

# Kommunikation för ett lyckat IT-projekt

POPULÄRVETENSKAPLIG SAMMANFATTNING AV **Mattias Mellhorn**

KOMMUNIKATION ÄR IDAG EN AV DE STÖRSTA UTMANINGARNA FÖR ATT NÅ ETT LYCKAT IT-PROJEKT. MEN HUR SKA MAN VETA VAD OCH HUR MAN SKA KOMMUNICERA? MAPS STÅR FÖR **M**APPING TO **A**VOID **P**ROJECT **S**URPRISES OCH ÄR EN METOD SOM HJÄLPER TILL ATT SAMLA IN INFORMATIONEN SOM BEHÖVS FÖR ATT SKAPA EN BRA KOMMUNIKATIONSPLAN.

## Lyckade IT-projekt

Idag blir mjukvara och IT-tjänster en allt viktigare del av de värdeerbjudanden som företag presenterar. Stora kommersiella applikationer, IT-stöd och Appar finns runt oss varje dag. Mjukvara blir även en större och större del av de produkter som produceras. Så behovet av lyckade IT-projekt blir därav bara viktigare.

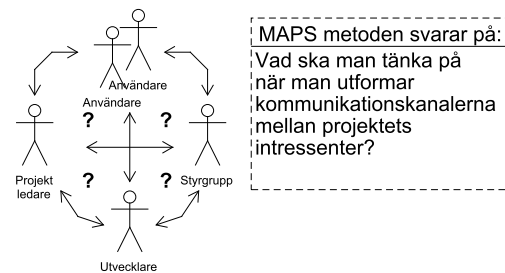
För att projekt ska upplevas som lyckat måste det som levereras uppfylla de förväntningar som projektets intressenter har, det vill säga alla de som berörs av projektet. För att lyckas måste ett gemensamt mål definieras. Detta kräver god kommunikation mellan alla inblandade, t ex användare, projektteam, styrgrupp, och externa intressenter. Detta är ingen lätt uppgift! Förändringar och hur projektet ligger till jämfört med målet behöver också nå ut till intressenterna för att justera deras förväntningar. Kommunikation är därmed en väldigt viktig komponent för att uppnå ett lyckat projekt.

## MAPS metoden

För att lyckas med kommunikation i ett större projekt, med många intressenter, behövs en kommunikationsplan så ingen glöms bort eller får fel information. En bra kommunikationsplan innehåller bl.a. information om vilka som ska kommuniceras med, vilken information de behöver, och vilka förväntningar som de har. MAPS metoden är en arbetsmetod för att samla in denna information. MAPS fokuserar på att kartlägga ett projekts kommunikationskanaler, dvs vem som kommunicerar omkring vad, och kan användas på de flesta större projekt.

Mer konkret fokuserar MAPS metoden på att den som koordinerar projektet, i de flesta större projekt är detta projektledaren, genomför intervjuer med alla intressenter för att få informationen direkt från en förstahandskälla. Genom personliga intervjuer kan man trycka på att information ska användas för att förbättra för intressenter så hon får rätt information. Under intervjun kartläggs kommunikationskanaler in och ut från intressenten, detta med utgångspunkt i hennes arbetsuppgifter och den

information hon behöver för att utföra sina arbetsuppgifter. De nya intressenter som eventuellt identifieras under intervjun blir ombedda att också ställa upp på en intervju. På detta sätt identifieras fler och fler intressenter vilket till slut leder till en komplett karta.



Kommunikationsavstånd i de olika kommunikationskanaler identifieras under intervjun. Dessa kommunikationsavstånd kan vara skillnader i kunskapsnivån för produkten eller skillnader i erfarenhet. Avstånd kan leda till missförstånd om de inte hanteras och genom att kartlägga dessa på förhand kan missförstånd, som kostar tid och därmed pengar, undvikas.

## Fördelar

MAPS metoden identifierar kommunikationskanalerna, och information om dem, mellan de relevanta intressenterna. Genom att samla in denna information i en direkt kontakt med intressenterna är även information bättre förankrade hos dem, vilket leder till att en bra kommunikationsplan kan utformas. Med bättre kommunikation inom projektet kan målet och förväntningarna hållas gemensamma för alla intressenter och öka sannolikheten att projektet kommer upplevas som lyckat. Med ett gemensamt mål kommer intressenterna att sträva åt samma håll vilket underlättar koordineringen inom projektet. Om intervjuerna görs på ett skickligt sätt kan även mjuka fördelar erhållas. Att inkludera personerna som berörs av kommunikationsplanen i planering ökar sannolikheten att de följer planen vilket också kan bidra till ett lyckat projekt.