

Inside



Rapport - Inside

Indhold

| | |
|------------------------------|----|
| Introduktion..... | 3 |
| Problemstilling..... | 3 |
| Eksperiment..... | 6 |
| Resultater | 8 |
| Konklusioner..... | 11 |
| Anbefaling..... | 11 |
| Fakta om eksperimentet | 12 |

Denne rapport er udarbejdet på baggrund af resultaterne fra et initiativ gennemført i 2014. anbefalingerne i rapporten er alene udarbejdet af projektgruppen. Erhvervsstyrelsen har ikke på nuværende tidspunkt taget stilling til anbefalingerne.

Kontakt

Kristine Poulsen-Hansen, Katrine Brems Olsen, Lasse Nielsen

Erhvervsstyrelsen

Erhvervs- og Vækstministeriet

Publiceret

2014

Inside

Erhvervsstyrelsen er et stort hus med over 600 medarbejdere og en lang række forskelligartede opgaver. Det kan derfor være svært at have overblik over, hvem der kan hjælpe en med forskellige opgaver, og hvor folk sidder placeret i huset. For at gøre det nemmere kan man på styrelsens intranet, Inside, finde alle medarbejdere i en telefonbog. Medarbejderne har selv ansvar for at udfylde flere af informationerne i telefonbogen. Det er dog ikke alle, der er opmærksom på at få informationerne udfyldt eller opdateret ved ændringer.

Denne rapport beskriver erfaringer og resultater fra initiativet "Inside". Afrapporteringen fokuserer på de erfaringer, som Erhvervsstyrelsen kan overføre til andre forretningsområder. Initiativet gik ud på at afprøve en pop-up på Erhvervsstyrelsens intranet, Inside. Effekten af initiativet blev dokumenteret igennem et eksperiment. Initiativet har samme elementer som et tidligere eksperiment, Opdatering af virksomhedernes stamdata, og læringen fra initiativet på Inside kan bruges til at kvalificere facetter af det tidligere eksperiment.

Introduktion

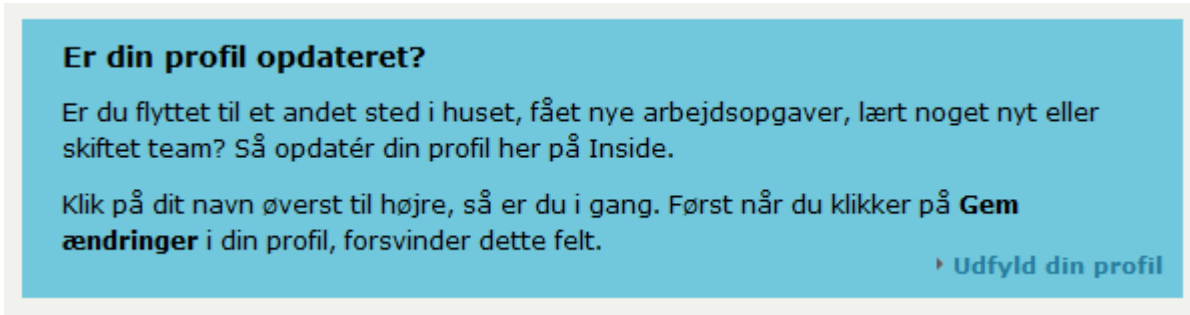
Inside er Erhvervsstyrelsens intranet. Her har medarbejderne adgang til interne informationer vedrørende styrelsen. Der er bl.a. en "telefonbog", som indeholder en profil med medarbejdernes telefonnummer og mailadresse, samt andre informationer til brug for at identificere hvor personen sidder i huset, samt deres kompetencer, uddannelse, igangværende projekter/opgaver (ansvarsområder), team, område og afdeling, titel og nærmeste chef.

Medarbejderne udfylder og retter selv oplysningerne, der vedrører, hvor de sidder i huset, deres kompetencer og ansvarsområde, samt vælger hvilket team de tilhører. Øvrige informationer bliver udfyldt af receptionen, når medarbejderen oprettes og kræver henvendelse til receptionen for ændring.

Problemstilling

Telefonbogen på Inside er et anvendeligt, praktisk redskab til at identificere kolleger internt i Erhvervsstyrelsen. Anvendeligheden baserer sig imidlertid på, at informationerne er korrekte. Desværre viser telefonbogen ofte forældede oplysninger. Ansvar for opdateringer ligger hos den enkelte medarbejder, men der er tilsyneladende en tendens til, at de glemmer at opdatere deres profil i forbindelse med rokeringer, nye arbejdsopgaver osv. Inside redaktionen er opmærksomme på problemet, og har indsat en blå boks, der dukker op på forsiden af inside når der er gået seks måneder siden sidste opdatering og som indstiller til, at folk opdaterer deres profil.

Boksen ser således ud:



Er din profil opdateret?

Er du flyttet til et andet sted i huset, fået nye arbejdsopgaver, lært noget nyt eller skiftet team? Så opdatér din profil her på Inside.

Klik på dit navn øverst til højre, så er du i gang. Først når du klikker på **Gem ændringer** i din profil, forsvinder dette felt.

[▶ Udfyld din profil](#)


Den normale procedure

Når en medarbejder har en relevant grund til at opdatere sin profil, går de ind på inside og retter oplysningerne i telefonbogen. I topmenuen til højre, kan medarbejderen klikke på sit eget navn (når medarbejderen er logget ind) og kommer på den måde ind i menuen Profil, hvor man kan redigere egne profiloplysninger.

Placering samt Team vælges i en rullemenu, mens Uddannelse, Ansvarsområder og Kompetencer er fritekstfelter. Medarbejderen kan også vælge at skifte sin adgangskode til inside.

Katrine

Profil



Katrine

Titel: Specialkonsulent

Nærmeste chef: Bjarke Thorbjørn Petersen

Afdeling: Erhvervsudvikling og internationale forhold

Område: National erhvervsudvikling

Team: Effektiv regulering

Placering: 2. sal syd

E-mail: @erst.dk

Telefon: 3529

Rediger dine egne profiloplysninger

Her skal du skrive og redigere i de oplysninger, der skal stå om dig i telefonbogen. Du skal udfylde alle felter, så dine kolleger altid har adgang til opdateret information om dig.

Placering
Angiv din placering . Kantinen ligger syd, direktionen nord og midt er området imellem de to branddøre.

2. sal syd ▼

Team
Du kan vælge og fravælge flere teams ved at holde ctrl-tasten nede.

DataCenter

Digitale regnskaber

DIPS (Digitaliseringspolitisk Sekretariat)

Effektiv regulering

Uddannelse

Cand.Merc.Int (CBS), Projektleder (Implement), Proceskonsulent (DJØF)

Ansvarsområder

Nudging i Erhvervsstyrelsen, Virksomhedsforum for enklere regler, Webredaktør, Implementering af det gode projektføreløb for strukturfondsprojekter,

For at få medarbejderne til at opdatere deres oplysninger, har inside redaktionen indsat en boks øverst på forsiden af inside, som minder folk om at opdatere deres oplysninger hvert halve år.

Boksen fungerer på den måde, at den ligger på medarbejderens inside-profil, indtil de reagerer på den. Når en medarbejder har opdateret sin profil går der seks måneder, hvorefter boksen kommer igen. Det vil sige, at hver gang der er gået et halvt år efter medarbejderen sidst har været inde at trykke gem under sine profiloplysninger, vil boksen blive vist for medarbejderen.

Når en medarbejder leder efter en anden medarbejder i Erhvervsstyrelsen, kan det ske via telefonbogen på forsiden af Inside. I søgefeltet kan man søge i fritekst på alle oplysninger. Det betyder, at man kan søge efter en bestemt person, efter en med en særlig kompetence, en på et bestemt projekt – eller efter en bestemt placering.

Søgeresultatet/søgeresultaterne vises i det næste vindue, hvor navn, placering, e-mail og telefonnummer fremgår. Ved tryk på navnet fremkommer yderligere oplysninger i medarbejderens profil; titel, nærmeste chef, afdeling, område, uddannelse, ansvarsområder og kompetencer.

Den ønskede adfærd

Overordnet er målet, at medarbejderne, til alle tider, tager ansvar for at deres profil i telefonbogen på Inside er opdateret med de seneste oplysninger. I dette initiativ er ideen at teste, hvorvidt introduktionen af en pop-up boks kan hjælpe til at nå målet om opdaterede profiler.

Eksperiment

Eksperimentet består i at teste effekten af en pop-up boks, der sigter på, at medarbejderne opdaterer deres oplysninger.

Diagnose

I diagnosearbejdet er problemstillingen blevet analyseret med henblik på at identificere ændringer, og derfor ikke kun registrering af tryk på gem. Diagnosticering blev foretaget af iNudgeyou/DNN. Princippet bag dette arbejde er at identificere de områder, hvor man, med udgangspunkt i viden om adfærd fra bl.a. adfærdsøkonomi, kognitiv psykologi og socialpsykologi, mener, der er potentiale for forbedringer.

I dette tilfælde består diagnosen i høj grad af at sammenholde arena, data og adfærd fra det tidligere stamdata-initiativ på virk.dk med problemstillingen på Inside¹. Herfra havde vi viden om at en pop-up virker til at få virksomheder til at rette i deres stamdata.

Ligesom på det tidligere eksperiment på virk.dk med virksomhedernes stamdata, er der grunde til at tro, at en pop-up vil virke til at få medarbejderne i Erhvervsstyrelsen til at opdatere informationer på deres profil i telefonbogen. Disse grunde består i sammenfald mellem betingelserne for stamdata-initiativet og situationen på Inside:

1) Arena

Både stamdata- og Inside-initiativet har en online platform som arena, dvs. det sted, hvor interventionen møder brugeren. Disse online platforme har det til fælles, at de kræver login. I stamdata-initiativet fik brugeren vist en pop-up lige efter login, hvilket også er muligt på Inside. Samtidig er arenaen også det sted, hvor brugeren skal foretage den handling, vi i interventionen ønsker, at de skal foretage.

2) Data

Da Inside er et elektronisk univers, er det relativt nemt at trække pålideligt data fra eksperimentet. Det samme gjorde sig gældende på virk.dk for stamdata-initiativet.

3) Adfærd

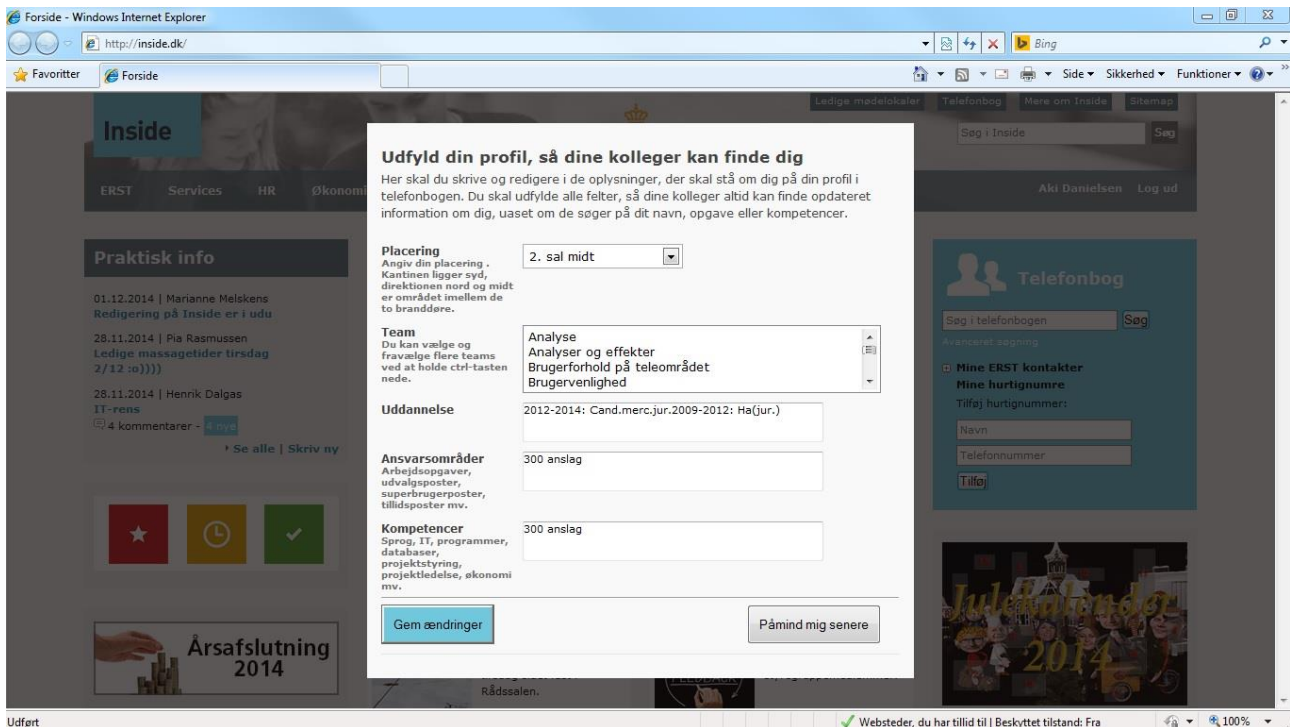
I stamdata-eksperimentet identificerede vi to overordnede barrierer, som pop-up'en sigtede på at opløse; manglende opmærksomhed på pligten og manglende kendskab til pligten. Derudover var der yderligere virk.dk-specifikke barrierer. Af disse barrierer, er det kun manglende opmærksomhed vi antager er en barriere på profilen i telefonbogen på Inside.

Den manglende opmærksomhed er almenkendt blandt redaktørerne på inside-redaktionen. Det er denne barriere, der er forsøgt løst med den blå boks.

Prompt

På baggrund af diagnosen, blev en pop-up installeret på Inside. Pop-up'en dukker op lige efter indlogging og ser således ud:

¹ Stamdata initiativet er beskrevet i rapporten "Bekræft eller ret stamdata"



Pop-up'en er en såkaldt prompt. En prompt går ud på at introducere et veltiltalt beslutningspunkt, som ikke eksisterede før. I pop-up'en blev vist de oplysninger man havde udfyldt.

Forskellen mellem den blå boks og pop-up'en er, at sidstnævnte er forstyrrende og går ind og afbryder det gøremål, man er i færd med på Inside og tvinger én til at handle. Den blå boks, derimod, kan man ignorere og lade ligge uberørt hen. Det er vores tese, at den øgede friktion i brugeroplevelsen vil få flere til at rette opmærksomhed på deres profil i telefonbogen og rette evt. ukorrekte oplysninger.

I eksperimentet med stamdata, oplevede vi en barriere i forhold til at få brugerne til at gennemføre en rettelse af deres stamdata, da rettelserne ikke kunne foretages i selve pop-up'en. Vi valgte derfor i dette eksperiment, at gøre det muligt at rette oplysninger direkte i pop-up'en. Samtidig tilføjede vi en "Påmind mig senere"-knap i pop-up'en. Dennes funktion var at lade brugeren springe over pop-up'en, hvor den i stedet vil blive vist ved næste login. Eftersom vores intervention forsøgte at være forstyrrende, var det vigtigt at tilbyde en mulighed for at komme hurtigt videre for at pop-up'en ikke udgjorde et større irritationsmoment. Samtidig gav det os mulighed for at teste, om en påmind mig senere knap ville resultere i at flere ville benytte muligheden for at vende tilbage med kvalificerede ændringer på et senere tidspunkt, eller om de blot ville bruge knappen til at få pop-up'en til at gå væk.

Resultater

For at undersøge hvilken effekt henholdsvis den blå boks og pop-up'en havde, valgte vi et eksperiment set-up hvor forskellige grupper af styrelsens medarbejdere blev præsenteret for forskellige interventioner.

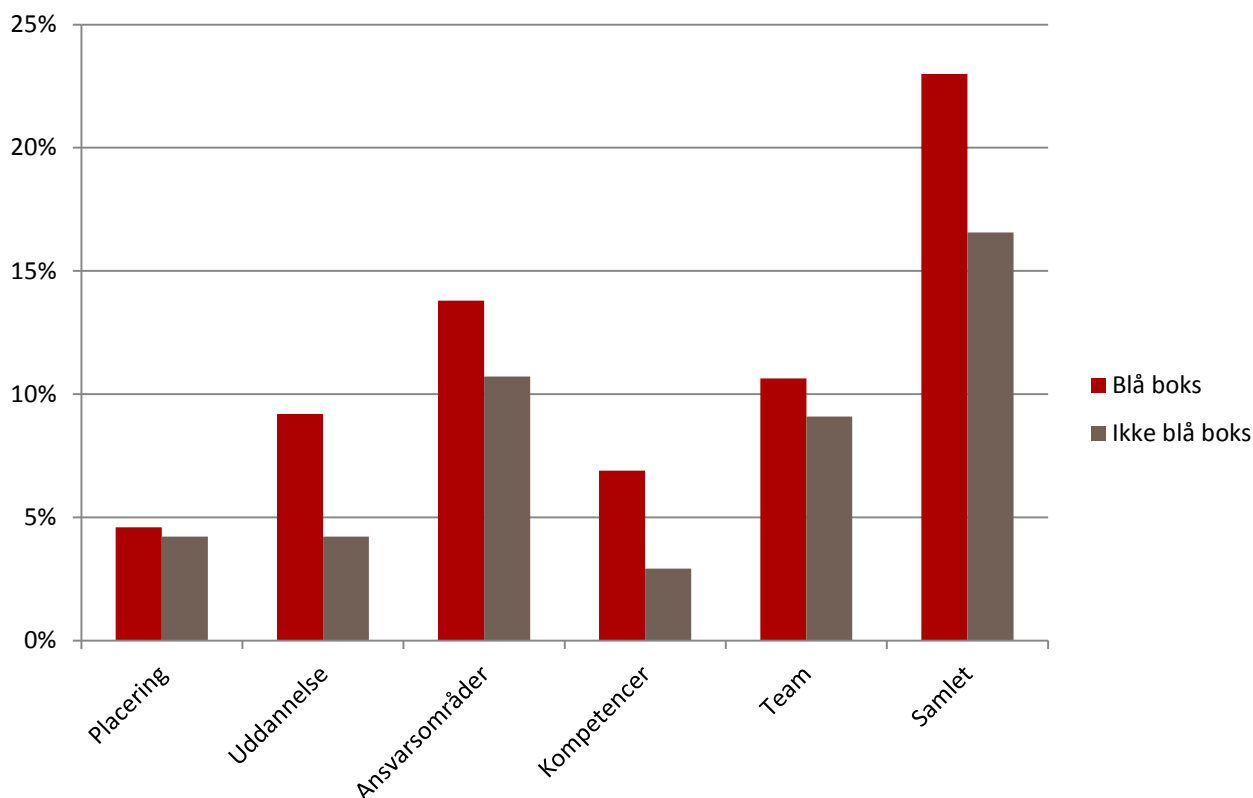
Den blå boks

Første formål var at teste, hvilken effekt inside-redaktionens blå boks har. Boksen blev derfor fjernet fra alle medarbejders inside side. Derefter blev den genindført for alle medarbejdere hvis fornavn starter med

A-K, svarende til ca. 53 pct. af medarbejderne. Denne del kørte fra 04-09-2014 frem til 30-11-2014, det vil sige næsten 3 måneder.

De medarbejdere, der havde fået præsenteret den blå boks, er mere tilbøjelige til at opdatere deres profil, jf. figur 1. Uden den blå boks ændrede 16 pct. af medarbejderne deres profil i perioden, mens ændringsprocenten for medarbejdere med den blå boks er 23 pct. Det vil sige at den blå boks bidrog til, at 7 pct.-point flere ændrede deres profil i perioden. Forskellen er statistisk signifikant.

Figur 1. Andelen af medarbejderne der har ændret deres profil



Generelt ligger gruppen, der fik vist den blå boks højere i andelen, der har ændret deres profil indenfor alle dele af profilen, jf. figur 1. Det er dog kun indenfor uddannelse og kompetencer, at forskellen er signifikant.

I forhold til ikke at gøre medarbejderne opmærksomme på deres profil, var der således en positiv effekt af den blå boks. Dog ville en stor del af medarbejderne alligevel have opdateret deres profil.

Pop-up'en

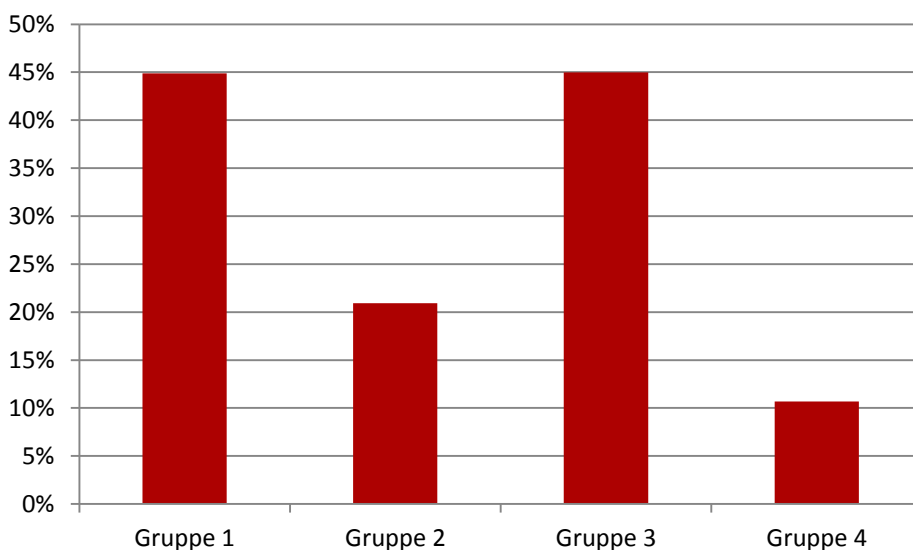
For at undersøge, om løsningen fra stamdataprojektet med en pop-up kunne forbedre resultatet, blev anden del af eksperimentet sat op for at måle dette. Halvdelen af de medarbejdere, der havde fået vist den blå boks, og halvdelen af de medarbejdere, der ikke havde været udsat for nogen intervention, fik sat en pop-up på, som dukkede op, når de loggede ind på inside fra den 1. til den 14. december. Igen blev medarbejdernes fornavne brugt til at dele grupperne op.

Dette gav følgende fire grupper:

- Gruppe 1, der først fik vist en blå boks, og derefter fik en pop-up. (A-E)
- Gruppe 2, der først fik vist en blå boks, og derefter ingenting. (F-K)
- Gruppe 3, ingenting fik, og derefter fik en pop-up. (L-O)
- Gruppe 4, som ingenting fik vist. (P-W)

Pop-up'en gav en markant effekt på andelen, der ændrede deres profil, jf. figur 2. Både for de medarbejdere, der havde fået den blå boks, og dem, der ikke havde. Resultatet er signifikant, idet 45 pct. af medarbejderne i de to grupper endte med at have ændret deres profil. Det er over dobbelt så mange som i de to kontrolgrupper.

Figur 2. Andel af medarbejdere, der ændrede deres profil



Det er også værd at bemærke, at det ikke gjorde nogen forskel på den samlede andel af ændringer, om medarbejderne havde fået den blå boks, før de fik pop-up'en. Dette indikerer, at de medarbejdere, der reagerer på den blå boks, også vil reagere på pop-up'en, hvis de kun fik denne.

De primære profilændringer for medarbejderne, der fik pop-up'en, er kompetencer, arbejdsopgaver og team. Dette er signifikant forskelligt fra både gruppe 2 og 4.

De har også ændret deres placering 60-70 pct. mere end kontrolgrupperne, men dette er ikke signifikant, hvilket sandsynligvis skyldes den forholdsvis lille population.

Påmind mig senere knappen

En af de muligheder, der var i pop-up'en, var en påmind mig senere knap. Denne knap skulle give en udvej, hvis medarbejderen var i gang med noget vigtigt. Dermed kunne medarbejderen vælge at komme tilbage til opdateringen af profilen senere. Pop-up'en kom igen næste gang medarbejderen gik ind på inside i sin browser.

Generelt var knappen forholdsvis populær, ca. 25 pct. af de medarbejdere, der fik vist pop-up'en brugte påmind mig senere knappen, og de brugte den i gennemsnit 11 gange hver. Til gengæld var det ikke en

særlig stor del af dem, der kom tilbage og ændrede deres profil. Kun 30 pct. af medarbejdere, der brugte påmind mig senere knappen, endte med at ændre deres profil indenfor de 14 dage.

Resultatet indikerer, at folk har en intention om at ændre i deres profil – hvorfor de ikke trykker gem til de eksisterende oplysninger. Muligheden for fortsatte udskydelser betyder dog, at de aldrig får det gjort.

Konklusioner

Eksperimentet bekræfter, at det er muligt, at få brugere til at foretage en (simpel) handling, når vi introducerer et veltimet beslutningspunkt.

Resultaterne viser, at man godt kan få en effekt ved at introducere et pænt element på en hjemmeside, dog bliver effekten langt større, hvis elementet er mere forstyrrende. Det skal altid være en overvejelse hvor meget, man er villig til at forstyrre brugere for at opnå en effekt. En pop-up skaber friktion, men kan være effektiv i forhold til det mål, man vil opnå.

Derudover bekræftede eksperimentet, en formodning om at brugere udsætter handlinger, hvis de får muligheden for det.

Anbefaling

Kompetencegruppen anbefaler, at erhvervsstyrelsen udskifter den halvårige blå boks med en pop-up. Det bør overvejes om påmind mig knappen skal være en mulighed. Den kan eventuelt laves som en begrænset mulighed (maks tre tryk f.eks.). Formålet med dette skulle være at give folk en form for deadline for handling, som de i højere grad selv styrer.

Man bør dog altid være varsom med at benytte forstyrrende elementer som en pop-up er, og det kun bør benyttes som undtagelse (når målet helliger midlet) og ikke som en regel.

Fakta om eksperimentet

POPULATION

- Gruppe 1: 176
- Gruppe 2: 172
- Gruppe 3: 148
- Gruppe 4: 159

Hvad er datapunkterne

- Andel der har lavet ændringer samlet
- Andel der har lavet ændringer af placering
- Andel der har lavet ændringer af kompetencer
- Andel der har lavet ændringer af jobbeskrivelse
- Andel der har lavet ændringer af uddannelse
- Andel der har lavet ændringer af team

Hvad er brugt til bc

- Timesats
- Antal medarbejdere

Kvalitetssikring

- Pop-up'en blev testet, og sikret at data indsamlingen fungerede

Forudsætninger for resultaternes validitet

- At medarbejderne ikke har drøftet pop-up'en på tværs af grupperne, hvilket ville medføre en spillover effekt, der ville betyde at vi undervurdere effekten.
- At perioden 1.-14. december er en repræsentativ tidsperiode, og ikke anomal i forhold til brug af inside, ferie m.m.

Populationsovervejelser

- Populationen er forholdsvis lille i forhold til at lave fire interventionsgrupper, men da interventionen var vurderet at være forholdsvis stærk, blev det vurderet at kunne give signifikante resultater.