



Inschrijving RBB-AWARD 2018

Organisatie: Rijksdienst voor Ondernemend Nederland

Contactpersoon voor de RBB over deze good practice: Suze Krijnen

E-mailadres: suze.krijnen@rvo.nl

Mobiele telefoon: 06-11775292

Akkoord lid Raad van Participanten RBB Groep: Harmen Harmsma, algemeen directeur

Waarom hiermee gestart en wat waren en zijn nu de doelen?

Doel: RVO.nl persoonlijker, transparanter en toegankelijker maken door medewerkers te faciliteren, stimuleren en enthousiasmeren hun RVO.nl-verhalen te delen in hun persoonlijke netwerk op social media

Titel good practice: RVOfan: hoe je van medewerkers social media-ambassadeurs maakt

Sinds wanneer wordt ermee gewerkt/toegepast? Mei 2017

1. Wat houdt de good practice in?

Met het RVOfan programma helpt en stimuleert RVO.nl alle medewerkers om intensiever, professioneler en succesvoller aan de slag te gaan met hun persoonlijke social media-accounts. Het programma bestaat enerzijds uit een Employee Advocacy platform, dat het eenvoudig en leuk maakt om content van-, over- en gerelateerd aan RVO.nl te delen. Daarnaast bestaat het programma uit trainingen, enthousiasmeer-sessies en communicatie-activiteiten. Zo geven we medewerkers het gereedschap, de kennis en vaardigheden én de motivatie om de producten en diensten van RVO.nl op positieve wijze onder de aandacht te brengen in hun netwerk. Samen zorgen deze medewerkers met 350 duizend unieke LinkedIn-contacts en 230 duizend Twitter-volgers voor een geweldige toename van het bereik. Bovendien inspireren zij collega's, opdrachtgevers, partners en ondernemers om hetzelfde te doen – om op social media als ambassadeur op te treden van RVO.nl. Het programma is, na een succesvolle pilot, op 2 oktober 2017 officieel gelanceerd en het aantal 'RVOfans' neemt wekelijks toe.

2. Hoe werkt de good practice?

De RVOfan applicatie biedt medewerkers via web, app en mail een persoonlijke 'tijdlijn' met dagelijks verse, aantrekkelijke content over RVO.nl-onderwerpen. Deze berichten kunnen zij met 1 klik op de knop delen via hun persoonlijke LinkedIn-, Twitter- of Facebook-account. Dit bespaart drukke medewerkers tijd én voorziet hen van inspiratie. RVOfan neemt bovendien een stuk onzekerheid weg: de berichten in de app zijn namelijk gecheckt door de social mediaredactie (1 FTE) en volkomen veilig om te delen. De redactie

geeft bovendien kant-en-klare tekstsuggesties mee, inclusief relevante hashtags en mentions. Die kunnen worden overgenomen, aangepast, of vervangen door een persoonlijke noot.

Het tweede belangrijke onderdeel is dat medewerkers via RVOfan hun eigen verhalen kunnen aanbieden, zodat anderen ze kunnen delen. Dat kan gaan over een evenement of een regeling, maar ook over een ondernemer die enthousiast is over RVO.nl. Deze verhalen worden altijd even gecheckt door de redactie. Zo kun je als medewerker dus een eigen bericht inbrengen zonder zorgen over taalfoutjes, de juiste hashtags en mooie afbeeldingen. Op deze manier durven veel meer RVO'ers hun verhalen te delen.

3. Geef een voorbeeld van de werking van de good practice

Op dit moment heeft RVOfan 456 gebruikers. Dat is meer dan 10% van de medewerkers en ligt ruim boven het vooraf geïdentificeerde aantal collega's dat actief was op social media (ca. 150). Samen zorgen zij dat niet alleen onze producten, diensten en regelingen veel mensen en bedrijven bereiken, maar ook dat de mooie voorbeelden en resultaten veel meer worden gedeeld. (Extern, maar óók intern, wat al aantoonbaar heeft gezorgd voor meer verbinding binnen een grote, gefuseerde en diverse organisatie.) Sinds de start van het programma, minder dan een jaar geleden, zijn in totaal ruim 20 duizend berichten gedeeld. Dit leidde tot 35 duizend klik-op-links en voor ruim 20 duizend likes, retweets en reacties. Sinds kort delen we ook vacatures via RVOfan. Het blijkt dat RVO'ers deze niet alleen graag delen, maar dat de interactie met deze berichten enorm is.

4. Beschrijf waarom de good practice voldoet aan onderstaande 4 eisen

- *Origineel*

Dit programma is op een viertal punten origineel:

1. RVO.nl is de eerste overheidsorganisatie die succesvol een Employee Advocacy programma is gestart. Zelfs in het commerciële domein is dit voor velen nog nieuw terrein. Dat is de reden dat we op dit moment regelmatig worden benaderd door andere organisaties. Recent deelden we onze ervaringen en kennis met de ministeries van Buitenlandse Zaken, Binnenlandse Zaken, J&V en met ICTU, de KvK en de Rabobank.
2. Waar de meeste Employee Advocacy programma's gericht zijn op het stimuleren van medewerkers om content van de organisatie te delen, richt RVOfan zich nadrukkelijk ook op educatie, onderlinge waardering en enthousiasmering. Dit past in de lerende organisatie die we willen zijn. De leverancier van de tool, Smarp, schrijft het feit dat RVO.nl van al hun klanten het meest succesvolle project heeft gerealiseerd, ook aan deze effectieve en duurzame implementatiestrategie toe.
3. Verder gebruiken we RVOfan als een interne 'alert'-service. We attenderen collega's op enthousiaste tweets van klanten en tippen ze deze te liken, delen en/of volgen. Ook wijzen we collega's op eventuele kritische artikelen, waaraan ze beter juist geen aandacht kunnen besteden.
4. Tot slot onderzoeken we of we de tool ook beschikbaar kunnen stellen aan medewerkers die afscheid nemen van RVO.nl. Zo behouden wij onze ambassadeurs, en de alumni hun professionele social media-service.

- *Actueel*

De social media-experts bij RVO.nl identificeerden Employee Advocacy en Thought Leadership in een vroeg stadium als belangrijke aandachtspunten – een inzicht dat inmiddels door vele, zowel commerciële als niet-commerciële organisaties wordt gedeeld. Het wordt steeds belangrijker om op een goede manier zichtbaar en actief te zijn op social media. RVO'ers hebben op LinkedIn samen al meer dan 350 duizend unieke contacten. Van dat netwerk maken we nu effectief gebruik. Voor medewerkers zelf is 'online personal branding' belangrijk. Met RVOfan kunnen zij zichzelf als expert op de kaart zetten. Op toonaangevende blogs als Frankwatching.com wordt volop geschreven over Employee Advocacy en er duiken steeds meer trainingen op in het vakgebied. Met de omarming van dit bottom-up initiatief heeft het DT een echte pioniersrol gepakt.

- *Samenwerking over organisaties heen*

RVOfan blijkt nu al interessant voor tal van organisaties waarmee RVO.nl samenwerkt. RVO.nl stelt de tool dan ook graag beschikbaar aan andere organisaties. Zo wordt RVOfan inmiddels gebruikt door medewerkers van de ministeries van EZK en I&W en Ondernemersplein.nl. Ook andere organisaties die met dezelfde onderwerpen bezig zijn kunnen (op uitnodiging) profiteren van alle mogelijkheden van RVOfan. Onlangs is zelfs de eerste ondernemer op eigen verzoek gestart als RVOfan. Partijen die willen bijdragen aan verspreiding van de RVO.nl-boodschappen biedt RVO.nl deze service kosteloos aan.

- *Toegevoegde waarde*

Voor RVO.nl en partnerorganisaties ligt de toegevoegde waarde allereerst in het vergroten van het bereik. De 230 duizend Twitter-volgers en de 350 duizend unieke LinkedIn-contacten van RVO'ers overschaduwden de corporate kanalen in aantal. Het persoonlijke netwerk van collega's is bovendien vaak zeer relevant en kwalitatief hoogwaardig. Maar belangrijker nog: persoonlijke verhalen van mensen die we kennen worden vaak eerder vertrouwd en gewaardeerd. Door medewerkers een actieve rol te geven in de corporate communicatie, en regelmatig uitingen van medewerkers te tonen op onze organisatie-accounts, maken we onze boodschap authentieker en geloofwaardiger.

Op een hoger niveau levert RVOfan een bijdrage aan de gewenste ontwikkeling van de overheidsorganisatie naar een netwerkorganisatie met moderne, betrokken en (online) zichtbare ambtenaren, die weten wat er in hun organisatie, in de samenleving en bij de doelgroepen speelt. Daarmee beantwoordt Employee Advocacy aan de roep vanuit zowel overheid als de samenleving om een transparante, toegankelijke en benaderbare overheid.

Tot slot ligt voor medewerkers de toegevoegde waarde in de professionele hulp die zij van hun werkgever krijgen bij het delen van hun verhalen en het succesvol gebruik maken van social media. Met RVOfan kunnen medewerkers hun bereik aanzienlijk verhogen, wat zowel voor hen persoonlijk als

zakelijk interessant is. Hun bijdrage op social media wordt door klanten, opdrachtgevers, collega's en leidinggevenden gezien en door de organisatie gewaardeerd.

Dit maakt het aantrekkelijker om bij RVO.nl te werken..

- *Toepasbaar bij andere organisaties*

Een Employee Advocacy programma als RVOfan is toepasbaar bij alle overheidsorganisaties die medewerkers en klanten tot ambassadeurs van hun organisatie willen maken. RVO.nl deelt graag haar kennis en ervaring, maar kan ook andere organisaties de voordelen van RVOfan laten benutten. Op dit moment helpen wij diverse organisaties met het opstarten van hun eigen Employee Advocacy-programma. Het is zelfs denkbaar dat RVO.nl als uitvoerder een dergelijk programma ontwikkelt met een bredere scope dan de eigen dienstverlening.

5. Geef in een slotpleidooi aan waarom deze good practice de RBB Award 2018 verdient.

RVO.nl zorgt met RVOfan dat medewerkers makkelijk en professioneel berichten delen in hun persoonlijke social medianetwerk. Hierdoor worden zowel zichzelf als de RVO.nl-producten, -diensten en -successen zichtbaarder en toegankelijker voor de buitenwereld en intern. RVO.nl gunt alle andere overheidspartijen en – vooral – hun medewerkers hun eigen fan-programma. Als winnaar van de RBB-award zullen wij er alles aan doen om te zorgen dat al deze partijen zo'n programma succesvol kunnen starten. Het laatste woord geven wij graag aan onze gebruikers:

“We willen een toonaangevende organisatie zijn; daar draag ik graag mijn steentje aan bij. Toen ik met RVOfan begon had ik 9 volgers. Dat zijn er nu een stuk meer. Door de positieve reacties ga ik het steeds leuker vinden. En ik steek er zelf ook wat van op!”

Hans van Wissen – Uitvoeringsexpert Subsidies EU



“Ik vind social media een krachtige manier om nieuwtjes te delen die te maken hebben met mijn werk. Heb je een mooi bericht, dan hoop je dat het ‘viral’ gaat. RVOfan ontzorgt mij enorm. De redactie komt met een direct te delen bericht voor Twitter, LinkedIn en Facebook. Makkelijker kan het niet.”

Jeroen van den Brink – Coördinator Internationale Programma's

“Door RVOfan zie ik duidelijker waar RVO.nl zich allemaal mee bezighoudt. Ik merk dat mijn binding met de organisatie daardoor groeit. Het werkt écht!”

Jos Kok – Adviseur P&O

