

Employee advocacy-parathedsmode - I

		Ikke strategisk tilgang til employee advocacy		Strategisk tilgang til employee advocacy styret af marketing-, kommunikations- eller HR-afdeling		
Medarbejderinvolvering		Ingen	Autonom	Ekspert	Ambassadører	Alle
Parametre i employee advocacy-strategi		▼	▼	▼	▼	▼
Situationsanalyse	Kommunikations-politik	Medarbejdere må ikke skrive om virksomheden på de sociale medier jf. virksomhedens HR-politik.	Medarbejdere skriver om deres virksomhed og eget arbejde på de sociale medier under ledelsens radar.	En gruppe faglige eksperter er udpeget til at skrive om virksomheden på de sociale medier.	Engagerede medarbejdere fra forskellige teams/afdelinger skriver om virksomheden på de sociale medier. Indsatserne er koordinerede. Evt. målsætning, budget og opfølgning.	Alle medarbejdere må skrive om virksomheden og deres eget virke på de sociale medier. Virksomheden har udarbejdet strategi for indsatsen med klare målsætninger, budget og opfølgning.
	<input checked="" type="checkbox"/> Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Engagement	Ingen, fordi det er brud på personalepolitikken at tale om virksomheden på de sociale medier.	Skelner ikke mellem privat- og arbejdsliv. Oploader hvad der er relevant for situationen.	Positionering til glæde for både virksomheden og den faglige ekspert selv.	Positionering til glæde for både virksomheden og de engagerede ambassadører.	Positionering til glæde for virksomheden og medarbejderne selv.
<input checked="" type="checkbox"/> Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Holdning/tilgang	Ingen eller begrænset tilgang til sociale medier.	Evt. monitorering af brand og udvalgte kerneydelser foretages af marketing/kommunikation/HR.	Evt. monitorering af brand og udvalgte kerneydelser foretages af marketing/kommunikation/HR.	Monitorering af brand og udvalgte kerneydelser foretages af marketing/kommunikation/HR og muligvis opfølgning på målsætninger.	Monitorering af brand og udvalgte kerneydelser foretages af marketing/kommunikation/HR med henblik på at følge op på målsætninger.	
<input checked="" type="checkbox"/> Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



RIKKEDAMGAARD

Web: rikkedamgaard.dk

Mail: rd@rikkedamgaard.dk

Telefon: 28 57 54 66

Employee advocacy-parathedsmode - II

		Ikke strategisk tilgang til employee advocacy		Strategisk tilgang til employee advocacy styret af marketing-, kommunikations- eller HR-afdeling		
Medarbejderinvolvering		Ingen	Autonom	Ekspert	Ambassadører	Alle
Parametre i employee advocacy-strategi		▼	▼	▼	▼	▼
Kommunikationsplanlægning	Indholdsstrategi	Virksomhedens tilstedeværelse på de sociale medier er topstyret af marketing/kommunikation/HR.	Sporadisk deling af indhold udarbejdet på medarbejderens eget initiativ eller kopieret fra virksomhedens øvrige kommunikationsmaterialer.	Indhold skabes af virksomhedens faglige eksperter. Evt. på baggrund af retningslinjer fra marketing/kommunikation/HR.	Indhold produceres med støtte fra kommunikationsafdelingen og følger i store træk virksomhedens guidelines for godt digitalt indhold.	Indhold produceres med støtte fra kommunikationsafdelingen og følger i store træk virksomhedens guidelines for godt digitalt indhold – og er sat fri i hele organisationen.
	 Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Indholdsguidelines	Er ikke udarbejdet.	Er ikke udarbejdet.	Er evt. udarbejdet.	Er udarbejdet.	Er udarbejdet.
	 Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uddannelse	Ingen.	Ingen. Best practice baseret på egen erfaring.	Best practice baseret på ekspert formidling og egne erfaringer. Evt. undervisning af marketing/kommunikation om hvad godt digitalt indhold er.	Formaliserede workshops/online med guidelines om produktion af godt digitalt indhold.	Formaliserede workshops/online med guidelines om produktion af godt digitalt indhold. Best practice og resultater bliver delt for at optimere den samlede indsats.	
 Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Employee advocacy-parathedsmodel - III

	Ikke strategisk tilgang til employee advocacy		Strategisk tilgang til employee advocacy styret af marketing-, kommunikations- eller HR-afdeling		
	Ingen	Autonom	Ekspert	Ambassadører	Alle
Medarbejderinvolvering					
Parametre i employee advocacy-strategi	▼	▼	▼	▼	▼
Effekt					
Teknologi	▼ Installerering af firewalls og social media listening tools for at sikre medarbejderne ikke deltager på de sociale medier.	Åben adgang til de sociale medier.	▼ Evt. installering af software til måling af eksperternes engagement.	Evt. installering af software til måling af medarbejdernes engagement generelt og som evt. samler indhold og letter deling.	Installerering af software, der samler indhold og letter deling. Desuden måling af medarbejdernes engagement. Data er forbundet til øvrige interne datakilder; CRM og BI.
✕ Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Data/måling	Ingen.	Ved evt. monitorering af brand og udvalgte kerneydelser indgår medarbejderes aktiviteter også i resultatet.	Ved evt. monitorering af brand og udvalgte kerneydelser indgår eksperternes aktiviteter også i resultatet.	Ud over monitorering bliver resultaterne af medarbejdernes aktiviteter tracket og indgår som en del af rapporteringen på målsætninger.	Tracking af medarbejdernes aktiviteter er fuldt integreret i de samlede målsætninger.
✕ Sæt kryds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet					