



VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN META GROUP OY:SSÄ

Esimerkki kertoo viestinnän kehittämisestä metallirakenteita valmistavassa kaakkoissuomalaisessa Meta Group Oy:ssä. Kehittämishanke alkoi laatujärjestelmäprojektina mutta matkan varrella projekti fokusoi uudelleen johdon konsultointiin ja viestinnän kehittämiseen.

Lähtökohdat viestinnän kehittämiseksi olivat erinomaiset, koska laatujärjestelmäprojekti oli tuottanut runsaasti taustatietoa ajankohtaisista viestinnän kysymyksistä, samoin kuin yrityksen omat kehittämispäivät. Johtamisviestintä oli yksisuuntaista, osastojen välinen tiedonkulku riittämätöntä ja huhut yleisiä. Viestintävälineitä oli paljon mutta niitä ei osattu käyttää tarkoituksenmukaisesti. Sisäisen viestinnän ongelmat heijastuivat asiakasrajapintaan. Yrityksessä ei ollut viestintäammattilaista eikä viestintä linkittyneet yrityksen suunnittelu- ja arviointiprosesseihin. Yrityksen johtoryhmä tiedosti kuitenkin vastuunsa viestinnän johtajana ja suunnannäyttäjänä mutta ei tiennyt, miten edetä, mihin tarttua ja millä työkaluilla toimia.

Yrityksessä järjestettiin 2014–15 viisi viestinnän kehittämisen työpajaa, joitten aiheina olivat esimiesviestintä, vaikeat viestintätilanteet, viestintätyökalut, osastojen välinen viestintä ja asiakasviestintä. Työpajat suunnattiin erityisesti johdolle ja toimihenkilöille (30 henkeä). Hankkeen yhteenvetotyöpajoihin ja palautekeskusteluihin osallistui koko henkilöstö (100 henkeä). Ennen aloitusta johtoryhmä vastasi kyselyyn, jossa kartoitettiin sekä yritystason että henkilökohtaisia viestinnän kehittämistarpeita. Koska kyselyssä nousi esiin yhteisten suuntalinjojen tärkeys, hankkeeseen liitettiin myös strategisen viestintäsuunnitelman laatiminen.

Työpajoissa käytettiin erilaisia menetelmiä, joista onnistuneimpia olivat oppimiskahvila ja draamatyöskentely. Oppimiskahvilassa pienryhmät työskentelivät tiettyjen teemojen pohjalta ja siirtyivät pöydästä toiseen kehittämään eteenpäin edellisen ryhmän ideoita. Draamatyöskentelyä hyödynnettiin osastojen välistä viestintää käsitellessä työpajassa, missä ryhmät esittivät ongelmallisia viestintätilanteita pienin näytelmin. Asiakasviestinnän työpajassa yrityksen pitkäaikainen asiakas kävi kertomassa oman, ravistelevan näkemyksensä yrityksen asiakasviestinnästä.

Hankkeen innoittamana yrityksessä valmistui viestinnän käsikirja, johon koottiin viestinnän peruseriaatteita ja erityisesti yrityksen kaipaamia suuntalinjoja eri viestintävälineitten käytölle. Siihen linkitettiin myös yrityksen IT-vastaavan opetusvideoita viestintävälineistä. Viestinnän käsikirjan tuoman konkretian lisäksi hankkeen päättyessä todettiin mm., että yrityksen kokouskäytännöt ovat selkiytyneet, sähköposti vähentynyt ja kasvokkainviestintä lisääntynyt. Yrityksessä järjestettiin myös työtiloja niin, että arjen kommunikaatio helpottuisi.

Yrityksen keskeisin kehittämistarve ei välttämättä ollut viestintä, mutta koska se oli yritykselle ajankohtainen ja relevantti aihe, se toimi siltana muuhun. Viestinnän kehittämishankkeen kautta päästiin tarkastelemaan useita yrityksen kasvun ja kehittymisen kannalta keskeisiä kysymyksiä, kuten johtamistyyli, yrityskulttuurin hierarkkisuus, luottamuksen rakentaminen, asiakkaan arvostava kohtaaminen ja muutosvastarinnan käsittely.