

BILAG 5

GODE RÅD TIL VURDERING AF KOMMUNIKATIONSKANALER

KANAL	MULIGE FORDELE	MULIGE ULEMPER
E-MAIL (FEKS. MAILINGLISTE)	<ul style="list-style-type: none"> • Nemt og hurtigt til både én og mange brugere • Kan skrives, når det passer ind i det øvrige arbejde • TIP: brug bcc-funktionen i adressefeltet til at skjule modtagernes mailadresser. Det giver folk sikkerhed for, at andre brugere ikke kan se deres e-mailadresse 	<ul style="list-style-type: none"> • Ikke alle beboere har e-mail • Der er en risiko for, at e-mails ikke når frem pga. f.eks. spamfiltre. Suppler derfor evt. med andre formater • Det kræver en målrettet indsats at få beboerne til at koble sig på en fælles mailingliste
TELEFON	<ul style="list-style-type: none"> • Kan være den hurtigste vej til at løse problemer her og nu • Kan virke mere personligt for brugerne end e-mail og anden skriftlig kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> • Kan kun foregå med en enkelt bruger af gangen • Det kræver tid at ringe til folk, og det kræver, at folk har tid, når man ringer
ÅBENT KONTOR – DEN PERSONLIGE HENVENDELSE	<ul style="list-style-type: none"> • Kan have en stærk signalværdi for brugerne • Kan gøre brugerkontakten mere direkte • Kan – som telefonen – være en let adgang til at svare på spørgsmål og klager 	<ul style="list-style-type: none"> • Kræver tilstedeværelse i faste tidsrum • Kræver en placering tæt på brugerne
OPSLAGSTAVLER	<ul style="list-style-type: none"> • En direkte, enkel og billig kommunikationsform • Brug evt. som supplement til andre formater • Opslag skal placeres samme sted hver gang – ét sted enten på byggepladsen eller tæt på brugernes hverdag • Tip: Husk dato på opslag, så brugerne kan se, hvornår de er hængt op 	<ul style="list-style-type: none"> • Kan overses af brugere, der ikke bruger samme adgangsveje. Ikke alle ser dem • Informationer kan drukne • Kræver at der følges op, så der ikke hænger uaktuel information
BREVE	<ul style="list-style-type: none"> • Direkte • Personlig (i den forstand at den enkelte bruger modtager brevet i sin postkasse) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidsmæssigt og økonomisk mere ressourcekrævende end digitale kanaler. • Ikke sikkert at det bliver læst
SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Hurtig og effektiv til korte beskeder f.eks. til opfølgende beskeder om, hvornår håndværkerne præcis kommer inden for et tidsrum, der i forvejen er blevet meldt ud 	<ul style="list-style-type: none"> • Ikke velegnet til lange beskeder • Ikke alle brugere har mobiltelefoner • Opfattes ikke nødvendigvis som officielle beskeder af brugerne, så det skal afstemmes med brugerne
INTRANET	<ul style="list-style-type: none"> • Kan være et enkelt og effektivt alternativ til trykte beskeder og e-mails 	<ul style="list-style-type: none"> • Det er ikke sikkert alle brugere anvender det, så det er sikrest at supplere med andre formater

BILAG 5

GODE RÅD TIL VURDERING AF KOMMUNIKATIONSKANALER

KANAL	MULIGE FORDELE	MULIGE ULEMPER
HJEMMESIDE (SE OGSÅ BILAG 11)	<ul style="list-style-type: none">• Nem måde at holde mange orienteret	<ul style="list-style-type: none">• Man er ikke sikker på, at alle får informationerne. Vigtige informationer skal derfor også kommunikeres på anden vis• Det kræver en målrettet indsats at få beboerne til at bruge en hjemmeside
FACEBOOK (SE OGSÅ BILAG 11)	<ul style="list-style-type: none">• Forholdsvis nemt for mange at koble sig op på og derigennem modtage informationer hurtigt• Tip: Lav evt. en lukket gruppe, hvor der kun kommunikeres til brugerne, så det ikke bliver en diskussionsplads med brok	<ul style="list-style-type: none">• Som socialt medie kan det give brugerne en forventning om hurtig respons• Skriv derfor i beskrivelsen af gruppen, hvad de kan forvente• Tonen på nettet kan generelt blive mere ophedet og personlig end anden type skriftlig og mundtlig kommunikation• Tip: når en FB-gruppe oprettes, skriv at der skal holdes en ordentlig tone – og opslag, der ikke lever op til det, vil blive slettet
BEOER-TV	<ul style="list-style-type: none">• Flere større boligbebyggelser har en beboer-TV kanal, hvor der er mulighed for at komme ud med flere informationer og orientering• Kan være godt ift. svagt læsende personer	<ul style="list-style-type: none">• Man ved ikke, om alle modtager informationerne, og TV bør derfor understøttes af andre kanaler/formater• Kræver planlægning og produktionsressourcer
VARSLINGSSEDLER	<ul style="list-style-type: none">• De er en nødvendige ift. når brugere skal aflevere nøgler, når der skal arbejdes i deres bygning, eller når byggefolk skal have adgang til deres hjem eller kontor• Varslingerne kan ske både som opslag, breve, e-mails eller SMS• Tip: Det kan være en god idé, at både bygherre og entreprenør er medunderskriver på varslingerne	
MØDER	<ul style="list-style-type: none">• Man kan have en dialog med brugerne, som kan være med til at afstemme forventninger, afklare misforståelser og forebygge konflikter	<ul style="list-style-type: none">• Det kræver ressourcer og skal tilrettelægges
»STEMME DØRKLOKKER«	<ul style="list-style-type: none">• Her kommer man helt tæt på brugere eller beboerne og får synsvinkler og behov fra brugere, som måske ikke møder op til orienteringsmøder eller workshops	<ul style="list-style-type: none">• Det er tidskrævende, og muligvis vil nogle brugere sikkert ikke bryde sig om det