

Konkrete tiltag som omsætter din interessentanalyse til praksis

Velkommen til din inspirationskilde som omsætter analyse til praksis

Tag din interessentanalyse frem fra gemmerne og omsæt den til værdi for dine projekter

Som projektleder har du brugt meget energi på at udarbejde din interessentanalyse. Men hvordan sikrer du, at din analyse også kan bruges operationelt i hele organisationen?

Hånden på hjertet. Har du nogensinde tænkt på, hvor ofte en interessentanalyse ender i skuffen, mens den daglige kommunikation fortsætter som altid? Hvor ofte har dine analyser resulteret i konkrete tiltag, der har forbedret måden, byggeprojekter bliver drevet på?

Det sker måske ikke så tit, fordi det kan være udfordrende at omsætte analyser til operationelle tiltag, der er realistiske at eksekvere.

Men nu har du muligheden for at ændre det! Nu er du nemlig i besiddelse af et dokument, som giver dig lyst til at hive din interessentanalyse frem igen og faktisk give den mulighed for at gøre en forskel for jeres kommunikation til projektets interessenter.

Er du klar til at gøre din interessentanalyse til en aktiv del af dit projektarbejde?

God fornøjelse!

En simpel 4-trins interessentanalyse til dit byggeprojekt

1. Identificer

Identificer alle personer der er direkte og indirekte påvirket af projektet både under og efter dets gennemførelse.

2. Kategoriser

Placer de identificerede interessenter i en interessentmatrix, baseret på deres interesse i projektet og deres magt til at påvirke det.

3. Strategi

Nu har du et godt overblik over, hvem der er dine vigtigste interessenter, og kan dermed udarbejde din kommunikationsstrategi for hver kategoriserede interessent.

4. Implementering

Til sidst omsættes din analyse til en kommunikationsplan, og konkrete tiltag skal implementeres. Det er her din analyse kan give værdi på tværs af organisationen.

Ovenstående fire faser er en simpel og overskuelig tilgang, som bygger fundament for et bedre samarbejde med projektets interessenter.

Digitalisering af dit indsamlede data

I din analyse har du identificeret en del viden omkring dine interessenter, som et CRM-system kan hjælpe dig med at organisere. CRM-software er ikke kun for salgsafdelingen. Hvis CRM'et er udviklet til projektorganisationer, burde der være massere af data og funktioner, som er meget værdifulde i dit arbejde med interessenter i projektet.

Virksomhedsanalyse

Struktureret stamdata på virksomhedsniveau, burde allerede eksistere i CRM'et og skal blot beriges for, at du kan bruge denne aktivt. Lav en standard for minimumskrav på data ved nyoprettelse af virksomheder i systemet, så I holder en høj data standard. Nogle systemer tillader integrationer, som vil lette tastearbejdet betydeligt!

Nødvendige datapunkter:

Navn:

Branche:

Rolle i organisationen:

Ejerstruktur:

Kontaktpersoner:

Tidligere projektsamarbejder:

Aktive projektsamarbejder:

Kommunikationshistorik:

Analyse af kontaktpersoner

Kontaktpersoner tilknyttes deres respektive virksomheder og beriges med de nødvendige datapunkter. Hvis du mangler et overblik på tomme datafelter, kan du med fordel undersøge muligheden for at eksportere hele datasættet til Excel eller PowerBI.

Nødvendige datapunkter:

Navn:

Kontaktoplysninger:

Stilling:

Interesser:

Prioritering:

Kommunikationshistorik:

Samarbejdshistorik:

Protip til implementering!

Det kan være overvældende at tænke på alt det tastearbejde, der skal til for at få styr på dine data. Og det bliver ikke nemmere, hvis du skal starte helt fra bunden. Men der er en løsning på det.

Dine e-mails indeholder allerede meget af den metadata, der skal bruges i dit CRM-system. Med den rette mailarkiveringsløsning kan du nemt oprette og berige virksomheds- og kontaktdata med et enkelt drag'n'drop i din Outlook-app.

Eksempler på konkrete tiltag, som understøtter din kommunikationsplan



Mødedokumentation

Ansvarlig: Projektleder

Alle møder skal have en dedikeret referent, der dokumenterer diskussioner, beslutninger og tildelte opgaver.

Tiltag: Mødereferater skal udfærdiges senest 24 timer efter mødets afslutning og godkendes af mødelederen. Referater skal deles med mødedeltagere via mail. Mailen skal efterfølgende arkiveres på projektet, så alle parter har adgang til referatet.



Fælles mailarkivering

Ansvarlig: Alle projektdeltagere

Alle mails, indeholdende kritisk information, skal korrekt organiseres og arkiveres på projektet, kontaktpersonen og tilknyttede virksomhed.

Tiltag: Implementere et arkiveringsplugin i den mailklient I bruger i dag, som identificerer projektet, kontaktpersonen og organisationen og ud fra denne information, bygger en standardiseret mappestruktur.



Målret kommunikationen

Ansvarlig: Alle projektdeltagere

Målret sprog og kommunikationsform til den specifikke kontaktperson.

Tiltag: Implementer en løsning, som giver projektdeltagerne mulighed for at se kommunikationshistorikken i forskellig kontekst. Skab en kultur hvor man kommenterer løbende på sin korrespondance med en interessant, til gavn for hele teamet.



Løbende databerigelse

Ansvarlig: CRM ansvarlig

Vedligeholdelse og berigelse af data på dine interessenter er essentielt for at kunne arbejde proaktivt med din interessentanalyse.

Tiltag: Definer påkrævede felter i CRM, både på kontaktpersoner og virksomhed. Automatiser nyoprettelser gennem arkivering af mails i mailklientens arkiveringsplugin og berig manglende data løbende i CRM'et.

Find selv på flere konkrete tiltag, som understøtter din kommunikationsplan



Navn: _____

Ansvarlig: _____

Beskrivelse:

Tiltag:



Navn: _____

Ansvarlig: _____

Beskrivelse:

Tiltag:



Navn: _____

Ansvarlig: _____

Beskrivelse:

Tiltag:



Navn: _____

Ansvarlig: _____

Beskrivelse:

Tiltag:

Evaluer og optimer dine tiltag løbende for vedvarende fokus

To gode råd til evaluering og opfølgning

Identificering og efterfølgende digitalisering af en række processer styrker ikke kun specifikke områder af arbejdet med kommunikationen til interessenterne, men forbedrer også den overordnede projektstyring og virksomhedskultur.

1. Følg op! Gamle vaner har det med at vende tilbage, og hvis du ikke er opmærksom, kan du være 100 % sikker på, at din proces ikke vil blive implementeret.
2. Evaluer! Vær ærlig - fungerede optimeringen som tænkt? Involver alle parter, især dem, der ikke brød sig om din implementering.

Konsekvent anvendelse af evaluering og opfølgning fremmer klar kommunikation og vil forbedre jeres generelle samarbejde med interessenter, samtidig med at den understøtter en naturlig tilgang til kontinuerlig forbedring af data i organisationen.

Til allersidst: Har du hørt om den naturlige datakilde?

Afsluttende overvejelser

I denne inspiration til en eksekveringsplan for din interessentanalyse har vi fokuseret på, hvordan du kan omsætte din analyse til konkrete handlinger, der forbedrer kommunikationen og samarbejdet med projektets interessenter.

Effektiv interessenthåndtering handler om mere end analyse; det kræver en systematisk tilgang til at organisere og anvende data. Ved at omsætte analysens resultater til konkrete tiltag, bliver interessenternes behov og forventninger en integreret del af projektets strategier og beslutninger. Dette skaber et solidt fundament for samarbejde og øger projektets succes.

En naturlig kilde til disse data er mailkommunikation, som ofte indeholder værdifuld information om interessenterne. Her kommer MARS ind i billedet. MARS er et plugin til Outlook, der automatisk organiserer og arkiverer e-mails. Dette gør det nemt for projektledere at holde styr på vigtig kommunikation og dokumentation.

Med MARS kan du bruge din interessentanalyse aktivt i det daglige arbejde og sikre gennemsigtighed, pålidelighed og effektivitet i interessenthåndteringen. Ved at integrere MARS i dine arbejdsgange får du et stærkt redskab til at skabe en mere naturlig og kontinuerlig forbedring af kommunikationen i dine projekter.

**Tak fordi du læste
med ...**

