

Werkgever angstig voor netwerksites

AMSTERDAM – Veel werknemers hebben tijdens de laatste beoordelingsgesprekken te horen gekregen dat zij commerciëler moeten denken en beter moeten netwerken. Sociale media, zoals Twitter, LinkedIn, Plaxo of Facebook, zijn goede eigentijdse instrumenten om professionele contacten te leggen, te onderhouden en te verdiepen. Toch moedigen weinig bedrijven hun werknemers aan zich actief te mengen op deze netwerksites, uit angst dat 'bedrijfsgeheimen' uitlekken of het personeel vooral bezig is met de eigen pr. „Een gemiste kans”, vindt Arjan Broere van loopbaancoaching- en adviesbureau GITP.

„Werkgevers weten zich vaak geen raad met sociale media”, zegt de adviseur die gespecialiseerd is in Slimmer Werken en Life Hacking. „Uit recent onderzoek blijkt dat het afgelopen jaar het aantal ontslagen werknemers wegens wangedrag op sociale netwerksites is verdubbeld. Dit is meestal het gevolg van een gebrek aan visie. Het merendeel van de bedrijven heeft geen duidelijk beleid afgestemd over hoe werknemers zich dienen te gedragen op dergelijke sites. Hierdoor houden mensen zich afzijdig. Terwijl het zichtbaar zijn op deze internet-sites juist commerciële en professionele voordelen biedt.”

Broere: „De tijd dat netwerksites een parallel universum voor nerds vormden, is echt voorbij. Je kunt je nauwelijks aan Twitter, Facebook of LinkedIn onttrekken. Bedrijven zouden er daarom beter aan doen om deze netwerksites effectief in te zetten. Ik adviseer om eerst intern de discussie aan te gaan: waar is er voor jouw organisatie winst te behalen via deze media? Spreek vervolgens een code af waar de werknemers zich aan moeten houden als zij zich manifesteren via internet.”

De managementtop moet accepteren dat het aanvankelijk vooral tijd kost om de nieuwe media onder de knie te krijgen. „De directie moet aanvaarden dat er in het begin tijdverlies optreedt bij personeel dat gebruik maakt van de sociale netwerksites. Zakelijk en privé lopen nu eenmaal

steeds meer door elkaar. De *work-life balance* is voortdurend in beweging.”

In elk bedrijf zijn er mensen die al erg bedreven zijn in het experimenteren met en het bespelen van de sociale media. „Blijf altijd in gesprek met deze voorhoedegebruikers”, adviseert Broere. „Sterker nog, moedig hen ook aan om collega's te instrueren hoe zij verstandig gebruik kunnen maken van de nieuwe tools”, zegt Broere. „Kennis en ervaringen delen is heel belangrijk. Om ook intern sneller contacten te kunnen leggen tussen medewerkers onderling kunnen bedrijven voor Yammer kiezen, een veilige vorm van Twitter, omdat het besloten is en dus gemakkelijk intern gebruikt kan worden.”

Verder moeten leidinggevenden zich erbij neerleggen dat controle op internetgebruik zo goed als onmogelijk is, contraproductief en ouderwets. „Als er iets misgaat, kan dit per geval bekeken worden. Berucht zijn natuurlijk de voorbeelden van Dell Hell en Domino's Pizza. Een blogger, die slecht behandeld was door een onbeschofte helpdeskmedewerker van computerfabrikant Dell, bracht in zijn eentje het bedrijf grote schade toe door digitaal een boekje open te doen over hun klantvriendelijkheid. Bij Domino's Pizza leed het bedrijf flinke imagoschade dankzij twee medewerkers die voor de grap een onsmakelijk filmpje op YouTube plaatsten, waarbij een van hen de kaas, alvorens

het op de pizza te leggen, eerst in zijn neus stak.”

Nachtmerri

Zulke voorbeelden zijn de nachtmerrie van elke marketingmanager. Vertrouwen van de klant komt immers te voet, maar gaat te paard. Broere knikt. „We leven inderdaad in een reputatie-economie. Een goede onlinereputatie is veel geld waard. Investeer daar dan ook in. Niet door je eigen medewerkers te verbieden gebruik te maken van sociale netwerksites, maar door zorgvuldig te monitoren hoe jouw onderneming online besproken wordt. Leer van de opmerkingen van personeel en klanten en reageer meteen. Bijvoorbeeld ook door je werknemers in te zetten op fora, waar zij een positiever geluid over het bedrijf kunnen laten horen of vragen van klanten onmiddellijk kunnen beantwoorden.”

