

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Minna Mononen			
Työn nimi Vuorovaikutteisen viestinnän kehittäminen Case Ajoneuvoteollisuusyritys			
Päiväys	6.5.2018	Sivumäärä/Liitteet	65+10
Ohjaaja(t) Minna Tarvainen ja Hanna Leskinen			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Yritys X			
Tiivistelmä Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten työyhteisöviestintä sekä myynnin, suunnittelun ja valmistuksen yhteistyö toimii toimenkiantajayrityksessä ja onko yhteistyöhön löydettävissä parannus- ja tehostamiskeinoja viestinnän keinoilla. Työn tuloksena syntyi yrityksen käyttöön täydentyvä viestinnän käsikirja. Työn teoreettisena viitekehyksenä on yhteisöviestintä ja viestinnän suunnittelu. Työn lähestymistapana on tapaustutkimus. Tutkimusaineisto kerättiin kolmessa maassa tehdyillä kyselytutkimuksilla ja teemahaastatteluilla. Kyselyssä selvitettiin tyytyväisyyttä päivittäisviestintään, oman yksikön säännöllisiin palavereihin, tuotannonaloi- tuspäiväviestintään, johdon viestintään, tiedotustilaisuuksiin, koulutuksiin, vapaamuotoisiin henkilökuntatilaisuuksiin, kehityskeskusteluihin ja työntekijöiden omaan viestintään. Lisäksi kysyttiin viestintään toivottuja lisäpanostuksia sekä tyytyväisyyttä osallistumisen, palautteenantamisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksiin. Teemahaastattelut syvensivät kyselyn vastauksia. Tutkimuksen tulokset osoittivat viestinnässä olevan kehitettävää erityisesti Suomen yksikössä. Vastaajat olivat tyytyväisimpiä omaan viestintäänsä ja tyytymättömiä muutoksista viestimiseen, tiedotustilaisuuksien määrään ja säännöllisyyteen, koulutusten määrään sekä kehityskeskusteluiden määrään ja säännöllisyyteen. Tyytyväisyys viestintään vaihteli maittain. Osaltaan tätä selittää sekä kulttuurierot että erilaiset työroolit eri maissa. Tutkimuksen avulla löydettiin viestinnän kehittämistä vaativia osa-alueita ja tutkimus toimi hyvänä pohjana viestinnän käsikirjan laatimiselle. Viestinnän käsikirjaa hyödynnetään kohdeyrityksessä sekä päivittäisessä viestinnässä että strategiaviestinnässä.			
Avainsanat yhteisöviestintä, vuorovaikutus, viestintästrategia, viestintäsuunnitelma			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Management and Entrepreneurship			
Author(s) Minna Mononen			
Title of Thesis Development of interactive communication Case vehicle industrial company			
Date	6.5.2018	Pages/Appendices	65+10
Supervisor(s) Minna Tarvainen and Hanna Leskinen			
Client Organisation /Partners Company X			
Abstract The primary purpose of the thesis project was to examine how the work community communication and the sales, design and manufacturing co-operation work in the commissioning company and find ways to improve co-operation through communication. As a result of the research, a communications manual was created for the company. The theoretical framework of the thesis is organisational communication and public relations as well as communication design. The approach of the work is a case study. The research material was collected through questionnaires and theme polls conducted in three countries. The questionnaire comprised questions about satisfaction with daily communications, regular meetings of the unit, product meetings, management communications, information sessions, trainings, free-form staff meetings, development discussions and employee communication. In addition, the desired inputs for communication and satisfaction with the opportunities for participation, feedback and influence were investigated. The thematic interviews deepened the survey's responses. The results of the study showed that the communication needs to be developed especially in the Finnish unit. The respondents were most satisfied with their own communication and dissatisfied with communication in the change situations, the number and regularity of the information sessions, the number of courses and the number and regularity of the development discussions. The satisfaction for communication ranged from country to country. In part, this is explained by both cultural differences and different working roles in different countries. In conclusion, the research identified areas requiring development of communication. It also provided a good basis for making a communication manual which is used in the company both in day-to-day communications and in strategic communication.			
Keywords work community communication, interaction, communication strategy, communication plan			