

OKS Trøndelag – på vei mot en kommunikasjonsstrategi

Kartleggingsrapport 30.11.18

Roy Strømsnes

Knut Røe

Innhold

1. Kilder og metode
2. Oppsummering av hovedfunn
3. Visjon
4. Kultur
5. Omdømme
6. GAP-analyse
7. SWOT-analyse
8. Hovedfunn
9. Kommunikasjonsutfordringer

KILDER OG METODE

Vi har gjennomført en kartlegging av OKS Trøndelag sin visjon, interne kultur og omdømme i sentrale målgrupper. Denne rapporten inneholder oppsummeringer og funn som danner grunnlaget for en kommunikasjonsstrategi med spesifikke mål, policyer, målgrupper, hovedbudskap og tiltak.

Arbeidsmøter med OKS Trøndelag

Samtaler med daglig leder og to workshoper med alle ansatte i OKS Trøndelag har bidratt til å gi oss et bilde av hvordan OKS Trøndelag kommuniserer, og hvilke muligheter og utfordringer OKS Trøndelag står ovenfor i kommunikasjonsarbeidet.

Kartlegging – Visjon Kultur Omdømme

En spørreundersøkelse blant OKS Trøndelags styremedlemmer, ledelse, ansatte og marked har gitt oss et bilde av ledelsens visjon, organisasjonskulturen og omdømmet i markedet. Kartleggingen har sett disse tre områdene i sammenheng og avdekket gapet mellom ønsket etterlatt inntrykk, det OKS Trøndelag gjør og det faktiske etterlatte inntrykket i omverdenen. I omdømmekartleggingen har vi konsentrert oss om de viktigste målgruppene for OKS Trøndelag sin virksomhet: Medlemsbedrifter, lærlinger, skole og utdanning, og offentlig forvaltning. Her har også fritekstsvaret vært en verdifull kilde til informasjon.

Søk i åpne kilder

Vi har gjennomgått OKS Trøndelag sine interne styringsdokumenter og åpent tilgjengelige dokumenter som omhandler OKS Trøndelag sin virksomhet. Dette inkluderer blant annet lærling- og medlemsundersøkelser, presentasjonsmateriell, årsmelding, vedtekter, nyhetsreferanser, søk i sosiale medier og åpne Google-søk.

OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN

OKS Trøndelag utvikler framtidens fagarbeidere. Ambisjonen er å bidra til dyktige lærlinger i et trygt og utviklende miljø. OKS Trøndelag har opplevd stor vekst det siste året og skårer høyt på lærling- og bedriftsundersøkelser. Dette blir bekreftet i kartleggingsarbeidet som er gjennomført av Strømsnes Røe høsten 2018: OKS Trøndelag har et svært godt omdømme blant de som kjenner virksomheten.

Omdømmeanalysen viser at medlemsbedrifter, lærlinger, skoler og offentlig forvaltning har tillit til OKS Trøndelag og trekker særlig fram kvaliteter som kompetanse, tjenestetilbud, service, ledelse og valuta for pengene.

Vi har også kartlagt OKS Trøndelag sin visjon og interne kultur. Også her skårer OKS Trøndelag høyt. Ansatte, daglig leder og styre er samkjørte i sin historiefortelling om OKS Trøndelag.

Likevel har kartleggingen avdekket potensial, utviklingsområder og svakheter som bør adresseres i kommunikasjonsstrategien, for å forsterke OKS Trøndelag sin posisjon og sikre videre vekst.

Det er et viktig funn at markedet kan sies å ha svært lav kunnskap om OKS Trøndelag sitt arbeid. Over halvparten av medlemsbedriftene, skolene og lærlingene svarer «vet ikke» på spørsmål om sentrale aspekter ved OKS Trøndelag sitt arbeid. Dette indikerer at OKS Trøndelag underkommuniserer arbeidet sitt ovenfor disse målgruppene.

Det er også grunn til å anta at OKS Trøndelag har en utydelig samfunnsprofil, og at miljøansvaret blir underkommunisert. En godt kommunisert agenda for samfunns- og miljøansvar kan bidra til å styrke OKS Trøndelag sin posisjon i marked og samfunn.

I kartleggingen har vi også avdekket at OKS Trøndelag sine ambisjoner og visjoner for framtida framstår som uklare – både internt og eksternt.

Det er også grunn til å tro at det er en noe uklar rolle- og ansvarsfordeling mellom OKS Trøndelag, medlemsbedriftene, skolene og offentlig forvaltning. Dette bør kommunikasjonsstrategien bidra til å tydeliggjøre.

Sentrale momenter i det videre arbeidet med en kommunikasjonsstrategi bør være å utvikle tydelig kommunikasjon av hva OKS Trøndelag er, gjør og betyr for arbeidslivet i regionen. Den bør beskrive OKS Trøndelag sin samfunnsrolle, og hvilken posisjon OKS Trøndelag ønsker å ha i det sammenslåtte Trøndelag. I dette arbeidet anbefaler vi at virksomhetsstrategi og kommunikasjonsstrategi ses i sammenheng.

Visjon Kultur Omdømme – hoved-drivere oppsummert

	Visjon	Kultur	Omdømme
Følelsesmessig appell	100	97	92
Samfunnsansvar	81	84	71
Produkter og tjenester	95	88	85
Visjon og ledelse	94	81	87
Økonomi	88	91	76
Rollen som arbeidsgiver	98	97	87
TOTALT	93	90	83

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

Antall respondenter totalt: 125

Styre og ledelse:	5
Ansatte:	4
Medlemsbedrifter:	38
Læringer:	57
Skole/ utdanning:	9
Offentlig forvaltning:	6
Annet:	6

VISJON

VISJON – Hoved-drivere

Følelsesmessig appell	100
Samfunnsansvar	81
Produkter og tjenester	95
Visjon og ledelse	94
Økonomi	88
Rollen som arbeidsgiver	98
TOTALT	93

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

VISJON – Enkelt-drivere per interessentgruppe

Godt inntrykk av OKS Trøndelag	100
Tillit til OKS Trøndelag	100
Tar samfunnsansvar	88
Tar miljøansvar	75
Leverer tjenester av høy kvalitet	100
Ivaretar medlemmenes interesser på en god måte	100
Tar ansvar for at gjeld. lovverk og avtaler i læreforh. blir fulgt	94
Kvalitetsikrer opplæringen for lærlingen i hele læretiden	100
Samarbeider godt med videregående skoler	94
Samarbeider godt med andre aktører	100
Gir god valuta for medlemsavgift og off. tilskudd	94
Yter god service	100
Fornyser tjenestetilbudet sitt fortløpende	75
Ledelsen er dyktige	100
Ledelsen er ambisiøse	88
Ledelsen har visjoner for framtida	94
Har nødvendige økonomiske ressurser til å utføre oppdraget	81
Forvalter de økonomiske ressursene sine på en god måte	94
OKS Trøndelag er en attraktiv arbeidsplass	94
OKS Trøndelag har kompetente medarbeidere	100

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

Fritekstsvar visjon:

Kvaliteter / egenskaper som preger OKS Trøndelag:

Kompetente, personlige og imøtekommende.

Sterke sider ved OKS Trøndelag sin kommunikasjon:

Hyppige og relevante

Svake sider ved OKS Trøndelag sin kommunikasjon:

Noe utdatert profil som kan gjøre budskapet litt vanskelig å formidle til elever/læringer

OKS Trøndelag sine kommunikasjonsutfordringer:

Som alle andre: Møte målgruppen der den er

KULTUR

KULTUR – Hoved-drivere

Følelsesmessig appell	97
Samfunnsansvar	84
Produkter og tjenester	88
Visjon og ledelse	81
Økonomi	91
Rollen som arbeidsgiver	97
TOTALT	90

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

KULTUR – Enkeltdrivere per interessentgruppe

Godt inntrykk av OKS Trøndelag	94
Tillit til OKS Trøndelag	100
Tar samfunnsansvar	100
Tar miljøansvar	67
Leverer tjenester av høy kvalitet	88
Ivaretar medlemmenes interesser på en god måte	88
Tar ansvar for at gjeld. lovverk og avtaler i læreforh. blir fulgt	94
Kvalitetsikrer opplæringen for lærlingen i hele læretiden	94
Samarbeider godt med videregående skoler	81
Samarbeider godt med andre aktører	88
Gir god valuta for medlemsavgift og off. tilskudd	81
Yter god service	100
Fornyser tjenestetilbudet sitt fortløpende	81
Ledelsen er dyktige	94
Ledelsen er ambisiøse	75
Ledelsen har visjoner for framtida	75
Har nødvendige økonomiske ressurser til å utføre oppdraget	88
Forvalter de økonomiske ressursene sine på en god måte	94
OKS Trøndelag er en attraktiv arbeidsplass	94
OKS Trøndelag har kompetente medarbeidere	100

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

Fritekstsvar kultur:

Kvaliteter / egenskaper som preger OKS Trøndelag:

lojalitet til hverandre, og en viss tverrfaglig kompetanse i teamet ser jeg som gode egenskaper og kvalitet på det arbeidet som gjøres ut mot bedrifter, skoler og evt andre.

Systematisk arbeid, målrettet arbeid, struktur, profesjonalitet.

Sterke sider ved OKS Trøndelag sin kommunikasjon:

Liten gruppe med ansatte, og at det avholdes internmøter jevnlig der saker blir drøftet i fellesskap.

Imøtekommende Serviceinnstilt

Profesjonalitet og imøtekommende.

Svake sider ved OKS Trøndelag sin kommunikasjon:

å vite hvordan kommunikasjonen utad oppleves hos våre samarbeidspartnere.

Rom for misforståelser utad. Hvem er vi, hva er fylkeskommunen.

Kan oppleve tidspress. Utydelig rolle imellom lærling og bedrift, evt. også andre aktører.

OKS Trøndelag sine kommunikasjonsutfordringer:

Det å skape en felles fremgangsmåte/ forståelse på hva god kommunikasjon ut til medlemsbedrifter, skoler, lærlinger og andre.

Å kommunisere ut beskjeder til de rette personene. Blir mange mellompersoner som får ansvar for å gi beskjed videre (beskjeder kommer kanskje ikke frem?) Komme i kontakt med viktige beslutningstakere i kommuner som kunne vært potensielle medlemsbedrifter

Hvordan nå ut med vårt budskap, både når det er noen uklare roller og når vi profilerer fag som i større grad enn andre opplæringskontorer er prosessorienterte.

OMDØMME

OMDØMME – Hoved-drivere per interessentgruppe

	Medlems- bedrifter	Læringer	Skole og utdanning	Offentlig forvaltnin g	Andre	Samlet - Alle interessen- t-grupper
Følelsesmessig appell	95	85	89	97	93	92
Samfunnsansv ar	79	71	59	79	67	71
Produkter og tjenester	90	81	87	91	78	85
Visjon og ledelse	94	84	86	84	85	87
Økonomi	82	74	63	100	63	76
Rollen som arbeidsgiver	91	81	81	92	89	87
TOTALT	89	79	78	91	79	83

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

OMDØMME – Enkeltdrivere per interessentgruppe

	Medlems- bedrifter	Lærlinge r	Skole og utdanning	Offentlig forvaltnin g	Andr e	Totalt
Godt inntrykk av OKS Trøndelag	94	87	89	100	95	91
Tillit til OKS Trøndelag	96	84	88	94	90	89
Tar samfunnsansvar	93	76	79	100	75	85
Tar miljøansvar	65	66	38	58	58	62
Leverer tjenester av høy kvalitet	92	81	85	94	88	86
Ivaretar medlemmenes interesser på en god måte	93	84	81	88	67	87
Tar ansvar for at gjeld. lovverk og avtaler i læreforh. blir fulgt	99	83	96	100	83	91
Kvalitetsikrer opplæringen for lærlingen i hele læretiden	95	85	96	94	94	91
Samarbeider godt med videregående skoler	80	82	82	83	88	82
Samarbeider godt med andre aktører	82	76	83	100	83	81
Gir god valuta for medlemsavgift og off. tilskudd	90	67	83	92	50	81
Yter god service	96	86	89	94	94	91
Fornyser tjenestetilbudet sitt fortløpende	81	80	83	75	58	79
Ledelsen er dyktige	95	86	96	94	85	90
Ledelsen er ambisiøse	94	80	88	83	85	86
Ledelsen har visjoner for framtida	92	86	75	75	83	87
Har nødvendige økonomiske ressurser til å utføre oppdraget	81	75	50	---	75	76
Forvalter de økonomiske ressursene sine på en god måte	82	72	75	100	50	76
OKS Trøndelag er en attraktiv arbeidsplass	89	77	67	83	83	81
OKS Trøndelag har kompetente medarbeidere	93	84	95	100	95	90

Svært høy		82 - 100
Høy		66 - 81
Middels		50 - 65
Lav		33 - 49
Svært lav		< 33

Fritekstsvar omdømme: **Kvaliteter / egenskaper som preger OKS Trøndelag**

God dialog, får raskt svar på spørsmål. God kompetanse

Det står på for å få løst sakene de har.

Supre samarbeidspartnere ved planlegging og gjennomføring av NOOS konferansen og også i samarbeidet om fag i offentlig sektor. Engasjerte og med mye kompetanse og kunnskap

Lett tilgjengelig på telefon, trivelige ansatte.

Hyggelige medarbeidere

godt arbeidsmiljø

God oversikt over et bredt fagfelt

Ryddig og oversiktlig informasjon. Ikke for lite og ikke for mye.

Imøtekommende

Er i nærheten

Oppsøkende, til stede

God veiledning som medlemsbedrift. Tett oppfølging

Den er bra kvaliteten

Hyggelige arbeidere

De er flinke til gi meg gode svar til de spørsmålene jeg har og svarer fort

Gjør alt for at hver enkelt får det best mulig

De ønsker å være gode

samarbeidsvilje og utfører god hjelp til oss bedrifter

Stor faglig tyngde - noe som gir trygghet til oss som har lærlinger

Faglig dyktige ansatte

Imøtekommende, løsningsorientert

God kommunikasjon

Tilgjengelighet

Fritekstsvar omdømme:

Sterke sider ved OKS Trøndelag sin kommunikasjon

Raske svar om det skulle være noen spørsmål.

Får svar fort. Klar kommunikasjon. Løsningsorientert

Ryddige i sine svar, holder avtaler.

Kjenner bare til de enkelte ansatte på kontoret og deres samarbeidsevne og vilje

Alltid tilgjengelig og på tilbudssiden.

Tilgjengelig

God nettside

Tydelig og ryddig layout på hjemmeside

Enkle å få tak i, har god kunnskap på sitt område

Lett å få tak i.

At informasjonen kommer kjapt og at vi får det vi trenger og ikke masse unødvendig mail. Svarer raskt på telefon hvis det er behov for det.

Imøtekommende Blid trivelig

Direkte opp mot medlemmene

Vilje til å utvikle seg

gir god beskjed, følger opp og er tilstede for oss bedrifter

Lett å få tak i om det skulle være noe. Villig til å kommunisere.

Tilgjengeligheten. Alltid lett å få tak i, og raske til å komme tilbake til deg om de ikke kan svare akkurat der og da.

Digital kommunikasjon

Bruker ett forståelig språk til lærlinger

At de alltid tilgjengelig for oss lærlinger, og at de vil hjelpe uansett hva det skulle være.

Svarer raskt på henvendelser

Nærhet til brukerne

Jeg mener at oks er en god kommunikasjon 👍

Jeg mener at OKS har god oppfølging og tett kontakt både med elevene sine og bedrifter rundt omkring. Det bra for alle for utvikle oss framover, synes jeg.

god kommunikasjon med lærlingene sine

De er hjelpsomme og sikrer at lærlinger har det bra og får den rette opplæring.

De er enkle å prate med og svarer godt på eventuelle spørsmål.

at de er god kommunikasjon til lærlingene og gjør oss trygg på de oppgavene vi gjør.

De svarer raskt

De når oss på mail, det er bra. Tilgjengelige på telefon

Tydelighet og tilgjengelighet

Tydelig og kunnskapsrik

At lærlinger kan ringe til oks om det er spørsmål eller usikkerhet.

Raske og gode tilbakemeldinger om når man har behov for å ta kontakt.¹⁸

Fritekstsvar omdømme: **Svake sider ved OKS Trøndelag sin kommunikasjon**

Burde vær tydeligere til enkelte lærlinger.

Lite synlig i skolen

Lukket, de deler lite med omgivelsene

Samarbeid mellom skole og bedrift i lærlinger perioden

For mange ulike yrkesgrupper på en samling, som gikk litt utenfor det å jobbe som lærling i barnehage som er vårt ståsted

Mye er uformelt

Fritekstsvar omdømme:

OKS Trøndelag sine kommunikasjonsutfordringer

I et tilfelle hadde vi mer behov for tjenester enn vi faktisk fikk.

Har potensiale til å bli tydeligere i kommunikasjon med enkelte lærlinger.

Skole og OKS bør systematisere samarbeidet i det 4 årige løpet

Som alle de andre Oppl.kontorer sliter kanksje OKS med å få aksept for hvordan de jobber, og forståelse for det usynlige arbeidet de gjør for medlemmene. Alt som ikke er synlig gjennom oppfølging og besøk hos medl.bedriftene er nok vanskelig å synliggjøre

Har ikke vært i annen kontakt annen en fysiske møter.

Spre kunnskap om egen kompetanse og tilbud

Det kan bli utfordrende i en voksefase med tanke på at de nå kan favne hele Trøndelag. Dette kan gå ut over nærheten og tilgjengeligheten

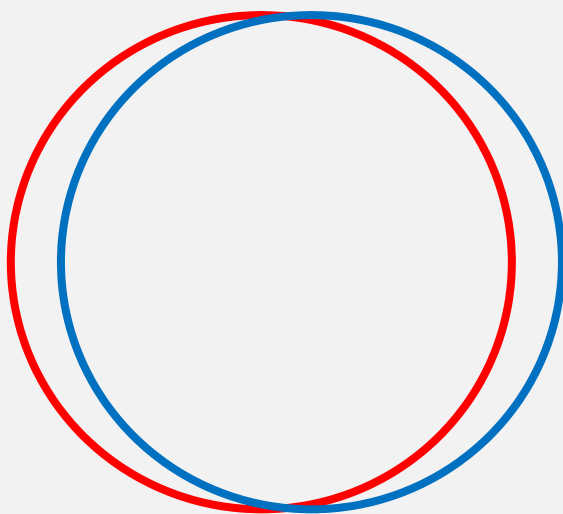
Digitale utfordringer ?

på lik linje med de andre opplæringskontorene få ungdommene til å forstå at Opplæringskontorene ikke er offentlige organ som sørger for læreplass for dem

Tilgjengelighet

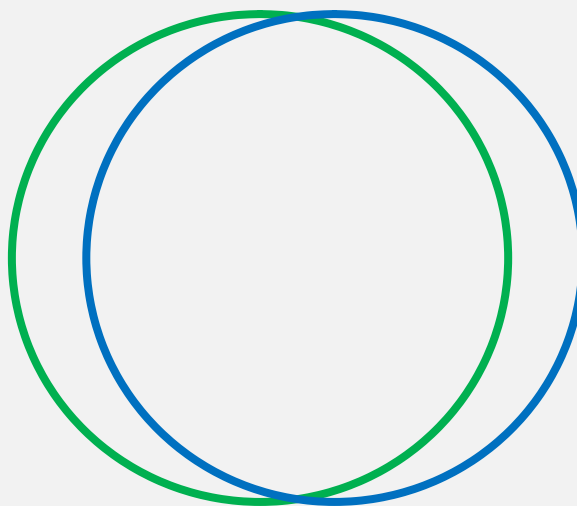
GAP-ANALYSE: Visjon, kultur og omdømme

10% gap
Visjon og omdømme



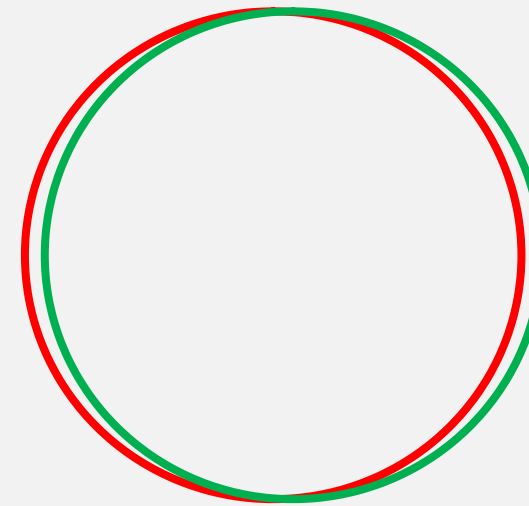
— Visjon — Omdømme

15% gap
Kultur og omdømme



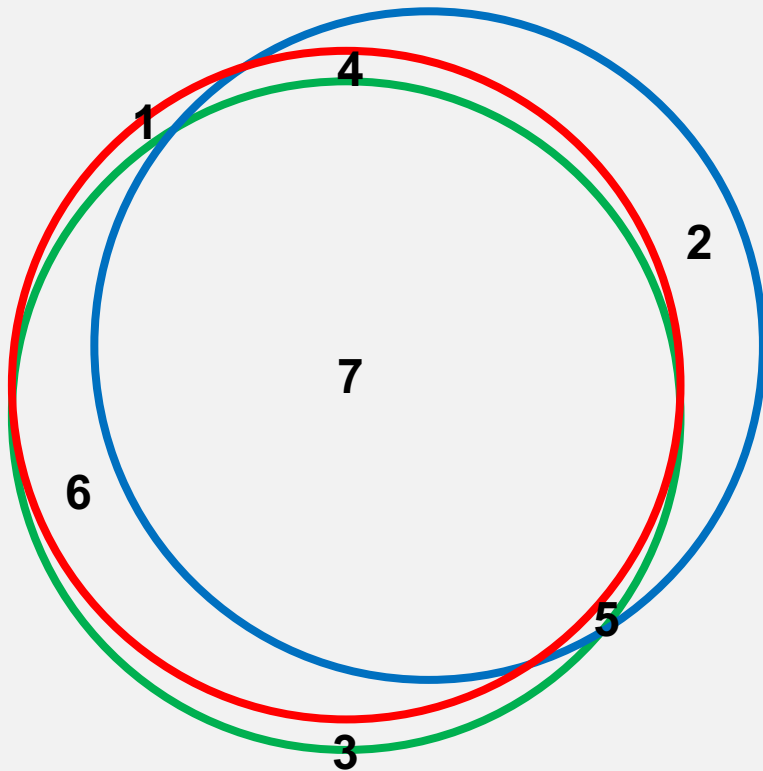
— Kultur — Omdømme —

4% gap
Visjon og kultur



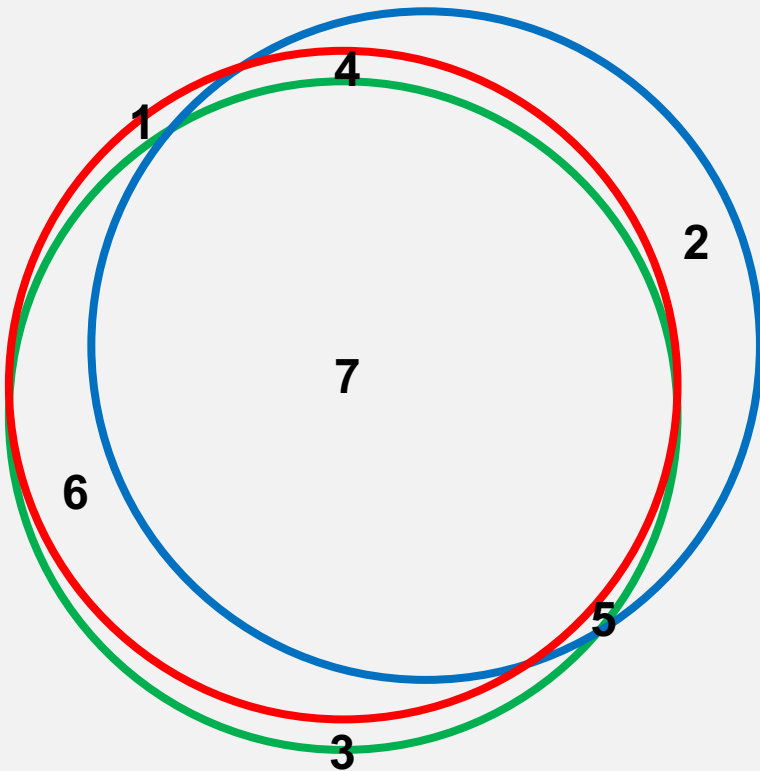
— Visjon — Kultur

GAP-ANALYSE: Visjon, kultur og omdømme



1. Ledelsens visjoner som verken kultur eller omdømme har latt seg påvirke av – så langt
2. Omverdenens feilaktige oppfatning av virksomheten
3. Uønsket kultur som omverdenen ikke har oppdaget
4. Visjoner som gjør inntrykk på omverdenen
5. Fortjent dårlig omdømme
6. Positiv del av virksomheten som ikke er kjent av omgivelsene
7. Når visjon, kultur og omdømme er i samsvar med hverandre

GAP-ANALYSE: Visjon, kultur og omdømme



1. **Positivt:** Ledelsen gir høyere skår enn medarbeiderne og omverdenen på enkeltdriverne *Ambisjonsnivå* og *Visjoner for framtida*.
2. **Negativt:** Omverdenen gir lavere skår enn ledelsen og de ansatte på hoveddriverne *Samfunnsansvar* og *Økonomi*.
3. **Negativt:** Medarbeiderne gir lavere skår enn ledelsen og omverdenen på hoveddriveren *Visjon og ledelse*. **Positivt:** Medarbeiderne gir høyere skår enn ledelsen og omverdenen på hoveddriveren *Samfunnsansvar*.
4. **Positivt:** Både omverdenen og ledelsen gir svært høy skår på hoveddriveren *Visjon og ledelse*, mens medarbeiderne «bare» gir høy skår.
5. **Negativt:** Medarbeiderne og omverdenen gir lavere skår enn ledelsen på enkeltdriverne *Samarbeider godt med skoler* og *Gir valuta for medl.avg./off. Tilskudd*.
6. **Positivt:** Ledelsen og medarbeiderne gir høyere skår enn omverdenen på hoveddriveren *Økonomi*. Omverdenen gir lavere skår enn ledelsen og de ansatte på hoveddriverne *Samfunnsansvar* og *Økonomi*.
7. **Positivt:** Det er samsvar mellom ledelsen, ansatte og andre interessenter på hoveddriverne *Følelsmessig appell*, *Produkter og tjenester*, *Visjon og ledelse* og *Rollen som arbeidsgiver*. Det er også samsvar på enkeltdriverne *Leverer tjenester av høy kvalitet*, *Ivaretar medlemmenes interesser*, *yter god service*, *Sørger for at lovverk og avtaler blir fulgt*, *Kvalitetssikrer opplæringen for lærlingen i hele læreperioden*, og *Har kompetente medarbeidere*.

STYRKER, SVAKHETER, MULIGHETER OG TRUSLER

Interne drivere

Styrker

OKS Trøndelag har et svært godt omdømme blant aktører som kjenner virksomheten
Kompetente, fleksible og serviceinnstilte ansatte
Omverdenen har svært godt inntrykk av OKS Trøndelag og har stor tillit til virksomheten
Vilje og engasjement for utvikling internt i OKS Trøndelag
Godt samspill mellom ledelse og ansatte
God ledelse

Svakheter

Uklart hvilken posisjon OKS Trøndelag ønsker å ta i det sammenslåtte Trøndelag
Deler av arbeidet underkommuniseres
Utydelig rolle- og ansvarsfordeling
Mangler strukturert rammeverk for kommunikasjon mot sentrale målgrupper i marked og samfunn
OKS Trøndelag sitt samfunnsansvar er underkommunisert
Bokstavene OKS står ikke for noe lenger

Interne drivere

Eksterne drivere

Muligheter

Øke kunnskapen om OKS Trøndelag sitt arbeid hos sentrale målgrupper som medlemsbedriftene, lærlingene, skolene og offentlig forvaltning.
Etablere felles fremgangsmøte/ forståelse for kommunikasjon mot medlemsbedrifter, skoler, lærlinger og offentlig forvaltning
Tydeliggjøre roller og ansvarsfordeling opp mot medlemsbedrifter og skoler
Tydeliggjøre ønsket posisjon i sammenslåtte Trøndelag
Synliggjøre OKS Trøndelag sitt ambisjonsnivå og sin ønskede posisjon som opplæringskontor i Trøndelag
Forsterke kommunikasjonen av OKS Trøndelag sitt tjenestetilbud og sin spisskompetanse
Synliggjøre samarbeid med skoler og øvrige aktører

Trusler

Lav kunnskap om OKS Trøndelag sitt arbeid i sentrale målgrupper
Nytt geografisk nedslagsfelt – posisjonering opp mot andre opplæringskontor
Kommunesammenslåing, kommuneøkonomi og komunalpolitikk
Uklar rollefordeling
Omverdenen opplever at OKS Trøndelag i liten grad tar miljøansvar
Historisk feilaktig oppfatning av OKS Trøndelag

Eksterne drivere

Hovedfunn oppsummert

1. OKS Trøndelag har et svært godt omdømme blant de som kjenner virksomheten
2. OKS Trøndelag underkommuniserer virksomheten sin ut i markedet – det er et stort potensial for å bruke kommunikasjon til å øke kunnskapsnivået hos medlemsbedrifter, skoler, lærlinger, offentlig forvaltning og andre
3. Ledelse og ansatte er samkjørte i sin historiefortelling om OKS Trøndelag
4. Ledelse, ansatte og marked er enige om at OKS Trøndelag har god ledelse og kompetente og serviceinnstilte ansatte
5. Medlemsbedrifter og offentlig forvaltning mener de får god valuta for medlemsavgift og offentlige tilskudd.
6. OKS Trøndelag sine ambisjoner og visjoner for framtida er uklare både internt og eksternt
7. OKS Trøndelag har en utydelig miljøprofil
8. Medlemsbedrifter og skoler opplever rolle- og ansvarsfordelingen som uklar

Utdyping av hovedfunn:

OKS Trøndelag har et svært godt omdømme blant de som kjenner virksomheten – i alle målgrupper

Felles for alle som kjenner til OKS Trøndelag sin virksomhet, er at de har

- et godt inntrykk av OKS Trøndelag
- tillit til OKS Trøndelag

Felles for alle som kjenner til OKS Trøndelag sin virksomhet, er at de mener OKS Trøndelag

- leverer tjenester av høy kvalitet
- ivaretar medlemmenes interesser på en god måte
- tar ansvar for at gjeldende lovverk og avtaler i læreforholdet blir fulgt
- samarbeider godt med videregående skoler og andre aktører
- gir god valuta for medlemsavgift og offentlige tilskudd
- yter god service
- har en dyktig ledelse
- er ambisiøse
- har kompetente medarbeidere

Utdyping av hovedfunn:

OKS Trøndelag har et stort potensial for å kommunisere tydeligere og mer effektivt – virksomheten framstår underkommunisert

Om lag halvparten av respondentene fra medlemsbedriftene svarer «vet ikke» på spørsmål om OKS Trøndelag

- tar miljøansvar
- samarbeider godt med videregående skoler eller med øvrige aktører
- har de nødvendige økonomiske ressursene til å utføre oppdraget sitt
- forvalter de økonomiske ressursene sine på en god måte
- er en attraktiv arbeidsplass

1 av 3 respondenter fra medlemsbedriftene svarer «vet ikke» på spørsmål om OKS Trøndelag

- fornyer tjenestetilbudet sitt fortløpende
- sine visjoner for framtida

Om lag halvparten av respondentene fra skole og utdanning svarer «vet ikke» på spørsmål om OKS Trøndelag

- tar miljøansvar
- ivaretar medlemmenes interesser på en god måte
- samarbeider godt med andre aktører
- Gir god valuta for medlemsavgift og offentlige tilskudd
- Fornyser tjenestetilbudet sitt fortløpende
- er ambisiøse
- Har de nødvendige økonomiske ressursene til å utføre oppdraget sitt
- Forvalter de økonomiske ressursene sine på en god måte

Kommunikasjonsutfordringer

1. De primære målgruppene har lav kunnskap om OKS Trøndelag sin virksomhet på flere sentrale områder. Deler av arbeidet er underkommunisert.
2. Rolle- og ansvarsfordeling oppleves som utydelig blant medlemsbedrifter og skoler
3. Kommunikasjonen av OKS Trøndelag sine ambisjoner og ønskede posisjon i det sammenslåtte Trøndelag framstår som uklar internt og eksternt
4. Kommunikasjonen av OKS Trøndelag sitt samfunnsansvar framstår som udefinert