



Nieuwe media creëren verbondenheid

Hyves, Facebook, Twitter. De nieuwe media zijn, korte tijd na hun ontstaan, niet meer weg te denken uit onze samenleving. Als zelfs Mark Rutte twittert, moeten wij, de kinderopvangorganisaties, dan niet ook met gezwinde spoed deze nieuwe communicatiemiddelen gaan inzetten? Lopen we al niet hopeloos achter? Het antwoord blijkt genuanceerd, er zijn voors én tegens. Maar dat er kansen liggen is zeker.

‘Stap je niet in een of andere trein die even verder alweer stopt?’ Zo verwoordt Jerry van Leeuwen de terughoudendheid van veel kinderopvangondernemers ten aanzien van de nieuwe media. Van Leeuwen is docent Informatiekunde aan de economische faculteit van de VU in Amsterdam en tevens eigenaar van Scanyours, een bedrijf dat zich richt op advisering bij online-activiteiten. ‘Managers constateren wat er in de maatschappij om hen heen gebeurt, zien dat veel pedagogisch medewerkers en ouders actief zijn op Hyves of Twitter, maar gebruiken deze zelf meestal niet. De vraag wat hun organisatie ermee kan dringt zich op.’

In samenwerking met de bdkO begeleidt Van Leeuwen Kinderopvangorganisatie Ludens in Utrecht om beter gebruik te maken van hun website in de communicatie met ouders en om eventueel sociale media te gaan inzetten. Er was grote belangstelling onder de leden van de bdkO om aan dit communicatieproject deel te nemen. Ludens werd de gelukkige. Anna-Marie van Andel, manager bedrijfsvoering bij deze organisatie, vertelt dat het aanbod van de bdkO precies op het juiste moment kwam. ‘We dachten er al over, maar vroegen ons wel af: kunnen we er iets mee, wat voegt het toe, wat zijn de voor- en nadelen? Ons idee was deze media vooral in te zetten bij het vergroten van onze naamsbekendheid, het verstrekken van informatie over de organisatie en het aanbieden van open plaatsen. Op dit moment zit-

ten we nog aan het begin van het traject, maar het eerste gesprek met Jerry heeft al veel verhelderd en maakt ons enthousiast voor het vervolg. Gedurende de zomer loopt er nu een onderzoek onder de ouders. In hoeverre zijn zij ermee bezig en willen ze ook van ons dat wij deze media inzetten?’

Tweerichtingsverkeer

Van Leeuwen ziet zichzelf niet als een goeroe die de nieuwe media preekt. Hij ziet deze media als een van de mogelijke middelen die een organisatie kan inzetten in haar communicatiebeleid. ‘Je moet vooral kritisch zijn: wat is het belang voor onze organisatie, welke voordelen heeft het, wat brengt het met zich mee op de korte en de langere termijn?’ Dat neemt niet weg dat hij grote voordelen ziet. Met name waar het gaat om de mogelijkheid van tweerichtingsverkeer en de snelheid van informatie-uitwisseling. ‘Daarmee kun je het serviceniveau voor de ouders sterk verhogen. Je kunt namelijk veel vaker, sneller en gericht informatie geven én feedback vragen. Dus kun je ook bijvoorbeeld sneller problemen signaleren. Of juist nieuwe trends. Door gerichte informatie creëer je een grotere betrokkenheid van ouders bij het dagverblijf of de bso. Nieuwe media zijn vooral goed inzetbaar voor het creëren van verbondenheid. Ook voor de interne communicatie geldt dat. Het zijn middelen waar de veelal jongere me-

dewerkers zeer vertrouwd mee zijn. Dat kun je gebruiken.’

Maar, nadelen ziet hij ook. En zelfs risico's. ‘Daar moet je ook open over zijn’, vindt hij. ‘Dit project gaat er juist om de voor- en nadelen goed tegen elkaar af te wegen. Om uit te zoeken hoe je de voordelen kunt versterken en de nadelen kunt tackelen met gerichte controlemechanismes. En ook om te weten te komen wat ouders voor wensen hebben in dezen. Het is namelijk maar de vraag of ze met grote regelmaat berichtjes willen ontvangen. Ikzelf zit niet te wachten op een berichtje dat mijn Jaspertje nu aan zijn fruihapje zit. Maar wat willen ze dan wel?’

Veiligheid van kinderen

Een van de grootste risico's vormen de privacy en de veiligheid van de kinderen. We kennen allemaal de voorbeelden van foto's die in een dronken bui op twitter gezet zijn en over de hele wereld zijn gegaan. ‘Wij twifelen daarom over het gebruik van sociale media door de locaties’, vertelt Anna-Marie van Andel. ‘Moet je bijvoorbeeld willen dat kinderdagverblijf ‘t Klavertje twittert dat ze nu met de hele groep naar die en die speeltuin gaan? Of dat er een foto van die gezellige lunch rondgestuurd wordt?’ Ook Jerry van Leeuwen onderkent dit probleem. Hij wil graag uitzoeken hoe je binnen de kinderopvang via controlemechanismes kunt voorkomen dat de veiligheid van de kinderen in gevaar komt: ‘Je kunt bijvoorbeeld afspreken nooit beelden van kinderen rond te sturen, maar wel van dat fantastische nieuwe speelgoed dat vandaag aangekomen is. Medewerkers zijn vaak enthousiast over wat er gebeurt op hun groep en vinden het leuk een foto'tje te maken van een grappige si-

tuatie. Daarom moet je ze medeverantwoordelijk zien te maken. En ze ook zo nodig ter verantwoording roepen. Verder denk ik aan maatregelen in de voorwaardelijke sfeer zoals het niet toestaan dat er twitteraccounts op naam van de organisatie staan of het zichtbaar maken van alle twitterberichten op de website.’

Wegebben

Het inzetten van sociale media is niet iets wat je er zomaar bij kunt doen. De ervaring van Jerry van Leeuwen is dat veel organisaties het nog moeilijk vinden de inzet van nieuwe media in de normale communicatieprocessen onder te brengen. Toch hoort het daarbij. Of je medewerkers moeten het zo leuk vinden, dat ze dat ervoor over hebben. ‘Maar blijven ze dat doen? Mijn ervaring is dat het niet werkt’, zegt hij. ‘Daarom moet je ook keuzes maken. Dit doen we wel en dat doen we niet. Je moet dus weten waar je aan begint en hoe je dat een plek geeft in de vaste werkstructuur. Anders loop je ook het risico van het wegebben van de inzet. Je start enthousiast, maar al gauw krijg je ermee te maken dat je geen informatie meer hebt. Of dat het enthousiasme wegzakt. Als je er tevoren over nagedacht hebt, hoeft dat niet zo te gaan. Dan heb je bijvoorbeeld van tevoren bedacht dat je die eindeloze online-enquêtes kunt vervangen door de ‘vraag van de week’, of om de nieuwsbrief te laten vervallen en wekelijks een klein stukje nieuws te geven.’ Van Leeuwen bedenkt dit soort voorbeelden omdat hij de nieuwsbrief van de opvangorganisatie van zijn kinderen nooit leest en de jaarlijkse enquête veel te lang vindt. ‘Het is ook belangrijk’, stelt hij, ‘te zorgen dat de mensen die de nieuwe media geacht worden te gebrui-

Door Lida Schepers

Verenigingsnieuws bdKO

De bdKO organiseert op donderdag 10 november a.s. de Landelijke Bijeenkomst Directeuren Kinderopvang met het thema:

ken, dat ook daadwerkelijk doen. Hoe doe je dat? Wie is verantwoordelijk als er een stilte valt? Veel vragen dus. Heel wat beren op de weg, moet je het wel willen? Van Leeuwen: 'Iedere organisatie maakt zijn eigen afwegingen en stelt zijn eigen pakket samen. Maar dan kan het ook veel opleveren.'

Een-op-een

Binnen de kinderopvang is de inzet van nieuwe media nog betrekkelijk nieuw en er zijn nog veel vragen te beantwoorden en uit te zoeken. Vandaar ook het project onder auspiciën van de bdKO met Ludens. Na de zomervakantie zullen de resultaten van de enquête onder ouders bekend zijn. Van de 4800 uitgezette enquêtes is zo'n 45 procent teruggekomen. 'Dat is een hoge score en dat geeft al aan dat het ook onder ouders erg leeft', meent Van Leeuwen. Bij Ludens was het MT blij met de mogelijkheid om een enquête te houden. 'We hadden ons wel afgevraagd wat ouders hiervan zouden vinden, maar niet concreet aan een enquête gedacht', vertelt Anna-Marie van Aniel. Zij is erg benieuwd naar het vervolg van het traject. 'Voor ons was het ook nieuw dat we sociale media een-op-een kunnen inzetten. Wij dachten dat het vooral eenrichtingsverkeer zou zijn en weinig tweerichtingsverkeer. Als de resultaten bekend zijn gaan we verder.' Het is wel duidelijk dat de komende twee maanden een spannend project gaan opleveren. Met de nieuwe informatie van de ouders en de expertise van Van Leeuwen kan het nog alle kanten uitgaan. De uitkomst kunt u horen op de Landelijke Bijeenkomst van de bdKO op 10 november.

Let's go digital! Onlinekansen voor de kinderopvang

Donderdag 10 november 2011

10.00 – 17.00 uur

KPMG in Amstelveen

U gebruikt voor uw communicatie naar de doelgroepen, die voor uw kinderopvangorganisatie van belang zijn, waarschijnlijk nog steeds vooral de bekende mogelijkheden en media: bijeenkomsten, brochures en folders, website, berichtgeving in lokale kranten en mogelijk radio en tv, et cetera. Om u heen ziet u dat er steeds meer gebruikgemaakt gaat worden van nieuwe media, zoals Facebook en Twitter. Andere bedrijven pakken dit op, maar u ziet ook dat uw doelgroepen (ouders, medewerkers, relaties, media) langzamerhand hierin thuis raken.

Op 10 november kunt u meer te weten komen over wat nieuwe media voor uw kinderopvangorganisatie kunnen betekenen. U krijgt inzicht in wat het van u als directeur/bestuurder vraagt. Wat zijn de kansen, maar ook de risico's van het gebruik van nieuwe media door uw organisatie? Wij beloven u dat u na deze dag geïnspireerd naar huis gaat!

Gast/introducee

Alle leden van de bdKO kunnen zich bij deze bijeenkomst (zonder kosten) laten vergezellen door een gast: een collega, die ICT en marketing in de portefeuille heeft, of een ICT-medewerker/dienstverlener. Tijdens de Algemene Ledenvergadering van de leden van de bdKO zal er voor de gasten een aantrekkelijke presentatie worden georganiseerd.

Programma

Dagvoorzitter: Anja Hol, voorzitter bdKO

- 10.00** Ontvangst leden bdKO en hun gasten
- 10.30** Algemene Ledenvergadering bdKO
- 11.30** Let's go digital! voor de leden en de gasten
- 12.00** Lunch
- 13.00** Welkom door de gastheer of gastvrouw van KPMG
- 13.10** Uitreiking Managementprijs Kinderopvang 2011
 - Opening door Christien van Wijk, voorzitter van de Stichting Managementprijs Kinderopvang
 - Bekendmaking van de winnaar van de Managementprijs Kinderopvang 2011 en de overhandiging van de prijs
- 13.45** Pauze
- 14.15** Welk effect heeft uw website?

Gerard Duursma is Online Marketeer en richt zich met zijn eigen bedrijf op advisering bij online-activiteiten. Hij zal aan de hand van twee websites van leden van de bdKO publiekelijk een beoordeling geven over de sterke en zwakke punten, met natuurlijk de adviezen wat verbeterd zou kunnen worden om de strategische doelen van de kinderopvangorganisatie te kunnen realiseren. Zie W: bonopoly.nl

15.00 De kansen én valkuilen van nieuwe media Jerry van Leeuwen richt zich met zijn bedrijf op eStrategy, marktonderzoek en webontwikkeling. Hij ondersteunt organisaties bij het verhogen van de online-omzet en het verbeteren van de onlinedienstverlening. Daarnaast is Jerry van Leeuwen docent Management Information Systems aan de economische faculteit van de VU in Amsterdam en docent aan de School of Information Sciences Hogeschool Windesheim in Zwolle. Zie W: scanyours.com Jerry van Leeuwen zal aan de hand van de praktijk in kinderopvangorganisatie Ludens laten zien wat er gebeurt als u de website van de kinderopvangorganisatie beter inzet en gebruik gaat maken van Social Media.

16.55 Afsluiting door de dagvoorzitter

16.00 Napraten met een drankje

Aanmelden

U kunt zich aanmelden via de website van de bdKO, W: bdko.nl. De kosten voor de deelname zijn € 195,- inclusief lunch en consumpties. U ontvangt bericht met de bevestiging van deelname en de factuur. Uiterlijk één week voor de bijeenkomst ontvangt u het uitgebreide programma, de deelnemerslijst en de routebeschrijving. Uw inschrijving kan alleen schriftelijk geannuleerd worden. Bij annulering voor 27 oktober 2011 brengen wij de helft van het deelnamebedrag in rekening. Indien u onverhoopt na 27 oktober 2011 annuleert, zijn wij genoodzaakt het volledige deelnamebedrag in rekening te brengen. Voor nadere informatie kunt u terecht bij het bureau van de bdKO via E: bureau@bdko.nl of T: (079) 363 81 02.

Introductieaanbod nieuwe leden

Bent u directeur in de kinderopvang en nog geen lid van de bdKO? Wanneer u zich als lid van de bdKO aanmeldt, is de deelname aan dit programma gratis. Bent u nog geen lid van de bdKO en wilt u graag kennismaken door aan deze landelijke bijeenkomst deel te nemen? Ook dat is mogelijk. Neem voor deze mogelijkheden contact op met het bureau van de bdKO via E: bureau@bdko.nl of T: (079) 363 81 02.

Voor leveranciers of zakelijk dienstverleners

Bent u een leverancier of zakelijk dienstverlener en wilt u als sponsor aan deze bijeenkomst deelnemen? Neem voor meer informatie contact op met het bureau van de bdKO via E: bureau@bdko.nl of T: (079) 363 81 02.