



Presenteert....

een driedaagse leerroute voor communicatiebeleid met sociale media

## ‘Van hype naar communicatiestrategie’

### Omgaan met burgers in de online wereld, een compacte verkenning

‘Moet onze organisatie iets met sociale media?’ ‘Zijn Twitter en Facebook niet gewoon onderdeel van een hype die wel weer overwaait?’ De vragen worden overal gesteld, de meningen verschillen. Sommigen zijn een absolute tegenstander, bijvoorbeeld omdat het lastig te beheren en beheersen is. Velen zijn fervent voorstander van sociale media als onderdeel van hedendaags communicatiebeleid van overheidsorganisaties. Vooral omdat deze ontwikkelingen niet meer zullen verdwijnen uit onze samenleving en dus een regulier onderdeel van het communicatieveld uitmaken. Twitter en Facebook kunnen wel weer eens verdwijnen, maar deze bewegingen blijven. Net zoals eerder de fax, e-mail en websites werden toegevoegd aan het bestaande arsenaal van briefpost en telefoon.

Dat is dus ons uitgangspunt: **u moet er iets mee**. Zelfs als u er (voorlopig) weinig of niets mee wilt doen, moet u die keuze liefst bewust maken en voorkomen dat het u overkomt.

#### Omgaan met burgers in de online wereld

Steeds meer burgers bevinden zich op de sociale media en zij verwachten de overheid daar ook. Om vragen te kunnen stellen en informatie te krijgen. Bijvoorbeeld over (kleine) ergernissen in de openbare ruimte.

 <p><b>Laurra16</b> Laura Vervelend als de lantaarnpalen het niet doen in een woonwijk met veel bochten!# boem een stoeprand! 22 hours ago  Unfavorite  Retweet  Reply</p>	 <p><b>NaamMobilesNI</b> Linda-NaamMobiles.nl Beperkt strooibeeld: is dat een bordje neerzetten en er verder lak aan hebben dat jong en oud over de straten sjoelt ipv fietst? 20 Jan  Unfavorite  Retweet  Reply</p>
 <p><b>gemeentetilburg</b> Gemeente Tilburg Aan de Tobias Asserlaan staan led-lantaarnpalen. Ze reageren op beweging in de buurt. Gaan ze feller branden. <a href="http://fb.me/TCY8m9Fa">http://fb.me/TCY8m9Fa</a> 24 Jan</p>	 <p><b>AmandaManten</b> Amanda Manten Vanochtend weer eens moeder met 2 kids op de fiets onderuit zien gaan. @GemeenteZeist heeft slecht strooibeeld! 20 Jan</p>
	 <p><b>dwasman</b> diet wasman #strooibeeld. Spekgladde fietspaden. Waarom beloont men lui gedrag (auto) en wordt milieubewustzijn (fiets) gestraft? 20 Jan</p>

Er zijn al vele rapporten geschreven over sociale media en overheidscommunicatie. Ze analyseren de kansen en ordenen de achtergronden voor het maken van afwegingen. U krijgt leerzame voorbeelden gepresenteerd en succesverhalen. **Maar waar begint u om uw eigen keuzes te kunnen maken?**

Net als alle andere media zijn sociale media een middel. Weliswaar met een nieuwe techniek en dynamiek, maar nog steeds slechts een middel. Ook de keuze hiervan begint dus bij uw doel: **met wie wilt u communiceren, waarom en waarover?**



## Leerroute: op 3 niveaus wegwijs in sociale media

Crisiswerkplaats heeft een model uitgedacht waarmee u zorgvuldig uw sociale mediabeleid kunt gaan kiezen. We weten uit ervaring hoe het werkt, maar ook dat het tijd kost om je die kennis en vaardigheden eigen te maken. Gelukkig hoeft niet alles tegelijk. Bovendien zijn sociale media een nieuw element dat wordt toegevoegd aan het bestaande pakket. Ook dat vereist een zorgvuldige afweging om het goed te integreren met bestaande media. Dat proces van verkennen, kiezen en implementeren hebben we inzichtelijk gemaakt, zodat het u kan helpen snel uw weg te vinden in het gebruik van sociale media.

### De leerroute bestaat uit drie aspecten:

















1. **Verkennen:** wat is het en waar kan ik uit kiezen?
2. **Kiezen:** welke keuze past bij ons?
3. **Implementeren:** hoe kunnen we de gemaakte keuze invoeren?

Deze leerroute bestaat uit drie cursusdagen, die elk op een ander terrein de situatie van de online wereld met sociale media verkennen. U kunt alle drie de dagen na elkaar volgen, maar ook selecteren of een andere volgorde kiezen. Tijdens het volgen van de cursus krijgt u praktische informatie en veel analyses met behulp van voorbeeldcases uit de online leeromgeving van de Crisiswerkplaats. Bovendien kunt u praktisch oefenen met de twittersimulatie van de Crisiswerkplaats.



De meeste aandacht gaat uit naar de mogelijkheden van Twitter, maar de kern van deze functionaliteit is ook te vinden in andere sociale media zoals Facebook, Hyves, LinkedIn, Youtube, Flickr, forums en netwerken. Bovendien is het eenvoudig om hier koppelingen tussen te leggen en een bericht op meer plaatsen te laten verschijnen.

### Leesplankje Web 2.0

			
rss-feed	social networking	wiki	search
			
social bookmarking	tagcloud	video sharing	internet radio
			
photo sharing	mashup	micro-blogging	widgets
			
blogsearch	weblog	gaming	music services

Lydia Vroegindewij 30-06-2010

# ‘Communicatiebeleid met sociale media’

## Hele cursus of losse modules

De 3-daagse cursus bestaat uit drie afzonderlijke modules, die wel op elkaar aansluiten maar elkaar niet overlappen. De combinatie van de drie zorgt voor een compleet en divers overzicht, zodat u weet waar het om draait als u nieuw communicatiebeleid voorbereidt. Elke module duurt 1 dag. U kunt de modules ook afzonderlijk volgen.

### Module 1: Verkennen

Welke sociale media zijn het en wat voor communicatie vindt daar plaats? Er zijn verschillende gebruiksmogelijkheden van sociale media. Die hangen nauw samen met wat u wilt doen. Een activiteit met een werkwoord dus, waarbij dat werkwoord iets zegt over de vorm van interactie (het sociale van dit medium). Wilt u alleen kijken op afstand (social mediawatching), of gericht luisteren? Wilt u reageren op wat u leest? Of vooral zelf belangrijke informatie zenden naar wie het lezen wil? Of zelfs vragen stellen aan het publiek? Dat zijn al 5 verschillende vormen van communicatie die zich allemaal afspelen binnen de sociale media. En uiteraard komen ook alle combinaties daarvan voor. U ontdekt wat de kracht en toepassing van elke vorm is en kunt zelf ervaren hoe het werkt.

### Module 2: Kiezen

Het kiezen van de juiste sociale media heeft alles te maken met het communicatiebeleid van de organisatie. Welke communicatiedoelstellingen zijn er algemeen geformuleerd? Hoe wil men omgaan met burgers of klanten? Een gewetensvraag daarbij is: is het communicatiebeleid vooral ingegeven door de wensen van de afzender of door de vragen en informatiebehoefte van de klant/ontvanger? Die informatiebehoefte van de burger blijkt centraal te staan tijdens bijzondere situaties, zoals een crisis. Acute onzekerheden doen de vraag naar snelle en duidelijke informatie enorm toenemen. Juist in die situaties verwacht men dat het snelste medium wordt gebruikt voor het geven van de juiste informatie.

Er zijn dus twee uitgangssituaties die een rol spelen bij uw keuze:

- welke communicatiedoelstellingen zijn altijd van kracht?
- welke doelstellingen kunnen van kracht zijn bij bijzondere situaties (crisis)?

Bovendien telt natuurlijk nog mee hoe uw organisatie zich wil profileren?

### Module 3: Implementeren

Om tot een goede invoering te komen is een projectmatige aanpak nodig. Daarin worden de uitgangspunten voor de implementatie vastgelegd in concrete beheersfactoren:

- Tijd: welke fasering, hoeveel tijd mag het kosten?
- Geld: welk budget is nodig om dit goed te kunnen doen (in opstartfase, bij normaal continu gebruik, bij speciale situaties)?
- Kwaliteit: welke eisen stelt u aan de kwaliteit van de communicatie?
- Organisatie: wie gaat/gaan het doen? Wie is verantwoordelijk? Zelf doen of uitbesteden?
- Informatie: hoe moet de interne informatiestroom worden aangepast om ook sociale media correct in te bedden in het proces?

In deze module is er ook aandacht voor de keuze van het geschikte implementatiemodel. Denk hierbij aan:

- zelf opbouwen in een bepaalde volgorde en in een bepaalde tijd
- een bewezen voorbeeld aanpak kopiëren
- crisisgedreven een start maken (concrete aanleiding, in het diepe springen)

## Andere cursusmodules

Het basisprogramma van 3 dagen (los of in combinatie) is uit te breiden of te variëren met speciale thema's gekoppeld aan crisiscommunicatie en nazorg voor getroffen. Dat kan gaan om korte presentaties, een aanvullende cursusdag of een webinar. Hierna enkele suggesties van mogelijke onderwerpen. Hebt u speciale leerwensen, laat het ons weten. Wij stellen graag op maat een passend programma samen.

### Presentaties

- Actuele casuïstiek: een actuele casus als rode draad om de ins en outs van sociale media te belichten en erover in discussie te gaan.
- Inleiding getroffenenzorg: in een presentatie krijgt u overzicht over de belangrijkste thema's die een rol spelen bij getroffenenzorg. De nasleep van een crisis houdt niet op bij het oprollen van het afzetlint. In de communicatie is er meer nodig.

### Aanvullende modules

- Workshop Social Mediawatching (1 dag). Zelf aan de slag met diverse hulpmiddelen op internet om informatie te volgen.
- Training getroffencommunicatie (3 dagen). Wat komt er kijken bij de nasleep van een groot incident.

### Webinars

De Crisiswerkplaats organiseert regelmatig webinars. Dat zijn korte seminars van 1 uur die u op uw computer kunt volgen. Hebt u een webcam en/of een microfoon dan kunt u actief meedoen in het gesprek. Maar ook via de chatfunctie kunt u vragen stellen aan de spreker of andere deelnemers.

## Laat u inspireren voor nieuw communicatiebeleid

De cursus van drie dagen heeft als doel u te inspireren om na te denken over uw communicatiebeleid in de huidige wereld waarin burgers de beschikking hebben over allerlei media om informatie te verwerven en te delen. U krijgt bovendien meer inzicht in de behoeften en emoties van mensen die zich getroffen voelen door een ingrijpende gebeurtenis.



U leert wat de sociale media zijn, wat u ermee kunt, hoe het werkt en hoe u het in communicatiebeleid kunt inzetten.

De vele voorbeelden en cases houden vooral verband met toepasbaarheid binnen uw rol als communicatiemedewerker bij een overheidsorganisatie, zodat u snel de vertaalslag kunt maken. U krijgt in module 3 bovendien werkbare schema's aangereikt, die u kunt inzetten in

uw eigen besluitvormingsproces over plannen en strategische keuzes rond communicatiebeleid.

### **Uw docenten**

De modules van deze cursussen worden verzorgd door Ina Strating en Lydia Vroegindeweyj. Zij hebben uitgebreid ervaring opgedaan met communicatie en nazorg voor getroffen. Zij zijn zelf regelmatig actief op de sociale media als er zich een crisis ontwikkelt. Zij onderzoeken hoe het verloop van de informatie en communicatie van invloed is op de ervaring en emoties van de burgers. Bovendien spannen zij zich in om deze praktijkkennis te verzamelen, te ordenen en te analyseren naar aanleiding van actuele crises of andere gebeurtenissen in de samenleving. Een voorbeeld is de bundeling van kennis en ervaringen "Wijsheid van de massa – 10 dagen Moerdijk".

Daarnaast kunnen er experts-gastsprekers worden ingezet, die hun specifieke kennis en actuele ervaring op bepaalde onderwerpen met de deelnemers zullen delen.

### **Tijdstip en plaats**

De cursusedagen kunnen verzorgd worden bij de opdrachtgever of op een locatie die de opdrachtgever reserveert. Hiervoor is de aanwezigheid van een beamer en internetverbinding noodzakelijk. Voor het praktisch oefenen is het noodzakelijk dat de deelnemers zelf achter een computer of laptop met internetverbinding aan de slag kunnen in een instructieruimte.

De kosten van de locatie en de catering zijn niet bij de cursusprijs inbegrepen. In overleg is het mogelijk om de cursusedagen te plannen op een middag+avond.

### **Kosten**

De prijzen voor deze incompany-cursus gelden per groep (ongeacht het aantal deelnemers tot een maximum van 12). De grootte van de groep is maximaal 12 deelnemers om ervoor te kunnen zorgen dat iedereen voldoende ondersteuning kan krijgen.

Prijs per module : € 1.675,- per groep (excl. btw)

Prijs voor de totale cursus (alle drie de modules): € 4.950,- (excl. btw).

Deze prijzen zijn exclusief btw en reiskosten voor de docent. Cursusmateriaal voor elke deelnemer is inbegrepen.

### **Liever als individuele deelnemer in open inschrijving?**

De hele cursus of losse modules zullen binnenkort ook in open inschrijving worden aangeboden. Als u daarvoor belangstelling hebt, neem dan contact met ons op.

### Meer informatie?



#### **Crisiswerkplaats**

[www.crisiswerkplaats.nl](http://www.crisiswerkplaats.nl)  
[info@crisiswerkplaats.nl](mailto:info@crisiswerkplaats.nl)  
@Cwerkplaats

Postbus 322  
3830 AJ Leusden

Ina Strating  
06-81555299  
[ina@crisiswerkplaats.nl](mailto:ina@crisiswerkplaats.nl)  
@inastrating

Lydia Vroegindeweyj  
033-4566134  
[lydia@crisiswerkplaats.nl](mailto:lydia@crisiswerkplaats.nl)  
@vroegje