

De waarde van social media in programmamanagement

Vanwege haar ervaring met social media in veranderingstrajecten was Marita Langerak uitgenodigd aan de Programmatafel van Twijnstra Gudde, dé ontmoetingsplek voor programmamanagers. Dit keer stond het gebruik van social media centraal. Welke impact heeft sociale media op de besturing van een programma? Wat wordt er anders? Welke succesverhalen zijn er al?

Aan de Programmatafel delen programmamanagers, opdrachtgevers van programma's en adviseurs hun ervaringen, kennis en vraagstukken. Zo gaf Migiel Gloudemans van Twijnstra Gudde een presentatie over social media en programmamanagement. En Jeroen Pronk en Roel Peels presenteerden een praktijkcase. Ook Marita Langerak deelde haar ervaring met het gebruik van social media en programmamanagement.

Practice what you preach

‘In een eerder programma bij de rijksoverheid heb ik naast de gebruikelijke communicatiemiddelen, social media ingezet. Het programma richtte zich op de impact die digitaal werken met zich mee brengt op de mens binnen de organisatie. Ik heb gekozen voor het inzetten van de social om laten zien wat Het Nieuwe Werken in de toekomst te bieden heeft’, aldus Marita. ‘Practice what you preach, tenslotte!’

‘In eerste instantie ging mijn idee uit naar een programma-twitter, een blog-site over digitaal werken op intranet en een intern netwerk van ambassadeurs van het digitale werken (à la LinkedIn).

In de praktijk bleek echter dat met name de *poll* veel toegevoegde waarde bood. Je kan snel veel mensen vragen om hun mening vragen. Bijvoorbeeld na een grootse bijeenkomst feedback vragen aan de deelnemers over het evenement. Dat leverde veel nuttige reacties op, die ik direct kon gebruiken voor het verdere traject’.

Toegevoegde waarde

Ook de digitale ontmoetingsplek was een succes. Met name om te communiceren over de visie, organisatieplannen en de voortgang. Maar ook presentaties en besluiten werden vaak gedownload om nog eens na te lezen. Chatten werd nauwelijks gedaan. De communicatie bleef vaak top-down (en reactie weer bottom-up) in plaats van dat betrokkenen met elkaar in gesprek gingen. ‘Digitaal gingen ze misschien niet het gesprek met elkaar aan. Maar de informatie die ze digitaal ophaalden, gebruikten ze wel in hun gesprekken bij de koffieautomaat!’, vertelt Marita.

Social media vergroot de slagkracht en de interactie van een programma. In combinatie met andere communicatiemiddelen, een cross-over communicatiemix, biedt het de meeste toegevoegde waarde.

Contact

Marita Langerak is partner Van Kaliber.

Wilt u meer weten over de toegevoegde waarde van social media in uw verandertraject?

Neemt u gerust contact met ons op! www.vankaliber.nl E: info@vankaliber.nl 06-26419351