



## Prosjektforslag

### HÅNTERING AV HENVENDELSER VED UIB

Denne fylles ut ved behandling ved BP2.

<b>Behandlet dato:</b> <dato>	<b>Behandlet av (prosjekteier):</b> <navn>	<b>Utarbeidet av (leder for utredningsarbeidet):</b> <navn>
<b>Beslutning:</b>  <avvise prosjekt eller starte planleggingsfase, ev. at øvrige vurderinger må gjøres>		

## Innhold

Bakgrunn og begrunnelse for prosjektet .....	3
Nåværende situasjon – beskrivelse av henvendelser .....	3
Formål med fasen: Hva skal vi oppnå med konseptfasen? .....	4
ARBEIDSGRUPPENS vurderinger i KONSEPTFASEN.....	5
Beskrivelse av vurderte konsepter .....	6
Anbefalt konsept og begrunnelse for konseptvalg: Tilnærming .....	16
På grunn av omfanget i denne konseptfasen der vi har avdekket brukere med ulike behov, så vil vi anbefale fire ulike prosjekter som går inn i linjen i organisasjonen. Prosjekt 1 Kommunikasjonsavdelingen tar ansvar konseptene 1 (Kanalstrategi) og 2 (forbedring av uib.no) Prosjekt 2 Studieadministrativ avdeling har ansvar for ett prosjekt som dekker konsept 3 (Dashboard for studenter) Prosjekt 3 IT-avdelingen har ansvar for ett prosjekt som dekker konsept 4 (System for henvendelser fra ansatte og studenter) Prosjekt 4 HR avdelingen har ansvar for å vurdere bedre samarbeid på tvers mellom de ulike førstelinjepunktene i organisasjonen. Bør ses opp mot NG5. ....	16
Prosjektene målsetting og hovedleveranser .....	16
Prosjektscoring.....	17
Vedlegg .....	19

## BAKGRUNN OG BEGRUNNELSE FOR PROSJEKTET

**Studenter, søkere og ansatte henvender seg via svært mange kanaler, og er i mange sammenhenger usikre på hvor de skal gå for å finne hjelp. UiB har liten koordinering av svar som sendes. Får de den hjelpen de trenger?**

E-post er i mange sammenhenger tungvint, tidkrevende og genererer lett "støy" som går i alle retninger, i særlig grad fra internasjonalt hold. Telefonhenvendelser er også ressurskrevende, og disse rutes også i ulike retninger, noen ganger til mottakere som ikke vet hva som skal gjøres. Vi har et system for henvendelser internt, som brukes av enkelte enheter (Issue Tracker).

På overordnet nivå har UiB en rekke kontaktpunkter, men ingen en felles, gjennomtenkt strategi for brukerhenvendelser: Vi har ikke oversikt over hva det spørres om, hva vi svarer, når vi svarer. Vi har heller ingen koordinering av svar som sendes. Får brukerne den hjelpen de trenger? Bruker de unødvendig mye tid for å finne frem?

Nasjonalt ser vi at det er krav til digitale system, og at andre institusjoner i UH-sektoren beveger seg mot å håndtere henvendelser mer digitalt. Dagens (unge) brukere foretrekker bruk av andre digitale løsninger enn e-post og telefon. Bør vi tenke nytt? Blir vi en sinke omdømmemessig om vi ikke får gjort noe med dette?

I tillegg til dette har vi et kostnadsaspekt som er verdt å ta med. I følge Stortingsmelding 23 "Digital agenda for Norge" er kostnader forbundet med bruk av offentlig forvaltning følgende: 110 kroner per e-post, 40 kroner per telefon og 3 kroner per nettbesøk. Det lønner seg å ha gode systemer for informasjon og forvaltning av henvendelser.

### NÅVÆRENDE SITUASJON – BESKRIVELSE AV HENVENDELSER

Via [www.uib.no](http://www.uib.no) er felles-adressen [post@uib.no](mailto:post@uib.no) lett tilgjengelig for å sende alle slags henvendelser. I tillegg finner vi andre felles e-postadresser eller temabaserte e-postadresser som er annonsert på [www.uib.no](http://www.uib.no).

Dokumentsenteret, som betjener adressen [post@uib.no](mailto:post@uib.no), håndterer 30 000 e-poster per år. Av dette utgjør studenthenvendelser en stor andel. Studieadministrativ avdeling alene håndterer 4000 e-poster, hvor 2/3 er innkommet via dokumentsenteret. 90 % skal videre til fakultetenes informasjonssentre for 1.-linjebehandling.

Telefonsentralen besørger daglig 100 inkomne telefoner hvorav en stor andel omhandler studenter og ansatte som ikke finner frem. I Issue Tracker var det totalt 49 000 saker i 2017, av disse håndterte BRITA alene 20 000. Mange saker må videresendes til andre enheter. Utenom Issue Tracker og BRITA er det ingen samkjøring mellom de ulike kontaktpunktene, og heller ingen klar policy for henvendelser.

### Kartlegging – Design av tjenester for våre brukere, ved våre brukere.

Vi har brukt Netlife Research til å foreta en kartlegging med workshops og intervjuer der saksbehandlere, studenter og ansatte har fortalt om sine brukerhenvendelser. Informasjonen fra disse kartleggingene har vært viktig for å lykkes i denne konseptfasen, og for å komme med prosjektforslag som kan gi gode resultater for både bruker og saksbehandler. I den videre fasen når løsninger skal utvikles og testes, anbefaler vi å bruke tjenestedesign som metode. Rapportene er vedlagt.

## FORMÅL MED FASEN: HVA SKAL VI OPPNÅ MED KONSEPTFASEN?

Som Difi beskriver, skal vi i denne fasen sikre at arbeidet med å identifisere mulige konsepter fanger opp alle former for endringsbehov knyttet til den idéen, det problemet eller det behovet som ble lagt til grunn for å starte konseptfasen.

Et digitaliseringsprosjekt dreier seg aldri om bare å fremskaffe en IT-løsning, men vil alltid ha et større eller mindre element av organisasjonsutvikling i seg. Uten at løsningen bidrar til å utvikle organisasjonen har den ingen verdi.

Den totale løsningen som skal til for å skape den endringen som virksomheten ønsker vil ofte berøre flere ulike områder. Det er helheten og samspillet mellom disse ulike delene som sammen vil skape de endringene og gevinstene som virksomheten (eller et sett av virksomheter) ønsker å få ut av et prosjekt.

### Gode alternative konsepter

De alternative konseptene skal representere helt ulike tilnærminger på et overordnet (konseptuelt) nivå og vil ofte representere grunnleggende, prinsipielle veivalg. For eksempel kan endring av ansvar, arbeidsprosesser eller regelverk være ett alternativt konsept, mens digitalisering basert på dagens organisering og arbeidsprosess kan være et annet alternativ.

Difi sier også at vi skal unngå at to eller flere av alternativene egentlig er varianter av det samme konseptet. To ulike tekniske veivalg for å oppnå den samme funksjonelle forbedringen vil i følge Difi høre inn under det samme konseptalternativet. Vi skal ikke beskrive eller vurdere de tekniske løsningene for å realisere konseptet.

## Mål for konseptfasen i dette prosjektet

Målet er å finne løsninger for hvordan vi kan dekke brukerbehov og håndtere kommunikasjonslinjene på en bedre måte, overfor studenter, søkere og ansatte.

Det vil si at vi vil finne løsninger som forminsker antall ledd en bruker må igjennom for å få svar på sine behov, innen en definert responstid. Henvendelser av samme art skal ha likt svar. Hensikten er også å beskrive tilsvarende arbeidsmetoder for ansatte som ivaretar overnevnte.

Det er også et mål i seg selv at en ny løsning i praksis ikke skal medføre merarbeid, men skal kunne kobles sammen og se kanalene under ett, og bistå med automatisering der dette er mulig. (Jfr. målet om «Det selvbetjente universitet» i UiBs digitaliseringsstrategi.)

Konseptene vil ikke nødvendigvis dekke alle målgruppebehov.

# ARBEIDSGRUPPENS VURDERINGER I KONSEPTFASEN

## Konseptsortering

På grunn av omfanget i dette oppdraget, har vi skissert flere konsepter, - sortert på større og mindre forbedringer, der en del kan meldes tilbake i linjen uten at det må medføre et at man må sette det i prosjekt. Anbefalingene av tiltak er basert på Netlife sine rapporter og workshoper.

**Hverdagsforbedringer:** Krever ikke store organisatoriske eller tekniske endringer. Eksempler som er vurdert:

- Designe innhold i kommunikasjon til nye studenter: Nettsider, eposter/brev. Ikke tatt med som konsept. Tas tilbake i linjen.
- E-post – intern samordning av forsendelser til mottaker: Ikke tatt med som konsept. Tas tilbake i linjen
- Rydde informasjon som gis til nye studenter: Før, under, og rett etter oppstart: Ikke tatt med som konsept. Tas tilbake i linjen.
- Rydde i eksisterende innhold på nettsidene [www.uib.no](http://www.uib.no): Kutte ned duplikat av innhold. Tas tilbake i linjen.
- Legge ut skjema for henvendelser: Dette er under utarbeidelse.
- Forum for henvendelser: Telefon, dokumentcenter, kommunikasjon, infosentre. Tas tilbake i linjen.

**Store endringer:** Innebærer endringer i tjenestetilbudet, store endringer i prosesser eller organisering. Medfører investeringer og utviklingsarbeid:

- Gjenkjennbart system for innhold og interaksjon: Logo, grafiske elementer – ikoner. Dette vil inngå som en del av kanalstrategiarbeidet.
- Kanalstrategi, organisering av alle kanalene (Organisatorisk forbedring).
- Rydde og forbedre [www.uib.no](http://www.uib.no) (Organisatorisk forbedring).
- Dashboard for studenter (på Mitt UiB) (Teknisk og organisatorisk forbedring).
- Chat bot: Dette er under utarbeidelse i et eget prosjekt.

**Radikale endringer:** Innebærer nytt tjenestetilbud, nye prosesser, vesentlige endringer

- Anskaffelse og innføring av nytt brukerstøttesystem (Teknisk og organisatorisk forbedring).
- Klarere rollefordeling for brukerhenvendelser fra ansatte og studenter.

**Gruppen har vurdert følgende konsepter**

- Konsept 0: Nullalternativ (videreføre dagens situasjon)
- Konsept 1: Implementere en kanalstrategi
- Konsept 2: Rydde og forbedre [www.uib.no](http://www.uib.no)
- Konsept 3: Dashboard for våre studenter – for administrasjon av egen hverdag
- Konsept 4: Anskaffelse og innføring av nytt brukerstøttesystem
- Konsept 5: Klarere organisering av brukerhenvendelser fra ansatte og studenter

## BESKRIVELSE AV VURDERTE KONSEPTER

### Konsept 0: Vi viderefører dagens situasjon

<b>Beskrivelse</b>	Vi har flere kontaktpunkter for studenter og ansatte som håndterer henvendelser: Vi beholder dagens ordning med telefonsentral, web og e-post, og Issue Tracker, fra hver sin satellitt.
<b>Strategisk verdi</b>	Stabilitet, prioritering av andre tiltak.
<b>ROS: Identifiserte hovedrisikoer</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Feil eller mangelfull informasjon</li><li>• Henvendelser på avveie. Blir ikke besvart.</li><li>• Lang svartid på henvendelser.</li><li>• Feile/Mangelfulle/Personavhengige svar.</li><li>• Dobbeltarbeid): Mange svarer på samme sak.</li><li>• Misnøye blant ansatte og studenter.</li><li>• Frafall av studenter.</li><li>• Omdømme: Manglende tillit blant våre brukere (studenter, ansatte)</li></ul>
<b>Mulige gevinster (Økonomisk og kvalitativ )</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spare på investeringer på kort sikt.</li><li>• Mindre ekstraarbeid i prosjektfasen.</li><li>• Ingen kostnader til endringsprosesser.</li></ul>
<b>Kostnader</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-post 20 min arbeid i snitt.</li><li>• Telefonhenvendelser som går i sirkel.</li><li>• Personavhengig vurdering av saker.</li><li>• 4,5 millioner i årlige kostnader basert på innkomne henvendelser til telefonsentral og innkomne e-poster til dokumentcenter. Detaljer for ekstraarbeid ikke kartlagt.</li></ul>
<b>Forutsetninger Organisasjonsmessige/ Operasjonelt behov</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vi skal ikke legge til rette for et selvbetjent universitet.</li><li>• Statens krav til offentlig saksbehandling skal ikke følges</li></ul>
<b>Prinsipielle spørsmål</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Skal vi ikke følge pålagt digitaliseringsstrategi?</li><li>• Krav til offentlig forvaltning?</li></ul>

## Konsept 1: Implementere en kanalstrategi for ulikt innhold

<b>Beskrivelse</b>	<p>En kanalstrategi er en plan for hvilket innhold som skal publiseres når, i hvilke kanaler, og av hvem. Hvilket innhold skal i kanalene e-post, SMS, Mitt UiB, <a href="http://www.uib.no">www.uib.no</a>, sosiale medier. I tillegg har vi en rekke av plattformer for brukerdokumentasjon for ansatte.</p>
<b>Strategisk verdi</b>	<p>Vår plikt som offentlig instans er å formidle på en tydelig og forståelig måte og gjøre informasjonen lett tilgjengelig for brukerne (Statens kommunikasjonspolitikk).</p>
<b>ROS: Identifiserte hovedrisikoer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansatte tar ikke strategien i bruk:</li> <li>• Manglende forståelse/kunnskap om kanalstrategi</li> <li>• Strategi blir ikke fulgt</li> <li>• Feil oppfølging (Vanskelig å følge opp uten tydelige linjer for rapportering)</li> </ul>
<b>Mulige gevinster (økonomiske og kvalitative)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidsbesparelser for bruker og saksbehandler i alle ledd.</li> <li>• Effektivisering: Mindre tid på gjentakende informasjon, mindre feilretting, mindre forvirring og behov for avklaring:</li> <li>• Raskere, tilgjengelig og korrekt informasjon til mottaker</li> <li>• Brukerne blir bedre informert, og opplever UiB som en samlet enhet.</li> <li>• Mindre frustrasjon: Bedre omdømme innad og utad.</li> <li>• Mindre å vedlikeholde</li> <li>• Ressurser til utvikling</li> </ul>
<b>Kostnader</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kostnad er primært arbeidstid som brukes for å utforme, iverksette og vedlikeholde kanalstrategien.</li> <li>• Innkjøp av ekstern kompetanse (konsulent)</li> </ul>
<b>Forutsetninger</b> <b>Organisasjonsmessige/ Operasjonelt behov</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plassering av eierskap, på sentralt og lokalt nivå. (Redaksjonsansvar tydelig plassert for hver kanal)</li> <li>• Flytting/ending av ressurser lokalt og sentralt, med tydeligere distinksjoner, gjennomgående i hele org.</li> <li>• Begrense kanaltilgang.</li> <li>• Organisere det innholdet som finnes i UiB. Deretter må det prioriteres hardt slik at studenter og ansatte forstår hvor hvilken type innhold står.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Logikken bak denne inndelingen må lages med utgangspunkt i hva studenter og ansatte forventer, antar og liker.</li><li>• Kompetanse</li></ul>
<b>Prinsipielle spørsmål</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Er UiB klar for å imøtekomme brukerperspektivet?</li><li>• Er UiB organisert godt nok per i dag til å tørre å prioritere og stå for kanalvalg?</li></ul>

### Referanseprosjekter: UiO

## Konsept 2: Rydde opp og forbedre www.uib.no

<b>Beskrivelse</b>	Krav til kvalitet i alt innhold. Færre skal publisere innhold, mindre tekst, mer illustrasjoner og ikonografi i kommunikasjonen.
<b>Strategisk verdi</b>	Vår plikt som offentlig instans å formidle på en tydelig og forståelig måte for brukerne. Uib.no er vår viktigste kanal mot omverden og UiBs hovedmålgrupper.
<b>ROS: Identifiserte hovedrisikoer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duplisering av innhold gjenoppstår</li> <li>• Feil og mangler gjenoppstår</li> <li>• Motstridende interesser/ forventinger – overstyring av etablert regelverk/myndighet</li> </ul>
<b>Mulige gevinster (Økonomisk og kvalitativ)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mindre antall henvendelser i alle kanaler.</li> <li>• Effektivisering i håndtering av henvendelser</li> <li>• Høyere kvalitet i håndtering av henvendelser</li> <li>• Forbedret omdømme</li> <li>• Mindre å vedlikeholde</li> </ul>
<b>Kostnader</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeidstimer for opprydning både med tanke på innhold og roller. 2 årsverk kan anslås</li> </ul>
<b>Forutsetninger organisasjonsmessig og operasjonelt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Driftsmodellen for uib.no må revideres</li> <li>• Det må etableres en sentral og operativ webredaksjon (ikke nyhetsredaksjon) <u>Ref UiO:</u></li> <li>• Dette prosjektet vil fort gripe inn i organiseringen av roller ved UiB.</li> <li>• Webarbeidet må koordineres med implementeringen av digitaliseringsstrategien ved UiB.</li> <li>• Webkommunikasjon skal knyttes til konkrete roller med reell kompetanse, innen fagfeltet.</li> <li>• Krav til kompetanseheving</li> </ul>
<b>Prinsipielle spørsmål</b>	<p>Har kommunikasjonsavdelingen forutsetningene til å lykkes med rammer, ressurser og det mandatet de har i dag?</p> <p>Er UiB villige til å bruke ressurser på videreutvikling av teknisk plattform for å gjøre nettsidene så brukerorienterte som nødvendig?</p>

Referanseprosjekter: UiO, NHH

### Konsept 3: Dashboard for våre studenter – for administrasjon av egen hverdag

<b>Beskrivelse</b>	<p>Et dynamisk dashboard, som følger studenten gjennom hele studietiden fra de har takket ja til studieplass ved UiB og så lenge de har et aktivt forhold til UiB (er registrert).</p> <p>Kan være videreutvikling av Mitt UiB, men ikke nødvendigvis. Integrert med andre plattformer som studentene bruker. Mobiltilpasset.</p>
<b>Strategisk verdi</b>	<p>Det selvbetjente universitetet</p>
<b>ROS: Identifiserte hovedrisikoer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Påloggingsproblemer.</li> <li>• Feil i integrasjoner.</li> <li>• Studentene klarer ikke å bruke systemet: Ikke brukervennlig</li> <li>• For mange interessenter: Informasjonsoverflod?</li> <li>• Problemer med vedlikehold.</li> </ul>
<b>Mulige gevinster økonomisk og kvalitativ</b>	<p>For student:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mer kontroll over egen hverdag, når det passer en selv: Det selvbetjente universitet. Trygghet.</li> <li>• Design som ivaretar informasjonsbehov , men begrenser overflod: Kutt i e-postspam</li> <li>• Tydeligere kontaktpunkt</li> <li>• Ryddigere kanalbruk</li> <li>• UiB oppnår bedre omdømme</li> <li>• Mindre frafall?</li> </ul> <p>For saksbehandlere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-post: Færre henvendelser. Mindre oppfølging</li> <li>• Mer tid til god veiledning og spesialisering</li> <li>• Mindre antall repetitive henvendelser for saksbehandlere</li> </ul>

<b>Kostnader</b>	4,5 årsverk. 2 årsverk i drift. Egenutviklet løsning anbefalt.
<b>Forutsetninger: Organisasjonsmessig og operasjonelt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruker i fokus!</li> <li>• Kanalstyring av informasjon: Hvem skal sette premissene for kanalen slik at den ikke vokser seg for stor?</li> <li>• Omorganisering av ressurser: Sentralstyring av informasjon.</li> <li>• Tydelig plassert redaksjonsansvar</li> <li>• Studentene må inkluderes hele veien, også før testing</li> <li>• Kultur til endringsvilje: Ansatte må være med på laget og se det som en positiv forandring</li> <li>• Brukervennlig løsning</li> <li>• Resurser allokeres internt: Kompetanse for integrasjoner</li> <li>• Innsikt i pågående prosjekter (BOTT, CERES)</li>   <li>• Må vi ha nytt system? Meldingssystem. Koblet til SO for å varsles om de som har takket ja til plass.</li> <li>• Min ID som pålogging?</li> <li>• Knyttet til SEBRA og Webmail?</li> </ul>
<b>Prinsipielle spørsmål</b>	<p>Er vi villige til å omdefinere for eksempel Mitt UiB fra en læringsplattform til noe mer? Hvem skal eie kanalen? En klar policy som gir myndighet til å prioritere</p> <p>Er UiB villige til å gi mer ansvar og myndighet til sentraladmin?</p>

**Referanseprosjekter: Københavns Universitet**

## Konsept 4: Nytt system for brukerhenvendelser fra ansatte og studenter

<b>Beskrivelse av løsning</b>	<p>Det anskaffes og tas i bruk et nytt system for «Service Management». Systemet må bl.a. dekke disse funksjonene:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Holde orden på henvendelser, inkludert dialog med innmelder under saksbehandlingen.</li> <li>• Ruting av saker mellom ulike instanser internt (avdelinger og saksbehandlergrupper).</li> <li>• Selvbetjening på enkelte oppgaver. Mulighet for automatisering av saksflyt.</li> <li>• Kunnskapsbase.</li> <li>• Integrasjon med andre systemer, f.eks. for IT-drift, studieadministrasjon (FS), sak/arkiv.</li> <li>• Integrasjon med ulike kommunikasjonsverktøy: call center, chat, sosiale media.</li> </ul>
<b>Strategisk verdi</b>	<p>Digitaliseringsstrategien til UiB: Det selvbetjente universitet, Det digital inviterende universitet. Delprosjekt 5 i OU.</p>
<b>ROS: Identifiserte hovedrisikoer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompleksitet i integrasjon og innføring.</li> <li>• Studenter og ansatte tar ikke systemet i bruk</li> <li>• Saksbehandlere tar ikke systemet i bruk</li> <li>• Sensitiv informasjon på avveie</li> </ul>
<b>Mulige gevinster</b> <b>Økonomisk</b> <b>Kvalitativ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unngåtte kostnader: Færre henvendelser på rundgang, som besvares av flere.</li> <li>• Mer fornøyde brukere – henvendelser kommer raskere frem</li> <li>• Tydeligere kontaktpunkt! Et sted for alle henvendelser: Ikke eposter</li> <li>• Profesjonalisering av henvendelser – likebehandling</li> <li>• Selvbetjening</li> </ul>
<b>Kostnader</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 millioner i oppstart – 2 millioner per år for lisenser og drift.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 fulltidsansatte</li> </ul>
<b>Forutsetninger</b> <b>Organisasjonsmessige/ Operasjonelt behov</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisering på tvers av organisasjonen basert på henvendelser: Nye tverrfaglige team.</li> <li>• Innføringsprosjekt med tilstrekkelig bemanning og forankring.</li> <li>• Tydelig politikk: Kanalen skal inngå som en del av UiBs kanalstrategi</li> <li>• Kompetanse for korrekt saksbehandling og servicenivå.</li> <li>• Eierskap og oppfølging skal ligge på ett sted.</li> <li>• Kompetanse for videreutvikling: Allokere ressurser for drift. Må ha prosjekt- og teknisk kompetanse for videre integrasjoner. Tjenestedesign i videreutvikling. Brukerne må være med og teste løsningen, og i evalueringer</li> </ul>
<b>Prinsipielle spørsmål</b>	Har vi kompetanse til å kunne jobbe i en felles løsning, har vi god nok service? Er vil villige til å inngå en slik ordning?

Referanseprosjekter: UiA, NTNU

## Konsept 5: Klarere organisering av brukerenhendelser fra ansatte og studenter

<b>Beskrivelse av løsning</b>	Det finnes i dag servicefunksjoner som behandler henvendelser både på institutter, fakulteter og i sentraladministrasjonen. Det kan være ønskelig å revurdere denne organiseringen og oppgavefordelingen. Diskusjonen om dette bør kobles til pågående prosjekt om felles prosesser i sentraladministrasjonen i Nygårdsgaten 5, og i samarbeid med fakultetene.
<b>Strategisk verdi</b>	Å styrke samspill, arbeidsdeling og informasjonsflyt mellom nivåene for å oppnå kvalitet og effektivitet i tjenestene. Delprosjekt 6 i OU.
<b>ROS: Identifiserte hovedrisikoer</b>	Uklare rollefordelinger. Intern maktkamp.

	Ignorerer nye bestemmelser. Man fortsetter som før. Manglende kompetanser og ressurser tilgjengelig i drift.
<b>Mulige gevinster</b> <b>Økonomisk</b> <b>Kvalitativ</b>	Frigitt ressurser der det i dag utføres samme jobb flere steder  Høyere trivsel på arbeidsplassen  Profesjonalisering med felles standarder for brukerhenvendelser (Kundeservice) Lettere å bli onboardet som student og ansatt  Mindre frafall av studenter  Omdømme
<b>Kostnader</b>	Konsulentvirksomhet for kartlegging Interne ressurser (BRITA bistår som eksperter på kundeservice) Kompetanseheving i drift
<b>Forutsetninger</b> <b>Organisasjonsmessige/ Operasjonelt behov</b>	Villighet til å skulle operere med standardiseringer og sertifiseringer på tvers. Endringsvillighet: Kultur
<b>Prinsipielle spørsmål</b>	Hvordan ivareta autonomien til fakultetene og samtidig bygge en felles kultur på tvers?

**Referanseprosjekter:** UiO (kommunikasjon)



## ANBEFALT KONSEPT OG BEGRUNNELSE FOR KONSEPTVALG: TILNÆRMING

På grunn av omfanget i denne konseptfasen der vi har avdekket brukere med ulike behov, så vil vi anbefale fire ulike prosjekter som går inn i linjen i organisasjonen.

### Prosjekt 1

Kommunikasjonsavdelingen tar ansvar konseptene 1 (Kanalstrategi) og 2 (forbedring av uib.no)

### Prosjekt 2

Studieadministrativ avdeling har ansvar for ett prosjekt som dekker konsept 3 (Dashboard for studenter)

### Prosjekt 3

IT-avdelingen har ansvar for ett prosjekt som dekker konsept 4 (System for henvendelser fra ansatte og studenter)

### Prosjekt 4

HR avdelingen har ansvar for å vurdere bedre samarbeid på tvers mellom de ulike førstelinjepunktene i organisasjonen. Bør ses opp mot NG5.

## Prosjektene målsetting og hovedleveranser

<b>Overordnet målsetting forutsatt vår anbefaling</b> <b>Målbare / Ikke målbare</b>  (Ønsket fremtidig situasjon etter at gevinstene er realisert)
<p>Når alle prosjektene er levert...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• skal overordnet målsetting om det selvbetjente universitet og bedre service (OU 5?) være møtt</li></ul> <p>I tillegg</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• skal antall henvendelser halveres (per telefon og e-post til sentralbord og dokumentsenter), sammenlignet med i dag</li><li>• skal responstiden skal opp (garanti på tre virkedager)</li><li>• antall sider på web være kuttet med 50%</li><li>• studenter selv kunne vite at de 1) får utført oppgavene de trenger å ha kontroll over uten å aktivt må be om bekreftelse 2) Ha tilgang til hjelp i førstelinje uten å måtte aktivt oppsøke flere instanser (et nav)</li><li>• samhandling mellom kontaktpunktene mot studenter og ansatte være bedre tilrettelagt</li></ul>

## PROSJEKTSKORING

### Prosjekt 1 Implementere kanalstrategi og rydde på uib.no

Område	Scoring (1-5)	Begrunnelse
Strategisk verdi	3	Dette inngår som tiltak for digital satsing, men også som grep ihht statens kommunikasjonspolitikk.
Økonomisk gevinst	3	Med henvisning til Oslo Kommune kan man spare enorme summer alene ved å innføre bedre websider og rydde i kanaler.
Kvalitativ gevinst	4	Vårt omdømme er avhengig av at vi har brukeren i fokus. Saksbehandlere vil få en bedre hverdag
Kostnader	4	Kostnad er primært arbeidstid som brukes for å utforme, iverksette og vedlikeholde kanalstrategien. Arbeidstimer for opprydning både med tanke på innhold og roller. 2 årsverk kan anslås, og innkjøp av ekstern kompetanse (konsulent)
Operasjonelt behov	2	Allokere ansatte i prosjektfasen, omdisponere ansatte i drift: Mindre publisering, mer kompetanse og kvalitetssjekk
Risiko	3	Ansatte anerkjenner eller kjenner ikke til nye roller

### Prosjekt 2 Dashboard for våre studenter – for administrasjon av egen hverdag

Område	Scoring (1-5)	Begrunnelse
Strategisk verdi	5	Digitaliseringsstrategien til UiB: Det selvbetjente universitet, Det digital inviterende universitet. Delprosjekt 5 i OU.
Økonomisk gevinst	3	Vi vil få frigitt ressurser ved å innføre mer selvbetjente løsninger
Kvalitativ gevinst	4	Vårt omdømme er avhengig av at vi har brukeren i fokus. Studentene vil få en bedre hverdag. Mindre repetitivt arbeid for ansatte
Kostnader	3	4,5 årsverk. 2 årsverk i drift. Egenutviklet løsning anbefalt
Operasjonelt behov	2	Allokere ansatte i prosjektfasen, dedikerte ressurser for drift og vedlikehold av kanalen (Eierskap)
Risiko	4	Feil ved integrasjoner, manglende anerkjennning av nye roller.

### Prosjekt 3 - Nytt system for brukerhenvendelser fra våre studenter og ansatte

Område	Scoring (1-5)	Begrunnelse
Strategisk verdi	5	Digitaliseringsstrategien til UiB: Det selvbetjente universitet, Det digital inviterende universitet. Delprosjekt 5 i OU.
Økonomisk gevinst	4	Unngåtte kostnader: Færre henvendelser på rundgang, som besvares av flere.
Kvalitativ gevinst	4	Vårt omdømme er avhengig av at vi har brukeren i fokus. Saksbehandlere vil få en bedre hverdag
Kostnader	2	
Operasjonelt behov	3	Kompetanse for korrekt saksbehandling og servicenivå. Kompetanse for videreutvikling: Allokere ressurser for drift.
Risiko	4	Feil eller manglende intgrasjoner. Brukergrensesnitt

### Prosjekt 4 – Klarere organisering av brukerhenvendelser fra ansatte og studenter

Område	Scoring (1-5)	Begrunnelse
Strategisk verdi	4	Dette inngår som tiltak for digital satsing, men også som grep ihht statens kommunikasjonspolitikk. Delprosjekt 6 i OU
Økonomisk gevinst	3	Med henvisning til Oslo Kommune kan man spare enorme summer alene ved å innføre bedre websider og rydde i kanaler. I tillegg vil vi få frigitt ressurser ved å innføre mer selvbetjente løsninger, og bedre flyt i brukerhenvendelser og klarere roller: Henvendelser går til ett sted og løses der.
Kvalitativ gevinst	4	Vårt omdømme er avhengig av at vi har brukeren i fokus. Saksbehandlere vil få en bedre hverdag
Kostnader	2	
Operasjonelt behov	2	Kompetanse. Villighet til å skulle operere med standardiseringer og sertifiseringer på tvers. Endringsvillighet: Kultur
Risiko	2	Ignorerer nye bestemmelser. Man fortsetter som før. Manglende kompetanser og ressurser tilgjengelig i drift.

# VEDLEGG

## NETLIFE RAPPORTER