# Værktøjskasse til eReolen virksomhedspakke

*Med tusindvis af e-bøger og lydbøger er eReolen et stærkt tilbud til virksomhedens ansatte. For ansatte med langt til job er lydbøgerne særligt interessante, mens udenlandske ansatte kan nyde godt af de engelske titler på eReolen Global. Men hvordan får man formidlet tilbuddet på en måde, så de ansatte tager det i brug?*

## Indledende spørgsmål til virksomheden

Når man har fundet en virksomhed, som er interesserede i et samarbejde, gælder det om at få en forståelse for, hvordan virksomheden er opbygget. Meget kan klares via desk research, men det bliver hurtigt nødvendigt med et møde, hvor man afklarer spørgsmål.

I en større virksomhed er det typisk HR-afdelingen der tager sig af denne type henvendelse, og man kan med fordel undersøge, om virksomheden har en personaleforening – i så fald er det lederen af denne afdeling, man i første omgang skal kontakte.

Derudover er det vigtigt, at finde ud af hvilke forventninger man kan have til virksomheden, og hvad virksomheden forventer af biblioteket.

Her er gode spørgsmål til de indledende samtaler:

**Hvilken type ansatte har virksomheden?**

* For ansatte der pendler, kan lydbøger være særligt relevante
* For udenlandske ansatte, kan eReolen Global være særligt relevant

**Hvad er retningslinjerne for virksomhedens interne kommunikation?**

* De fleste virksomheder har et intranet – men hvem må lave opslag her, og er der krav til indhold?
* Er det muligt at sende fælles mail med info til alle ansatte?
* Hvor mange gange/hvor ofte er det muligt at kommunikere via denne kanal?
* Er det muligt at sende et spørgeskema til de ansatte?

**Hvordan er virksomhedens fysiske rammer?**

* Har virksomheden afdelinger i flere dele af landet?
* Er der et lokale (fx en kantine), hvor alle ansatte samles?
* Er dele af virksomheden afskåret for biblioteket, fx pga. sikkerhedshensyn?

**Hvilke resurser afsætter virksomheden til projektet?**

* I hvilken grad kan virksomheden deltage i formidlingen?
* Hvad forventes af biblioteket?

## Indledende spørgsmål til ansatte

God formidling kræver viden om virksomhedens ansatte. Det kan være relevant at udsende et spørgeskema for at afklare overordnede træk ved de ansattes interesser og læsevaner. Her er eksempler på viden, det er meget relevant at indsamle:

* Hvilke bøger interesserer de sig for?
* Er der både e-bogslæsere og lydbogslyttere blandt de ansatte?
* Benytter de andre digitale tilbud som Mofibo eller Storytel?
* Er de ansatte i forvejen biblioteksbrugere, eller skal de oprettes som lånere?

(Se evt. spørgeskemaet fra projektet ”En god historie” vedlagt som bilag i Kulturstyrelsens Projektbank)

## Formidling på virksomheden

Det kan være en god idé at afholde et arrangement hos virksomheden, hvor tilbuddet præsenteres for alle interesserede ansatte. Arrangementet kan fungere som et informationsmøde, og det kan være en god idé at have grafisk materiale med – fx flyers til uddeling. På nogle virksomheder kan det være en mulighed at få en informationsstand, fx i virksomhedens kantine, hvor det er muligt at kommunikere med de ansatte på tomandshånd, skrive de ansatte op til nyhedsbrevet og evt. uddele vouchers, som gør det muligt at logge ind på eReolen i en begrænset periode uden at være bruger på et bibliotek.

## Tilbuddets indhold

Projektet ”En god historie” har givet anledning til at udarbejde to konceptbeskrivelser som kan tilbydes virksomheden – en større, udfoldet model (Model A) og en mere begrænset model (Model B). De to koncepter er beskrevet nærmere i slutrapporten. I opstartsmødet med virksomheden kan det anbefales at afstemme, hvor omfangsrigt tilbuddet skal være. Skal der fx laves skræddersyet formidling eller skal medarbejderne introduceres til den eksisterende formidling på eReolen (nyhedsbrev, redaktionelt indhold, Facebooksiden etc.)?

## Digital litteraturformidling

Det er oplagt at formidle digital litteratur på digitale platforme. Måske skal der oprettes en underside på bibliotekets hjemmeside, hvor de ansatte kan få målrettet inspiration til deres læsning? Det er også en mulighed at oprette en Facebook-gruppe eller en blog på fx Wordpress, hvor de ansatte kan tilmelde sig og få gode litteraturtips. Hertil kan desuden tilknyttes et månedligt nyhedsbrev, som minder virksomhedens ansatte om tilbuddet og serverer litteraturformidling direkte i mailboksen. Nogle ansatte kan være kritiske over for Facebook, så før man opretter en gruppe, er det en god ide at spørge de ansatte og ledelsen til råds.

Formidling af digital litteratur er som al anden litteraturformidling: Det er vigtigt, at man skriver for at inspirere til videre læsning med energi, personlighed og entusiasme. Her er nogle håndgribelige værktøjer, som altid er gode at have i baghovedet:

* Vælg et tema, som din artikel skal fokusere på. Det kan være noget, du har oplevet, litteratur, du holder af, noget, du mener er spændende, vigtigt, har nyhedsværdi, aktualitet etc.
* Skriv de vigtigste budskaber i starten af artiklen og uddyb så efterfølgende med faldende relevans.
* Hold dig til aktive sætninger med stærke udsagnsord, som fanger læseren. Placer gerne de mest spændende eller sjove ord i starten og i slutningen af sætningen.
* Find og rediger dig frem til et passende billede med meget blikfang og høj opløsning. Der findes en række billedportaler på nettet, hvor du kan finde billeder, der ikke er beskyttet af ophavsretten.
* Vedhæft afslutningsvis de bøger, du gerne vil formidle til læseren. Det kan være i form af screenshots af eReolens bogforsider med boginformation og låneknapper. De kan så knyttes til et link til eReolens hjemmeside.

## Uforudsete udfordringer

I store og komplekse virksomheder kan man altid støde på udfordringer, man ikke havde forudset. Det kan have at gøre med retningslinjerne for intern kommunikation, eller sammensætningen af ansatte. Uforudsete udfordringer er en god anledning til at tænke kreativt.

I forbindelse med brugerundersøgelsen blandt Vestas’ ansatte i projektet ”En god historie” var det tydeligt, at mange af de ansatte ikke var oprettet som brugere på deres lokale bibliotek. For at gøre det så enkelt som muligt for medarbejderne at få kendskab til eReolen, fremstillede projektgruppen ”vouchers” med midlertidige logins til eReolen. Det krævede lidt IT-mæssig udvikling, men det var et stort hit blandt de ansatte, og det gav projektgruppen noget håndgribeligt at dele ud blandt medarbejderne, og kortet (udformet som et visitkort) virkede samtidig som en lille påmindelse om projektet og tilbuddet.