



SINT-LODEWIJK

vertegenwoordigen op

SOCIALE MEDIA



Gids voor de medewerker





SINT-LODEWIJK OP SOCIALE MEDIA

Moderne tijden vragen moderne communicatiekanalen, waaronder sociale media. Onder de noemer 'sociale media' vallen heel wat platformen. Facebook ken je zeker wel, maar ook Instagram, Twitter, LinkedIn en Youtube zijn al goed ingeburgerd. Wat sociale media anders maken dan traditionele media, zoals krant of televisie, is dat de inhoud niet verzorgd wordt door een professionele redactie. Het zijn mensen zoals jij en ik die kennis delen en verhalen met elkaar uitwisselen.

Sociale media zijn overal. Dat verwondert je vast niet nu 93,8 % van de Vlamingen toegang heeft tot internet en een kleine 80 % over een smartphone beschikt. Toch blijkt het niet altijd even evident om op een correcte wijze om te gaan met deze online kanalen. In dit daglicht spreekt men wel eens over netiquette, of de ongeschreven richtlijnen over hoe je je op een gepaste manier kan gedragen in de online wereld.

Sint-Lodewijk heeft er bewust voor gekozen om op de kar van de sociale media te springen. In België zijn er zo'n 6,2 miljoen actieve Facebookgebruikers, wat maakt dat ook veel van onze cliënten en medewerkers een account hebben. Via sociale media willen we inzetten op transparantie, interactie en conversatie.

De dienst communicatie en de werkgroep sociale en digitale media zullen op regelmatige tijdstippen de verschillende platformen van inhoud voorzien, maar ook jouw input is meer dan welkom. Een fijn project verwezenlijkt, een opleiding gevolgd buitenshuis of ander leuk nieuws? Stuur gerust een mailtje met een foto en een klein woordje uitleg naar communicatie@sintlodewijk.be, stuur het ons door via de sociale media zelf of post je bericht meteen uit eigen naam op onze Facebookpagina. Bij de overige platformen is het niet mogelijk om rechtstreeks berichten te plaatsen.





DE 10 GEBODEN DER SOCIALE MEDIA

Deze richtlijnen brengen je bij hoe je vanuit een professioneel perspectief best omgaat met sociale media wanneer je Sint-Lodewijk hierop vertegenwoordigt.

- #1** **Bezint eer ge begint.** Als medewerker van Sint-Lodewijk ben je één van onze belangrijkste ambassadeurs. Wees je daarom bewust van welke inhoud je op het wereldwijde web plaatst. Iedereen leest mee en alles wat je online plaatst kan in principe teruggevonden worden. We gaan ervan uit dat elke medewerker kan uitmaken welke inhoud al dan niet gepast is. Je bent dan ook zelf verantwoordelijk voor de inhoud die je publiceert. Heb je twijfels? Vraag raad aan iemand van de werkgroep sociale media of stuur een mailtje naar communicatie@sintlodewijk.be.
- #2** **Klare taal.** Vermijd vakjargon en houterig taalgebruik en kies voor een luchtige en positieve schrijfstijl. Stel jezelf altijd de vraag of je boodschap granny-proof is. Met andere woorden: begrijpt ook je oma wat je bedoelt? Laat duidelijk zijn dat: "Onze studenten zijn helemaal klaar voor het nieuwe schooljaar!" beter past bij het imago dat we willen uitstralen dan: "Heden ten dage is een nieuw schooljaar aangebroken voor onze cliënten op de campus te Kwatrecht." We kiezen voluit voor een persoonlijke en authentieke aanpak.
- #3** **De arm der wet.** Alle regels die van toepassing zijn in de echte wereld, zijn dat ook bij zijn online variant. De wetgever maakt geen uitzonderingen. Laster en eerroof, pesten van collega's en cliënten of schending van de privacy kunnen ook online niet door de beugel. Vergeet het auteursrecht niet en vermeld indien nodig bronnen.
- #4** **Privacy boven.** Hou steeds de privacy van de cliënt, je collega's, leveranciers en andere betrokken partijen in het achterhoofd. Post bijvoorbeeld geen foto waar per ongeluk medische gegevens van een cliënt op te zien zijn. Alles wat offline confidentieel is, is dat online uiteraard ook. Er zijn bovendien zoveel andere zaken waarover je zorgeloos kan vertellen.
- #5** **Zeg eens cheese.** Een beeld zegt meer dan 1000 woorden, maar toch mag je niet zomaar een foto trekken en online plaatsen. In principe ben je verplicht om toestemming te vragen voor het nemen én voor het publiceren van een foto. Een omslachtig proces, maar dat kan je achteraf heel wat werk besparen. Om dit huzarenwerk te beperken, krijgt elke cliënt vanaf dit schooljaar een toestemmingsformulier mee waarop hij en/ of zijn ouders kunnen aanduiden voor welke doeleinden foto's waar de cliënt expliciet op afgebeeld staat, gebruikt mogen worden. Jouw verantwoordelijke licht je hierover in zodra de lijsten klaar zijn.





DE 10 GEBODEN DER SOCIALE MEDIA

Deze richtlijnen brengen je bij hoe je vanuit een professioneel perspectief best omgaat met sociale media wanneer je Sint-Lodewijk hierop vertegenwoordigt.

- #6 Klachten.** Leuke momenten worden vaak gedeeld, maar het kan evengoed zijn dat iemand een kritische opmerking online plaatst die betrekking heeft op de werking van Sint-Lodewijk. Mocht je dit opmerken, kan je (1) zelf op een beleefde manier reageren indien je over de nodige expertise beschikt én de persoon in kwestie doorverwijzen naar communicatie@sintlodewijk.be. Zo geef je te kennen dat je hun verhaal hebt opgemerkt en in dialoog wil gaan. Of (2) breng meteen de communicatiedienst op de hoogte. De bevoegde medewerkers nemen dan contact op met de persoon in kwestie om alles verder uit te klaren. Ga vooral niet online in discussie en zie klachten als kansen.
- #7 Loyaal verhaal.** Hou steeds de waarden van Sint-Lodewijk in het achterhoofd wanneer je op sociale media actief bent in de hoedanigheid van medewerker. Je bent als het ware een ambassadeur van Sint-Lodewijk, dus het is belangrijk dat we samen een consequente boodschap de wereld insturen. Even het geheugen opfrissen? De basiswaarden waar Sint-Lodewijk aan vasthoudt zijn: gastvrijheid, openheid, solidariteit, evenwaardigheid, kwaliteit, soberheid en innovatie. Meer informatie hierover vind je in de opdrachtsverklaring op SLim.
- #8 Hou het (inter)netjes.** Behoud altijd het respect tegenover derden. Wees beleefd, verstandig en verantwoord én uit geen kritiek over cliënten, collega's en Sint-Lodewijk. Sociale media zijn afstandelijk waardoor emoties wel eens kunnen oplaaien. Ga op een objectieve manier met de situatie om, baseer je op feiten en uit geen denigrerende commentaar. Vergeet niet dat een offline gesprek bij een goede tas koffie heel wat kan ophelderen.
- #9 Haha, humor.** Een vleugje humor is best oké. Let er wel op dat je geen mensen of bevolkingsgroepen kwetst of beledigt door het plaatsen van een bepaalde boodschap. Humor is zelden universeel.
- #10 Het ene medium is het andere niet.** Elk platform heeft zowat zijn eigen werking en doelgroep. Facebook en Instagram zijn eerder informele kanalen waarop je voornamelijk luchtige boodschappen plaatst. Denk aan de voorbereiding van een bepaalde activiteit, een uitstapje met de klas of leefgroep. LinkedIn en Twitter gebruik je dan weer beter voor professionele en meer formele communicatie. Het kan dan bijvoorbeeld gaan om een wijziging in het strategisch beleid, de fusie van twee diensten of een vacature.





VRAGENUURTJE

Mogen sociale media gebruikt worden tijdens de werkuren? De vraag is niet of sociale media al dan niet gebruikt mogen worden op het werk, maar op welke manier je als medewerker sociale media op een positieve manier kan aanwenden. Weet dat internettoepassingen tijdens de werkuren uitsluitend bedoeld zijn voor professionele doeleinden. Het gebruik van sociale media op de werkvloer mag geen negatieve gevolgen hebben voor de uitvoering van de aan jou toegewezen opdrachten. Tijdens de werkuren is het dus niet de bedoeling om foto's uit je persoonlijke levenssfeer online te plaatsen conform artikel 6.1 uit het arbeidsreglement. Werkgerelateerde inhoud delen kan. We rekenen hiervoor op een portie gezond verstand.

Wat als cliënten je willen toevoegen op sociale media? De visietekst 'afstand en nabijheid in balans' uit het kwaliteitshandboek stelt dat elke medewerker voor zichzelf kan oordelen of hij/ zij al dan niet op een vriendschapsverzoek ingaat. Handel volgens het principe 'doe niets wat de professionele relatie met cliënten of collega's in de weg staat'. Als organisatie willen we dat medewerkers stilstaan bij de gevolgen voor hun professionele situatie en hoe dan ook het beroepsgeheim en de discretieplicht respecteren. Om rolverwarring te vermijden, is het gezond om je privéleven af te schermen van je professionele relaties.

Mag ik via mijn eigen profiel informatie delen van of over Sint-Lodewijk. Zeker en vast! We kunnen het alleen maar toejuichen wanneer je informatie over Sint-Lodewijk deelt met je vrienden en kennissen. We willen de binding en betrokkenheid met cliënten, bewoners, naasten, medewerkers en de buurt vergroten en dat kan alleen door transparant te communiceren over het reilen en zeilen binnen Sint-Lodewijk.

Nog vragen? Stuur deze naar communicatie@sintlodewijk.be en we proberen zo snel mogelijk een antwoord te formuleren.

