

Online professionaliseren

- 2.1 Informeel leren in verbinding – 19**
- 2.2 Trends in het werk van professionals – 20**
- 2.3 Generatieverschillen – 22**
- 2.4 Van informatie zoeken tot personal branding – 24**
 - 2.4.1 Informatie scannen, zoeken en verwerken – 24
 - 2.4.2 Participeren in online-conversaties – 24
 - 2.4.3 Netwerken – 25
 - 2.4.4 Personal branding – 25
 - 2.4.5 Samenwerken – 25
- 2.5 Efficiënter worden in je werk – 26**

2 Dat je internationaal kunt netwerken, je blik kunt verbreden met een laptop vanuit je stoel en kunt deelnemen aan congressen vanuit je eigen werkkamer is toch fascinerend? De hedendaagse professional die zich voortdurend wil ontwikkelen, zal meer en meer gebruik gaan maken van sociale media. In dit hoofdstuk beschrijven we hoe sociale media behulpzaam kunnen zijn bij het vormgeven van persoonlijke professionalisering in het werk. Hiertoe kijken we eerst naar de manier waarop professionals leren, wat trends in het werk van professionals zijn en wat de invloed van de jongere generatie is op het gebruik van sociale media in het werk. We laten professionals aan het woord over de sociale media die zij gebruiken bij hun werk. En we geven aan wat het je als professional kan opleveren om meer met sociale media te werken.

In het kader lees je een gesprek met Joitske Hulsebosch over haar manier om gebruik te maken van sociale media.

Wat zijn voor jou momenteel de belangrijke socialemediatools?

‘Dat zijn mijn weblog, de weblogs van anderen die ik volg en een aantal online-netwerken waarin ik actief ben. En ik twitter. Maar social bookmarking is ook heel belangrijk. Voor mij zit er vooral veel waarde in de combinatie van verschillende sociale media: wat ik op Twitter hoor aan interessante dingen, bewaar ik via social bookmarking zodat ik het later terug kan vinden. Zo heb ik eens een tijdje gevolgd hoe sociale media conferenties veranderen; de waardevolle bronnen die ik tegenkwam heb ik bewaard met de tag ‘conference2.0’. Hier kon ik later in een opdracht goed gebruik van maken.’

Je hebt een eigen weblog. Hoe ben je daarmee gestart?

‘Ik ben begonnen met bloggen nadat ik had meegedaan aan een internationale online-workshop. De meeste deelnemers aan deze workshop waren al zeer actief in het communiceren met elkaar via allerlei sociale media. Zo ben ik in contact gekomen met bloggers op mijn vakgebied, op het snijvlak van kennisproductiviteit, community’s of practice en sociale media. Dit heeft mij geïnspireerd om ook met bloggen te beginnen. Via mijn weblog wil ik mijn praktijkervaringen met leren en professionaliseren delen. Ook blog ik mijn reflecties op artikelen en stukjes die me aanspreken. Ik volg inmiddels zo’n 90 weblogs op mijn vakgebied en zo’n 1000 mensen op Twitter. Ik gebruik lijsten om specifieke mensen op Twitter wat beter te kunnen volgen, 1000 is zo’n enorme stroom dat je er veel van mist. Door andere bloggers, die ik overigens nooit heb ontmoet, kom ik op het spoor van nieuwe weblogs die ik wil volgen. Regelmatig lever ik ook commentaar op blogposts van anderen en ik merk dat dit helpt om het online-contact te intensiveren. Veel van de bloggers ‘ontmoet’ ik nu ook op andere socialemediaplekken, zoals op Twitter en in online-forums.’

Wat levert het je op?

‘Ik krijg niet vaak opdrachten direct via sociale media, al gebeurt dit wel steeds meer. Wel ontmoet ik veel mensen die mijn weblog kennen. Dus het versterkt wel de bekendheid met je werk en interesses.’

En voor jou persoonlijk?

‘Mijn weblog stimuleert me om regelmatig te reflecteren op iets wat ik heb gedaan of meegemaakt. Reageren op een post van iemand anders vraagt om echt nadenken en er iets van vinden. Ik merk dat ik steeds beter word in het formuleren wat ik ergens

van vind, en in doordenken op wat anderen beschrijven. Ik heb het gevoel goed op de hoogte te zijn van nieuwe ontwikkelingen. En ik heb inmiddels een waardevol online-netwerk van professionals met voor mij interessante ideeën en ambities. Zo werk ik samen met twee mensen die ik via hun weblog en Twitter-accounts heb ontmoet. Samenwerkingsinitiatieven komen er inmiddels ook uit naar voren. Het volgen van weblogs levert mij ook heel veel inspiratie op. Ik gebruik regelmatig materialen voor workshops die ik via een weblog heb gevonden. Natuurlijk pas ik het dan nog wel aan.'

Wat doe je in online-netwerken?

'Ik participeer in een aantal online-netwerken, community's en mailinggroepen. Bij de voor mij echt belangrijke netwerken volg ik alle berichten en reageer ik zelf ook. Daarnaast is er een flink aantal netwerken die ik zijdelings volg. Deze netwerken zijn wel een belangrijke bron voor mijn persoonlijke ontwikkeling. Ik neem niet zo snel deel aan een training, maar richt mijn leren meer informeel en online in. Door in contact te blijven met andere professionals, op de hoogte te blijven van wat hen bezighoudt, door nieuwe sociale media uit te proberen en relevante onderzoeken en boeken te lezen.'

Het verhaal van Joitske laat zien op welke manier je sociale media kunt gebruiken voor professionalisering en het opbouwen en onderhouden van je netwerk. Leren vindt veelal informeel plaats. Het vraagt om een reflectieve en actieve houding van jou als professional. Het vraagt vaak ook om een bepaalde mate van keuzes maken. Zeker in het begin gaat het om discipline om regelmatig een bijdrage te leveren, of dit nu een nieuwe post op je weblog betreft, een Twitter-berichtje of een reactie in een online-netwerk. Ga op zoek naar netwerken die voor jou interessant zijn. Kies socialemediatools die je aanspreken en die vragen om een manier van werken die bij jou past. Ben je een schrijver, dan is een eigen weblog wellicht een mooie manier om je ervaringen en gedachten te expliciteren. Ben je een netwerker en vind je veel contacten inspirerend? Dan is een tool zoals Twitter wellicht iets voor je. En zoals het verhaal van Joitske laat zien, kunnen verschillende tools elkaar prima aanvullen en versterken.

2.1 Informeel leren in verbinding

Het gebruik van sociale media gaat veel over het participeren in netwerken, of dat nu een netwerk is waar je je als professional bij aansluit, of dat je een weblog bijhoudt, of dat je twittert. In al deze situaties krijgt dat wat je doet meer waarde wanneer anderen reageren en jij op anderen kunt reageren. Participatie in sociale media is daarmee ook te zien als een sociaal-constructivistisch leerproces: het leren is gericht op het ontwikkelen van een professionele identiteit door participatie in relaties, community's en netwerken. Leren is geen individueel proces, maar vindt plaats in de context van interactie met andere professionals, een sociale gemeenschap. Leren is een sociaal proces waarbij persoonlijke kennis ontstaat in interactie.

Sociale media zorgen voor de spontane creatie van community's waarin individuen samenkomen om te leren, kennis te delen en samen te werken. Door online-interactie en

2 uitwisselen van professionele kennis (denk bijvoorbeeld aan het delen van presentaties op Slideshare, interactie op LinkedIn en Twitter) ontstaan allerlei online-community's van professionals rondom gedeelde vakmatige interesses. Dit hoeft niet altijd op één afgebakend platform te zijn, maar kan ook een dynamisch web van interacties zijn via verschillende media.

Het toenemend gebruik van sociale media door professionals maakt dat informele leerprocessen op steeds grotere schaal plaatsvinden. Informeel leren is niet langer beperkt tot de gesprekken met collega's op het werk. Professionals volgen weblogs en raken geïnteresseerd in andermans gedachtelijnen. Ze stellen vragen online of delen ervaringen uit hun dagelijkse praktijk. Op Twitter ontmoeten professionals anderen die met vergelijkbare thema's bezig zijn. Een LinkedIn-groep wordt gevraagd feedback te geven op een artikel in wording. Of collega's in een organisatie werken samen in een wiki aan een projectplan en leren van elkaar hoe je op een effectieve manier tot een eerste opzet komt.

Intensief gebruik van sociale media stimuleert actieve verwerking van nieuwe informatie. Web2.0 wordt ook wel het 'read-write'-web genoemd. Informatie die je leest, verwerk je meteen door het met een kernzin te delen op Twitter. Een boek vat je samen via een blogpost. De actieve rol van de lerende uit zich door het schrijven van blogposts, bijdragen aan wiki's en het stellen en beantwoorden van vragen. Naast deze 'read-write'-verwerking stimuleert het gebruik van sociale media het proces van betekenisgeving en meningsvorming. Je stelt jezelf voortdurend vragen als 'wat vind ik hiervan?' en 'wat vind ik echt de moeite waard om met anderen te delen en waarom?' Het proces van verbinden van nieuwe informatie aan bestaande denkkaders is op deze manier een continu proces. Dit in tegenstelling tot het leren in trainingen en cursussen, waarbij de transfer van het geleerde naar de praktijk vaak problematisch is en speciale aandacht behoeft.

2.2 Trends in het werk van professionals

Tot nu toe spraken we veel over professionals en de waarde die wij voor professionals zien in het gebruik van sociale media. Wie hebben we voor ogen als we spreken over professionals? Een professional is iemand met intellectuele taken, een sterke beroeps- of arbeidsidentiteit en met een sterke motivatie om te leren vanuit de praktijk, in interactie met andere professionals. Kwakman¹ ziet een professional als iemand die zich vakinhoudelijk wil blijven ontplooiën en zich daarnaast als persoon wil ontwikkelen. Professionals zijn steeds meer op zoek naar zelfactualisatie, worden erkend als intrinsiek gemotiveerd en met een groot zelfsturend vermogen. Authentiek zijn staat hoog op het lijstje van een professional. Professionals in organisaties, vooral in organisaties met een sterke hiërarchie, zijn op zoek naar ruimte en autonomie doordat ze zich sterk identificeren met hun vakgebied. De Caluwé en Vermaak² beschrijven deze identificatie van een professional met zijn vakgebied met de volgende metafoor:

1 Kwakman, Frank (2007). *De toekomst van professionals*. Schoonhoven: Academic Service.

2 De Caluwé, Leon & Vermaak, Hans (1999). *Leren Veranderen. Een handboek voor de veranderkunde*. Alphen a/d Rijn: Samson.

- » De overeenkomsten tussen Erasmus, een vioolbouwer en een leraar zijn: «
- » elk is zeer geleerd, heeft veel geleerd «
- » elk weet zelf het best hoe hij zijn vak moet uitoefenen «
- » elk bepaalt zelf hoe hij met zijn 'klanten' omgaat «
- » elk identificeert zich meer met zijn beroep en vakbroeders dan met de organisatie waar hij deel van uitmaakt «
- » elk leert zelf door te doen en geeft daar zelf richting aan «

De hang naar autonomie, ontplooiing en flexibiliteit maken dat participatie in sociale media een aantrekkelijke strategie kan zijn voor professionals. Het toenemend aantal zzp-ers is hiervan een illustratie. Professionals zijn vaak goed in staat zelf richting te geven aan hun persoonlijke ontwikkeling, waarbij sociale media als krachtige leeromgevingen kunnen dienen. Sociale media kunnen ook heel behulpzaam zijn bij het vormgeven van een eigen identiteit en een manier zijn om jezelf op een authentieke wijze te laten zien.

Een kenniswerker is 'iemand die voor het goed kunnen uitoefenen van zijn primaire taak permanent, relatief veel moet leren'³. Door de toegenomen snelheid van technologische ontwikkelingen en de globalisering is kennis vlot verouderd. Je zult je voortdurend moeten blijven ontwikkelen, maar waarop? Het idee van een T-profiel van Weggeman kan hierbij behulpzaam zijn: je kiest één specialistisch deelgebied en één tot drie aanpalende gebieden die je op appreciatieniveau wilt bijhouden. Het hoofdspecialisme moet duidelijk genoeg zijn om daar state-of-the-art in te kunnen blijven. De overige vakgebieden zorgen er aan de ene kant voor dat je kunt communiceren met aanverwante disciplines, aan de andere kant zorgen ze voor innovatie. Het communiceren met andere disciplines voorkomt een verkokerde visie.

Auteurs zoals Pink⁴ zien een nieuw tijdperk ontstaan waarin het belangrijk wordt om ook intuïtie, verbeelding, creativiteit en groot denken een rol te laten vervullen. Dit zijn allemaal aspecten waar onze rechterhersenhelft verantwoordelijk voor is. Volgens Pink ligt de uitdaging voor de komende jaren in een evenwichtig gebruik van beide hersenhelften. Door het uitbesteden van de meer gestandaardiseerde, routinematige werkzaamheden aan lagelonenlanden zal het werk hier in het Westen vooral gaan over het creëren van nieuwe relaties in plaats van het uitvoeren van standaardtransacties. Het ontwikkelen van nieuwe ideeën komt in de plaats van routinematig problemen oplossen, het denken in grotere verbanden in plaats van onderzoek naar deelproblemen. Verdere automatisering en de ontwikkeling van het internet zorgen ervoor dat de computer veel van ons denkwerk overneemt. Wat voor professionals 'overblijft', zijn complexe problemen en dat wat databases en software niet kunnen overnemen, zoals coachen, facilitatie, vertellen van verhalen en andere diensten die afhankelijker zijn van onze rechterhersenhelft. Sociale media kunnen een rol spelen bij het ontwikkelen van de competenties die nodig zijn voor een nieuw tijdperk waarin de rechterhersenhelft belangrijker wordt. Pink benoemt zes belangrijke competenties die professionals nodig zullen hebben:

3 Weggeman, Matthieu (2007). *Leidinggeven aan professionals? Niet doen! Over kenniswerkers, vakmanschap en innovatie*. Schiedam: Scriptum Management.

4 Pink, Daniel H. (2005). *A whole new mind. Why right-brainers will rule the future*. New York: Penguin Group.

1. ontwerp: het creëren van nieuwe dingen om zo betekenis te geven aan ons leven;
2. verhaal: het vertellen van verhalen met emotionele impact;
3. compositie: het verbinden van stukjes, bredere patronen zien, iets nieuws maken door het combineren van onverwachte elementen;
4. empathie: je inleven in iemand anders en begrijpen hoe iemand kijkt, voelt, denkt;
5. spel: met spel en plezier activeer je de rechterhersenhelft, je creëert een onbeperkte ruimte. Het geloof dat je alles kan doen wat je wilt;
6. betekenis: werken aan dat wat ertoe doet.

Sociale media kunnen de verbeelding van professionals stimuleren en het empathisch vermogen vergroten. Door het volgen van een breed scala aan individuen op Twitter bijvoorbeeld, wordt het combineren van onverwachte inzichten gestimuleerd. Via serious gaming kun je werken aan het ontwikkelen van nieuwe competenties. Weblogs, video's en podcasts zijn ideaal voor het ontsluiten van verhalen met een emotionele waarde.

Zelenka en Sohn⁵ observeren een ontwikkeling van kenniswerk naar webwerk. Een webwerker is iemand die werkt vanuit plekken met een wifi-verbinding (thuis, in een café), met een variatie aan projecten met mensen uit verschillende organisaties. Hij of zij werkt samen met anderen, al dan niet ontmoet via het web. Het werk ontstaat door het verbinden en combineren van en doorwerken op ideeën en ervaringen ontwikkeld door anderen. De webwerker zoekt voortdurend naar nieuwe mogelijkheden op het web, participeert in diverse community's en onderhoudt actief online-relaties. Hierbij maakt hij of zij gebruik van een flexibele set aan webtools, ondersteunend aan het type werk en de interacties die voor de webwerker van belang zijn.

Kortom, de huidige professional is iemand die op eigen wijze, uniek, authentiek en autonoom aan de slag wil binnen een zelfgekozen vakgebied en zich voortdurend wil blijven ontwikkelen. Het zien van bredere patronen, zelfstandig keuzes maken en werken aan dingen die ertoe doen zijn belangrijk. Sociale media bieden veel handvatten voor professionals om hier – online – vorm aan te geven, bijvoorbeeld via een weblog je gezichtspunten benadrukken, via Twitter in contact komen met andere disciplines en door het scannen van RSS-feeds weten welke nieuwe ontwikkelingen er spelen.

2.3 Generatieverschillen

Tot welke generatie behoor jij? Ben je opgegroeid met MSN en Facebook? Heb je het jezelf eigen gemaakt doordat je altijd al interesse had in softwaretoepassingen? Ben je ermee in aanraking gekomen via een collega en zie je nu mogelijkheden om het ook van meerwaarde te laten zijn in je eigen werk? Percepties over en ervaring met sociale media verschillen sterk van professional tot professional, maar de verschillen zijn het grootst tussen generaties. Tapscott⁶ schetst een profiel van de 'netgeneratie', de generatie die is opgegroeid in het internettijdperk en geboren is tussen 1977 en 1997. In zijn boek *Grown up digital* beschrijft hij hoe deze generatie opgegroeid is met de mogelijkheid zelf keuzes te maken

5 Zelenka, A.T. & Sohn, J. (2008). *Connect. A guide to a new way of working. Tips, resources and inspiration for the web worker*. Indiana: Wiley Publishing.

6 Tapscott, D. (2009). *Grown up digital. How the net generator is changing your world*. New York: McGraw-Hill.

en behoefte heeft aan openheid en integriteit. Zij zijn op zoek naar innovatieve bedrijven waar ze hun werk en sociale leven makkelijk kunnen combineren. Voor deze generatie is de aanwezigheid van sociale media een gegeven. Hoewel er nog weinig onderzoek naar is gedaan, is het duidelijk dat jongeren veel minder gebruikmaken van e-mailverkeer en veel meer continu met elkaar in contact staan via instant messaging zoals MSN en via sociale netwerken zoals Hyves en Facebook. Met de veelheid aan communicatie wordt het steeds lastiger om goede keuzes te maken en niet bij eigen voorkeuren te blijven steken.

[Praktijkverhaal 2]

Sociale media gebruik ik de hele dag door

Anita Smit, rijkstraine: 'Internet is mijn primaire communicatiemiddel en sociale media gebruik ik de hele dag door. Als ik 's morgens wakker word, lees ik eerst mijn Twitter-feed. Zo weet ik meteen wat er aan de hand is. Of al mijn afspraken die dag nog doorgaan en of de trein wel rijdt. Of het heeft gesneeuwd. Gedurende een dag controleer ik minstens één keer de buzz op mijn Hyves en de statusupdates op Facebook en LinkedIn. Als er iets interessants gebeurt in het leven van mijn collega's, vrienden en kennissen weet ik dat direct en kan ik er ook meteen op reageren. Als ik ergens van baal of heel enthousiast over ben, zet ik dat ook op internet. Ik krijg dan direct reacties en dat vind ik erg gezellig. Ik voel me nooit alleen. Via internet sta ik altijd en overal in contact met iedereen die ik ken. Familie, vrienden, collega's en kennissen. Zo liet mijn oom via Twitter weten dat mijn oma haar heup had gebroken. En vertelt mijn leidinggevende me wat ik moet doen. En kon ik binnen een minuut aan mijn hele netwerk laten weten dat ik door was naar de finale van de verkiezing Jonge Ambtenaar van het Jaar. Bovendien leer ik op internet ook nog eens regelmatig nieuwe mensen kennen. Het is er altijd gezellig en contact is zo gelegd.'

» Clay Shirky: 'People my age and older have a very good sense of when to call someone on the phone, and when to send them a personal letter, and when to go see them. But we don't have such a good sense of when to email them, or IM them, or Twitter or what you have, because all of that stuff was invented after we had already solidified our sense of the media landscape. All of those things are still new.'⁷ «

Ook tussen mensen van verschillende generaties die gebruikmaken van sociale media is er een verschil in beleving van openheid en privacy. Adelson noemt in zijn lezing⁸ bijvoorbeeld het verschil tussen hemzelf en zijn (jongere) kinderoppas. Hoewel hij zelf ook informatie deelt via Twitter, is zijn informatie feitelijker. Hij vertelt dat hij gaat lunchen, terwijl de oppas deelt dat ze gedeprimeerd is of 'vol zit'. Natuurlijk is het onderscheid dat we hier maken tussen jong en oud enigszins arbitrair. Er zijn zeker ook 'ouderen' die zeer bedreven zijn met sociale media en jongeren die er helemaal niets mee hebben. Daar komt bij dat het belangrijk is scherp te blijven op wat men dan met sociale media doet. Gebruik

7 Bron: ► www.worldchanging.com/archives/007925.html.

8 Bron: ► www.krisjordan.com/2008/09/19/jay-adelson-organizing-chaos-the-growth-of-collaborative-filters.

2 je sociale media om informatie te vinden, te communiceren met anderen, je netwerk ook online vorm te geven, je ideeën aan te scherpen, je te laten zien? Is het socialemediagebruik voornamelijk verbonden met privé, of zet je het in om je werk productiever te maken? Uiteindelijk gaan sociale media niet direct om het gebruik van bepaalde tools, maar om het op een andere manier omgaan met je kennis en ervaring en samenwerking met anderen. We veranderen van consumenten in producenten. Hoe vervullen we deze rol op een goede manier? En wat hebben we daarin te leren? Het thema mediawijsheid is ontstaan: wat zet je wel en niet op internet? Hoe ga je om met privacy en veiligheid? Welke vaardigheden heb je nodig om effectief met sociale media te werken?

Het verschil in gebruik van sociale media leidt ook tot verschillen in het gebruik voor eigen professionalisering. Jongeren zijn wellicht sneller in het omgaan met de media, terwijl ouderen (let wel: iedereen geboren voor 1977!) meer tijd nodig zullen hebben er handigheid in te krijgen. Tegelijkertijd zou het natuurlijk best zo kunnen zijn dat ouderen een beter inzicht hebben in de verschillende kennisdomeinen waarin ze zich willen specialiseren en het dus makkelijker vinden om te focussen.

2.4 Van informatie zoeken tot personal branding

Je bent professional. Je hebt interesse in sociale media. Wat kun je ermee? Via actieve participatie in sociale media kun je een (online) netwerk opbouwen met collega-professionals. Je kunt nieuwe ideeën en gedachten uitwerken en voorleggen aan collega-professionals. Ook voor personal branding zijn sociale media goed geschikt. Wij zien vijf hoofdstrategieën om gebruik te maken van sociale media, te weten informatie zoeken, participeren in online-conversaties, netwerken, personal branding en samenwerken. We laten ze hier kort de revue passeren en in het volgende hoofdstuk gaan we er uitgebreider op in.

2.4.1 Informatie scannen, zoeken en verwerken

Google is een bekend startpunt als je informatie op internet zoekt. Via sociale media kun je ook op andere manieren informatie zoeken, bijvoorbeeld door gebruik te maken van de sociale netwerken waarbinnen je actief bent. Dit betekent dat je de kracht van een menselijk filter van informatie gebruikt, want je vindt bronnen die jouw netwerk belangrijk vindt. Deze strategie is aanvullend aan het zoeken via zoekmachines. Ook is het gebruik van een RSS-lezer en daarbij de juiste keuze van sites om te volgen, een goede manier om snel informatie te scannen en verwerken.

2.4.2 Participeren in online-conversaties

Welke strategieën gebruik jij om je persoonlijk en professioneel te blijven ontwikkelen? Naast deelname aan formele opleidingen, cursussen en workshops zul je vast ook informelere vormen noemen, zoals uitwisseling met collega's, nieuwe opdrachten aangaan of

reflecteren op opgedane ervaringen. Afhankelijk van je leerstijl zal het uitwisselen met vakgenoten een belangrijke of minder belangrijke plek innemen. Was dit vroeger beperkt tot ontmoetingen op conferenties of tijdens een training en gesprekken met collega's op het werk, sociale media maken het mogelijk om voortdurend informatie uit te wisselen met mensen uit de praktijk die met vergelijkbare taken bezig zijn, of mee te lezen en te reageren op experts.

2.4.3 Netwerken

Er zijn vele vormen van netwerken mogelijk met sociale media. Er zijn gespecialiseerde professionele 'social network'-sites zoals LinkedIn, Plaxo en Xing (zie aan het eind van dit deel Tips & Tools 1.4 en 1.5 voor een beschrijving van deze netwerken). Ook veel andere socialemediatools bieden de mogelijkheid om te netwerken. Zo kun je via je weblog netwerken, of via sites zoals Scribd (delen van documenten), Slideshare (delen van presentaties), Flickr (delen van foto's), YouTube (delen van video's) en Pinterest (delen van afbeeldingen). Daarnaast heb je microbloggingtools zoals Twitter, die erg makkelijk zijn bij netwerken. Netwerken kan geheel online plaatsvinden, maar kan ook ondersteunend zijn aan face-to-face-netwerken. Je voegt bijvoorbeeld iemand online toe die je op een bijeenkomst hebt ontmoet. Zo kun je meteen zien hoe het netwerk van die persoon eruitziet.

2.4.4 Personal branding

Je hoeft tegenwoordig geen Madonna te heten om een 'personal brand' te zijn. Zeker door de komst van het internet is iedereen in staat van zichzelf een merk te maken en een reputatie op te bouwen. Het hebben van een 'personal brand' sluit ook sterk aan bij gedachten rondom authenticiteit, werken vanuit je eigen passie, dat doen wat je boeiend vindt en waar je goed in bent. Wie je bent en wat je wilt kun je bijvoorbeeld laten zien door je profiel op socialenetwerksites zoals Facebook, Myspace of LinkedIn. Met een eigen weblog, of door regelmatig iets te plaatsen op weblogs van anderen, kom je ook al een heel eind. Je ziet dit veel ontstaan bij zelfstandig ondernemers en adviseurs. Maar interne personal branding kan net zo interessant zijn. Het kan je meer zelfvertrouwen opleveren doordat je goed van jezelf weet wat je wilt en waar je goed in bent. Het geeft richting en focus aan je werk. En maakt je aantrekkelijk voor collega's om mee samen te werken, advies te vragen en uit te wisselen.

2.4.5 Samenwerken

Samenwerken staat bij veel werkzaamheden centraal. Sociale media kun je gebruiken om samenwerkingsmogelijkheden te identificeren en te ondersteunen. Je bent niet meer gebonden aan samenwerking met je collega's in hetzelfde gebouw, maar je kunt snel een grotere groep mensen vinden die willen samenwerken rond een thema. Ook face-to-face-samenwerking verandert. Door het communiceren via een online-forum kunnen interes-

sante ideeën of inzichten die pas na een bijeenkomst opkwamen ook meegenomen worden. Het wordt meer een doorlopende samenwerking die minder in een keurslijf wordt gedwongen door de face-to-face-groepsdynamiek. Bij het samen produceren van een document hoef je niet te werken met verschillende versies van een document. Het gaat er in de samenwerking niet meer om wie wat heeft gedaan; de inhoud komt centraler te staan.

2.5 Efficiënter worden in je werk

Sociale media bieden dus veel toepassingsmogelijkheden en kunnen voor professionals een krachtige leeromgeving vormen. Maar word je van actieve participatie in sociale media ook efficiënter in je werk? Ga je er tijd mee winnen? Gaan sommige werkzaamheden je makkelijker af? Dat zijn interessante vragen. Je kunt sociale media gebruiken om het werk dat je doet nog beter te doen, meer kwaliteit en creativiteit te bereiken. Je kunt ook proberen om sociale media te gebruiken om handiger te werken. Dit is bijvoorbeeld de insteek van Lifehacking en Getting Things Done⁹.

Socialemediatools als een wiki kunnen het werk efficiënter maken doordat je daarmee in een omgeving werkt waarin alles voortdurend up-to-date is. Bovendien hoef je in een samenwerkingsproces niet te wachten totdat je collega een slag heeft gemaakt alvorens jij er weer mee door kan. Je kunt aan het geheel werken op het moment dat het jou uitkomt. Veel organisaties maken inmiddels, in meer of mindere mate met succes, gebruik van Yammer (een interne microbloggingtool) en deze tool kan helpen in het beter benutten van diverse communicatielijnen in de organisatie, waardoor sommige berichten die eerst via de mail verspreid werden nu via Yammer gaan. Dit kan een behoorlijke verlichting betekenen voor het aantal berichten in je mailbox. Het blijft echter voor velen een mythe dat het gebruik van sociale media leidt tot effectiever werken. Bij een niet-representatieve enquête op LinkedIn¹⁰ met 59 respondenten blijkt dat slechts 18% vindt dat sociale media helpen om in minder tijd meer gedaan te krijgen. Men noemt wel andere voordelen, zoals beschikken over meer informatie, een groter persoonlijk netwerk en naamsbekendheid.

Ons gaat het in dit boek vooral om dit soort voordelen. Efficiënter werken en tijd besparen door gebruik te maken van sociale media zijn niet onze insteek. Wij houden het zelfs voor mogelijk dat je, zeker in het begin, minder efficiënt gaat werken. Experimenteren met een nieuwe socialemediatool, het webwerken inpassen in je dagelijkse werkritme, uitvinden hoe je op een voor jou goede manier een blogpost schrijft, het vraagt allemaal tijd. Je kunt je gemakkelijk verliezen in de veelheid aan informatie, ideeën en dynamiek die je aantreft in online-netwerken. En de tijd vliegt voorbij als je verdiept bent in anderen's weblog. Werken met sociale media vraagt om specifieke bekwaamheden; die zul je je eigen moeten maken wil je het webwerken goed kunnen combineren met en integreren in je huidige werkpraktijk. Hierover meer in hoofdstuk 4. Mocht je al eens willen weten in hoeverre de hoeveelheid informatie die jij dagelijks verwerkt je stress oplevert, dan vind je bij de Tips & Tools van dit deel een zelftest (zie Tips & Tools 1.1).

9 Voor meer informatie en tips zie ► <http://lifehacking.nl> en ► <http://www.meereffect.nl>.

10 Bron: Vrouwen presteren met sociale media meer dan mannen! ► <http://95.211.20.22/~pimage/copy/?p=3164>.

<http://www.springer.com/978-90-313-9745-7>

En nu online ...

Sociale media voor professionals, organisaties en
trainers

Hulsebosch, H.J.; Wagenaar, S.

2013, XIV, 243 p., Softcover

ISBN: 978-90-313-9745-7