



**exait**





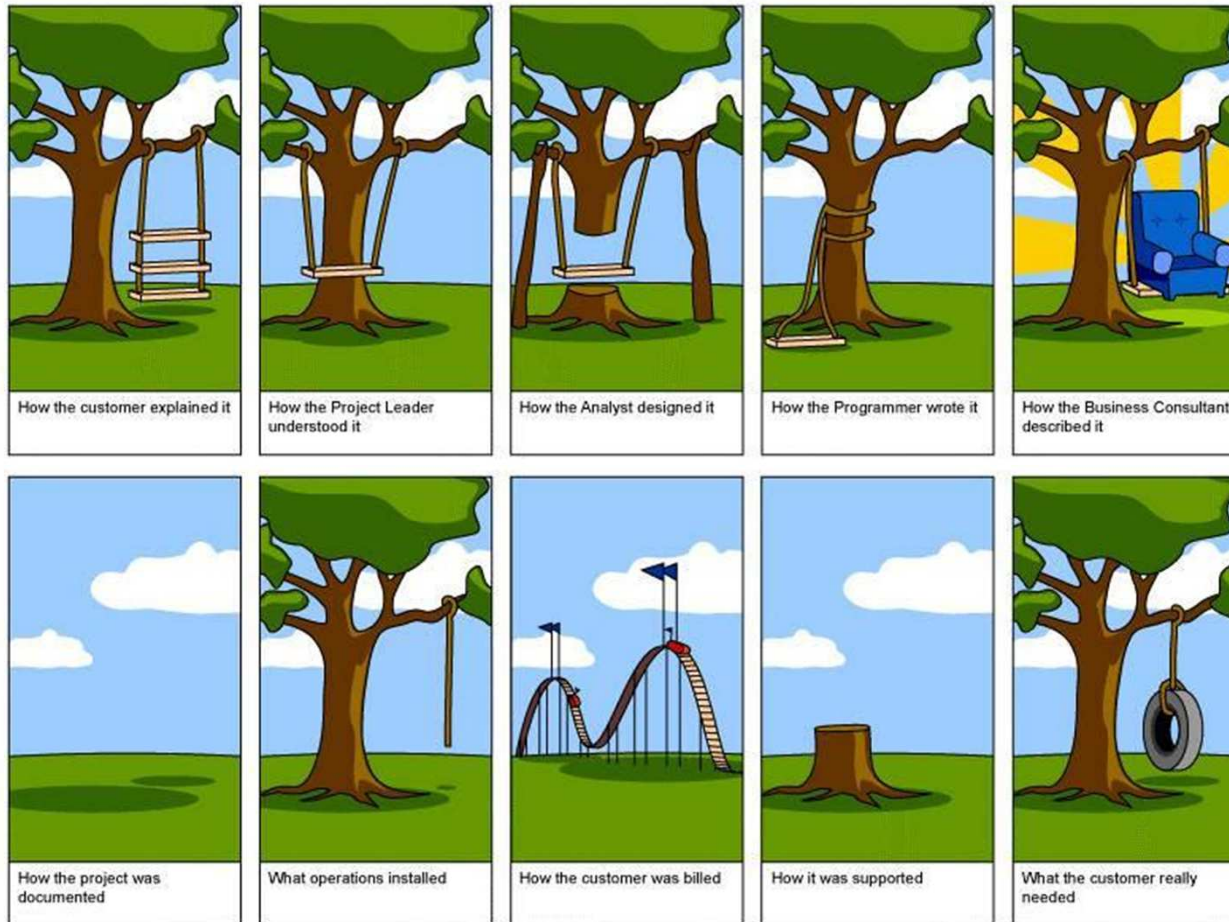
**exait**

# **Kommunicera mera**

Så blir kraven verklighet



## En klassiker att utgå från



**exait**



**exait**

# Kommunikation


**Envägskommunikation**



**Dialog**



# Att kommunicera krav

- Systemet ska följa verksamheten – inte tvärtom
  - Gemensam terminologi – för vilka?
  - Vem ska vi lyssna på? (Intressentanalysen)
  - Hur ska vi nå ut? Och hur ska andra nå oss?
  - Hur undviker vi att alla pratar men ingen lyssnar?
  - Har vi filter på vägen?
  - Implicita krav – sådant vi tar för givet
  - Explicita krav – sådant vi förstår att vi måste berätta
- 

**exait**

# Vad kan kommunikation vara?



## Kommunikationens byggstenar

- Vad ska vi kommuniceras?
- Vem ska vi kommunicera med?
- När ska vi kommunicera?
- Hur ska vi kommunicera (vilka kanaler)?



## Standard för kommunikation

- Vad är det vi behöver kommunicera?
  - Vilka övergripande budskap(huvudbudskap) är det som ska föras ut?
  - Vad bygger vi våra budskap på (rapporter, mätningar, nyckeltal med mera)
  - Finns det några problem med att föra ut dessa budskap?
  - Hur är de budskap som ska föras ut kopplade till företagets strategier och mål?
- Vad är målet och vem är målgruppen?
  - Har vi en eller flera målgrupper? (Marknaden, andra intressenter)
  - Vem vänder vi oss till?
  - Vilka behov, kunskaper, förutsättningar och önskemål har de olika målgrupperna?
  - Vad vill vi förändra?




## Standard för kommunikation


- Vilken strategi är bästa vägen?
  - Hur når vi bäst respektive målgrupp?
  - Hur vill de delges informationen (muntlig, skriftlig, digitala kanaler)?
  - Ska det vara en snabb kommunikationsprocess eller är den djupare och mer långsiktig?
- Vem ska säga det?
  - Vem är den bästa bäraren av budskapet (organisationen som helhet eller en enskild individ, ex. VD)?



## Standard för kommunikation

- Vad ska sägas?
    - Vilket är det mest begripliga, intressanta och användbara budskapet? (Sett ur respektive målgrupps synvinkel).
    - Har vi mätresultat eller resultat från rapportering enligt valda standarder som ska kommuniceras?
  - Hur ska det sägas?
    - Vad går hem hos respektive målgrupp: förnuft eller känsla, fakta eller upplevelse, bild eller skrift?
  - Var ska det sägas?
    - Vilka kanaler har jag tillgängliga? (Reklamkampanjer, webb, nyhetsbrev, föredrag...)
    - Vilken mix av kanaler ska jag använda?
- 

## Standard för kommunikation

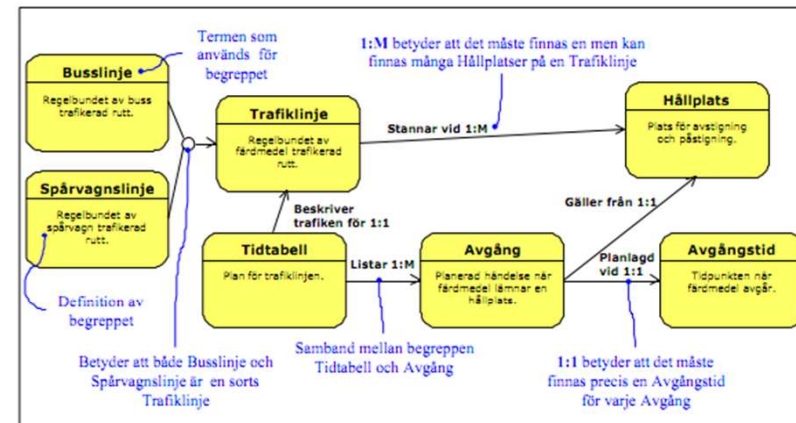
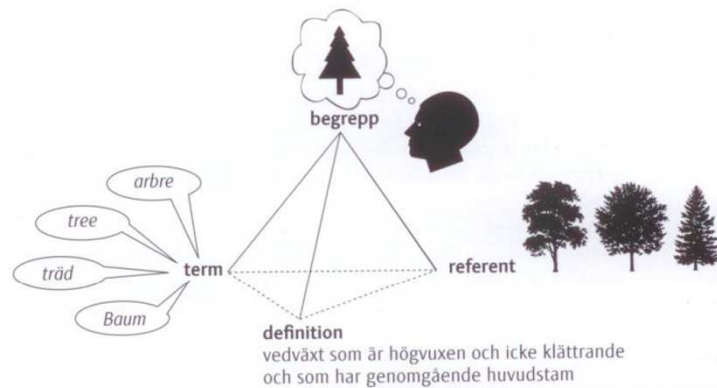
- När ska det sägas?
    - När ska insatsen genomföras för att uppnå bästa möjliga resultat?
  - Vilka störningar kan man förutse och hur undviks de?
  - Vad kostar det?
    - Vilka resurser finns, i tid, pengar och människor?
    - Står kostnaderna i rimlig proportion till det jag vill uppnå?
    - Vad kostar det att låta bli?
  - Hur kan effekten kontrolleras?
    - Hur ska resultatet följas upp?
    - Var finns de kritiska kontrollpunkterna?
- 

## Viktigt för skriftlig kommunikation

- Språket måste vara korrekt
- Texten ska vara kortfattad och koncis
- Texten ska vara komplett och fullständig
- Texten ska vara tydlig, med lämpliga ordval



## Begreppsmodeller – Objektmodeller – Informationsmodeller



### AKTIVITET

Något som skall utföras i ett visst ÅTAGANDE (i ett givet AVTAL).

Vilka aktivitetstyper som gäller beror på de åtagandetyper som avtalet omfattar, dvs avtalets åtaganden.

Genom en aktivitets koppling till en tidsserieprodukt (via aktivitetstypen) och avtalets urvalsobjekt kan tidsserieidentiteter skapas.

### Sammanhang där aktivitet förekommer:

Varje AKTIVITET måste vara av en och endast en AKTIVITETSTYP

Varje AKTIVITET måste gälla i ett och endast ett ÅTAGANDE

Varje AKTIVITET kan utföra en och endast en BERÄKNING

Varje AKTIVITET kan utföra en och endast en DISTRIBUTION

Varje AKTIVITET kan ha som mål en eller flera TIDSSERIEIDENTITETER

Varje AKTIVITET kan skapa ett eller flera VÄRDEN

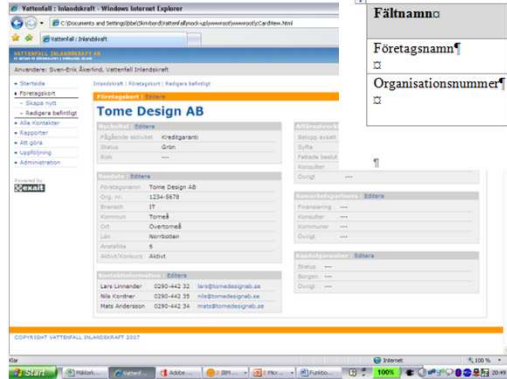
## Verktyg för att prata samma språk

- Terminologi
  - Begreppsanalys
  - Definitioner
  - Termer
- Visualisering
  - Prototyping
  - Processmodeller
  - Informationsmodeller



# Det praktiska exemplet - Inlandskraft

# exait



Följande fält ingår i "Basdata"

Fältnamn	Typ av fält och värden	Obligatoriskt	Felmeddelande	Kommentar
Företagsnamn	Fritextfält	ja	"Företagsnamn saknas"	
Organisationsnummer	Fritextfält	ja	"Organisationsnummer saknas" Om organisationsnummer	



Hej och hopp

Nu så har jag äntligen lyckats hitta en stol, en dator och en lugn stund, så här kommer tidsestimaten:

Jaga bort troll och tomtar ur systemet - kostnad 17 000

- Särskilja vyer för aktiva och avslutade projekt (liksom företagskort)
- Festet för aktiva affärsutvecklingsinsatser
- Säkerställa att samtliga användare kan radera kontaktkort
- Säkerställa via drifrutin att inga processer går på servern under dagtid (dessa skall förläggas utanför arbetstid)
- Säkerställa rutin för mailhantering (för att kvalitetssäkra förändringsprocessen)

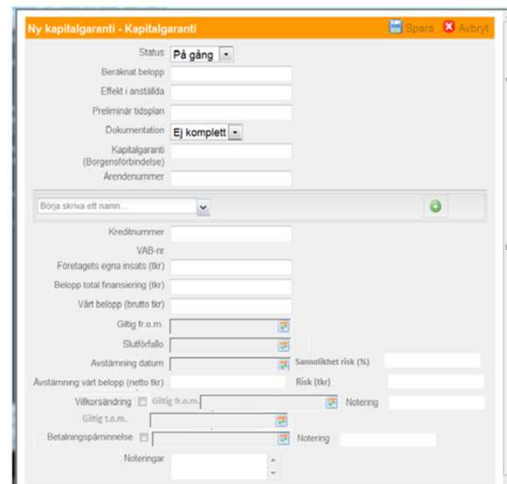
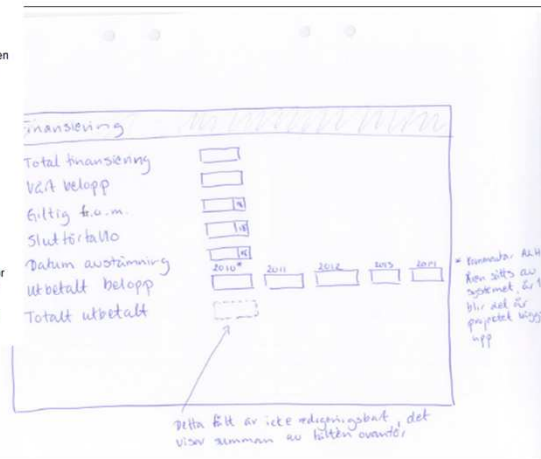
Förändring affärsutvecklingsinsatser - kostnad 46 000

- Möjlighet att ange avsatt belopp för upp till fem år
- Funktion för att ange det belopp som betalas ut, funktionen skall stötta användaren genom att räkna samman detta belopp med belopp som redan betalats ut under året (kortet visare sedan det som betalats ut totalt under året)
- Fält för totalt utbetalt (samtliga aktuella år)
- Lopnummer ändras till ordernummer
- Avstämningsbelopp i faktiskt belopp (se separat mail...)
- Avstämningsbelopp och utbetalt belopp förs över till rapport för aktiva affärsutvecklingsinsatser

Att genomföra korresponderande förändringar i projektkortet - kostnad 14 000

Förändring av vyhantering och datumangivelse - kostnad 27 000

- När man arbetar mycket mot en viss lista vill man att systemet ska ha funktion för att underlätta för användaren att återvända till den lista man just använde (på den plats i listan man var och sorterad på det sätt man valt)
- Datum skall gå att ange med kalender eller genom att användaren själv skriver in datum (kontroll av korrekt format skall ske)



## Förslag ny utformning

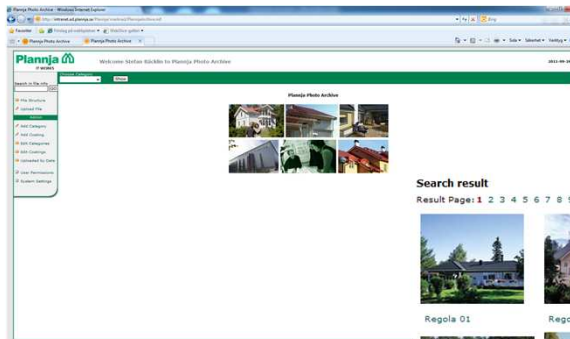
Fältet Risk (tkr) är låst, fylls i av systemet. Värdet beräknas som angiven procentsat av det belopp som fylls i under Avstämmning vårt belopp (netto tkr)

Fältet Amorteringsbefrielse tas bort



# Det praktiska exemplet - Bildarkivet

# exait



Choose Category  
Photos - All - Show

< Back Save

**New document**

Display name:

Main category:

Date:

Address/origin:

Free text description:

Upload file:  Bladdra...

**Additional info**

Coating system:

Colour code:

Colour:

ELDISTRIBUTION

Års Ladd

Linje  
 Station  
 Öring


VÄTTERFALL

Skiv och skil tid...

Skapa nytt

- Vätterfall--bildarkivet → → → 2008-11-11**
- Anläggnings specifika bilder
- Ny "upload" funktion för enklare upplagg av bilder. Vanligt med 10 bilder
  - Vill se bilderna före man sparar dvs någon typ av "preview"
  - Vid markering av länk i sökresultatet ska en miniatyr visas
  - Krav på 2 st kategorier (nivåer). Undernivåer skall vara valbara om man vill
    - Region
    - Station/Linje
    - Anpassad kategorisering utifrån område...
  - Ej fler kategorier (finns 5 idag)
  - Kunna läggs till en kommentar till varje fil (ej obligatorisk)
  - Ingen versionshantering--löser med arbetsätt
  - Ta bort "original" finns hos
  - Länk till manual (ev. bifogad fil)
  - Läsare, skapare & admin roller
- Övriga förutsättningar
- Eigen instans (sv)
  - Samma server som DocLib - serverlicens nödvändig (tjänar tid i bl a. utveckling av sökfunktion samt i säkerhet)
  - Gemensam sökfunktion med DocLib
  - Rensning sker av respektive ansvarig
  - Beslut om eventuell migrering tas efter genomgång
- Utveckling i första hand i Joomla D med stöd av Stefan. Sökfunktionen utvecklades av Conny

## Att tänka på

- Kommunikation är iterativt – vi har aldrig kommunicerat klart
  - Kommunikation sker bäst utan filter!
  - Kommunikation ger intryck – var klar över hur du ska dokumentera intrycken
- 



**exait**


# Kommunikationsradion



Sändare



Mottagare

- Vad vill jag ha sagt?
  - Vad vill mottagaren veta?
  - Vad vet jag att de behöver veta?
  - Hur ska de förstå och göra rätt?
- 



**exait**

# Vad jag sluppit höra!

Det där har vi inte beställt!

Så där trodde jag inte det skulle se ut!

Det där tänker vi inte betala för!





# exait

## Tack för mig!



Åsa Lindh  
[asa.lindh@exait.se](mailto:asa.lindh@exait.se)  
070-109 24 09

