

De basis van webcare

Jeroen 's-Gravendijk

Vroeger konden bewoners met vragen aan de gemeente langskomen op het stadhuis. Zij werden dan aan een speciaal loket geholpen. Vijftwintig jaar geleden kwam daar een 0900-nummer bij, zodat vragen aan de gemeente ook telefonisch gesteld konden worden. In beide gevallen gaat het om direct klantcontact. De bewoner heeft een vraag, de lokettiste/telefoniste geeft antwoord.

Met de intrede van het internet verhuisde een groot deel van de klantenservice naar de gemeentelijke website. Met een zogenaamde 'contactknop' konden bewoners hun vraag via e-mail stellen. Zij kregen met enige vertraging per e-mail het antwoord op hun vraag. Tegenwoordig hebben bewoners van gemeenten nog meer mogelijkheden. Met de komst van sociale media en het gebruik van smartphones, iPads, laptops en vaste computers kunnen zij hun vragen op elk moment op diverse manieren stellen.

Elke klacht is een cadeautje

Doordat sociale media inmiddels al zo ingeburgerd zijn, verwacht men dat niet alleen bedrijven, maar ook overheden op sociale media te bereiken zijn. Gemeenten kunnen dan ook niet achterblijven en moeten niet bang zijn om aanwezig te zijn op de sociale kanalen. Het is juist in hun eigen belang om zich op deze kanalen tussen de bewoners te begeven, omdat het ook kansen biedt.

Sociale media worden vaak gebruikt om meningen te ventileren, zowel positief als negatief. Een belangrijke eigenschap van sociale media is dat deze mening dan door vele andere sociale mediagebruikers gelezen kan worden (one to many). Het is dan van belang om als 'aangevallen' partij je daar tussen te begeven en negatief sentiment om te buigen naar positief sentiment of in het geval van positief sentiment dit nog eens te benadrukken.

Als een bewoner een klacht heeft, dan heeft hij de moeite genomen om in actie te komen om deze klacht kenbaar te maken. Elke klacht is eigenlijk een cadeautje. Het is een mogelijkheid om een relatie op te bouwen met deze persoon en deze vervolgens aan je te binden.

Op sociale media kunnen gemeenten bovendien hun eigen 'verhaal' vertellen en dit uitdragen naar de bewoners van de gemeente. Zij kunnen door actief aanwezig te zijn op sociale media een band creëren met bewoners. Dit alles is gebaseerd op vertrouwen en transparantie. Vertrouwen krijg je pas als je vertrouwen geeft en laat zien dat opmerkingen en vragen serieus genomen worden.

Webcareteam

Wanneer je als gemeente actief wordt op sociale media, is het van groot belang een team samen te stellen dat verstand heeft van communicatie, maar er ook plezier in heeft om aanwezig te zijn op sociale media. Binnen dit team moet een aantal spelregels afgesproken worden:

- Mensen hebben altijd recht op een mening. Het team dient dit te respecteren.
- Het team reageert niet op berichten waarin gevloekt en gescholden wordt.
- Het team mengt zich niet in discussies die niet over de eigen organisatie gaan.
- Het team geeft slechts feitelijke informatie op een vriendelijke manier.
- Het team is altijd 100% zeker van het antwoord. Is men niet zeker van het antwoord, dan wordt dit (nog) niet gegeven.
- Het team spreekt altijd namens de organisatie. Medewerkers van het team geven geen persoonlijke mening.
- Berichten moeten altijd in perfect Nederlands geschreven zijn.
- Het team doet geen beloftes die het niet waar kan maken.
- Het team maakt geen enkel negatief statement, zelfs niet bij wijze van grap.
- Het team laat zich niet provoceren en vermijdt ja/nee-discussies.

Webcarestrategie

Bij het opzetten van een webcareteam moet gestart worden met het maken van een plan van aanpak. Hierin moet onder andere staan wat de gemeente met sociale media wil bereiken en hoe je dat wilt doen.

Dit zou een globale opzet van een plan van aanpak kunnen zijn:

Algemene achtergrondinformatie:

Wat doet de gemeente?

Hoeveel potentiële bewoners heeft de gemeente?

Ziet de gemeente bewoners als haar klanten?

Omschrijf het profiel van de bewoners (kenmerken en karakteristieken)

Zijn er negatieve beelden rondom de gemeente? En hoe weten jullie dat?

Zijn er positieve beelden rondom de gemeente? En hoe weten jullie dat?

Sociale media interne organisatie

Wie zorgt voor de uitvoering van de strategie?

Wie creëert de content?

Wie gaat de conversatie aan?

Wie doet de monitoring?

Wie verzorgt de informatie op de website?

Welke kennis zal er ingehuurd moeten worden?

Wat wil je bereiken en wat moet je doen om dit te bereiken?

- Hogere bekendheid/zichtbaarheid (product/dienst)
- Hogere bekendheid/zichtbaarheid (gemeente)
- Meer bewoners op de socialmediakanalen van gemeente
- Meer websitebezoekers
- Sterkere binding met bewoners
- Betrokkenheid met bewoners
- Verhogen van de samenwerking met het bedrijfsleven
- Meer bezoekers aan een (inter)actief gemeente-evenement

Wie wil je bereiken?

Wat zijn je communicatiedoelgroepen en welke boodschap hoort bij welke groep?

Denk aan bewoners, pers, bedrijfsleven, stakeholders

Projectbeschrijving

- Planning
- Vorbereiding
- Implementatie
- Evaluatie

Webcaretools

Om op een adequate manier informatie over de gemeente te monitoren is het gebruik van een monitoringstool eigenlijk onmisbaar. Er zijn verschillende tools beschikbaar, gratis en betaald.

Om eerst te oefenen met monitoren kan op internet een gratis account aangemaakt worden voor Hootsuite of Tweetdeck. Coosto heeft tegenwoordig voor basisinformatie ook een gratis tool beschikbaar op haar website. Deze gratis tools zijn echter zeer beperkt in wat zij kunnen.

Daarom is het raadzaam om, wanneer uw gemeente overweegt echt aan de slag te gaan met monitoren, bij andere gemeenten te informeren welke tools zij gebruiken en welke voor- en nadelen daaraan verbonden zijn. Er zijn diverse uitgebreide monitoringssystemen op de markt, zoals Coosto, Buzzcapture, Obi4Wan en Salesforce (Radian6). Zij verschillen in prijs en functionaliteiten. Juist daarom is het goed bij (buur)gemeenten te informeren.

Hierbij is het overigens niet vanzelfsprekend dat je als gemeente een tool moet 'aanschaffen'. Veel veiligheidsregio's maken al gebruik van professionele tools. Soms ook (grotere) buurgemeenten. Hierbij zou aangesloten kunnen worden en / of kunnen

extra licenties worden aangeschaft. Hierdoor kan kennis gedeeld worden en kan op een hoger niveau webcare vormgegeven worden.

Webcare is meer dan het beantwoorden van vragen

Na goedkeuring van het strategieplan is het tijd voor het inrichten van de socialmediakanalen die gebruikt gaan worden. Maak kenbaar op de gemeentewebsite dat de gemeente gebruik maakt van sociale media. De eerste berichten en tweets kunnen worden geplaatst. Het monitoren kan beginnen.

Monitoren is echter meer dan het beantwoorden van vragen die gesteld worden. Juist door het verzamelen van informatie die online plaatsvindt, kan de gemeente veel informatie binnenhalen over wat er speelt binnen de gemeente. Dit aspect wordt uitgebreid behandeld in bijvoorbeeld het hoofdstuk *Luisteren, Duiden, Doen*.

Over Jeroen

Jeroen 's-Gravendijk is eigenaar van The New Media Factory. TNMF.nl is een social media bureau en helpt organisaties online aanwezig met het gebruik van sociale media.

Jeroen heeft een klantenservice (webcare) en een marketing achtergrond en vanuit deze combinatie is The New Media Factory ontstaan. Een belangrijke werkwijze van The New Media Factory is resultaat gericht werken op basis van een missie en een doelstelling van de opdrachtgever.



@jsgravendijk
nl.Linkedin.com/in/jeroensgravendijk
www.TNMF.nl