HÖGSKOLAN SKÖVDE
Institutionen för teknik och samhälle

Butikschefsprogrammet
Examensarbete 15 hp, B-uppsats, VT - 08

Intranät

Vilka konsekvenser får ett intranät för kommunikationen i en mångfilialkedja?

Studieort: Varberg

Studiegrupp: Grupp 8

Författare: Rebecca Nylén

Examinator: Marianne Kullenwall

Handledare: Margareta Boström

Sammanfattning

I organisationer är det av mycket hög betydelse att kommunikationen och utbyte av information fungerar bra, och ett medel som kan främja den interna kommunikationen är ett intranät. Dock finns vissa problemområden som bör beaktas och tas hänsyn till när intranät ska agera som främsta kommunikationskanal. Om användarna upplever brister i intranät som kommunikationskälla, måste de intranätansvariga inom organisationen åtgärda dessa problem.

Uppsatsens undersökning går ut på att jag har besökt sex olika butiker som tillhör en mångfilialkedja, för att se vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen. Jag intervjuade både anställda och butikschefen i butikerna för att få deras syn på intranät som kommunikationskanal. För att få fram så bred information som möjligt och för att kunna ge ett så pålitligt resultat som möjligt höll jag även en intervju med de intranätansvariga inom kedjan.

Syftet med uppsatsen är att undersöka vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja. Jag ser på intranätet i termer av kommunikation, arbetsredskap och processer, snarare än som ett nätverk av datorer. Jag ville även se om det kunde finnas brister i ett intranät som kommunikationskälla tillhörande en mångfilialkedja, och om det är brister som kan åtgärdas.

Den största positiva konsekvensen ett intranät får för kommunikationen, som jag kunde tyda utefter mina empiriska resultat, är att informationen kommer fram fortare till de anställda via ett intranät och att informationen finns lättillgängligt och samlad på ett och samma ställe.
Den största negativa konsekvensen är att de äldre inom en mångfilialkedja inte kan ta till sig den viktiga informationen, på samma sätt som de yngre i kedjan, då de äldre i regel inte har någon vidare datorkunskap eller engelskkunskap. Eftersom många som jobbar i denna typ av butik tillhör den äldre generationen, och datorkunskap och engelskkunskap inte fanns som ämnen under deras skoltid, är detta problem för kommunikationen i kedjan.

Innehållsförteckning

1 Inledning 3
1.1 Bakgrund 3
1.2 Problemformulering 4
1.3 Syfte 4
1.4 Avgränsningar och perspektiv 5
1.5 Undersökningen 5
1.6 Definition av begrepp och ord 7
1.7 Disposition av uppsatsen 8
2 Teoretisk referensram 9
2.1 Kommunikation 9
2.2 Kommunikationskanaler 11
2.3 Intranät som investering för organisationen 13
2.4 Intranätets innehåll, struktur och funktion 14
2.5 Utbildning för användandet av ett nyinförskaffat intranät 15
3 Metod 17
3.1 Undersökningsmetod 17
3.1.1 Val av undersökningsmetod 17
3.1.1.1 Öppna individuella intervjuer 18
3.2 Undersökningen 19
3.2 Urval 19
3.2.1 Kritisk granskning av urvalet 20
4 Empiri 21
4.1 Intervju med butikspersonal 21
4.2 Intervju med butikscheferna 27
4.3 Intervju med webbmastern och projektkoordinatorn 29
5 Analys 33
5.1 Införandet av ett intranät 33
5.2 Intranätets konsekvenser på kommunikationen i en organisation 34
5.3 Innehållet, strukturen och funktionerna i ett intranät 37
5.4 Personalutbildning av ett intranät 38
6 Slutsats 40
7 Rekommendationer/diskussion 42
Bilagor 48
Intervju med de anställda i butik A 48
Intervju med de anställda i butik B 57
Intervju med de anställda i butik C 68
Intervju med de anställda i butik D 79
Intervju med de anställda i butik E 92
Intervju med de anställda i butik F 102
Intervju med butikscheferna i butik A-F 109
Intervju med Webbmastern och projektkoordinatorn 120
Kompletterande frågor till intranätansvariga 127

1 Inledning

Underrubrikerna som uppsatsen är uppbyggd på ska ge läsaren förståelse på den problemformuleringen som uppsatsen grundar sig på. Med denna uppsats vill jag ge läsaren en inblick på hur ett intranät fungerar i en mångfilialkedja. Detta för att se vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja.

1.1 Bakgrund

När forskning om organisationer började växa fram under 1950- och 60- talen var det vanligt att kommunikationen uppfattades som något som skedde i en organisation. Organisationer antogs följaktligen existera oberoende av kommunikationen mellan organisationsmedlemmarna och organisationens intressenter. Organisationer sågs alltså som objektiva fenomen bestående av till exempel byggnader, tillverkningsmaskiner och datorer. Numera har många däremot övergått till att beskriva organisationer som sociala system som hålls ihop av en gemensam kultur. Den utgörs av bland annat normer, värderingar, tankesätt och rutiner. Kulturen i en organisation skulle inte existera och fortleva om inte organisationsmedlemmarna ständigt kommunicerade med varandra.[1]

Att kommunikationen i en organisation fungerar är alltså av hög betydelse. Både ledningen och användarna måste uppleva att intranätet kommit att främja deras sätt att kommunicera med varandra. Det är också mycket viktigt att ledningen i organisationen är medvetna om vilka konsekvenserna för användarna blir, när ett intranät används som främsta kommunikationskanal och informationskälla.

Som tidigare nämnt är intranät en kommunikationskanal som, på många vis, kan stärka kommunikationen inom organisationen. Dock bör det beaktas att ett intranät får efterföljder för kommunikationen inom en organisation, vare sig det är negativa eller positiva efterföljder. Upplever användarna att intranätet påverkat kommunikationen negativt i organisationen, är det mycket viktigt att dessa brister åtgärdas, för att organisationen ska behålla en sund organisationskultur.

Begreppet ”intranät” började dyka upp allt oftare år 1996, bland annat i affärspressen, i datortidskrifter, på seminarier och mässor.[2] Inom ramen för ett och samma medium samlas information av alla typer: ledningsinformation, operativ information, informationsavdelningens traditionella kommunikation, projektens och nätverkens

[1] Heide, 2005, S. 18-19
[2] Bark, 1997, S. 9

kommunikation. I en tidsålder då man i allt högre grad talar om att organisationens kommunikation skall integreras träder intranätet in på scenen i en väl tajmad entré.[3]
Att införa ett intranät i organisationen kan alltså ha påtagliga fördelar, dels för att stärka och utveckla den interna kommunikationen i organisationen och dels för att underlätta utbytet av informationen inom organisationen. Forskare menar dock att det finns vissa problemområden som uppkommer i samband med ett införande av intranät.
Det kan därför vara viktigt för organisationen att ställa sig några väsentliga frågor, både innan införandet och under projektets gång. Dessa frågor är bland annat:[4]

- Har en analys av organisationens och de anställdas behov gjorts?
- Görs kontinuerligt en utvärdering av de anställdas användande av och attityd till intranätet?
- Har användarna fått en grundlig utbildning av intranätet?
- Bör andra kommunikationskanaler ersättas av ett intranät fullständigt, eller kan vissa av kommunikationskanalerna kvarstå?

Annan forskning visar också på den anställde genom ett intranät kan få tillgång till all den interna information som krävs för att kunna utföra sitt arbete på ett korrekt sätt. Intranät är också ett ypperligt sätt att spara tid, just för att den relevanta informationen för personalens arbete finns tillgänglig på ett ställe. Den anställde behöver därmed inte längre ägna sig åt tidsödande informationssökning via andra kanaler, utan allt finns tillgängligt på intranätet.[5]

1.2 Problemformulering

Vilka konsekvenser får ett intranät för kommunikationen i en mångfilialkedja?

1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur ett intranät fungerar som kommunikationskälla i en mångfilialkedja och vilka konsekvenser intranätet medför för kommunikationen. Jag vill veta vilka konsekvenser ett intranät får i en mångfilialkedja och för dess anställda. Jag ser på intranätet i termer av kommunikation, arbetsredskap och processer, snarare än som ett nätverk av datorer. Jag vill även se om det kan finnas brister i ett intranät som kommunikationskälla

[3] Bark, 1997, S. 123
[4] Bark, 1997, S. 11
[5] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad

tillhörande en mångfilialkedja, och om det är brister som kan åtgärdas. Organisationer inför ett intranät, därför att tanken bland annat är att kommunikationen ska förbättras inom företaget, från ledningen till användarna och vice versa. Hur påverkas kommunikationen av ett intranät? Tar användarna i en mångfilialkedja del av den information som finns att tillgå, eller finns det anledningar till att de inte tar del av informationen? Vilka är konsekvenserna av ett intranät som kommunikationskälla? Genom denna uppsats ska både ledningen och personalen inom stora organisationer få information om vad som bör tänkas på när det gäller intranät som kommunikationskälla.

1.4 Avgränsningar och perspektiv

För att inte göra ämnet för brett har jag varit tvungen att göra vissa avgränsningar. Jag har valt att fokusera på kommunikationen via ett intranät inom en mångfilialkedja, och har därför valt att till viss del, inte belysa den tekniska delen i ett intranät. Detta eftersom jag vill koncentrera mig på intranät som ett medium där tekniken visserligen är viktig, men endast som en förutsättning för att systemet ska fungera. Jag kommer i min studie att undersöka hur kommunikationen fungerar via ett intranät mellan ledningen i en mångfilialkedja och personalen, och vice versa. För att få en så omfattande undersökning som möjligt och för att kunna dra värdefulla slutsatser i uppsatsen har jag valt att göra undersökningar med butikschefer och personal inom en mångfilialkedja. Jag har dessutom valt att hålla en intervju med webbmastern och projektkoordinatorn inom kedjan samt ställt frågor till butiksdriftskoordinatorn och HR-assistenten inom kedjan. Jag har valt att göra mina avgränsningar utifrån detta.

1.5 Undersökningen

Undersökningen bestod av två delar, där jag i den första delen besökte sex olika klädbutiker som tillhör en mångfilialkedja. Butikerna jag undersökte är förlagda i södra Sverige längs med västkusten. I dessa butiker intervjuade jag butikschefer och de anställda, där huvudämnet på intervjun handlade om deras relativt nyinförskaffade intranät. Jag ville med den här studien veta vad personalen i klädbutikerna ansåg om kommunikationen via intranätet, och hur de förhåller sig till den struktur och det upplägg som intranätet hade. Jag ville också veta vilken typ av utbildning de anställda i butikerna hade tilldelats, och till vilken grad de hade tagit del av utbildningen. Detta eftersom en korrekt utbildning för användandet av ett nyinförskaffat intranät är nödvändigt, enligt teorin. Sammanfattningsvis ville jag att vilja veta vad

personalen i kedjan ansåg om konsekvenserna ett intranät får för kommunikationen i kedjan. Den andra delen av min studie gick ut på att intervjua de intranätansvariga på huvudkontoret, inom kedjan. Jag intervjuade webbmastern, som är den person i företaget som ansvarade för den tekniska driften av intranätet. Vid denna intervju ställde jag också frågor till projektkoordinatorn som är den person som var ansvarig vid uppbyggandet av kedjans intranät. Detta för att jag ville få en helhetsbild av hur kommunikationen mellan ledningen och de anställda ute i butikerna fungerade. Här ställde jag frågor som rörde beslutsfattandet kring intranätet och hur de på ledningen såg på kommunikationen både till och från de anställda ute i butikerna. Frågor rörande ett intranät som investering var också frågor jag ställde här. Syftet med studien var att få en tydlig inblick i vad personal som jobbar i en butik tillhörande en mångfilialkedja, och vad ledningen i kedjan ansåg om konsekvenserna ett intranät får för kommunikationen. Dessa intervjuer sammanställde jag och ligger till grund för uppsatsens empiridel, som ni kan hitta i kapitel fyra.

1.6 Definition av begrepp och ord

För att undvika eventuella missuppfattningar vid tolkandet av vissa ords innebörd har jag valt att definiera begrepp och ord som kommer att nämnas i uppsatsen. Till min hjälp att definiera dessa ord har jag dels använt mig av nationalencyklopedins sökmotor på Internet, och dels använt mig av boken *Intranät i organisationens kommunikation* skriven av Mats Bark. Följande begrepps innebörd har jag valt att definiera:

Intranät: Ett TCP/IP-baserat företagsnätverk med ett enhetligt användargränssnitt, oberoende av datorplattform och servermiljö, anpassat för att stärka och utveckla den interna informationen/kommunikationen, underlätta tillgången till och utbytet av kunskap/data inom organisationen, samt fungera som ett interaktivt arbetsredskap för att understödja processer och arbetssituationer

Webbmaster: Webbmästare (eng. *webmaster*), *webbansvarig*, person som ansvarar för den tekniska driften av en tjänst på Internets informationsnät World Wide Web

Sökmotor: Program som söker lagrad information i strukturerade databaser eller textdatabaser

Konsekvens: Oundviklig följd (av viss handling) som måste beaktas på grund av sin betydelse.

Informationsteknologi: IT, eg. läran om informationstekniken (IT). Termen används dock mycket ofta synonymt med informationsteknik och telekommunikation i samverkan

IT-kiosker/IT-terminal: Terminaler som är uppställda på gemensamma utrymmen såsom fikarum och korridorer och som ska användas för att komma åt information

Icke-verbal kommunikation: Sådana kommunikativa signaler som till skillnad från de språkliga (verbala) inte förmedlas genom tal, skrift och andra sekundärt språkbärande artefakter

1.7 Disposition av uppsatsen

Inledningsvis tar jag upp vad syftet med den här uppsatsen är och varför det är värt att undersökas. Jag har också inledningen formulerat en frågeställning som min uppsats bygger på. Det andra kapitlet består av den relevanta teori som jag har valt att använda mig av för att sedan kunna dra tillförlitliga slutsatser. I tredje kapitlet har jag motiverat vilken metod jag har använt av för att samla in den information som ska svara på min frågeställning. Här förklarar jag också vilket mitt urval av respondenter är och varför jag har valt dessa respondenter. I det fjärde kapitlet, empiridelen, sammanställs all det väsentliga fakta och information som jag har samlat in. Vidare jämför jag den teori som berör ämnet med det fakta jag har samlat in, i en analysdel som är förlagd under kapitel fem. Analysdelen ligger till grund för de slutsatser som jag kommer att dra i uppsatsens sjätte och sista kapitel; slutsatsen. Här kommer jag också att ge rekommendationer som jag anser vara till nytta för de organisationer som har, eller tänker införskaffa, ett intranät. Sist ligger allt det intervjumaterial som jag har samlat in, i form av bilagor.

2 Teoretisk referensram

I det här kapitlet redogörs för olika teorier från den befintliga litteraturen som jag ansåg vara intressant för ämnet som jag ska undersöka.

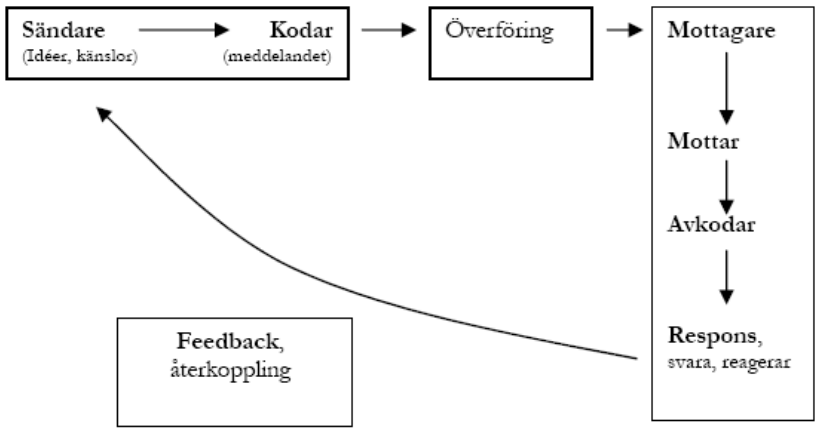
2.1 Kommunikation

Då kommunikation är ett centralt begrepp och att ett intranät är en kommunikationskanal väljer jag att redogöra för vad kommunikation innebär. Via ett intranät sänds kommunikation från sändare till mottagare, denna process kallas för kommunikationsprocessen och är också något jag kommer att förklara i denna del av min teoretiska referensram. Av olika orsaker störs kommunikationsprocessen och jag kommer därför att ta upp vilka dessa typer av barriärer är, som också kan komma påverka intranätanvändandet.

Ordet ”kommunikation” kommer från latinets ”communicare”, som betyder att något blir gemensamt.[6]

Kommunikation är när en sändare och en mottagare på något vis möts, genom olika typer av kanaler. Det är sändaren som på ett eller annat sett vill föra över ett budskap till en mottagare. Detta kan ske med hjälp av olika kanaler, det kan ske muntligt, skriftligt men även genom kroppsspråket. Det hela går ut på att förmedla ett budskap till mottagaren. Hela denna process kan man kalla för en kommunikationsprocess. Återkoppling eller feedback är den reaktion som mottagaren visar på det sända budskapet.[7]

Det finns ett antal kommunikationsmodeller och en av dem presenteras av Dipboye, Smith, och Howell.[8]



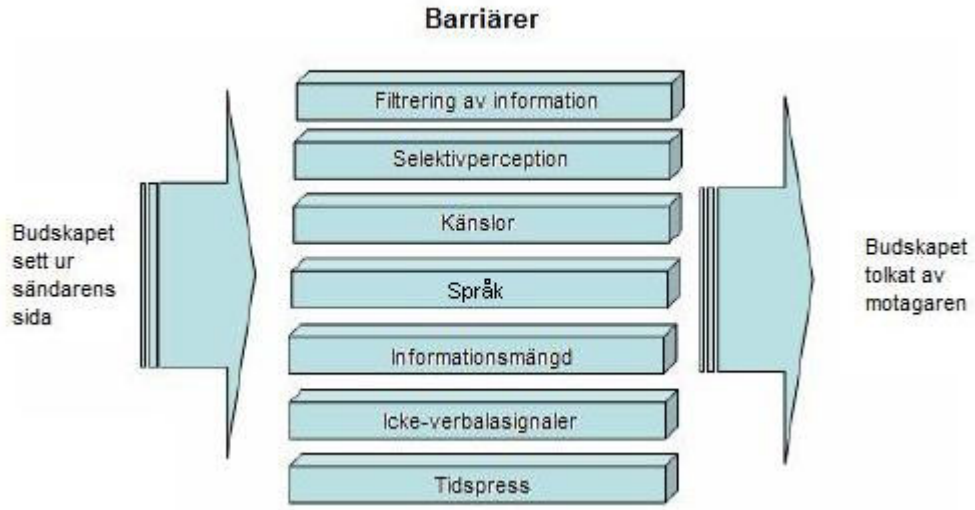
Figur 1: Dipboyes, Smiths och Howells kommunikationsmodell

[6] Nilsson, Waldemarsson, 1990, S. 9
[7] Dahlkwist, 2004, S. 10
[8] Lidman, Sandin, C-uppsats, 2005, Luleå Tekniska Universitet

En kortfattat förklaring till modellen är att sändaren har ett budskap eller en känsla som för vill förmedla. Detta kodas genom att sändarens känslor och tankar antar en form som kan göras begriplig för andra. När budskapet är kodat är det moget att överföras genom någon form av kommunikationskanal. Mottagandet är en viktig del av processen och når endast fram om mottagaren kodar eller tolkar det avsiktliga meddelandet som avsågs. Slutligen reagerar och svarar individen på budskapet. Feedback, återkopplingen hjälper sändaren att anpassa meddelandet utifrån mottagarens behov och gensvar.[9]

Budskapet är vanligtvis utsatt av *störningar* som på olika sätt förvränger budskapet och därigenom påverkar det meddelande som kommer fram till mottagaren.[10]

Dessa strörningar kan ses som avbrott, brister och fel i kommunikationsprocessen som komplicerar informationsförmedlingen. I en organisation är källorna till kommunikationsproblemen många. Beteckningen ”störning” används generellt för det som på ett negativt sätt stör kommunikationsprocessen och som leder till en mindre effektiv kommunikation mellan människor. Ordet ”störning” kan rent konkret betyda allt från en oläslig handstil, en trasig telefonsvarare eller en hög arbetsbelastning till mottagarens dåliga humör.[11] Det bör också beaktas att människors intresse för budskap avtar med det kulturella, sociala och fysiska avståndet till källan. Detta innebär att om ledningen befinner sig långt ifrån verksamheten är det svårare att skapa förtroende och förståelse.[12]



Figur 2:Barriärerkommunikationsprocessen. Källa: Kaufmann och Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning. 2005

[9] Fiske, 1997, S. 36
[10] Hård af Segerstad, 1982, S. 205
[11] Kaufmann och Kaufmann, 2005, S. 371
[12] Högström, 1999, S. 8

2.2 Kommunikationskanaler

Eftersom intranät är en typ av kommunikationskanal är det väsentligt att i min referensram redogöra för vad begreppet innebär och vilka olika typer av kanaler som finns att använda sig av i en organisation.

Meddelanden kan sändas på flera olika sätt, genom olika kommunikationskanaler.[13] En av de mest använda kanalerna att sprida information i en organisation är den skriftliga. Skriftliga kanaler kan innefatta allt från företagspresentationer, trycksaker, personaltidningar men även nyhetsbrev och rapporter som de anställda kan ta del av. En fördel med denna typ av kanal är att läsaren kan gå tillbaka till texten och läsa den på nytt. Risken för att ett budskap misstolkas är liten såvida den är skriven på ett korrekt sätt. En annan fördel är att informationen kan konsumeras när mottagaren vill och känner att vederbörande har tid.[14]

Det finns två nackdelar för organisationer att använda sig av skriftlig kommunikation. Den ena är att det finns gränser för hur mycket information som kan kommuniceras i en skriftlig kanal. Orsaken till att informationen begränsas är att man inte har någon möjlighet att observera hur personer kommunicerar med kroppen och avger andra, icke-verbala signaler.[15]

Den andra nackdelen är att den skriftliga kanalen lämnar väldigt lite utrymme för en dubbelriktad kommunikation. Skriftliga kanaler är därför mest lämpade för att informera om verkliga fakta, men desto sämre på att användas som ett instrument för dubbelriktad intern kommunikation.[16]

Att intranät är en effektiv informations- och kommunikationskanal finns det mängder av faktorer som pekar på. Det ska dock inte tas för givet att kanalen fungerar optimalt i alla organisationer, utan ett intranät kan fungerar olika bra i olika organisationer. [17]

[13] Jacobsen och Thorsvik, 2002, S. 343
[14] Dahlkwist, 1992, S. 71
[15] Jacobsen och Thorsvik, 2002, S. 344
[16] Dahlkwist, 1992, S. 71
[17] Bark, 1997, S. 112

Bark har skisserat vad som kan tänkas hända i en organisation som använder intranät:[18]

- Medarbetarna i en organisation måste själva ta *ansvar* för att hålla sig informerade.
- Mer och mer information kommer efterhand att finnas på intranätet, vilket får följden att medarbetarna kommer att översköljas av information. Det blir därmed svårare för medarbetarna att välja vilken information som är viktig. Detta fenomen kallas för *"information overload"*.
- Ett annat problem är *tolkning av informationen.* Det är inte helt lätt för den enskilde medarbetaren att tolka och förstå vad vissa budskap innebär för honom och hans avdelning, eftersom han inte har samma övergripande perspektiv som cheferna.
- Det finns risk att personer med en egen dator vid sin arbetsplats kommer att ha god tillgång till informationen, medan de som är hänvisade till IT-kiosker kommer att få allt mindre information.
- Många personer i organisationer har *inte datorvana,* vilket också talar för att de inte kommer att använda intranätet.

Medarbetare som inte har tillgång till dator vid arbetsplatsen kan hänvisas till IT-kiosker, terminaler som är uppställda på gemensamma utrymmen så som fikarum och korridorer. Frågan är bara om de anställda *tar sig tid* eller *får tid avsatt* till att söka information på intranätet. Om inte tid är avsatt till detta och det inte heller är en naturlig del av arbetet finns det risk att dessa medarbetare inte alls kommer att tillgodogöra sig det material som finns på intranätet.[19]
Bark skriver därför att intranätet bör ses som ett komplement till vissa av de redan existerande informations- och kommunikationskanalerna.[20]

[18] Bark, 1997, S. 115
[19] Bark, S. 99-100
[20] Bark, S. 124

2.3 Intranät som investering för organisationen

Förslag om att införa ett intranät i en organisation kan komma från ett flertal olika håll, antingen från enskilda medarbetare, en speciell avdelning, från ledningen eller som resultat av diverse personalundersökningar.[21] Bark skriver att eftersom ett intranät är ett omfattande projekt kommer ledningen givetvis att vilja se att intranätet bidrar till förbättringar och besparingar i förhållande till nuvarande arbetssätt.[22] Hills menar i boken *Intranät i organisationens kommunikation* att ett intranät har påtagliga fördelar, när det gäller *kostnadseffektivitet*. Enligt Hills kan dessa fördelar bland annat vara:[23]

- Snabbt och enkelt att sätta i verket
- Ett sätt att sänka omkostnader – bland annat tryck-, pappers- och distributionskostnader

Hills menar att de icke påtagliga, eller mer abstrakta fördelarna med ett intranät är:[24]

- Främjar den interna kommunikationen
- Sörjer för tillgång till tillförlitlig information
- Underlättar utbytet av kunskaper och erfarenheter

[21] Bark, 1997, S. 52
[22] Bark, 1997, S. 54
[23] Bark, 1997, S. 54
[24] Bark, 1997, S. 55

2.4 Intranätets innehåll, struktur och funktion

Vad ska ett intranät innehålla? Hur ska innehållet struktureras för att vara mest användarvänligt? Vilka funktioner ska intranätet ha? Bark har intervjuat ett antal stora organisationer om vilket innehåll och vilka funktioner som kan konstateras, vara mer eller mindre, standard att ha med i ett intranät. Här följer ett axplock:[25]

- Nyheter
- Pressklipp
- Pressreleaser
- Information från ledningen/VD
- Information om koncernen/bolaget/organisationen
- Information om de olika avdelningarna (till exempel personal, IT, produktion, marknad, ekonomi, information etcetera)
- Interna meddelanden
- Intern telefon- och e-postkatalog
- Ekonomirapport
- Databassökning
- Supportfunktion
- Mjukvaruarkiv
- Bibliotek
- Lediga jobb
- Presentation av personalen
- Personalhandbok
- Olika typer av blanketter
- Produktkatalog/prislista
- Presentationsmaterial (OH-bibliotek)
- Intranätversion av personaltidningen
- FAQ – Frequently Asked Questions
- Översiktskarta över byggnaders faciliteter, rums- och anknytningsnummer
- Mötesrumsbokning
- E-post
- Förslags (e-post) låda

[25] Bark, S. 89-90

Det är viktigt att ha ett behovsprövat och efterfrågat innehåll i intranätet men det är ingenting värt om man inte kan hitta i det.[26] En effektiv sökmotor är en absolut nödvändighet för ett intranät. En sökmotor kan förenklas med hjälp av ett index, det vill säga en kortfattad alfabetisk förteckning över huvudpunkterna i materialet. Detta ökar möjligheten för användarna att finna det de söker.[27]

Utöver det faktum att det är viktigt med en effektiv sökmotor skriver Bark också att det är viktigt att innehållet är ordnat på ett sätt som är logiskt och naturligt för användarna. Om någon till exempel letar efter ett visst verktyg (ett datorprogram eller en handbok) att använda till ett arbete, är det ofta mer logiskt om detta finns placerat under en överordnande rubrik kallad *verktyg* istället för att endast finnas under respektive avdelnings rubrik.[28]

Bark menar att arbetet med att skapa det effektiva och användarvänliga intranätet därför bör ta utgångspunkt i en grundlig analys av de anställdas behov och förutsättningar. Vidareutvecklingen av de för verksamheten kritiska webbapplikationerna måste hela tiden ske i en kontinuerlig dialog med användarna.[29]

2.5 Utbildning för användandet av ett nyinförskaffat intranät

Måste personalen utbildas i att använda intranät eller är det självinstruerande? I boken *Intranät i organisationens kommunikation* skriver Bark att han har intervjuat många stora företag om utbildning i intranät.[30] Nedan följer två exempel där två intranätansvariga på två olika företag, förespråkar respektive inte förespråkar utbildning i intranät.

Exempel ett: När Skandia införde ett intranät 1997, fick de anställda ta del av en utbildning. Det blev mycket självstudier, både i Word, PowerPoint och Excel, men de fick också lärarledd undervisning om intranät och Internet. Alla fick dessutom studierna på en CD-romskiva, så att de fick möjlighet att lära sig mer.

Exempel två: På AssiDomän AB fick de anställda ingen utbildning när de införde ett intranät i organisationen år 1997. Förklaringarna till detta är att intranätet ska vara så enkelt att använda att en utbildning inte ska behövas, och att det inte handlar så mycket om att lära sig Explorer. Allt finns där i AssiDomäns egen design med knappar och liknande, och tanken är att det ska vara självförklarande.[31]

[26] Bark, 1997, S. 91
[27] Bark, 1997, S. 90-92
[28] Bark, 1997, S. 92-93
[29] Bark, 1997, S. 92-93
[30] Bark, 1997, S. 86-87
[31] Bark, 1997, S. 87

Det är lätt att organisationer blir fascinerade av den nya tekniken, men den muntliga och skriftliga kommunikationen får inte bli lidande. En av anledningarna är att speciellt äldre medarbetare inte har lika lätt för den nya tekniken vilket kan leda till utanförskap. Det är därför viktigt att en organisation hela tiden utvecklar och utbildar personalen om hur man hämtar information via intranät. Detta just för att intranät lätt blir en kanal där mycket och viktig information sprids men att det inte är alla som kan ta del av denna information.[32]
Oavsett om en utbildning i intranät ges kan en hjälp för användarna, som komplement eller alternativ till en kort utbildning, vara en kortare användarhandbok, eller folder, som de hela tiden kan ha tillgänglig vid datorn.[33]

[32] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad
[33] Bark, 1997, S. 88

3 Metod

I metodkapitlet beskrivs för tillvägagångssättet med avseende på min undersökning, det vill säga metodvalet och varför jag valt denna metod. Vidare diskuteras val av urval samt en kritisk granskning av urvalet. Slutligen beskriver jag hur jag har gått tillväga för att samla in information till mitt arbete.

3.1 Undersökningsmetod

I en undersökningsprocess finns det två metoder att använda sig av för att samla in data. Den ena metoden är den *kvantitativa metoden* och den är mest lämplig när ett fenomens (en inställning, en typ av beteende och dylikt) *frekvens eller omfattning* ska beskrivas. [34] Den andra undersökningsmetoden som kan användas vid datainsamling är den *kvalitativa metoden*. Den kvalitativa metoden är i regel avsedd att få fram hur människor tolkar och *förstår en given* situation. [35] Utifrån min problemformulering ansåg jag därför att den mest lämpliga undersökningsmetoden för min studie är den kvalitativa metoden.

3.1.1 Val av undersökningsmetod

Eftersom min studie gick ut på att undersöka vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja, lämpade sig den kvalitativa metoden. Jag ville dels gå på djupet i de undersökningar jag gjorde och jag ville dels ha så personliga svar som möjligt av mina respondenter. Dock krävde som sagt vissa av mina intervjufrågor kvantitativa svar. Detta medförde att jag vid sammanställningen av den insamlade informationen, kategoriserade svaren i diagram och procentsatser, för att ge läsaren en bättre förståelse av svaren jag fått fram.

Med den kvalitativa metoden fick jag fram många nyanser, då den enskilda respondenten fick möjlighet att få fram sina egna tolkningar och åsikter inom mitt valda undersökningsområde. Dock var en nackdel med den kvalitativa metoden att de svar jag fick in var svåra att tolka, eftersom att de var så nyanserade. Efter att ha hållit alla mina intervjuer hade jag fått fram en väldig mängd ord och information, och detta medförde problem vid sammanställningen av informationen. För att skilja den väsentliga informationen från den mindre viktiga

[34] Jacobsen, 2002, S. 149
[35] Jacobsen, 2002, S. 145

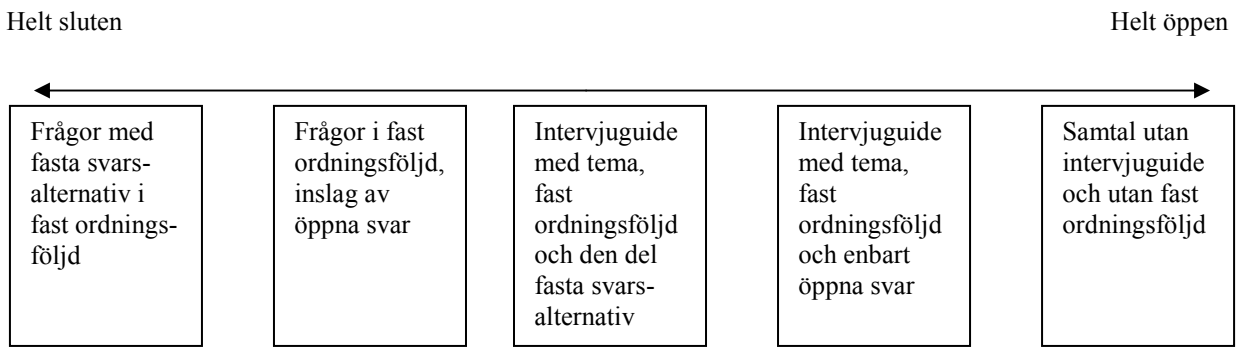
informationen, valde jag att endast ha med de svar som kunde svara på min problemformulering, i informationssammanställningen.

Eftersom den kvantitativa metoden är strukturerad i förväg, ofta med fasta svarsalternativ, lämpade sig inte metoden för min undersökning. Jag eftersträvade att få fram en öppen undersökning där respondenterna fick utrymme för egna åsikter, och jag valde därför att inte använda mig av den kvantitativa metoden, mer än i vissa delar av sammanställningen av informationen jag samlat in.

3.1.1.1 Öppna individuella intervjuer

Då syftet med min studie var att undersöka vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja, var som sagt den kvalitativa metoden lämpligast. En *öppen individuell intervju* är en typ av kvalitativ metod för datainsamling, och var den metod som lämpade sig efter min undersökning. Det som kännetecknar den öppna individuella intervjun är att undersökaren och respondenten samtalar i en vanlig dialog, vanligen ansikte mot ansikte.[36] Detta resulterar i att respondenten kan svara fritt på frågorna som ställs och detta gör i sin tur att många individuella åsikter läggs fram. För att anpassa intervjun ytterligare efter min undersökning, valde jag att till viss del, strukturera den öppna individuella intervjun. Det betyder att jag använde mig av frågeformulär i fast ordningsföljd, där respondenten kunde, förutom att svara på frågan, även analysera fritt kring svaren.

Nedan visas en modell som visar vilka grader av strukturering en öppen individuell intervju kan ha. Den box som min undersökning representerar är box nummer två från vänster: *frågor i fast ordningsföljd, inslag av öppna svar*.



Figur 3: Grader av strukturering av en intervju[37]

[36] Jacobsen, 2002, S. 160
[37] Jacobsen, 2002, S. 163

3.2 Undersökningen

Eftersom min studie gick ut på att undersöka vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja, var det nödvändigt att intervjua flera personer inom kedjan för att få fram ett så trovärdigt resultat som möjligt. Jag valde att göra min undersökning på Lindex, som är en internationell klädkedja med huvudkontor i Sverige. Lindex hade tidigare inte har gjort någon undersökning om deras relativt nyinförskaffade intranät, och därför var undersökningen även intressant för dem. En undersökning om intranätet hade Lindex förvisso gjorts, men då endast om vad användarna på huvudkontoret tillfrågades om intranätet, men någon studie om användarnas synpunkter och åsikter i butikerna hade aldrig gjorts.
Jag besökte sex olika Lindexbutiker och intervjuade sammanlagt 28 anställda. I varje butik var det olika många som jobbade just de dagar då jag var där och intervjuade, men i snitt intervjuade jag mellan fyra och sex anställda i varje butik.

Jag valde att börja med att intervjua personal och butikschefer i de sex Lindexbutiker längs med västkusten i Sverige. För att få fram en trovärdig helhetsbild av problemet jag undersökte var det lämpligt att även intervjua personer på andra filialer i kedjan. Jag höll en intervju med Lindex webbmaster Kristina Hermansson som var involverad i införskaffandet av Index samt intranätetprojektets projektkoordinator, Anna Andersson. Denna intervju var som sagt nödvändig för att få fram ett så trovärdigt resultat som möjligt, men även för att få information om hur grundtankarna såg ut före införskaffandet av intranätet. Vissa kompletterande frågor kunde butiksdriftskoordinatorn Monica Nilsson och Sofia Lundgren HR-assistent på Human Resource svara på, och dessa frågor ställde jag via mail. Jag fick även allteftersom ställa frågor till Kristina och detta skedde också via mail.

Efter varje butiksbesök skrev jag ner alla svar jag hade fått från varje anställd i form av bilagor, som kan hittas längre fram i denna uppsats.

3.2 Urval

Eftersom jag använde mig av den kvalitativa metoden i min undersökning, där relativt få enheter undersöktes då metoden både var resurs- och tidskrävande, var det inte möjligt att intervjua alla anställda i alla Lindex butiker. Jag valde därför att hålla mina intervjuer i sex Lindexbutiker som är belagda längs med västkusten. Anledningen till att jag valde butiker som är förlagda på västkusten är för att jag studerar i Varberg. Eftersom syftet med min

uppsats är att studera vilka konsekvenserna blir för kommunikationen mellan ledningen och butikspersonalen efter införandet av ett intranät, har jag valt att inte göra någon undersökning hur kommunikationen mellan medarbetare i ledningen påverkas av ett intranät. Då syftet med min uppsats var att undersöka vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja, ville jag få fram så bred information som möjligt för att kunna ge ett så pålitligt resultat som möjligt. Efter att ha intervjuat alla sex butiker och fått svar från många olika befattningar kände jag att jag hade fått in mycket bred och relevant information. Jag fick personliga svar ifrån säljare, extraanställda, dekoratörer, ställföreträdande butikschefer och butikschefer, projektledaren, webbmastern, och Sverigechefen. Jag anser att de varierande svaren jag fick fram ifrån de urvalen av butiker hjälpte mig att få en tillförlitlig grund till min uppsats.

3.2.1 Kritisk granskning av urvalet

Då den kvalitativa undersökningen både var resurs- och tidskrävande hade jag bara möjlighet att besöka sex olika Lindexbutiker och endast intervjua ett fåtal anställda. Detta kunde göra att resultatet blev svårt att generalisera och att det dessutom blev problem med representativiteten av mitt arbete. Dock ansåg jag att fördelarna vägde tyngre än nackdelarna och informationen annars skulle ha blivit för ytlig och datamaterialet mindre relevant.

Att jag valde butiker längs västkusten motiverade jag under rubriken *Urval*. Det skulle ha kunnat ses som ett begränsande som skulle ha kunnat påverka mitt resultat, dock är det värt att tänka på att en Lindexbutik på västkusten ser på ett ungefär likadan ut som någon annanstans i Sverige. Lindex är en kedja som använder sig av samma koncept i alla butiker och som därmed riktar sig till samma kundsegment oavsett vart du befinner dig i Sverige. Personalens arbetstider och arbetssysslor är likadant upplagda i alla Lindexbutiker och detta gör att de alla har samma inställning till intranätet, utifrån det perspektivet. Dessutom besökte jag olika storlekar på städer, både småstäder, mellanstäder och en storstad vilket kunde ses som ett sätt att få ett mer varierande resultat ifrån intervjuerna än om jag till exempel enbart besökt butiker i en storstad.

4 Empiri

I detta kapitel presenterar jag resultatet av de intervjuer jag har gjort. Indelande ger jag en beskrivning av Lindex som organisation och vad de använder deras intranät till. Detta för att öka läsarens förståelse för resultatet.

Lindex är en stor organisation, med många olika filialer och anställda. Kedjan består av 123 butiker i Sverige, uppdelat i sex regioner, och huvudkontoret ligger i Göteborg. Denna typ av organisationsstruktur innebär att butikscheferna i butikerna är anställda av huvudkontoret, och är alltså inte själva ägare av butiken de jobbar i. Jag har besökt sex olika Lindexbutiker, belägna i region tre och ett. Jag har sammanlagt intervjuat 28 anställda, sex butikschefer och två personer som jobbar på huvudkontoret, Kristina Hermansson, webbmaster och Anna Andersson som jobbade som projektkoordinator under uppstartandet av Lindex intranät, Index. Lindex har använt sig av Index som främsta kommunikationskälla sedan cirka två år sedan. Kompletterande frågor har jag ställt till Monica Nilsson, butiksdriftskoordinator och Sofia Lundgren, HR-assistent på Human Resources. Jag har även ställt frågor allteftersom till Kristina via mail. Nedan följer en sammanfattning av allt intervjumaterial.

4.1 Intervju med butikspersonal

Utifrån mina svar från de sex olika butikerna jag besökte, kunde jag tyda att många är överens om att ett intranät är det ultimata sättet att kommunicera i en mångfilialkedja. Många av de anställda har jobbat inom kedjan i många år och är väl medvetna om vilka konsekvenser intranätet har för kommunikationen inom kedjan. I de butiker jag besökte använder flertalet av de anställda Index dagligen och många tittar i Index mer än det som butikscheferna visar vid morgonmötena. Fastän många tyckte att intranätet medfört många fördelar för kommunikationen, så hade många också synpunkter och olika åsikter om Index som kommunikationskanal.

Ett stort problem för de anställda i butiken, är att deras arbetstid är förlagd på arbetsuppgifter ute i butiken, vare sig det gäller kassaarbete eller upplockning av varor. Många finner det svårt att hitta tid till att titta i Index, eftersom Indexterminalen finns inne i lunchrummet. Detta innebär att personalen måste ta sig från butiken, genom lagret och in till lunchrummet, som ofta är belagt långt in i byggnaden, för att titta i Index. De anställda säger att det ofta blir att de tittar i Index vid raster och lunch och att det inte finns tid till att använda Index oftare än

så. Att ha en skärm framme i kassan med Index skulle därför underlätta arbetet för personalen i butiken anser många. De skulle spara tid genom att de då skulle slippa springa in till personalrummet för att kolla till exempel nyheter för butiken eller skriva ut skyltmaterial.

Vissa menar också att en anledning till att personalen inte tittar i Index frekvent, är att Indexanvändandet inte ligger schemalagt. Respondent fem i butik B säger att om användandet av Index blir schemalagt och en del av dagordningen, skulle fler gå in och kolla i Index. Många är dock överens om att Index till stor del har hjälpt dem att hitta information snabbt och att de numera slipper leta i en massa papper, som tidigare försvann. Index har alltså till stor del bidragit till att de anställda numera inte behöver lång tid på sig att ta till sig viktig information.

Statistiken visar att personalen i de butiker jag besökte tittar i Index mer nu jämfört med vid införandet. 12 av de 19 tillfrågade använder Index mer idag jämfört med vid införandet, se diagrammet nedan. Vid införandet var de anställda väldigt osäkra på hur de skulle använda Index och dess funktioner. De menar att de allteftersom har lärt sig hur Index fungerar och att mer och mer information nu läggs ut på Index, och att detta är anledningen till att fler kolla Index idag jämfört med vid införandet.

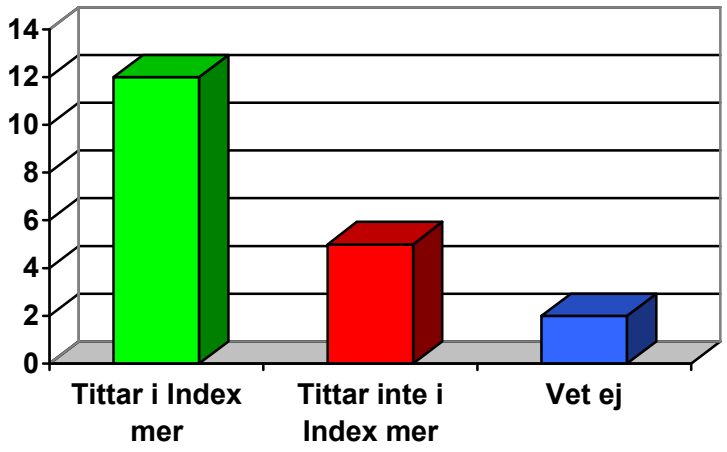


Diagram 1: Diagram över frekvensen av Indexanvändandet idag, jämfört med vid införandet.

Något som jag la märke till är att extrapersonalen tittar i Index ungefär lika mycket som den ordinarie personalen. Enligt min hypotes beror detta på att all personal, oavsett extrapersonal eller ordinarie personal, måste titta i Index minst en gång per dag för att kunna utföra arbetsuppgifterna. Personalen i de Lindexbutiker jag besökte, anser att en konsekvens som införandet av Index är att det krävs mer av varje anställd nu när det är frågan om att få den information som krävs för att kunna genomföra sina arbetsuppgifter. Förr tilldelades

personalen information via fax som ledningen skickade till dem, nu måste de anställda i allt högre grad hitta informationen på egen hand. Faxen är nu helt borta i butikerna och detta har gjort att många känner ett ökat ansvar att kolla information som berör dem. Detta anser vissa har gjort att all personal i butikerna blir mer deltagande, även de extraanställda. Det gick att tyda från mina intervjuer att den personal som tillhör den äldre generationen, och som inte har fått någon datorundervisning under deras skolgång, idag har svårt för datorer och därmed Index. Dessa personer tycker att det har blivit en last i och med faxens försvinnande, eftersom de nu tvingas att använda en dator för att få den information som de tidigare fick på papper. Respondent fyra i butik B säger: ”*Ofta är det ju så att personal som tillhör den lite äldre generationen och dålig datorvana går hand i hand.”*

Eftersom Lindex är en internationell kedja står vissa rubriker och begrepp på engelska i Index, vilket också försvårar för personal tillhörande den äldre generationen. Respondent fyra i butik B säger också att: ”*Ofta är de som har dålig datorvana de som tillhör den äldre generationen, och de har ofta inte så bra kunskaper i engelska.”* När de äldre i butikerna inte till fullo förstår orden på intranätet, försvårar det för dem att ta till sig informationen. Det var många av de anställda som tycker att all text borde stå på svenska Index, de menar att de jobbar och bor i Sverige, därför borde det inte vara något problem att översätta språket.

De äldre i personalen tycker som sagt att den tryckta informationen som de fick förr fungerade ypperligt. Däremot är inte all tryckt information borta på Lindex. De anställda säger att månadspärmen, där all information för månaden samlas, ännu kommer i tryckt form. Veckobreven, som innehåller information om vad som bör göras under veckan, skriver fortfarande butikschefen ut till de anställda. Respondent fyra i butik A säger att mycket information även skrivs på anslagstavlan och där får de som har svårt för Index också information.

Vissa i butikerna tycker att informationen som läggs ut från ledningen på Index kan bli överflödig och att tiden ofta inte finns till att titta ytterligare tillkommen information.

Något som en del av de anställda har uppmärksammat är att den personliga kontakt som de tidigare hade med personer inom organisationen, numera har fått ge vika på grund av intranätet. Butikspersonalen tycker att det är en negativ konsekvens, men att intranätet har medfört många andra positiva konsekvenser.

Det jag också kunde tyda utifrån de svar jag fick är att många är mycket missnöjda med den utbildning som gavs vid införandet av Index. Respondent tre i butik F säger att hon inte ens kan kalla det utbildning, som de tilldelades. Hon menar att den utbildning som de fick skulle

ha varit mer omfattande och grundlig, för att kunna kallas för utbildning överhuvudtaget. En del personal säger att utbildningen bestod av en typ av frågeformulär där de kunde leta och finna svar i intranätet. Vissa av de anställda säger att de fick en kort genomgång av Index på cirka 30 minuter, och att de sedan fick ett frågeformulär att fylla i efterhand. Detta fick de dock knappt någon tid till, utan fick fylla i när tillfälle gavs, säger de. Många av de anställda är överens om att de skulle ha fått mer tid på sig att hinna leta igenom och då fått gå igenom funktionerna mer ordentligt. Vissa anser dock att de har använt Index i så många år, och tycker att det vore onödigt att utbilda sig ytterligare. De menar att när utbildningstillfället gavs, skulle de ha fått en mer grundlig och mer omfattande utbildning. Vissa av de anställda, med bättre datorkunskaper tycker också att den utbildning de tilldelades räckte och att de inte var i behov av ytterligare utbildning. En handledare som var med under en hel utbildningsdag skulle även var till hjälp menar de. Respondent tre i butik B som jobbar extra och därmed jobbar i många olika Lindexbutiker anser att ledningen inte har missat mycket när det gäller utbildningen. Däremot har hon fått lära sig att en del butikschefer är noga med att ge ut utbildning till de anställda och att en del är mindre noggranna. Hon menar alltså att det är butikscheferna som också, delvis ska se till att personalen får den utbildning av Index som krävs.

De var överens om ute i butikerna, att den personal som tillhör den äldre generationen har svårare för Index och hade därmed varit i ännu större behov av en ordentlig utbildning av intranätet. De äldre i butiken har aldrig fått någon datorutbildning under skoltiden och är därför i extra behov utan en ordentlig utbildning menar de. Respondent ett i butik B säger att ledningen skulle ha fokuserat på dem som inte har någon datorvana och att det tar längre tid för dem att lära sig Index.

Statistiken visar också att många i de butiker som jag besökte inte heller tagit del av någon utbildning överhuvudtaget, så många som tio anställda av 28 tillfrågade har inte fått någon utbildning i Index, se diagram nedan. Anledningen till detta är att vissa inte har arbetat inom kedjan så pass länge och har därmed inte tagit del av någon utbildning. En del av dessa personer menar att de hade velat ha utbildning i Index, men att de aldrig blivit tillfrågade. De som efterfrågat utbildning har ändå inte fått ta del av någon. En annan anledning är också att en del av dessa tio varit mammalediga och sjuka dagen då utbildningen hölls, och därför inte fått någon utbildning i Index. Respondent ett i butik E, som inte har tagit del av någon utbildning av Index, säger till exempel att om hon hade fått någon form av utbildning hade hon vågat titta mer i Index.

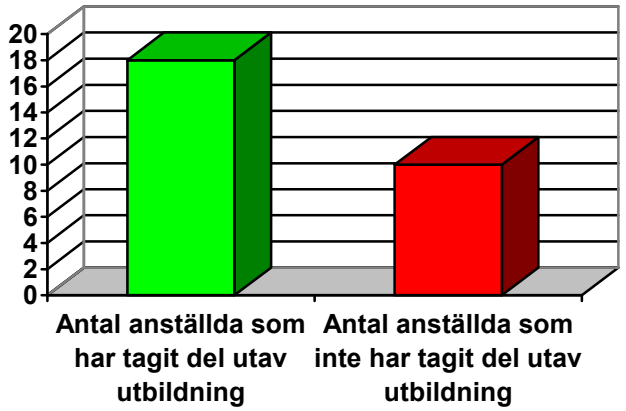


Diagram 2: Diagram över antal anställda som har tagit del av utbildning i Index, respektive inte.

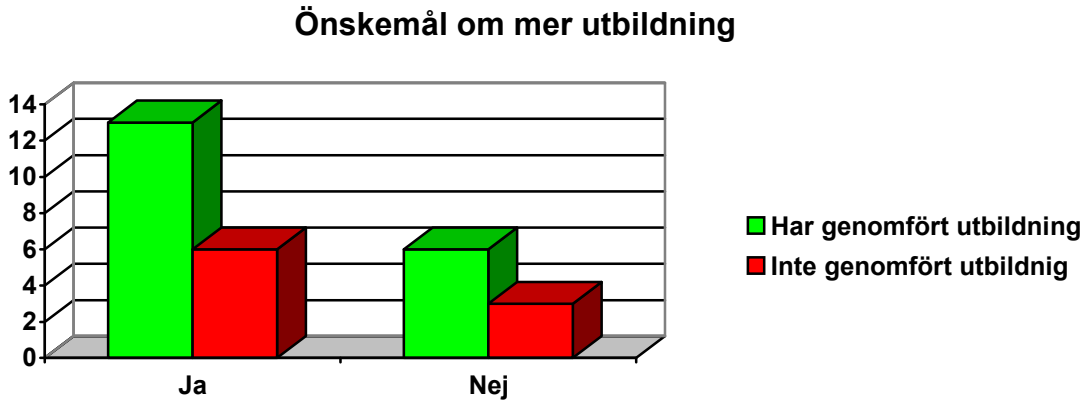


Diagram 3: Diagram över antal anställda som har önskemål om mer utbildning i Index, respektive inte.

De flesta av de anställda på Lindex är överens om att Index varken har försämrat eller förbättrat sättet att kommunicera till medarbetare i andra Lindexbutiker. De menar att kommunikation via telefon alltid har varit det främsta sättet att kommunicera till medarbetare i andra Lindexbutiker. Respondent två i butik A hade en synpunkt på att det bara är butikscheferna som har tillgång till mail via Index. Det finns fler som har synpunkter på att det endast är butikschefen som har tillgång till mail. De tycker också att en mail hade varit bra när de behöver ställa frågor till ledningen. Är det frågor som inte kräver brådskande svar, underlättar ett e-mail då de slipper att ringa gång på gång ifall inte personen de söker kan svara vid första försöket, säger de. Även när lagersaldo efterfrågas hade det varit bra med en mail säger de.

Många hade också synpunkter på den blogg som finns som funktion i Index. Bloggen är en funktion där alla butiksanställda kan skriva inlägg som är öppna för alla på Lindex. Dock är bloggen uppdelad regionvis, så personal i region tre kan till exempel inte se vad personalen i

region ett skriver för inlägg. De anställda har önskemål om att se vad andra regioner skriver, till exempel om en butik i en annan region leder en säljtävling, vill andra regioner ta reda på hur de gör för att sälja så bra och så vidare. De hade också uppfattningen om att inte många i butikerna var särskilt bra informerade om denna funktion, och att om ledningen hade informerat bättre om funktionen skulle den användas av fler och oftare.

Indexs upplägg består bland annat av en framsida, där alla nyheter läggs upp med den senaste nyheten längst upp på sidan. Denna funktion tycker de flesta, även de som tillhör den äldre generationen, är bra då den är enkel att förstå. Exempelvis säger respondent tre i butik A: *"Jag kollar det som är nytt för att man är nyfiken på det senaste. Men det blir bara att man kollar det som står på förstasidan, sedan blir det krångligare."* Problem kan dock uppstå när de behöver leta upp innehåll i Index som de vanligen inte brukar leta efter. Många är överens om att upplägget inte alltid har en logisk följd och letar de anställda efter viss information i Index, hittar de informationen på ett ställe som de till en början inte tyckte borde ligga där. I Index finns också en sökmotor där användarna skriver in ett ord i sökfältet och sedan trycker på *Sök.* Denna funktion är också något som många finner ologisk. De kan hamna under en rubrik de inte alls förväntades hamna under, och måste ändå söka upp informationen manuellt i Index. Respondent fyra i butik C säger: *"Jag tycker det är svårt ibland att hitta när man ska söka vidare från förstasidan, när man ska få fram mer information om vissa saker, för det är så många steg för att få fram denna information. Jag tycker att det ska vara mindre steg för att få ytterligare information och att Index ska vara mer strukturerad."* Många hade också synpunkter på den blogg som finns som funktion i Index. Bloggen är en funktion där alla butiksanställda kan skriva inlägg som är öppna för alla på Lindex. Dock är bloggen uppdelad regionvis, så personal i region tre kan till exempel inte se vad personalen i region ett skriver för inlägg. De anställda har önskemål om att se vad andra regioner skriver, till exempel om en butik i en annan region leder en säljtävling, vill andra regioner ta reda på hur de gör för att sälja så bra och så vidare. De hade också uppfattningen om att inte många i butikerna var särskilt bra informerade om denna funktion, och att om ledningen hade informerat bättre om funktionen skulle den användas av fler och oftare.

Många av de anställda har aldrig upplevt att Index har medfört något missförstånd när det gäller kommunikationen till ledningen.

Respondent två i butik A anser att missförstånd visserligen kan uppstå men att det inte är Indexs upplägg som har förorsakat dessa missförstånd. Det hon menar är att människor har olika förförståelse för det som ledningen trycker och att personalen tolkar informationen olika. Vissa av de anställda tycker dock att ledningen kan tänka till en extra gång innan de lägger ut information via Index. Det händer ibland att de lägger ut direktiv om omskyltning av en vara, för att sedan efter omplaceringen, ta tillbaka meddelandet. Respondent ett i butik B säger: ”*Det kan ofta stå en sak i veckobreven, till exempel en omskyltning, men sen kan de ändra det igen. Ibland tycker jag inte de tänker som butikssäljare och det blir ju kundtjänst som får ta smällen. De hade behövt tänka till innan de skickar ut informationen.”*

4.2 Intervju med butikscheferna

När det gäller arbetsuppgifter skiljer sig butikschefens uppgifter ifrån de anställdas. Butikschefen har hand om löner och schemaläggning förutom det vanliga arbetet i butik. Detta gör dock inte deras användande av Index blir särskilt olikt de anställdas användande, de nyttjar i princip samma funktioner i Index, som de övriga i personalen. Det som skiljer butikschefernas och personalens användande av Index åt, är att butikscheferna oftare tittar i Index. Butikscheferna tittar i Index flera gånger per dag, för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. Detta betyder att butikscheferna, i vissa frågor, hade fler åsikter och gick djupare in på svaren, än vad de anställda gjorde. Butikscheferna hade dock samma åsikter om att intranät är det ultimata sättet att kommunicera i en mångfilialkedja, som de anställda.

Förr kommunicerade ledningen information via fax till butikerna. På frågan vad butikscheferna tyckte var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information innan Index, svarade alla sex butikschefer likadant. De menar att faxen skrev ut jättemycket papper och detta gjorde det svårt att hålla reda på informationen och se till att ingen information gick förlorad. De menar att mycket papper försvann och slarvades bort, vilket gjorde det svårt för butikscheferna att veta om de anställda tagit del av informationen. De säger att det tog tid att få ut all information till personalen och att faxen blev ett stressmoment. I och med att faxen inte gjorde informationen lika lättillgänglig och snabb, använde butikscheferna telefonen mer idag än vad de gjorde förr och detta, menar de gynnade den personliga kontakten. De menar att de fick en mer personlig kontakt med sina chefer och de andra personerna de behövde ringa dagligen. Även möten som tidigare hölls ansikte mot ansikte, har numera ersatts med Index. Index har dock underlättat kommunikationen ur andra aspekter säger de. Intranätet har gjort att butikscheferna kan använda sig av mail när de

behöver kommunicera med andra personer inom kedjan, och detta är något som har underlättat ur många avseenden, säger de. Butikschefen i butik F säger: *”Det går snabbt att maila, man slipper att hålla på att ringa till någon om man inte får tag på personen. Ett mail svarar ju personen på så fort de får chans.”*

I och med införandet av Index sattes ett helt annat ansvar på de anställda när det handlade om att få tag på information rörande butiken och arbetsuppgifterna. Med detta menar butikscheferna att Index till viss del underlättat för dem, tidigare serverade de sin personal med den väsentliga informationen, nu är det upp till varje anställd att själv leta reda på informationen. Butikschef i butik D säger: ”*På ett vis har mitt sätt att kommunicera till personalen försämrats i och med Index. Idag tar inte alla till sig informationen på samma vis som när jag skriver ut papper som de ska läsa. Det är lite fifty-fifty med om Index har förbättrat eller försämrat kommunikationen från mig som butikschef till personalen. Förr fick de också signera ett papper så att jag visste att de hade läst pappret, nu får var och en gå in i Index och läsa själva. Idag skriver jag bara ut det mest nödvändiga.”*
Dock var alla överens om att Index till största delen har förbättrat deras sätt att kommunicera till sin personal, de slipper slå i pärmar och leta efter papper från faxen, för att tilldela sin personal information ifrån ledningen.

Butikscheferna i Lindexbutikerna har inte samma uppfattning som de anställda när det gäller datorvanan bland de äldre i butiken. Alla sex butikschefer tycker att Index är så pass bra upplagt och lättförståeligt, att även de som inte har så god datorvana borde tycka att det är lätt att använda det. Däremot säger butikschefen i butik C att anledningen till att en del inte tittar i Index frekvent kan bero på att de känner en viss rädsla för datorer och att det är en helt ny värld för vissa.

Alla sex butikschefer har fått utbildning i Index, och endast butikschefen i butik F säger att hon hade velat ha mer utbildning i Index. Hon menar att hon ger upp sökandet eftersom tiden inte räcker till, och att det tar sådan tid att hitta det hon letar efter. De flesta av butikscheferna hade dock synpunkter på hur utbildningen av Index gick till. Butikscheferna tyckte inte om hur utbildningen ut till de anställda gick och att den endast var upplagd på en ett par timmar. Butikschefen i butik F säger att utbildningen kunde ha varit upplagd på en heldag och att en handledare som var med, och svarat på frågor hade hjälp mycket. Hon säger också att de vid införandet begärde mer utbildning i Index, men att ledningen inte tog hänsyn till deras

önskemål. Butikschefen i butik A tycker också att ett par timmars utbildning i Index inte räcker för att lära sig Index grundligt. Butikscheferna säger att utbildningen gick till så att de fick ett par timmar på sig att gå igenom ett kompendium och svara på frågor rörande Index. Butikschefen i butik E menar att utbildningen var onödigt upplagd då frågorna i frågeformuläret inte rörde alla i butiken. Butikschefen i butik B menar att ledningen kan ha gett personalen i butikerna mindre utbildning därför att det inte är meningen att de ska spendera tid på kontoret. Hon säger att de jobbar i butik och att huvuddelen av tiden ska spenderas ute i butiken och inte inne på kontoret. Sammanfattningsvis anser butikscheferna att utbildningen kunde ha varit mer grundlig, varit upplagd på ett mer individuellt vis och varit lagd på fler timmar.

När det gäller funktionerna och Indexs upplägg anser de flesta butikscheferna som jag intervjuade att upplägget och vissa funktioner kan vara upplagt på ett bättre och mer logiskt sätt. Den sökmotor som finns i Index är ologisk och svår menar de. Funktionen är förvisso lätt att hitta, men att de ord och länkar som sökningen resulterar i, inte stämmer överens med det ord de sökte efter, menar de. Butikschefen i butik B har även en synpunkt på den meddelandefuntktion som finns i Index, där personalen i butiken kan skicka ett meddelande till respektive avdelning på huvudkontoret. Hon säger: *Meddelandefunktionen kunde bli bättre. Vi väljer i en lista vilken avdelningen vi vill skicka meddelandet till, men sen tror jag att kundtjänst sållar meddelanden, och svarar på det själva istället för att skicka vidare till respektive avdelning. Ibland händer det också att man inte får något svar alls tillbaka, det skulle finnas ett kvitto på om ett meddelande gått fram eller ej.* En röd tråd i upplägget av Index och ett mer logisk söksystem var de övergripande önskemålen butikcheferna hade. Skyltsystemet, där skylarna som sätts upp i butikerna skrivs ut, anser många av både butikscheferna och personalen i Lindexbutikerna är mycket dåligt upplagt. Butikschefen i butik B säger: ”*Skyltarna är fruktansvärt krångliga, alla hatar att försöka skriva ut skyltar. Det märks att personen som sitter och gör skyltarna inte jobbar i butik.”* Butikschefen i butik A tycker också att ledningen kan lägga ut för mycket information i Index ibland, och att detta kan göra det svårt att veta vilken information som är viktigt för en själv och att detta leder till att det blir svårt att sålla bort oväsentlig information.

4.3 Intervju med webbmastern och projektkoordinatorn

Då mitt syfte med denna undersökning var att få fram ett resultat om vilka konsekvenser ett intranät får för kommunikationen, från ledningen till butikspersonalen i en mångfilialkedja

och vice versa, var det tvunget att göra en intervju med ledningen. Intervjurespondenterna bestod av webbmastern på Lindex, Kristina Hermansson och Indexs projektkoordinator Anna Andersson. Vissa frågor som dök upp efter intervjun ställde jag till Kristina, Sofia Lundgren, HR-assistent och Monica Nilsson som jobbar som butiksdriftskoordinator. Dessa frågor och svar återfinns som bilagor.

Index lanserades på Lindex huvudkontor 2003 och 2004 infördes det på tio testbutiker. Testbutikerna bestod av tio butiker i region tre, alltså Västra Götalandslän. Efter det stod lanseringen stilla ett tag och ett beslut om att Index skulle föras ut till alla butiker togs hösten 2005. Alla butiker fick inte tillgång till Index samtidigt, utan det var ett arbete som löpte, så att årsskiftet 2006/2007 hade alla Index i butikerna. De säger: *Det skulle egentligen bara ha gått på ett år, men så var det tre- fyra butiker där det dröjde kvar lite, det var något administrativt problem som gjorde att det dröjde.*

Idén om att införa ett intranät i organisationen kom från Lindex VD och tanken vara att de skulle ha ett väl fungerande intranät och istället för att leta efter information i en massa pärmar och papper ville de ha ett centralt samlingsställe för informationen.

De som satt i projektgruppen och som var med och utvecklade och skapade Index, förutom Anna Andersson, var informationschefen, projektledaren och Monica Nilsson. Även en kontaktperson från varje avdelning var med i en referensgrupp, som la fram synpunkter och förslag om intranätet.

Förut hade Lindex stora kostnader för tryck och porto och de såg även att de skulle kunna spara in pengar på att använda sig av ett intranät som kommunikationskanal. Även om Anna och Kristina inte hade några uppgifter på hur mycket pengar som har sparats in sedan införandet, trodde de bestämt att de har fått igen de pengar som det kostade att införa Index. De trodde även att personalen i butikerna definitivt tycker att det har varit en positiv investering, men att det självklart är svårt att mäta sådana abstrakta effekter. De menar att personalen inte behöver springa och leta efter information på flera olika ställen längre och bara det är en positiv investering.

När Indexprojektet befann sig i planeringsstadiet gjorde ett par studenter en undersökning om vad personalen i butikerna önskade att ha för funktioner i intranätet. Efter införandet fortsatte IT-avdelningen att göra enkätundersökningar om Index som kommunikationskanal. Dessa undersökningar gjordes dock bara för huvudkontoret, och inga typer av undersökningar har gjorts om butikspersonalens synpunkter och tycke om Index.

I Index finns ett antal funktioner och ett axplock av dessa är:

- Nyheter *Ja*
- Pressklipp *Ja*
- Pressreleaser *Ja*
- Information från ledningen/VD *Ja*
- Information om koncernen/bolaget/organisationen *Ja*
- Information om de olika avdelningarna (till exempel personal, IT, produktion, marknad, ekonomi, information etcetera) *Ja*
- Interna meddelanden *Ja*
- Intern telefon- och e-postkatalog *Ja*
- Ekonomirapport – *Ja, för dem det berör*
- Databassökning *Ja*
- Supportfunktion – *Vi har en idébank där de kan lämna frågor, som då hamnar hos oss. Har de problem med de tekniska i Index hänvisas de till helpdesk, alltså supporten som sitter på IT-avdelningen*
- Mjukvaruarkiv *Nej*
- Bibliotek *Ja*
- Lediga jobb *Ja*
- Presentation av personalen *Ja*
- Personalhandbok *Ja*
- Olika typer av blanketter *Ja*
- Produktkatalog/prislista *Ja*
- Presentationsmaterial (OH-bibliotek) *Ja*
- Intranätversion av personaltidningen *Ja*
- FAQ – Frequently Asked Questions *Nej, bara vanliga frågor som ställs i butik.*
- Mötesrumsbokning *Ja*
- E-post *Ja*
- Förslags (e-post) låda *Ja*

Som en ersättningsfunktion för FAQ – Frequently Asked Questions, finns en funktion där personalen kan se de vanligaste frågorna som ställs i butik, och svaren, och att detta kan ses som en slags FAQ - funktion. Anna berättade att om de anställda behöver ställa frågor om de tekniska problemen i Index, kunde de skriva till helpdesk, som då hamnar hos de på IT-avdelningen. Något typ av mjukvaruarkiv återfinns inte heller i Index, och inte heller någon typ av index, alltså en alfabetisk förteckning över huvudpunkterna i materialet.

Ibland får de på IT-avdelningen in önskemål och förslag från butikspersonalen genom en slags idébank. De har också möjlighet att skicka mail direkt till till exempel Kristina om de har något de undrar över och så vidare. Anna berättade att de fick ett önskemål om att ha införa en blogg i Index, och detta är något som nu butikspersonalen har tillgång till. Hon säger också att de inte har informerat något särskilt om bloggen, och att vissa regioner använder den mer än andra regioner. Jag frågade om skyltmaterialet, som de anställda och butikcheferna använder för att skriva ut skyltar, är en funktion i Index. Anna svarade att skyltmaterialet är en funktion som ligger på skrivbordet i datorn och är alltså inte en funktion i Index.

När Index infördes i butikerna, fick de anställda en utbildning i Index. Den var upplagd på det viset att butikschefen först fick läsa igenom utbildningsmaterialet och sedan lära ut till sin personal. Beräknad tid till detta var cirka 30 minuter. Efter det fick de anställda ytterligare 30 minuter där varje anställd, individuellt skulle gå igenom ett utskrivet övningsmaterial bestående av frågor. Efter de anställda gjort klart alla frågor fick de signera och lämna in svaren till butikschefen. De som la upp utbildningsplanen var Anna och projektledaren. De säger också att varje region har något som kallas för Superusers och som är mer utbildade i Index, och som kan svara på frågor från butikspersonalen.
En fråga jag ställde i efterhand till Kristina, var ifall butikspersonalen och butikscheferna kan logga in på Index hemifrån, men detta är en funktion de inte har tillgång till.
Strax efter att Index installerats i varje butik togs faxen bort. Anna säger också att de bad butikscheferna att slänga alla pärmar och att de inte uppmanar butikspersonalen att använda sig av pärmar överhuvudtaget längre. Tanken är att all information ska hämtas ifrån Index numera. Allt tryckt material är dock inte borttaget, personaltidningen är något som fortfarande trycks, men den finns även upplagd på intranätet. Även Index numera är den främsta informationskällan och kommunikationskanalen, använder de sig fortfarande av traditionella kommunikationskanaler, så som telefonen. Anna säger att de fortfarande utnyttjar telefonen vid till exempel telefonmöten eller när information måste ges fort.

Kristina och Anna tror att de anställda till en början inte upplevde en förbättring när det gällde kommunikationen från ledningen. Förut fick de all information skickat till dem i tryckt form, nu måste de aktivt gå och sätta på datorn och själva gå dit och söka informationen. Efterhand har personalen arbetat in en rutin för att hitta all information, så nu borde det vara mycket lättare för dem att använda Index säger de. Anna säger: ”*På sikt tror jag att detta är ett mycket bättre sätt för dem att jobba, men på kort sikt tycker de nog inte det.”*

5 Analys

I detta kapitel jämför jag mitt empiriska material med de teorier som ingår i uppsatsens teoretiska referensram.

5.1 Införandet av ett intranät

Enligt teorin kan ett förslag om att införa ett intranät i en organisation kan komma från ett flertal olika håll, antingen från enskilda medarbetare, en speciell avdelning, från ledningen eller som resultat av diverse personalundersökningar.[38] Idén om att införa ett intranät i Lindex organisation kom från VD:n.

Då ett intranät är ett omfattande projekt ser ledningen i en organisation givetvis att intranätet bidrar till förbättringar och besparingar i förhållande till det nuvarande arbetssättet.[39] I Lindex organisation tror ledningen absolut att förbättringar har skett när det gäller informationssökningen i butikerna. De menar att butikspersonalen inte längre måste springa och leta efter information på flera olika ställen längre, utan att all information nu är samlat i Index, men att dessa effekter av ett intranät är svåra att mäta. Teorin redogör för olika fördelar ett intranät får, när det gäller kostnadseffektivitet. En fördel är att ett intranät är snabbt och enkelt att sätta i verk.[40] Detta är dock något som i Lindex fall talar emot teorin. Enligt Anna Andersson, projektkoordinatorn av Index, började de införa intranätet i Lindex butiker 2004. Dock infördes det först i tio testbutiker, men hösten 2005 togs beslutet om att införa Index i alla butiker och alla butiker hade tillgång till Index årsskiftet 06/07. Teorin förespråkar också att ett intranät är ett sätt att sänka omkostnader på bland annat tryck, papper och distribution,[41] och detta är något som också praktiken talar för. Även om ledningen på Lindex inte hade några uppgifter på hur mycket pengar som har sparats in sedan införandet, trodde de bestämt att de har fått igen de pengar som det kostade att införa Index. De kunde också säga att de förut hade stora kostnader för tryck och porto, och att de kunde spara in pengar på att använda sig av ett intranät som kommunikationskanal.

Teorin tar också upp de mer abstrakta fördelarna med att införa ett intranät i organisationen. Två fördelar är att intranätet *främjar den interna kommunikationen* och *underlättar för utbytet av kunskaper och erfarenheter*,[42] och i Lindex fall stämmer praktiken inte överens med teorin.

[38] Bark, 1997, S. 52
[39] Bark, 1997, S. 52
[40] Bark, 1997, S. 54
[41] Bark, 1997, S. 54
[42] Bark, 1997, S. 55

Butikscheferna på Lindex har i och för sig tillgång till mail via Index för att kunna kommunicera till andra medarbetare och ledningen inom organisationen. Denna funktion har dock inte butikspersonalen tillgång till. Vissa av de anställda i Lindex butiker tycker att en mail skulle bidra till att kommunikationen förbättrades, för att de då till exempel skulle kunna maila om lagersaldo i andra butiker, och frågor som inte kräver brådskande svar till ledningen, skulle med fördel kunna skickas på mail istället för att de skulle behöva ringa. Lindex personal har tillgång till en blogg, som är uppdelad regionvis, där personalen kan kommunicera med varandra. Detta skulle kunna underlätta utbytet av kunskaper och erfarenheter, men bloggen är dels för lite marknadsförd till butikerna och dels kan de inte kommunicera till alla butiker i organisationen. Eftersom ledningen fick in önskemål om en blogg som funktion i Index, informerade de inte särskilt om den.
Ytterligare en mer abstrakt fördel som teorin tar upp är att intranätet sörjer för tillgång till tillförlitlig information.[43] Detta är något som personalen på Lindex inte alltid upplever. En del av de anställda och butikscheferna tycker att ledningen ibland lägger ut information, för att sedan ändra den via andra kommunikationskanaler, så som telefon. Detta gör att butikspersonalen stundvis inte upplever informationen via Index som tillförlitlig.

5.2 Intranätets konsekvenser på kommunikationen i en organisation

Kommunikation är en när en sändare och en mottagare möts genom olika typer av kanaler. Sändaren vill föra över ett budskap till en mottagare, och det kan till exempel ske skriftligt.[44] I en mångfilialkedja som skickar ett budskap genom ett intranät, kan sändaren vara både ledningen och butikspersonalen, likadant kan mottagaren vara både ledningen och personalen. Vanligast är att ledningen skickar information via intranätet och personalen tar del av denna. Feedback är den reaktion som mottagaren visar på det sända budskapet.[45] I min undersökning visade det sig att både butikspersonalen och butikscheferna, finner det svårt att sända feedback till ledningen. De tycker att vissa funktioner, där meddelande kan skickas till ledningen i Index inte fungerar. De menar att de ibland inte får något svar på meddelandet eller där meddelandet verkat sållats och besvaras av kundtjänst som inte var den tänkta mottagaren. Ledningen ger dock exempel på att butikspersonalen har möjlighet till att ge feedback till dem. Feedback från personalen sker genom en slags idébank och de har även

[43] Bark, 1997, S. 55
[44] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad
[45] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad

möjlighet till att skicka förslag och önskemål till ledningen. De har också möjlighet att skicka mail direkt till exempelvis Kristina om de har något de undrar över och så vidare.

Enligt teorin finns det olika kommunikationsbarriär som stör kommunikationsprocessen när sändaren ska skicka ett meddelande till mottagaren.[46] I en organisation är barriärerna som stör intranätets förmåga att sända budskapet många, och på Lindex uppfattas språk, tidspress, känslor, icke-verbala signaler och informationsmängd som de största barriärerna. Många av de som jobbar inom butiksbranschen tillhör den äldre generationen, och de har inte tilldelats någon engelskundervisning under skolgången. Det blir då ett problem för dem att förstå all information på Index, eftersom en del begrepp och huvudrubriker står på *engelska*. Då det mesta arbete i butiken är förlagt i butiken, och inte i personalrummet där intranätet är belagt, finner många av butikspersonalen det svårt att hitta *tid* till att använda Index så mycket som de önskar. Detta bidrar också till att många inte hinner lära sig hur alla funktioner fungerar och hitta allt butiksmaterial som de behöver. Butikspersonalen menar också att de äldre i butikerna känner en *rädsla* för datorer och att de därför inte tar till sig all viktig information. Eftersom ett intranät är den främsta informationskällan, läggs all information om kedjan och butiksmaterialet ut på intranätet. Informationsmängden blir därför väldigt stor, och detta upplever många i butiken som störande då de inte kan sålla vilken information som är väsentlig för just ens befattnings arbetsuppgifter. Detta fenomen kallas också för *information overload*[47] och är vanligt när ett intranät införs i en organisation.

Ett intranät kommunicerar till stor del skriftlig information, och fördelar med skriftlig information är att läsaren kan gå tillbaka till texten och läsa den på nytt, risken för att budskapet misstolkas är liten om den är skriven på ett rätt sätt och att informationen kan konsumeras när mottagaren vill och känner att vederbörande har tid.[48] Dessa fördelar, med den skriftliga information som läggs ut på intranätet, är något som den butikspersonal jag intervjuat till stor del upplever. En nackdel med skriftlig information är att det finns gränser för hur mycket information som kan kommuniceras genom kanalen. Orsaken till att informationen begränsas är att man inte har någon möjlighet att observera hur personer kommunicerar med kroppen och avger andra, *icke-verbala signaler*.[49] Detta är något som butikspersonalen, både cheferna och de anställda, menar är en nackdel, då informationen ibland missuppfattas från ledningen. Intranätet har ersatt den verbala kommunikation som

[46] Kaufmann och Kaufmann, S. 371
[47] Bark, 1997, S. 115
[48] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad
[49] Jacobsen och Thorsvik, S. 344

tidigare skedde via telefon eller personliga möten. Skriftlig information lämnar heller inget utrymme för dubbelriktad kommunikation.[50] Denna nackdel är som sagt en faktor som personalen i butikerna har upplevt, då den meddelande-funktion som ska agera feedbackkanal i Index inte fungerar.

Bark har skisserat upp exempel på vad som kan hända i en organisation som inför ett intranät som kommunikationskanal. Han menar att medarbetarna i organisationen själva måste ta ansvar för att hålla sig informerade när ett intranät används som främsta kommunikationskanal. Vissa av de anställda på Lindex, särskilt de äldre, menar att detta ansvarstagande är en nackdel då de inte har fått någon datorundervisning sen skoltiden, och inte har någon vidare datorkunskap. På grund av deras bristande datorkunskaper, blir det svårt för dem att ta del av all information som läggs ut på intranätet. Butikscheferna däremot tycker att intranätet bara kommit till deras fördel då de numera slipper servera sin personal med den viktiga informationen som krävs för att kunna utföra arbetsuppgifterna.
Ett annat problem som teorin tar upp är det faktum att medarbetarna inte har samma övergripande perspektiv som ledningen. Medarbetarna kan tolka informationen på ett sätt som ledningen inte avser,[51] och detta är något som butikspersonalen på Lindex upplever. Ett exempel på teorin, fast omvänt, är det skyltsystem som butikspersonalen använder för att skriva ut skyltar till butiken. Butikschefen i butik B säger att många av butikspersonalen avskyr att skriva ut skyltarna därför att upplägget på dem är ologiskt. Hon säger att det märks att skyltsystemet inte görs av någon som har erfarenhet av att jobba i butik.
Teorin säger att de finns risk för att de personer som blir hänvisade till IT-kiosker i en organisation kommer att få tillgång till mindre information, än de som har dator vid arbetsplatsen.[52] Som sagt är intranätet beläget inne i personalrummet och butikspersonalens arbetsplats är ute i butiken, detta gör att personalen inte kommer att få lika mycket information som de som sitter på huvudkontoret. Enligt teorin tar sig kanske de som blir hänvisade till IT-kiosker inte tiden till att söka informationen eller får tid avsatt till det. Om inte tid är avsatt till detta och det inte heller är en naturlig del av arbetet finns det risk att dessa medarbetare inte alls kommer att tillgodogöra sig det material som finns på intranätet.[53] Tid för att leta information i Index finns inte avsatt på personalens arbetsschema och som sagt har de svårt att hitta tid till det. Detta är bidragande effekter till att butikspersonalen inte tittar i

[50] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad
[51] Bark, 1997, S. 115
[52] Bark, 1997, S. 115
[53] Bark, 1997, S. 99-100

Index så ofta som de önskar, och därför inte tillgodogör sig all information som finns på intranätet. Butikspersonalen på Lindex har ett önskemål om att schemalägga intranätanvändandet, och att detta skulle göra att fler i butikerna kollar i Index. Bark menar också att många personer i organisationer inte har datorvana och att detta talar för att de inte kommer att använda intranätet.[54] Som tidigare nämnts tillhör många personer inom Lindexbutikerna den äldre generationen, och de har ingen vidare datorvana och använder därför inte intranätet så ofta.

Bark skriver att intranätet bör ses som ett komplement till vissa av de redan existerande informations- och kommunikationskanalerna. [55] Detta är något som ledningen inom Lindex delvis har tagit hänsyn till. Även om de har bett butikscheferna att slänga pärmar där all information med till exempel viktiga telefonnummer, så får butikspersonalen fortfarande information via de traditionella informations- och kommunikationskanalerna. Till exempel trycks fortfarande personaltidningen, och butikscheferna använder sig fortfarande av telefonmöten. Butikspersonalen har dock en synpunkt på att vissa pärmar måste slängas. De tycker att det är svårt att hitta viktiga telefonnummer i Index, och att de i pärmarna hittar dessa telefonnummer mycket snabbare.

5.3 Innehållet, strukturen och funktionerna i ett intranät

Enligt teorin har undersökningar gjorts på vilka funktioner som bör vara standard i ett intranät.[56] En lista på de vanligaste funktionerna och vilka av dessa som Index innefattar, återfinns i empirin. Index har i princip alla de vanligaste funktionerna och de enda funktioner som inte finns i Index är funktioner för FAQ – Frequently Asked Questions, mjukvaruarkiv och en supportfunktion. Dock finns en typ av ersättning till en supportfunktion, där butikspersonalen kan lämna frågor som hamnar hos de på IT-avdelningen, tekniska problem kan också skickas till helpdesk, som då hamnar också hamnar på IT-avdelningen. I intranätet finns också de vanligaste frågorna och svaren som ställs i en butik, och detta kan ses som en typ av FAQ – funktion.

Teorin tar också upp vikten av att ha ett behovsprövat och efterfrågat innehåll i intranätet.[57] På Lindex gjorde ett par studenter en typ av undersökningen på vad butikspersonalen önskade att ha för funktioner och innehåll i intranätet.

[54] Bark, 1997, S. 115
[55] Bark, 1997, S. 124
[56] Bark, 1997, S. 89-90
[57] Bark, 1997, S. 90-92

En effektiv sökmotor är en absolut nödvändighet i ett intranät och den kan förenklas med hjälp av ett index, för att öka möjligheten för användarna att finna det de söker.[58] Vissa av de anställda och butikschefer jag intervjuade anser inte att deras intranät har en logisk sökmotor. Dessutom finns inget index i intranätet, som då kan hjälpa butikspersonalen på Lindex att hitta det de söker.

Teorin tar också upp fördelarna med att ha ett innehåll som är logiskt och naturligt för användarna.[59] Vissa av butikspersonalen på Lindex tycker inte att intranätet är enkelt att hitta i och att sökmålet inte alltid återfinns under den rubrik som förväntas. En del tycker dock att intranätet är mycket lätt att använda och ser upplägget som klockrent.

Vidareutvecklingen av webbapplikationerna och intranätets innehåll måste hela tiden ske i en kontinuerlig dialog med användarna menar Bark.[60] Detta är något som ledningen på Lindex delvis har tagit hänsyn till. Visserligen har de skickat ut enkätundersökningar på huvudkontoret, men någon undersökning på vad användarna i butiken anser om Index har inte genomförts.

5.4 Personalutbildning av ett intranät

Bark har intervjuat många stora företag om givit sin personal utbildning i intranät, och han tar i boken *Intranät i organisationens kommunikation* upp två exempel där utbildning gavs, respektive inte gavs till personalen.[61] I Lindex fall stämmer exemplet där företaget fick utbildning bäst in, då de visserligen fick en utbildningen, men utbildningen var inte i närheten av så omfattande som i exemplet. De fick för lite utbildning för att lära sig Index grundligt, och många av de anställda har fått lära sig på egen hand efter utbildningen. Vissa av både butikscheferna och butikspersonalen tycker att de skulle ha fått ytterligare tid avsatt till att lära sig funktionerna i Index, och att en handledare på plats skulle ha underlättat. Att personalen på Lindex vill önskar mer utbildning är något som också statistiken visar på. Tio av de 28 anställda jag har intervjuat har inte tagit del av någon utbildning i Index, och sammanlagt 19 anställda vill ha ytterligare utbildning, oavsett om de fått någon utbildning i Index eller inte. Anledningen till att inte alla har tagit del av utbildningen som tilldelades är, att alla inte jobbade inom kedjan när Index infördes och medverkade därför inte vid den gemensamma utbildningen. Vissa av dessa har inte blivit tillfrågade utbildning, och vissa har begärt önskemål om utbildning med inte tilldelats någon. En annan anledning är också att en

[58] Bark, 1997, S. 90-92
[59] Bark, 1997, S. 92-93
[60] Bark, 1997, S. 92-93
[61] Bark, 1997, S. 86-87

del av dessa tio varit mammalediga och sjuka dagen då utbildningen hölls, och därför inte fått någon utbildning i Index.

Eftersom alltmer information läggs ut på Index har som sagt fler lärt sig hur intranätet fungerar på egen hand, och detta är något som också statistiken visar på. 12 stycken av de sammanlagt 19 tillfrågade tittar Index mer idag jämfört med vid införandet.

Det andra exemplet som Bark tar upp, där personalen inte fick någon utbildning överhuvudtaget, stämmer också till viss del in på Lindex fall. I ett exemplet motiverar den intranätansvariga på företaget att ingen utbildning gavs därför att intranät ska vara så pass enkelt och självförklarade. Detta är något som till viss del ledningen på Lindex också verkar vara i tron om. Dock tycker inte personalen på Lindex att så är fallet, då många som sagt tycker att Indexs är svårt att hitta i och inte har något logiskt söksystem. Bark ställer sig också frågan om personalen i en organisation måste utbildas i att använda intranät eller om det är självinstruerande.[62] I praktiken kan jag se att det senare exemplet stämmer bäst överens med teorin. Vissa av de datorkunniga i butikerna, lärde sig Index på egen hand och var därför inte i behov av någon ytterligare utbildning, medan de med mindre datorvana fann det svårt att på egen hand, efter den korta utbildningen, lära sig Index.

Teorin varnar också för att den muntliga och skriftliga kommunikationen inte får bli lidande i en organisation. Detta bland annat för att de äldre medarbetarna inte har lika lätt för den nya tekniken, vilket kan leda till att de inte hämtar hem lika mycket av den viktiga informationen, som de datorkunniga. Det är därför viktigt att en organisation hela tiden utvecklar och utbildar personalen om hur man hämtar information via intranät.[63] Lindex ledningen har inte tagit hänsyn till de äldre när det gäller den utbildning som butikspersonalen tilldelades, då alla fick likvärdig utbildning. Inte heller får de anställda utbildning regelbundet i Index, vilket teorin förespråkar.

Oavsett om utbildning i intranät ges eller inte kan en kortare användarhandbok, eller folder, som hela tiden finns tillgänglig vid datorn, vara till hjälp.[64] Detta är något som inte återfinns jämte datorn med Index på Lindex, men inte heller något som den butikspersonal jag har intervjuat, har efterfrågat.

[62] Bark, 1997, S. 86-87
[63] Lundgren, Lundqvist, C-uppsats, 2007, Högskolan i Halmstad
[64] Bark, 1997, S. 88

6 Slutsats

I detta kapitel besvarar jag de problemfrågor som formulerats i inledningen, och slutsatsen som dras är baserad på uppsatsens analys. Studiens problemformulering lyder: Vilka konsekvenser får ett intranät för kommunikationen i en mångfilialkedja?

Ett intranät som främsta kommunikationskanal och informationskälla medför konsekvenser för kommunikationen i en mångfilialkedja, och dessa konsekvenser kan vara både av det positiva eller negativa slaget. Nedan följer en redogörelse för dessa negativa och positiva konsekvenser ett intranät får för kommunikationen i en mångfilialkedja.

I och med den informationen som butikschefen tidigare medlade till sin personal, numera finns i intranätet, är det nu upp till var och en av de anställda att söka den väsentliga informationen. Konsekvensen för kommunikationen blir då dels att ansvaret ligger på den enskilde anställde att söka information ifrån ledningen, och dels att butikschefen inte kommunicerar med sin personal på samma sätt som förut. Eftersom det numera är den enskildes ansvar att hitta informationen i intranätet, blir den interna kommunikationen drabbad. Till exempel drabbas de användare som tillhör den äldre generationen och som inte har någon vidare datorvana eller engelskkunskap. De kan inte ta till sig informationen ifrån ledningen till fullo, eftersom de är rädda för att göra något fel när de klickar sig fram till all den informationen som ledningen lägger ut. De engelska begreppen gör att de äldre användarna blir ännu mer drabbade när det gäller informationsinhämtningen, då de inte förstår alla orden och begreppen.

Eftersom all information finns att tillgå via intranätet, blir andra kommunikationskanaler mindre utnyttjade i en mångfilialkedja, och detta drabbar i sin tur den personliga kontakten mellan medarbetare inom kedjan. Personliga telefonsamtal med kollegor ersätts med e-mail och interna meddelanden i intranätet.

En positiv konsekvens som ett intranät medför för kommunikationen är att informationen blir mer lättillgänglig via ett intranät och mycket av den informationen som läggs ut på intranätet arkiveras och är alltså hållbart. Detta får efterföljder på kommunikationen inom kedjan, då personalen inte behöver uppredade gånger ta kontakt med ledningen för att be dem skicka samma information skiftligt, genom fax eller post.

Informationen kommuniceras också fortare genom ett intranät och de anställda får den relevanta informationen tidigare, än vad de fick innan intranätet fanns inom kedjan. Ytterligare en positiv konsekvens är att all information numera finns samlad i intranätet, förr samlades informationen i många olika pärmar, vilket kunde bli besvärligt för de anställda. Så den största positiva konsekvensen ett intranät får för kommunikationen, som jag kan tyda utifrån mina empiriska resultat, är att informationen numera kommer fram fortare till de anställda och att informationen finns lättillgängligt och samlat på ett och samma ställe.

Den största negativa konsekvensen är att de äldre inom en mångfilialkedja inte kan ta till sig den viktiga informationen, på samma sätt som de yngre i kedjan. Då många som jobbar i denna typ av butik tillhör den äldre generationen, och datorkunskap och engelskkunskap inte fanns som ämnen under deras skoltid, är detta är problem för kommunikationen i kedjan.

7 Rekommendationer/diskussion

Under denna rubrik ger jag rekommendationer till organisationer som har eller tänker införa ett intranät, vad de bör tänka på och beakta. I detta kapitel redogör jag också för den diskussion som jag har fört under arbetets gång.

Det jag kan se efter denna undersökning är att när ett intranät införskaffas i en organisation bör användarna få en grundlig genomgång av intranätets olika funktioner och hur de klickar sig fram, för att till fullo kunna utnyttja intranätet. Jag anser dock denna typ av organisation är en organisation där flertalet av användarna är butikspersonal, som ägnar i princip all sin arbetstid ute i butiken och inte inne på kontoret vid datorerna. Detta gör att en utbildning av ett intranät inte behöver vara så omfattande eftersom de endast behöver kunna utnyttja ett fåtal funktioner i intranätet, för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. Problemet i detta fall är dock att butikspersonalen inte kan utföra arbetsuppgifterna eftersom de inte förstår och kan utnyttja alla funktioner. Detta beror delvis på att det finns brister i utbildningen av intranätet och en brist är att alldeles för lite tid gavs till butikspersonalen att lära sig intranätet till fullo. Själva utbildningstillfället kunde ha varit förlagt på fler timmar, så att alla hade fått tid att klicka sig fram och lära sig. Kompendiet de fick var bra, men de hade behövt ha en handledare som kunde besvara frågor som dök upp medan de själva satt och klickade sig fram. Ytterligare en brist jag kunde se i min undersökning är att de som kräver mer datorvana och engelskkunskap borde ha tilldelats en genomgång av grunderna i datorkunskap och en genomgång av de engelska orden i intranätet. Då hade de kunnat ta till sig informationen som de fick under intranät-utbildningens gång bättre.

De som inte kunde närvara vid utbildningstillfället, borde fått en kort genomgång av intranätet när de kom tillbaka från till exempel mamma-ledighet eller sjukdom. Denna korta genomgång kunde butikschefen ha stått för eller en person ur personalstyrkan som har bra kunskaper i intranätet.

I organistsonen finns som sagt så kallade *Superusers* i varje region. Jag tycker att varje butik borde utse en *Superuser* som är duktig på både datorer och intranätet, och som kan tillgå med svar på frågor och assistans för de som inte är så kunniga. Jag anser att det borde finnas minst en person i varje butik som är lite mer erfaren och lite mer dukig inom just detta område. Denna person skulle kunna ha en kort genomgång, en gång i veckan vid exempelvis ett morgonmöte, av de frågor som dykt upp angående intranätet under den föregående veckan. Personen i fråga, skulle kunna få en kompensation för den extra tid som läggs ut som

”handledare” i form av en löneförhöjning. En *Superuser* i varje butik skulle kunna vara en lösning på de problem som finns angående intranätanvändandet och även ett billigt alternativ till utbildningar och dylikt.

Om en analys görs om vilka kunskaper användarna har i datorer redan innan införandet, kan de intranätansvariga utforma en passande utbildning till butikerna.

En funktion för lagersaldo, både för den egna butiken och för närliggande butiker, är bra att ha i ett intranät. Då hade till exempel inte personalen behövt ringa till en anställd i en närliggande butik för att fråga efter en vara åt en kund. Den anställde i den andra butiken hade i sin tur inte behövt springa och leta efter varan.

Tid är som sagt något som det finns brist på i arbetet i butik, och för att de anställda inte ska behöva springa in till ett personalrum varje gång de behöver titta något i intranätet, kan en skärm med intranätet finnas framme vid kassan, detta hade också underlättat om en funktion för lagersaldo finns i intranätet.

För att användarna till fullo ska kunna använda de flikar och funktioner i ett intranät, krävs en utbildning i både datorkunskap och i det enskilde intranätet. Görs inte detta, blir den interna kommunikationen inom kedjan drabbad, eftersom användarna har svårt för att klicka sig fram och ta till sig informationen som ledningen lägger ut.

Om tanken med intranätet i en mångfilialkedja är att främja den interna kommunikationen, bör alla användare ha en egen mail, eller åtminstone vara ordentligt informerade om de olika kommunikationssätt som finns i intranätet, exempelvis bloggar och liknade.

Det som bör tänkas på när det gäller kommunikationen och intranätet i en mångfilial är att:

- Hänsyn måste tas till de personerna med mindre datorvana och språkkunskap
- Intranätet ska vara enkelt och strukturerat upplagt
- Sökmotorn i intranätet ska vara logisk för användarna
- Tidsbrist är något många butiker lider av idag, så om det finns metoder inom intranätet som man minska tidsbristen bör de användas
- Utbildning i intranätanvändandet bör ges till användarna
- Informationen som läggs ut via intranätet måste vara tydlig och lätt att tolka
- Innan ett intranät införs i organisationen bör en typ av enkät om personalens kunskaper i datorer skickas ut till personalen
- Eftersom ett intranät hela tiden utvecklas och förändras måste en kontinuerlig utvärdering av de anställdas användande och attityd till intranätet göras

- Personalen måste få information om de olika kommunikationssätt som finns i intranätet, till exempel bloggar och andra sätt att kommunicera internt inom kedjan

Käll- och litteraturförteckning

Bok med författare:

Bark, M., *Intranät i organisationens kommunikation*, 1997, 1:2, Uppsala, Uppsala Publishing House AB

Dahlkwist, M., *Kommunikation*, 2004, fjärde upplagan, Stockholm, Liber AB

Eriksson, P., *Planerad kommunikation*, 1992, femte upplagan, Malmö, Liber AB

Fiske, J., *Kommunikationsteorier: en introduktion*, 1997, Borås, Wahlström & Widstrand

Hård af Segerstad, P., *Information och kommunikation,* 1982, fjärde upplagan, Uppsala, Författaren och studieförlaget

Högström, A., *Kommunikativt ledarskap – en bok om organisationskommunikation*, 1999, Stockholm, Sveriges verkstadsindustrier; Industrilitteratur

Jacobsen, D.I., *Vad, hur och varför?* 2002, Lund, Studentlitteratur

Jacobsen, D.I., Thorsvik, J., *Hur moderna organisationer fungerar,* 2002, 2:2, Lund, Studentlitteratur

Kaufmann, G., Kaufmann, A., *Psykologi i organisation och ledning,* 2005, 2:2*,* Lund, Studentlitteratur

Nilsson, B., Waldemarson, A-K., *Kommunikation samspel mellan människor*, 1990, 1994 2:2, Studentlitteratur

Övriga källor:

Sandin, E., Lidman, S., *Från inspektion till upplevd effekt - en kommunikationsprocess upplevd av skyddsombuden,* 2005, Luleå, Examensarbete, C- uppsats, Luleå Tekniska universitet

Lundgren, M., Lundqvist, S., *En studie i kommunikation – hur fungerar kommunikationen i ett produktionsföretag*, 2007, Halmstad, Examensarbete, C-nivå, Högskolan i Halmstad

Lindex Report, Verksamhetspresentation

Intervjuer:

Respondent:	Titel:	Datum:	Plats:
Kristina Hermansson	Webbmaster på Lindex	2008-03-26	Lindex huvudkontor
Anna Andersson	Projektkoordinator	2008-03-26	Lindex huvudkontor
Butik A	Personal och butikschef	2008-03-05	Lindexbutik
Butik B	Personal och butikschef	2008-03-07	Lindexbutik
Butik C	Personal och butikschef	2008-03-14	Lindexbutik
Butik D	Personal och butikschef	2008-03-17	Lindexbutik
Butik E	Personal och butikschef	2008-03-18	Lindexbutik
Butik F	Personal och butikschef	2008-03-25	Lindexbutik

Bilagor

Intervju med de anställda i butik A

1. Har du tagit del av **all** den utbildning som fanns att tillgå när Index införskaffades?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Ja, vi fick ett tillfälle då vi gick igenom Index. Jag anser att man lär sig mycket allteftersom.*

Respondent två, dekoratör*: Nej, eftersom jag har varit tjänsteledig i två år. Jag kom precis när det var nytt och det har inte blivit av att jag har fått någon utbildning.*

Respondent tre, säljare*: Nej, hade friår när intranätet införskaffades.*

Respondent fyra, säljare*: Nej, jag har inte gjort utbildningen än, men skulle verkligen behöva en genomgång. Det har inte blivit av helt enkelt.*

2. Skulle du vilja ha mer utbildning om Index?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Eftersom de på huvudkontoret har ändrat i Index så många gånger tycker jag att det skulle behövas lite mer utbildning. Jag tyckte det var bättre vid Index uppstartande, det var lättare att förstå. Man får leta sig fram och många hittar inte det de vill få fram. Mycket står på engelska och det är ofta svåra engelska termer som inte är så lätta att förstå.*

Respondent två, dekoratör*: Ja, men mycket har jag lärt mig efterhand. Jag kollar mest veckobrev. Färdigskyltat material kan jag inte till exempel.*

Respondent tre, säljare*: Nej, inte nu men däremot hade jag uppskattat utbildning när jag kom tillbaka. Jag har lärt mig mycket i efterhand, men visst är jag inte expert, det blir att jag får fråga andra hela tiden.*

***Respondent fyra, säljare**: Ja, absolut. Jag är inte alls bra på Index, anar att jag är den som använder Index minst av alla.*

3. Skulle du vilja ändra på nåt i Index?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Det skulle kunna vara lättare att hitta i Index. Man skulle kunna söka på telefonnummer.*

***Respondent två, dekoratör**: Ja. När man gör skyltar i Index och använder tabben så hoppar den olika för varje skylt. Tabben hoppar alltså inte till den text som den borde eller som man tror den ska hoppa till. Det går självklart använda sig av datormusen men det sinkar en och tar längre tid och i en butik är all tid värdefull.*

***Respondent tre, säljare**: Det kan bli lite jobbigt att söka sig fram hela tiden. Även sökfunktionerna kunde ha varit bättre. De hade även kunnat ändra så att det blir lättare att skriva ut skyltarna. Nu måste man mäta och det hade varit lättare för oss slippa den biten.*

***Respondent fyra, säljare**: Jag är ju inte så insatt i det här med Index som sagt.*

4. Vad ser du att ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt om Index?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Ingenting.*

***Respondent två, dekoratör**: Ingenting.*

***Respondent tre, säljare**: Ingenting.*

***Respondent fyra, säljare**: Jag har ju inte fått någon utbildning så jag kan inte uttala mig om det.*

5. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef *:Det jag skulle se att de ändrade är i så fall språket. På något sätt skulle de kunna få mer text på svenska. Men ingenting annat skulle kunna hjälpa tror jag.*

Respondent två, butikskommunikatör*: De som inte har så god datorvana skulle kunna bli förvarnade innan de ändrar något i Index så att de hinner förbereda sig. De skulle även kunna få en kort genomgång av det som kommer förändras. Annars tycker jag det är rätt enkelt att hitta bland alla flikar.*

Respondent tre, säljare*: Ja, kanske. Det hade varit bra om de kunde ändra så att man har bättre överblick på Index. Det hade möjligen underlättat för dem som inte har så god datorvara.*

Respondent fyra, säljare*: Nej, det tror jag inte. Jag tror att det handlar om att öva och leta sig fram. Oftast tycker jag att man hittar efter att man letat.*

6. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Nej, det tror jag inte. Jag tror att alla kollar Index på raster och vid luncher, så jag tror inte att det inte är någon som inte ”orkar” kolla Index.*

Respondent två, butikskommunikatör*: När man jobbar i butik måste man vara intresserad av nyheter om företaget. I den här butiken går alla in och kollar Index.*

Respondent tre, säljare*: Ja, det skulle kunna vara lättare att hitta sin egen info. I många fall behöver inte alla i personalen ta del av allt som till exempel står i de veckobrev som butikschefen skrivit ut. Om det då hade varit lättare för personalen att hitta ”sin egen” information i Index hade många med lite sämre datorvana kanske känt sig mer motiverade till att använda Index.*

Respondent fyra, säljare*: Nej. Veckobrev skriver ju butikschefen ut så det blir ju att alla får den informationen ändå. Mycket skrivs på tavlan så även där får många informationen.*

7. Kan det finnas någon annan anledning till att du eller dina medarbetare inte kollar Index frekvent?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Nej.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Ja. Vi har väldigt mycket att göra och tight om tid vilket gör att man kanske inte kollar Index så ingående som man vill. Man glömmer bort av ren stress helt enkelt.*

Respondent tre, säljare*: Ja, tiden. Här blir väldigt stressigt och man känner inte att man kan kolla Index så ofta som man vill.*

Respondent fyra, säljare*: Ja, det skulle vara tiden i så fall. Man har för lite tid för att titta allt man vill. Jag tror även att osäkerhet spelar in.*

8. Är det svårt att hitta bland alla flikar och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Jag tycker det går ganska bra att hitta bland alla flikar. My Store tycker jag det går ganska bra att hitta i. Även planogram och skyltar är lätta att hitta bland. Många skyltar har de på huvudkontoret bara namngett med storlek så att man måste mäta vilka skyltar det är de menar, det kan i och för sig krångla till det hela lite.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Hittills tycker jag inte att det har varit svårt.*

Respondent tre, säljare*: Inte det som är på förstasidan, men när man ska gå in på andra saker blir det genast svårare.*

Respondent fyra, säljare*: Nej, jag tycker inte det. Men det kan ju också bero på att jag inte kollar så mycket. Kan ju hända att det finns information som är svår att hitta, men som jag inte behöver ta del av ändå.*

9. Tycker du att Index hjälpt dig att få reda på information från ledningen?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Ja, det har hjälp mig mycket mer. Förr använde vi oss av fax och då blev det bara en massa papper. Både oviktig och viktig information spottades ut ur faxen. Nu är det lättare att få tag i den information som behövs och slippa den information som inte är viktig för en själv. Olika befattningar behöver ju ofta olika information.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Nej. Jag har jobbat med Index sedan januari i år vilket har gjort att jag inte skapat mig någon uppfattning om det.*

Respondent tre, säljare*: Ja, det tycker jag har förbättrats.*

Respondent fyra, säljare*: Ja, absolut. Allt har blivit mycket lättare. Det går mycket lättare att trycka ut information som är väsentligt för en själv numera.*

10. Tittar du Index mer än det som butikschefen visar er vid personalmöten?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Ja, det gör jag.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Ja.*

Respondent tre, säljare*: Ja.*

Respondent fyra, säljare*: Knappt.*

Om ja, vad tittar du då och hur ofta?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Jag tittar på lite olika saker till exempel som topplistan på näthandeln, personalnytt och om personer som skriver bloggar har nämnt oss.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Jag tittar Index på fikaraster eftersom man vill hålla sig uppdaterad. Det blir ju oftast bara förstasidan som man tittar eftersom alla de*

senaste nyheterna ligger där. Där står till exempel om alla säljtävlingar och om vilka som leder.

***Respondent tre, säljare**: Jag kollar det som är nytt för att man är nyfiken på det senaste. Men det blir bara att man kollar det som står på förstasidan, sedan blir det krångligare.*

***Respondent fyra, säljare**: Jag kollar Index någon gång bara.*

11. Vad känner du som anställd att du skulle vilja ha för mer information via Index?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Ingen alls.*

***Respondent två, butikskommunikatör**: Inget. Med tanke på att vi redan knappt hinner titta allt vi vill finns det ingen tid till att titta ytterligare nytillkommen information.*

***Respondent tre, säljare**: Jag vet inte. Känner att jag får det jag behöver.*

***Respondent fyra, säljare**: Jag tycker inte att det finns något jag saknar.*

12. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Ingenting.*

***Respondent två, butikskommunikatör**: Inget.*

***Respondent tre, säljare**: Det var inte bra.*

***Respondent fyra, säljare**: Det minns jag inte, det var ju ett tag sen nu.*

13. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Som sagt spottade faxen ut en massa onödig information. Papper som däremot var viktiga kunde tappas bort.*

***Respondent två, butikskommunikatör**: Både ur miljösynpunkt och ur arbetssynpunkt var det sämre förr.*

***Respondent tre, säljare**: Det blev så mycket papper och det kom bort papper med viktigt information hela tiden.*

***Respondent fyra, säljare**: Nu kan man ju kolla allt själv. Förr kunde det ibland bli lite otydligt med mycket papper och så vidare.*

14. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Framför allt har Index gjort att alla blir mer deltagande, även de extraanställda.*

***Respondent två, butikskommunikatör**: Den största konsekvensen är nog hur Index gynnar miljön då inte lika många papper används. Nu finns det inte heller så många anledningar till att man kan säga att man inte tagit del av all information. Förr var det nog lättare att skylla på att man slarvat bort ett papper med viktig information, då man egentligen inte orkat kolla upp det bara.*

***Respondent tre, säljare**: Ur miljösynpunkt har det verkligen blivit bättre eftersom det inte går åt lika mycket papper längre. Det har blivit lättare att hitta information och allt är mer*

strukturerat nu. Allt ser även likadant ut i alla Lindexbutiker nu. Förr kollade inte alla faxen och det blev ju att alla inte fick informationen samtidigt. Om en gick och kollade faxen och tog med sig pappret fick ju inte nästa person den informationen förrän senare, om ens det.

***Respondent fyra, säljare**: Nu kan man ju kolla mycket själv utan att butikschefen skriver ut och visar vad som behövs läsas. Det sparar även tid och man slipper en massa papper som*

kommer bort. Så jag tycker att det bara har blivit bättre, även om man får stå och leta ibland.

15. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialt företag, än just ett intranät?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Nej, jag tror inte det.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Nej, jag tycker detta fungerar väldigt bra. Den info jag behöver hittar jag lätt.*

Respondent tre, säljare*: Nej, jag tror det här är det bästa.*

Respondent fyra, säljare*: Nej, jag tror att det här är det bästa.*

16. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Nej.*

Respondent två, butikskommunikatör*: Alla har ju olika förförståelse för viss information som skrivs på Index vilket gör att det alltid kan uppstå missförstånd och liknande. Men detta har ju inte med Index upplägg att göra, utan här ligger ju problemet i hur folk uppfattar informationen som ledningen skriver. Det har hänt att de på huvudkontoret har gjort tryckfel, men det har aldrig medfört några större konsekvenser.*

Respondent tre, säljare*: Nej.*

Respondent fyra, säljare*: Nej, inte vad jag kan komma på.*

17. På vilket sätt har Index förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Det är inte mycket som har ändrats när det gäller sättet att kommunicera till de andra butikerna. Vi ringer fortfarande när vi behöver få svar på något.*

***Respondent två, butikskommunikatör**: Vi har ju ingen kontakt med de andra butikerna via Index. En mail skulle kanske vara en bra grej att införskaffa. Men de enda som har tillgång till mail, via Index är butikscheferna. Det som skulle kunna vara bra är att alla dekoratörer får en mail som de kan maila till varandra och till regionskommunikatören. Jag har förstått att det blir omständligt när man ska beställa färdiga skyltar, och om dekoratörerna skulle ha en egen mail för att beställa dessa hade både deras och butikschefernas jobb underlättats. Då hade de sluppit att gå via butikschefen för att skicka och beställa skyltarna.*

***Respondent tre, säljare**: Nej, det tycker jag inte.*

***Respondent fyra, säljare**: Jag är ju som sagt dålig på att använda Index. Jag har alltid ringt om jag har behövt veta något och det gör jag fortfarande.*

18. På vilket sätt har Index försämrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Nej, i och med att det inte är så stor skillnad från nu och då.*

***Respondent två, dekoratör**: Nej, jag tycker inte att det har försämrats. Vi ringer till varandra och löser problem sinsemellan.*

***Respondent tre, säljare**: Nej. Med tanke på att vi kommunicerar med medarbetare i andra Lindexbutiker på samma sätt som förr tycker jag inte att det försämrats.*

***Respondent fyra, säljare**: Nej.*

Intervju med de anställda i butik B

1. Har du tagit del av all den utbildning som fanns att till gå när Index införskaffades?

Respondent ett, säljare*: Ja.*

Respondent två, säljare*: Kommer inte ihåg men jag tror det var en väldigt liten utbildning vi fick. Jag söker hellre information i papper, men jag vet hur Index fungerar.*

Respondent tre, säljare, extraanställd*: Ja, det har jag men det var en liten utbildning.*

Respondent fyra, säljare, extraanställd*: Ja.*

Respondent fem, säljare*: Ja.*

2. Skulle du vilja ha mer utbildning om Index?

Respondent ett, säljare*: Jag är tredjeman i denna butik och sysslar med löner med mera så jag hade behövt mer utbildning. Ofta söker jag informationen själv. Det är inte så många som använder Index i den här butiken, de som jobbar här är 40+ och det är lite främmande för dem. Jag tror därför att många hade behövt mer utbildning. Vi har en visserligen en månadspärm där all information är tryckt, men jag tycker att alla ska gå in på Index och kolla på månadspärmen där.*

Respondent två, säljare*: Nej, det behöver jag inte. Allt finns på papper som vi säljare behöver.*

Respondent tre, säljare, extraanställd*: Ja absolut, utbildningen jag fick gick så fort och man hinner tappa lite under tiden. Så jag tycker att en genomgång till så här i efterhand hade varit bra.*

Respondent fyra, säljare, extraanställd*: Ja, det behöver jag. Jag tycker att en genomgång till skulle vara bra. Fast visst lär man sig mycket av att sitta och klicka. Det hade varit bra med mer utbildning för de äldre som inte är så vana vid datorer.*

***Respondent fem, säljare**: Nej, det tycker jag inte att jag behöver. Jag har gått ner i timmar och använder inte Index lika mycket nu. Visst glömmer man en del men det är bara att använda det mer.*

3. Skulle du vilja ändra på något i Index?

***Respondent ett, säljare**: Index har precis genomgått en förändring och nu fungerar det jättebra. Det borde dock finnas en mail till den person som man vill ha tag på inom respektive avdelning, och inte bara till kundtjänst.*

***Respondent två, säljare**: Jag har inte så mycket synpunkter om Index. Jag går bara in ibland och kollar moderådet.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Jag tycker att det kunde bli någorlunda lättare att hitta i Index och att all text ska stå på svenska.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Jag tycker att texten ska stå på svenska, det finns många ord som man inte vet vad de betyder. De äldre förstår inte alla ord heller, vilket kan göra att det blir svårt för dom att hitta den information de behöver.*

***Respondent fem, säljare**: Nej, jag tycker inte det är något som behöver ändras. Det är lätt att hitta, men om jag undrar över något frågar jag för att det ska gå fortare. Det skulle vara om man på något sätt kan se produkter i en annan butik, så att man kan ge kunder information om man kan ta hem produkten eller i vilken Lindex butik produkten finns inne.*

4. Vad ser du ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt dig om Index?

***Respondent ett, säljare**: Att de ska fokusera på dem som inte har någon datorvana, det tar längre tid för dem att lära sig.*

***Respondent två, säljare**: Ingenting.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Jag tycker inte att de har missat mycket. När man jobbar extra, som jag, hoppar man runt i olika butiker. Där har man fått lära sig att en del butikschefer är noga med utbildningen och andra är mindre noggranna.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: De har inte missat mycket.*

***Respondent fem, säljare**: Det skulle vara att de inte har haft någon uppföljning på utbildningen. Jag tycker att man ska checka av för att veta att alla i butiken använder och kan Index.*

5. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

***Respondent ett, säljare**: Det är svårt att säga, jag kan inte sätta mig in i hur de tänker. Jag tycker att man behöver klicka mycket för att komma fram till det man söker.*

***Respondent två, säljare**: Ja, men problemet finns inte i Index utan problemet att skärmen, där Index finns, inte på är rätt ställe. Vi har en skärm i personalrummet men av risk för att kassan blir obemannad, tittar vi inte Index så ofta som vi kanske borde och vill. Man borde ha en skärm i butiken, jag tycker också att det är konstigt att det inte finns någon funktion för lagersaldo. Detta skulle förenkla och förkorta tiden betydligt då en kund till exempel frågar om ett visst plagg finns i en viss storlek i en närliggande Lindexbutik. Nu måste vi ringa till de närliggande Lindexbutikerna och fråga om plagget. Personalen i den butiken måste i sin tur gå ut och titta i butiken om plagget finns. Allt detta tar tid och skulle kunna underlätta jättemycket för oss ute i butiken. Men då förutsätts att en skärm finns framme i kassan, så att vi slipper springa fram och tillbaka till personalrummet.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Jag tycker att det kan göras enklare. Jag tycker också att alla ord kan vara på svenska i Index. Det borde ju gå att översätta språket till det land man jobbar i.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Nej, jag tycker det är ganska tydligt. Det enda skulle väl i så fall vara om all text är på svenska. Ofta är det ju så att den personal som*

tillhör den lite äldre generationen och dålig datorvana går hand i hand. Då skulle det bli lättare att klicka sig fram.

***Respondent fem, säljare**: Det går säkert alltid att förbättra, så är det ju alltid. Det skulle kunna vara mer tydligt i så fall. Men i många fall handlar det om att våga ta för sig och att någon pushar en och det är ju butikschefens ansvar. Det handlar även om att det kan bli stressigt när man jobbar i butik och det är svårt att hinna med att titta och lära sig Index. Jag tycker det är viktigt att lära ut till de som inte har så god datorvana. Det är något som skulle kunna följas upp.*

6. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

***Respondent ett, säljare**: De som kanske inte alltid orkar kolla Index är de extraanställda och de vet oftast inte om att Index finns. Vi kallar in extra en gång i månaden, och de behöver inte den informationen. Annars är det att man behöver mer tid till att få sätta sig ner och titta igenom intranätet.*

***Respondent två, säljare**: Jag vet inte.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Nej, intresset ska ju ligga hos en själv tycker jag.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Jag tror inte det. Det kan vara så att alla butiker kanske inte har dator i lunchrummet utan måste titta Index på kontoret, och där är ju oftast bara butikschefen.*

***Respondent fem, säljare**: Ja, det skulle vara om det står på dagordningen. Då blir det som en arbetsuppgift och då går man in och kollar Index.*

7. Kan det finnas någon annan anledning till att du eller dina medarbetare inte kollar Index frekvent?

***Respondent ett, säljare**: Nej det tror jag inte, men man skulle behöva en intensivutbildning som är upplagd på fler timmar än den utbildning vi fick från början. .*

***Respondent två, säljare**: Det skulle vara att vi har ont om tid. Vi har väldigt mycket att göra och har väldigt inrutade dagar.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: En anledning kan vara att en del inte vågar titta Index. En annan anledning kan vara att en del inte tycker att det är intressant, men jag tycker det är konstigt om intresset inte finns.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Nej, jag tror inte det.*

***Respondent fem, säljare**: Ja, det kan vara att man inte har tid och att det är stressigt i butiken. Därför tycker jag att det ska stå med i dagordningen.*

8. Är det svårt att hitta bland alla flikar och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

***Respondent ett, säljare**: Nej.*

***Respondent två, säljare**: Nej, det är bra upplagt. Det kan i så fall vara när det gäller de nya skyltarna. De är ändrade till nya typsnitt och storlekar. Det är mer snurrigt nu. Det blir svårt att se hur de nya skyltarna kommer att se ut. Tidigare tycker jag att det fungerade det bra. Jag tror dock att man kommer att sätta sig in i det allt eftersom.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Jag tycker det kan vara svårt med tanke på att vissa ord står på engelska.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Nej, jag tycker inte det. Vissa kan dock ha svårt för det eftersom saker ligger invävt i många olika mappar.*

***Respondent fem, säljare**: Ja, är man ovan får man leta lite. Men ju mer du är inne ju mer lär du dig anser jag.*

9. Tycker du att Index hjälpt dig att få reda på information från ledningen?

***Respondent ett, säljare**: Ja, till viss del. Det finns ju en mail men den har inte alla tillgång till, utan bara butikschefen. Det hade varit bra med en mail som alla kan ta del av och inte bara butikschefen. Även en mail där man kan maila från butik till butik hade varit bra, idag har vi inget sådant.*

***Respondent två, säljare**: Nej.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Ja, absolut.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Ja det tycker jag. Förr fick vi bara veckobrev, numera kan man läsa mycket mer utöver veckobreven. I Index kan man även läsa vad pressen skriver och skriva till kundtjänst.*

***Respondent fem, säljare**: Ja, det tycker jag. Jag vet däremot inte om den är tillräcklig.*

10. Tittar du Index mer än det som butikschefen visar er vid personalmöten?

***Respondent ett, säljare**: Ja, det gör jag.*

***Respondent två, säljare**: Nej, jag söker inte mycket själv.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Ja, mer än det som butikschefen visar vid personalmöten. Personligen tycker jag att Index är intressant.*

***Respondent fyra**: Ja, jag brukar kolla varje dag.*

***Respondent fem, säljare**: Ibland går jag in och tittar Index om man jag får tid över.*

Om ja, vad tittar du då och hur ofta?

***Respondent ett, säljare**: Jag är inne varje dag och kollar då försäljningssiffror och i månadspärmen med mera.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Jag brukar kolla Index ungefär varje dag och då tittar jag på vad som är nytt i varje avdelning.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Jag brukar kolla på veckobrev, försäljning med mera.*

***Respondent fem, säljare**: Jag kollar Index för att jag behöver informationen igen efter personalmötena, detta eftersom jag hör dåligt.*

11. Vad känner du som anställd att du skulle vilja ha för mer information via Index?

***Respondent ett, säljare**: Inget jag kommer på nu.*

***Respondent två, säljare**: Jag skulle vilja kunna kolla lagersaldo både i vår butik och i andra Lindexbutiker. Även varuingångar hade varit bra. Detta för att kunna ge kunderna bra information snabbt om de kommer in och frågar efter något.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Nej, jag tycker allt finns.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Jag skulle vilja ha information om de reklamutskick som görs och även det som visas i tidningar om Lindex. Denna information vill jag ha för att kunna ge kunden så bra service och exakt information som möjligt.*

***Respondent fem, säljare**: Det känns bra tycker jag. Jag tycker det är tillräckligt nu med tanke på de timmar jag jobbar.*

12. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, säljare**: Jag kan inte svara på det, jag anställdes efter det att Index införskaffades.*

***Respondent två, säljare**: Jag tycker inte att något var bra med det sättet som de använde sig av förr.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Då var det via fax och det tyckte jag inte var bra, då är det bättre nu.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Ingenting, det är mycket bättre och smidigare nu.*

***Respondent fem, säljare**: Index är helt klockrent.*

13. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, säljare**: Jag är som sagt för sent anställd och kan därför inte svara på det.*

***Respondent två, säljare**: Jag vet inte vad som var dåligt men jag gillar nog papper mer än Index, i slutändan är det ju ändå innehållet som är intressant.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Det känns att man via index är mer uppdaterad. Det var sämre förr, jag tycker inte man nådde inte ut riktigt förut.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Det skrivs inte ut lika mycket papper nu och papperna kommer inte bort som de gjorde förr.*

***Respondent fem, säljare**: I och med att mycket papper försvann via faxen blev det att mycket information som inte gick fram till alla eller också försvann papperna. Nu finns all info man behöver på Index och jag tycker också att man får mer information nu än förr.*

14. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

***Respondent ett, säljare**: Vissa tycker inte om förändringar och då är själva förändringen i sig den största konsekvensen.*

***Respondent två, säljare**: Det negativa är att det numera finns ytterligare ett ställe att hitta information, dels i pärmar och dels i Index. Men det positiva är att informationen kommer fram fortare.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Jag tycker det är jättebra nu. En negativ konsekvens är att datorn kan krångla och då står vi utan information.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Jag vet inte.*

***Respondent fem, säljare**: Jag tycker att Indexs införskaffande är det bästa som har gjorts. Lindex är ett modernt företag och då ska det efterföljas.*

15. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialt företag, än just ett intranät?

***Respondent ett, säljare**: Nej, ett intranät är jättebra. Det enda negativa är att man blir väldigt beroende av ett intranät och om det då krånglar blir man utan information.*

***Respondent två, säljare**: Förmodligen inte, det måste vara det bästa.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Nej, tror det är det bästa med tanke på utvecklingen.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Nej, det är den smartaste lösningen för alla.*

***Respondent fem, säljare**: Nej, intranätet är det ultimata. Men då är en förutsättning att alla tar del av informationen som finns att tillgå där. Dessutom sparas det in på papper och ut miljösynpunkt är ju det bra.*

16. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

***Respondent ett, säljare**: Ja.*

***Respondent två, säljare**: Nej, det har det inte gjort.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Nej.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Nej.*

***Respondent fem, säljare**: Ja, det har hänt. Vid dessa tillfällen har man dock tagit det med butikchefen och hon har då förklarat och missförståndet är löst. Men man tolkar ju saker på olika sätt och det är bara en mänsklig faktor.*

16.1. I så fall, vad hände?

***Respondent ett, säljare**: Det kan ofta stå en sak i veckobreven, till exempel en omskyltning, men sen kan de ändra det igen. Ibland tycker jag inte de tänker som butikssäljare och det blir ju kundtjänst som får ta smällen. De hade behövt tänka till innan de skickar ut informationen.*

17. På vilket sätt har Index förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

***Respondent ett, säljare**: Jag tycker inte att Index har förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker. Vi använde oss av telefon innan Index och gör det fortfarande. Förr hade vi tillgång till MSN, men det blev för oseriöst. Men en egen mail hade varit bra. Jag har för mig att det finns en blogg och den skulle kanske kunna användas mer. Då förutsätts dock att det informeras mer om den.*

***Respondent två, säljare**: Vi använder oss av en telefon nu och det gjorde vi förr också, så kommunikationen har inte förbättrats med hjälp av Index. Något som hade varit bra är ett typ av system ute vid kassan där man kan ha kontakt med andra butiker direkt. Skulle man få ett mail måste man titta det direkt dock, annars skulle ett telefonsamtal vara mycket effektivare. En lösning på det är ett ljud när ett mail hamnar i inkorgen, då tittar man ju direkt eller så fort det hinns med. Vissa frågor behöver man kanske inte ha svar på direkt och då är ju en mail jättebra då man kan svara när det finns tid över.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Nej, vi använder oss av telefon nu och det gjorde vi förr också. Vi har mest kontakt med kundtjänst och ledningen via index.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Vi kan inte kommunicera med andra butiker via Index, och jag tycker det är bättre att ringa.*

***Respondent fem, säljare**:*

18. På vilket sätt har Index försämrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

***Respondent ett, säljare**: Jag tycker inte Index har försämrat sättet, det har ju inte skett någon förändring från förr.*

***Respondent två, säljare**: Jag tycker inte det har försämrats.*

***Respondent tre, säljare, extraanställd**: Nej, sättet har inte försämrats.*

***Respondent fyra, säljare, extraanställd**: Det har inte förändrats, vi använder fortfarande telefon.*

***Respondent fem, säljare**: Nej, det har inte förändrats.*

Intervju med de anställda i butik C

1. Tittar du Index mer än det som butikschefen visar er vid personalmöten?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Ja.*

***Respondent två, säljare**: Ja.*

***Respondent tre, dekoratör**: Ja.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Ja.*

***Respondent fem, säljare**: Ja.*

Om ja, vad tittar du då och hur ofta?

***Respondet ett, ställföreträdande butikschef**: Jag tittar varje dag, då tittar jag om det är något nytt som har kommit. Jag går även tillbaka och kollar gamla veckobrev. Jag kollar helt enkelt allt möjlig information gammal som ny.*

***Respondent två, säljare**: Jag kollar Index varje dag. Då söker jag information, som till exempel information om sänkningslistor och personalnytt med mera.*

***Respondent tre, dekoratör**: Jag använder Index flera gånger per dag. Då ser jag igenom allt och om det kommit något nytt som måste läsas.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Jag kollar Index varje dag, då tittar jag om det kommit något nytt jag behöver veta inför dagen.*

***Respondent fem, säljare**: Jag tittar på Index varje dag jag jobbar, då tittar jag på till exempel personalnytt och de senaste tio i topp säljarna.*

2. Hur mycket tittar du index idag jämfört med vid införskaffandet?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Jag började jobba här i december i år och innan dess jobbade jag i en annan Lindexbutik. Det var för tre års sedan och då fanns det inte Index, så jag har svårt att jämföra.*

***Respondent två, säljare**: Jag kollar betydligt mer nu. Förr var jag osäker på hur Index fungerade. Man nu har man ju vant sig vid att gå in och kolla, och all informationen kommer ju dit.*

***Respondent tre, dekoratör**: Jag kollar mer nu för man är mer insatt i Index nu än förr. Ett exempel är bloggar, det kollar jag nu men det gjorde jag inte förr.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Det är mycket mer nu för nu har man lärt sig hur Index fungerar.*

***Respondent fem, säljare**: Det är mer idag, det kommer ju mer information på Index nu än vad det gjorde från början.*

3. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Jag har själv ingen datorvana. Men jag tycker det är enkelt att hitta på Index.*

***Respondent två, säljare**: Jag tycker det är mycket engelska ord, och det är lite krångliga engelska ord. De äldre kollegorna här kanske inte kan engelska så bra vilket gör det jobbigt för dem att hitta, men annars är det bra upplagt.*

***Respondent tre, dekoratör**: Jag tycker det är väldigt lätt, den nya informationen som kommer finns på förstasidan, vilket är den viktigaste informationen för de anställda. Förstasidan är ofta lätt att få fram.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Jag tycker det är svårt ibland att hitta när man ska söka vidare från förstasidan, när man ska få fram mer information om vissa saker, för det*

är så många steg för att få fram denna information. Jag tycker att det ska vara mindre steg för att få ytterligare information och att Index ska vara mer strukturerad.

***Respondent fem, säljare**:*

4. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Nej, jag tycker inte att Index kan vara upplagt på ett annat sätt för dessa personer, man ser klart och tydligt om det kommer någon ny informationen man måste läsa, den informationen visas på förstasidan.*

***Respondent två, säljare**: Jag tycker Index är enkelt upplagt för alla anställda, men det kan vara så att man inte är motiverad att kolla försäljningssiffror med mera om man inte är fastanställd.*

***Respondent tre, dekoratör**: Jag tycker att det ligger i ens eget intresse att kolla i Index regelbundet och om man inte orkar kolla anser jag att det är ren slapphet.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Nej, det finns inget som gör att man inte kollar Index regelbundet Jag tycker att allt är väldigt bra på Index, och den viktigaste information står på förstasidan.*

***Respondent fem, säljare**: Jag tror fler skulle använda Index mer om det står som finns på Index, som till exempel hur man gör textskyltar.*

5. Kan det finnas någon annan anledning till att du eller dina medarbetare inte kollar Index frekvent?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Det skulle vara om folk söker informationen på annat håll, det kan ju vara så att en kollar informationen och sedan för den vidare. Annars tror jag alla kollar Index frekvent.*

***Respondent två, säljare**: Jag själv kollar mycket på Index, så jag tycker det är svårt att säga om det finns någon andledning till att de andra inte kollar Index frekvent. Jag tycker att det ligger mycket i ens eget intresse att man kollar Index.*

***Respondent tre, dekoratör**: Nej, det finns det inte. Jag tycker det handlar om intresse för sitt arbete att vara uppdaterad.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Nej, i så fall skulle det vara att någon annan berättar informationen för någon anställd, man hör helt enkelt informationen från annat håll.*

***Respondent fem, säljare**: Nej, men det kan vara så att folk inte kollar i Index för de får bra information från ledningen i butiken. Man behöver inte titta på all information på Index för man får det ändå alltid muntligt från ledningen.*

6. Är det svårt att hitta bland alla flikar och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Jag tycker att det är väldigt smidigt och lätt att hitta på Index. Jag använder inte själv datorer så mycket och jag tycker det är lätt att hitta bland alla flikar.*

***Respondent två, säljare**: Det skulle vara de engelska orden, jag tycker det kan vara svårt att veta vad vissa engelska ord betyder. Detta gör att jag ibland får fråga andra var en del information ligger i Index.*

***Respondent tre, dekoratör**: Nej, jag tycker inte det är svårt att hitta bland alla flikar, jag tycker det är väldigt enkelt och att man lär sig efter hand.*

***Respondet fyra, vikarie, säljare**: Ja lite, det är det att det är så många steg och det är svårt att komma ihåg vart informationen ligger man sökt efter. Det är lite som ett spindelnät faktiskt.*

***Respondent fem, säljare**: Nej, det tycker jag inte.*

7. Tycker du att Index hjälpt dig att få reda på information från ledningen?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef: *Ja, det tycker jag.*

Respondent två, säljare: *Ja det tycker jag. Man får reda på mycket information som till exempel försäljningssiffror och när Lindex blev uppköpt av Stockmann, förr fick man inte reda på all information från ledningen.*

Respondent tre, dekoratör: *Ja.*

Respondent fyra, vikarie, säljare: *Ja.*

Respondent fem, säljare: *Ja, allt som har med Lindex läggs ut på Index. Jag sitter ofta och tittar i Index, då tittar jag till exempel på pressinfo som jag tycker är väldigt intressant. .*

8. Vad känner du som anställd att du skulle vilja ha för mer information via Index?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef: *Ingenting.*

Respondent två, säljare: *Som det är nu ligger det mesta redan på Index. Den information som i och för sig skulle vara bra är lite mer information om trender om vad som kommer att komma i modeväg.*

Respondent tre, dekoratör: *Jag tycker informationen är bra jag är nöjd med den information som finns på Index.*

Respondent fyra, vikarie, säljare: *Vet inte, kanske att det finns mer information om var de söker personal, och detta ska inte bara vara från våran region utan hela Sverige.*

Respondent fem, säljare: *Nej, jag tycker informationen är ganska omfattande.*

9. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Vet inte, förr kom informationen via fax och man hade även telefonmöten, men jag tycker inget är bättre än det sättet de kommunicerar med oss nu.*

***Respondent två, säljare**: Förr stod butikschefen och rabblade den information som kom via fax. Jag tycker det är mer positivt nu än innan och att informationen kommer snabbare nu med jämfört med innan.*

***Respondent tre, dekoratör**: Förr var det mycket papper för innan använde de fax för att kommunicera med oss. Men jag tycker det är bättre med index.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Jag tycker inte det fanns något positivt med hur kommunicerade med oss förr, då kom informationen via fax. Jag tycker det är mycket bättre på det sättet kommunicerar med oss nu.*

***Respondent fem, säljare**: Då kom informationen via fax vilket gjorde att man fick informationen serverad, med Index blir det att man får söka sig till informationen själv.*

10. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Förr kunde informationen stanna hos de som ledde butiken, men med Index har alla tillgång till informationen.*

***Respondent två, säljare**: Förr tycker jag att man fick informationen sent, med Index får man informationen snabbare. Förr kunde man också missa mycket information för papper kunde försvinna, med Index kan man bara gå till datorn och skriva ut informationen igen om pappret försvinner.*

***Respondent tre, dekoratör**: Förr kunde inte alla ta del av all informationen, men med Index är det ens eget ansvar att ta reda på informationen.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Förr kunde det vara så att det inte alltid fanns papper i faxen och då var man tvungen att regelbundet kolla så att det fanns papper i faxen, för om det inte fanns papper kunde inte informationen skrivas ut. Vilket gjorde att man ofta kunde missa information, detta sätt att kommunicera var inte heller miljövänligt.*

***Respondent fem, säljare**: Förr kunde det vara så att informationen på papper inte kom fram till alla, ett papper kan lätt kan försvinna, och detta gjorde att inte alla fick just den informationen. Nu finns informationen alltid där, man kan bara gå in på index och kolla.*

11. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Jag tycker att det är att informationen kommer ut snabbt och lätt till alla. Dessutom kan man nu inte heller skylla på att man inte har fått reda på information i tid, för nu ligger det i ens eget intresse att ta reda på informationen.*

***Respondent två, säljare**: Jag tycker att informationen är bättre nu och att man kan söka informationen lättare själv. Man behöver inte fråga någon annan om olika saker, utan man kan hitta det mesta själv på Index.*

***Respondent tre, dekoratör**: Jag tycker att den största konsekvensen är att nu kan man bli uppdaterad hela tiden och även hela tiden under dagen, man kan själv gå in på Index och titta. Men det är ens eget ansvar och intresse.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Jag tycker att den största konsekvensen att det är mindre papper nu och att man får informationen snabbare via Index, man hittar även snabbare på Index än hur det var förr.*

***Respondent fem, säljare**: Jag kan inte svara på den frågan eftersom jag har varit borta under en längre period, jag har varit mammaledig.*

12. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialt företag, än just ett intranät?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef: *Jag tror inte det, jag tror det är det bästa.*

Respondent två, säljare: *Jag tycker det är väldigt smidigt.*

Respondent tre, dekoratör: *Nej.*

Respondent fyra, vikarie, säljare: *Nej, det tror jag inte, jag tycker det är väldigt bra.*

Respondent fem, säljare: *Nej, det tror jag inte.*

13. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef: *Nej det har det inte, inte än så länge.*

Respondent två, säljare: *Nej.*

Respondent tre, dekoratör: *Nej, det tror jag inte.*

Respondent fyra, vikarie, säljare: *Nej, det har inte uppstått någon misskommunikation på grund av Index utan för hur de formulerar informationen.*

Respondent fem, säljare: *Nej.*

13.1. I så fall, vad hände?

Respondent tre, dekoratör: *Det var någon gång att det hände i början av användandet av Index att en extra kampanj kanske skulle sättas in på lördagen och vi fick reda på det på fredagen och då var det för lite personal. Men det ordnade sig*

Respondent fyra, vikarie, säljare: *Det kan vara så att man inte förstår vad de menar, det blir så att man ibland tolkar informationen på fel sätt.*

14. På vilket sätt har Index förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Jag vet inte det, jag har inte tagit kontakt med någon Lindex butik via Index.*

Respondent två, säljare*: Vi kommunicerar inte genom Index med andra butiker utan mest med huvudkontoret.*

Respondent tre, dekoratör*: Det är bättre nu, man kan skicka iväg frågor om sortimentet via Index, det kanske är en fråga som andra butiker också har ställt och när man får svar på frågan kan de andra butikerna också se både frågan och svaret. Det finns även en blogg man kan skriva till varandra, men jag gillar telefon för jag vill ha besked direkt.*

Respondent fyra, vikarie, säljare*: Det är att de skickar ut information direkt, det står vad de handlar om.*

Respondent fem, säljare*: Vet inte, informationen kommer snabbare fram till alla butiker samtidigt med Index jämfört med fax.*

15. På vilket sätt har Index försämrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*:*

Respondent två, säljare*:*

Respondent tre, dekoratör*:*

Respondent fyra, vikarie, säljare*: Det har försämrats genom att förr ringde vi mycket till de andra butikerna, med Index blir det att man förlorar den personliga kontakten som man tidigare fick.*

Respondent fem, säljare*:*

16. Har du tagit del av **all** den utbildning som fanns att tillgå när Index införskaffades?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Nej det har jag inte, jag har inte fått någon utbildning alls, för jag jobbade inte här när index införskaffades.*

Respondent två, säljare*: Ja, det gjorde jag.*

Respondent tre, dekoratör*: Nej, det har jag inte, för det var så att jag bytte till denna butiken från en annan Lindex butik och när jag kom hit fanns Index redan här. Jag har själv fått lära mig genom att klicka mig fram på Index.*

Respondent fyra, vikarie, säljare*: Nej, jag har inte fått någon utbildning.*

Respondent fem, säljare*: Ja, jag var bland de första som fick utbildningen här.*

17. Skulle du vilja ha mer utbildning om Index?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*: Jag tror inte jag behöver någon mer utbildning, jag tycker Index är så pass enkelt att använda.*

Respondent två, säljare*: Nej, jag inte har någon mer utbildning, är det något jag är osäker på så frågar jag mina kollegor.*

Respondent tre, dekoratör*: Nej.*

Respondent fyra, vikarie, säljare*: Nej, jag vill inte ha någon utbildning. Men jag skulle gärna vilja ha en genomgång av Index.*

Respondent fem, säljare*: Ja, jag tycker inte jag har blivit fullärd, jag skulle vilja ha någon form av utbildning om hur man söker och se hur man kan fördjupa sig i sidan.*

18. Vad ser du att ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt om Index?

Respondent ett, ställföreträdande butikschef*:*

***Respondent två, säljare**: Jag tycker inte de har missat något med min utbildning.*

***Respondent tre, dekoratör**:*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**:*

***Respondent fem, säljare**: Nej, det tycker jag inte de har gjort.*

19. Skulle du vilja ändra på nåt i Index?

***Respondent ett, ställföreträdande butikschef**: Nej, jag tycker det är bra som det är, jag har ju inte jobbat här så länge så Index är nytt för mig och jag upptäcker nya saker hela tiden. Om ett år kanske jag har synpunkter på vad som kan förändras.*

***Respondent två, säljare**: Det skulle vara att de engelska orden som finns på Index byttes ut till svenska ord istället, för det är inte alla som förstår de engelska ord som finns.*

***Respondent tre, dekoratör**: Jag tycker det är bra som det är, förutom att en den information kan ledningen lägga ut lite tidigare. Detta för att en del gånger har de skickat ut info om att vi till exempel ska ändra om något ute i butiken, och sedan, efter att man har ändrat om, meddelar de att det inte ska vara så. Hade de då skickat info om att vi inte ska ändra lite tidigare hade mycket onödigt jobb sluppits göra.*

***Respondent fyra, vikarie, säljare**: Nej, det skulle väl i så fall kunna vara om man på något sätt kunde göra så att det blir mindre steg när man ska leta efter något i Index. Då blir det lättare att hitta.*

***Respondent fem, säljare**: Faktiskt ingenting, förutom att man skulle kunna använda sig av Index för att se lagerstatus i andra butiker och i centrallagret för att kunna hjälp kunder som söker efter någon produkt som är slut på vårat lager.*

Intervju med de anställda i butik D

1. Tittar du Index mer än det som butikschefen visar er vid personalmöten?

Respondent ett, säljare*: Ja.*

Respondent två, dekoratör*: Ja.*

Respondent tre, säljare*: Ja.*

Respondent fyra, ställföreträdande butikschef*: Ja.*

Respondent fem, säljare, extraanställd*: Ja.*

Respondent sex, säljare*: Ja.*

Om ja, vad tittar du då och hur ofta?

Respondent ett, säljare*: Jag kollar en gång om dagen, då kollar jag på förstasidan om det är några nyheter som har kommit och ibland trender med.*

Respondent två, dekoratör*: Jag tittar varje morgon och sedan under hela dagen. Jag tittar då på nya meddelanden som kommit, försäljningssiffror från gårdagen. När jag gör skyltar så kollar jag på hur de ska se ut i Index med.*

Respondent tre, säljare*: Jag kollar lite var och varannan dag. Jag tittar på meddelanden, nyheter och på hur skyltarna ska se ut.*

Respondent fyra, ställföreträdande butikschef*: Varje dag tittar jag. Då tittar jag på nya meddelanden, försäljningen i butiken och regionen, och latest publications.*

Respondent fem, säljare, extraanställd*: Jag tittar två gånger i veckan, när jag får tid över. Då tittar jag på veckobrevet och personalnytt.*

Respondent sex, säljare*: Varje dag jag jobbar kollar jag. Då kollar jag på förstasidan om det har kommit några nya meddelanden jag behöver läsa.*

2. Hur mycket tittar du index idag jämfört med vid införskaffandet?

Respondent ett, säljare*: Det är mycket mer nu än innan eftersom man har kommit in i det.*

Respondent två, dekoratör*: Det är lite mer nu än i början då var jag förvirrad, men jag har vant mig vid att gå in och titta i Index.*

Respondent tre, säljare*: Jag tittar ungefär lika mycket nu som då.*

Respondent fyra, ställföreträdande butikschef*: Det är mer nu eftersom jag har fått en ny tjänst som ställföreträdande butikschef.*

Respondent fem, säljare, extraanställd*: Jag vet inte, jag började jobba här för ett och ett halvt år sedan.*

Respondent sex, säljare*: Jag tittar i Index mycket mer nu, nu tittar jag i princip hela tiden. Jag tyckte inte det var så lätt i början, men jag har lärt mig efterhand vart man ska leta för att hitta det kan söker.*

3. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

Respondent ett, säljare*: Jag tror det. Det är om det finns möjlighet till att förenkla Index på något sätt.*

Respondent två, dekoratör*: Det kan det säkert. Det är säkert svårt för de äldre anställda i butiken, som inte är uppväxta med datorer. Jag tycker det är lätt men det ligger i ens eget intresse att lära sig.*

***Respondent tre, säljare**: Jag vet inte hur det skulle vara lättare. Det är så att ju mer man är inne i Index desto mer lär man sig.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Index kunde vara lite snabbare. Ibland är det seg uppkoppling, och är man då inte datorvan kan det vara så att man inte väntar tills Index tänkt färdigt. Jag tycker också att rutan där man kan skicka meddelanden ska vara anpassad efter skärmen, alltså att man inte ska behöva scrolla i listen på sidan för att kunna se hela rutan. Detta kan vara svårt för de med lite sämre datorvana att förstå. En annan sak som kan försvåra för dem som inte har så god datorvana, är att man i My Store måste trycka på plusen för att få fram underrubrikerna. Istället skulle man bara behövt trycka på den texten man letar efter.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Nej, jag tror inte det. Man klickar på det man är intresserad av att läsa och man får fram det.*

***Respondent sex, säljare**: Ja kanske, det är så att alla rubriker står på engelska vilket inte är lätt för alla att förstå. Det är också svårt att veta under vilken rubrik man ska leta under för att hitta det man söker.*

4. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

***Respondent ett, säljare**: Ja kanske. Om det var enklare och lättare att hitta, skulle kanske de som inte orkar titta i Index, titta oftare. Index borde kunna förenklas på något vis.*

***Respondent två, dekoratör**: Jag tycker att Index är bra upplagt, man måste själv vara motiverad till att kolla i Index tycker jag.*

***Respondent tre, säljare**: Det är upp till var och en att kolla i Index, de som är uppdaterade och kollar på Index är de som är intresserade av att jobba här. Det hör liksom ihop.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Motivation måste komma från en själv anser jag. Utbildningen gick ju till så att man fick ett kompendium och en beskrivning hur*

man skulle göra i de enklaste funktionerna i Index. Anledningen kan också vara en rädsla för att använda Index, men man måste kolla varje dag.

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Nej, det tror jag inte.*

***Respondent sex, säljare**: Nej.*

5. Kan det finnas någon annan anledning till att du eller dina medarbetare inte kollar Index frekvent?

***Respondent ett, säljare**: Nej, i så fall är det väl brist på tid.*

***Respondent två, dekoratör**: Det är tiden, man har antingen kassan eller kunder att hjälpa eller så packar man upp varor.*

***Respondent tre, säljare**: Man har dåligt med tid när man är i kassan, det är en anledning.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Ja, det skulle vara om en del tycker det är svårt, eller att man inte har fått in Index användandet i sin dagliga rutin.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Man behöver lite mer information om var man kan hitta olika saker, man skulle behöva någon form av utbildning för detta.*

***Respondent sex, säljare**: Det skulle vara tiden, men jag kollar alltid Index.*

6. Är det svårt att hitta bland alla flikar och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

***Respondent ett, säljare**: Nej, inte när man kommit på hur man använder Index, men det går nog att förenkla.*

***Respondent två, dekoratör**: Emellanåt är det svårt, men det handlar nog om ovana. Ibland kan jag tycka att det är svårt att hitta i Index.*

***Respondent tre, säljare**: Ja det är det. Det tar ju sin tid att hitta något man letar efter och jag kan inte allt.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Ja. Ledningen har ändrat om i skyltarna och nu är det svårt att hitta där. Jag tycker ledningen kan göra det enklare i skyltsystemet. Det är ju så att alla sysslar med skyltarna, inte bara dekoratörerna. Det jag nämnde innan med plusen på My Store för att få fram underrubriker kan man också ändra, annars är det kanonbra.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag är inte så insatt i index, men jag kollar det jag måste i Index.*

***Respondent sex, säljare**: Ibland är det svårt, en del information ligger gömd under vissa rubriker och rubrikerna är på engelska, då kan det vara svårt med orden och koppla dem till det man söker.*

7. Tycker du att Index hjälpt dig att få reda på information från ledningen?

***Respondent ett, säljare**: Ja, det tycker jag absolut.*

***Respondent två, dekoratör**: Ja, det är mycket bättre information nu än förr.*

***Respondent tre, säljare**: Vi får all information som vi fick på papper innan, man missar inget.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Ja, absolut, men det finns en ruta där man kan söka efter olika avdelningar och funktioner, den kan vara svår. De borde förklara hur den fungerar och inte ta förgivet att alla kan det.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Ja, absolut.*

***Respondent sex, säljare**: Ja.*

8. Vad känner du som anställd att du skulle vilja ha för mer information via Index?

***Respondent ett, säljare**: Det hade varit bra om det fanns en avdelning där man kunde läsa om lönefrågor och fackliga frågor.*

***Respondent två, dekoratör**: Den information som finns i Index är bra.*

***Respondent tre, säljare**: Jag känner inte att jag saknar något speciellt i Index, allt som vi behöver veta finns där.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Där finns allt, det är inget som saknas som jag kommer på nu i alla fall.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag tycker det är olika mellan butikerna. En kund kan till exempel komma in med en fråga, som vi inte kan hjälpa kunden med. Då kan vi få höra att kunden fick hjälp med det i en annan butik. Vi kan ju få mer specifik information hur vi ska göra, så alla gör samma.*

***Respondent sex, säljare**: Jag tycker det är rätt så mycket information på Index idag.*

9. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, säljare**: Innan använde vi fax, då landade informationen rätt i handen på ett lättare sätt. Man kunde gå in på kontoret och se om det hade kommit ett fax. Numera blir det mer ens eget ansvar att kolla se till att man får tag på informationen.*

***Respondent två, dekoratör**: Vi använde oss av fax förr, och det var inte bra. I och med att faxen kom lite hela tiden under dagen kunde informationen ligga länge, om ingen gick in på kontoret och kollade faxen. Nu kan man ju gå in på Index och klicka sig fram när man vill.*

***Respondent tre, säljare**: Förr hade vi till exempel alla telefonnummer på papper och i pärmar, och det var mycket enklare att hitta dem då. Det tar längre tid nu för att få fram nummer via Index tycker jag.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Jag minns inte så mycket från den tiden, jag jobbade bara extra då. Jag kommer ihåg att vi använde oss av fax i alla fall. Nu tycker jag att man kan missa en del information eftersom man själv ska gå in och kolla, innan fick man informationen direkt i handen.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag jobbade inte här innan Index, så jag har bara fått information via Index.*

***Respondent sex, säljare**: När vi fick informationen på fax såg man den snabbare, nu måste man gå in i Index och leta efter informationen och det kan ta lite mer tid.*

10. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

***Respondent ett, säljare**: Det var väl så att förr blev det mer styrt genom butikschefen.*

***Respondent två, dekoratör**: Det dåliga var att man inte tittade på informationen lika ofta som nu. Dessutom fick inte alla butiker informationen samtidigt.*

***Respondent tre, säljare**: Det dåliga var att information inte kom fram i tid, och att alla butiker inte fick informationen samtidigt. Papper från faxen kom bort och ledningen kunde missa att skicka information till alla butiker.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Jag vet inte.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag kan inte svara på det eftersom jag inte jobbade innan Index fanns.*

***Respondent sex, säljare**: Jag tycker det dåliga var att om faxen var trasig, kunde det hända att man inte fick informationen.*

11. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

***Respondent ett, säljare**: Det är att man får reda på mer information nu än innan.*

***Respondent två, dekoratör**: Den största konsekvensen är att det är mer effektivt nu än innan, både när det gäller skyltar och meddelanden. Dessutom kan man hitta all information i Index.*

***Respondent tre, säljare**: Ur miljösynpunkt är det bättre, det blir mindre papper nu. Dessutom sparas det in mycket pengar.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Det är att man får informationen snabbare nu.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag kan inte svara på detta eftersom jag bara varit här när Index fanns.*

***Respondent sex, säljare**: Det dåliga är att vi inte har några pärmar alls längre. Till exempel hade vi alla telefonnummer i pärmar förr och det gick mycket fortare att hitta telefonnummer i pärmen än i Index. Det som är bra är att jag får mer information nu än innan.*

12. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialt företag, än just ett intranät?

***Respondent ett, säljare**: Nej, det tror jag inte. Det är möjligt att det finns men jag kan inte komma på något nu.*

***Respondent två, dekoratör**: Nej, det tror jag inte.*

***Respondent tre, säljare**: Nej, ett intranät är det smartaste på markanden nu.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Nej, datorer är bättre och snabbare än vad papper och post är.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag tror att ett intranät är det bästa, alla har tillgång till det och kan kolla det när de vill.*

***Respondent sex, säljare**: Nej.*

13. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

***Respondent ett, säljare**: Nej, inte mer än småsaker.*

***Respondent två, dekoratör**: Ja.*

***Respondent tre, säljare**: Ja.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Ja.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Nej.*

***Respondent sex, säljare**: Nej.*

13.1. I så fall, vad hände?

***Respondent ett, säljare**: Det enda som har hänt är att ledningen kan skriva fel pris på en top, men alla gör ju fel och det är ju bara att ändra.*

***Respondent två, dekoratör**: Det kan vara att meddelandena som ledningen skickar kan vara luddiga, men man tolkar ju text på olika sätt. Det gäller ju dock inte Index i sig.*

***Respondent tre, säljare**: Skriver de fel information via Index blir det ju fel ute i butiken, som till exempel med priser.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Det är mer hur ledningen formulerar sig, de måste vara övertydliga. De kan vara lite luddigt ibland med texterna de skickar. De kan också upprepa vissa saker de tror vi redan vet.*

14. På vilket sätt har Index förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, säljare*: Det vet jag inte.*

Respondent två, dekoratör*: Chatten är bra, även om den inte används jättemycket så är det roligt att möjligheten finns.*

Respondent tre, säljare*: Jag kommunicerar inte med andra butiker via Index. Det vi kan göra är att skriva en fråga på e-mail till kundtjänst och få svar på den. Sedan lägger de ut frågan och svaret på förstasidan så att andra butiker också kan ta del av det.*

Respondent fyra, ställföreträdande butikschef*: Vi anställda har inte möjligheten att kommunicera till andra butiker, mer än bloggen då, men den används inte så jättemycket. Man kan även skriva en fråga på e-mail som skickas till kundtjänst, svaret läggs sedan på förstasidan så alla butiker kan se svaret.*

Respondent fem, säljare, extraanställd*: Vi har en blogg som vi kan använda oss av och den är bra. Men den används för lite, troligen beror det på att för få vet att den finns eller att man är för lat att gå in där. Den är bra för att där kan man läsa hur andra gör och man slipper gå via andra personer.*

Respondent sex, säljare*: Jag vet inte.*

15. På vilket sätt har Index försämrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, säljare*: Det har inte försämrat sättet att kommunicera till andra butiker.*

Respondent två, dekoratör*: Index har inte ändrat på sättet att kommunicera till andra butiker.*

Respondent tre, säljare*: Det har inte försämrats, vi använder ju oss fortfarande av telefon. Det är ju lätt att ringa och få svar direkt.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Jag vet inte det, sättet har inte försämrats tycker jag.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Det har inte försämrats tror jag.*

***Respondent sex, säljare**: Sättet har inte förändrats.*

16. Har du tagit del av **all** den utbildning som fanns att tillgå när Index införskaffades?

***Respondent ett, säljare**: Nej, jag har inte hunnit med det.*

***Respondent två, dekoratör**: Ja, men det tar tid att gå igenom det kompendium vi fick.*

***Respondent tre, säljare**: Ja, den utbildning som vi har fått har jag tagit del av, men jag har inte gjort allt. Jag har gjort en timma på fritiden på det kompendium vi fick, men jag lär mig mycket själv.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Ja, det gjorde jag. Vi fick ett kompendium, men jag hade inte tiden till att gå igenom hela kompendiet. Jag har gjort halva ungefär, men det tar lång tid att göra.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Nej, men jag vill ha det och jag tycker att jag borde ha fått det.*

***Respondent sex, säljare**: Jag har gjort nästan allt av det kompendium vi fick, jag har dock några få saker kvar att göra.*

17. Skulle du vilja ha mer utbildning om Index?

***Respondent ett, säljare**: Ja, det skulle jag vilja ha.*

***Respondent två, dekoratör**: Ja, jag skulle vilja ha en bättre utbildning på det nya skyltsystemet för det är väldigt förvirrande.*

***Respondent tre, säljare**: Ja, man hinner glömma de moment man inte gör så ofta, men samtidigt man kan ju alltid fråga någon kollega.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Absolut, men jag tror att jag har koll på det mesta. Ibland vågar jag dock inte gå in och leta och det tror jag beror på att man har fått för lite utbildning.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Ja.*

***Respondent sex, säljare**: Ja, jag skulle behöva mer utbildning på hur man gör skyltar, den informationen kommer via post men den finns även på Index. Hur man gör skyltar ligger under en egen mapp, men man får leta och det tar tid.*

18. Vad ser du att ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt om Index?

***Respondent ett, säljare**: Jag vet inte.*

***Respondent två, dekoratör**: De missar att vi inte har så mycket tid. Man kan inte sitta och utforska Index så mycket som kan kunde vilja. Den utbildning vi fick blev det att man stressade sig igenom för att sedan stressa ut i butiken igen. Man behöver helt enkelt mer tid till utbildningen, jag har fått lära mig mycket i efterhand.*

***Respondent tre, säljare**: Jag kan inte Index, jag skulle behöva mer tid på mig för att lära mig det bättre.*

***Respondent fyra, ställföreträdande butikschef**: Ja, de skulle ha avsatt mer ordentligt med tid till utbildningen. Man kunde till exempel göra så att man kommer hit en timma innan man börjar för att lära sig Index och inte behöva tänka på annat. Man skulle också kunna göra utbildningen två och två, där en har lite mer erfarenhet av datorer.*

***Respondent fem, säljare, extraanställd**: Jag vet inte.*

Respondent sex, säljare*: Ledningen verkar tro att alla har datorvana och det har de inte. Det är ju så att för dem som inte har så god datorvana blir utbildningen mycket svårare, eftersom den går ut på att man leta efter funktioner i Index med hjälp av ett kompendium.*

19. Skulle du vilja ändra på nåt i Index?

Respondent ett, säljare*: Ja, det skulle vara att det skulle kunna förenklas lite och fackliga frågor inkluderas i Index.*

Respondent två, dekoratör*: Ja, att skyltsystemet förenklas. Det kunde ha varit mer smidigt med till exempel ett namnsystem på skyltarna.*

Respondent tre, säljare*: Jag vet inte, jag kan ju inte hela Index så jag vet inte vad det skulle vara. En bättre innehållsförteckning skulle i och för sig ha kunnat vara bra.*

Respondent fyra, ställföreträdande butikschef*: Ja, det jag har nämnt innan. Man skulle även kunna slå ihop bloggen och mailen på något sätt, och att göra bloggen mer tillgänglig så att alla vet att den finns, för den är intressant att läsa. Annars är Index väldigt bra och kommer att utvecklas med tiden.*

Respondent fem, säljare, extraanställd*: Det skulle vara att bloggen kanske kan bli lättare att klicka sig in på.*

Respondent sex, säljare*: Det är svårt att komma på något. Men skyltarna kunde ha varit lättare att komma in på, så att man slapp leta upp dem.*

Intervju med de anställda i butik E

1. Tittar du Index mer än det som butikschefen visar er vid personalmöten?

Respondent ett, säljare: *Ja, fast endast väldigt lite.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja.*

Respondent tre, säljare: *Ja.*

Respondent fyra, extraanställd: *Ja.*

Respondent fem, säljare: *Nej.*

Om ja, vad tittar du då och hur ofta?

Respondent ett, säljare: *Jag brukar kolla nyheterna för dagen, varje morgon. I och med att jag var mammaledig när Index kom har jag blivit väldigt dåligt insatt i det och tycker nu att det är svårt att hitta i Index.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tittar månadsinformation och nyheter. Det som är på förstasidan är det jag tittar.*

Respondent tre, säljare: *Jag tittar i Index varje morgon och då tittar jag nyheter.*

Respondent fyra, extraanställd: *Jag tittar i Index varje dag och då blir det att jag tittar på förstasidan och där ligger ju nyheter och så vidare.*

2. Hur mycket tittar du index idag jämfört med vid införskaffandet?

Respondent ett, säljare: *Jag tittar Index mer idag.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tittar det mindre idag, i och med de ändringar som har gjorts i Index och så vidare. Jag skulle vilja lära mig mer för att titta mer i Index.*

Respondent tre, säljare: *Jag tittar i Index lika mycket nu som då.*

Respondent fyra, extraanställd: *Jag tittar Index mer idag.*

Respondent fem, säljare: *Kanske lite mer idag, lite nyheter och så tittar jag.*

3. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

Respondent ett, säljare: *Nej, jag tror det är rätt bra som det är nu.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, om alla ord hade stått på svenska istället för på engelska hade det verkligen underlättat. Ofta är de som har dålig datorvana de som tillhör den äldre generationen, och de har ofta inte så bra kunskaper i engelska.*

Respondent tre, säljare: *Om alla hade fått en bra utbildning från början så tror jag att det hade känts bättre för den personal som är osäkra och inte har så god datorvana.*

Respondent fyra, extraanställd: *Jag har inte datorvana med jag tycker Index är ganska lätt.*

Respondent fem, säljare: *Jag tycker det skulle kunna vara lite enklare, men det kan ju också bero på att jag inte har någon datorvana.*

4. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

Respondent ett, säljare: *Det sänds mycket information dagligen på Index och jag tycker att det som är vikigast ska vara tydligt markerat. Jag tror även att om Index var schemalagt skulle detta kunna motivera omotiverad personal att titta i Index.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *I Index blir de flikar som någon har varit inne på markerade med svart text istället för röd text, som de är när de är orörda. Detta tycker jag hjälper de som inte alltid orkar kolla Index. De ser ju vilken information som uppenbarligen är väsentlig.*

Respondent tre, säljare: *Nej, det tror jag inte. Den information som behövs kollas är tydlig.*

Respondent fyra, extraanställd: *Jag har inte tänkt på det. Jag tycker det är rätt enkelt om man vill söka information.*

Respondent fem, säljare: *Nej, informationen som ska fram till oss anställda ligger ofta utskriven.*

5. Kan det finnas någon annan anledning till att du eller dina medarbetare inte kollar Index frekvent?

Respondent ett, säljare: *Ja, det är att vi har för lite tid till att titta i Index. En annan grej är att den personal som börjar klockan nio är med på morgonmötena och får mer viktig information via butikschefen. På så sätt behöver inte den personal som börjar klockan nio inte titta i Index. Personal som kommer senare på dagen får inte denna information serverad på samma sätt, utan måste leta infon på egen hand i Index. Till slutsats*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tycker inte att det har kommit så mycket ny information i Index sedan Stockmann köpte upp oss i januari i år. Därför tycker inte att Index behövs kollas frekvent.*

Respondent tre, säljare: *Ja, det skulle vara att tiden inte finns till att kolla Index.*

Respondent fyra, extraanställd: *Ja, tidsbristen.*

Respondent fem, säljare: *Ja, de som jobbar på övre plan i butiken går knappast ner till personalrummet på undre plan där ju Index finns. De är ju oftast bara där när det är lunch eller nåt annat och så hinner man ju inte kolla i Index.*

6. Är det svårt att hitta bland alla flikar och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

Respondent ett, säljare: *Ja, jag tycker ju som sagt att det är svårt, och detta mycket för att jag inte har fått någon utbildning om Index.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, ibland tycker jag att det kan vara svårt att hitta bland materialet. Till exempel kan det vara svårt att hitta i planogrammen. Jag tycker inte att planogrammet uppdateras så ofta, och där står mycket gammal och inaktuell information.*

Respondent tre, säljare: *Ja, det tycker jag. Det tar tid innan man hittar det man letar efter. Ofta man gå in i många flikar innan man hittar det man letar efter.*

Respondent fyra, extraanställd: *Ja, lite svårt är det. Jag tycker det är svårt att hitta vad som ligger vart.*

Respondent fem, säljare: *Ja, men jag är ju som sagt lite ovan. Mycket skulle stå mer på svenska, eftersom det är krångliga engelska ord. Jag tycker även att skyltarna är svåra och tar tid att göra.*

7. Tycker du att Index hjälpt dig att få reda på information från ledningen?

Respondent ett, säljare: *Ja, det tycker jag.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, det tycker jag. Nu får man mer direkt information ifrån ledningen.*

Respondent tre, säljare: *Ja, det tycker jag. Det står mycket tydligare nu i Index och dessutom står informationen på ett och samma ställe.*

Respondent fyra, extraanställd: *Ja, det är mycket bättre nu.*

Respondent fem, säljare: *Alltså, jag tittar ju på det som behövs tittas på.*

8. Vad känner du som anställd att du skulle vilja ha för mer information via Index?

Respondent ett, säljare: *Inget, vad jag kommer på nu i alla fall.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tycker inte att någon information saknas och jag tycker att man hittar det mesta om man bara letar och vill.*

Respondent tre, säljare: *Mer uppföljningar om vad som sålt i varje butik hade varit kul.*

Respondent fyra, extraanställd: *Det finns inget jag saknar.*

Respondent fem, säljare: *Jag skulle vilja ha mer tid till att titta i Index först och främst.*

9. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

Respondent ett, säljare: *Vi använde oss av fax innan Index kom. Jag tyckte det var bra för då fick man konkret vilken information som var viktigast. Viktiga telefonnummer fanns även i en pärm, och det var lättare att hitta då. Jag tycker att det är bättre när man får informationen i pappersform.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Tidigare behövde man inte söka efter information utan det skrev då ut på papper, och informationen blev mer "serverad".*

Respondent tre, säljare: *Jag tyckte inte något var bra.*

Respondent fyra, extraanställd: *Inget vad jag kommer på nu.*

Respondent fem, säljare: *Jag tror säkert Index är jättebra nu, men jag tycker ändå att sättet som de kommunicerade till oss förr var bättre.*

10. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

Respondent ett, säljare: *Jag kommer inte på något nu.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Det blev hemskt mycket papper överallt, som kom ifrån faxen.*
Respondent tre, säljare: *I och med att faxen spottade ut en massa papper var det lätt att papper med information kom bort.*

Respondent fyra, extraanställd: *Det blev lite rörigt då och särskilt som extraanställd.*

Respondent fem, säljare: *Jag tycker som sagt att det var bättre förr.*

11. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

Respondent ett, säljare: *Jag tycker att det krävs mer av varje anställd nu. Det ligger liksom lite mer på ens eget ansvar att hitta informationen nu.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Det kan hända att man får lite för mycket information nu, förr fick vi bara det som var viktig information.*

Respondent tre, säljare: *Jag tycker det är mycket tydligare information nu än vad det var förr när faxen var den främsta kommunikationskällan.*

Respondent fyra, extraanställd: *Informationen är nu tydlig för alla.*

Respondent fem, säljare: *Det går givetvis snabbare att få reda på information nu.*

12. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialföretag, än just ett intranät?

Respondent ett, säljare: *Jag tror att om den viktiga informationen är tydlig, så tror jag att ett intranät är det ultimata kommunikationssättet i ett mångfilialföretag.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Nej, ett intranät är nog det bästa tror jag.*

Respondent tre, säljare: *Nej.*

Respondent fyra, extraanställd: *Det är inget jag har reflekterat över. Jag tror detta funkar bäst.*

Respondent fem, säljare: *Nej.*

13. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

Respondent ett, säljare: *Nej.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Nej.*

Respondent tre, säljare: *Nej, inget som själva Index påverkar. Det är det att ledningen kan vara lite otydlig i sin information på Index, men det handlar ju om hur ledningen formulerar sig.*

Respondent fyra, extraanställd: *Nej.*

Respondent fem, säljare: *Jag kollar ju inte så mycket, så inget har hänt än i alla fall.*

13.1. I så fall, vad hände?

14. På vilket sätt har Index förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, säljare: *Jag tycker inte att Index har förändrat sättet att kommunicera till andra medarbetare.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Det har inte förändrats anser jag, med tanke på att vi använde oss av telefon när vi ville en annan butik något innan Index, och gör på samma sätt fortfarande.*

Respondent tre, säljare: *Det har inte förändrats något anser jag.*

Respondent fyra, extraanställd: *Jag tycker inte det har förändrats något från förr.*

Respondent fem, säljare: *Det har inte förbättrat sättet tycker jag.*

15. På vilket sätt har Index försämrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, säljare: *Nej, som sagt har det inte förändrats. Vi använder telefonen precis som innan.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Det har som sagt inte förändrats.*

Respondent tre, säljare: *Jag tycker som sagt att det inte har förändrats.*

Respondent fyra, extraanställd: *Vi använder ju telefon nu och det gjorde vi innan Index också.*

Respondent fem, säljare: *Det har inte försämrat sättet tycker jag.*

16. Har du tagit del av **all** den utbildning som fanns att tillgå när Index införskaffades?

Respondent ett, säljare: *Nej, jag har som sagt inte fått någon utbildning.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja.*

Respondent tre, säljare: *Jag anser att jag knappt fick någon utbildning. Den lilla tiden och så kallade utbildningen gav mig inte mycket. Jag tycker att ledningen kunde ha varit bättre med uppföljningen på utbildningen, så att alla verkligen hade lärt sig det.*

Respondent fyra, extraanställd: *Nej, det har jag inte.*

Respondent fem, säljare: *Ja, men den var kort.*

17. Skulle du vilja ha mer utbildning om Index?

Respondent ett, säljare: *Ja, det hade varit bra. Då hade jag kanske vågat gå in mer i Index.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Nej inte idag, men utbildningen kunde ha varit mer grundlig från början.*

Respondent tre, säljare: *Ja, varför inte. Jag är ju inte jättekunnig på Index så visst kan det vara mycket bra saker som man missar.*

Respondent fyra, extraanställd: *Nej, det tycker jag inte att jag behöver.*

Respondent fem, säljare: *Den var som sagt kort. Jag hade behövt sitta och träna lite mer.*

18. Vad ser du att ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt om Index?

Respondent ett, säljare: *Eftersom jag inte har gått utbildningen kan jag inte svara på det.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, det skulle ju vara att den var mer grundlig från början och att vi fick mer tid till att genomföra utbildningen.*

Respondent tre, säljare: *Ledningen skulle ha haft bättre uppföljning på att alla hade snappat upp all utbildning som behövdes.*

Respondent fyra, extraanställd: *Har ju inte gjort utbildningen som sagt.*

19. Skulle du vilja ändra på nåt i Index?

Respondent ett, säljare: *Ja, det skulle väl vara skyltarna då. Skyltarna benämns numera med mått och om de hade varit markerade med namn, skulle det varit lättare att hitta vilken skylt man letar efter. Dessutom tycker jag att det står med för liten text i skyltarna. Texten kunde ha varit större så att kunden ser med en gång vad som står.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, att allt står på svenska i Index och att skyltarna är mer lättförståeliga. Jag skulle även vilja att det som är viktigt och det som bör tittas av personalen står tydligt.*

Respondent tre, säljare: *Nej, det finns inte jag skulle vilja ändra men däremot hade jag velat lära mig mer om Index.*

Respondent fyra, extraanställd: *Ja. Informationen ligger inte under den flik som den förväntas ligga under. Detta kunde de ha gjort bättre på något bättre sätt tycker jag.*

Respondent fem, säljare: *Skyltarna hade kunnat vara lättare att göra och mer ord på svenska då. Referensgruppen som skriver allt på datorerna tycker jag även skulle ha kunnat skriva på fax också. De gjorde de förr.*

Intervju med de anställda i butik F

1. Tittar du Index mer än det som butikschefen visar er vid personalmöten?

Respondent ett, säljare: *Ja, lite tittar jag i Index.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja.*

Om ja, vad tittar du då och hur ofta?

Respondent ett, säljare: *Så mycket jag hinner titta för dagen.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tittar i Index varje dag. Jag kollar försäljningssiffror konfektionen, skriver ut papper, kollar meddelanden, åtgärdar vissa grejer och så vidare. Jag har även hand om lönerna eftersom jag är ställis så det blir en del lönearbete i Index också.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Jag är inne där varje dag. Jag kollar nyheter, som information om det jag saknar - allt möjligt helt enkelt.*

2. Hur mycket tittar du index idag jämfört med vid införskaffandet?

Respondent ett, säljare: *Ungefär detsamma.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tittar det mycket mer idag.*
Respondent tre, butikskommunikatör: *Jag har alltid kollat Index väldigt mycket.*

3. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

Respondent ett, säljare: *Ja, de som tycker att datorer känns främmande skulle ha fått lite mer personlig handledning vid utbildningen. Då hade de kanske känt sig mer motiverade att kolla i Index oftare.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, det skulle ha kunnat vara bättre upplagt när man söker efter olika saker. Ålder och sämre datorvana hänger också ihop.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, det skulle ha kunnat vara mycket enklare. Rubrikerna är inte alltid där man tror att det ska vara. Söker man något får man först leta söka igenom alla huvud- och underrubriker. Detta kan försvåra för de som inte har så god datorvana.*

4. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

Respondent ett, säljare: *Nej, det handlar nog mer om att personalen inte har tid att kolla i Index.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Här tror jag också åldern spelar in. De som inte har så god datorvana tittar inte i Index särskilt ofta. Men det handlar om att våga gå in och titta lite mer.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, det hade inte behövt vara så mycket information på förstasidan. Det hade till exempel inte behövt stå något om Stockmanns styrelsemöte, utan bara info från ledningen. Detta hade kunnat motivera personal att gå dit oftare.*

5. Kan det finnas någon annan anledning till att du eller dina medarbetare inte kollar Index frekvent?

Respondent ett, säljare: *Tidsbristen är något som gör att vi inte kollar i Index så ofta.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, dels så har det med tidsbristen att göra. Dels så tittar man mer frekvent om man är säker på det man gör, och då går det också*

fortare. Så allt har med vartannat att göra; ålder, datorvana, frekvensen av Indexanvänandet.

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, folk förväntar sig att andra tittar infon och ger den vidare sen. Det är ju också svårt för dem som inte har så god datorvana, de måste få tiden till att öva. Men inget händer.*

6. Är det svårt att hitta bland alla flikar och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

Respondent ett, säljare: *Nej, det är rätt så lätt.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, i alla fall det vanligaste, som man tittar och tar ut ofta. Det som man inte kollar så ofta är svårare att hitta – man har liksom inte tiden att kolla runt.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, jag har haft mycket problem, men nu kan jag det. Det kunde vara fruktansvärt svårt att hitta.*

7. Tycker du att Index hjälpt dig att få reda på information från ledningen?

Respondent ett, säljare: *Ja, det tycker jag. Nu står all info på förstasidan. Där kan man läsa om allt nytt.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, det är mer klarspråk nu.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, det har det.*

8. Vad känner du som anställd att du skulle vilja ha för mer information via Index?

Respondent ett, säljare: *Jag tror att som det ser ut nu tar vi nog inte ens till oss all info som finns på Index. Detta för att vi har fått för lite utbildning i det så vi använder det för lite. Så vi skulle inte behöva mer information.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag saknar mer information om klubbfoldrar. De kan vara svåra att hitta. Man borde kunna söka efter de tidigt, så att man har de redan innan de börjar gälla.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Jag skulle vilja kunna hitta informationen ut till kunderna bättre. Söker man efter det borde man väl i och för sig hitta det.*

9. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

Respondent ett, säljare: *Jag vet inte, det är bättre nu.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Förr ringde vi och frågade om vi hade en fråga, och då fick man ju mer personlig kontakt med de från ledningen. Nu får du även leta all info själv som du måste veta. Förr sparade vi också papper i pärmar och de var lättare att hitta.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *När faxen spottade ut papper, såg man det. Index kan jag gå förbi och inte veta ifall ny information kommit.*

10. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till er, innan Index införskaffades?

Respondent ett, säljare: *Jag vet inte.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ibland kom inte all information, till exempel om faxen inte funkade. En del saker de skrev kunde också vara svårformulerat, och man visste inte riktigt vad de menade.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Det blev väldigt mycket papper, man kunde inte välja bort informationen. Nu är även allt arkiverat i Index och försvinner inte.*

11. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

Respondent ett, säljare: *Nu får vi mer information om det nya modet. Förr fick vi inte alls samma information om vad som var nytt i modevägar. Index är ju med oss på personalmötena, genom en stor skärm som butikschefen står och klickar på.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Informationen – man ta ner all information från Index. Förr kunde man inte det.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Allt är samlat på ett och samma ställe, man måste inte leta i pärmar längre.*

12. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialt företag, än just ett intranät?

Respondent ett, säljare: *Nej.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag vet inte, jag tror inte det.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Nej, det tror jag inte. Men det går säkert att utveckla något.*

13. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

Respondent ett, säljare: *Nej.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Nej.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Nej, det är klart att det har blivit missförstånd i deras formuleringar, men det har ju inget med Index att göra.*

13.1. I så fall, vad händ

14. På vilket sätt har Index förbättrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, säljare: *Det kan jag inte svara på. Det är ungefär samma som tidigare.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Du kan ställa en fråga snabbt med mail, och få relativt snabba svar. Men det är ju bara ställisen och butikschefen som har mail.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Det har inte blivit bättre. Vi har ju ingen mail mellan butikerna. Mailen hade helt klart underlättat mitt jobb. Till exempel kanske Kiruna säljer en massa långkalsonger och vi i söder har svårt för att bli av med dem. Hade vi då haft någon form av kommunikation mellan butikerna via Index så skulle sådana problem kunnat lösas mycket bättre. Kundtjänstkappen är dock väldigt bra!*

15. På vilket sätt har Index försämrat sättet att kommunicera till andra Lindexbutiker?

Respondent ett, säljare: *Det är ingen skillnad från förr och nu.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Den personliga kontakten finns knappt längre.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Det har inte försämrat sättet.*

16. Har du tagit del av **all** den utbildning som fanns att tillgå när Index införskaffades?

Respondent ett, säljare: *I stort sätt ja.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, jag har försökt i alla fall. Yngre tjejer kan Index bättre, äldre har inte den kunskapen.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, fast jag upplevde det dock inte som någon utbildning. Kan knappt säga att jag har fått någon utbildning.*

17. Skulle du vilja ha mer utbildning om Index, vad i så fall?

Respondent ett, säljare: *Ja, vi skulle ha fått mer utbildning om grunderna i Index vid införandet. De som tillhör den äldre åldersgruppen har ju inte fått någon datorutbildning i skolan.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Ja, men nu får man själv försöka söka. En tjej som jobbar här och som är lite mer kunnig om Index visade oss lite mer förra veckan.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Ja, inom mitt område hade det varit bra med lite mer utbildning. Jag är inte 100 procent säker på hur man beställer skyltar.*

18. Vad ser du att ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt om Index?

Respondent ett, säljare: *Vi skulle ha fått mer uppföljning, vi fick ingen uppföljning alls.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Jag tycker att vi har fått för lite utbildning som sagt.*

Respondent tre, butikskommunikatör: *Som sagt skulle jag knappt kalla det för utbildning. Men det skulle ha gjorts mer omfattande och grundläggande – och den skulle ha gjorts från början.*

19. Skulle du vilja ändra på nåt i Index?

Respondent ett, säljare: *Nej.*

Respondent två, ställföreträdande butikschef: *Det skulle kunna bli lite lättare att söka informationen.*
Respondent tre, butikskommunikatör: *Sökfunktionen kunde ha varit bättre, söker man på till exempel Lindexklubb förmodar man att man hamnar där, men det gör man inte. Det skulle ha kunnat vara enklare att använda och språket skulle ha kunnat vara på svenska. Om nu ledningen vill att alla ska läsa informationen, borde de förstå att 65 plus inte kan så bra svenska.*

Intervju med butikscheferna i butik A-F

1. Hur mycket tittar du Index idag jämfört med vid införskaffandet? (Denna fråga är endast besvarad av butikscheferna i butik B, C, D, E och F.)

Butik B: *I början tittade jag i Index ganska lite, men i och med att Index är den enda kommunikationskanalen blir det ju att man tittar mer nu.*

Butik C*: Vi var en testbutik för index. Jag kollar flera gånger om dagen, och jag kollade lika ofta när det kom. Men jag kollar mer nu eftersom det kommer mer information nu.*

Butik D*: Jag tittar rätt så mycket, men det har jag gjort hela tiden. Det finns vissa funktioner jag använder dagligen. Index fanns här när jag började och jag har använt det mycket hela tiden men det blir mer nu eftersom pärmarna försvinner.*

Butik E: *Jag som butikschef var ju tvungen att titta i Index mycket i början så jag tycker inte att det har blivit någon skillnad.*

Butik F: *Jag kollar det mer idag.*

2. Tycker du att intranätet förbättrat eller försämrat ditt sätt att kommunicera till din personal?

Butik A*: Kommunikationen mellan butikschef och medarbetare tycker jag det är sig likt.*

Butik B: *Den har förbättrat kommunikationen.*

Butik C*: Det har förbättrat kommunikationen, man kan köra mötena via Index, all information visas via skärmen och man slipper alla papper.*

Butik D*: På ett vis har mitt sätt att kommunicera till personalen försämrats i och med Index. Idag tar inte alla till sig informationen på samma vis som när jag skriver ut papper som de ska läsa. Det är lite fifty-fifty med om Index har förbättrat eller försämrat*

kommunikationen från mig som butikschef till personalen. Förr fick de också signera ett papper så att jag visste att de hade läst pappret, nu får var och en gå in i Index och läsa själva. Idag skriver jag bara ut det mest nödvändiga.

Butik E: *Jag tycker det har förbättrat mitt sätt att kommunicera till min personal. Index ger mig mer fler möjligheter att kommunicera. Framför allt så har kick-offerna blivit bättre och proffsigare. Jag kan till exempel spela upp en videoinspelning av vad en annan person i organisationen har att säga, på detta vis används fler personer i organisationen.*

Butik F: *Index tycker jag har förbättrat mitt sätt att kommunicera till min personal. Nu behöver jag inte slå i pärmar längre efter information utan kan få fram information snabbare till min personal via Index.*

3. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som inte har så god datorvana?

Butik A*: Jag tror inte att det gör så stor skillnad, för att den viktigaste informationen är lätt att hitta och är oftast väldigt tydlig. Däremot kan jag förstå att det blir svårare när det gäller att hitta saker som man inte behöver kolla så ofta.*

Butik B: *Nej, Index är så pass bra upplagt att det inte borde behövas. Alla kan titta på förstasidan, det är ju bara att öppna upp fönstret. Det enda som kunde bli bättre är sökmotorn, då hade fler använt den.*

Butik C*: Nej, jag tror inte att det skulle kunna vara upplagt bättre, det är tydligt.*

Butik D*: Jag tycker det är lätt och begripligt, hade tiden funnits så hade jag kanske kunnat få dem att engagera sig, men nu är det upp till var och en.*

Butik E: *Nej, i grund och botten är det lätt att lära sig Index.*

Butik F: *Ja, de äldre tycker att det kan vara lite tufft. De är lite rädda för att trycka fel och att något ska gå sönder. Så en lite enklare framsida hade kanske varit bra, fast samtidigt finns all information som behövs för butiken på framsidan. Samtidigt handlar*

mycket om intresset, man kan om man vill. Jag tycker att alla borde lära sig Store Messages, framsidan.

4. Skulle Index kunna vara upplagt på ett bättre sätt med tanke på de som av någon anledning inte alltid ”orkar” kolla Index?

***Butik A**: Ofta finns det information på tavlan och i pärmar. Det finns även en liten mapp på Index där det står vad som gäller för veckan.*

***Butik B**: Nej, alla har ett eget ansvar, har man ett intresse för jobbet så orkar man kolla i Index.*

***Butik C**: Vi har förstasidan, Mystore som man behöver kolla. Jag tycker att Index är upplagt jättebra, man måste ha intresse för att kolla mer.*

***Butik D**: Nej, det ligger inte bara i ens eget intresse utan det är en arbetsuppgift, man bör alltid skumma igenom index.*

***Butik E:** Nej, det går att träna och lära sig. Ju fler anställda som kan Index desto mer tid blir det för mig att göra annat arbete. Det är lika bra att ge sig in i det.*

***Butik F:** Det spelar ingen roll om någon inte orkar kolla Index själv, vi går alltid igenom det som behövs på morgonmötena. Ingen ska behöva missa något.*

5. Kan det finnas någon annan anledning till att personalen inte kollar Index frekvent?

***Butik A**: Nej, det tror jag inte. Jag vet att de kollar Index varje dag.*

***Butik B:** Tanken är att man ska kolla Index ungefär två gånger per dag, inte springa där hela tiden.*

***Butik C**: Det kan vara tid och kanske att man är rädd för datorn, det är en helt ny värld för vissa.*

***Butik D**: Det handlar lite om hur personen jobbar med dator som arbetsredskap. Det kan också vara att de känner osäkerhet och att man glömmer kolla i Index där för man har inte fått in det som en arbetsrutin.*

***Butik E:** Ja. Index finns inne i personalrummet och vi är ute i butiken. Allt handlar om tid. Att vara med på morgonmötet, det är egentligen det enda man som anställd är skyldig till när det gäller Index.*

***Butik F:** Nej, jag tror att det har med intresset att göra. Yngre tjejer har ju mycket lättare för det. Alla kommer att kunna lära sig Index, men det kommer att ta tid.*

6. Är det svårt att hitta och använda det butiksmaterial som de på huvudkontoren lägger ut?

***Butik A**: Nej, det tycker inte. Det skulle väl vara när de ändrar en mapp, men annars är det inte svårt att hitta.*

***Butik B:** Nej, det tycker jag inte. Skyltkommunikationen borde dock bli bättre, den är krånglig. De textar skyltarna jättekonstigt, det märks att personen som sitter och gör skyltarna inte jobbar i butik.*

***Butik C**: Nej.*

***Butik D**: Nej, det tycker jag inte.*

***Butik E:** Ibland är söksystemet svårt i Index. Human Resources-sidan är jättebra men däremot är inte My Store sidan alls logisk. Det är svårt att säga vad exakt som är fel, men söker man något hittas det inte alltid. Det finns liksom inte där det borde.*

***Butik F:** Ja, det tycker jag. Det finns liksom ingen röd tråd eller rätta riktlinjer i Index. Till exempel tycker man att materialet från personalmötena borde ligga under en mapp, men ofta ligger de lite här och där i Index. Jag tycker all information till mötena kunde vara samlat på ett ställe.*

7. Vad känner du som butikschef att du skulle vilja ha för mer information via Index?

Butik A: *Allt och lite till, men har som sagt inte tid att kolla det som finns redan nu.*

Butik B: *Jag tycker att jag får all info som jag behöver. Däremot måste ledningen ta bort all inaktuell information. När de lägger ut ny information, kan de ta bort det gamla. Det gör det krångligt att använda sökmotorn annars.*

Butik C: *Jag vet inte, jag tycker vi får jättebra information.*

Butik D: *Jag tycker inte att det saknas något.*

Butik E: *Det skulle vara att det blir ett snabbare flöde mellan oss och regionskommunikatörerna.*

Butik F: *Jag skulle nog inte vilja ha mer information, men däremot skulle jag vilja veta mer exakt vart allt finns i Index. Vi kanske kunde ha haft en annan typ av manual.*

8. Vad var bra med det sätt som ledningen kommunicerade information till dig, innan Index införskaffades?

Butik A: *Det som var bra var att jag hade mer personlig kontakt med min chef.*

Butik B: *Det fanns inget som var bra med det sättet.*

Butik C: *Det var inte mycket som var bra, det var ju med fax och brev vi fick information vilket kunde ta tid innan man fick den, nu får man ut informationen snabbt.*

Butik D: *Det som var bra var att man missade inte den information som kom på post.*

Butik E: *Jag tycker inget var bra med det sättet. Det är verkligen inget jag saknar idag.*

Butik F: *Telefonen som vi använde mer förr var bra. Man fick en bra kontakt med de man ringde.*

9. Vad var dåligt med det sätt som ledningen kommunicerade information till dig, innan Index införskaffades?

Butik A*: Det blev så himla mycket papper och det blev svårt att sålla vilken information som var väsentlig eller inte.*

Butik B*: Det var så himla mycket papper förr, faxen spottade ut papper och ibland skrev ledningen fel och då blev det ytterligare papper.*

Butik C*: Det var all pappershantering, det tog tid att få informationen och få ut informationen till personalen.*

Butik D*: Det som var mindre bra var att det var en massa papper som skulle sorteras och läggas in i pärmar. Det blev för mycket papper och man läste inte allt.*

Butik E: *Vi hade ju fax förr och det blev mer ett stressmoment. Det fanns inte bestämda tider när det kom fax, utan alla butiker kunde få information vid olika tider.*

Butik F: *Det var ju fax då, och det blev så himla mycket papper. Vi fick fördela alla papper i pärmar och det blir mycket pappershantering.*

10. Vilken är den största konsekvensen som införskaffandet av Index medförde? Kan vara både bra och dåligt.

Butik A*: Jag tror att informationen blir mer lättillgänglig för alla, det blir mer ansvar för alla att ta del av informationen.*

Butik B*: Nu får man infon mycket snabbare och den är tydligare nu. Vi slipper allt papper och pärmar, och nu finns allt arkiverat i Index.*

Butik C*: Det är att informationen finns kvar, man kan inte tappa bort papper nu. Alla kan hitta informationen själva och man kan inte skylla ifrån sig.*

***Butik D**: Risken är att alla inte får all information i rätt tid och att alla inte kollar.*

***Butik E:** Vi slipper faxen, och det leder ju till att pappersförbrukningen minskar. Dessutom sparas ju all information i Index och kommer inte bort på samma sätt som förr.*

***Butik F:** Nu är det mycket lättare att kommunicera med alla i organisationen. Det går också snabbt att maila, man slipper att hålla på att ringa till någon om man inte får tag på personen. Ett mail svarar ju personen på så fort de får chans. Nu hittar man informationen snabbt och man är uppdaterad hela tiden. Vi får alla nya blanketter från Index, vilket gör att pappershanteringen har minskat.*

11. Tror du att det skulle finnas ett bättre sätt att kommunicera i ett mångfilialföretag, än just ett intranät?

***Butik A**: Nej.*

***Butik B**: Nej, ett intranät är jättebra. Visst finns det alltid fel och brister som kan ändras, men detta sitter ju IT och filar på.*

***Butik C**: Nej, det tror jag inte.*

***Butik D**: Nej, jag tycker det är jättebra. Nu finns allt på ett ställe och infon är tillgängliga för alla. Det finns inte heller någon risk att man lägger undan ett papper och det försvinner. För de som har varit lediga finns informationen alltid kvar.*

***Butik E:** Det vet jag inte.*

***Butik F:** Nej.*

12. Har Index medfört att det har uppstått någon misskommunikation mellan dig och ledningen någon gång?

***Butik A**: Ja.*

***Butik B**: Nej. Är det något jag inte gillar ifrågasätter jag det direkt, så ofta hinner det inte uppstå några missförstånd.*

***Butik C**: Nej, men inte på grund av Index, utan hur man formulerar informationen.*

***Butik D**: Nej, det tycker jag inte. Ibland kan informationen stå på ett konstigt sätt, men senare kommer det alltid förtydligat.*

***Butik E:** Nej, inget påtagligt. Men de måste ha ett tydligt språk.*

***Butik F:** Nej.*

a. I så fall, vad hände?

***Butik A**: Jag skulle skicka ett meddelande om ett plaggs pris till den avdelning som har hand om prissättning. Men tydligen går alla frågor genom kundtjänst och svaret jag fick tillbaka, från kundtjänst, gjorde mig inte klokare. Hade jag vetat att frågan skulle besvaras av kundtjänst skulle jag naturligtvis ha formulerat frågan bättre.*

13. Har du tagit del av **all** den utbildning som fanns att tillgå när Index införskaffades?

***Butik A**: Ja.*

***Butik B**: Ja, och för de som inte tog del av utbildningen, ligger den i Index. Fast jag är inte helt säker på att den finns kvar. Tiden fanns knappt när vi skulle utbildas i Index. Vi fick två timmar per person vid ett tillfälle. Det räcker inte för att lära sig allt.*

***Butik C**: Jag jobbade i en annan butik där det fanns fax, när jag kom till denna butik fanns Index redan här. Jag fick lära mig själv i början, sen fick jag utbildning.*

***Butik D**: Ja, det har jag.*

***Butik E:** Ja.*

Butik F: *Ja.*

14. Skulle du som butikschef vilja ha mer utbildning om Index, och i så fall vad?

Butik A*: Nej, någon mer utbildning tror jag inte behövs. Däremot skulle man få mer tid till att sitta och leta upp saker på intranätet. Många känner sig nog stressade och får ta det på privat tid.*

Butik B*: Nej, inte om Index. Men lite utbildning om hur man använder Excel hade varit bra.*

Butik C*: Nej.*

Butik D*: Nej, jag är inne mycket själv, men en del saker får man tänka till på, de moment som man inte gör så ofta.*

Butik E: *Det finns ju alltid finesser som alltid kan läras, men då känns det som att det blir överkurs.*

Butik F: *Ja, i det mesta i Index faktiskt. Det krävs att man har god datorvana för att kunna Index. Jag kan maila men inte spara i mappar. Det blir ofta att man ger upp sökandet eftersom det tar sådan tid att hitta det. Vi skulle ha haft en handledare som var med hela tiden och som vi kunde ställa frågor till. En heldag hade räckt för att känna att man kan det.*

15. Vad ser du att ledningen missar med tanke på din utbildning och det du har lärt om Index?

Butik A*: Jag kan tycka att utbildningen inte var riktigt grundlig. Vi fick ju bara ett par timmar på oss att fylla i ett frågeformulär. Vi hade behövt ha lite mer tid på oss tycker jag.*

Butik B*: Utbildningen kunde ha varit bättre vid start och de skulle ha tänkt på att ge alla äldre en datorutbildning. Men visst handlar allt om pengar och det är ju inte heller*

meningen att personalen i butik ska springa runt på kontoret hela tiden. Det handlar ju om vilken nivå ledningen lägger det på, det kanske är meningen att vi inte ska kunna allt i Index.

***Butik C**: Just nu kan jag inte komma på något spontant.*

***Butik D**: Inget, alla fick ett kompendium som skulle göras.*

***Butik E:** Utbildningen var lite onödigt upplagd då frågorna man fick i kompendiet inte rörde alla. Vi har inte fått någon utbildning i hur man gör textmallar och skyltmaterial, en liten genomgång av det hade varit bra.*
***Butik F:** Vi skulle ha haft mer utbildning på en gång, vi skrek faktiskt efter det i början, men inget hände. Jag vill kunna känna att jag behärskar det.*

16 . Skulle du vilja ändra på nåt i Index?

***Butik A**: Det är mest småsaker som att de lägger ut lite för mycket information ibland och att det kan bli lite för mycket. Man vet inte alltid vilken info som är viktig för en själv och det blir svårt att sålla. Det skulle kanske kunna stå vilka uppdateringar som gjorts under samma mail och länkar. En annan sak som skulle ha kunnat tas bort är maillådan till regionskommunikatören eftersom den väldigt sällan används. Sen skulle det vara bra om jag som butikschef fick ha en helt egen maillåda då det information som bara jag ska ta del av. Ställis och tredje person skulle också kunna ha egen maillåda.*

***Butik B**: Sökmotorn kunde bli bättre. Och det skulle kunna vara lättare att hitta telefonnummer i Index. Förr fanns det i pärmar och det var lättare att slå upp numren där. Även meddelandefunktionen kunde bli bättre. Vi väljer i en lista vilken avdelningen vi vill skicka meddelandet till, men sen tror jag att kundtjänst sållar meddelanden, och svarar på det själva istället för att skicka vidare till respektive avdelning. Ibland händer det också att man inte får något svar alls tillbaka, det skulle finnas ett kvitto på om ett meddelande gått fram eller ej. Skyltarna är fruktansvärt krångliga som sagt, alla hatar att försöka skriva ut skyltar.*

***Butik C**: Nej, det är kanonbra.*

***Butik D**: Nej, det hade varit att man kan se vad som händer i de andra regionerna till exempel bloggen att man där ser var de andra regionerna diskuterar.*

***Butik E:** Ja, i så fall att My Store och söksystemet blir mer logiskt.*

***Butik F:** Ja, mer röd tråd i Index och ett lättare söksystem!*

Intervju med Webbmastern och projektkoordinatorn

1. Vilken är den främsta anledningen till att intranätet införskaffades?

Vi såg att informationen inte nådde ut, och vi såg att vi skulle tjäna pengar på att ha ett intranät som kommunikationskanal. Förut hade vi stora kostnader för tryck och porto, som vi inte längre har idag. Det faxades ut mycket information förr. Så vi började med att införa ett intranät här på huvudkontoret för att se hur det fungerade, och tanken var hela tiden att införa ett intranät i hela organisationen.

2. Hur gick resonemanget kring Index vid uppstartandet? Vilka var ambitionerna?

Vi ville ha ett väl fungerande intranät och eftersom vi på huvudkontoret redan hade alla förutsättningar för det med alla närverk och Internetförbindelser, var det en bra idé. Istället för att leta en massa i pärmar ville vi ha ett centralt samlingsställe för all information. Man visste inte vem som hade uppdaterat viss information eller när det hade uppdaterats när pärmarna användes.

3. Vem fattade beslutet om att införa ett intranät i organisationen?

Det var vår VD.

4. Motsvarade införandet av Index de förväntningar som ni på huvudkontoret förväntade er?

Ja, det tycker vi att de har. Vi har skickat in en del enkätundersökningar, och fått in en del positiva svar. Visst finns det alltid folk som är negativa, och har folk kommit med förbättringsförslag har vi tagit upp det i gruppen och sett om det är något vi kan åtgärda. Vi försöker ta till oss alla önskemål som kan tänkas komma.

5. Ett intranät innebär en stor kostnadsmässig investering, upplever ni att ni har fått igen de pengar som investerades? Alltså, har det varit ekonomiskt försvarbart?

För oss på huvudkontoret handlade det ju mer om att vi skulle få ut informationen och att alla anställda på huvudkontoret skulle veta vart de skulle leta. För de anställda ute i butikerna tror jag absolut att det har varit en positiv investering. Det är ju väldigt svårt att beräkna alla mjuka värden, som till exempel att folk slipper springa och leta efter informationen på fem olika ställen. Men nu blir det ju en minskning av papper och portokostnader, så vi tror absolut att vi har fått igen de pengarna.

6. Tror ni att Index medfört att kommunikationen förbättrats eller försämrats från huvudkontoret till personalen i butikerna?

Ja, det tror vi.

   a. På vilket sätt?

Personalen har arbetat in rutinen att hitta all info där så det blir mycket lättare för dem. Vi lägger mycket mer ansvar på personalen, för det är ett helt annat sätt nu. Förut fick de ju all information, nu får de ju aktivt gå och sätta på datorn och gå dit själv och söka det man ska ha. Det krävs ju lite av personalen också, och det är väldigt viktigt att butikschefen har intresset för det, annars skulle det fallera helt. Butikschefen måste också delegera ut ansvar, och visa att det är upp till varje anställd att gå till Index och söka efter infon. Butikschefen håller inte längre i all information som hon kanske gjorde förut, utan detta är ju ett verktyg för alla i butiken.

7. Tror ni att personalen i butikerna upplever en förbättring eller försämring rent generellt gällande kommunikationen från er på huvudkontoret till butikerna?

I början tror jag inte att de tyckte det, det var ju så klart enklare att säga att de inte fått någon information, till exempel att ett fax kom bort och så vidare. Det blir mycket lättare att säkra att information har kommit fram från källan. På sikt tror jag att detta är ett mycket bättre sätt för dem att jobba, men på kort sikt tycker de nog inte det.

8. Används fortfarande andra kommunikationskällor i organisationen. Så som fax, anslagstavlor och telefon etc.?

Faxen har vi tagit bort helt i organisationen. Mail har butikscheferna, och sen kan personalen i butikerna skicka ett meddelande till oss på huvudkontoret genom en funktion som kallas för Store Messages. Då har de tio olika områden som de kan skicka till exempel en fråga till. Frågan och svaret publiceras sedan på intranätet så att alla kan se svaret, och inte bara den butiks som skickade det. Vi använder oss fortfarande av en personaltidning, och dessutom får de en inspirationstidning, Store Edition, som trycks tre till fyra gånger om året. Telefonmöten vet vi att de använder sig av också.

9. Hur gick utbildningen av Index till, som personalen fick ta del av?

På huvudkontoret gick det till så att vi samlade en grupp på ungefär 20 personer, där vi gick igenom Index ihop. För de tio testbutikerna var jag, projektkoordinatorn, ute hos dem och visade dem Index. Vi är lite osäkra på hur utbildningen gick till i de övriga butikerna i landet. Vi tror att det var regioncheferna som visade butikscheferna i varje butik, och att det sedan låg på butikscheferna att i sin tur lära ut till personalen. Vi har även något som kallas för Superusers i varje region och de är lite mer utbildade i Index, och kan svara på frågor om Index. De var även ute mycket i början när Index hade införts för att lära ut. De kallas även för regioncontrollers.
Manualer ligger också ute på Index, där det står hur man startar upp Index och så vidare.

10. Vilka var det som la upp utbildningen av Index?

Det var projektkoordinatorn (Anna Andersson) och projektledaren.

11. Finns det någon information om olika avdelningar i Index (personal, IT, produktion, marknad, ekonomi osv?

Personal har en egen avdelning, där de hittar information om ens egen anställning. Annars har vi inget avdelningsperspektiv, utan vi har splittat upp avdelningarna. Så till exempel alla manualer hittar du på ett ställe och de kan då röra flera olika avdelningar. Vi tänkte så att när vi byggde Index, ville vi inte ha något avdelningsintranät med ekonomiavdelningen på ett ställe och personalavdelningen på ett ställe. Det enda vi har

strukturerat på det sättet är personalavdelningen, men där hittar de anställda information om sin egen anställning.
Vi har något som kallas för My Store, och där hittar personalen vad som gäller för just din butik. Index är ju ett personifierat intranät vilket betyder att alla butiker får samma information, men att du ser olika information beroende på i vilken butik du är i. My Store var tidigare i tio pärmar som fanns på butikschefens kontor, dessa har vi nu bett dem kasta. Det ska inte finnas några pärmar, utan all information kan de hitta på intranätet. Så vi uppmanar de inte att skriva ut, det skulle väl i så fall vara om det är några kassainstruktioner, som behövs framme i kassan.

12. Har ni följande:

- Nyheter *Ja*
- Pressklipp *Ja*
- Pressreleaser *Ja*
- Information från ledningen/VD *Ja*
- Information om koncernen/bolaget/organisationen *Ja*
- Information om de olika avdelningarna (till exempel personal, IT, produktion, marknad, ekonomi, information etcetera) *Ja*
- Interna meddelanden *Ja*
- Intern telefon- och e-postkatalog *Ja*
- Ekonomirapport – *Ja, för dem det berör*
- Databassökning *Ja*
- Supportfunktion – *Vi har en idébank där de kan lämna frågor, som då hamnar hos oss. Har de problem med de tekniska i Index hänvisas de till helpdesk, alltså supporten som sitter på IT-avdelningen.*
- Mjukvaruarkiv *Nej*
- Bibliotek *Ja*
- Lediga jobb *Ja*
- Presentation av personalen *Ja*
- Personalhandbok *Ja*
- Olika typer av blanketter *Ja*
- Produktkatalog/prislista *Ja*

- Presentationsmaterial (OH-bibliotek) *Ja*
- Intranätversion av personaltidningen *Ja*
- FAQ – Frequently Asked Questions *Nej, bara vanliga frågor som ställs i butik.*
- Mötesrumsbokning *Ja*
- E-post *Ja*
- Förslags (e-post) låda *Ja*

13. När det började pratas om ett intranät, gjorde ni då en undersökning om vad personalen ute i butikerna ville ha med för funktioner och så vidare?

Vi hade några studenter som gjorde en typ av uppsats om detta.

14. Har ni gjort någon typ av enkätundersökning av Index tidigare? Vad blev resultatet då?

Ja, vi har gjort flera undersökningar, och svaren blir bara positivare och positivare. Den här undersökningen gjordes i och för sig bara på huvudkontoret och då svarade runt 150 stycken att de har uppe Index minst en gång per dag. Vi har inte gjort någon enkätundersökning om vad personalen i butikerna anser om Index idag.

15. Åtgärdade ni eventuella önskemål?

Ja, vi tar upp de önskemål som kommer upp och så ser vi vad vi kan göra. Till exempel var det här med webbbeställningarna något som det fanns önskemål om. Alltså vad som säljer mest och så vidare på Lindex Shop Online. Och den funktionen finns nu.

16. Har ni någon typ av index? Alltså en kortfattad alfabetisk förteckning över huvudpunkterna i materialet.

Nej, det har vi inte.

17. När lanserades Index på Lindex?

2003 lanserade vi det här på kontoret, och 2004 förde vi ut på i tio testbutiker, och sedan stannade det lite där. Efter det togs det ett beslut 2005 om att det skulle börjas föras ut hösten 2005. Sen var det ju ett arbete som löpte, så att vid årsskiftet 2006/2007 hade alla Index i butikerna. Det skulle egentligen bara ha gått på ett år, men så var det tre- fyra butiker där det dröjde kvar lite, det var något administrativt problem som gjorde att det dröjde. Testbutikerna var tio butiker i region tre, alltså Västra Götalands län.

18. Har ni någon typ av besöksstatistik?

Nej, det har vi inte. Vi skulle kunna koppla på det men den ger inte rättvis statistik. Vi minns inte riktigt vad det berodde på, men det hade något med att göra att om en användare har uppe Index en hel dag, men inte använder den hela tiden, kan vi då inte se hur ofta och länge han egentligen är inne. Det är därför vi skickar ut enkäter i stället.

19. Har ni fått ändra funktionerna i Index sedan införandet?

Vi har uppgraderat Index tre gånger, och har då fått ändra saker som inte har fungerat. Senaste gången vi gjorde en uppgradering var nu i höstat och då var det relativt nytt för butikerna. Vi valde därför att bara ändra om i lite färger och så. Nu senaste gången fick de på huvudkontoret en ny funktion, men vi ansåg att personalen ute i butikerna inte var riktigt mogna för det. Det är ju så att vissa saker publicerar vi bara för kontoret och vissa saker för bara butikerna. En annan ny funktion är bloggen, och det var något som de själva ville ha. Vissa regioner använder det mer medan vissa använder det mindre.

20. Har ni informerat mycket om den här bloggen?

Nej, det har vi ju egentligen inte. Vi införde en blogg för vår visions värderingsarbete, men sen så började det bloggas om andra saker och inte bara om det. Och så visade det sig att det var ett bra verktyg gör dem och nu har vi då precis skapat en sortimentsblogg, en för dam,

barn, underkläder och kosmetik. Sedan har de även fått en egen regionsblogg, där alla butikerna i den regionen kan kommunicera om olika grejer.

21. Finns det någon funktion där personalen ute i butikerna kan kommunicera direkt med er på huvudkontoret, alltså inte via kundtjänst?

Vi har ju den här skicka meddelande funktionen, där dem direkt kan till exempel maila direkt till mig och ställa en fråga, och detta kan alla i butikerna göra. Butikschefen har ju själv en mail som hon kan maila med. De kan ju även fortfarande ringa, och det ringer ju ibland butiker till mig om det är något de undrar över.

22. Har skyltsystemet som butikerna använder sig av något med Index att göra?

Nej, det har det inte. Det ligger som ett program på skivbordet i datorn och inte i Index. Det skulle vara en manual, men det går de nog inte in i.

23. Hur många Lindexbutiker finns det i Sverige?

193 stycken och dessa är då uppdelade i sex olika regioner. Flertalet av de butiker ni har varit i tillhör region tre, förutom Helsingborg som tillhör region ett.

Kompletterande frågor till intranätansvariga

När jag efter alla intervjuer, började skriva uppsatsen märkte jag att det var nödvändigt att ha svar på vissa frågor för att kunna få fram ett så tillförlitligt resultat som möjligt. Nedan har jag sammanfattat de frågor och svar som jag ställt, via mail, till Sofia, Kristina, Monica och Anna på Lindex huvudkontor.

1. Hur gick utbildningen till för de anställda och för butikscheferna i butikerna?

Svar: Butikschefen gick först igenom materialet för sig själv, för att utbildningen skulle gå så snabbt som möjligt. Utbildningen var uppdelad i två delar, den första delen innebar att butikschefen gick igenom den tillsammans med personalen och samtidigt hade uppe Index på skärmen. Tid för detta var 30 minuter. Den andra delen bestod av övningsuppgifter, där de anställda fick 30 minuter på sig att genomföra dessa individuellt. Dessa skulle de efter att de var klara signera och lämna till butikschefen. Samtliga anställa skulle ta del av utbildningen.

2. Finns det en användarhandbok om Index bredvid varje dator i personalrummen?

Svar: Det finns ingen användarhandbok utan alla ska ha genomgått en indexutbildning. Denna utbildning ligger även på Index.

3. Använder sig butikspersonalen av videokonferenser och telefonmöten?

Svar: Butikscheferna använder sig ibland av telefonmöten.

4. Ser ert Index på huvudkontoret likadant ut, som personalens Index i butikerna? Om inte, vad är skillnaderna?

Svar: Index ser inte likadant ut för butikerna som för kontoren. Index är en personifierad portal som känner av vem som loggar in. Informationen och meddelandena vi publicerar är olika för olika grupper beroende på vart man jobbar och vad man arbetar med. Butikerna har annan info på tex At the momement där vi med text och bild lägger ut aktuella meddelanden, utmaningar, etc. Dessa är riktade till butikspersonalens dagliga arbete med fokus på försäljning. Motsvarande info för kontoren är mer vad som händer i och runtom Lindex.

5. Har personalen i butikerna tillgång till Index hemifrån? I så fall, är det både butikscheferna och personalen som har det?

Svar: Nej de kommer inte åt Index hemifrån.