT, JPG, PNG, RSS, URL, samt de fleste videoformater.

12.

KONTAKT OSS

Bestill en personlig demo av Smartsign Display Manager

Vi gjennomgår trinn for trinn hvordan du kan bruke våre smarte løsninger til nettopp dine behov. Når du bestiller en demo, kontakter vi deg for å finne ut hvilke behov du har og arrangerer en online-demo. Dette gjør vi ofte samme dag, via Internett.

Send en e-post med navnet ditt, bedriftens navn og telefonnummer til info@smartsign, så kontakter vi deg om din personlige demo.

Bestill Smartsign Display manager allerede i dag

Vill du begynne å bruke Smartsign Display Manager til dine digitale skilt? Ta kontakt, så hjelper vi deg å finne riktig forhandler.

**anne-mette.sorum@smartsign.se
+47 95 145 136**



www.smartsignmanager.com