

# SWOT-analyse for kommunikasjonsstrategi:

## STYRKE

### Kontorer flere steder i Norge:

- Tromsø: Nordområdene
- Bergen: maritim
- Oslo: beslutningstakere, NRK

- Tett i forhold til ekstremvær
- Nær konkurrenter og samarbeidspartnere
- Legitimitet til fagområde

### Bredt fagmiljø

- kan ivareta ulike behov gjennom hele prosessen, kvalitetssikre fra alle ledd i org.
- kan ta ansvar for det som leveres ut

### Godt omdømme

- Synlighet i NRK
- Yr.no
- FoU i visse miljøer

### Frie data

- omdømme
- gir brukerkontakt
- banebrytende

### Kreative, positive subkulturer

- deler av org. med nye tiltak

## MULIGHETER

### Godt omdømme

- kan bruke dagens omdømme til å styrke andre satsningsområder
- > få bredere omdømme

### Mer samarbeid

- CIENS
- DSB, NVE, NGI, JBV ...
- CICERO
- NRK
- Andre nasjonale aktører

### Framsnakking

- av met.no's fagområder/ prosjekter
- internt og eksternt

### Ny håndbok

- lettere tilgang til nødvendig info for ansatte

### Produkter som utvikles fra våre frie data

- flere brukere/ spesielle brukere nås
- brukere kan få skreddersydd
- gratis markedsføring

### Utnyttelse av felles ressurser

- i prosjekter
- andre miljøer utenfor met.no

### Miljø og klimautvikling

- Fornybar energi- vindkraft
- Grønne sertifikat

### Kompetansedatabase

- oversikt over hva folk jobber med
- mulighet til bedre å utnytte kompetanse
- flere blir synlige

### Stor formidlingsvillighet

- Sterkt forankret i organisasjonen: overvåke - varsle - formidle - gode formidlere (flere faggrupper er trenet)

### Gode analyseverktøy og modeller

### Eier av meteorologiske data

- skattkiste over fortiden
- god kvalitet

### Døgnbemanning

- operativ mot media 24/7
- krisekommunikasjon: ekstremvær, aske
- kan mobilisere i krise og spisse innsats

### God kommunikasjon med fagforeningene

- en god kanal for info på met.no
- styrker åpenheten i org.

### Yr.no

- sterk merkevare og mye brukt
- mange faggrupper involvert

### Brukerkontakt

- utnytter bra på yr.no
- åpen på telefon/ e-post
- kan omsette videre i omdømmebygging

### Godt medienettverk

### Døgnbemanning

- kan ta mer initiativ før hendelser treffer
- sosiale medier er 24/7

### Ny teknologi - sosiale medier

- blogging
- twitter, FB, YouTube ..
- nye typer intranett

### Nordområdene i tiden

- unik kompetanse på met.no
- har produkter som er relevante
- "vi er der"
- konkurransedyktige

### Fortelle om videreutviklingen av yr.no

- jobb knyttet til videreutvikling av api.met.no er større enn det som framstår eksternt og internt, med mange faggrupper som bidrar

### Nye arenaer

- Fiskermøter
- ONS
- Sportsarrangementer
- Energiserteret
- Rekrutteringsarenaer
- Tekna - faglærere

### Nye kilden

### Formidle verifikasjon

### Nye brukergrupper/ nye kontrakter

- fiskeriknæringen
- offshore

### Grønne sertifikater

### Standardisering av observasjoner

### Sterke økonomiske interesser - maritim varsling - trusler og muligheter

(eks Norges to største eksportnæringer fiske og offshore gir føringer)

Større muligheter til å formidle grafisk tunge produkter

## SVAKHET

### Eierskap

- behov for bedre avklaring av eierskap til prosjekter og produkter

### Innsats blir underkommunisert

- jobb knyttet til videreutvikling av api.met.no er større enn det som framstår eksternt og internt, med mange faggrupper som bidrar

### Mangler kom. strategi

- retning og mål

### Avdelingers wikisider

- blir hovedside for intranett

### Innblikk

- uklar etterspørsel ut i organisasjonen etter informasjon som skal/ bør deles på Innblikk
- uklare kriterier på hva som blir nyheter på Innblikk
- manglende ressurser til å jobbe systematisk med Innblikk
- brukes ikke av alle ansatte
- enveis informasjon
- uklart eierskap, manglende vedlikehold

### Treg organisasjon

- ofte lite fleksibel i forhold til endringer i omgivelsene

### For mange informasjonskanaler

- mange å forholde seg til
- ingen prioritert felleskanal (i praksis)
- retro.met.no eksisterer fortsatt

### Visuell profil

- trenger oppgradering
- dårlig grafikk og presentasjoner

### Mangler åpen debatt

- fora for dette
- spesielt klimaforskningen

### Klimaformidlingen

- uklart mål for met.no
- få ressurser
- stor mediebelastning på noen få

### For lite IT og Kommunikasjonsressurser

### Prosjekt

- svake systemer for i gangsetting av nye prosjekter
- ikke prosjektstyringssystem

### Manglende intern koordinering

- mellom seksjoner/ divisjoner
- mellom prosjekter
- mellom produkter
- haltende samarbeid
- prosjektledere uten klart ansvar og mandat
- mulighet for ukoordinert tilbakemelding til kunder

## TRUSLER

### Frie data

- forhold til andre met. institutt
- misbruk av data
- leverer ut data vi ikke eier, ex EC

### Lav turnover internt

- får ikke inn ny kompetanse
- sett på som en "satt" organisasjon

### Motstand mot klimabudskap

- Krav og ønsker eksternt er større enn det som prioriteres internt.

### Antall henvendelser overstiger tilgjengelige ressurser

- Enkelpersoner tar mye tid

### Gjøre målsliste hindrer kontakt ut

### Avhengighet av NRK

- TV/ radio
- yr.no

### Endringer i politiske føringer

- nasjonalt og internasjonalt
- nordområdene

### Andre er mer konkurransedyktige

- klimaforskning
- nordområdene
- varsling
- kommunikasjon/ presentasjon av våre varsler i nye medier

### Intern uenighet som blir eksponert eksternt

- Andre presenterer våre fagfelt bedre enn oss
- bedre kommunikasjonskompetanse

### Nye medier krever en enkel framstilling

- Når vi yngre generasjoner? NRK brukes mindre i yngre grupper.
- Når vi eldre målgrupper når vi fokuserer for mye på nye medier?

### Maritim varsling og yr.no

- henger etter på yr.no
- ikke PROFF editering

### Verktøy/ modeller

#### - mangler koordinering:

- Ansatte kan ikke respondere kjapt på varsel som er sendt ut
- uoversiktlig mengde
- mangler verifikasjonssystemer
- mangler god visualisering for bruk

### Turnusbemanning

- vanskelig å få involvert deler av ansattgruppen i interne prosjekter, samlinger, allmøter

### Godt omdømme, uklar strategi

- "Vi gjør bare det vi skal gjøre", omdømme gir seg selv - kan bli sovepute, for lite bevisst

### Lav kunnskap om Kilden internt

### Negative subkulturer

- Nedsnakking av andres fagområder/ prosjekter
- vi og dere

### Manglende dokumentasjon og eierskap på produkter

### Økonomiavhengig turnus

- met.no's forskningspublikasjoner er lite tilgjengelige

### Manglende respekt for hverandres profesjoner/ kompetanseområder