

Webcare: hoe gaat het gemeenten werkelijk af?

Oliver de Leeuw

Heb je voor goede webcare een model, proces en uitgekende strategie nodig? Of kom je met gezond verstand ook al een heel eind? Dat de meningen hierover verschillen, moge duidelijk zijn uit de diversiteit aan invalshoeken in dit boek. Hoe dan ook zou je als burger in de praktijk moeten merken of en hoe goed de webcare ervoor staat bij jouw gemeente. Daarom besloot ik de proef op de som te nemen in een wellicht lastige periode: halverwege augustus stelde ik veertien gemeenten en een stadsdeel een vraag via Twitter. De resultaten van deze miniatuursteekproef vind ik vrij verrassend!

Een simpele en een lastige vraag

Wat ik wilde weten: “Maakt het voor de hondenbelasting uit hoe groot de hond is? En waarom wel of juist niet?”. Ik ga er namelijk vanuit dat achter elk belastingtarief een al dan niet door de politiek ingegeven redenatie ligt. Het eerste deel van mijn vraag zou erg gemakkelijk te achterhalen moeten zijn. Op 12 augustus 2014 om 14.17 uur stelde ik deze vraag aan veertien willekeurige gemeenten, direct gericht aan hun Twitteraccount. Sommigen hebben het in hun Twitterbio expliciet over webcare (zes gemeenten) of geven juist aan dat het een account is waarvandaan slechts nieuws gedeeld wordt (vier gemeenten). Bij vijf accounts is het vlees noch vis en kun je niet duidelijk afleiden of je welkom bent via Twitter een vraag te stellen.

Heel motiverend is bijvoorbeeld de gemeente Goes: “Welkom op het officiële Twitteraccount van de gemeente Goes! We helpen u graag met vragen over onze services en producten op werkdagen van 09-17u.” Ook duidelijk, in de negatieve zin, is het Amsterdamse Stadsdeel West: “Volg ons voor nieuws uit het West. Heeft u een klacht of melding? Gebruik dan liever het online formulier.”. Wat iemand kan met een Twitterbio zoals die van gemeente Stein (“Groene gemeente op kruispunt A2 en A76 gelegen langs Maas en Julianakanaal. Stein... wil je zien!”) is mij echter een raadsel.

Snelle reacties, maar zijn het nuttige antwoorden?

Van de aangeschreven accounts ontving ik van vier gemeente binnen een kwartier antwoord, van drie binnen het uur en van nog eens drie gemeenten tussen één en twee uur na het stellen van mijn vraag. Volgens mij is dat een prima reactiesnelheid. Dan zijn er vier accounts die pas de volgende dag een antwoord konden geven, wel allemaal net binnen 24 uur. Van een gemeente heb ik nog altijd geen reactie mogen ontvangen. Jammer hoor, Zwolle!

Een nuttige reactie is voor mij een antwoord met daarin een aanklikbare link. Er zijn vier gemeenten die aangeven helemaal geen hondenbelasting te heffen en zeven gemeenten stuurden een direct antwoord op het eerste deel van mijn vraag. Ook kreeg ik van vijf gemeenten een link mee voor meer informatie. Gek genoeg stuurde Doesburg alleen een link door, zonder zelf het antwoord waar ik naar op zoek was erin te kopiëren. Dat is een gemiste kans om direct in mijn informatiebehoefte te voorzien. Ook waren zij een van de laatsten om te reageren, maar de toon van de tweet voelt wel prettig persoonlijk aan: "Beste @odeleeuw hiervoor verwijs ik je door naar de volgende pagina bit.ly/1vC4G1q. Hier staat informatie over de hondenbelasting!".



@odeleeuw Dat maakt niet uit, want Leiden heeft geen hondenbelasting ;) ^KdL

Het lastige deel van mijn vraag echter, is door vrijwel geen enkele gemeente beantwoord. Oegstgeest ging er wel op in door specifiek naar een pagina in de gemeentebegroting te verwijzen mét een link erbij, een prima antwoord dus. Het beste antwoord kwam uit Rotterdam. Zij antwoordden mij in twee achtereenvolgende tweets, die werden aangeduid met (1/2) en (2/2). Ik kreeg direct de bedragen te zien, kon doorklikken naar de juiste pagina op de website en er werd ingegaan op de 'waaromvraag':



@odeleeuw In de Gemeentewet staat (art. 226 lid 2) dat geheven wordt naar het aantal honden. Per gewicht heffen kan dus niet. (2/2)

Stichtse Vecht: wat kan er beter?

Interessant voorbeeld in deze steekproef is Stichtse Vecht: zij stuurden binnen zeven minuten een soort van ontvangstbevestiging ("Bedankt voor uw vraag m.b.t. hondenbelasting. We zoeken het uit. ^SG") en hadden na tweeënhalf uur het antwoord gevonden ("Grootte hond maakt niet uit, alleen het aantal honden. Elke eerste hond € 62,90 per jaar, tweede hond en iedere volgende: € 83,75 ^SG"). Ik

vind het aan te raden om iemand snel te laten weten dat er aan de slag wordt gegaan met het uitzoeken van een vraag, alhoewel ik dat in dit geval enigszins ridicuul vond gezien het vereiste werk. Maar: wellicht was het op dat moment erg druk? Ook de initialen bij beide tweets vind ik positief: het benadrukt dat er een mens van vlees en bloed aan de andere kant van het scherm aandacht aan mij geeft. Nóg beter zou het zijn als ik op de Twitterpagina kon zien wie dan precies 'SG' is.

Een stukje humor

De leukste reactie komt van de gemeente Amsterdam – en dat is geheel subjectief. Waarom? Dit antwoord lijkt het meeste op hoe een bedrijf of persoon zou reageren en minder op het formele taalgebruik dat vaak verwacht wordt vanuit een overheid:



Aan dit voorbeeld kun je zien dat het prima is om met humor te werken, of in ieder geval een informele formulering te durven gebruiken. En ik verwacht nu echt niet dat er een agendapunt bij het college van B&W verschijnt over het taxeren van hondenbelasting in gewichtsklassen, ook al zou je dat taaltechnisch kunnen denken op basis van deze tweet uit naam van de gemeente.

Inhoudelijke antwoorden zijn schaars

Helaas moet ik concluderen dat slechts twee van de vijftien twitterende overheden een volledig antwoord hebben gegeven. En waar het in mijn ogen het meest misgaat, is bij de reactie van een stadsdeel uit Amsterdam: "De grootte van de hond maakt niet uit. U kunt de brochure hondenbelasting 2014 downloaden van onze website. ^SH2". Om te beginnen wordt in de Twitterbio aangegeven dat je "liever" niet via Twitter contact opneemt. Het antwoord zelf kwam na negentien uur binnen en bevatte wel een antwoord op het makkelijke deel van de vraag, maar geen aanklikbare link of een verklaring van het tarief. En wie is 'SH2'?

Goed voorbeeld met ruimte voor verbeteringen

Een andere mooie service is het Twitteraccount @020fiets. Daar maakt (een afdeling van) de gemeente Amsterdam melding van de locaties waar zo nu en dan iedereen terecht kan om een fiets te laten graveren. Een welkome druppel op de gloeiende

plaat in de strijd tegen het enorme aantal fietsendiefstallen in de hoofdstad. Er wordt altijd doorgelinkt naar een lijst op de gemeentelijke website met tijden en locaties waar je in de komende maanden eveneens terecht kunt.

Toen ik zelf eens langs wilde gaan op het Museumplein, zag ik de graveerders over het hoofd. Daar neem ik zelf alle schuld voor op me, want waarschijnlijk heb ik te weinig geduld gehad om lang door te zoeken. Toen ik voor mijn gevoel toch wel het hele Museumplein had rondgefietst op zoek naar iets dat lijkt op een plek waar fietsers in de rij zouden staan, tweette ik naar @020fiets. Omdat ik dacht dat het sneller zou zijn om het algemene informatienummer 14020 te bellen, deed ik dat direct erna – terwijl ik bleef rondlopen op het Museumplein.

De uitermate vriendelijke dame aan de lijn had helaas geen idee waar ik het over had en zelfs bij navraag onder meerdere collega's van diverse afdelingen, kon niemand bevestigen *of* en laat staan *waar precies* de graveertent zich bevond. Mijn probleem was dus dat ik niet de precieze locatie wist, maar ook niet hoe het eruit zou moeten zien. Is het een vrachtwagen? Een partytent? Of meer een bakfiets in groot formaat? Uiteindelijk liep ik er vanzelf tegenaan, precies op het moment dat ik uit de (vijftien minuten durende) wacht werd gehaald. De graveerlocatie was herkenbaar aan een wapperende banier van twee meter hoog... Zo zie je maar, de interne informatievoorziening bij de gemeente Amsterdam kan nog altijd verbeterd worden.

Hoe kan de gemeente of de Dienst IVV dit nog beter aanpakken? Door bij de tweets een afbeelding te sturen van de aangekruiste locatie, door een bericht te publiceren op het moment dat er wordt opgebouwd inclusief locatiedeling zodat er een geotag zichtbaar is, en voor de volledige herkenbaarheid een foto maken van de graveertent vanaf tien meter afstand met een duidelijk herkenningspunt in beeld. Deze tweets zouden automatisch weergegeven kunnen worden op de algemene informatiepagina van deze dienstverlening op de gemeentelijke website. En uiteraard zou deze informatie gemakkelijk beschikbaar moeten zijn voor ambtenaren die burgers fysiek, telefonisch of digitaal te woord staan.

De details zijn belangrijk

Deze anekdote schetst wellicht een klein probleem, maar dat probleem kan dan ook met kleine aanpassingen flink aangepakt worden. Het zijn de kleine details die van normale dienstverlening een fantastische ervaring maken. Door kennis op te doen van de technologische mogelijkheden van Twitter, kan elke gemeente zijn burgers nog beter van dienst zijn. Combineer dat met een persoonlijk element in de communicatiestijl, een korte reactietijd en nuttige links om te delen en dan kom je een heel eind.

Hoe schrijf ik een goede tweet?

Alhoewel Twitter op het moment van schrijven ruim acht jaar oud is, hoor ik nog vaak dat een tweet te kort is om voldoende informatie kwijt te kunnen. In dit hoofdstuk zijn een paar tips naar voren gekomen om betere tweets te schrijven. Naast de continue pogingen om informatie zo kort en bondig mogelijk te maken wat je als tekstschrijver op welk medium dan ook verplicht bent te doen, raad ik gemeenten het volgende aan:

- Geef direct antwoord.
- Link door naar meer informatie.
- Probeer persoonlijkheid te laten zien.
- Gebruik initialen (en uitleg met foto's! Anders telt het niet).
- Stuur een locatie(tag) mee als het relevant is.
- Maak een foto.
- Deel met collega's dat, en wat, je tweet.
- Antwoord binnen tien minuten.
- Of laat weten wanneer je wel inhoudelijk reageert.
- Gebruik eventueel meerdere tweets die je aanduidt met (1/3), (2/3), (3/3).
- Bied eens aan om iemand terug te laten bellen.

Over Oliver

[Oliver de Leeuw](#) is een enthousiaste ondernemer die anderen graag helpt sociale media beter te begrijpen – en toe te passen. Hij doet dat met advies, workshops en evenementstrategieën vanuit [Nameshapers](#). Ook deelt hij kennis over webcare in de vorm van praktijkcases en interviews op Frankwatching.

Daarnaast coördineert hij de livecommunicatie voor [TEDxAmsterdam](#). Na met veel plezier twee jaar hoofdredactie en sociale media management te hebben gedaan, is Oliver nog steeds verantwoordelijk voor de live verslaglegging tijdens de inspiratieconferentie.



@odeleeuw

nl.Linkedin.com/in/oliverdeleeuw

www.nameshapers.com