



SOCIAL MEDIA OP HET WERK



AAN DE SLAG MET DIGITALE VAARDIGHEDEN
TRAINING: **SOCIAL MEDIA**

's Heeren Loo 



SOCIAL MEDIA OP HET WERK

Je doet deze training waarschijnlijk om te ontdekken of het iets zou kunnen zijn voor jouw werk, oftewel; of het iets is voor jou én voor jouw cliënten? Hoe beoordeel je dat nou?

In dit werkblad krijg je daar handvatten voor.

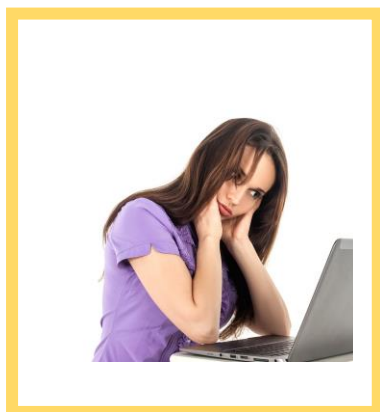
Social media geven enorm veel kansen ook in de VG-sector. Dat is belangrijk om te onthouden. Laat je niet tegenhouden door negatieve verhalen. Natuurlijk, social media echt waardevol laten zijn, gaat niet zomaar. Het vraagt van jou als begeleider in ieder geval veel geduld, motivatie, kennis en vindingrijkheid om social media zo aan te kunnen bieden dat het een verrijking is voor het leven van je cliënt.

Zijn social media geschikt voor mijn cliënt?

Niet iedere cliënt zal even goed om kunnen gaan met de uitdagingen die social media geven. Maar ze hebben allemaal het recht ook digitaal te participeren in onze maatschappij. Jij speelt een grote rol in hoe dat succesvol kan zijn. En ook in nieuwe mogelijkheden samen ontdekken.

In die zin is het niet veel anders dan wat je normaal gesproken al doet, je probeert zo veel mogelijk door je cliënt zelf te laten doen en ervaren, in plaats van dat jij het overneemt. Bij de ene cliënt is meer mogelijk dan bij de ander. Dit vraagt begeleiding op maat.

Om te bepalen of social media geschikt zijn voor je cliënt, moet je ook naar jezelf en je collega's kijken. Wanneer je in je team en in gesprek met de cliënt en zijn / haar familie gaat onderzoeken of social media een meerwaarde kunnen hebben, dan kunnen de volgende vragen helpen.



- * Wat is de behoefte van je cliënt?
- * Is het platform gebruiksvriendelijk voor je cliënt?
 - * Welk doel heb je hiermee?
- * Zijn mijn collega's en ik enthousiast genoeg om te begeleiden?
 - * Wat denkt de cliënt er zelf van?
 - * Hoe denkt zijn of haar familie hierover?
- * Is de begeleiding die dit vraagt haalbaar?
 - * Wat is er nodig?

Om je te inspireren kan je dit artikel uit 2014 lezen, waarin warm wordt aanbevolen social media, en technologie in bredere zin, in de VG-sector te gebruiken. <https://www.skipt.nl/blogs/id1768-help-mensen-met-verstandelijke-beperking-it-gebruiken.html>

Deze training is mede een gevolg van de oproep om verschillende initiatieven samen te voegen.



Bekijk dit filmpje over de mogelijkheden van internet in de VG-sector:
<https://youtu.be/9biyfcMdn1s>
of zoek op YouTube naar 'Internet voor verstandelijk gehandicapte mensen'.

Bij het gebruik van social media door een medewerker van 's Heeren Loo moet eerst goed nagedacht worden over het doel, de veiligheid en de vertrouwelijkheid van social media. 's Heeren Loo mag in principe alleen gegevens van cliënten gebruiken voor het bieden van goede zorg en ondersteuning. Ook moet de cliënt op zijn eigen niveau goed worden voorgelicht over de risico's. Hij moet weten dat dat een foto –eenmaal geplaatst op internet – nog wel verwijderd kan worden, maar dat ondertussen de foto al kan zijn gedeeld met heel veel andere personen.

Zonder toestemming van de cliënt mag er geen film- of beeldmateriaal gebruikt worden voor andere doelen. Medewerkers, cliënten en verwanten dienen zich bij het gebruik van (social) media ervan bewust te zijn dat zij andere personen niet in diskrediet brengen. Het zonder toestemming plaatsen van afbeeldingen of opnames van cliënten en/of medewerker(s) van de 's Heeren Loo Zorggroep op (social) media is niet toegestaan.

Hoe zou jij je cliënt uitleggen wat de risico's zijn?

.....

.....

Heeft jouw cliënt een ondertekend toestemmingsformulier voor het gebruik van film en fotomateriaal? Indien je het niet weet, hoe kun je er achter komen?

.....

Welk social media platform is geschikt?

Bij het bepalen of een social media platform geschikt is voor jouw cliënt kan je naar een aantal dingen kijken:

- Vormgeving**
Is een platform goed te lezen, overzichtelijk? Ziet het er op een mobiel apparaat zoals een smartphone nog steeds goed uit? Is het aantrekkelijk voor je cliënt om naar te kijken?
- Gebruikersvriendelijk**
Is het aanmaken en beheren van een account te doen? Kan je makkelijk knoppen en functies vinden en gebruiken?
- Het doel**
Waarom wil hij/zij social media gaan gebruiken? Wat wil je cliënt er mee? Kan dat met een platform? Of zijn er andere manieren die misschien beter passen?
- Instellingen**
Zijn die goed te vinden en duidelijk? Kan je ze aanpassen naar wens? Kan je bepaalde informatie goed afschermen? Kan je mogelijkheden voor je cliënt afschermen? Kan je vervelende mensen blokken?
- Content tot je nemen**
Zijn de berichten die anderen plaatsen aantrekkelijk en duidelijk genoeg voor je cliënt? Ben je het met de inhoud eens? Hoe gaan mensen met elkaar om op dit platform? Is er enige vorm van toezicht op, door jou bijvoorbeeld? Of heeft jouw cliënt dat niet nodig?
- Content zelf plaatsen**
Is jouw cliënt in staat zelf berichten te plaatsen? In de vorm van tekst, gesproken berichten, video's, foto's of live uitzenden?
- Omgeving**
Welk platform wordt in de omgeving van de cliënt veel gebruikt? Zoals door vrienden en familie.
- Zijn je collega's en jij er goed in thuis?**
Een open deur, maar het is wel handig als iemand in je team of jij er al wat meer van weet.

Benoem (of vink hierboven aan) welke drie aandachtspunten voor jouw cliënten het belangrijkste zijn.

1.

2.

3.









Waarom is dat zo, denk je?

.....

.....

Welk social media platform voor je cliënt geschikt is hangt voor een deel samen met de leeftijd. In het schema hieronder zie je welke leeftijden welke social media platformen het meest gebruiken, begin 2018 in Nederland. Jongeren gebruiken over het algemeen meer beeldende platformen, misschien geldt dat voor jouw cliënten ook wel? Let goed op dat er bij jouw cliënt een verschil kan zijn tussen de fysieke leeftijd en de cognitieve leeftijd.

Hou er wel rekening mee dat voor het gebruik door mensen met een beperking in het land wel eens andere cijfers kunnen gelden, maar daar is geen onderzoek naar gedaan. Zo zal het gebruik van het zakelijke netwerk LinkedIn een stuk minder zijn. En misschien YouTube weer heel hoog?

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
	97%	93%	86%	67%	38%
	72%	89%	77%	69%	58%
	86%	74%	54%	38%	21%
	12%	45%	36%	14%	7%
	73%	46%	22%	9%	6%
	23%	26%	21%	9%	9%
	19%	30%	21%	12%	8%
	72%	32%	7%	1%	1%

Welk social media platform heeft op jouw werkplek onder cliënten de voorkeur?

.....

Vraag hen eens waarom ze daar een voorkeur voor hebben en noteer dat hier:

.....

.....

Heb jij kennis over de juridische aspecten rondom social media?

Over grondrechten, beroepsgeheim, vrijheidsbeperkingen e.d.

Wist jij dat een medewerker zonder toestemming van de cliënt en/of zijn vertegenwoordiger geen toegang heeft tot de sociale media die de cliënt gebruikt?

Pas indien er zwaarwegende redenen zijn om aan te nemen dat de cliënt slachtoffer dan wel dader van misbruik of anderszins sprake is van risico's, zal de professional een afweging moeten maken en – indien noodzakelijk- maatregelen nemen ter bescherming van de cliënt en/of andere personen. Deze afweging dient het liefst multidisciplinair in de driehoek te worden gemaakt en dient in het dossier te worden vastgelegd.

Kijk in het dossier van jouw cliënt.

Wat is er vastgelegd hierover? Vind je dat voldoende? Pas het indien nodig aan!

.....

.....

Meer weten?

Meer informatie over hoe je verstandig social media gebruikt kan je vinden onder de noemer: "mediawijsheid." Zowel jij, begeleider, als je cliënt zullen mediawijs moeten zijn (of worden) om goed je weg te kunnen vinden in social media.

Google er eens op. Je gaat tal van artikelen en websites vinden. De belangrijkste, en een waar heel veel informatie te halen valt is www.mediawijsheid.nl Kijk even door de focus op onderwijs heen en je zal zien dat er ook voor verstandelijk gehandicapten en hun begeleiders veel bruikbaar materiaal te vinden is.



Zijn social media geschikt voor mijn eigen werk?

Behalve dat er van jou verwacht wordt dat jij je cliënten kan begeleiden bij hun online activiteiten wordt er van professionals gevraagd dat ze social media ook zelf in kunnen zetten. In steeds meer sociale beroepen en sociale opleidingen zie je de competentie verschijnen dat je social media weet te gebruiken.

Noteer waarom jij denkt dat dit van jou als medewerker verwacht wordt:

.....

.....

Social media beleid

Ga als eerste na of er in jouw organisatie een social media-beleid is. Daarin staan de regels waar jij je als medewerker aan hebt te houden. In de volgende vragen is dat altijd leidend. Wanneer je merkt dat de vragen hier botsen met wat er in dat beleid staat, vraag je dan af waarom jouw organisatie heeft gekozen voor wat er is opgeschreven.



Vaak heeft een afdeling communicatie of de afdeling personeelszaken hier al over nagedacht of een beleid op vastgesteld. Check dan even of het ook voor jou, met jouw werkdoelen en met jouw cliënten, te gebruiken is. Wanneer je verschil ziet, ga daar dan over in gesprek en kijk of er aanpassingen gedaan kunnen worden waar iedereen zich in kan vinden.

Doel

Om social media als professional in te zetten moet het natuurlijk wel ergens toe leiden. Je gaat niet "in de baas z'n tijd" een potje gamen of Facebooken, toch? Wanneer je dat wel doet heb je er waarschijnlijk een doel mee voor ogen. Liefst een doel dat je ook in je andere werkzaamheden probeert te bereiken.

Noteer welke doelen jij kunt bedenken voor de inzet van social media, voor jou als medewerker én in je rol als begeleider van cliënten.

.....

.....

.....

.....

Waarvoor kan je social media inzetten?

Misschien vond je de vorige vraag lastig? Wanneer je nog niet heel bekend bent met de inzet van social media in je werk is dat niet zo vreemd. Hierna zie je een aantal voorbeelden van doelen die je als sociaal professional kan hebben met social media.

Zitten jouw doelen er bij?

Mis je nog iets?

Brengt het je op ideeën?

1. Zichtbaar worden / het werk zichtbaar maken
2. Tijd (en geld) besparen door bijv. niet langer flyers en nieuwsbrieven op papier te maken en te verspreiden
3. Mijn doelgroep beter leren kennen
4. Dat mijn doelgroep mij beter leert kennen
5. Contact met vrijwilligers en familieleden onderhouden
6. Professioneel netwerk onderhouden (ketenpartners, overheid, enz.)
7. Makkelijker communiceren (over de zaken die anderen wel willen of moeten weten maar waarvoor je niet gaat bellen en ook niet gaat mailen)
8. De organisatie en haar diensten promoten
9. Het (hulp-)netwerk rond mijn doelgroep bereiken
10. Actuele kennis over mijn vakgebied ophalen of zelf delen met collega's
11. Contact via social media als onderdeel van de begeleiding / hulpverlening die ik geef (bv. chatten, beeldbellen)
12. Mijn doelgroep kunnen voorlichten over social media



Bron: Welzijn 3.0, www.welzijn30.nl

13.???.

Vul hier aan:

.....

Noteer welke drie doelen voor jou bruikbaar zijn:

1.

2.

3.

Social media strategie

Om social media effectief in te zetten ontkom je er niet aan om er goed over na te denken.

En het liefst een beetje gestructureerd aan te pakken, met een plan.

De doelen hiervoor helpen al bij het richting geven aan dat plan; waar wil jij social media voor gaan inzetten? Een social media strategie helpt om echt aan dat doel te gaan werken.

Klinkt ingewikkeld en groots, een social media strategie. Bij grote bedrijven is het dat ook soms. Maar jij kan in het klein, met je collega's ook een strategie afspreken.

Daarvoor beantwoordt je de volgende vragen:

- Wat staat in ons social media beleid?
- Welk doel heb je met de inzet van social media?
- Wat speelt er, waar ga je over berichten?
- Wanneer wil je dat gaan doen?
- Waar speelt zich iets af?
- Welke boodschap wil je afgeven?
- Welke doelgroep wil je bereiken?
- Welk social media platform ga je gebruiken?
- Welke vorm kies je (tekst, foto, video, live, geluid)?
- Wie is verantwoordelijk voor plaatsing?
- Planning per week / maand / jaar
- Wat zijn de vaste terugkerende activiteiten?
- Voor, tijdens en na afloop van een gebeurtenis berichten maken, bij het laatste ook de volgende activiteit aankondigen
- Wat staat er deze dag te gebeuren en kan ik daar iets over melden op social media, met het doel in gedachten?



Bron: Welzijn 3.0, www.welzijn30.nl

Gebruik de bovenstaande stappen om in je team een eigen social media strategie te maken, die jullie helpt om je werk beter te kunnen doen en je doelen die je daarmee hebt te halen.

Reserveer een van je overleggen alleen voor dit onderwerp. Laat je eventueel begeleiden door een interne social media deskundige collega of zoek een externe trainer.

“Nou zeg. Laat dat de stagiaire maar doen”

Neeee!!! Niet doen. Omdat de stagiaire vaak wat jonger is ben je misschien geneigd social media aan haar of hem over te laten. In de veronderstelling dat die het wel zal weten. Natuurlijk heb je prima stagiaires. Fijn. Maar ga er niet meteen van uit dat ze:

- A. je hele organisatiestructuur kennen
- B. de gevoeligheden van je werk kennen
- C. jouw cliënten en werkveld voldoende kennen
- D. social media in een professionele setting kunnen toepassen
- E. Kennis hebben over privacyregels

Dat valt best te leren, daarvoor lopen ze stage. Maar na een jaartje zijn ze weer weg en zit jij met social media accounts waar jij de wachtwoorden niet van hebt en is het hele opgebouwde netwerk met de stagiaire verdwenen. Zelf doen dus. Echt!

Influencers in de VG-sector

Gelukkig hoef je lang niet alles zelf uit te zoeken. Er zijn collega's uit verschillende organisaties in de VG-sector die dat voor je doen en die met die bril op bijhouden wat er op social media gebied gebeurt. Ze plaatsen daar regelmatig berichten over en delen artikelen of filmpjes. Of ze hebben een eigen blog of website.

Wie zijn mensen die jij via social media kan gaan volgen? Via social media zijn ze allemaal te vinden. Zoek op woorden en hashtags als: innovatie, social media, VG, gehandicapten, zorg, enz. En doe dat op verschillende social mediakanalen. Wie kom je vaak tegen? Ga die persoon dan volgen.

Schrijf hier de namen van tenminste drie influencers op:

1.
2.
3.

Nog een tip

Kijk wie reageren op de berichten van deze mensen. Ook daar zitten interessante anderen tussen die je ook kan gaan volgen. En als je dan toch gaat volgen, ga dan ook zeker reageren! Het gaat allemaal om delen (ook jouw kennis is belangrijk) en sociaal zijn.



Jouw organisatie op social media?

Op welke social media kanalen kan je jouw eigen organisatie volgen? Hoe kom je daar achter?

- Soms staat het op de website genoemd.
- Soms staat het gedrukt op posters en flyers.
- Soms wordt het genoemd in de geschreven pers.
- Soms kom je er achter door zelf een account op een social media platform te hebben en dan op naam van je organisatie te zoeken.
- Of je Googelt die naam en kijkt wat boven komt drijven.

Doe nu de opdracht op het volgende blad.

Zoek jouw organisatie op de volgende social media kanalen en noteer de URL (de naam waarop die gevonden kan worden). Knip en plak (of type) die link hieronder. Welk cijfer zou je dat account geven? En waarom?

Twitter:

Cijfer Omdat

.....

LinkedIn:

Cijfer Omdat

.....

Youtube:

Cijfer Omdat

.....

Facebook:

Cijfer Omdat

.....

Instagram:

Een ander platform?

.....:

Cijfer Omdat

.....

Interne collega's

Noteer de naam en het emailadres van de collega's die de social media kanalen van jouw organisatie "vullen." Ga ook hen ook volgen op social media.

Tip:

Stuur je eigen berichten op social media naar deze centrale personen door, met de vraag om dit ook op de accounts van de organisatie te laten zien. Dat is goed voor het beeld van organisatie, voor het levend houden van die accounts én ... jij zet jezelf weer even op de kaart. 😊

Natuurlijk waardeer je de plaatsing van je bericht even met een like.



Je eigen teamleden? Onder welke namen kan je hen vinden?
Ga elkaar volgen!

.....

.....

.....

.....

Tip:

Deel en like elkaars berichten op social media. Je helpt elkaar zo aan een groter bereik en zorgt samen voor een sterke uitstraling, zowel intern als extern.



Uniformiteit

Wanneer je als medewerkers op social media actief bent, is het handig dat de buitenwereld kan zien dat jullie bij dezelfde organisatie horen.

Dat staat professioneel en het voorkomt een wildgroei aan verschillende platformen, die eigenlijk allemaal bij elkaar horen, maar dat niet uitstralen.

Dat gevaar is groot wanneer je allemaal verschillende locaties hebt. Of wanneer er gewoon nog niet over nagedacht is.

Om uniformiteit te bereiken kan je een aantal dingen afspreken:

- Allemaal dezelfde achtergrondfoto gebruiken.
- Portretfoto's gebruiken die op hetzelfde moment op je werk zijn gemaakt door een professionele fotograaf.
- Eventueel met een logo van je organisatie er bij.
- Afspreken dat je dezelfde naam-opbouw gebruikt. Bijvoorbeeld: Jannie_VGsector / Marit_VGsector / Erik_VGsector.



Welk cijfer geef jij de uniformiteit van jouw organisatie op social media?

.....

Kan er iets beter?

.....

.....

Hoe ga je dat voor elkaar krijgen?

.....

Tip:

Kijk in jullie social media beleid of communicatie-strategie wat je kan vinden over het standpunt van jouw organisatie over uniformiteit op online platformen en in andere uitingen naar buiten.

Wanneer zo'n beleidsstuk er niet is, of het is nog niet goed uitgewerkt of ingevoerd, dan is dit een mooi moment om aan de boom te schudden. Zet het thema 'online uniformiteit' op de agenda in je overleg.