



Tillsammans med arbetslivet

Vår information till arbetslivet

Din guide om yrkesutbildningens
möjligheter att informera

*Nytänkande
tillsammans!*

Innehåll

Informationens huvudlinjer	4
Hustavla för information	5
Synlighet för arbetslivet	6
Målföreställning	7
Kärnbudskap och termer	8
Utbildningsanordnarens webbsidor	9
De sociala mediernas roll	10
Informationens innehåll och material	12
Material på svenska	16
Material in English	17
Läraren som informationsförmedlare och byggare av partnerskap i vardagen	18
Vår information till arbetslivet - information, handledning, rådgivning	21
Arbetsplatsbesök - partnerskap i vardagen när det är som bäst	22
Tips för arbetsplatsbesöken - med tanke på information och marknadsföring av service	23
Anteckningar	28

Vår information till arbetslivet

Lärare, läroavtalssakkunniga, studiehandledare samt andra anställda i läroanstalten möter många studerande, företrädare för arbetslivet och andra som hör till intressentgrupperna vid besök på arbetsplatserna och i det övriga arbetslivssamarbetet. Möten sker också i telefon, per e-post eller också fast i en chatt. Likaså är alla instruktioner och allt material för lärande i arbetslivet i en digital lärmiljö en informationssituation mellan läraren och den/de studerande.

Varje sådan kundsituationen innehåller information, rådgivning eller handledning. Varje möte har betydelse för vilken uppfattning kunderna får av kvaliteten på en läroanstalts utbildning och dess innehåll och hur lätt man upplever att samarbetet med utbildningsanordnarens representanter är.

Information finns överallt och därför är det en gemensam angelägenhet.

Utvecklingsprogrammet Bästa service har fått understöd från undervisnings- och kulturministeriet.

Undervisnings- och kulturministeriet

För vem är guiden avsedd?

Guiden har producerats till ett verktyg för den undervisande och handledande personalen i yrkesläroanstalterna samt för intressentgrupperna för information om yrkesutbildningen till arbetslivet och företagen.

*Nytänkande
tillsammans!*

Med hjälp av guiden kan du planera, genomföra och utveckla din egen läroanstalts information till arbetslivet. Guidens innehåll har sammanställts av resultat från det riksomfattande utvecklingsarbetet i utvecklingsprojektet Bästa service (2017–20).

Varje yrkesläroanstalt, utbildningsanordnare och intressentorganisation har sina egna planer och strategier för information. Guiden har i uppgift att komplettera de planer som redan finns för information riktad till arbetslivet och företagen.

Vår strävan är att utveckla den information som riktas till arbetslivet så att den blir tydligare, mera kundorienterad och enhetligare. Samtidigt ökar vi arbetsgivarnas förståelse för lärande i arbetslivet och möjliggör att samarbetet mellan läroanstalterna och arbetsgivarna blir djupare och gynnar alla parter.

Målet är att ge vägkost och verktyg för hur man kan närma sig och tilltala arbetsgivare särskilt när det gäller utbildnings- och läroavtalssamarbete med läroanstalten och att inviga dem i de nya möjligheterna som lärande i arbetslivet erbjuder arbetslivet. I guiden finns tips på hur läroanstalterna och utbildningsanordnarna kan lyckas allt bättre med informationen som riktas till arbetslivet.

Förutom aktuella informationsinnehåll har det i guiden sammanställts tips för hur man identifierar målgrupper, hur man drar nytta av sociala medier, hur man utnyttjar webbsidorna samt tips för lärarens roll som informationsförmedlare till exempel i samband med arbetsplatsbesök.

Det här är del sex av "Guiden för god service"

Del 1 Utveckla kompanjonskap: I första delen bekantar vi oss med gemensam planering med arbetslivet och olika former av kompanjonskap mellan yrkesläroanstalter och arbetslivet.

Del 2 Förbättra servicen med hjälp av åtta punkter: I den andra delen behandlas lärande i arbetslivets kritiska punkter. Med hjälp av de kritiska punkterna bildas en enhetlig serviceprocess för kärnprocessen lärande i arbetslivet.

Del 3 Bra lösningar i vardagen: Den tredje delen ger konkreta lösningar som du direkt eller med små justeringar kan ta i bruk i vardagen.

Del 4 Arbetsbok: Planera, förverkliga och utveckla: Den fjärde delen är en arbetsbok som hjälper dig att planera, förverkliga och utveckla samarbetet gällande lärande i arbetslivet.

Del 5 De nya möjligheterna för lärande i arbetslivet: I den femte delen berättas det om det nya praktiska kunnandet för lärande i arbetslivet som alla som agerar i sammanhang tillsammans med arbetslivet behöver.

Del 6 Vår information till arbetslivet

Informationens huvudlinjer

Ammatillisen koulutuksen viestintästrategia (Informationsstrategin för yrkesutbildningen; på finska) (UKM 11.3.2019) har utarbetats för att rikta in yrkesutbildningens information. Utbildningsanordnare, övriga aktörer och intressentgrupper inom yrkesutbildningen kan utnyttja strategin för att förstärka informationen så att den är enhetlig.

Uppfattningen om yrkesutbildningen bygger på handlingar och meddelanden som såväl studerande, lärare, tjänstemän som vilken som helst person som är verksam inom yrkesutbildningen förmedlar.

Information till arbetslivet

Inom utvecklingsprogrammet Bästa service (2017–20) har det producerats rikligt med verksamhetsmodeller och material till hjälp för information om samarbetet mellan läroanstalterna och arbetslivet. Målet har varit att förtydliga informationen och producera kundorienterat informationsmaterial för riksomfattande bruk bl.a. om utbildnings- och läroavtalssamarbete och arbetslivspartnerskap.

Informationsbehoven har utretts i gemensamma verkstäder för arbetslivet och läroanstalten samt i enkäter som gjorts till aktörer inom yrkesutbildningen. Följande huvudlinjer för informationen har starkt lyfts upp:

1. I informationen som riktas till arbetsgivarna ska vi hålla de enkla sakerna tillräckligt enkla.
2. Läroanstalternas interna förändringar och virrvarr behöver inte synas i information riktad till arbetsgivarkunderna.
3. Informationssynvinkeln ska vändas så att den är starkt kundorienterad och riktad.
4. Vi korrigerar felaktig information och felaktiga uppfattningar som börjat spridas, vi tar ledningen i diskussionen och vänder tonen så den är positiv.
5. Vi knyter diskussionen om lärande i arbetslivet till en del av en större samhällsdebatt om det förnyade arbetslivet.

Värderingar i yrkesutbildningens information

- **Samarbete:** Vår information bygger på interaktion med olika aktörer. För att genomföra information behöver vi nätverk: förvaltningen informerar inte ensam. Den effektivaste informationen är att de studerande och arbetsgivarna stolt för fram sig själva och sin utbildning.
- **Kundorientering:** Vår information är riktad och ger mottagaren ett mervärde. Vi använder ett tilltalande och tydligt allmänt språk och gemensamt överenskomna termer.
- **Mångfald:** Vi tar upp mångfalden och lyfter fram ungdomar, vuxna, arbetstagare i olika yrkesbranscher samt invandrare.
- **Tillförlitlighet:** Vi bygger upp föreställningar som är verklighetsbaserade. Vår information är faktabaserad.

Ladda ner Työelämässä oppimisen viestintästrategia (Informationsstrategi för lärande i arbetslivet): <https://trello.com/c/M79qjhGQ>

Ladda ner Työnantajaviestinnän huoneentaulu (Hustavla för information till arbetsgivare): <https://trello.com/c/stIJpRky>

LÄRANDE I ARBETSLIVET

HUSTAVLA FÖR INFORMATION TILL ARBETSGIVARE

Den här hustavlan sammanfattar de mest centrala riktlinjerna för information som riktas till arbetslivet.

INFORMATIONENS VÄRDERINGAR



EFFEKTIVITET

Vår information är riktad och kundorienterad.



TYDLIGHET

Vår information är tydlig och begriplig. Vi undviker onödigt invecklade formuleringar.



SAMARBETE

Vår information betonar läroanstalternas vilja att sträva efter ett nära arbetslivssamarbete.



ANSVARSFULLHET

I vår information hörs samhällets röst och en strävan efter det gemensamma goda.

MÅL

1. Vi ökar arbetsgivarnas och företagens förståelse för möjligheterna med läroanstaltssamarbete.
2. Vi väcker intresse för lärande i arbetslivet.
3. Vi förtydligar och förenhetligar sättet för hur man pratar om lärande i arbetslivet.
4. Vi möjliggör ett djupt och långsiktigt samarbete mellan läroanstalterna och arbetsgivarna.

KÄRNBUDSKAP

- Den reformerade yrkesutbildningen är:
 - **mer praktiskt inriktad och mer flexibel**
 - mer kundorienterad och **svarar bättre mot arbetslivets behov.**
- Läroanstalterna är till inte bara för de studerande utan också **för arbetsgivarna.**
- Samarbetet med en läroanstalt stöder företagets **konkurrenskraft och utveckling av personalens kunnande.**
- Lärande i arbetslivet utgör en lösning på nya behov och utmaningar i arbetslivet som förändras i snabbt takt.
- Lärande i arbetslivet ger arbetsgivaren **nya möjligheter** till utveckling och rekrytering av personal.
- Vem som helst **kan komplettera sitt eget kunnande** med modeller för lärande i arbetslivet som har skräddarsytt enligt de egna behoven, oberoende av ålder och bakgrund (arbetstagare, företagare, studerande osv.).

Synlighet för arbetslivet

I läroanstaltens information lönar det sig att uppmärksamma arbetsgivarna som en viktigare målgrupp än tidigare. Tillgänglighet och synlighet har i utvärderingen av en läroanstalts tjänster lyfts upp som den kanske viktigaste utvecklingspunkten bland åtta kritiska punkter.

Tillgänglighet innebär service för och handledning av en arbetslivs- och studerandekund i kontakt- och ansökningsskedet. Med synlighet avses till exempel att webbsidorna är funktionella för varje kundgrupp.

En betydande del av en läroanstalts information riktas nuförtiden till den studerande bl.a. i ansökningsskedet. Kontakten från en arbetslivskund kan också anses vara ett sökande. Servicebehovet kan ha att göra med rekryterings- eller utbildningsbehov, att få tillfällig arbetskraft eller med ett projektarbete. Hur får en arbetslivskund dessa tjänster? Hur får kunden kontakt med läroanstalten och personerna där? Vilka kontaktkanaler erbjuds?

Det är viktigt att kundservicepersonalen känner till de olika formerna och möjligheterna för arbetslivssamarbete. Kundens behov förutsätter ofta även att man ska hänvisa till andra tjänster. Hur kartlägger man kundens behov och hur förmedlas detta vidare? Hur säkerställer man att kunden får en lösning?

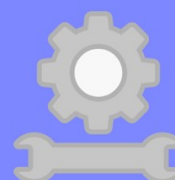
Saker som inverkar på serviceupplevelsen:

- att kontaktuppgifterna är tillgängliga och hittas
- tiden för att svara på servicebehovet
- att en lämplig lösning hittas inom den tidtabell som kunden önskat.

Lärande i arbetslivet



Yrkesutbildningen som kundorienterad service



Utvecklingsprogrammet Parasta Palvelua (Bästa Service) 2019

Ladda ner infografen Työelämässä oppiminen asiakaslähtöisenä palveluna (Lärande i arbetslivet som kundorienterad service): <https://trello.com/c/32VaKdLY>

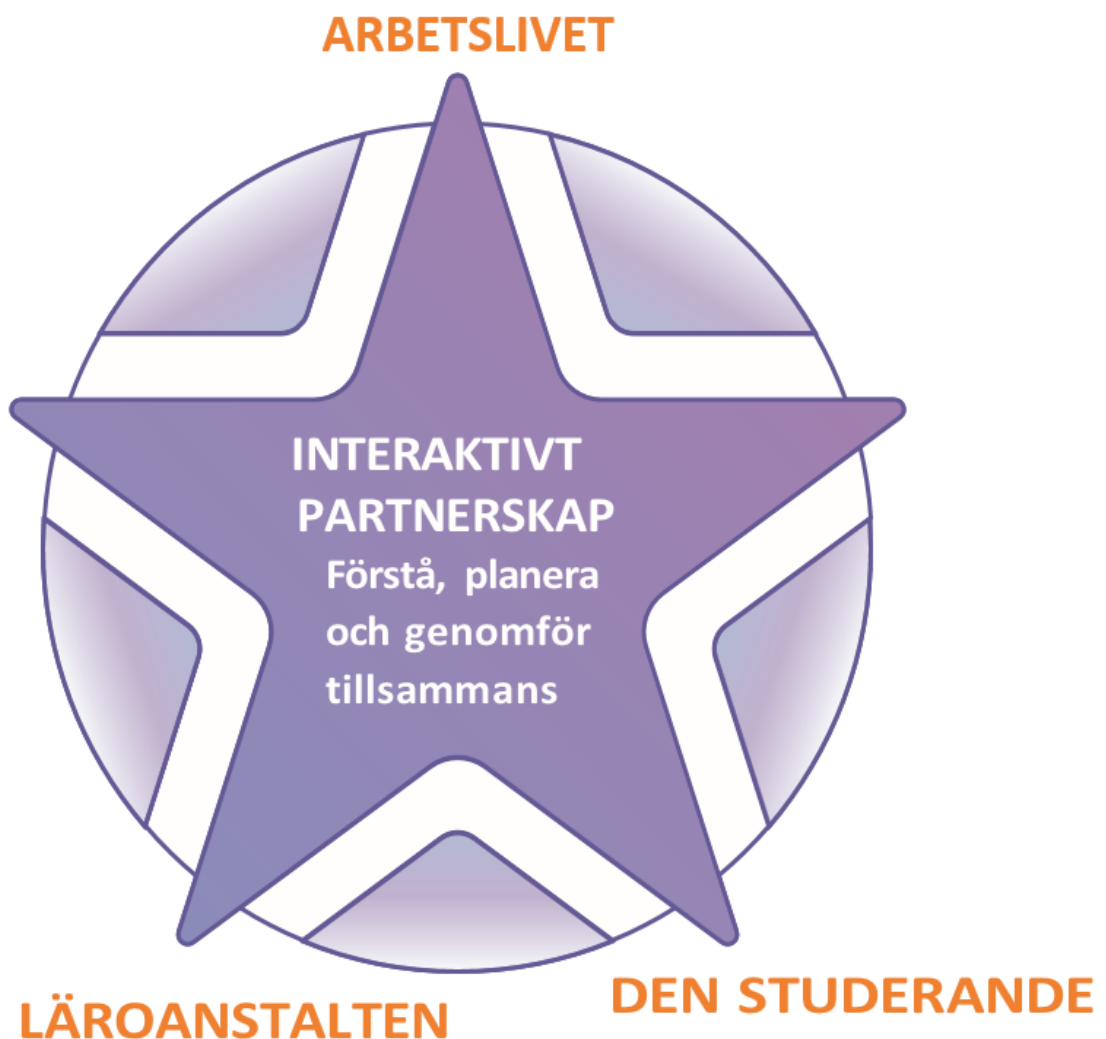
Målföreställning

Med informationen bygger man upp en målföreställning om lärande i arbetslivet som en lösning och ett alternativ för behov av kunskande som företagen, det förnyade arbetslivet och de studerande har.

Med informationsmedel förstärker vi föreställningen om att yrkesläroanstalterna och arbetsgivarna uppfattar varandra som samarbetspartner. På samma gång strävar vi efter att visa att lärande i arbetslivet är en kundorienterad service och en lösning som motsvarar arbetsgivarens behov.

Målet är ett interaktivt partnerskap

Samarbetet med arbetslivet är centralt i den nya yrkesutbildningen. Den nya lagstiftningen utmanar läroanstalterna till ett intensivare samarbete med arbetslivet än man tidigare har haft. Dessutom förväntar sig arbetslivet att utbildningsanordnarna har enhetligare tjänster och tillvägagångssätt.



Kärnbudskap och termer

Den förnyade yrkesutbildningen erbjuder många möjligheter som ännu inte utnyttjats. Kärnbudskapen som här nedan förtecknats är teman som det skulle vara bra att läroanstalterna och intressentgrupperna skulle upprepa i sin egen information.

Den reformerade yrkesutbildningen är praktisk, flexibel och kundorienterad, och den svarar mot arbetslivets föränderliga behov. Med tanke på informationens effektivitet är kundorienteringen och informationens inriktning ytterst viktig. Information som utgår från behov och visar förståelse för kunden tilltalar mottagaren. Lärande i arbetslivet utgör en lösning på de nya behoven och utmaningarna i arbetslivet som hastigt förändras.

Arbetsgivare har berättat att följande orsaker lett till att de utnyttjat utbildnings- och läroavtal:

- Rekryteringsbehov: brist på arbetskraft, tillgång på kunnig arbetskraft
- Skolning av den egna personalen, säkerställande och uppdatering av kunnandet samt utvidgning av kunnandet för nya uppgifter
- Rekrytering av arbetstagare till det egna företaget via utbildningsavtal
- Erbjudande arbetserfarenheter särskilt för ungdomar, sysselsättning av ungdomar på den egna orten.

Termer

Det är viktigt att informera med enhetliga begrepp och termer. Med hjälp av dem bygger envar upp yrkesutbildningens image som kunderna kan uppfatta som en tydlig och begriplig information.

Yrkesutbildningens terminologi bygger på lagen, och lagtermerna öppnar sig inte alltid för kunden.



I läroanstaltens information pratar vi numera om "lärande i arbetslivet", som ersätter den tidigare använda termen "lärande i arbete". Vi har kommit överens om den termen med företrädare för arbetslivet, utbildningsanordnare och undervisnings- och kulturministeriet. Den nya termen är ett uttryck för den reformerade yrkesutbildningen.

Termen "**lärande i arbetslivet**" används när man talar till och informerar kunderna. I utbildningsanordnarens officiella dokument används fortfarande termen "**utbildning som ordnas på en arbetsplats**". Termen lärande i arbetslivet har godkänts som en synonym term i terminologin för utbildning som ordnas på en arbetsplats.

Ladda ner Työpaikalla järjestettävän koulutuksen sanasto (Terminologi för utbildning som ordnas på en arbetsplats):

https://tsk.fi/tiedostot/pdf/Tyopaikalla_jarjestettavan_koulutuksen_sanasto.pdf

Utbildningsanordnarens webbsidor

På varje utbildningsanordnarens webbsidor är det bra att ha en särskild avdelning som riktar sig till samarbetspartner i arbetslivet.

När yrkesutbildningen har reformerats har synvinkeln allt starkare vänts mot kundorientering. Utbildningsanordnarnas webbsidor ska betjäna arbetslivets företrädare och arbetsgivare mer kundorienterat än tidigare för att sidorna ska stödja att man knyter kundrelationer och förstärker långvariga partnerskap.

Vad borde det finnas på bra webbsidor?

På en utbildningsanordnarens webbsidor borde det finnas en särskild sida riktad till arbetslivet och arbetsgivarna, och där ska det finnas:

- **ett komprimerat informationspaket om lärande i arbetslivet**
 - o information om utbildnings- och läroavtal (skillnader, fördelar, tillämpningsalternativ och de möjligheter de erbjuder)
- **kunderfarenheter och case-berättelser**
 - o hellre videor än texter
 - o du kan utnyttja Banbrytande-berättelser som producerats inom utvecklingsprogrammet Bästa service eller använda berättelser som producerats av informationen i er egen organisation.
- **en beskrivning av processen för lärande i arbetslivet**
 - o stigen för att få en studerande som passar företagets behov till lärande i arbetslivet
- **kontaktsätt och kanaler**
 - o en första kontakt med låg tröskel
 - o kontaktpersoner och kanaler enligt kundernas behov.

Man kan inte för mycket betona användningen av kunderfarenheter och case-berättelser för att åskådliggöra möjligheterna med lärande i arbetslivet.

TIPS!

Hämta centralt material för lärande i arbetslivet till era webbsidor från infobanken Työelämässä oppiminen (Lärande i arbetslivet): bit.ly/tyoelamassa_tietopankki

TIPS!

I informationsinnehållen målar man en bild av nutiden och framtiden. När man informerar om lärande i arbetslivet och om yrkesstudierna är det viktigt att sträva efter att undvika att gamla stereotyper förstärks (bl.a. könsuppdelning av branscher, föråldrade teknologier, traditionella illustrationer av utbildningsområden).

De sociala mediernas roll

Plattformer för sociala medier kan i vissa situationer anses vara helt självständiga kommunikationskanaler som kan fungera till exempel som verktyg för information, kundservice och anskaffning av nya kunder. Ofta utgör ändå sociala medier en del av en större palett av kommunikationskanaler och därför är det bra att tänka igenom vad de har för roller i helheten.

De funktioner som kan utföras på plattformer för sociala medier är till vissa delar mycket begränsade. På dem kan man väcka intresse och informera om förändringar, men ofta är det ändamålsenligt att leda användaren över till exempel från Facebook till webbsidorna för att utföra någon önskad funktion.

Ett bra sätt att uppfatta de sociala mediernas roll i helheten av kommunikationskanaler är att se på sociala medier som kanaler mellan en kund och en organisation, genom vilka en kund med hjälp av rätta innehåll kan ledas över till kanaler och system som organisationen äger.

Det är bra att säkerställa att marknadsföringen som sker i sociala medier motsvarar läroanstaltens överenskomna spelregler och informationsplaner. Marknadsföringsproffsen i den egna organisationen hjälper gärna till med marknadsföringen i sociala medier. Genom att samarbeta med marknadsföringen säkerställer vi att vi alla informerar utåt på det sätt och med det uttryck som man i organisationen kommit överens om. På det sättet förstärker vi vår organisations gemensamma varumärke, image och servicelöfte.

Varje utbildningsanordnare har sina valda informationskanaler och de kanaler kunderna använder kan variera. Av den här orsaken tar vi inte i denna plan djupare ställning till valet av kanaler, men i den information som riktas till arbetslivet och arbetsgivarna rekommenderar vi att man använder åtminstone Facebook, Twitter och LinkedIn.



Bilder och text vs. video

De sociala mediernas plattformer favoriserar för närvarande videoinnehåll framom bild- och textbetonade uppdateringar. Videoinnehåll som automatiskt upprepas stannar upp och väcker bättre uppmärksamhet än statiska bilder och texter.

Plattformarna prioriterar videor som är direkt uppladdade på plattformen före videor som är länkade från externa tjänster. Det här innebär att till exempel en video som är uppladdad direkt i Facebook troligen får en större mängd användare än en video som är länkad från YouTube eller Vimeo, fastän innehållet skulle vara helt det samma.

Hur kan man öka publikationernas synlighet?

I början syns en uppdatering av sociala medier endast av de människor som aktivast står i kontakt med den som publicerat sidan. Ju fler gillanden, kommentarer och delningar uppdateringen får genast under de första timmarna desto större besökargrupp visas den för. Varje reaktion och kommentar berättar för de sociala mediernas s.k. algoritm att innehållet intresserar de människor som ser den, och då tolkar en robot att publikationen möjligtvis kan intressera en större del av användarna.

Delning

Det effektivaste sättet att förbättra de viktigaste uppdateringarnas synlighet och utbredning är att uppmuntra till delning av uppdateringarna. Ju snabbare och mera utbrett en publikation sprids organiskt desto effektivare visare algoritmerna uppdateringen även för andra användare.

Även om innehållet skulle vara högklassigt och väl framställt begränsar algoritmerna ändå uppdaterings synlighet bara för en liten del sidogillare. Utöver att filtrera innehållet och erbjuda användarna ett intressant innehåll har algoritmerna i uppgift att uppmuntra sidornas ägare att använda en marknadsföringsbudget för att förbättra utbredningen av de viktigaste uppdateringarna. Man kan inte göra något åt algoritmernas verksamhet, så det är bra att lära sig att agera tillsammans med dem.

TIPS!

En liten ekonomisk satsning i början av livscykeln för en uppdatering av sociala medier kan mångfaldiga den totala spridningen av uppdateringen.

Kom ihåg att noggrant ange målgruppen och målen för marknadsföringen i sociala medier.

Avgiftsbelagd reklam

En liten ekonomisk satsning i början av livscykeln för en uppdatering kan mångfaldiga den totala spridningen av uppdateringen. På det sättet kan man få ut betydligt mer av de producerade innehållen även med små reklamsatsningar. Beroende på antalet gillare av sidan kan redan en uppdatering med en budget på 10 € fås att nå alla sidogillare och med en satsning på 20 € kan man till och med få en tio gånger större grupp sidogillare jämfört med totalantalet. Beroende på hur organiskt intressant uppdateringen är kan man med en 50–100 €:s satsning nå rentav över 10 000 människor.

För att man ska få ut så mycket som möjligt av en budget som använts för sponsorerade uppdateringar är det viktigt att noggrant definiera målgruppen och målen före kampanjen inleds. Vem vill vi att ska se vår uppdatering?

De viktigaste parametrarna är den eftersträlvade målgruppens åldersfördelning, könsfördelning och geografiska placering dvs. områdesavgränsning. Utgående från kännedomen om den eftersträlvade målgruppen kan man dessutom precisera inriktningen även enligt bland annat målgruppens intresseobjekt och vilka andra sidor man gillar.

Informationens innehåll och material

Inom utvecklingsprogrammet Bästa service (2017–2020) har det producerats rikligt med material gällande samarbetet mellan läroanstalterna och intressentgrupperna. I denna guide har vi sammanställt också tidigare producerade aktuella nätmaterial och broschyrer riktade till arbetslivet, och de är avsedda för riksomfattande användning.

Bekanta dig med materialen och utnyttja dem i din läroanstalts eller organisations information.

Materialen lämpar sig för användning som sådana eller de kan bearbetas enligt behoven. Guidens alla material finns i infobanken Työelämässä oppiminen (Lärande i arbetslivet): bit.ly/tyoelamassa_tietopankki

Nyttjanderätt

Alla material för utvecklingshelheten Bästa har producerats med CC BY-NC 4.0 -nyttjanderätt. Det innebär att du får kopiera och bearbeta materialet och sprida det vidare i vilket som helst medel, men du ska ange källan, erbjuda en länk till licensen samt anteckna om du har gjort ändringar. Användning av materialet för kommersiella ändamål är förbjudet.

Mer information om nyttjanderätten: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.fi>



Teman

Det material som producerats inom utvecklingsprogrammet Bästa service har sammanställts under fyra huvudteman: Partnerskap, Nytt kunnskande, Serviceprocessen och Information till arbetslivet. Material som sammanställts under dessa teman kan utnyttjas när man vidareutvecklar processer inom yrkesutbildningen. Temasidorna finns på adressen: <https://mailchi.mp/30775c887068/parasta-palvelua-teemasivut>

Temasidorna är avsedda för användning av alla intressentorganisationer. Du kan kopiera och bearbeta sidornas innehåll på din egen organisations plattformar för olika användningsändamål. Via följande länkar hittar du temasidornas material för egen användning:

- **Interaktivt partnerskap:** <https://trello.com/c/kVPPORuf>
- **Nytt kunnskande:** <https://trello.com/c/2Prro3U>
- **Kundorienterad serviceprocess:** <https://trello.com/c/ht45w9K7>
- **Information till arbetslivet:** <https://trello.com/c/7YmXILzs>

Om temat "Interaktivt partnerskap" har det också getts ut ett nyhetsbrev som passar för arbetslivet. Du kan ladda ner det här <https://mailchi.mp/22a39d1b92f8/2nl5f8372k> och utnyttja det i informationen till dina egna arbetslivskunder.

Broschyrer

Arbetsgivare, företagare! Lärande i arbetslivet till din tjänst

en fyrsidig broschyr för digitalt bruk, utskrivning samt som tryckfil: <https://trello.com/c/FK5exKq4>

Arbetsgivare, företagare!

Lärande i arbetslivet till din tjänst



Undervisnings- och kulturministeriet

Molempi parempi (Två väger - samma mål!) - läroavtal och utbildningsavtal för arbetsgivaren

Broschyren är ett kompakt infopakett om läro- och utbildningsavtalet.

Det finns tre färgalternativ, bland vilka du kan välja det som passar bäst att använda för er organisation: <https://trello.com/c/8nVgmaHZ>

Företagarens läroavtal

En ensidig broschyr som berättar om läroavtalets fördelar för företagaren: <https://trello.com/c/1iLYAleI>

Kritiska punkter ur arbetslivets synvinkel

De kritiska punkterna tar upp gemensamma utvecklingsobjekt som ger ömsesidigt mervärde i servicen för lärande i arbetslivet. De inverkar på hur bra den studerande och arbetslivet upplever att lärandet i arbetslivet lyckades: <https://trello.com/c/PbRCuKlv>



Guide till god service

Med hjälp av guiden kan man utveckla lärande i arbetslivet i samarbete mellan arbetsplatserna och läroanstalterna. Den kan också utnyttjas vid utveckling av tjänster riktade till de studerande och arbetslivet. Guidens första del lämpar sig väl för utdelning till arbetslivet. Också de övriga delarna har väckt stort intresse bland våra kunder och de passar bra som verktyg för utveckling tillsammans: <https://trello.com/b/wC4i8wup/hyv%C3%A4n-palvelun-opas-guide-f%C3%B6r-god-service>

- **Del 1 Utveckla kompanjonskap:** I första delen bekantar vi oss med gemensam planering med arbetslivet och olika former av kompanjonskap mellan yrkesläroanstalter och arbetslivet: <https://trello.com/c/kZbiDvew>
- **Del 2 Förbättra servicen med hjälp av åtta punkter:** I den andra delen behandlas lärande i arbetslivets kritiska punkter. Med hjälp av de kritiska punkterna bildas en enhetlig serviceprocess för kärnprocessen lärande i arbetslivet: <https://trello.com/c/fzK8Z6ot>
- **Del 3 Bra lösningar i vardagen:** Den tredje delen ger konkreta lösningar som du direkt eller med små justeringar kan ta i bruk i vardagen: <https://trello.com/c/ibVrTqCl>
- **Del 4 Arbetsbok: Planera, förverkliga och utveckla:** Den fjärde delen är en arbetsbok som hjälper dig att planera, förverkliga och utveckla samarbetet gällande lärande i arbetslivet: <https://trello.com/c/TrnwxBOx>
- **Del 5 De nya möjligheterna för lärande i arbetslivet:** I den femte delen berättas det om det nya praktiska kunnandet för lärande i arbetslivet som alla som agerar i sammanhang tillsammans med arbetslivet behöver: <https://trello.com/c/diQ8SYZU>

Informationens innehåll och material

Presentationer och videor

Infograf: lärande i arbetslivet som kundorienterad process: <https://trello.com/c/32VaKdLY>

Video om utbildning som ordnas på en arbetsplats: <https://trello.com/c/KVCGC4L7>

PPT-presentation för arbetslivet om utbildning som ordnas på en arbetsplats: <https://trello.com/c/OT9N3sit>

PPT-presentation för arbetslivet om läroavtal och utbildningsavtal: <https://trello.com/c/Q5RZxvAy>

Gemensamma verksamhetsmodeller för arbetslivet och läroanstalten

Tempaa muut mukaan! (Dra de andra med!) -verkstad

Verkstaden passar för team och smågrupper för granskning av kritiska punkter och beslut om utvecklingsobjekt: <https://trello.com/c/grCqn330>



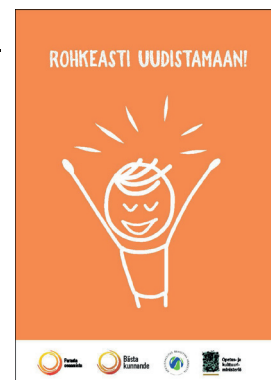
Utveckla partnerskapet -verkstad

Partnerskapsarbete kan sättas igång med en gemensam verkstad för arbetslivspartnerna och läroanstalten, med målet att skapa en gemensam syn på vad det interaktiva partnerskapet har för betydelse. I verkstaden lägger man en grund för läroanstaltens interna arbetsfördelning i partnerskapsarbetet. Arbetslivspartnerna har nytta av det genom att de kan identifiera olika former av samarbete med läroanstalten samt genom att man tillsammans kan ta fram idéer till lösningar på hur kunnandet kan utvecklas och på rekryteringsbehov.

- Broschyr för Utveckla partnerskapet -verkstad: <https://trello.com/c/j4CNc7F0>
- Guide för verkstadsarrangören: <https://trello.com/c/Jgva2h5i>

Mod att förnya! -produktkatalog

Metoder och verktyg för den undervisande och handledande personalen och för arbetslivet: guider för bedömning av kunnandet, checklistor, engagerande samarbetsmodeller, digitala pedastigar mm: https://blogit.gradia.fi/parasta_osaamista/wpcontent/uploads/sites/20/2019/01/Vihko_tulostettava_PDF.pdf



Open Day och Open Partner -verksamhetsmodeller

I Open Day -verksamhetsmodellen går lärarna för en dag på besök till arbetsplatserna för att berätta om förändringarna inom yrkesutbildningen och för att bredda möjligheterna till samarbete.

I Open partner -verksamhetsmodellen inbjuds en representant för arbetslivet att besöka läroanstalten och bekanta sig med läroanstaltens vardag och med hur man nuförtiden undervisar de studerande i den egna branschen: https://blogit.gradia.fi/parasta_osaamista/toimintamallit-ja-materiaalit/open-day-ja-open-partner/

Nätmaterial

Lärande i arbetslivet -infobank

Materialbank för utvecklingsprogrammet Bästa service:
bit.ly/tyoelamassa_tietopankki



Bästa kunnande -blogg

Material för projektet Bästa kunnande:

https://blogit.gradia.fi/parasta_osaamista/

- Introduktion av arbetsplatshandledare -nätkurs: https://blogit.gradia.fi/parasta_osaamista/tyopaikkaohjaajan-perehdyttaminen/

Banbrytande

Banbrytande-berättelserna är berättelser av arbetsgivare, företagare och lärare om framgångsrika verksamhetsmodeller för lärande i arbetslivet, om nya samarbetsmöjligheter med läroanstalterna eller om behovet av skräddarsydda examina. Banbrytande-berättelser för företag av bl.a.: SOL Palvelut, Citycon, Pentisol och Pharmac Finland. Utnyttja Banbrytande -berättelserna i din läroanstalts information: <https://uranuurtajat.fi/>

Oppisopimus.fi

Webbplatsen erbjuder ett omfattande informationspaket om läroavtal för de studerande, för dem som ansvarar för utveckling av personalens kunnande i ett företag samt för företagare.

- Företagarens läroavtal: <https://www.oppisopimus.fi/yrittajalle/oppisopimuskoulutus/>
- Läroavtal-materialbank: <https://trello.com/b/nsIGzB4G/materiaalipankki>

Mentorbank

- Mentorbank-tjänst för företagarens läroavtal: <https://mentoripankki.recit.fi/fi/>
- Mentorns manual: <https://trello.com/c/9E0FJtg0>

Ohjaan.fi

Webbplatsen erbjuder stöd för arbetsplatshandledarens vardag. Färdigt material för användning och bearbetning av läroanstalten: checklistor, scheman, videor för handledning: <https://ohjaan.fi/>



Material på svenska

Temasidor

Resultaten av utvecklingsprogrammet Bästa Service sammanställs under fyra teman: Partnerskap, Ny kompetens, Serviceprocessen och Kommunikation med arbetslivet. Temana kan användas i arbetet för utveckling av yrkesutbildningens processer och kvalitet. Temasidorna är avsedda för alla utbildningsanordnares bruk och kan överföras till läroanstaltens plattformar. Temasidorna finns i databanken för lärande i arbetslivet: bit.ly/tyoelamassa_tietopankki

Brochyr

Två väger - samma mål! Läroavtal & utbildningsavtal broschyr för arbetsgivare:

<https://trello.com/c/x3kFoCKX>



Guide för god service

Den här guiden fungerar som ett verktyg för undervisande och handledande personal vid yrkesläroanstalterna. Med hjälp av den här guiden kan du utveckla lärande i arbetslivet samt samarbetet mellan arbetsplatserna och din organisation. Guiden kan också användas för att utveckla service och tjänster för studerande och arbetslivet:

trello.com/b/wC4i8wup/hyv%C3%A4n-palvelun-opas-guide-f%C3%B6r-god-service

- **Del 1 Utveckla kompanjonskap:** I första delen bekantar vi oss med gemensam planering med arbetslivet och olika former av kompanjonskap mellan yrkesläroanstalter och arbetslivet: <https://trello.com/c/kZbiDvew>
- **Del 2 Förbättra servicen med hjälp av åtta punkter:** I den andra delen behandlas lärande i arbetslivets kritiska punkter. Med hjälp av de kritiska punkterna bildas en enhetlig serviceprocess för kärnprocessen lärande i arbetslivet: <https://trello.com/c/fzK8Z6ot>
- **Del 3 Bra lösningar i vardagen:** Den tredje delen ger konkreta lösningar som du direkt eller med små justeringar kan ta i bruk i vardagen: <https://trello.com/c/ibVrTqCI>
- **Del 4 Arbetsbok: Planera, förverkliga och utveckla:** Den fjärde delen är en arbetsbok som hjälper dig att planera, förverkliga och utveckla samarbetet gällande lärande i arbetslivet: <https://trello.com/c/TrnwxBOx>

Presentation

Läroavtal & utbildningsavtal PowerPoint presentation: <https://trello.com/c/OWK50he1>

Online material

Banbrytande: <https://uranuurtajat.fi/sv/>

Läroavtal: <https://www.oppisopimus.fi/sv/>

- Läroavtal material bank: <https://trello.com/b/nsIGzB4G/materiaalipankki>

Ohjaan.fi

Stöd för arbetsplatshandledningens vardag: <https://ohjaan.fi/sv/startsidea/>

Mentorbanken

Att hitta en mentor, mentorns verktygslåda, läroavtalsutbildning för företagare, att vara mentor för en företagare: <https://mentoripankki.recit.fi/sv/>

Material in English

Brochures

Both are better! Apprenticeship training & training agreement brochure for employer: <https://trello.com/c/rpoSzvew>

Apprentice training for entrepreneurs brochure: <https://trello.com/c/soOhroPR>

Online material

Apprenticeship: <https://www.oppisopimus.fi/en/>

Ohjaan.fi, Support for workplace tutors: <https://ohjaan.fi/en/home/>

Mentor Bank, Mentor's package of tools, entrepreneur's apprenticeship training, how to be a mentor to an entrepreneur: <https://mentoripankki.recit.fi/en/>



Läraren som informationsförmedlare och byggare av partnerskap i vardagen

I denna sista del i guiden behandlas samarbetet mellan läraren och arbetsplatserna ur informationssynvinkeln.

Samarbetet med arbetsplatserna är centralt och det har även skrivits in som mål i lagen om yrkesutbildning. En intensifiering av arbetslivssamarbetet till ett partnerskap håller läroanstalterna medvetna om kundernas behov. Det har de studerande mest nytta av, men partnerskapet behövs även för att förnya kunskandet i arbets- och näringslivet i regionen.

Idag är det allt viktigare att läroanstalterna också kan svara på utbildningsbehov som snabbt förändras. Hur samarbetet med arbetslivet lyckas påverkar i fortsättningen även den finansiering som läroanstalten får.

Med ömsesidighet säkerställer vi att samarbetet är lönsamt och effektivt för alla parter. Det interaktiva partnerskapet utgår från partnerskap i vardagen med arbetslivet. Det genomförs i praktiken som ett samarbete mellan läraren och arbetsplatsen exempelvis i utbildnings- och läroavtalsverksamheten, vid arbetsplatsbesök och andra gemensamma träffar. I partnerskapsarbetet deltar läroanstaltens hela personal - på alla nivåer inom organisationen - utgående från sitt eget arbete.



Bild: Utvecklingsprogrammet Bästa service

Läraren som informationsförmedlare

Mötena mellan läraren och arbetsplatserna erbjuder många möjligheter till samarbete och en fördjupning av det.

Därför är det viktigt att:

- Jag är insatt i den nya lagens former för lärande i arbetslivet och i min information använder jag yrkesutbildningsbegrepp i enlighet med dessa.
- Jag förstår min egen roll som informationsförmedlare, samarbetspartner samt läroanstaltsens imagebyggare i förhållande till arbetslivet.
- Jag är medveten om att det är viktigt att informera med enhetliga begrepp, eftersom samma arbetsplats kan besökas av flera personer från vår läroanstalt eller av personer från flera olika läroanstalter.
- Jag informerar kundorienterat och tydligt på ett sätt som de studerande och arbetslivskunderna förstår. Jag är ändå inte en besserwisser när jag använder begreppen för jag är medveten om att kunderna inte behöver tillägna sig läroanstaltsterminologin eller be om ursäkt för att de inte kan använda rätta termer eller begrepp.
- Jag är insatt i vår egen organisations informationsplan och drar nytta av den i min information till mina egna arbetslivspartner.
- Jag vet vilka lokala och nationella informationskanaler det finns om lärande i arbetslivet och kan i vår organisation utnyttja riksomfattande material som man kommit överens om att ska användas gemensamt.
- Jag beaktar målgruppen och informerar kunderna om saker som är viktiga för dem.

Det är bra att komma ihåg att kunderna inte är intresserade av saker som hör till en läroanstalts interna process.

Läroanstaltens/arbetsgivarens personal



Läraren som informationsförmedlare och byggare av partnerskap i vardagen

Ge akt på serviceprocessen

Uppmärksamma serviceprocessen!



- Verksamhet som kunden ser
- I huvuddrag enhetlig service
- Attityd: vilja att ge service
- Kunnande: förmåga att ge service
- Strukturer och resurser: möjlighet att ge service



- Läroanstaltens interna verksamhet
- Samverkan
- Kunnighet
- System och stödtjänster
- Arbetsfördelning och roller

Utvecklingsprogrammet Parasta Palvelua (Bästa Service) 2019

För reflektion

- Vilka saker hör till serviceprocessen för kunderna? Vilka saker hör åter till läroanstaltens interna verksamhetsprocess?
- Vad är det för skillnad mellan att informera till en studerandekund och till en arbetslivskund?
- Vilka alla i er organisation deltar i att informera om lärande i arbetslivet?
- Vilka av läroanstaltens interna saker lönar det sig inte att informera arbetslivet om?
- På vilka sätt och i vilka kanaler är lärande i arbetslivet synligt i er information (broschyrer, webbsidor, sociala medier, presentationsmaterial, tjänster för arbetsplatshandledare osv.)?
- Vilken nytta har de studerande och arbetslivet av att varje representant för personalen informerar om lärande i arbetslivet enhetligt, med aktuella termer och begrepp?

Vår information till arbetslivet - information, handledning, rådgivning

Till stöd för utbildnings- och läroavtalsprocessen har det för läroanstalternas användning producerats ett omfattande material, i vilka man förklarar det praktiska kunnande som behövs i processen för lärande i arbetslivet. En av delarna behandlar information, handledning och rådgivning och lärarens roll i informationsarbetet.

Power Point-materialet har indelats i fyra delar:

1. Kundorienterad information, rådgivning och handledning
2. Gemensam planering av lärande i arbetslivet
- 3.Handledningssamarbete i vardagen
4. Yrkesprovets kvalitet



Varje del innehåller case-berättelser, frågor för reflektion och motiveringar för kunnandet, bl.a. lagar och förordningar. Materialet lämpar sig för användning gemensamt till exempel som en del av introduktioner och utbildningar.

Bekanta dig med utbildningsmaterialet: <https://trello.com/c/T4jeDA8c>

I materialet kan du få tips för följande situationer:

- **Information till arbetslivet:** Hur pratar man med kunden om utbildnings- och läroavtalet eller om PUK?
- **Arbetskraft behövs...snabbt!** Vem hos oss är det som egentligen betjänar?
- **En ny arbetsgivare tar kontakt:** Vem hänvisar du till och vem tar hand om det?
- **Studier under sommarlovet:** Kan man avlägga en examensdel från en annan examen?
- **Hur inverkar lönen på stöd?** Inte kommer det väl överraskningar i den studerandes ekonomi?

Arbetsplatsbesök - partnerskap i vardagen när det är som bäst

Möten mellan läroanstaltens och arbetslivets aktörer på arbetsplatserna är de bästa platserna för en fördjupning av samarbetet.

Det förutsätter att man redan på förhand funderar på de önskemål och förväntningar på samarbetet som arbetsplatsens representant tagit upp. Mötet kan inledas med att man diskuterar dessa saker. Det är också bra att utnyttja sammanställningsresultat från arbetsplatsenkäter när man förbereder sig för mötet och kundens roll. Förutom vid kundmöten kan man sätta sig in i kundens roll i olika verkstäder och vid gemensamma tillställningar.

Den nya yrkesutbildningen har de senaste åren utvecklats tillsammans med studerande- och arbetslivskunder med metoder för servicedesign och för utveckling tillsammans. Genom utvecklingsarbetet tillsammans har utvecklingsobjekt för lärande i arbetslivet dvs. "kritiska punkter" tagits fram. De inverkar på hur bra den studerande och arbetslivet upplever att lärandet i arbetslivet lyckades. De kritiska punkterna är sådana konkreta saker med hjälp av vilka man tillsammans bygger upp ett kundorienterat samarbete som producerar mervärde för arbetslivet.



När vi utvecklar vår verksamhet på dessa kritiska punkter tillsammans med våra kunder, blir de erfarenheter och resultat som våra kunder får av vår utbildnings- och läroavtalsverksamhet bättre än tidigare. De kritiska punkterna ger oss också möjlighet att samla in kundrespons och förbättra vår service. När de styr vår verksamhet även i samband med arbetsplatsbesök känner kunderna att vi fäster uppmärksamhet vid saker som är viktiga för dem.

Arbetsplatsbesöken erbjuder många möjligheter till fördjupning av samarbetet

- En hurdan plan har du för handledningsbesök på en arbetsplats?
- Kan arbetsplatsens representanter få kontakt med dig? Använder ni digitala verktyg vid kontakt?
- Använder ni i läroanstalten enhetliga/riksomfattande material till stöd för arbetsplatshandledning och introduktion?
- Är avläggandet av yrkesprov ett enhetligt och kundorienterat tillvägagångssätt? Förstår alla parter vad man gör i ett yrkesprov?
- Hur följer ni upp genomförandet av planer som gjorts upp vid arbetsplatsbesöken? Hur informeras det om förändringar?
- Hur för du vidare servicebehov som tagits upp på arbetsplatserna? Vilka andra tjänster som er läroanstalt erbjuder presenterar eller erbjuder du vid arbetsplatsbesöken?

Tips för arbetsplatsbesöken - med tanke på information och marknadsföring av service

1. Förbered dig

Till ett lyckat kundmöte hör att du identifierar olika slags kunder och kundrelationer. Du kan förbereda dig för ett möte med hjälp av följande checklista.

• Vem ska du träffa?

- Kundens roll i organisationen
- Vilka saker har personen ansvar för? Kan personen fatta beslut?
- Hur tänker personen? Vilka värderingar och attityder kan du på förhand ta reda på? Ta reda på personens profil i till exempel LinkedIn, och se om där finns en blogg, en ansiktsbild eller rentav en video, på vilken denna person uppträder.

Att se en video hjälper en att orientera sig i interaktionen med en främmande person och det kan främja att diskussionen löper naturligt.

• Vilka mål har du för mötet?

- Vad har du tänkt presentera?
- Vad har du med dig för material?
- Vilka av era tjänster kunde du erbjuda kunden för att fördjupa ert samarbete och uppfylla kundens behov?

Det lönar sig att förutom printmaterial förse sig med till exempel en pekplatta eller en bärbar dator så att du vid behov kan söka efter material enligt kundens behov.

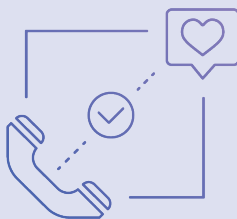
• Vad måste den andra parten ha för förväntningar på dig?

- Hur kan du överträffa förväntningarna? Ta med dig något överraskande till personen.

Till förberedelserna hör också att bekanta sig med det serviceutbud som den egna organisationen erbjuder t.ex. via webbsidorna. Ta också reda på kontaktuppgifter till personer som kunden kan vända sig till för att få mer information om tjänsterna.

TIPS!

Det är bra att med kunderna komma överens om kontaktsätt som passar alla parter. På det sättet kan kontakterna skötas så smidigt som möjligt.



2. Genomför

Den första kontakten med en potentiell kund kan vara ett e-postmeddelande. Det lönar sig att välja en rubrik för meddelandet som väcker kundens uppmärksamhet.

Om det överenskomna mötet sänder man en kalenderinbjudan där det är bra att skriva en beskrivning av mötet - vad har mötet för syfte och mål samt vilken nytta av mötet har de som träffas.

Nycklar till att lyckas bygga ett förtroende är att komma på någonting som man har gemensamt med kunden, och det är samtidigt en nyckel till att gilla den andra. Det här kan låta självklart, men det visar också att du är intresserad av kundens behov och förhoppningar.

Vid det första mötet är det viktigt att börja med tanken "Hur kan jag hjälpa den här arbetsgivaren? Betoningen vid mötet ligger på att förstå kundens situation och på en kartläggning av behovet.

En bra första fråga är "hur står det till" som är formulerad så att den är lämpligt öppen för situationen, t.ex. "Hur står det till här just nu?" Det här ett bra sätt att redan få fram eventuella servicebehov, som ni sedan under diskussionen kan precisera.

Vilka lösningar erbjuder du?

När förtroendet byggs enligt ett ömsesidigt kundtänkande och man förstår kundens situation är det enkelt att komma på en lösning som är lämplig för kunden.

Tidsanvändning vid mötet

Att träffa nya representanter för arbetslivet är ur lärarens synvinkel en verksamhet som liknar en försäljning inriktad på ett avgörande.

Då fördelas tidsanvändningen vid mötet ungefär enligt följande:

- | | |
|---|------|
| • Att bygga och förstärka förtroendet | 40 % |
| • Att kartlägga situationen och behovet | 30 % |
| • Att framställa en lösning | 10 % |
| • Att framföra mervärdet och fördelarna | 10 % |
| • Att begära ett beslut - skulle det här passa? | 10 % |

Behovskartläggning och frågeteknik

Det finns olika intervjutekniker som används vid en behovskartläggning - här är de viktigaste:

- Diskussionen inleds med lätta frågor och går vidare mot mer utmanande.
- Frågorna har till en början att göra med större helheter och framskrider sedan mot detaljer.
- Man ställer "öppna" frågor som inte kan besvaras med "ja" eller "nej". Lämpliga frågeord är då till exempel vad, hurdan, hur.
- Frågor som börjar med varför är besvärliga, ofta är det bättre att ställa dem först till sist.

Exempelvis följande frågeteknik kan användas när man vill utreda möjligheterna till samarbete. Frågorna växlar naturligt när man till exempel vill komma överens med en studerande eller en arbetsplats om utbildnings- eller läroavtalsalternativen eller om gemensamma projekt.

1. Situationsfrågor

- Har ni tidigare haft samarbete med läroanstalter? Hur har det fungerat?

2. Problemfrågor

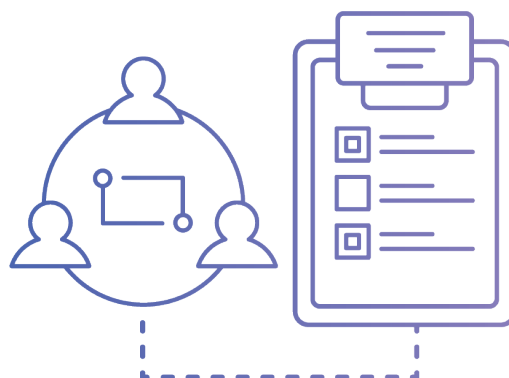
- Hurdana utmaningar har ni haft med samarbetet?
- Hurdana utmaningar har ni haft med att utveckla kunskandet?

3. Följdfrågor

- Vad har blivit följden av dessa utmaningar?

4. Betydelsefrågor

- Vad är viktigt för er i läroanstaltssamarbetet?
- I vilka slags frågor upplever ni att läroanstalten kan vara till hjälp eller en partner för er?



Lyssnande

En äkta process av närvaro och lyssnande följer nedanstående schema.

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. Lyssnande | (Hearing) |
| 2. Förståelse | (Understanding) |
| 3. Komma ihåg | (Remembering) |
| 4. Tolkning | (Interpreting) |
| 5. Utvärdering | (Evaluating) |
| 6. Besvarande | (Responding) |

Naturligt lyssnar vi dock så att vi uppberar faserna i ordningen 1. lyssnande, 5. utvärdering, 4 tolkning, 6. besvarande.

Ett sådant sätt att reagera leder lätt till missförstånd. En alltför förhastad utvärdering mitt i en annans mening och en felaktig tolkning på grund av det får den andra parten att känna att vi inte är intresserade. Det lönar sig att vid kundmötet satsa på lyssnandet och dämpa sina egna reaktioner. Om man lyckas med det garanterar det ett lyckat möte!

Alltid är det också möjligt att förvissa sig om (punkterna 2 och 4) att jag som lyssnare förstod rätt och ställa preciserande frågor, som t.ex. "Förstod jag rätt att...? Tolkade jag rätt att...?"

TIPS!

Det interaktiva partnerskapet och samarbetet medför fördelar för alla parter. Visst har du presenterat vad din kund får ut av samarbetet, vilken roll personen har och vad hen förbinder sig till.

Beslut och avgörande/lösning

Varje möte är förknippat med ett mål. Detta mål kan uppfyllas bara om man vågar fråga kunderna om ett beslut. Det här kallas för call to action -delen. På det sättet säkerställer man att kunden får en avgörande lösning.

Ska vi börja utveckla tillsammans? Ska vi ingå ett utbildnings- eller läroavtal för den studerande? Är arbetsplatsen villig att ta emot studerande också senare? Finns det behov av att utveckla kunnandet för den del av personalen som redan finns på arbetsplatsen? Eller finns det utbildningsbehov för arbetsplatshandledarna?

Att begära ett avgörande är kritiskt med tanke på att förbinda sig till samarbete! Av den orsaken är det också viktigt att avtala om en deadline för beslutet, om kunden inte just då har möjlighet att svara. När man fattar ett beslut är det bra att repetera vad man kommit överens om och när man återkommer till saken. Du ska vid behov framföra servicebegäran till en person i din egen organisation som kan se till att saken avancerar.

Det interaktiva partnerskapet och samarbetet medför fördelar för alla parter. Se till att du har presenterat vad din kund får ut av samarbetet, vilken roll personen har och vad hen förbinder sig till.

Efterarbeten efter mötet

Genast efter mötet är det bra att till kunden sända en skriftlig sammanfattning eller ett PM över mötet och av de saker man där kommit överens om.

Anteckna de saker man avtalat med kunden också i den databas som man enligt skötselmodellen för kundrelationen använder i din läroanstalt. Förmedla servicebehoven till de personer som sköter frågan vidare och informera också kunden om detta. Det förutsätter att du känner till din organisations tjänster och nätverk så att du vid behov kan styra servicebehov vidare.

Hur säkerställer du i den här situationen att kunden får en lösning?

- Hurdana sätt och processer har ni i er läroanstalt för insamling av respons? På vilket sätt utnyttjar du arbetsplatsbesök för insamling av respons?
- Hur behandlas respons? Hur får du själv ta del av responssammanställningar?
- Vad händer när en studerande har blivit klar med sin examen? Får arbetsplatserna något tack för samarbetet?



3. Utvärdera

Det lönar sig att göra en kort självvärdering efter ett möte.

- Hur lyckades mötet i förhållande till dina uppställda mål och de förväntningar som du hade på mötet?
- Vilken slags känsla fick den person du träffade av mötet?
- Vad lyckades du enligt din egen åsikt bra med?
- Vad kommer du att göra på ett annat sätt nästa gång?

Anteckningar

Här kan du anteckna dina iakttagelser om information till arbetslivet.

[illegible]

Kontaktuppgifter

Guiden har producerats av utvecklingsprogrammet Bästa service.
Guiden kan laddas ner på adressen: <https://trello.com/c/RsR4d9mM>
Ge respons på guiden: <http://bit.ly/2kHvndD>