

Blog 1: Het ABC van een Sociaal Intranet

Platformen veroveren de wereld. Waarschijnlijk ken je er zelfs meer dan dat je denkt: Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, maar ook App winkels, blogs en andere plekken waar de deel economie invloed heeft gehad zoals Airbnb en Uber. Ze schieten als paddenstoelen uit de grond en stellen mensen in staat om waardevolle producten en ervaringen te delen. Variërend van een taxi, het huren van een kamer bij iemand thuis tot het plaatsen van een selfie tijdens je vakantie; allen hebben gemeen dat ze het 'delen' centraal zetten.

Ook in je werk kom je in aanraking met platformen. Met name in grotere organisaties met verschillende locaties of afdelingen biedt het DE oplossing om mensen online met elkaar te verbinden. Hello Workspace is zo'n omgeving waardoor werknemers op continue basis verhalen kunnen delen, kennis uitwisselen en met elkaar in contact blijven.

Maar wat is nou eigenlijk het ABC van een intern platform. Wat zijn vuistregels om het tot een succes te maken?

De A van Adem (en Afwachten)

Om maar meteen met de aller moeilijkste te starten. Een werkend platform bouwen kost tijd en 'geduld' oftewel een lange adem hebben, is daarbij het toverwoord. Alleen het aanbieden van een sociaal intranet is niet voldoende; pas als er betekenisvolle interacties gaan plaatsvinden, krijgt het platform waarde. Het kost tijd om het te integreren in het dagelijks werk en dat gebeurt niet van de ene op de andere dag. Adem soms even in en wacht af wat er gebeurt, geef mensen de kans ermee te werken. Tip hierbij is om ervoor te zorgen dat het platform gebruikt MOET worden, bijv. doordat alleen daar de roosters terug te vinden zijn of doordat er geen mail meer wordt gebruikt. Zorg er ook voor dat het makkelijk bereikbaar is. De ICT-afdeling van een Hello Workspace gebruiker stond niet toe dat het intranet buiten het pand gebruikt werd, waardoor de gebruikers momenten sterk gelimiteerd werden. Platformen worden immers met name in de verloren uurtjes bijgelezen en bijgewerkt, omdat er gedurende het werk niet altijd tijd voor is.

De B van bescheiden

Houdt het intranet bescheiden en eenvoudig. Het hoeft niet groots en meeslepend te zijn om impact te hebben. Juiste kleine activiteiten kunnen inspiratie geven.

Grote doorbraken worden bovendien alleen maar bereikt door te beginnen met kleine ontdekkingen en uitvindingen. Prachtig voorbeeld is een gebruiker van Hello Workspace, waarbij 1 van de gebruikers spontaan begon met het delen van recepten. In een mum van tijd was een groot deel van de werknemers daarbij betrokken. De energie en het enthousiasme inspireerde de organisatie zelfs om een evenement rondom het thema koken te organiseren. Op deze manier droeg Hello Workspace niet alleen bij tot de interne communicatie, maar ook tot een sterkere interne branding, waarbij het verbinden van mensen centraal stond.

De C van Co creatie:

Doe het altijd samen! Als je betrokken bent bij de creatie en doorontwikkeling van iets, zul je het ook gaan ondersteunen. Cruciaal daarbij zijn de zogenaamde ambassadeurs: Wanneer gebruikers zelf fungeren als ambassadeurs en in feite anderen inspireren tot deelname, heeft dat meer effect dan de traditionele vormen van marketing. Het draait er hierbij om zo goed mogelijk gebruik te maken van sociale netwerken en sociaal kapitaal.

Daarnaast is een open dialoog essentieel. Nodig mensen uit om (soms zelfs op persoonlijke basis) deel te nemen aan het platform. Hierdoor kan men van elkaar leren, maar kan ook profiteren van elkaars kennis.

De D van Durf

Op safe spelen is riskant geworden in onze continu veranderende samenleving. Het is niet duurzaam, het is saai, het is beperkend, voorspelbaar en zorgt voor kleine vooruitgangen. Beweeg daarom mee met veranderingen en wees niet bang om risico's te nemen.

Experimenteren op een platform is cruciaal, om te kunnen komen tot innovatie. Blijf jezelf ontwikkelen en evolueer mee met de veranderingen om je heen. Google is begonnen als search engine, maar is dat inmiddels allang niet meer door de toevoeging van reader, docs, chrome, maps en gmail.

De E van Eenvoud en eerlijk

Doordat de gebruikers zelf 'in control' zijn, wordt het interactie proces veel directer en transparanter. Het is daarom belangrijk het platform eenvoudig en helder te houden, zodat er exact duidelijk is hoe processen werken en wat men kan verwachten. Zorg voor eenvoudige organisaties die snel kunnen inspelen op hetgeen een platform nodig heeft.

Wees daarbij eerlijk, deel je ambities en practice what you preach. Gedraag je er dus naar.

We zullen het je besparen om elke letter van het alfabet uit te werken, maar als je toch wil weten waar de letter X voor staat, neem dan vooral contact met ons op

Blog 2: En dan is het er.....

En dan ben je 1 van de trotse gebruikers van een eigen, gepersonaliseerd intranet! Maar wat dan? Er gebeurt van alles op het intranet; hoe ga je daar nou eigenlijk mee om en wat is je rol als moderator?

In de loop der tijd komen er soms nieuwe interacties bij, om het platform geleidelijk aan uit te bouwen. Soms lopen de interacties op niks uit. Of een interactie kans op succes heeft of niet, is heel moeilijk te voorspellen. Als platformdesigner of moderator is het daarom verstandig om meerdere kleine zaadjes te planten en vervolgens goed te observeren wat er gebeurt. Het is onmogelijk om van te voren te voorspellen wat er gaat gebeuren. Soms zullen ze een stille dood sterven, dat hoort bij het proces en wil niet zeggen dat het platform zelf geen kans van slagen heeft. Het is daarom essentieel om flexibel en adaptief te zijn. Hierbij moet je open staan voor serendipity: aangename verrassingen en ontdekkingen die gebruikers doen die aanpassingen vereisen. Een belangrijke taak is dat het proces van uitwisseling zo eenvoudig en transparant mogelijk wordt gemaakt voor alle gebruikers en dat eventuele barrières tot het minimum beperkt worden. Je moet nauwlettend in de gaten houden welke acties zorgen voor energie en een vermenigvuldigend effect hebben op andere interacties. Vervolgens kan op basis daarvan dingen worden aangepast.

Zodra er gebruikers aanwezig zijn, moet de aandacht worden vastgehouden. Het geven van feedback alsmede het inspireren tot actie, speelt daarbij een belangrijke rol.

Daarnaast zijn een aantal vaardigheden van belang gedurende het proces, namelijk: Luister, observeer, reageer.

Het is essentieel om te observeren waar energie en nieuwe interacties ontstaan en waar initiatieven een stille dood sterven. Bovendien moet je goed luisteren naar reacties en feedback die gegeven worden. Op basis daarvan handel je meteen, zowel intern als extern. Intern door eventueel op organisatieniveau ervoor te zorgen dat de neuzen dezelfde kant op wijzen en extern door het design van het platform aan te passen of nieuwe interventies uit te voeren. Het kan echter ook voorkomen dat je bewust besluit NIET te reageren. Zo was er een gebruiker van Hello Workspace waarbij de werknemers verwickeld raakten in een heftige discussie. Op managementniveau werd toen aan de alarmbel getrokken, maar men besloot bewust te wachten. Vervolgens spraken werknemers op Hello Workspace elkaar aan op hun gedrag en werden juist die reacties door anderen met een 'like' beloond. Hiermee werd heel duidelijk dat een sociaal intranet een sterke zelf-reparerende werking kan hebben. Je moet echter het proces als organisatie soms vertragen in plaats van versnellen en dat zijn we niet gewend. Geef het systeem de kans om dingen zelf op te lossen.

Op andere momenten zal je juist wel reageren. Dit kan door incentives verstrekken en gedrag aanmoedigen opdat stakeholders duurzaam blijven interacteren. Daarvoor is het essentieel om het systeem waarbinnen geopereerd wordt, beter te begrijpen. Idealiter is er co-eigenaarschap op een platform, waardoor interacties uit zichzelf op gang komen. Het is echter utopisch gedacht dat dat altijd het geval is. Soms moeten acties of triggers ingezet worden om te inspireren of om gebruikers zover te krijgen dat ze zich gaan gedragen op manieren die ten goede komen aan het platform en het systeem als geheel.

Blog 3: What's in it for me?

Met veel tromgeroffel is het sociaal intranet geïntroduceerd in je organisatie. Het wordt verkocht alsof het DE oplossing is voor alle interne communicatie problemen. Allemaal leuk en aardig hoor ik je denken, maar wat was er mis met hoe het was? Waarom moest dat veranderd worden, het ging toch goed zo?

Natuurlijk ging het goed zo en dat willen we ook zeker behouden. We gaan geen dingen weggooien, we gaan alleen dingen nóg beter doen en gebruik maken van de talenten en mogelijkheden van iedereen in de organisatie.

Wat zijn dan precies de voordelen van zo'n sociaal intranet? We vroegen het onze gebruikers en dit waren de belangrijkste bevindingen:

1. Alles bij elkaar

In veel organisaties gebruiken verschillende afdelingen, verschillende tools zoals Yammer, WhatsApp of Slack. Omdat deze tools niet te koppelen zijn, wordt de communicatie erg gefragmenteerd. Met Hello Workspace heb je een complete digitale werkplek, waar andere applicaties eventueel aan gehangen kunnen worden.

Het scheelt ontzettend veel zoektijd als iedereen alle documenten, kennis en informatie op 1 plek zet en die tijd kan je weer besteden aan een wandeling of iets anders wat je energie geeft . Wij van Hello Workspace spelen bijvoorbeeld graag een potje tafelvoetbal.

2. Sneller schakelen

Als Hello Workspace onderdeel gaat uitmaken van de dagelijkse routines, kan het heel veel tijd schelen, die ingezet kan worden voor andere doeleinden, bv de klant of je eigen welbevinden. Omdat alles op 1 plek staat, kan het interne e mail verkeer drastisch afnemen. Daarnaast kan het zorgen voor een efficiëntere communicatie, waardoor je sneller kan schakelen. Dit is zeker het geval als je bij een groot bedrijf werkt met veel afdelingen of verschillende locaties.

3. Kennis en expertise delen

Hello Workspace maakt het mogelijk om te profiteren van alle aanwezige talenten, expertise en kennis. In het verleden wist je vaak niet eens waar je collega's van andere afdelingen of locaties mee bezig waren en zat je volledig in je eigen bubbel. Nu kunnen gave projecten of nieuwe kennis gedeeld worden met de hele organisatie waardoor ze zich als een olievlek kunnen verspreiden. Deze best practices geven inspiratie en energie en dat kan leiden tot van alles en nog wat. Het ontwikkelen van innovaties bijvoorbeeld. Of het samenwerken van verschillende afdelingen. Of misschien wel het aantrekken van nieuwe werknemers en klanten.

4. Zelfverwezenlijking

De mens is van nature nieuwsgierig en heeft een behoefte om herkend en erkend te worden. Zeker binnen je werkomgeving speelt dat een belangrijke rol. Hello Workspace helpt je om jezelf zichtbaar te maken voor de organisatie en je talenten en successen te delen. De mens wordt centraal gezet en het platform kan daarbij ingezet worden als middel; het is nooit het einddoel. Bovendien kan het helpen om de jongere generatie binnen te halen of aan je te binden, want dit soort tools spreekt hen enorm aan.

5. Samen staan we sterk

Vanaf de ontwikkeling van Hello Workspace tot ver na de implementatie, wordt de hele organisatie bij het creatieproces betrokken. Wat is er nou leuker dan zelf inspraak hebben in hoe iets eruit komt te zien? Samen weet je meer dan alleen en kan je op elkaars ideeën voorborden en daar de beste

elementen uit selecteren. Bovendien: als je het zelf mag ontwikkelen en ideeën mag inbrengen, ga je er ook graag mee werken en kan je zelfs fungeren als ambassadeur. In die rol inspireer je 'non-believers' om actief op het platform aan de slag te gaan.

Dit is slechts een greep uit de voordelen die een platform jou als organisatie of werknemer kan bieden. Voorkom dat mensen op eigen houtje What's app gaan gebruiken en bied ze een veilige, aantrekkelijke omgeving waar alles samenkomt!

Blog 4: Platformen: intern versus extern

Platformen zijn hip en trending. Overall bieden organisaties online en/of offline omgevingen aan waar aan elkaar gelinkte stakeholders ervaringen en kennis kunnen delen. Platformen penetreren in razend tempo onze samenleving en veranderen daarmee traditionele denkwijzen. Lef, creativiteit, continu leren en experimenteren zijn de norm aan het worden, om mee te kunnen bewegen met de continue stroom aan veranderingen. De nieuwe manier van denken kent bovendien geen grenzen, zodat kennis en kunde zeer snel gemobiliseerd kunnen worden, waardoor in een kort tijdsbestek nieuwe spelers zichzelf slim in de markt zetten.

Een platform kan zich focussen op externe doelgroepen, zoals bv het geval is bij Nike plus, Airbnb en Zipcar. Het kan echter ook gericht zijn op interne doelgroepen en hiervoor worden vaak sociale intranetten ingezet. Bij beide vormen gaat het om een platform, met als einddoel waardecreatie door het delen van ervaringen en kennis. Er zijn echter andere mechanismes aan het werk. Laten we eens onderzoeken welke de belangrijkste zijn.

1. Engagement: intrinsiek vs extrinsiek

Het engagement, oftewel de betrokkenheid, is verschillend. Waar er bij sociale intranetten vaak sprake is van een hoge mate van extrinsieke motivatie, is dat bij een extern gericht platform veel minder het geval. Een sociaal intranet wordt vaak als top down beslissing ingevoerd waarbij werknemers weinig keuze hebben. Hello Workspace probeert daarom al voor de invoering zoveel mensen te betrekken bij het ontwikkelproces. Immers, als je werknemers uitnodigt en zelf met ideeën laat komen, vergroot je de intrinsieke motivatie en daardoor de duurzaamheid van het platform.

Het faciliteren van een sociaal intranet vereist daarom een andere aanpak omdat het levend houden van het platform niet vanzelf zal gaan.

2. Sfeer: formeel vs informeel

Omdat een sociaal intranet in een zakelijke omgeving werkzaam is, genereert het automatisch een zakelijkere sfeer. Bij Hello Workspace moedigen we aan om zo veel mogelijk te personaliseren, door gezamenlijk tot een naam te komen voor het intranet en ruimte te geven aan persoonlijke initiatieven zoals een hardloopclubje, een voetbalpool of recepten uit te wisselen. Het blijkt namelijk dat de meer persoonlijk getinte berichten veel meer worden gewaardeerd dan de bedrijfsmatige. Enige uitzondering daarop zijn mededelingen over bedrijfsuitjes, want schijnbaar houdt iedereen wel van een feestje.

Opvallend is daarnaast dat het taalgebruik eveneens zakelijker is dan je soms op externe platformen tegenkomt. De anonimiteit van laatstgenoemde nodigt wellicht vaker uit tot scheldpartijen of heftige discussies dan op een intern platform het geval is.

3. Dynamiek: passief vs actief

Ook de dynamiek op een intern platform verschilt met die van een extern platform. Na een succesvolle introductie van Hello Workspace in een organisatie, is na enige tijd een stabilisatie en soms zelfs een terugloop aan interacties waar te nemen. Dit 'probleem' is in mindere mate aanwezig bij externe platformen. Bovendien beschikken laatstgenoemde vaak over een full time facilitator (of moderator), waarbij op een sociaal intranet een communicatie adviseur vaak als bijzaak het sociale intranet in zijn takenpakket heeft. Een platform blijft echter niet vanzelf dynamisch.

Als facilitator is het daarom verstandig om meerdere kleine zaadjes te planten en vervolgens goed te observeren wat er gebeurt. Soms zullen ze een stille dood sterven, dat hoort bij het proces en wil niet zeggen dat het platform zelf geen kans van slagen heeft. De facilitator dient nauwlettend in de gaten te houden welke acties zorgen voor energie en een vermenigvuldigend effect hebben op andere interacties.

4. Ambassadeurs: cruciaal vs minder nodig

Vanwege eerder genoemde beperkingen van een sociaal intranet, bevelen wij van Hello Workspace altijd aan om te werken met ambassadeurs. Enthousiasmeer anderen te werken met het intranet of vraag ze zelfs persoonlijk om dingen te plaatsen. Deze ambassadeurs kunnen vervolgens zorgen voor een olievlek en andere mensen uit de organisatie inspireren tot nieuwe acties en interacties.

Bij een extern platform kunnen ambassadeurs eveneens een rol spelen, maar is het soms lastiger ze persoonlijk te benaderen. Bovendien is het minder nodig, omdat men zich vaak al spontaan opwerpt voor deze rol.

5. Adoptie: lang vs kort

Een succes maken van een sociaal intranet kost tijd. Temper daarom je verwachtingen en eis niet teveel in het begin. Verandering roept per definitie weerstand op en daarbij is begrip belangrijk. Benadruk vooral dat er niks verandert, maar dat je met het intranet juist wil voortbouwen op de krachten van de organisatie en de (verborgen) talenten van werknemers. Vooral organisaties met conventioneel ingestelde werknemers, oudere mensen en/of mensen met weinig digitale kennis, lopen tegen problemen aan. De kunst is om dan een lange adem te hebben en niet meteen te concluderen dat het sociale intranet mislukt is.

Externe platformen komen vooral in aanraking met deze problemen als er niet voldoende gebruikers zijn om een dynamiek tot stand te brengen. Zijn er eenmaal deelnemers, dan zijn ze vaak intrinsiek gemotiveerd, waardoor interacties spontaan ontstaan, maar is het daarna cruciaal om de aandacht vast te houden.

Bij beide vormen speelt het geven van feedback alsmede het inspireren tot actie een belangrijke rol. Dit kan gebeuren door het aanbieden van incentives of triggers, die een vorm van respons genereren. Deze reacties kunnen vervolgens nieuwe interacties veroorzaken, waardoor het platform dynamisch blijft.

Hoewel we bij een intern en extern platform beide te maken hebben met een soortgelijke digitale omgeving, zijn de dynamieken dus anders. Dit vereist een verschillende aanpak van de facilitatoren achter het platform. Wat je werkwijze ook is, het is cruciaal dat er iemand aangewezen wordt, die heel goed observeert en luistert en gebruik maakt van de energie die ontstaat.