

# Social & Online Media Monitoring & Webcare Strategie binnen gemeenten

Trainingsdag voor gevorderden gemeenten: opvolging van IBB's Social Media Trainingsdag

**Reeds méér dan 150 collega communicatieprofessionals van gemeenten gingen u al voor!**

In 9 Stappen naar  
Succesvolle Webcare:  
o.a. Strategie & Interne  
Organisatie en Creëren  
van draagvlak

Online & Social Media  
Monitoring bij  
Evenementen en Crises

Monitoring van  
Reputatie en Laatste  
ontwikkelingen  
monitoring tools, tips  
en tricks uit de  
praktijk!

Met praktische presentaties en workshops van o.a.:

Ewoud de Voogd

David Kok

Lesley Oosterhof

HowAboutYou

Gemeente Almere

Gemeente Helmond



## INTENSIEVE TRAINING DIE EEN STAP VERDER GAAT

- ✓ DOELSTELLING BEPALING MBT METEN EN MONITORING & TOOLS
- ✓ ONLINE MEDIA MONITORING: (PRO)ACTIEF COMMUNICEREN OP CRISES & EVENEMENTEN
- ✓ INTERNE COMMUNICATIE & ORGANISATIE MBT DIVERSE PARTIJEN (KCC, COMMUNICATIE, DIENST VEILIGHEID ETC.)
- ✓ TIPS EN TRICKS VOOR ACCOUNT BEHEER EN ACCOUNT MONITORING
- ✓ IN 9 STAPPEN NAAR SUCCESVOLLE WEBCARE
- ✓ EFFECTIEF WEBCARE STRATEGIE EN TEAM OPSTELLEN



Gemeenten worstelen steeds vaker met de vraag: Hoe kunnen wij social media inzetten zodat wij a) participeren en in contact blijven met onze burgers, b) de juiste informatie kunnen delen en c) het imago van onze organisatie op een positieve manier kunnen verbeteren? Zoals u al weet biedt het inzetten van social media namelijk kansen om uw dienstverlening aan en communicatie naar burgers en ondernemers te verbeteren. Ook het meten en monitoren van sociale media activiteiten maakt ondertussen aanstalten om uit de kinderschoenen te stappen.

### **Social media en CRM: Social CRM (Customer Relation Management)**

Zou het niet mooi zijn als het gemeentelijke KCC ook een webcare team zou hebben en Social CRM zou toepassen, zodat de gemeente direct kan inspringen op meldingen, ongenoegen en misvattingen? Zou het niet nog mooier zijn als al die uitingen ook nog eens onder de betreffende burger zouden kunnen worden geregistreerd en dat er geheel volgens de voorschriften van het NUP een zaak kan worden aangemaakt op basis van een bericht via een sociaal medium, zodat ook deze binnen de gestelde termijn kan worden afgehandeld?

### **Inhoud van deze praktische verdiepingdag:**

#### **Opstellen & praktisch inzetten van Online & Social Media Monitoring Beleid**

Dus alle sociale media en online inspanningen dienen nauwkeurig gemeten en gemanaged te worden. Hoe u dit precies doet, komt tijdens deze ochtend uitgebreid aan bod. Naast negatieve berichten zullen er ook positieve berichten te vinden zijn. U leert met praktische voorbeelden en tools hoe u negatieve publiciteit om kunt buigen in positieve publiciteit en daarmee uw imago niet (verder) laat aantasten maar juist kunt versterken.

Bij elke gemeente kan er wel wat mis gaan. Wellicht heeft het communicatieteam binnen de organisatie al een goed crisiscommunicatieplan opgesteld. Echter, in het hedendaagse digitale tijdperk kan een issue zich sneller dan ooit tevoren uitbreiden tot een grootschalige crisis. Bent u daar ook op voorbereid? Door een gedegen online media monitoring beleid kunnen (eventuele) issues vroegtijdig gesignaleerd worden voordat deze zich massaal verspreiden.

#### **Opstellen Webcare Strategie en Inbedding in Communicatiestrategie**

Naast het monitoren van relevante online conversaties rondom uw gemeente, kunt u zich gaan mengen in deze conversaties. Dit wordt ook wel webcare genoemd. Door het toepassen van succesvolle webcare kunt u uw klachten goed laten afhandelen, het imago verbeteren of informatie verschaffen binnen een heldere en efficiënte workflow.

#### **Tijdig anticiperen, preventief handelen = voorkomen**

#### **Doelstellingen en strategie**

Alleen aanwezig zijn is niet voldoende. U weet nu waar uw burger zich bevindt en hebt inzicht in de motieven voorafgaand aan een klacht. Naast online inzicht is het ook van belang om intern (offline) te kijken waar deze klachten zijn

oorsprong vinden. Over dit preventieve handelen, de daaruit voortkomende doelstellingen en de bijbehorende webcarestrategie leert u meer tijdens deze middag.

Tijdens deze middag staat het 9-stappenplan als start voor het opstellen van een passende webcare strategie. Na deze middag bent u in staat om een eigen webcare beleid op te stellen. U leert hoe u effectief kunt reageren op discussies en klachten van derden. U weet wat er nodig is om een effectief webcareteam samen te stellen.

### **Doel van IBB's intensieve gecertificeerde training is om:**

Te informeren, te inspireren met **goede praktijkvoorbeelden van webcare en monitoring binnen gemeenten.**

**Concrete handvatten en tips & tricks en laatste monitoring en webcare tools** te bieden om zelf in de organisatie aan de slag te gaan met online media monitoring en webcare strategie en projecten.

**Kennis- en ervaringsuitwisseling** met andere deelnemende medewerkers en adviseurs binnen gemeenten

### **Voor wie is deze intensieve leergang bestemd?**

- ✓ Gemeentelijke communicatiemedewerkers en -adviseurs.
- ✓ Beleidsmedewerkers, veiligheidsadviseurs
- ✓ Webmasters, -redacteurs

Van de griffie, het KCC of de bestuursdienst van lokale overheidsinstellingen die verantwoordelijk zijn voor de implementatie van social media monitoring en webcare binnen projecten en -processen.

### **Deze en andere vragen worden beantwoord:**

- Doelstelling bepaling m.b.t. meten en monitoring
- Laatste Monitoring tools en Tips & Tricks voor account beheer en account monitoring
- Inbedding in je organisatie en op welke wijze krijgt u iedereen mee?
- Interne organisatie: wie doet wat met webcare?
- Wat zijn de kosten en baten van webcare?
- Werkinstructies/communicatiescript, reactiescript en klachtenafhandeling. Wie reageert? Waarop? Hoe?
- Doorverwijzen? Naar wie? Wanneer?
- Wat zijn best practices en belangrijke do's en don'ts?
- En wat zijn de kansen en uitdagingen voor webcare in zowel grote als kleinere gemeenten?

### **Ervaringen eerdere deelnemers van IBB's trainingdagen gemeenten :**

*"Veel diepte en tips voor het maken van het social media plan" – Jeff Evertse, Communicatieadviseur digitale media Gemeente Hillegom"*

*"Deze training sloot bijzonder goed aan bij de fase/het proces waarin we zitten als organisatie. Veel vragen zijn beantwoord." -Eva Koel, communicatieadviseur Gemeente Hengelo*

*"Heldere toelichtingen. Goede betrokkenheid van de groep" Etienne Hesem. Raadsgriffier, Gemeente Arnhem*

**Donderdagochtend 16 juni 2016:**

## **Online & Social Media Monitoring**

9.15 - 9.45      Ontvangst met koffie en thee

9.45 – 10.30    Interactieve presentatie

### **Online & Social Media Monitoring Beleid & Interne Organisatie & draagvlak creëren**

- Van Monitoren tot Managen: Monitoren & Luisteren, Reageren & Creëren naar Managen
- Intern delen en communiceren over o.a. de Waardepropositie en Social Media Monitor
- Tips & Tricks : laatste social media monitoring tools en mogelijkheden



**Herwin Wevers, social media en online marketing & communicatie docent, WebBoomm**

Tijdens zijn 18-jarige loopbaan, na afronding van de MBA Bedrijfskunde, heeft Herwin Wevers als marketing- en communicatie manager bij en met diverse profit en non-profit organisaties gewerkt in Nederland. In 2008 richtte hij zijn sociale media en online marketingorganisatie op en adviseert en traint hij dagelijks hoe non-profit organisaties meer uit sociale media kunnen halen en hoe ze effectief online marketing- en communicatiemiddelen kunnen inzetten en inbedden in hun organisatie.

Herwin heeft een uitstekende **gemiddelde beoordeling van een 8.6** voor eerder gegeven sociale media trainingen aan gemeenten.

10.30 – 11.15:    Interactieve praktijkpresentatie

### **Onderzoek Monitoring do's en don'ts uit de praktijk**

- Onderzoek binnen Gemeenten
- Ervaringen van verkiezingen en rol van diverse partijen binnen Almere: wat werkte (niet)?



**David Kok, Social Media Manager Gemeenteraad (griffie) Gemeente Almere en initiatiefnemer socialmediameetlat.nl, auteur Sociale Gemeenten en Digitale Dialoog**

11.15-11.30:    Koffie- en theepauze

11.30-12.15: Korte inleiding gevolgd door Workshop

### **Workshop Reputatie Monitoring: Reputatiemanagement en Evenementmonitoring: organisatie van monitoring vóór en tijdens grote stads- of dorpsevenementen**

- Belevings- en reputatie-analyses als input voor reputatiemanagement
- Tools en gadgets: welke instrumenten in te zetten om het gesprek naar je toe te halen en imago-verandering/verbetering te behalen



**Ewoud de Voogd, Partner, HowAboutYou en initiatiefnemer gemeentebuzz.nl**

12.15-13.15 Lunch

### **Donderdagmiddag 16 juni 2016:**

### **Module 6- Webcare Strategie & Tools**

Alleen aanwezig zijn is niet voldoende. U weet nu waar uw burger zich bevindt en hebt inzicht in de motieven voorafgaand aan een klacht. Naast online inzicht is het ook van belang om intern (offline) te kijken waar deze klachten zijn oorsprong vinden. Over dit preventieve handelen, de daaruit voortkomende doelstellingen en de bijbehorende webcarestrategie leert u meer tijdens deze middag. Het 9-stappenplan geeft een duidelijk overzicht als start voor het opstellen van een passende webcare strategie. Na deze middag ben je in staat om een eigen webcare beleid op te stellen. Je leert hoe je effectief kunt reageren op discussies en klachten van derden en je weet wat er nodig is om een effectief webcareteam samen te stellen.

13.15- 14.30 Interactieve presentatie

### **9- Stappenplan naar Succesvolle Webcare: Opstellen Webcare Strategie en Inbedding in communicatie- en organisatiestrategie**

- Stappen mbt Doelstellingen en Strategie
- Verkrijgen van heldere en efficiënte workflow
- Pro- en reactief handelen n.a.v. klacht



**Herwin Wevers, social media en online marketing en communicatie trainer, WebBoomm**

14.30 - 15.00 Theepauze

15.00- 15.45 Korte Inleiding met aansluitend een Workshop

### **Workshop: Organisatie webcare team, rol van diverse betrokkenen & intern draagvlak**

Na een korte inleiding gaat u in groepjes van max. 4 personen aan een praktisch voorbeeld werken met daarbij de brede inzet van diverse kanalen o.b.v. het eerder geleerde. U wisselt ervaringen en gedachten uit met uw medegroepsleden en u kunt op deze wijze uw eigen situatie verbeteren.

Nu u de doelstellingen en een strategie geformuleerd heeft, gaat u aan de slag met de opzet van een webcare team. Hoe u dit team intern inricht, waar u daarbij op moet letten en overige vraagstukken worden voorgelegd om met elkaar op te lossen. Aan de hand van de eindconclusies per groep en met voorbeelden van succescases worden concrete handvatten aangereikt zodat u en uw collega's een succesvolle webcare team voor uw eigen gemeente kunt samenstellen en intern goed kan organiseren.



**Ewoud de Voogd, partner, HowAboutYou**

15.45- 16.25 Interactieve praktijkpresentatie

### **Webcare Strategie & Implementatie Tools Gemeente Helmond**

- Interne Organisatie mbt opzetten van een webcare Team voor publiekszaken
- Implementatie tools w.o. Coosto en processen
- Ervaringen en do's en don'ts



**Lesley Oosterhof, adviseur online communicatie/webmanager, Gemeente Helmond**

16.25- 16.45 Eindconclusies en afsluiting

# Speciale Registratieformulier voor bestaande contacten

Graag de volgende gegevens invullen. U kunt het formulier scannen en emailen naar:

[inesvanbavel@ibbint.com](mailto:inesvanbavel@ibbint.com) of faxen naar: 084 8366894

Organisatie..... Naam Deelnemer.....

Email.....

(Naam Deelnemer 2.....Email.....)

(Naam Deelnemer 3.....Email.....)

	Prijs	Speciale prijs (t/m 30 juni)
Module 1 – Online & Social Media Monitoring do.ochtend 6 okt. 2016 (incl.lunch)	279,- <input type="checkbox"/>	249,- <input type="checkbox"/>
Module 2 – Webcare- do.middag 6 okt. (incl.lunch)	279,- <input type="checkbox"/>	249,- <input type="checkbox"/>
Hele dag – Beide modules (plus extra korting)	549,- <input type="checkbox"/>	<u>449,-</u> <input type="checkbox"/>

Op alle verbintenissen met ons zijn onze algemene voorwaarden van toepassing zoals online vermeld op <http://www.ibbint.com/termsconditions.pdf>



i.s.m.



<http://www.facebook.com/webboomm>

<http://www.linkedin.com/in/webboomm>

@HerwinWevers

<http://www.linkedin.com/ibbstudiecentrum>

@inesvanbavel

IBB Studiecentrum Overheid & Non-Profit – <http://ibbint.com/StudiecentrumOverheidNonProfit.html>

Van Tuyll van Serooskerkenweg 59hs, 1076 JD Amsterdam, 020-2338832