



Scholingsplan

Social media in de JGZ



Inhoudsopgave

1. Scholing van medewerkers ZuidZorg	Blz.2
• Definitie scholing	Blz.2
• Doelen	Blz.2
• Doelgroep	Blz.2
• Wensen medewerkers	Blz.3
• Vaststellen schollingsdata	Blz.3
• Budget en middelen	Blz.3
• Locatie	Blz.4
2. Scholingsprogramma	Blz.5
• Voorbereiding	Blz.5
• Uitvoering	Blz.5
• Nazorg	Blz.6
3. Scholing	Blz.7
• Kennistoets	Blz.7
• Draaiboek	Blz.8
• Schema scholing	Blz.15
• Evaluatieformulier	Blz.19

1. Scholing van medewerkers ZuidZorg.

Social media is een vrij nieuwe ontwikkeling en wordt steeds meer bekend in de gezondheidszorg. Dit heeft ertoe geleid dat ZuidZorg ook gebruik wil maken van social media startend in de sector Jeugdgezondheidszorg (JGZ).

De inzet van deze nieuwe ontwikkeling vraagt kennis en vaardigheden van de medewerkers. Medewerkers moeten weten wat het impact van social media is op het werkproces, maar hebben ook instructie en training nodig om social media toe te passen in de praktijk.

Gebrekkige kennis over social media en de werking hiervan kan leiden tot het risico op fouten in de praktijk (Timmer, 2011).

De leeftijdsgeneratie zorgt ervoor dat jongere medewerkers zich makkelijker kunnen omschakelen tot het gebruik van social media in de zorg vanwege de integratie van internet en technologie in hun dagelijkse leven. Medewerkers die langer werken hebben vaak moeite om een lang gebruikte werkwijze te veranderen. Naast aandacht voor het leren werken met social media zal er aandacht aan besteed moeten worden of medewerkers openstaan voor deze verandering (Timmer, 2011).

Om deze redenen is er dus een scholingsplan ontwikkeld voor de medewerkers van ZuidZorg. Dit scholingsplan is als richtlijn ontworpen voor degenen die een scholing gaan geven aan de medewerkers van ZuidZorg over het gebruik van social media binnen de JGZ bij ZuidZorg. Dit scholingsplan kan gebruikt worden ter ondersteuning van het voorbereiden, uitvoeren en bieden van nazorg van een scholing.

Definitie scholing

Onder scholing kan verstaan worden het bijbrengen van kennis, vaardigheden en attitudes die iemand nodig heeft om bepaalde taken adequaat uit te voeren (Dale, 2008). Onze visie op de scholing is dat medewerkers hun kennis en vaardigheden verbreden over het gebruik van social media binnen de JGZ bij ZuidZorg (mogelijk kan deze scholing later uitgebreid worden tot andere sectoren). In de scholing zal er aandacht besteed worden aan het belang van het gebruik van social media in de JGZ om zo de houding van medewerkers ten opzichte van dit onderwerp positief te beïnvloeden.

Medewerkers die bereid zijn om met social media te werken kunnen zich van te voren aanmelden voor de scholing. De keuze om hieraan mee te doen blijft bij de medewerker zelf.

Doelen

Aansluitend op bovenstaande visie zijn de volgende doelen ontwikkeld die uiteindelijk met de uitvoering van de scholing behaald zullen worden:

- Medewerkers beschikken de benodigde kennis en vaardigheden om adequaat met social media te kunnen werken in de JGZ bij ZuidZorg.
- Medewerkers zijn zo geschoold dat zij weten hoe om te gaan met privacy van zowel zichzelf als medewerkers als van de cliënten van ZuidZorg.
- Door de handvaten die dit scholingsplan biedt kan de toegewezen persoon deze scholing geven en de medewerkers opleiden om social media adequaat toe te passen in de JGZ bij ZuidZorg.

Doelgroep

Het scholingsplan is gericht op alle medewerkers werkzaam in de JGZ bij ZuidZorg die interesse hebben in het gebruik van social media in hun vakgebied.

Met medewerkers worden verpleegkundigen, artsen, assistentes en andere medewerkers bedoeld die betrokken zijn bij de zorg en interesse hebben in het werken met social media.

Bij een scholing is het niet van belang dat alle disciplines gelijk zijn, wel is het effectiever als alle deelnemers uit een organisatie afkomstig zijn (Grol e.a., 2007).

Voor deelname aan de scholing is het niet van belang om te weten of de medewerkers al kennis beschikken over social media.

Wanneer het werken met behulp van social media in de JGZ succesvol verloopt kan de scholing later uitgebreid worden tot andere sectoren binnen ZuidZorg.

Wensen medewerkers

Er is binnen ZuidZorg onderzoek gedaan middels enquêtes en interviews met medewerkers over het gebruik van social media in de JGZ. Hierbij is er gekeken naar de wensen en behoeften van de medewerkers met betrekking tot dit onderwerp. Uit dit onderzoek blijkt dat medewerkers bekend zijn met social media, maar dit voor privé gebruiken of helemaal niet. Medewerkers kunnen zich nog niet voorstellen hoe social media betrokken kan worden binnen de alledaagse werkzaamheden.

Wat opvalt is dat de kennis en vaardigheden met betrekking tot social media erg wisselend zijn. Hier zal dus ook rekening mee gehouden worden in dit scholingsplan. Uit het onderzoek zijn de volgende wensen en behoeften van de medewerkers naar voren gekomen:

- Medewerkers willen niet dat social media het persoonlijke contact met cliënten vervangt of verminderd;
- Medewerkers vinden het belangrijk dat zowel de privacy van zichzelf als van de cliënten bewaakt wordt;
- Medewerkers willen dat er duidelijke afspraken komen over de hoeveelheid tijd die besteed zal worden en de manier waarop met social media gewerkt zal worden.
- Medewerkers willen duidelijkheid krijgen over social media binnen de JGZ doormiddel van een scholing.

Behoeften, verwachtingen en wensen van de medewerkers geven richting aan wat hij of zij wil weten, aanpakken en wil bereiken, daarom is het van belang dat wij bovenstaande wensen van de medewerkers in de scholing meenemen (Terra e.a. 2010).

Vaststellen scholingsdata

Wat de medewerker al weet over social media is van invloed op de behoefte aan informatie. Het is belangrijk de aanwezige kennis niet te overschatten, maar ook niet te onderschatten (Terra e.a. 2010). Omdat het kennisniveau van de medewerkers verschilt is het van belang dat de scholing hierbij aansluit. Hierdoor wordt aangeraden om de scholing in twee afzonderlijke delen uit te voeren. Er zullen dus twee scholingsbijeenkomsten plaatsvinden waarbij in de eerste bijeenkomst aandacht wordt besteed aan algemene uitleg over wat social media inhoudt. Bij de tweede bijeenkomst wordt aandacht besteed aan hoe social media toegepast gaat worden binnen de JGZ en wat hier allemaal bij komt kijken (zie scholingsprogramma).

Om de kennis van de medewerkers over social media in de JGZ op peil te houden wordt er aangeraden om deze scholing na een halfjaar te herhalen. Dit biedt medewerkers die de eerste scholing gemist hebben ook de mogelijkheid om deze alsnog te volgen.

Budget en middelen

Voor een goede voorbereiding op de scholing is het van belang om duidelijk in kaart te brengen welke middelen en materialen er nodig zijn. Hierbij moet er rekening gehouden worden met het budget dat er voor de scholing beschikbaar is.

Om de scholing productief te laten verlopen is het belangrijk om de volgende middelen ter beschikking te hebben, namelijk:

- Een beamer: voor het verduidelijken van de gegeven informatie (met behulp van tekst, beeld en film) en zodat medewerkers ook mee kunnen lezen;
- Uitnodigingen: met een uitnodiging maak je onder de medewerkers van ZuidZorg bekend dat er een scholing plaats gaat vinden over social media binnen de JGZ. Hiervoor zullen er printkosten in rekening gebracht worden.
- Computers: Als de mogelijkheid er is om op computers te werken in kleine groepjes (maximaal 4 personen) verdient dit de voorkeur zodat medewerkers zelf kunnen oefenen en ervaren hoe het is om met social media te werken.
- Internettoegang: Zonder internet toegang is het niet mogelijk dat medewerkers kunnen oefenen met het gebruik van social media.

Naast de materialen en middelen die nodig zijn voor de scholing moet er ook aandacht besteed worden aan degene die de scholing gaat geven. Hiervoor moet ook een budget

beschikbaar zijn. De betreffende persoon die de scholing gaat geven heeft tijd nodig om zich voor te bereiden en de scholing uit te voeren.

Om de scholing zo laagdrempelig mogelijk te maken voor de medewerkers raden wij aan om de deelname voor de medewerkers gratis te maken.

Locatie

Het is belangrijk dat de scholing gegeven wordt op een centrale locatie die voor iedereen goed toegankelijk is. Er moet voldoende ruimte beschikbaar zijn voor de medewerkers die zich hebben aangemeld voor de scholing. Dit zodat eventuele scholingsactiviteiten op een correcte wijze uitgevoerd kunnen worden. De voorkeur heeft daarom ook een locatie die deze mogelijkheden biedt en waar de medewerkers al mee bekend zijn.

2. Scholingsprogramma

Vorbereiding

Voor een succesvolle uitvoering van de scholing is een goede voorbereiding van belang. De toegewezen docent voor de scholing is verantwoordelijk voor de voorbereiding hierop. De toegewezen docent dient kennis en ervaring te hebben met social media. Tevens heeft het de voorkeur dat de toegewezen docent ervaring heeft in het geven van scholing.

Voor een goede voorbereiding is het van belang om antwoord te krijgen op de volgende vragen:

- Welke rol krijgt social media in de JGZ?
- Wat zijn de voor- en de nadelen van social media?
- Welke diensten kunnen geleverd worden met behulp van social media?
- Welke doelgroep wil je met social media bereiken en welke juist niet?
- Hoe wordt de privacy van medewerkers en cliënten gewaarborgd?
- Welke gedragsregels worden er gehanteerd bij het gebruik van social media?

Naast de inhoud van de scholing dient er ook aandacht besteed te worden aan de wijze waarop de scholing gegeven gaat worden en wat er allemaal nodig is om de scholing succesvol te laten verlopen. Hierbij valt aan de volgende punten te denken:

- Zorg ervoor dat alle benodigde apparatuur klaar staan voor aanvang van de bijeenkomst.
- Maak de scholing aantrekkelijk voor de deelnemers door ervoor te zorgen dat er koffie, thee en eventueel gebak klaar staat.

Een belangrijk onderdeel van de voorbereiding is het verstrekken van uitnodigingen aan medewerkers van ZuidZorg. Hierbij is het belangrijk dat de uitnodiging overzichtelijk is (tijd, datum, plaats en programma). Ook moet er vermeld worden dat de bijeenkomst uit 2 delen bestaat en medewerkers kunnen zelf beslissen aan welke bijeenkomst ze deelnemen. Er wordt hierbij vanuit gegaan dat de medewerkers zelf in kunnen schatten hoe goed hun kennis is omtrent social media en op welk gebied zij hierin geschoold willen worden. Om hun hierbij te helpen zullen deelnemers vooraf een korte kennisquiz invullen.

Om de scholing onder de aandacht van de medewerkers te brengen kan de uitnodiging ook in de nieuwsbrief van ZuidZorg geplaatst worden.

Uitvoering

De scholing wordt zoals hierboven beschreven in twee delen gegeven. De uitvoering van deze twee bijeenkomsten zal verschillend zijn. De eerste bijeenkomst is meer gericht op medewerkers die weinig tot geen kennis hebben over social media. Hierin zal uitgelegd worden wat social media is en worden medewerkers aangeleerd hoe ze deze techniek moeten gebruiken.

In de tweede bijeenkomst wordt aandacht besteed aan het gebruik van social media binnen de JGZ. Als opening van de bijeenkomst wordt er aangeraden dat een deelnemer van de social media club aanwezig is om een korte uitleg te geven over hoe en waarom ze gestart zijn met social media binnen de JGZ. Hierna zullen de volgende onderdelen aan bod komen:

- De voor- en de nadelen van social media binnen de JGZ;
- Wat social media binnen de JGZ voor de medewerker en cliënt betekent;
- Wat er van de medewerkers verwacht wordt wanneer ze gebruik maken van social media;
- Hoe medewerkers om moeten gaan met privacy
- De gedragsregels waaraan een medewerker zich dient te houden tijdens het gebruik van social media;
- Medewerkers krijgen zelf de kans om aan de slag te gaan met social media binnen de JGZ. Dit zodat ze het gevoel krijgen hoe dit eruit gaat zien en hoe ze deze in hun dagelijkse werkzaamheden kunnen integreren

Bij de uitvoering van de scholing worden er educatieve strategieën toegepast. Deze strategieën bevatten verschillende soorten activiteiten die bedoeld zijn om de kennis en vaardigheden van de doelgroep ten aanzien van het gebruik van social media te vergroten. Uit onderzoek is bekend dat passieve educatieve strategieën (alleen geven van informatie) weinig effectief zijn, daarom is het van belang om ook interactieve werkvormen te gebruiken. Er is vanuit diverse studies gebleken dat kleinschalige interactieve educatieve bijeenkomsten wel effectief zijn. Door de scholing interactief te maken wordt de participatie van de deelnemers verhoogd. Dit kan de motivatie ook verhogen en het mogelijk maken om het programma op persoonlijke leerbehoefte te richten. (Grol e.a., 2007)

Bij interactieve leermethodes kun je denken aan:

- Een kennis quiz geven over social media. Dit zodat je kan zien in hoeverre de kennis over social media onder de medewerkers zijn en ze worden zelf aan het denken gezet.
- Een discussie op gang brengen. Dit kun je doen door diverse stellingen te bespreken waar de nadruk gelegd wordt over wat wel en niet op social media geplaatst kan worden.
- Door middel van flapovers, brainstormen over de voor- en nadelen en de mogelijkheden van social media.
- Film of beeld materiaal laten zien, aansluitend op het onderwerp.
- Laat de medewerkers zelf (in kleine groepjes) met social media werken zodat ze zelf kunnen ervaren hoe het is om het social media te werken.
- Casus bespreking over social media.

Nazorg

Bij de nazorg is het belangrijk om na te gaan of alles volgens wens is verlopen en of er verbeteringen mogelijk zijn voor een volgende scholing. Dit kan gedaan worden door aan de deelnemers van de scholing te vragen wat hun ervaring waren met betrekking tot de bijeenkomst. Om een duidelijke feedback te krijgen over de scholing kan er een evaluatie vragenlijst uitgedeeld worden zodat de deelnemers deze direct in kunnen vullen en retourneren. Aan de hand van deze vragenlijsten kan de docent nagaan of de scholing succesvol en effectief is geweest.

Een andere manier om de effectiviteit van de scholing te toetsen is een korte kennis quiz te doen. Hieruit kan geconcludeerd worden of de deelnemers inderdaad alles begrepen hebben tijdens de scholingsbijeenkomst (Terra e.a., 2010).

Een aanrader is om medewerkers die niet aanwezig waren in te lichten middels een nieuwsbrief. Dit kan deze medewerkers motiveren om deel te nemen aan de volgende scholing over social media in de JGZ.

3. Scholing

Om de uitvoering van het scholingsplan te ondersteunen hebben wij een aantal hulpmiddelen ontwikkeld. Wij hebben een kennistoets, draaiboek, evaluatieformulier en twee PowerPoint presentaties gemaakt waar de inhoud van de scholing in verwerkt is. Deze zijn hieronder bijgevoegd.

KENNIСТОETS OVER SOCIAL MEDIA

Het is voor u als medewerker al bekend dat er een scholing over social media plaats gaat vinden binnen de organisatie. De scholing zal in twee delen plaatsvinden. In het eerste gedeelte van de scholing wordt algemene informatie verstrekt over social media. Hierbij denkend aan de vragen: wat social media is en waarvoor het gebruikt wordt.

In het tweede gedeelte van de scholing zal er informatie verstrekt worden over het gebruik van social media binnen de JGZ. Het is mogelijk om het eerste deel over te slaan en gelijk bij de tweede gedeelte aan te sluiten als u al over voldoende basiskennis over social media beschikt. Wij willen middels deze kennistoets weten in hoeverre u kennis heeft over social media. Het gaat hier om multiple- choice vragen (A,B,C vragen).

Wij willen u bedanken voor het meedoen met de kennistoets en wensen u succes bij het invullen van de vragen.

1. Wat is social media?

- A. Een internet-toepassing waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen.
- B. Een internet-toepassing om je eigen website te ontwerpen.
- C. Een internet-toepassing voor een organisaties om in contact te blijven met zijn medewerkers.

2. Geef aan welke van de 5 onderstaande websites tot social media behoren.

- A. Facebook, Youtube, Hotmail, Twitter, LinkedIn.
- B. App, Skype, Twitter, Facebook, LinkedIn.
- C. Facebook, Twitter, Hyves, LinkedIn, Youtube.
- D. Twitter, Hyves, Youtube, Facebook, ZuidZorg.nl
- E. Forum, Hyves , Nieuwsbrief, ZuidZorg.nl, Skype

3. Geef aan of de volgende bewering juist of onjuist is: Social media is een product dat u kunt kopen voor uw bedrijf/organisatie.

- A. De bewering is juist
- B. De bewering is onjuist

4. Om social media te gebruiken heb je minimaal een Mbo-opleiding nodig.

- A. Waar
- B. Niet waar

5. Op social media kan iedereen je privé gegevens zien/bekijken.

- A. Waar
- B. Niet waar

Bij meer dan twee vragen fout ingevuld, of als u twijfelt aan uw eigen kennis omtrent social media raden wij u aan om deel te nemen aan de eerste bijeenkomst van de scholing.



Draaiboek

In dit draaiboek is per sheet van de PowerPoint presentatie de inhoud van de scholing beschreven. Net als de scholing is het draaiboek opgedeeld in twee delen. Het eerste deel is algemeen gericht op social media. Het tweede deel is gericht op de rol van social media in de JGZ en hoe dit vorm zal krijgen binnen ZuidZorg. Tevens is er een schema weergegeven waarin de opbouw en inhoud van de scholing kort en bondig is weergegeven.

Deel 1

Sheet 1 Scholing social media

Stel u zelf en degene die u gaat ondersteunen tijdens de scholing aan de medewerkers voor. Geef uitleg over wat de bedoeling is van de scholing en hoe deze eruit gaat zien.

Aangeven dat er onderzoek gedaan is naar de wensen en behoeften van de medewerkers en cliënten m.b.t. het gebruik van social media in de JGZ en dat op basis van de resultaten hiervan de scholing ontwikkelt is.

Maak een kennismakingsronde met de medewerkers waarbij zij hun naam en functie benoemen. (Gebruik ter ondersteuning het draaiboek/lesplan).

Het is handig als de deelnemers elkaar kunnen aankijken tijdens de scholing, vooral wanneer de scholing interactief wordt. Een voorbeeld hiervan is: de medewerkers in de vorm van een "U" te laten zitten. De docent zit dan in het midden.

Sheet 2 Brainstormen

Geef vooraf aan dat uit onderzoek blijkt dat medewerkers niet precies weten wat social media is, maar wel gebruik maken van diverse social media. Daarom kan door hierover te brainstormen de kennis van de deelnemers worden getoetst.

Stel aan de groep de vraag "Wat is social media?"

Betrek de groep bij het brainstormen. Gebruik hierbij de flap-over schrijf met een stift in het midden van de flap-over social media. Laat de medewerkers per vraag steekwoorden benoemen die te maken hebben met deze vragen. Stel de vragen één voor één.

Hierbij gaat u puur kijken naar de kennis die de medewerkers met zich meebrengen!!!

Sheet 3 Social media

Hierbij gaat u aan de medewerkers vertellen wat social media is en waarvoor het wordt gebruikt. Daarna vertelt u een beetje over de social media club te ZuidZorg. Bijvoorbeeld hoe jullie tot stand zijn gekomen wat jullie doel is met social media (algemeen houden).

Social media

Social media is een verzamelnaam voor alle internet-toepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen op een gebruiksvriendelijke en vaak leuke wijze. Het betreft niet alleen informatie in de vorm van tekst. Ook geluid en beeld worden gedeeld via social media websites. Met andere woorden, social media staat voor 'Media die je laten socialiseren met de omgeving waarin je je bevindt'

Bekende voorbeelden van internationale social media website zijn [Facebook](#), [YouTube](#), [Linkedin](#), [Twitter](#) en [MySpace](#). Voorbeelden uit Nederland zijn [Hyves](#), [NuJij](#) en [Schoolbank](#).

Bij social media wordt er gebruik gemaakt van de term "Big 5": Facebook, Hyves, Twitter, LinkedIn en YouTube. Deze media worden de "Big 5" genoemd omdat zij het meeste gebruikt worden en hierdoor makkelijk toegankelijk zijn. Social media is niet 'te koop'.

Mensen kunnen alles op internet zetten en met personen hierover communiceren.

Social media wordt ook wel web 2.0 genoemd. 2.0 houdt in dat er interactie plaatsvindt via verschillende media van internet. Dit gebeurt tussen 1 of 2 persoon of meerdere personen in tegenstelling tot web 1.0 wat bijvoorbeeld de website 9292ov is.

Social media club te ZuidZorg

De aanleiding voor de opstart van de werkgroep was de innovatieprijs die Jong Florence won bij het jaarsymposium van de NCJ. Deze JGZ organisatie is 'gewoon gestart' met Facebook en Twitter. In de werkgroep zitten managers, staf, verpleegkundigen, diëtisten, kraam, MarCom.

Sheet 4 De "Big 5"

In de inventarisatie komen de volgende social media regelmatig terug:

- **Twitter:** is geschikt voor extern profileren, kennis delen, communiceren en informeren. Twitter is laagdrempelig, snel, voordelig en eenvoudig te implementeren.
- **LinkedIn:** is een must om je netwerk online op te bouwen. Het biedt een platform om inhoudelijke discussies te voeren. LinkedIn is te gebruiken op iedere computer, smartphone en tablet met een internetverbinding.
- **Facebook:** kan gebruikt worden om extern te profileren, te communiceren en mensen online te verbinden. Het is webbased, dus net als LinkedIn heeft men enkel internet nodig.
- **YouTube:** is meer een eenrichtingskanaal waarop organisaties zich kunnen profileren en informeren. Het is heel handig om naar filmpjes op YouTube te verwijzen (Pons, e.a, 2012).
- **Hyves:** Een publieke Hyves is een pagina waar mensen een gezamenlijke interesse delen. Dit kan voor een hele grote groep zijn maar ook voor een besloten groepje. Op de publieke Hyves kan je berichten sturen, polls houden, foto's delen en blogs schrijven (Infonu, 2008).

Sheet 5 Internet in de zorg

Hier laat u een videobeeld zien over social media in de zorg (algemeen). In de volgende dia zult u de video bespreken met de medewerkers.

Sheet 6 Bespreking video

Hierbij gaat u het videobeeld met de medewerkers bespreken. Hierbij kunt u de volgende vragen stellen: Wat vonden jullie van het videobeeld? Wat kwam er bij jullie op toen jullie het videobeeld zagen?

Daarna vraagt u aan de medewerkers of de inhoud van de presentatie en het videobeeld heeft voldaan aan de verwachtingen en ideeën die ze hadden over social media.

Sheet 7 Evaluatie

Vraag aan de medewerkers wat ze van het eerste gedeelte van de scholing vonden en of ze nog vragen hebben over de gegeven informatie in de scholing. Er zijn twee opties om te evalueren. Hierbij kunt u er één kiezen om toe te passen.

Optie 1: Geef iedere medewerker de kans om te vertellen hoe ze het eerste gedeelte van de scholing hebben ervaren.

Optie 2: Hang twee flap-overs op in de ruimte. Op de ene flap kunnen de medewerkers de goede punten van de scholing plaatsen en op de andere flap de verbeterpunten. Hierbij deelt u de post-it uit aan de medewerkers, ieder 2 stuks en hierop worden de goede punten en de verbeterpunten geschreven. Deze worden daarna op de flap-overs geplakt.

Sheet 8 Afsluiting

Bedank de medewerkers voor hun aandacht en deelname aan de scholing. Tevens nodigt u ze uit voor de tweede gedeelte van de scholing. Geef aan dat er een pauze is van één half uur en dat de scholing om **12:00** begint.

Deel 2

Sheet 1 Scholing social media in de JGZ

De medewerkers welkom heten bij de tweede gedeelte van de scholing. Hierbij vertelt u dat het tweede gedeelte van de bijeenkomst gericht is op social media in de JGZ .

Aangeven dat er onderzoek gedaan is naar de wensen en behoeften van de medewerkers en cliënten m.b.t. het gebruik van social media in de JGZ en dat op basis van de resultaten hiervan de scholing ontwikkelt is.

Sheet 2 Social media in de JGZ

De visie van ZuidZorg m.b.t social media in de JGZ vertellen aan de medewerkers. Mogelijke toevoeging: visie TOT NU TOE vertellen en uitleggen dat het (deels) ook in samenspraak met medewerkers ontwikkeld kan worden.

Aangeven dat ZuidZorg wil starten met social media in de JGZ omdat Jong Florence hen geïnspireerd heeft. Zij hebben een succesvol voorbeeld laten zien van de communicatie met cliënten op Twitter. Zij hebben hiervoor namelijk de innovatieprijs gewonnen bij het jaarsymposium NCJ.

De medewerkers informeren dat er een social media club opgericht is binnen ZuidZorg.

De social media club is 'gestart' met Facebook en Twitter. In deze werkgroep zitten managers, staf, verpleegkundigen, diëtisten, kraam en MarCom.

De medewerkers vertellen wat de verdere plannen zijn van social media club m.b.t social media in de JGZ. Wat willen wij bereiken? Wat hebben zij (social media club) tot nu toe gedaan?

Sheet 3 Resultaten

Vanuit de enquêtes en interviews is gebleken dat medewerkers en cliënten zich zorgen maken over hoe de privacy wordt gewaarborgd, maar dat zij wel open staan om met social media te werken in de JGZ. Zo vinden zij ook dat door het gebruik van social media in de JGZ de communicatie en bereikbaarheid wordt verbeterd, maar het moet niet gezien worden als vervanging van persoonlijk contact.

Toelichting van de grafieken:

- De cirkeldiagram geeft aan dat het grootste gedeelte van de medewerker (oranje, 46%) denkt dat social media een positieve invloed heeft in de JGZ. 44% Twijfelt nog waarvan wij denken dat zij nog duidelijkheid moeten krijgen over het gebruik van social media in de JGZ. U kunt hierbij aangeven dat u hoopt middels deze scholing hier voldoende duidelijkheid over te geven.
- Bij de grafiek over de negatieve effecten die de medewerkers ervaren kunt u vertellen dat het opvalt dat medewerkers denken dat cliënten direct reactie verwachten en dat de medewerkers de non-verbale communicatie missen. Tevens kwam uit interviews naar voren dat medewerkers bang zijn dat social media het persoonlijke contact zal vervangen (het betreft in de grafiek het aantal medewerkers die geantwoord hebben).
- Bij de grafiek over de positieve effecten van social media die de medewerkers ervaren kunt u vertellen dat het opvalt dat medewerkers vinden dat de bereikbaarheid en toegankelijkheid vergroot wordt door het gebruik van social media. Daarnaast vinden zij dat de communicatiemogelijkheden vergroot worden en dat het aansluit bij de doelgroep omdat tegenwoordig veel mensen gebruik maken van gadgets en internettoepassingen (het betreft in de grafiek het aantal medewerkers die geantwoord hebben).

Nadat er uitleg wordt gegeven over de grafieken en de cirkel diagram van de resultaten van de medewerkers kunt u uitleggen hoe de social media club of ZuidZorg om zal gaan met de weergegeven resultaten.

Sheet 4 Vraagstelling

Hierbij benoemt u één vraagstelling en gaat deze bespreken met de medewerkers. Maak hierbij gebruik van de flap-overs en een stift.

Hang aan de ene kant een flap-over met daarop “voordelen” geschreven en aan de andere kant een flap-over met daarop “nadelen” geschreven.

Koppel de vraagstelling aan de resultaten uit de vorig sheet. Vertel dat de deelnemers zojuist de resultaten van de voor en nadelen van social media gezien hebben. Vraag of ze de voor en nadelen zoals zij die ervaren kunnen benoemen en noteer deze op de flap-over. Vergelijk de bevindingen hieruit met de resultaten uit het onderzoek.

U kunt hierbij aan de medewerkers meegeven dat deze punten meegenomen worden naar de social media club en dat jullie rekening houden met de benoemde voor en nadelen bij het inbrengen van social media in de JGZ.

Sheet 5 Screenshot Facebook ZuidZorg

De medewerkers een screenshot van de Facebookpagina laten zien, zodat zij een beeld kunnen krijgen hoe dit eruit ziet. Toelichting geven waarom er voor de naam ZuidZorg Joepie gekozen is en voor de gebruikte lay-out.

Hierbij aangeven dat vanuit het onderzoek gebleken is dat zowel medewerkers als cliënten de meeste vraag hadden naar het gebruik van Facebook als social media in de JGZ en ZuidZorg zo dus aansluit bij de wensen en behoeften van de cliënten en medewerkers.

Sheet 6 Screenshot Twitter ZuidZorg

De medewerkers een screenshot van de Twitterpagina laten zien zodat zij een beeld kunnen krijgen hoe dit eruit ziet. Toelichting geven waarom er voor de naam ZuidZorg Joepie gekozen is en voor de gebruikte lay-out. Vertel hierbij dat doordat Jong Florence ook succesvol was met Twitter gekozen is om hiermee te starten.

Sheet 7 Resultaten privacy

Vertel aan de hand van de grafiek dat uit het onderzoek is gebleken dat zowel de cliënten als de medewerkers zich zorgen maakte over het waarborgen van de privacy via social media. Het gaat hier om de aantal cliënten dat in de grafiek is weergegeven (niet om het percentage). Toelichting grafiek:

- In de grafiek is zichtbaar dat een van de belangrijkste redenen voor de cliënten om niet te communiceren met ZuidZorg is dat privé gegevens online komen. Het is dus belangrijk dat er rekening gehouden wordt met de privacy.

Sheet 8 Privacy

Hierbij vertelt u aan de medewerkers hoe de gedragsregels toegepast kunnen worden om de privacy m.b.t. social media in de JGZ te waarborgen.

Handreiking gebruik van social media voor artsen

Ligt toe dat omdat het belangrijk dat de privacy gewaarborgd blijft bij het gebruik van social media, zoals uit de resultaten geleken is, er richtlijnen opgesteld zijn. Door deze richtlijnen toe te passen zal de privacy gewaarborgd blijven.

Het contact via social media tussen arts en cliënt (zonder dat dit voor derden toegankelijk is) is opgenomen in de KNGM-richtlijnen online arts patiënt contact. In de handreiking “gebruik van social media door artsen” wordt hier een toevoeging op gegeven. Deze handreiking geldt natuurlijk ook voor verpleegkundige in het online contact met patiënten en kan daarom gebruikt worden door ZuidZorg. Deze is hieronder samengevat.

1. Benut kansen van social media

Social media bieden kansen om gesprekken te voeren met klanten, betrokkenen en collega's. Hiermee kan de service en relatie met de cliënten verbeterd worden en kan er een betere kwaliteit van zorg ontstaan.

2. Garandeer vertrouwelijkheid

Neem bij het gebruik van social media de regels van het beroepsgeheim en de privacy in acht.

Garandeer de anonimiteit van de cliënten en publiceer geen tot de cliënt herleidbare informatie.

3. Geen vrienden met patiënten

Breng zo veel mogelijk een scheiding aan tussen persoonlijk en professioneel gebruik van social media en zorg dat deze scheiding tot uitdrukking komt.

Vermijd online persoonlijke relaties met huidige of voormalige cliënten.

Wanneer er in contact getreden wordt met cliënten via social media, zorg dan vooraf voor voldoende informatie voor de cliënten.

4. Onderscheidt wat openbaar is en privé

Denk goed na wat je op social media plaatst en of dit bericht beter geschikt is om openbaar te plaatsen of privé is.

5. Denk aan reikwijdte

Ben je er van bewust wie het bericht dat geplaatst wordt via social media allemaal kan lezen.

6. Toon respect

Houdt u aan de algemene internet gedragsregels

Plaats geen ongepaste en ongefundeerde commentaren en uitspraken op social media zowel jegens cliënten, collega's en jegens de organisatie.

Hierbij zijn de volgende aandachtspunten van belang:

Maak duidelijk met wie er gecommuniceerd wordt doormiddel van social media;

Niet alleen zenden maar ook reageren;

Verwijs bij informatie die gedeeld wordt altijd naar de bron;

Geen reclameboodschappen, herhaaldelijk dezelfde berichten of veel berichten in een korte tijd (spam).

7. Spreek u collega aan.

Spreek u collega er op aan wanneer deze op onprofessionele wijze informatie verspreidt of op andere wijze onzorgvuldig omgaat met het gebruik van social media.

Heeft u kritiek op het social media gebruik door een collega bespreek dit dan persoonlijk met de betreffende collega en niet in het openbaar.

8. Volg gedragsregels van de werkgever

Houdt u aan de gedragsregels opgesteld door de werkgever of instelling voor het gebruik van social media, maar ook aan de gedragsregels opgesteld voor het gebruik van internet en e-mail in het algemeen.

9. Let op disciplinaire risico's

Ben je ervan bewust dat ook werkgevers toegang hebben tot social media en de hierop geplaatste informatie.

Gedragsregels verpleegkundigen

- De verpleegkundigen en artsen moeten inbreuken op de privacy van de cliënten tot een minimum moeten beperken.
- De verpleegkundigen en artsen zijn verantwoordelijk voor hun eigen handelen, bejegening en gedrag.
- De verpleegkundigen en artsen zijn verplicht om alles geheim te houden wat haar/hem in vertrouwen is verteld. Zij/hij begrijpt zonder woorden wanneer iets vertrouwelijk is.

- De verpleegkundigen en artsen houden rekening met relevante wetgeving, maatschappelijke, culturele en beroepsmatige inzichten.
- Verpleegkundigen en artsen maken zich niet schuldig aan machtmisbruik, intimidatie en ongewenste intimiteiten.
- De verpleegkundigen en artsen gaan geen persoonlijke relatie met de zorgvrager aan.

Sheet 9 Internet gedragsregels

Vanuit de interviews kwam naar voren dat een aantal medewerkers bang waren dat gegevens via facebook of Twitter verkeerd geïnterpreteerd zouden worden door cliënten of medewerkers waardoor misverstanden kunnen ontstaan. Om dit te voorkomen zijn er internet gedragsregels opgesteld.

Gedragsregels elektronische communicatie

- Geef nooit uw login naam en toegangscode aan een andere persoon, tenzij dit de beheerder van uw eigen site is. U bent te allen tijde verantwoordelijk voor uw eigen login gegevens.
- Ga er nooit van uit dat uw berichten strikt privé zijn, of dat ze enkel door uzelf en de ontvanger gelezen kunnen worden. Mensen met de juiste privileges kunnen uw berichten ook lezen. Zend dus nooit hoogst vertrouwelijke informatie per bericht naar iemand toe.
- Houd paragrafen en berichten kort en duidelijk.
- Richt uzelf op een enkel onderwerp per berichtje en geef altijd een duidelijk subject (onderwerp) aan het berichtje mee, zodat de lezer het berichtje snel kan lokaliseren. Verzend desnoods meerdere berichtjes wanneer u een aantal onderwerpen aansnijdt die niet direct iets met elkaar te maken hebben.
- Maak geen commercieel of persoonlijk gebruik van bedrijfsnetwerken.
- Gebruik enkel hoofdletters in uw berichten voor het benadrukken van een belangrijk punt of om een titel/header aan te geven. Het in hoofdletters schrijven van complete woorden, die geen titels zijn, wordt over het algemeen als ongeleefd beschouwd en betitelt als SCHREEUWEN!

Sheet 10 Vervolg internet gedragsregels

- *Asterisks* rond een woord kunnen gebruikt worden om de nadruk op dat woord te leggen.
- Verstuur nooit kettingsbrieven via het internet.
- Wees professioneel en voorzichtig in wat u over anderen zegt. Een bericht is snel doorgestuurd naar eventuele betrokkenen
- Respecteer copyright en licentiebepalingen. Vermeld altijd uw bronnen en referenties.
- Het wordt als zeer grof beschouwd om persoonlijke berichten door te sturen aan anderen of nieuwsgroepen, zonder daartoe toestemming verkregen te hebben van de oorspronkelijk auteur van het bericht.
- Wees voorzichtig met sarcasme en humor. Omdat non-verbale communicatie ontbreekt bij elektronische communicatie, kan uw grap uitgelegd worden als kritiek. Wanneer u grappig probeert te zijn, gebruik dan zogenaamde emoticons, ofwel smileys, om uw gevoelens uit te drukken.
- Afkortingen kunnen gebruikt worden voor het inkorten van tekst. Let er echter wel op dat teveel afkortingen verwarrend werken voor de lezer.

Sheet 11 t/m 16 Stellingen

Aangeven dat op basis van de resultaten uit het onderzoek 5 verschillende stellingen opgesteld zijn. Over de onderwerpen van deze stellingen waren er namelijk verschillende meningen in het onderzoek wat maakt dat er nu over gediscussieerd kan worden.

Aan de hand van de stellingen die aangegeven worden, kunnen verschillende meningen van deelnemers ontstaan. Het is de bedoeling dat hierover gesproken/gediscussieerd wordt.

Voor u betekent dit dat u een duidelijk beeld krijgt over wat de deelnemers denken over social media in de JGZ.

Er kunnen twee groepen gemaakt worden één voor en één tegen de stelling zodat er een discussie op gang kan komen.

U kunt kijken naar de tijd die u ter beschikking heeft en kiezen hoeveel stellingen u wilt gebruiken.

Let op: Laat de discussies niet chaotisch worden, geef ieder deelnemer een kans om zich te uiten.

Sheet 17 Evaluatie

Evalueer hoe de presentatie is gegaan of het nu voor iedereen duidelijk is wat social media inhoud en wat de rol hiervan is in de JGZ. Hierbij kunt u aan een paar medewerkers de gelegenheid geven om hun mening te geven en om nog vragen te stellen.

(Let op: Laat het niet chaotisch worden en iedereen door mekaar praten geef één de beurt en laat die persoon uitpraten)

De medewerkers inlichten dat u een evaluatieformulier gaat uitdelen en dat het slechts 5 minuten duurt om deze in te vullen.

Sheet 18 Afsluiting

Bedank de medewerkers voor hun deelname aan de bijeenkomst over social media in de JGZ.

SCHOLING SOCIAL MEDIA DEEL 1

Leerdoelen eerste bijeenkomst

- Aan het eind van het eerste gedeelte van de scholing
 - Kunnen medewerkers onderscheidt maken tussen de verschillende soorten social media.
 - Zijn op de hoogte van de social media club van ZuidZorg

Lesplan

Tijd	Inhoud	Nodige materialen	Onderwerp
10.00 uur	- Deelnemers (20) welkom heten en uitleggen wat het doel van de scholing is. Tevens aangeven hoe de scholing eruit gaat zien (Agenda). - Onderzoek naar wensen en behoeften toelichten. - Kennismakingsronde. - Brainstormen met deelnemers.	Koffie, thee en eventueel gebak/koekjes	Opening
10.15 uur	Laat iedereen aangeven wat ze onder social media verstaan en schrijf dit op een flap. Dit zodat u kunt bepalen wat het kennisniveau van de deelnemers is en iedereen dit van elkaar kan terugzien.	- Een flap-over of een bord. - Stiften om mee te schrijven.	Brainstormen
10.30 uur	- Middels een PowerPoint presentatie uitleggen wat social media is en waarvoor het gebruikt wordt. - Vertellen aan de medewerkers wat de social media club te ZuidZorg doet. (algemeen houden)	Een beamer en een scherm om de PowerPoint presentatie te laten zien.	Social media
11.00	Videobeelden van Internet in de zorg (social media) laten zien.	Een beamer en een scherm om de PowerPoint presentatie via de beamer te laten zien	Videobeeld internet in de zorg
11:06	Hierbij gaat u met de medewerkers in gesprek over de videobeelden die zij gezien hebben.		Bespreking video
11:20	Evaluatie. Vraag aan de medewerkers wat ze van het eerste gedeelte van de scholing	Maak voor notities over wat de medewerkers vonden	Evaluatie

	vonden en of ze nog vragen hebben over de gekregen informatie in de scholing.	van het eerste gedeelte van de scholing. Deze notities Kunt u meenemen naar het tweede gedeelte van de scholing.(schrift en een pen of typ de notities in uw laptop). • Flap-overs en post-its (2 kleuren). Dit om het verschil duidelijk terug te zien op de flap-overs. Evaluatieformulieren worden na de tweede gedeelte van de scholing uitgedeeld!!!	
11:30	Afsluiting. De medewerkers bedanken voor deelname aan de bijeenkomst.		Afsluiting

- Pauze duurt een half uur van 11.30 tot 12.00

Leerdoelen tweede bijeenkomst

- Aan het eind van het tweede gedeelte van de scholing
 - weten medewerkers wat het belang is van social media in de zorg en kunnen zij hier argumenten voor formuleren.
 - weten medewerkers wat er van hen verwacht wordt en wat hun verantwoordelijkheden zijn met betrekking tot het gebruik van social media in de JGZ bij ZuidZorg.
 - Weten medewerkers op welke wijze zij de privacy van zowel medewerkers als de cliënten op social media moeten waarborgen.
 - Zijn medewerkers op de hoogte van de laatste ontwikkelingen binnen ZuidZorg met betrekking tot social media in de JGZ.

Tijd	Inhoud	Nodige materialen	Onderwerp
12:00	- De medewerkers welkom heten bij het tweede gedeelte van de scholing "social media in de JGZ". - Onderzoek naar de wensen en behoeften toelichten.		Opening
12:10	- Visie ZuidZorg - Plan Social media club te ZuidZorg m.b.t Social media in de JGZ. - Screenshot van de facebookpagina/Twitterpagina van ZuidZorg laten zien. - Belangrijkste resultaten uit het onderzoek toelichten.	Een beamer en een scherm om de powerpoint presentatie via de beamer te laten zien	Social media in de JGZ Visie ZuidZorg Social media club
12:30	Vraagstelling	Een beamer en een scherm om de PowerPoint presentatie via de beamer te laten zien	Vraagstelling
12:40	Gedragsregels en	Een beamer en een scherm	Gedragsregels en privacy

	privacy	om de PowerPoint presentatie via de beamer te laten zien	
13:00	Stellingen. Het is de bedoeling dat deelnemers met elkaar gaan discussiëren over de aangegeven stellingen. De stellingen zijn gebaseerd op het gebruik van social media in de JGZ.	• De stellingen kunnen via de PowerPoint presentatie weergegeven worden. Hiervoor heeft u dus de beamer en een scherm nodig. • De stellingen kunnen ook op de flap-over / het bord worden geschreven.	Stellingen
13:15	Evaluatie/ vraagmoment	• Een beamer en een scherm om de PowerPoint presentatie via de beamer te laten zien • Evaluatieformulieren	Evaluatie
		Medewerkers bedanken voor hun deelname aan de bijeenkomst.	Afsluiten

Benodigdheden

Hieronder hebben wij alle benodigdheden nogmaals opgesomd als checklist voor de voorbereiding van de presentatie.

- Flap-overs of een bord
- Stiften
- Beamer
- Scherm om de PowerPoint op te laten zien
- Internetverbinding
- Computer/laptop
- PowerPoint presentatie
- Post-its (twee kleuren)
- Schrift en pen
- Evaluatieformulieren
- Koffie/thee/koekjes



EVALUATIEFORMULIER SCHOLING SOCIAL MEDIA

U heeft zojuist deelgenomen aan een scholing over social media binnen de JGZ. Graag willen wij van u weten hoe u de scholing heeft ervaren middels dit evaluatieformulier.

Wij willen u hartelijk bedanken voor het deelnemen aan de scholing en voor het invullen van dit evaluatieformulier!

	J	D	N
Onderwerp - Vond u het onderwerp interessant? - Vond u de uitleg over het onderwerp duidelijk?			
Inhoud Is het voor u duidelijk geworden waarom social media geïntroduceerd wordt in de JGZ? - Vond u de uitleg over het werken met social media binnen de JGZ concreet en duidelijk? - Verwacht u dat u in de toekomst gaat werken met social media binnen de JGZ na deelname aan deze scholing? - Is het voor u als medewerker duidelijk geworden wat er van u verwacht wordt als het gaat om het werken met social media binnen de JGZ?			
Interactief - Vond u de scholing voldoende interactief? - Was er voldoende ruimte tijdens de scholing om uw mening te uiten over het gebruik van social media binnen de JGZ? - Hebben de stellingen ertoe geleid dat u met een positievere blik naar social media kijkt.			
Materialen (computers, beamer, e.d) - Was de ruimte geschikt om de scholing te geven? - Vond u de gebruikte materialen voldoende tijdens de scholing? - Vond u de gebruikte materialen geschikt voor deze scholing?			

J=Ja, D=deels N=nee

Heeft u iets gemist tijdens de scholing? Zo ja, licht dit toe.

Heeft u tips of opmerkingen voor een volgende scholing over social media?

