

ComputerSweden



Det finns alltid en hake till

Lars Danielsson:

"Frågan är hur mycket smarta människor vill och får reglera värdepappershandeln"



Lediga jobb just nu - CS jobb
Tipsa anonymt Tel 08-453 62 20
Sajtens index a-ö
Prenumerera på CS

Sök på CS

2010-05-06 11:26

"Nätverka till max i de sociala medierna"

Av Madelene Hellström

Ett företag som låter sina anställda odla privata och professionella kontakter i de sociala medierna har mycket att vinna, enligt Robin Teigland, forskare på Handelshögskolan i Stockholm.



Arbetsgivaren stänger inte av mobilen om de anställda ringer privata samtal, eller blockerar e-posten för att de mejlar privat. Varför ska man då stänga Facebook?

Det undrar Robin Teigland som forskar i sociala medier på Handelshögskolan i Stockholm.

Trots allt snack om att företagen måste utnyttja sociala medier befinner sig majoriteten av de svenska företagen i dag på ett stadium där de antingen förbjuder eller inte uppmanar till användning av sociala medier, eller använder dem som en envägskommunikationskanal från ledningen.

Robin Teigland ser förklaringar som går tillbaka till industrialiseringen på slutet av 1800-talet. Folk lyttade från landet in till stan, tog jobb på fabriker och började därmed skilja på jobb och privatliv.

Man mår inte bra av att totalt skilja på jobbet och det sociala. Man vill kunna kolla hur familjen mår. Dessutom, om företagen stänger av de här funktionerna lägger folk massa tid på att gå runt det. Då blir de mindre produktiva, säger hon.

Det är trots allt inte enbart privatsurfande som sker i de sociala medierna. Det är även där som de professionella nätverkskontakterna knyts och upprätthålls. Företagen har mycket att vinna på att de anställda har ett brett professionellt nätverk.

Pratar anställda om vad de gör på jobbet blir företaget mer attraktivt i rekryteringssammanhang. Dels skapar det en medvetenhet om vad företaget gör, dels ger det en förståelse som underlättar kommunikationen.

– Ju mer vi lär känna varandra, pratar samma språk och förstår varandras värderingar, desto mer underlättar det kunskapsflödet mellan individer och företaget, säger Robin Teigland.

Anställda som tar hjälp av sociala medier fattar också bättre beslut, enligt en amerikansk studie.

– Man använder LinkedIn, Twitter och Facebook för att få input till beslut i frågor som "Hur är det på marknaden? Vad gör konkurrenten? Vad skulle ni tycka om en sådan produkt?" Man använder dem som ett bollplank, säger Robin Teigland.

För ett företag som tar fram produkter är det helt avgörande att utvecklarna håller sig uppdaterade om vad som händer i omvärlden och om vad folk vill ha för prylar.

– Om vi tar 20 duktiga programmerare och isolerar dem i ett rum för att ta fram en produkt så kommer de säkert fram till något två månader senare – men det är antagligen inte vad världen vill ha.

De få företag som faktiskt uppmanar till användning av sociala medier är oftast nystartade företag, enligt Robin Teigland.

– Det handlar om en ändring av beteende och attityd. Det utmanar det traditionella sättet att organisera och driva företag.

Mer från IDG-nätverket

Ta reda på vad folk tycker

"Avgör inte valet"

Forskare: "Nätverka till max i sociala medier"

Gråzon mellan privat och jobb

"Red ut var gränsen går"

Vad får de anställda göra?

Tror på sunt förnuft

Läs mer

Facebook på jobbet - inte slapphet

Mats Odell ger riktlinjer för sociala medier

SEBs ekonomer ska bli mer sociala

2010-05-06 11:26

Taggar

Robin Teigland,

Facebook,

Twitter

Saplo.com

Liknande artiklar

Så blir du en social CIO 2.0

Bloggen skapar dialog med kunderna

Twitter tappar mark

Han lär dig att bli social

Saplo.com

Taggar Robin Teigland Handelshögskolan I Stockholm Forskning Sociala Medier Facebook LinkedIn Twitter Nätverk

FAKTA

Var beredd att släppa på makten

Robin Teiglands tips till företag:

Det handlar om ett maktskifte där nyckeln är ett nytt tankesätt.

Kontroll över informationsflödet är en maktkälla och många vill inte bli av med det. Börja med att prata om hur er kultur kring kunskap och "knowledge sharing" ser ut.

Hitta exempel där konkurrenterna gör något bättre och där ni ser att ni tappar kunder, eller inte får samma rekrytering. Då blir det enklare att förstå varför ni ska göra förändringar.

Sätt ihop en grupp med personer från olika avdelningar som brinner för sociala medier. Skapa brainstorminggrupper och låt dem som redan använder sociala medier visa övriga hur de gör.

Identificera ett område som är viktigt i företaget. Det kanske är

innovation, rektyring eller varumärkesbyggande. Börja med ett litet projekt och fokusera på ett socialt verktyg.

Skapa riktlinjer eller en policy för vad som gäller allmänt i sociala medier, gärna gemensamt med de anställda, exempelvis i en intern wiki.

Använd ett "reverse mentor program". Toppledningen får en yngre person som sitter bredvid. Det har både chefer och nyanställda nytta av.

Mest läst

Senaste nytt

Missade

RSS-flöden

Du kan prenumerera på Computer Swedens nyheter via rss, läs mer här.

Senaste nyheterna

Affärer och företag

Branschnytt

Hårdvara

Samhälle

It-säkerhet

Mobilt

Nyhetsbrev

Fler nyhetsbrev och info

Dagliga

Veckobrev

Affärer & Företag

Affärssystem

CSjobb

Språksamt



Prenumerera här

Kontakta oss

Redaktionen

Läsarservice

Så använder IDG cookies

Ring till 08-453 60 00.

Skicka gärna **e-post** till: cs@idg.se

Postadressen är:

Computer Sweden 106 78 Stockholm

Twitter:

[@ComputerSweden](https://twitter.com/ComputerSweden), [@CSDagensOrd](https://twitter.com/CSDagensOrd)

Om tidningen

Computer Sweden är Sveriges ledande it- tidning som publicerar nyheter varje dag på webben samt två gånger i veckan på papper.

Chefredaktör och ansvarig utgivare: Johan Hallsenius.

Lösnummer som pdf

CS i kiosk

Prenumerera

Utgivningsplan/Teman