

## De kracht van interne sociale media

Hilda Boerma en Koen Wemmenhove

*De wereld waarin wij leven en werken verandert in een hoog tempo. Schaalvergroting, transparantie door sociale media en de hoeveelheid aan data en informatie hebben een grote impact op organisaties. Zijn 'wij als organisaties' dan ook in staat om ons steeds sneller aan te passen? Dit blijkt niet het geval. Het aanpassingsvermogen van organisaties is vrijwel gelijk gebleven.*

De tijd dat we veranderingen zagen aankomen en ze konden duiden en vertalen naar de dagelijkse praktijk is voorbij. Deze tijd vraagt om organisaties die zich razendsnel kunnen aanpassen aan een continu veranderende wereld. Om in te spelen op deze veranderingen zetten organisaties steeds vaker interne sociale media, vaak in de vorm van een social intranet, in.

### Wat is een social intranet?

Een social intranet vervangt een traditioneel intranet niet. Het voegt wel een extra laag toe, namelijk de sociale laag. Met behulp van een social intranet kunnen medewerkers zelf nieuws toevoegen, reageren op interne discussies, hun profiel aanpassen, samenwerken in teams en het intranet inrichten als een persoonlijk dashboard.

Met behulp van een social intranet leg je de verantwoordelijkheid van informatie lager in de organisatie. Medewerkers worden zelf verantwoordelijk voor het halen en brengen van informatie. Hiermee geef je behalve verantwoordelijkheid ook vertrouwen aan medewerkers.

Daarnaast blijft altijd de behoefte om content te publiceren welke wordt beheerd door een aantal redacteurs. Denk daarbij aan werkprocessen en organisatienieuws.

### Welke kansen bieden interne sociale media?

Het gebruik van interne sociale media biedt veel kansen voor organisaties. Zo kan een social intranet, afhankelijk van doelstellingen en implementatie, zorgen dat:

- Innovatie binnen de organisatie wordt gestimuleerd.
- De afstand tussen directie/MT en medewerkers kleiner wordt
- Medewerkers efficiënter werken door informatie op maat.
- De productiviteit van medewerkers kan worden vergroot (medewerkers zoeken minder lang naar informatie of naar collega's).
- De medewerkerstevredenheid kan worden vergroot.
- Medewerkers zijn meer betrokken bij de organisatie.
- Er kan worden bespaard op communicatiekosten.

- Een eventuele eilandjescultuur wordt doorbroken.
- Verborgene kennis (TACIT-kennis) binnen de organisatie wordt zichtbaar.
- Het zorgen van een afname van e-mail (denk aan bewegingen als #WeQuitMail, zie hierover het hoofdstuk *Organiseren zonder e-mail*).

### **Maar...wat hoor je ook vaak?**

Het inzetten van interne sociale media kan organisaties veel bieden. Toch reageren medewerkers niet altijd vanaf de start enthousiast:

- Krijgen we dan wéér een programma erbij?
- Ik heb het al zo druk....
- Wat moet ik ermee dan?
- Moet ik alles dan gaan lezen?
- Ik mis het overzicht?

Door aan te sluiten bij de organisatiedoelen, de wensen van de gebruikers boven tafel te krijgen en te zorgen voor integratie met bestaande systemen kun je proactief inspelen op bovenstaande reacties.

### **Bepaal de doelen en analyseer de gebruikers**

Een succesvol intranet draagt bij aan wat de organisatie wil bereiken.

Organisatiedoelstellingen zijn dan ook het startpunt van het project. Start met de vraag 'Waarom een social intranet' en wees niet te snel tevreden met het antwoord dat je in eerste instantie krijgt.

Maak daarnaast inzichtelijk hoe het nieuwe intranet past in het dagelijks werk van medewerkers. Zijn ze gezien de aard van het werk überhaupt in staat om het intranet overdag te raadplegen? Werken ze op kantoor, in de fabriek of zijn ze altijd onderweg? Gebruiken ze pc's, laptops of mobiele apparaten? Door in de huid te kruipen van je collega's (bijvoorbeeld door met ze mee te lopen, ze te interviewen, ze te bevragen in focusgroepen en persona's en scenario's op te stellen) zorg je ervoor dat het intranet toegevoegde waarde biedt.

### **Implementatie**

Er is geen vast recept voor de perfecte implementatie met een vaste mix van mensen, middelen en marketing die voor iedere organisatie speelt. Doelen verschillen per organisatie. Daarom zijn er geen standaardacties te beschrijven om organisatiespecifieke doelstellingen te behalen.

Toch zijn er een aantal elementen te benoemen die in iedere implementatie succesvol zijn en nodig blijken:

- Betrek en enthousiasmeer de organisatie.  
De uitdaging is om steeds te blijven schakelen met de eindgebruikers, met andere projecten en met de verschillende afdelingen. Op die manier werk je aan een gezamenlijk beeld van het intranet en is de adoptie bij livegang groter.
- Doe het niet alleen: betrek ambassadeurs.  
Collega's die het evangelie van het intranet kunnen verkondigen, kom je tegen onder verschillende namen: ambassadeurs, kerngebruikers, early adopters of ICT-buddy's. Een groep ambassadeurs kan op natuurlijke wijze ontstaan, maar de kans op succes van het intranet is groter als je ze actief betrekt. Een ambassadeur heeft meer kennis van het intranet dan een collega, zodat de collega geholpen kan worden bij vragen.
- Het management heeft een voorbeeldfunctie.  
Het cliché 'goed voorbeeld, doet volgen' blijkt in alle projecten waar. Als leidinggevenden en managers zelf actief participeren op het intranet, heeft dit een positieve invloed op de participatie van zijn of haar team.
- Communitymanagement.  
Om succesvol te blijven, zul je juist na livegang collega's hulp, advies en ondersteuning moeten bieden. Regel al voor de lancering hoe je dit in de praktijk gaat brengen. Om intensief aan de slag te gaan met de analyse en het management van het platform, is een communitymanager cruciaal. Op de lange termijn heeft een communitymanager waarde doordat hij/zij processen binnen de organisatie efficiënter maakt.

### **Zes implementatietips uit de praktijk**

Tot dusver de theorie. Ervaringen uit de praktijk zijn natuurlijk minstens zo interessant. Hieronder hebben we tips van organisaties die al werken met interne sociale media gebundeld:

#### *Tip #1: duik niet meteen de techniek in*

Als organisaties willen starten met een social intranet of met de vernieuwing van hun huidige intranet, dan is het heel verleidelijk om meteen de techniek in te duiken. Begin eerst met opschrijven wat je precies wilt met een intranet en kijk dan pas welk systeem daar het beste bij past. (Mieke Borgers-Roozen, gemeente Zoetermeer)

#### *Tip #2: betrek mensen zo veel mogelijk bij het nieuwe intranet*

Er zijn heel veel manieren om mensen bij het project te betrekken, ook kleine dingen. Vraag de medewerkers bijvoorbeeld om een mooie headerfoto aan te leveren, waarbij de mooiste wordt geplaatst bij de lancering. Dan gaat het ook leven. Dit soort zaken vertragen het project niet, maar helpen wel om het als gezamenlijk project op te pakken. (Ingrid Ensing, gemeente Nijmegen)

*Tip #3: werk samen met ICT*

Door een goede samenwerking met ICT hebben wij in relatief korte tijd (vier maanden) verschillende koppelingen weten te realiseren. We hebben nu al best wat koppelingen op ons intranet en er komen er nog veel meer bij. ICT moet hierdoor veel uren in het project stoppen. Zonder hun hulp kom je daarom niet ver. Onze afdeling ICT is erg positief over het nieuwe intranet en ziet de meerwaarde er van in. Ik vond het echt ontzettend leuk om samen met ICT te sparren en samen op te trekken. (Lonneke Snellen, gemeente Veghel)

*Tip #4: gewoon doen!*

Wees niet te bang om fouten te maken. Als je achter het idee staat, durf dan ook je verantwoordelijkheid te nemen. Ik ben het project uiteindelijk zelf gestart: ik heb andere enthousiastelingen gevonden en ben het gewoon gaan doen! Natuurlijk gaat er wel iets fout, maar blijf in het concept geloven. Wat kan er nou immers werkelijk gebeuren? (Dirkje de Vries, gemeente Súdwest-Fryslan)

*Tip #5: kies voor een organische aanpak en laat het los*

We hebben geen regels opgesteld voor het gebruik van het nieuwe intranet. We gaan uit van goed fatsoen en de ambtelijke integriteit. We hebben hier heel bewust voor gekozen, we vertrouwen erop dat onze mensen niet de bocht uitvliegen. Mocht er toch iemand de bocht uit vliegen, dan zien we dat niet als een intranetprobleem. Dit kan ook gebeuren op een verjaardag of bij het koffiezetapparaat. Kies voor een organische aanpak en laat het los. (Ina Bakker, gemeente Groningen)

*Tip #6: zorg voor een toegankelijk intranet*

Zorg ervoor dat collega's ook vanuit andere locaties (dus vanuit huis) bij het social intranet kunnen. Het kunnen uitnodigen van externen om samen met hen te werken in bepaalde teams is ook een must! Zorg ervoor dat het intranet deze functionaliteit ondersteunt. (Carolien Lamoré, gemeente Utrechtse Heuvelrug)

---

## Over de auteurs

Hilda Boerma is werkzaam als consultant bij Embrace. Ze heeft in de afgelopen jaren verschillende adviestrajecten en interimopdrachten vervuld bij non-profit-organisaties. Ze schrijft regelmatig voor Frankwatching en is (mede)auteur van het boek 'Een succesvol social intranet in een snel veranderende wereld'.

@mohilda  
@malengo  
[www.malengo.nl](http://www.malengo.nl)



Koen Wemmenhove is consultant bij Embrace. In de afgelopen jaren werkte hij aan succesvolle implementaties van social intranetten bij verschillende organisaties, bijvoorbeeld bij de gemeenten BAR (Barendrecht, Albrandswaard en Ridderkerk), Groningen, Huizen, Nijmegen, Simpelveld, Súdwest-Fryslan, Utrechtse Heuvelrug, Valkenswaard, Veghel Zeist en Zoetermeer. Koen is (mede)auteur van het boek 'Een succesvol social intranet in een snel veranderende wereld'.

@KoenWemmenhove  
[www.embracesbs.com](http://www.embracesbs.com)

