HOE REAGEER JE ALS ORGANISATIE HET BESTE OP SOCIALE MEDIA?

ENKELE RICHTLIJNEN DIE JE OP WEG KUNNEN HELPEN

SENTIMENT VAN BERICHT
Is het een positief bericht?

ALGEMEEN NEGATIEF
Is het negatieve commentaar (vaak met scheldwoorden, ironisch, cynisch)?

SPAM / PROMOTIE
Is het een promotioneel / commercieel bericht van / voor een 3e partij?

INHOUD BERICHT
Bevat het bericht discriminerende taal, kwetsende taal, politieke meningen?

FOUTIEVE INHOUD
Berust de inhoud van het bericht op foute informatie?

INFORMATIE
Is het iemand die op zoek is naar informatie?

VERWIJDER / MODEREER
Doe dit heel doordacht en enkel als het bericht duidelijk de spelregels overtreedt. Leg uit waarom het bericht niet gepast is en waarom het verwijderd werd. Als de inhoud van het bericht strafbare feiten bevat (zoals racisme, oproep tot geweld, ...) contacteer dan je leidinggevende of de juridische dienst.

NEGEER / VERWIJDER
Gebeurt dit via Facebook, negeer het. Gebeurt het op de website van de organisatie verwijder het.

CORRIGEER
Focus op feitelijke gegevens.

BLIJF MONITOREN
Reageer niet, maar monitor de site voor info en commentaren van lezers.

KLACHT / MELDING
Betreft het bericht een specifieke klacht, een melding of een suggestie?

COMPLIMENT
Is het een positief bericht expliciet gericht aan de organisatie?

GEZOND VERSTAND
Beslis op basis van gezond verstand of je wenst te reageren of te re-tweeten.

BIED HULP
Niet helemaal zeker? Dubbelcheck!

SNELHEID
Ken je het antwoord? Gaat het om eigen beleid? Kan je snel reageren?

IMPACT / NETWERKEN
Is de persoon een bekend blogger, heeft hij veel volgers op Twitter?

REAGEER STRATEGISCH
Geef meer uitleg indien relevant.

MENING / IMPACT
Kan een reactie de negatieve boodschap significant bijsturen (bv. is de persoon een opiniemaker)?

GEEN ANTWOORD NODIG
Bij twijfel: blijf monitoren.

KOPPEL DOOR
Vraag raad aan de verantwoordelijke. Als communicatiemedewerker pas je dit antwoord aan voor een post op sociale media.

WAT IS DE BRON VAN HET BERICHT?

TWITTER
- Stuur een reply via @-bericht.
- Stuur een privébericht als het om persoonlijke zaken gaat.
- Verwijs via links naar bronnen of een uitgebreid antwoord.
- Vraag via een privébericht een mailadres als je niet in 1 of 2 tweets kan antwoorden.

FACEBOOK
- Reageer waar het bericht gepost werd (prikbord, discussieforum, ...).

BLOG / WEBSITE
- Reageer via de commentaren.
- Kader het antwoord zo goed mogelijk.
- Indien mogelijk, gebruik links naar bronnen.

ANDERE
- Maak een account aan voor je organisatie als die nog niet bestaat.
- Kader het antwoord zo goed mogelijk.
- Indien mogelijk, gebruik links naar bronnen.

ALGEMENE AANDACHTSPUNTEN

AFZENDER
- Communiceer zoveel mogelijk vanuit het professionele profiel van de organisatie. Als dat niet mogelijk is, maak duidelijk dat je mede-werker bent van de organisatie waarvoor je werkt.

ANONIMITEIT
- Reageer niet op personen die zich achter een alter ego verschuilen. Vraag deze persoon om - eventueel via een ander platform -persoonlijk contact op te nemen.

SPECIFIEK
- Ga niet in op algemene reacties. Ga niet in discussie en blijf bij de feiten.

BESLIST BELEID
- Communiceer enkel over beslist beleid. Als het over niet-beslist beleid gaat, stuur het bericht naar de verantwoordelijke.

OPENBAAR
- Tracht zoveel mogelijk in het openbaar te (laten) reageren.

EERLIJKHEID
- Wees steeds eerlijk en tracht je reactie maximaal te onderbouwen door te verwijzen naar je bronnen. Gebruik geen foute of verzonnen argumenten.

VERWACHTINGSMANAGEMENT
- Als je niet meteen een antwoord kan of wil geven, laat weten dat je ermee bezig bent. Indien mogelijk kan je een concrete timing vermelden.

SNELHEID
- Reageer binnen de 24u. (48u tijdens het weekend). Ook al is het om te zeggen dat je het hebt doorgespeeld naar de betrokken dienst.

NEGATIEVE REACTIES
- Reageer steeds beleefd en wik je woorden.

POSITIEVE REACTIES
- Bedank de persoon voor zijn positieve reacties. Maar doe dit met mate, reageer niet op elke 'vind-ik-leuk'.

VU.: Sanne Hermans, iMinds vzw - Mediawijs.be, Pleinlaan 9, 1050 Brussel.

mediawijs.be KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID
Vlaamse overheid

Deze affiche is gebaseerd op de Flowchart 'Reageren op Sociale Media van de Stad Antwerpen. Voor meer info zie: www.mediawijs.be/socialemedia.
De auteurs zijn niet verantwoordelijk en kunnen niet aansprakelijk gesteld worden voor schade die rechtstreeks of onrechtstreeks het gevolg is van volgen van informatie in deze affiche.
Ontwerp door Atelier Per Twee