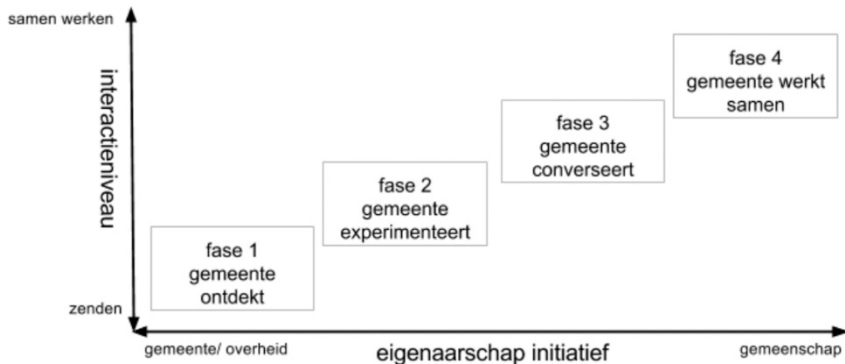


## Introductie Fase 3: de gemeente converseert

Dit deel van de sociale media almanak verzamelt de inzichten en praktische voorbeelden die 'Fase: de gemeente converseert' illustreren. Voor het leesgemak herhalen we de korte beschrijving van de fase. De beschrijving wordt aangevuld met het perspectief van de burger, 'wat merkt de burger ervan', en een korte leeswijzer.



Afbeelding 37: na de meer technologische oriëntatie van gemeenten in de beginfasen, wordt in 'Fase 3: de gemeente converseert', de samenwerking met de gemeenschap belangrijker

### Het handig kunnen samenwerken wordt belangrijker dan omarmen van techniek alleen

Nieuwe technologieën zoals sociale media zijn als dienstverleningskanaal, als communicatiemiddel en als kennisbron in de gehele organisatie in gebruik. Waar handig zijn ze het primaire interactiekanaal, waar nodig ter ondersteuning van een andere kanaal. Waar mogelijk zijn kanalen of platformen van anderen (al waar het gesprek plaatsvindt) het vertrekpunt, het maakt de gemeente niet uit. Co-creatie of een crowdproces kunnen nog wel eens een doel op zich zijn maar zijn wel logische wijzen om zaken te organiseren. In elke burgerrol wordt de burger prima bediend, gehoord en serieus genomen. De gemeente neemt zelf participatie-initiatieven of sluit bewust aan (of juist niet) bij initiatieven uit de gemeenschap. De gemeente neemt de beleving buiten écht als vertrekpunt voor het handelen aan de binnenkant.

De gemeente ziet de kansen en mogelijkheden. Het toepassen van de nieuwe mogelijkheden en technologieën zit in de haarvaten van de organisatie, dus ook bij proceseigenaren en het middenmanagement. Er zijn structureel budgetten of de middelen komen uit de budgetten van de processen en afdelingen zelf. De organisatie, de gemeente, het bestuur en de raad werken volledig van buiten naar binnen. De organisatie stuurt daar ook op en is bewust heel bekwaam. Dit geldt ook voor ontwikkelingen op het gebied van bijvoorbeeld open data en zelfredzaamheid.

De onderstaande tabel schetst aan de hand van het interactiemodel en de organisatieopgave het gedrag van de gemeente in 'Fase 3: de gemeente converseert'.

<b>interactie</b>	<b>voorbeelden van gedrag in 'Fase 3: de gemeente converseert'</b>
content	gemeente organiseert campagnes en kiest doelgericht welke content met burgers gedeeld worden op basis van selectiecriteria
customer experience	gemeente doet pro-actief aan webcare, heeft veelvoorkomende vragen in beeld en monitort de reputatie van de gemeente op meerdere online platformen (pro-actief)
context	gemeente verzamelt ook gesprekken van burgers die (nog) geen actuele gemeentelijke issue's zijn
conversatie	gemeente duidt online gesprekken en voegt zich soms in het online gesprek op niet-gemeentelijke kanalen
collaboratie	gemeente interpreteert en duidt online gesprekken van burgers en kiest geschikte handelingsperspectieven
<b>organisatie</b>	
visie/ambitie	gemeente formuleert enkele richtlijnen voor de inzet van sociale media, co-creatie en participatie en denkt na over een strategie
functie/resultaat	gemeente communiceert en werkt samen met klanten, leveranciers en samenwerkingspartners via sociale media en evalueert daarop
processen/activiteiten/eigenaarschap	middenmanagement is overtuigd, heeft organisatievragen in beeld en ondersteunt uitvoerend personeel, fouten maken mag, sociale media en co-creatie worden verweven in werkprocessen, directie en bestuur investeren in sociale media
middelen/ICT/archivering	gemeente maakt structureel budget vrij voor sociale media en co-creatie, keuzes voor archivering zijn gemaakt en ideeën bestaan over integratie in werksystemen
mensen	bijna alle afdelingen integreren sociale media en co-creatie in hun werkprocessen en daarmee in vaardigheden en gedrag

## **De burger vindt het gewoon**

Het maakt niet meer uit hoe of waarvoor je de gemeente benadert, ze reageren overal zoals je verwacht. Sterker nog, zelfs daar waar je het niet verwacht laat de gemeente zich zien. Zoals bij Facebookpagina's, blogs en discussiefora van initiatieven in de buurt, rond een belangengroep, voor een speciale doelgroep of een bepaalde discussie op LinkedIn. En niet alleen oppervlakkig, maar vakinhoudelijk en professioneel én ook buiten kantoor tijden! Men (h)erkent de gemeente als een volwaardige gesprekspartner.

## **Leeswijzer**

In fase 3 staat het aansluiten op de beleving en energie in de gemeenschap centraal: hoe doe je dat in de buurt om de hoek met co-creatie, crowdprocessen en nieuwe participatietechnologieën? Hoe kan bijvoorbeeld open data je daar bij helpen? En hoe geef je daar invulling aan als ambtenaar of communicatieprofessional? De laatste hoofdstukken van dit deel gaan daarbij in op de bestuurlijke kant van het verbinden met de 'energie om de hoek'.

## **De hoofdstukken in dit deel:**

Utrecht en de ontwikkeling van social – Peter-Paul Hellings

Bijzondere mensenwerk – webcare bij de gemeente Rotterdam – Petra Berrevoets

Co-creatie: bezint eer ge begint – Joyce van Dijk

Cocreatie met netwerken: samen bereik je meer! – Abul Advany en Martijn van der Weijden

'Mensen willen best meehelpen aan het verbeteren van hun buurt, maar van de gemeente willen ze vooral zo min mogelijk last hebben.' – David Kok in gesprek met Willem Dudok

Doen en duiden in de Doe-Democratie – portaal voor participatie – Jens Steensma

Gemeente Eersel voorstander WhatsAppgroepen voor buurtpreventie – Nicky Fischer-van de Vliert en Michiel Oldenhof

Gemeentelijke 'communicatie' – gebruik bestaande buurtcommunities – Lex de Jong

Heeft het buurtinitiatief toekomst? – Linda Commandeur

De opkomst van online burenhulp platformen – Roosmarijn Busch

De Open Buurtbegroting: voor participatie en transparantie – Jeroen van Spijk

Praktijk met digitale en interactieve Planning en Control – Mark van Dam en Herrie Geuzendam

De (digitale) toekomst van de gezonde wijk – Janine van Oosten-Bake en Gerco Buijk-Dijkstra

'Luisteren, duiden, doen' in de praktijk – Aart Paardekooper

Passende communicatie (met Factor-C) – Carola de Vree-van Wagtenonk

Content is koning, strategie de keizer – David Kok in gesprek met Xaviera Ringeling

(Be)sturen en verbinden in Losser – Michael Sijbom en Irma Nadorp  
Sociale media voor de wethouder – Kees Telder

**Nog steeds actuele voorbeelden uit eerdere publicaties** (te downloaden van de website [www.socialmediameetlat.nl](http://www.socialmediameetlat.nl)):

*Uit Sociaal kapitaal:*

Van social brand naar social business – Anneli Rispen  
E-participatie via sociale media: hoe doe je dat? – Janine Bake  
In de praktijk: een nieuwe cultuurnota voor Leiden: project Cultuur071 – Joke Busschots  
In de praktijk: MijnBorne2030: van, voor en door burgers – Miranda Mulder  
Is een crisis via sociale media te beheersen? – Sonja Utz & Friederike Schultz  
Crisiscommunicatie: wie neemt de lead? – Roy Johannink & Eveline Heijna  
In de praktijk: de zedenzaak in Amsterdam – Bartho Boer

*Uit: Sociale gemeenten*

De kracht van online – Mascha Driessen  
Ik zie, ik zie, wat jij niet ziet – Kim van Amersfoort  
Gemeente zoekt app – Brechtje de Leij  
Beelden zijn realiteiten waar je wat mee moet én kan – Aart Paardekooper  
Van strategie naar praktijk: een case uit Den Haag – Patrick Rancuret  
Het nieuwe communiceren – Betteke van Ruler  
Hoe worden gemeenten 'Social Cities'? – Jacobine de Zwaan  
Omschakelen van zenden naar interactief – Carin Springelkamp  
Voorkomen is beter dan genezen: archiveren van sociale media – Kenny de Vilder  
Als je niet kunt delen, kan je ook niet vermenigvuldigen – Marja Ruigrok  
Crisiscommunicatie: samen verantwoordelijk voor de boodschap – Roy Johannink & Eveline Heijna  
Sociale media in de nazorgfase: doen of laten? – Ina Strating