

Trends in online overheidscommunicatie

Renata Verloop is specialist op het gebied van online overheidscommunicatie en zij schrijft sinds 2007 blogs voor Frankwatching. In één van haar blogs schrijft ze over trends binnen online overheidscommunicatie. Hieronder lees je hiervan een samenvatting.

Het complete artikel van Renata Verloop lees je hier.



Sociale media worden onterecht gezien als trend binnen online overheidscommunicatie. Daardoor ontstaan onzinnige vragen als “moeten wij ook op Facebook?” en ziet men overal mislukte online initiatieven. In dit artikel wordt een overzicht gegeven van trends in online overheidscommunicatie: waar het echt om gaat en hoe een organisatie daar op in kan spelen.

ONTWIKKELINGEN

Dat ontvangers ook actieve zenders zijn geworden, is voor veel communicatieprofessionals nog steeds (slecht) nieuws. Iedereen heeft nu toegang tot een podium waar

hij/zij de expert is op een bepaald gebied. Tel daar de stortvloed aan informatie van bedrijven die de burger als hedendaagse consument op zich af ziet komen, nog eens bij op. Je snapt dan dat het voor de overheid een grote uitdaging is om hier nog tussen te komen.

Veel overheden proberen telkens weer hun eigen online platform te bouwen en willen eigen community's creëren, terwijl ze zich veel beter kunnen aansluiten bij wat er elders online gebeurt. Daarnaast is het overgrote deel van de content nog ongelooflijk zendergericht, helemaal geproduceerd vanuit de ‘zender – boodschap – ontvanger’-gedachte.

Een laatste aspect dat bij het onderwerp zenderconcurrentie niet onbenoemd mag blijven, is dat overheden elkaar beconcurreren. Diverse overheidsorganisatie houden zich allemaal bezig met hetzelfde onderwerp, maar vaak vanuit een verschillende invalshoek. Bijvoorbeeld de ene keer als beleidsmaken en de volgende keer als uitvoerder.

TRENDS

Ten eerste moet er gezorgd worden voor relevante en goede content. Dat betekent vooral content die aansluit op de informatiebehoefte van degene voor wie het is bedoeld. Om hier goed op in te kunnen spelen, is een bepaalde hoeveelheid kennis over de doelgroep vereist. Hierdoor ontstaat volgens Renata Verloop een grote behoefte aan

uitstekende allround online copywriters. Overheidsorganisaties moeten daarom als een razende hun oldschool redacteurs omscholen of vers bloed binnenhalen.

Ten tweede zullen communicatieadviseurs zich het ‘marketingdenken’ heel snel eigen moeten maken. Naar nieuw beleid is niet altijd vraag, maar het moet wel ‘verkoch’ worden. Daarnaast zijn er bestaande producten en diensten, waarvan de doelgroepen geen gebruik maken, omdat ze zich niet bewust zijn van het bestaan. Het vereist anno 2014 heel wat meer creativiteit om die onder de aandacht te brengen.

Ten derde zouden bestuurders en managers over de silo's van hun eigen organisaties heen moeten stappen. Want de overheid heeft niet alleen last van zenderconcurrentie door individuen en de markt, maar ze beconcurrert zichzelf ook! Het zou fantastisch zijn als overheidsorganisaties zich veel meer als dienstbare uitgevers van zinnige content zouden opstellen en daarnaast informatie over hetzelfde onderwerp vanuit verschillende bronnen zou bundelen. Zo wordt het gebruikersgemak vergroot. ●