

7. SELVEVALUERINGEN - VEJLEDNING

Selvevalueringen er deltagernes evaluering af egen organisation. Resultaterne fra selvevalueringen indgår i den samlede tildeling af netkroner med en vægtning på 40% (hertil kommer screeningen med 30% og brugervurderingen med 30%).

Bedst på Nettetets selvevaluering består i 2010 af 31 spørgsmål inden for temaerne:

- Organisatorisk arbejde,
- Business case og nytteværdi,
- Tværgående samarbejde,
- Brugerfeedback og brugerinddragelse,
- Effekt og nytteværdi samt
- Tilgængelighed og brugerhensyn.

Selvevalueringens resultater indgår i den samlede beregning af netkroner. Ønsker man at deltage i tildelingen af netkroner, er det derfor nødvendigt at besvare selvevalueringen.

Selvevalueringen for 2010 læner sig tæt op ad selvevalueringen for 2009, hvor der blev lagt vægt på spørgsmål vedrørende aktiviteter og tiltag, der skal være med til at sikre effekt og nytteværdi i organisationen. I tråd med den linje, der blev lagt i Bedst på Nettet 2009, er der i 2010 tilføjet seks spørgsmål med samme svarkategorier som tidligere. Fem af disse spørgsmål sigter mod de effekter og den nytteværdi, som organisationens strategiske tiltag og aktiviteter har haft. De nye spørgsmål er spørgsmål 3.1.6, 3.2.3, 3.3.5, 3.5.9 og 3.5.10, mens det sjette nye spørgsmål er spørgsmål 3.4.4 om brugen af sociale medier. Desuden er ordlyden i spørgsmål 3.4.2 ændret.

I årets Bedst på Nettet er der desuden tilføjet tre baggrundsspørgsmål. Baggrundsspørgsmål 1 til 3 indgår som baggrundsdata og påvirker ikke vurderingen af de digitale løsninger, og baggrundsspørgsmålene har derfor heller ikke betydning for tildelingen af netkroner. Formålet med baggrundsspørgsmålene er blandt andet at gøre det nemmere for Bedst på Nettet deltagere at identificere, hvem de finder det mest relevant at sammenligne sig med. Alle tre baggrundsspørgsmål er placeret i begyndelsen af spørgeskemaet og skal besvares for at gå videre til selvevalueringens resterende spørgsmål.

7.1 Hvem skal gennemføre selvevalueringen?

Selvevalueringen er en del af den samlede vurdering i Bedst på Nettet og skal på samme måde som de øvrige vurderingsmetoder (screening og brugervurdering) dække samtlige deltagere.

Spørgsmålene i selvevalueringen er derfor ikke specifikt tilpasset den enkelte deltager, men er formuleret bredt, så de kan dække alle typer af organisationer. Derfor skal deltagernes besvarelser, indsatser og resultater ses i relation til, hvilken type institution deltageren er. Er der specielle forhold for organisationen, der har indflydelse på besvarelsen, kan det kommenteres i kommentarfeltet.

Der vil sandsynligvis være behov for at involvere flere personer i organisationen for at gennemføre selvevalueringen, da spørgsmålene dækker forskellige områder og aspekter. De borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og den eksterne information er ofte tværgående. Personer der eksempelvis kan være relevante at involvere i besvarelsen af selvevalueringen er den ansvarlige leder for webområdet, fagkontorchefen og den øverste leder i organisationen. Det afgørende er, at I får gennemført en så retvisende og realistisk selvevaluering som muligt gennem involvering af relevante personer og ansvarlige ledere. Alle deltagere opfordres til at se selvevalueringen som en god anledning til at skabe fælles forståelse og afklaring af målsætninger og ansvarsfordeling i organisationen. En måde hvorpå flere forskellige personer kan involveres i selvevalueringen er fx ved afholdelse af en workshop.

Der skal ved afslutningen af selvevalueringen angives navn og titel på én person, som skal stå som samlet ansvarlig for besvarelsen på hele organisationens vegne. Disse oplysninger er kun tilgængelige for Bedst på Nettet og kan ikke ses af andre.

7.2 Hvad skal selvevalueringen baseres på?

Bedst på Nettet fokuserer på deltagernes eksterne digitale arbejde, og derfor er spørgsmålene i selvevalueringen knyttet til borger- og virksomhedsrettet digital information og eksterne digitale løsninger. Bedst på Nettet fokuserer dermed ikke på effekt og nytteværdi af de mere internt rettede digitale løsninger såsom intranet, ESDH mv.

Selvevalueringen skal baseres på det arbejde, som deltagerne har gennemført, og de resultater deltagerne har opnået i relation til den hjemmeside, som er udtrykket til at deltage i Bedst på Nettet. Der er enkelte organisationer, som deltager med mere end én hjemmeside. Disse organisationer skal lave en besvarelse pr. hjemmeside, da selvevalueringen indgår i beregningen af netkroner for den enkelte hjemmeside.

7.3 Svarmuligheder og pointgivning

I det følgende gives en nærmere beskrivelse af de enkelte svarmuligheder i selvevalueringen.

I meget høj grad: Denne besvarelse benyttes, når man vurderer sin organisation til at være optimal inden for det pågældende emne, fordi man vurderer, at hjemmesiden på det pågældende område ikke kan blive bedre. I meget høj grad udtrykker, at organisationen er i den absolutte top, når man sammenligner sig med andre institutioner af samme type. Benyttes denne svarkategori, skal svaret begrundes i kommentarfeltet. Begrundelserne skal være få eksempler i overskriftsform eller links til uddybende materiale. Hvis man benytter denne svarkategori, vil man blive opfordret til at fortælle sin succeshistorie i Bedst på Nettets inspirationskatalog (jf. nedenstående pkt. 7.6).

I høj grad: Denne besvarelse udtrykker, at man vurderer sin organisation til at gøre en rigtig god indsats inden for det pågældende emne med et rigtigt godt resultat. Der arbejdes målrettet med emnet, og emnet har derfor også stor opmærksomhed i organisationen.

I nogen grad: Denne svarkategori betyder, at man vurderer, at organisationen yder en jævn indsats inden for det pågældende emne med blandede resultater til følge. Sammenlignet med andre institutioner af samme type betragter man organisationen som hørende til midterfeltet.

I ringe grad: Denne besvarelse benyttes, når man vurderer sin organisation til at yde en mindre indsats inden for det pågældende emne, end man oplever at andre organisationer gør, eller end man oplever, der er behov for. Typisk har emnet ikke særlig opmærksomhed i organisationen og resultaterne er derfor begrænsede eller negative som følge heraf.

Slet ikke: Benyttes hvis man vurderer, at organisationen slet ikke har fokus på det pågældende emne eller har arbejdet med det pågældende emne.

Ikke relevant: Denne svarkategori er udtryk for, at man vurderer, at det pågældende emne slet ikke er relevant for organisationen uanset hvilke perspektiver, man lægger i det. For at denne besvarelse vil blive accepteret af Bedst på Nettet, skal der gives en begrundelse i kommentarfeltet for, hvorfor emnet ikke er relevant. Bedst på Nettet vil bedømme om begrundelsen er saglig. Er begrundelsen saglig, accepteres besvarelsen, og det pågældende spørgsmål vil blive neutraliseret og trukket ud af den pågældende organisations pointberegning. Der må dog maksimalt svares Ikke relevant til 15 af de 31 spørgsmål, for at besvarelsen kan indgå i den samlede vurdering.

De enkelte spørgsmål i selvevalueringen indgår med lige stor vægtning. Pointfordelingen mellem de forskellige svarmuligheder er som følger:

I meget høj grad	4 point
I høj grad	3 point
I nogen grad	2 point
I ringe grad	1 point
Slet ikke	0 point
Ikke relevant	Indgår ikke i beregningen

7.4 Brug af kommentarfeltet

Til hvert spørgsmål er der et kommentarfelt, hvor der kan gives en kort uddybning af besvarelsen. Det anbefales, at tekst i kommentarfeltet kort angiver (gerne i punktform) hvilke initiativer, der er taget og hvilken effekt, det har skabt. Er der specielle forhold, der gør sig gældende for vurderingen inden for det pågældende emne, er det også muligt at angive dette i kommentarfeltet.

Indholdet af kommentarfeltet vil ikke blive benyttet i den videre vurdering, men skal ses som en måde at forklare og uddybe sin besvarelse i selvevalueringen på. Indholdet i kommentarfeltet vil dog blive bedømt, hvis der er tale om en begrundelse for benyttelse af besvarelsen Ikke relevant (jf. ovenstående pkt. 7.3). Kommentarerne vil blive offentliggjort, når resultaterne af Bedst på Nettet 2010 publiceres på www.bedstpaanettet.dk, og det er derfor vigtigt, at I skriver klart og sammenhængende til gavn for andre organisationer. Tilføj gerne et relevant link til det omtalte.

Det er frivilligt, om man benytter kommentarfeltet medmindre I svarer Ikke relevant eller I meget høj grad, da det for disse to svarkategorier er et krav, at der angives en begrundelse i kommentarfeltet. Særligt hvis man vurderer sin organisation til at være optimal inden for det pågældende emne, vil det være interessant for andre organisationer at få begrundet og specificeret besvarelsen. Hvis man vurderer spørgsmålet som Ikke relevant for sin organisation, skal det begrundes sagligt. Kun hvis en sådan begrundelse gives, vil spørgsmålet blive neutraliseret i beregningen af netkroner.

Alle resultater for selvevalueringen inklusive indholdet af de enkelte kommentarfelter vil blive offentliggjort på Bedst på Nettets hjemmeside.

7.5 Nominerede skal dokumentere besvarelsene

Selvevalueringen er, som ordet siger en evaluering, deltagerne selv foretager. Bedst på Nettet er baseret på tillid og troen på, at alle ønsker at gennemføre en selvevaluering, der er så retvisende som muligt. Kun på denne måde kan organisationen se egen position og udvikling.

Det er derfor udelukkende de hjemmesider, der nomineres i forbindelse med Bedst på Nettets prisuddeling, der samlet i Bedst på Nettet scorer højest, der vil blive bedt om dokumentation for deres besvarelser. Denne dokumentation vil indgå som en del af grundlaget for dommerpanelets samlede vurdering og for udvælgelse af vinderne af Bedst på Nettet 2010.

Krav til indhold og form på dokumentationen vil blive meddelt de nominerede.

7.6 Bedst på Nettets inspirationskatalog

Som noget nyt har deltagerne i år mulighed for at dele gode erfaringer og succeshistorier med andre via deltagelsen i Bedst på Nettet. I Bedst på Nettet ved vi, at der blandt deltagerne findes digitaliseringspionerer, der besidder en guldgrube af succeshistorier og gode erfaringer, som

andre kan drage nytte af. I år har vi derfor sat os for, at hjælpe jer med at dele disse gode erfaringer med hinanden. Besvarer I et eller flere af spørgsmålene i selvevalueringen med I meget høj grad, opfordrer vi jer derfor til overveje, om besvarelsen rummer en eller flere gode erfaringer, som andre kan drage nytte af.

De gode erfaringer samler vi i et [inspirationskatalog](#) på Digitaliser.dk, hvor andre kan læse og kommentere dem. Blandt de indsamlede gode erfaringer udvælger vi et antal, som får mulighed for at fortælle den gode historie til Bedst på Nettets prisuddeling 2010.

Da jeres succeshistorie har til formål at inspirere andre, er det vigtigt, at I kommunikerer den klart og præcist. På Digitaliser.dk vil I derfor blive bedt om at dele jeres succeshistorie efter følgende struktur:

Hvad gjorde I?:

Hvordan gjorde I?:

Hvad blev resultatet?:

Link(s) til løsningen/informationen: [mulighed for tilføjelse af flere links]

Kontakt e-mail:

Her finder I linket til inspirationskataloget: [Digitaliser.dk](#). Såfremt du ikke allerede er oprettet som bruger på Digitaliser.dk, vil du først blive bedt om at oprette dig som bruger. Vi håber, at I på denne måde vil støtte op om vidensdelingen til gavn for den samlede digitaliseringsindsats i Danmark.

Inspirationskataloget, der i besvarelsen tilgås via sider i spørgeskemaet, har således en anden funktion end kommentarfelterne, idet inspirationskataloget skaber mulighed for at dele og debattere mere omfattende fremstillinger af inspirerende cases ét sted. Kommentarfelterne har som skrevet i ovenstående til formål at skabe gennemsigtighed omkring de specifikke besvarelser af spørgsmålene i selvevalueringen.

8. SELVEVALUERINGEN - SPØRGESKEMA

Alle spørgsmål skal besvares ud fra følgende svarmuligheder:

- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I ringe grad
- Slet ikke
- Ikke relevant

Benyttes kategorierne I meget høj grad eller Ikke relevant, skal der angives en begrundelse for denne vurdering i kommentarfeltet.

8.1 Kommentarfelt

I kommentarfeltet har I mulighed for at specificere jeres besvarelse. Teksten bør være præcis og kortfattet, for at andre organisationer kan drage nytte af jeres erfaringer.

Kommentarfeltet kan benyttes af alle men skal benyttes, hvis jeres organisation har svaret Ikke relevant eller I meget høj grad.

Tekst i kommentarfeltet vil være tilgængelig i resultatvisningen. Skriv klart og sammenhængende, så det er let for interesserede at følge. Tilføj gerne et relevant link til det omtalte.

8.2 Link til Digitalisér.dk

Hvis jeres organisation har besvaret et eller flere spørgsmål i selvevalueringen med I meget høj grad, så vil der fremkomme en side, hvor I bliver opfordret til at dele jeres erfaringer ved at skrive jeres succeshistorie i Bedst på Nettets inspirationskatalog på Digitalisér.dk.

På den nye side præsenteres et link til Bedst på Nettets inspirationskatalog med opfordring til videndeling.

Sidder du med en succeshistorie, som andre kan få glæde af?

Du har vurderet et eller flere af spørgsmålene i denne kategori til I meget høj grad. Overvej, om din besvarelse rummer en eller flere gode erfaringer, som andre kan drage nytte af.

Del dine erfaringer i Bedst på Nettets nye inspirationskatalog [her](#). Såfremt du ikke allerede er oprettet som bruger på Digitalisér.dk, vil du først blive bedt om at oprette dig som bruger.

8.3 Kontaktoplysninger

8.3.1 Kontaktoplysninger til Bedst på Nettet der ikke bliver offentliggjort.

Ligesom i Bedst på Nettet 2009, så skal der angives et navn på en person, der står som afsender af besvarelsen på hele organisationens vegne for at sikre forankring og eventuel efterfølgende kontakt. Vi vil anbefale, at det er en person på chefniveau. Afsendernavnet vil ikke blive offentliggjort, men oplysningerne er nødvendige for, at besvarelsen kan indgå i den samlede vurdering.

Der skal angives navn og titel på den person, som er ansvarlig for besvarelsen af selvevalueringen på hele organisationens vegne.

Disse oplysninger vil udelukkende være tilgængelige for Bedst på Nettet og bliver ikke offentliggjort.

Titel	
Navn	

8.3.2 Tilbud om kontaktoplysninger der deles mellem Bedst på Nettetets deltagere
Fordi Bedst på Nettet ønsker at lette videndeling og erfaringsudveksling, så får I i år også mulighed for at oplyse og se oplyste kontaktoplysninger på Bedst på Nettetets hjemmeside. I modsætning til afsendernavnet, som kun bliver tilgængeligt for Bedst på Nettet, så har I mulighed for at tilføje kontaktoplysninger på en medarbejder, som andre deltagere kan kontakte, hvis de ønsker at blive præsenteret for jeres tiltag, besøge jeres organisation e.l.

Derfor kan I i selvevalueringen skrive jeres kontaktoplysninger, hvis I ønsker at dele dem med andre deltagere i Bedst på Nettet. Hvis I ønsker at dele jeres kontaktoplysninger med andre deltagere, så skal I blot udfylde nedenstående oplysninger.

Ved at udfylde nedenstående kontaktoplysninger indvilliger du i, at nedenstående kontaktoplysninger bliver tilgængelige for Bedst på Nettetets deltagere.

Titel	
Navn	
Kontaktdata (e-mail og eventuelt telefonnummer)	

BAGGRUNDSPØRGSMÅL

	Antal medarbejdere	Færre end 50	50-199	200-499	500-999	1000-5000	Flere end 5000	Ved ikke
I	Hvor mange fuldtidsmedarbejdere er ansat i den organisation, som hjemmesiden tilhører?							

I Hjælpetekst: Antal fuldtidsmedarbejdere i organisationen kan blandt andet bruges som indikator på organisationens størrelse. I dette spørgsmål angives antal årsværk i organisationen. Hvis organisationen fx har to medarbejdere på halv tid omregnes disse til én fuldtidsmedarbejder. Organisationen er den samlede enhed, hjemmesiden tilhører og deltager i Bedst på Nettet på vegne af, eksempelvis et hospital, en kommune, et universitet eller et direktorat.

	Årstal	2010	2008-2009	2006-2007	2005 eller tidligere
II	Hvornår er hjemmesiden lanceret/relanceret?				

II Hjælpetekst: Hjemmesidens (re)lancering fortæller hvornår, hjemmesiden sidst har gennemgået betydelige ændringer af funktionalitet eller design. Af og til vil en hjemmeside være under relancering, mens Bedst på Nettet vurderingen finder sted eller umiddelbart efter. Når en deltager i Bedst på Nettet afkrydser, hvornår hjemmesiden er lanceret/relanceret, så vil besvarelsen fremgå af Bedst på Nettes resultatvisning.

	Målgruppe	Borgere	Andre offentlige institutioner	Virksomheder	Fagprofessionelt personale	Andre
III	Hvilke af nedenstående kategorier er hjemmesidens primære målgruppe(r)?					

III Hjælpetekst: Institutionerne i Bedst på Nettet henvender sig med deres hjemmesider til forskellige målgrupper. For at I kan identificere de deltagere, som I finder det mest relevant at sammenligne sig med og blive inspireret af angives hjemmesidens primærmålgruppe(r). Fagprofessionelt personale dækker blandt andet sundhedspersonale, undervisningspersonale og andre grupper med en faglig interesse for området.

3.1 ORGANISATORISK ARBEJDE

Nr.	Emne	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
3.1.1	Kobler I arbejdet med at udvikle digitale løsninger og information sammen med jeres arbejde med at skabe effektive, brugerrettede sagsgange og dermed øget service?						
3.1.2	Arbejder I målrettet med at flytte henvendelser fra analoge til digitale kanaler?						
3.1.3	Arbejder I med at markedsføre jeres borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information?						
3.1.4	Har I en samlet plan eller strategi for udnyttelse af og samspil mellem de forskellige kommunikationskanaler (f.eks. via en kanal-strategi)?						
3.1.5	I hvilken grad har jeres øverste ledelse fokus på de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information?						
3.1.6	Er ansvaret for realisering af målsætninger i forbindelse med digitale løsninger og information klart defineret?						

3.1.1 Hjælpetekst: Arbejdet med at udvikle og udnytte de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information bør integreres med organisationens øvrige arbejde med at skabe forbedringer og effektivitetsgevinster. Digitale løsninger og information skal spille sammen med organisationens øvrige arbejdsgange og procedurer og bør integreres med organisationsforbedringer og optimering af arbejdsforløb.

3.1.2 Hjælpetekst: For at øge servicen for borgere og virksomheder og for at frigøre ressourcer i den offentlige sektor bør henvendelser flyttes fra analoge til digitale kanaler, hvor det er relevant. Digitale løsninger og information kan give en bedre (f.eks. hurtigere, enklere eller grundigere) service end et personligt fremmøde eller telefonisk henvendelse. Har I især arbejdsopgaver inden for sagsbehandling, handler det f.eks. om selvbetjeningsløsninger. Har I i højere grad fokus på informationsformidling, handler det om at flytte informationsformidlingen fra telefonhenvendelser, papirbaserede medier og personlig kontakt etc. til digitale kanaler for derved på samme tid at kunne frigøre ressourcer og give bedre service til brugerne i form af lettere tilgængelig og måske mere detaljeret information.

3.1.3 Hjælpetekst: I markedsføring kommunikerer budskabet om de digitale løsninger og information til specifikke, afgrænsede målgrupper via strategisk udvalgte kommunikationskanaler. I kan stille jer selv spørgsmålene: Er målgrupperne for jeres digitale løsninger og information defineret? Informerer I om jeres digitale løsninger og information –

hvad den kan bruges til, hvilke fordele der er for brugeren ved at benytte den etc.? Henvender I jer til de forskellige målgrupper dér, hvor de i forvejen møder jer? F.eks.:

- Informeres der fast om den digitale løsning, når der sendes breve ud til borgerne (enten bredt eller i forhold til bestemte segmenter)?
- Mødes alle telefonopkald først af en telefonsvarer, som henviser til de digitale løsninger og information, før der stilles om til personlig kontakt?
- Henvises der i al den øvrige kommunikation med borgere og virksomheder (pjece, publikationer, plakater mv.) til de digitale løsninger og information?

Og endelig kan der være tale om deciderede markedsføringskampagner med brug af flere forskellige kommunikationsplatforme som f.eks. radio, tv, trykte medier mv.

3.1.4 Hjælpetekst: Der er flere muligheder for at kommunikere med det offentlige:

Man kan møde fysisk op, man kan ringe, man kan skrive, og man kan kommunikere digitalt. Disse forskellige kommunikationskanaler opfylder forskellige formål. Arbejder I med en strategi for, hvilke kanaler der med fordel kan benyttes i forskellige tilfælde? Differentieres der mellem hvilke henvendelser, der skal håndteres ved personlig kontakt og hvilke, der skal foregå via brug af digitale løsninger og information? Er brugen af de forskellige kommunikationskanaler målrettet brugernes daglige kommunikationsmønstre? I mange tilfælde samles sådanne overvejelser og beslutninger i en kanal-strategi.

3.1.5 Hjælpetekst: I hvor høj grad er de digitale løsninger og information en integreret del af organisationens overordnede strategi og målsætninger udtrykt gennem den øverste ledelses fokus? Kommer det strategiske fokus til udtryk i konkrete handlinger og aktiviteter? Bliver der allokeret tilstrækkeligt med ressourcer på området sammenlignet med andre områder? I hvor høj grad synliggøres og fremhæves arbejdet med de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information for resten af organisationen?

3.1.6 Hjælpetekst: For at sikre et konstant fokus på og prioritering af de målsætninger, der er sat op i forbindelse med digitale løsninger og information, er det nødvendigt at have defineret, hvem der har ansvaret for realiseringen af målsætningerne.

3.2 BUSINESS CASE OG NYTTEVÆRDI

Nr.	Emne	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
3.2.1	Når I foretager investeringer i jeres digitale løsninger og information, indgår der da overvejelser om de økonomiske og ressourcemæssige investeringer set i forhold til den forventede nytteværdi? (Eks. gennem opstilling af Business Case).						
3.2.2	Følger I op på jeres investeringer i digitale løsninger og information i forhold til den forventede nytteværdi? (Eks. ved at følge op på jeres Business Case).						
3.2.3	Bruger I overvejelserne om de økonomiske og ressourcemæssige investeringer set i forhold til den forventede nytteværdi (f. eks. Business Case) som styringsgrundlag gennem hele udviklingsforløbet, og evaluerer I løbende på investeringernes nytteværdi?						

3.2.1 Hjælpetekst: Det er vigtigt, at der i beslutningsprocesserne vedrørende investeringer i digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger indgår en opgørelse af de samlede omkostninger (ressourcer og økonomi) sat i forhold til en vurdering af hvilken nytteværdi, der kan opnås med disse investeringer (effektivitet og kvalitet for såvel brugerne som organisationen selv). Hvis denne indledende vurdering af omkostninger og forventede nytteværdi mangler, træffer man beslutninger på et usikkert grundlag. Dette kan have negativ effekt på kvaliteten af det gennemførte initiativ, idet initiativet bliver igangsat på et uoplyst grundlag - med manglende målopfyldelse og budgetoverskridelser til følge. En sådan samlet opgørelse og vurdering samles typisk i en Business Case.

3.2.2 Hjælpetekst: Følger I op på jeres investeringer i digitale løsninger og information ved afslutningen af udviklingsforløb? Bruger I efterfølgende erfaringerne som 'lesson learned' i forhold til fremtidige projekter?

3.2.3 Hjælpetekst: Vender I jævnligt tilbage til jeres investeringer i digitale løsninger og information og vurderer dem i forhold til den forventede nytteværdi? Bruger I eksempelvis løbende en business case som et styringsredskab gennem udviklingsforløbet? Følger I løbende op og justerer?

3.3 TVÆRGÅENDE SAMARBEJDE

Det skal indledningsvis bemærkes, at begrebet "tværgående samarbejde" omhandler to forskellige typer samarbejde, nemlig et tværgående samarbejde inden for en fælles organisatorisk enhed, eksempelvis inden for et ministerområde, en kommune eller en region og et tværgående samarbejde på tværs af forskellige organisatoriske enheder, eksempelvis på tværs af ressortområder og uden fælles overordnet organisatorisk enhed.

Nr.	Emne	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
3.3.1	Udnytter I erfaringer fra andre offentlige eller private institutioner inden for digitale løsninger og information?						
3.3.2	Har I indgået formaliseret samarbejde eller partnerskaber med andre offentlige institutioner i forbindelse med udvikling af jeres digitale løsninger og information?						
3.3.3	Er jeres organisation aktiv med hensyn til at udbrede jeres viden og erfaringer inden for digitale løsninger og information til andre offentlige institutioner?						
3.3.4	Arbejder I med at skabe en sammenhæng mellem jeres digitale service og information og andre relevante offentlige digitale løsninger og information, så det for brugeren fremstår logisk og enkelt?						
3.3.5	Når I at opfylde målsætningerne i forbindelse med eDag3 d. 1. november 2010?						

3.3.1 Hjælpetekst: Opsøger I viden og erfaring fra andre organisationer og henter inspiration, når I planlægger udvikling af nye digitale løsninger og information? Indgår der erfaringer og Best Practice fra andre i forbindelse med jeres valg om lancering af ny digitale løsninger og information?

3.3.2 Hjælpetekst: Formaliserede samarbejder eller partnerskaber er karakteriseret ved, at der er nogle formelle rammer og strukturer omkring arbejdet. Det kan eksempelvis være en fælles projektbeskrivelse, en styregruppe eller en på forhånd fastlagt møderække. Samarbejdet eller partnerskabet skal samtidig være kendt, godkendt og accepteret af den respektive ledelse i organisationerne.

3.3.3 Hjælpetekst: Deler I åbent jeres erfaringer med andre? Modtager I eksempelvis besøg fra andre organisationer? Holder I præsentationer om jeres viden og erfaringer? Deltager I i konferencer, hvor videndeling indgår? Skriver I nyhedsbreve, der rækker ud over jeres egen organisation etc.?

3.3.4 Hjælpetekst: Det er vigtigt at betragte de digitale løsninger og information, man som organisation tilbyder brugerne, ud fra brugernes behov og virkelighed i stedet for organisationens egen struktur og virkelighed. Man bør derfor sammentænke brugernes brug af ens egne digitale løsninger og information med brugernes brug af andre tilstødende digitale løsninger og information. Man kan eksempelvis arbejde med et livscyklusperspektiv, hændelsestilgang, bruger-cases mv.

3.3.5 Hjælpetekst: eDag3 gælder for stat, regioner og kommuner. For deltagere der ikke er kategoriseret som en statslig, kommunal eller regional myndighed er spørgsmålet ikke relevant. Læs mere om eDag3 på www.edag3.dk.

3.4 BRUGERFEEDBACK OG BRUGERINDDRAGELSE

Nr.	Emne	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
3.4.1	Benytter I brugerfora eller andre formaliserede metoder til at indsamle brugerfeedback?						
3.4.2	Har brugerfeedback givet anledning til konkrete forbedringer eller ændringer af jeres digitale løsninger og information?						
3.4.3	Udnytter I erfaringer fra kolleger, der har tæt dialog med jeres målgruppe, i forbindelse med jeres arbejde med at udvikle digitale løsninger og information?						
3.4.4	Anvender I sociale medier i jeres organisation? Hvis ja, har I fastlagt retningslinjer og principper for brug af sociale medier i jeres organisation?						

3.4.1 Hjælpetekst: Er det veldefineret, hvordan I indsamler feedback fra jeres brugere? Gøres det rutinemæssigt (med faste intervaller), gøres det ved forbedringer eller nyudvikling? Samles der løbende op på henvendelser (ris og ros) fra brugerne? Og bruges der eksempelvis metoder som: fokusgrupper, surveybaserede brugervurderinger (spørgeskemaer), usability tests mv.?

3.4.2 Hjælpetekst: Har holdninger eller input fra jeres brugere fået jer til at ændre indholdet eller formen af jeres digitale løsninger og information? Eller har brugerne givet jer idéer til nyskabelser på jeres hjemmeside?

3.4.3 Hjælpetekst: Opsøger I input fra de fagpersoner, der har tæt personlig kontakt (telefonisk eller ansigt til ansigt) med jeres målgruppe? Og bruger I deres viden og konkrete erfaringer til at designe jeres nye digitale løsninger og information, så de bedst muligt stemmer overens med målgruppens behov? Det kan eksempelvis være input fra sagsbehandlere i relation til udvikling af selvbetjeningsløsninger, fra sygeplejersker i forbindelse med sundhedsfaglig information, fra lærere og pædagoger i relation til digitalt baseret dialog med forældre etc.

3.4.4 Hjælpetekst: Sociale medier dækker bl.a., men ikke udelukkende, internetfora, weblogs, wikis, podcasts og video-sider. Eksempler på konkrete tjenester er: Wikipedia, Youtube, MySpace og FaceBook samt microblogging-tjenester som f.eks. Twitter. Sociale medier er karakteriseret ved en høj grad af deltagelse og inddragelse af brugerne. Medierne opfordrer brugerne til selv at bidrage med deres eget indhold, og der opstår dialog – hhv. mellem brugerne og mellem organisation og brugere.

3.5 EFFEKT OG NYTTEVÆRDI

Nr.	Emne	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
	I hvilket omfang har jeres digitale løsninger og information gennem de sidste par år skabt følgende effekter sammenlignet med tidligere?						
3.5.1	- bedre service for borgere eller virksomheder?						
3.5.2	- en bedre faglig kvalitet i opgaveløsningen?						
3.5.3	- omlægninger og forenklinger af arbejdsgange?						
3.5.4	- frigørelse af ressourcer?						
3.5.5	- tilbud af nye typer services og ydelser?						
3.5.6	Er det lykkedes at flytte brugerne fra analoge til digitale kanaler?						
3.5.7	Har I sat mål for borgere og virksomheders anvendelse af jeres digitale løsninger og information?						
3.5.8	Følger I op på målene for borgere og virksomheders anvendelse af jeres digitale løsninger og information?						
3.5.9	Når I de mål, I har sat for borgere og virksomheders anvendelse af de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information?						
3.5.10	Har I installeret fællesoffentligt tællerscript på jeres selvbetjeningsløsninger til måling af anvendelsen af løsningerne?						

3.5.1 Hjælpetekst: Har de digitale løsninger og information efter jeres egen vurdering medført bedre service for borgere eller virksomheder? Denne vurdering kan eksempelvis ske på baggrund af feedback fra de kollegaer, der er i personlig kontakt med jeres brugergrupper eller konkret feedback fra jeres brugere.

3.5.2 Hjælpetekst: Har de digitale løsninger og information medført en bedre faglig kvalitet i løsningen af organisationens kerneopgaver/grundtydelser? Dette kan eksempelvis være sagsbehandling eller informationsformidling.

3.5.3 Hjælpetekst: Har de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information haft positiv indflydelse på de bagvedliggende arbejdsgange? Er der sket forbedringer og forenklinger af procedure og work flow i organisationen?

3.5.4 Hjælpetekst: Har brugen af borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information frigjort ressourcer i organisationen som helhed? Et eksempel på dette er, når henvendelser vedrørende oplysninger eller information eller simple sagsbehandlinger håndteres digitalt, således at der med færre ressourcer kan serviceres et større antal brugere og samtidig frigives ressourcer eksempelvis til de områder, hvor personlig kontakt er nødvendig.

3.5.5 Hjælpetekst: Har I brugt digitale løsninger og information til at udvikle nye og anderledes services (eller produktudvikling af jeres ydelser), som giver brugerne værdi, som de ikke ville kunne opnå på anden vis? Et eksempel på dette kunne være en ny mulighed for brugeren for at få indsigt i egne data/egen sag eller en ny mulighed for at indrapportere oplysninger til det offentlige etc.

3.5.6 Hjælpetekst: Spørgsmålet er en opfølgning på spørgsmål 3.1.2, hvor der spørges til, om der arbejdes målrettet med at flytte henvendelser fra analoge til digitale kanaler. I spørgsmålet her (spørgsmål 3.5.6) spørges der til, hvorvidt det reelt er lykkedes for jer at flytte henvendelser fra analoge til digitale medier. Hvad har resultatet af jeres indsats været? For yderligere uddybning af baggrunden for spørgsmålet henvises til hjælpeteksten til spørgsmål 3.1.2.

3.5.7 Hjælpetekst: Har I internt i jeres organisation opsat mål for, hvor stor en andel af jeres samlede borger- og virksomhedskontakt, der skal foregå gennem de digitale løsninger og information, og er disse mål evt. differentieret i forhold til forskellige målgrupper?

3.5.8 Hjælpetekst: Følger I løbende op på, hvorvidt I har opnået de mål, I måtte have opstillet, gennem forskellige former for optællinger og registreringer. (Såfremt I ikke har opstillet mål på området, skal der svares Ikke relevant)?

3.5.9 Hjælpetekst: Hvad viser opfølgningen på jeres mål for borgere og virksomheders anvendelse af de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information? (Såfremt I ikke har opstillet mål på området eller ikke følger op på disse, skal der svares Ikke relevant)?

3.5.10 Hjælpetekst: Viden om den reelle anvendelse af selvbetjeningsløsninger er et nyttigt redskab til at forbedre og effektivisere den borger- og virksomhedsrettede service. Borger.dks og virk.dks tællerscript opsamler anvendelsesstatistik for henholdsvis borgerrettede og virksomhedsrettede offentlige selvbetjeningsløsninger. Systemerne dokumenterer anvendelsen af selvbetjeningsløsninger på tværs af hjemmesider og over tid. Det er muligt at se, hvad der bliver brugt og ikke bliver brugt, gennemførselsprocenter, samt hvor meget, hvornår og fra hvilke hjemmesider selvbetjeningsløsningerne anvendes. Myndigheder kan dermed dokumentere kanaliseringen mod selvbetjening over tid. For yderligere information se www.borger.dk (partnerforum) og www.virk.dk (myndighedsnet).

Som svar gives et estimat af hvor stor en andel af institutionens selvbetjeningsløsninger, der har tællerscript installeret

I meget høj grad: 75-100%

I høj grad: 50-74%

I nogen grad: 25-49%

I ringe grad: 0-24%

Slet ikke: 0%

Ikke relevant: (begrundelse påkrævet)

3.6 TILGÆNGELIGHED OG BRUGERHENSYN

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
3.6.1	Har organisationen fokus på at sikre <u>tilgængelighed</u> for alle i forbindelse med indkøb til organisationens hjemmeside (både design, udvikling og software)? Det kan være gennem retningslinjer, en indkøbspolitik eller andet.						
3.6.2	Har I i driften af jeres hjemmeside fokus på at sikre, at indholdet er tilgængeligt for alle? Det kan være gennem retningslinjer, organisering af arbejdet, en tilgængelighedspolitik eller andet?						
3.6.3	Testes hjemmesiden løbende for tilgængelighed?						

3.6.1 Hjælpetekst: Findes der en skriftlig nedfældet praksis/politik i forbindelse med at sikre tilgængelighed for alle ved indkøb eller nyudvikling af hjemmesider - enten på organisationsplan eller i større, fællesoffentligt regi. Vurderes efter, hvor mange forhold denne praksis dækker, og hvor kendt den er i organisationen.

3.6.2 Hjælpetekst: Findes der en skriftlig nedfældet praksis/politik, eller er det ved hjælp af en særlig organisering af web arbejdet sikret, at den redaktionelle drift af hjemmesiden sikrer tilgængeligheden af hjemmesidens indhold?

3.6.3 Hjælpetekst: Bliver hjemmesiden løbende testet eller på anden måde gennemgået for tilgængelighed? Enten ved automatiske, semiautomatiske eller manuelle test?