



SOCIAL MEDIA OP HET WERK



AAN DE SLAG MET DIGITALE VAARDIGHEDEN
TRAINING: **SOCIAL MEDIA**





SOCIAL MEDIA OP HET WERK

Je doet deze training waarschijnlijk om te ontdekken of het iets zou kunnen zijn voor jouw werk, oftewel; of het iets is voor jou, je collega's én voor jouw cliënten? Hoe beoordeel je dat nou? In dit werkblad krijg je daar handvatten voor.

Social media geven enorm veel kansen. Ook in jouw werk. Dat is belangrijk om te onthouden. Laat je niet tegenhouden door negatieve verhalen. Natuurlijk, de spookverhalen kennen we allemaal. Hier gaan we het hebben over de kansen die er ook zijn, maar wel op een verstandige manier. Social media echt waardevol laten zijn, gaat niet zomaar. Het vraagt in ieder geval geduld, motivatie, kennis en vindingrijkheid om social media zo aan te kunnen bieden dat het een verrijking is voor jouw werk en het leven van je cliënt.

Vraag jij je af of social media in de ouderenzorg eigenlijk wel kan? Google dan eens op "Social media in de ouderenzorg." En lees enkele van de eerste artikelen. Wat denk je? Heeft het kans van slagen? Zie je er een functie voor?

Zijn social media geschikt voor mijn werk?

Behalve dat er van jou verwacht wordt dat jij je cliënten kan begeleiden bij hun online activiteiten wordt er steeds vaker van professionals gevraagd dat ze social media ook zelf in kunnen zetten. In steeds meer sociale beroepen en sociale opleidingen zie je de competentie verschijnen dat je social media weet te gebruiken.

Noteer waarom jij denkt dat dit van jou als medewerker verwacht wordt:

.....

.....

Social media beleid

Ga als eerste na of er in jouw organisatie een socialmediabeleid is. Daarin staan de regels waar jij je als medewerker aan hebt te houden. In de volgende vragen is dat altijd leidend. Wanneer je merkt dat de vragen hier botsen met wat er in dat beleid staat, vraag je dan af waarom jouw organisatie heeft gekozen voor wat er is opgeschreven.



AAN DE SLAG MET DIGITALE VAARDIGHEDEN
TRAINING: SOCIAL MEDIA



Vaak heeft een afdeling communicatie of de afdeling personeelszaken hier al over nagedacht of is een beleid vastgesteld door het management. Check even of het ook voor jou, met jouw werkdoelen en met jouw cliënten, te vinden is en of het naar jouw mening te gebruiken is. Wanneer je verschil ziet, ga daar dan over in gesprek en kijk of er aanpassingen gedaan kunnen worden waar iedereen zich in kan vinden.

Doel

Om social media als professional in te zetten moet het natuurlijk wel ergens toe leiden. Je gaat niet “in de baas z’n tijd” een potje gamen of Facebooken, toch? Als je daar al tijd voor hebt ...

Dus wanneer je dat wel doet heb je er waarschijnlijk een doel mee voor ogen. Liefst een doel dat je ook met andere werkzaamheden probeert te bereiken.

Waarvoor kan je social media professioneel inzetten?

Misschien vond je de vorige vraag lastig? Wanneer je nog niet heel bekend bent met de inzet van social media in je werk is dat niet zo vreemd. Hierna lees je een aantal voorbeelden van doelen die je als professional kan hebben met social media.

- Zitten jouw doelen er bij?
 - Mis je nog iets?
 - Brengt het je op ideeën?
1. Zichtbaar worden / je werk zichtbaar maken
 2. Tijd (en geld) besparen door bijv. niet langer een nieuwsbrief op papier te maken en te verspreiden
 3. Mijn doelgroep beter leren kennen
 4. Dat mijn doelgroep mij beter leert kennen
 5. Contact met vrijwilligers, mantelzorgers en familieleden onderhouden
 6. Professioneel netwerk onderhouden (je collega’s, andere afdelingen, ketenpartners, beroepsverenigingen, enz.)
 7. Makkelijker communiceren (over de zaken die anderen wel willen of moeten weten maar waarvoor je niet gaat bellen en ook niet gaat mailen)
 8. De organisatie en haar diensten promoten
 9. Het (hulp-)netwerk rond mijn doelgroep bereiken
 10. Actuele kennis over mijn vakgebied ophalen of zelf delen met collega’s
 11. Contact via social media als onderdeel van de begeleiding / hulpverlening die ik geef (bv. door te chatten, beeldbellen, vloggen)
 12. Mijn doelgroep kunnen voorlichten over social media



Bron: Welzijn 3.0, www.welzijn30.nl

13. Wat kan je nog meer bedenken?

Vul hier aan:

.....

Noteer welke drie doelen voor jou bruikbaar zijn:

1.

.....

2.

.....

3.

.....

Socialmediastrategie

Om social media effectief in te zetten, ontkom je er niet aan om er goed over na te denken. Een gestructureerde aanpak is het beste, met een plan.

De doelen hiervoor helpen al bij het richting geven aan dat plan; waar wil jij social media voor gaan inzetten? Een socialmediastrategie helpt om echt aan dat doel te gaan werken.

Klinkt ingewikkeld en groots, een socialmediastrategie. Bij grote bedrijven is het dat soms ook.

Informeer of er een in jouw organisatie is en lees die goed door.

Maar jij kan in het klein, met je collega's ook een strategie afspreken.

Daarvoor beantwoord je de volgende vragen:

- Wat staat in ons social media beleid?
- Welk doel heb je met de inzet van social media?
- Wat speelt er, waar ga je over berichten, wat laat je zien?
- Wanneer wil je dat gaan doen?
- Waar speelt zich iets af?
- Welke boodschap wil je afgeven? Heb je een kernboodschap?
- Welke doelgroep wil je bereiken?
- Welk socialmediaplatform ga je gebruiken?
- En waarom die?
- Welke vorm kies je (tekst, foto, video, live, geluid)?
- Wie is verantwoordelijk voor plaatsing?
- Planning per week / maand / jaar, welke berichten plaats je wanneer en wie doet dat?
- Wat zijn de vaste terugkerende activiteiten?
- Voor, tijdens en na afloop van een gebeurtenis berichten maken, bij het laatste kan je ook alvast de volgende activiteit aankondigen
- Wat staat er deze dag te gebeuren en kan ik daar iets over melden op social media, met het doel in gedachten?
- Zijn er inhakers in de actualiteit? Nieuws, feestdagen, de dag van de (Google op 'inhaakkalender.' Kan je daar iets mee doen?



Bron: Welzijn 3.0, www.welzijn30.nl

Gebruik de bovenstaande stappen om in je team een eigen social media strategie te maken, die jullie helpt om je werk beter te kunnen doen en je doelen die je daarmee hebt te halen.

Reserveer een van je overleggen alleen voor dit onderwerp.

Laat je eventueel begeleiden door een interne socialmediadeskundige collega of zoek een externe trainer.

“Nou zeg. Laat dat de stagiaire maar doen”

Neeee!!! Niet doen. Omdat de stagiaire vaak wat jonger is, ben je misschien geneigd social media aan haar of hem over te laten. In de veronderstelling dat die het wel zal weten. Natuurlijk heb je prima stagiaires. Fijn. Maar ga er niet meteen van uit dat ze:

- A. je hele organisatiestructuur kennen;
- B. de gevoeligheden van je werk kennen;
- C. jouw cliënten en werkveld voldoende kennen;
- D. social media in een professionele setting kunnen toepassen;
- E. kennis hebben over privacyregels.

Dat valt best te leren, daarvoor lopen ze stage. Maar na een jaartje zijn ze weer weg en zit jij met socialmedia-accounts waar jij de wachtwoorden niet van hebt en is het hele opgebouwde netwerk met de stagiaire verdwenen.

Wil je social media echt een plek geven binnen je werk en het laten werken voor de doelen die je hebt gesteld, dan moet je er zelf ook kennis van hebben en ervaring mee opdoen. Zelf doen dus.

Influencers

Gelukkig hoef je lang niet alles zelf uit te zoeken. Er zijn collega's uit verschillende organisaties die bijhouden wat er op social media gebied gebeurt. Ze plaatsen daar regelmatig berichten over en delen artikelen of filmpjes.

Of ze hebben een eigen blog, vlog of website waarin ze laten zien wat het werk van jou en je collega's inhoudt. Ze nemen je mee hun (nacht)dienst in en vertellen daar over. Soms worden hun verhalen als voorbeeld genomen voor de hele sector en staan ze ineens naast een minister!

Wie zijn mensen die jij via social media kan gaan volgen? Via social media zijn ze allemaal te vinden. Zoek op woorden en hashtags als: innovatie, social media, ouderenzorg, ouderen, zorg, welzijn, enz. En doe dat op verschillende social mediakanalen: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn. Wie kom je vaak tegen? Ga die persoon dan volgen.

Schrijf hier de namen van ten minste drie influencers op:

1.
2.
3.

Nog een tip

Kijk wie reageren op de berichten van deze mensen. Ook daar zitten interessante mensen tussen die je ook kan gaan volgen. En als je dan toch gaat volgen, ga dan ook eens reageren! Het gaat allemaal om delen, delen en delen. Ook jouw kennis is belangrijk.



Zit jouw organisatie op social media?

Op welke socialmediakanalen kun je jouw eigen organisatie volgen? Dat kan handig zijn om op de hoogte te blijven van wat er gebeurt en bijvoorbeeld om geplaatste vacatures te kunnen delen. Hoe kom je daarachter?

- Soms staat het op de website of op posters en flyers.
- Soms kom je erachter door op social media de naam van je organisatie te zoeken.
- Of je Googelt die naam en kijkt wat boven komt drijven.

Zoek jouw organisatie op de volgende socialmediakanalen en noteer de URL (de naam waarop die gevonden kan worden). Knip en plak (of type) die link hieronder. Welk cijfer zou je dat account geven? En waarom?

Twitter:

Cijfer Omdat

.....

LinkedIn:

Cijfer Omdat

.....

Youtube:

Cijfer Omdat

.....

Facebook:

Cijfer Omdat

.....

Instagram:

Cijfer Omdat

Interne collega's

Noteer de naam en het emailadres van de collega's die de socialmediakanalen van jouw organisatie "vullen." Ga ook hen volgen op social media.

Tip:

Stuur je eigen berichten op social media naar deze centrale personen door met de vraag om dit ook op de accounts van de organisatie te laten zien. Dat is goed voor het beeld van organisatie, voor het levend houden van die accounts én ... jij zet jezelf weer even op de kaart. 😊

Natuurlijk waardeer je de plaatsing van je bericht even met een like.



Je eigen teamleden? Onder welke namen kan je hen vinden?
Ga elkaar volgen!

.....

.....

.....

.....

Tip:

Deel en like elkaars berichten op social media. Je helpt elkaar zo aan een groter bereik en zorgt samen voor een sterke uitstraling, zowel intern als extern.



AAN DE SLAG MET DIGITALE VAARDIGHEDEN
TRAINING: SOCIAL MEDIA



Uniformiteit

Wanneer je als medewerkers op social media actief bent, is het handig dat de buitenwereld kan zien dat jullie bij dezelfde organisatie horen. Aan je naam en aan je vormgeving.

Dit staat professioneel en het voorkomt een wildgroei aan verschillende platformen, die eigenlijk allemaal bij elkaar horen maar dat niet uitstralen.

Dat gevaar is groter wanneer je allemaal verschillende locaties of afdelingen hebt. Of wanneer er gewoon nog niet over nagedacht is en medewerkers zelf een account aanmaken, zonder de organisatie te informeren.



Uniformiteit = herkenbaarheid. Om dat te bereiken kan je een aantal dingen afspreken:

- Allemaal dezelfde achtergrondfoto gebruiken.
- Portretfoto's gebruiken die op hetzelfde moment op dezelfde manier zijn gemaakt door een professionele fotograaf die je langs laat komen.
- Gebruik van het logo en het kleurgebruik van je organisatie.
- Afspreken dat je dezelfde naam-opbouw gebruikt.
Bijvoorbeeld: Jannie_goedvooroud / Marit_goedvooroud / Erik_goedvooroud wanneer je organisatie Goed voor oud heet (fictief).

Welk cijfer geef jij de uniformiteit van jouw organisatie op social media?

.....

Kan er iets beter?

.....

.....

Hoe ga je dat voor elkaar krijgen?

.....

Tip:

Kijk in jullie socialmediabeleid of communicatiestrategie wat je kan vinden over het standpunt van jouw organisatie over uniformiteit op online platformen en in andere uitingen naar buiten. Wanneer zo'n beleidsstuk er niet is, of het is nog niet goed uitgewerkt of ingevoerd, dan is dit een mooi moment om aan de boom te schudden. Zet het thema 'online uniformiteit' op de agenda in je overleg.

Deze socialmediamodule is gemaakt door Hans Versteegh, Welzijn 3.0 (www.welzijn30.nl) in opdracht van Utrechtzorg. Heb je opmerkingen of vragen over dit lesmateriaal? Mail dan naar info@digivaardigindezorg.nl.

AAN DE SLAG MET DIGITALE VAARDIGHEDEN
TRAINING: SOCIAL MEDIA

