

Styresak B 04 / 2016**Strategier for HR, IT og kommunikasjon****Bakgrunn**

Konsernstyret har tidligere behandlet strategiarbeidet i SiT i styresakene B 45, B 51, B 58 og B 89 i 2015. I sak B ble styret orientert om at:

Delstrategi for kapitalforvaltning, eiendomsforvaltning og catering blir lagt fram for styret senere i høst, mens strategi for HR, IT og kommunikasjon blir lagt fram på januarmøtet.

Strategi for kapitalforvaltning, eiendom og catering ble framlagt i høst. Her kommer delstrategier for HR, IT og kommunikasjon. Disse strategiene beskriver hvordan SiT som organisasjon skal jobbe innen disse tre fagområdene for å nå målene i felles strategi og virksomhetsområdenes strategier.

HR

Bakgrunn for arbeidet med SiT sin HR-strategi er tjenestekområdenes strategier, SWOT-analyse og annen HR relatert informasjon knyttet til organisasjonen.

Utviklingstrekk/Early Warnings

- SiT leverer produkter og tjenester i et stadig mer konkurransepreget marked. Nye tjenester og sammensetning av tjenester krever tilpasning av kompetanse – både i forhold til medarbeitertilrekning og medarbeiderutvikling.
- Historisk sett gode resultat på arbeidsmiljøundersøkelsen, men store variasjoner på avdelingsnivå kan påvirke kundeleveransene
- Mange ansatte (i nøkkelposisjoner) nærmer seg pensjonsalder, og vi står i fare for å miste erfaringsbasert kompetanse.

Hovedproblemstilling

Manglende innsikt i organisasjonens faktiske kompetanse og fremtidige kompetansebehov svekker SiT sin evne til å sikre at organisasjonen til enhver tid har den kompetansen som skal til for å lykkes i å nå sine mål.

Strategisk mål

SiT skal være en attraktiv arbeidsgiver som tiltrekker, utvikler og beholder medarbeidere med riktig kompetanse og holdninger for derigjennom å kunne levere helhetlige kundeopplevelser.

Krav til gjennomføring av strategien

1. SiT må framstå som en attraktiv arbeidsgiver
 - SiT som arbeidsgiver må være synlig i markedet for å tiltrekke seg potensielle nye medarbeidere
 - Arbeidsvilkår må gjenspeile de overordnede mål og strategier i SiT
 - Godt definerte prosesser for rekruttering og avvikling av arbeidsforhold
 - Tilrettelegge for utviklende aktiviteter for å beholde gode medarbeidere i organisasjonen

- Målrettet og utviklende HMS-arbeid i hele organisasjonen
- 2. Kontinuerlig kompetanseutvikling
 - Etablere enhetlig kompetansekartlegging i organisasjonen
 - Identifisere fremtidige kompetansekrav og kompetansebehov i tråd med mål og strategi
 - Gode systemer for oppfølging av kompetansekrav og utvikling
- 3. Bygge og styrke bedriftskulturen i organisasjonen vår
 - Legge til rette for god medvirkning
 - Tydeliggjøre strategi for internkommunikasjon
 - Skape trygghet for, og utvikle en tilbakemeldingskultur og en felles servicekultur
 - Medarbeidere tar ansvar for egne arbeidsoppgaver og bidrar til utvikling innenfor eget arbeidsområde
- 4. Ledelse
 - Kontinuerlig lederutvikling i samsvar med lederplattformen
 - Lederkompetanse i tråd med definerte mål og strategier

Forretningsutvikling ved hjelp av teknologi

Bakgrunnen for arbeidet med denne strategien er felles-strategier og tjenestekområdenes strategier.

Utviklingstrekk/ early warnings

Verden er i endring, endringene skjer stadig raskere, og det er i stor grad teknologiske muligheter som muliggjør dette. SiT merker dette som økt konkurranse og lavere etterspørsel innenfor sine forretningsområder, som omtalt i de respektive strategidokumenter.

- Tjenester endrer seg med nye konsepter og konkurrenter.
- Hvem som tilbyr tjenester endrer seg, etablerte aktører forsvinner nye kommer raskt opp.
- Arbeidsprosesser endrer seg.
- Studentenes behov endres på grunn av teknologiske muligheter/nye løsninger som de forventer å finne også hos SiT.
- Studentenes adferd er endret på grunn av teknologiske muligheter.

Hovedproblemstilling

SiT er i utvikling, men omverdenen utvikler seg raskere enn oss. Det vil komme flere aktører/konstellasjoner som tilbyr sine tjenester innen studentvelferd, som ved hjelp av ny teknologi er bedre og billigere enn hos oss. SiT må møte den bruken av teknologi for å utvikle våre tjenester slik at de er konkurransedyktige.

Strategisk mål

Vi skal ta i bruk anerkjent teknologi for å møte konkurransen på form, innhold, funksjonalitet, produksjon, pris og tilgjengelighet av våre tjenester.

Krav til gjennomføring av strategien

SiT skal være langt fremme på bruken av anerkjent teknologi for å møte konkurranse og levere effektive tjenester tilpasset studentenes behov.

- inneha teknologikompetanse og forretningsforståelse
- være endringsdyktige

- forstå nye studentgenerasjoners bruk av teknologi

SiT skal lære av de beste i hver bransje og knytte til seg leverandører og samarbeidspartnere som gjør oss i stand til raskt å implementere de beste løsningene for SiT.

- følge nøye med på aktører som lykkes i de forskjellige bransjene og raskt adoptere løsninger/konsepter som er aktuelle, og ikke drive forskning og utvikling
- som hovedprinsipp prøve ut delkonsepter i liten skala og gå videre med det som fungerer
- knytte til oss gode samarbeidspartnere som kan tilføre oss kunnskap og teknologi der dette er mer lønnsomt enn å bygge kunnskap og løsninger internt
- jobbe målrettet gjennom å inneha og anvende prosjektkompetanse

SiT skal prioritere forretningsutvikling ved hjelp av IT

- initiere mulighetsstudier som ser på hvordan vi konkret skal møte konkurransen
- sette av penger i budsjett til forretningsutvikling
- ta beslutninger på forslag som kommer frem i mulighetsstudiene
- gjennomføre og møte konkurransen

Kommunikasjon

Bakgrunn for arbeidet med kommunikasjonsstrategien er vår felles strategi og tjenestoområdenes strategier, resultater fra spørreundersøkelser og annen informasjon.

Utviklingstrekk/Early Warnings

Viktige utviklingstrekk:

- Stadig forskyvning i bruken av kommunikasjonskanaler i samfunnet, fra analoge til digitale, fra kjøpte/eide til fortjente.
- Tjenester og produkter forenkles og gjøres mer attraktive for kundene. Dette fører til redusert behov for informasjon og brukerkompetanse, samtidig som merkeloyaliteten øker.
- Vi er mer avhengig av våre øvrige interessenter; utdanningsinstitusjoner, kommune og departement for å lykkes i de oppgaver vi står foran.
- Det er en relativt lav tilfredshet blant studentene med kommunikasjonen fra SiT
- Svak synlighet og lavere tilfredshet med SiT på små campuser
- Lavere kjennskap til helsetilbudet enn til øvrige tjenester
- Menn er mindre tilfredse med SiT og bruker våre tjenester i mindre grad.
- Lavt engasjement og involvering i SiT som merkevare.
- Ujevn kvalitet og konsistens i kommunikasjonen fra SiT.

Hovedproblemstilling

SiTs tjenester og kommunikasjonen om tjenestene framstår fragmentert, og kommunikasjonen har ujevn kvalitet. Dette reduserer attraktiviteten til SiTs tjenester og gjør det vanskelig for studentene å forstå hva slags virksomhet SiT driver.

Strategisk mål

Studentene skal enkelt forstå hvilke tjenester SiT tilbyr og hva slags type virksomhet SiT driver. Både tjenestene og SiT som virksomhet skal være attraktiv for studentene.

Krav til gjennomføring av strategien

5. Bygge merkevaren SiT sterkere

- Utvikle identitetsbyggende budskap som er underliggende i all kommunikasjon

- Konkretisere hva som ligger i identiteten (SiN BiT) for hver tjeneste
 - Synliggjøre spesialistrollen vår bedre
 - Utvikle oss i de kanaler som er best egnet til merkevarebygging
6. Utvikle tjenestene våre
- Forenkle og konseptualisere tjenestene for å øke brukervennligheten og redusere kommunikasjonsbehovet
 - Samordne tjenestene der det er naturlig, på tvers av enheter for å forenkle kommunikasjonen til studentene.
7. Utvikle SiT som kommuniserende organisasjon
- Utvikle helhetstenking, samtidig som alle har ansvar for eget område
 - Avklare løsninger på uavklarte spørsmål, for eksempel identitet og profil

Saksbehandler: Halvard Danielsen, Else Naustdal, Heidi Torstad

Tilrådning:

Konsernstyret har gjennomgått forslagene til strategi for IT, HR og kommunikasjon, og godkjenner disse, med de endringer som framkom i møtet.

Strategiarbeidet er ferdig etter den plan som ble lagt. Det er lagt opp til en revisjon allerede til våren, der vi blant annet må forholde oss til tjenestetilbudet vi har fått i Ålesund og Gjøvik.

Konsernstyret ber om at strategiplanen brukes som et aktivt verktøy for å nå SiTs mål og ambisjoner.

Trondheim, 17. desember 2015

Knut Solberg