



## JBN richtlijnen social media

Marketing & communicatie

Nieuwegein

Datum: 01-06-2017



Social media veranderen de manier waarop wij werken, door nieuwe mogelijkheden te bieden om met budobeoefenaars en -liefhebbers te communiceren. Wij geloven dat een dergelijke interactie kan helpen om sterkere, succesvollere relaties op te bouwen. Social media bieden kansen om te laten zien waar we trots op zijn en kunnen bijdragen aan een positief imago voor de budosport. Het delen van informatie en kennis met groepen waarmee op traditionele wijze nauwelijks communicatie mogelijk was, kan leiden tot een beter beeld van de organisatieomgeving van Judo Bond Nederland (JBN).

Net als bij de opkomst van e-mail en internet ontstaan er ook nu vragen bij het gebruik van social media in organisaties. Dit zijn de officiële richtlijnen van JBN voor het gebruik van social media. Als je een werknemer of vrijwilliger van JBN bent en inhoud maakt en deelneemt aan blogs, wiki's, sociale netwerken, virtuele werelden of andere soorten social media, zijn deze richtlijnen voor jou bedoeld. Om verschillende denkbeelden over het gebruik van social media in organisaties niet te laten leiden tot misverstanden zijn deze richtlijnen ontwikkeld en die blijven zich ook ontwikkelen. Controleer deze regelmatig om ervoor te zorgen dat je op de hoogte bent en blijft.

#### **Belangrijk om in het achterhoofd te houden is dat...**

- het gebruik van social media 'real time' gebeurt. Een druk op de knop en jouw bericht staat direct online.
- online informatie misschien wel eeuwig online staat. Het is niet altijd gemakkelijk om informatie naderhand te (laten) verwijderen. Bedenk dus goed hoe je wilt overkomen in tekst, beeld en geluid – en niet alleen voor dat ene moment. Zo gebruiken bijvoorbeeld werkgevers vaak google om uit te zoeken wie de sollicitanten zijn.
- het not-done is om eenmaal geplaatste berichten zomaar te verwijderen. Met een druk op de knop (real time) worden ook foute berichten online geplaatst. Probeer de eerste te zijn om je eigen fouten te corrigeren, zonder eerdere berichten per definitie te wijzigen of te verwijderen. Vermeld daarbij dat jij degene bent die het bericht wijzigt. Geef bij verwijdering een goede reden.
- je ook rekening dient te houden met het wettelijk vastgelegde beeld-, auteurs- en citaatrecht. Het is verboden om zonder toestemming van de maker andermans werk te publiceren. Schending van deze wet kan je een boete opleveren van honderden euro's.
- sociale omgangsvormen online net zo goed gelden als offline. Respecteer degene tot wie je richt. Laster, beledigingen en obsceniteit zijn niet geoorloofd. Respecteer de privacy van anderen.
- je zoveel mogelijk inhoudelijk dient te reageren op stukken van anderen. Alleen je mening geven, zonder onderbouwing daarvan, vervuult de discussie en zegt meer over de schrijver van de reactie dan over het stuk. Onthoud dat dit soort reacties ook in google naar boven kunnen komen.
- social media soms als gevolg hebben dat er een grijs gebied ontstaat tussen privé en werk gerelateerde zaken. Wanneer je op een persoonlijke blog over je werk schrijft, kun je een disclaimer opnemen waarin staat dat dit blog jouw persoonlijke standpunt weergeeft en dat dit niet overeen hoeft te komen met dat van de organisatie.



### Openbaar maken

- Je eerlijkheid, of oneerlijkheid, wordt in de omgeving van social media snel opgemerkt. We hebben communicatieregels voor deelnemers aan social media namens JBN.
- **Wees transparant:** gebruik je echte naam, geef aan dat je actief bent voor JBN en wees duidelijk over je rol, jouw relatie met JBN. Zorg ervoor dat deze informatie duidelijk kenbaar wordt gemaakt aan het publiek en de lezers van elk van je posts.
- **Wees eerlijk:** als je een gevestigd belang hebt in iets dat je bespreekt, is het aan jou om hier als eerste op te wijzen en specifieke informatie te verstrekken.
- **Wees jezelf:** houd je bij je expertisegebied; schrijf over de dingen waar je verstand van hebt. Gebruik een disclaimer indien je publiceert op een website buiten JBN, zoals deze: "De berichten op deze site zijn persoonlijk en geven niet noodzakelijkerwijs de positie, strategie of mening van JBN weer." Wij raden je aan om in de eerste persoon te schrijven en je aan jouw expertisegebied te houden dat betrekking heeft op JBN.
- **Wees specifiek:** doe geen algemene uitspraken over de producten of diensten van JBN, maar bespreek jouw specifieke ervaringen.
- **Handel naar jouw geweten:** onthoud dat je te allen tijde verantwoordelijk bent voor wat je schrijft. Volg ook altijd de bepalingen en voorwaarden van sites van derden waarop je deelneemt.
- **Wees actueel:** denk eraan om je persoonlijke informatie op social media sites aan te passen indien je niet meer actief bent voor JBN.

### Bescherm

Zorg ervoor dat alle transparantie geen inbreuk maakt op de vertrouwelijkheid en de juridische richtlijnen van JBN voor commerciële communicatie of je eigen privacy. Vergeet niet dat je online een openbare verklaring aflegt; alles op internet is openbaar en zoekbaar. Wat je schrijft is uiteindelijk jouw verantwoordelijkheid.

- **Houd geheimen voor je:** onthul nooit vertrouwelijke informatie van JBN. Als je twijfelt, kan je contact opnemen met de afdeling communicatie via [social@jbn.nl](mailto:social@jbn.nl). We verzoeken je tevens het merk, het handelsmerk en de auteursrechten te respecteren. Neem bij twijfel de tijd om na te denken voordat je iets publiceert.
- **Uit geen scherpe kritiek op de concurrentie (of op JBN):** wees vriendelijk. Alles wat je publiceert moet waar zijn en niet misleidend.
- **Deel niet te veel:** wees voorzichtig. Zodra je op de knop voor delen hebt geklikt, kan je deze actie doorgaans niet meer ongedaan maken. Door op een verstandige manier met de inhoud om te gaan, maak je deze bovendien helderder en relevanter voor het publiek.

### Gebruik je gezonde verstand

De perceptie is de realiteit en op online sociale netwerken vervagen de lijnen tussen het openbare en het particuliere, het persoonlijke en het professionele. Door jezelf bekend te maken als een actief vrijwilliger/werknemer van JBN, schep je bepaalde percepties met betrekking tot je expertise en JBN.

- **Wees waardevol:** er worden miljoenen woorden geschreven, maar zorg ervoor dat die van jou de helpende hand bieden en inspireren. Vergeet niet dat het een conversatie betreft. Bouw aan een community door inhoud te posten die reacties uitlokt om vervolgens betrokken te blijven. Je kunt de dialoog ook breder voeren door anderen die over hetzelfde onderwerp schrijven, te citeren en toe te staan dat je inhoud wordt gedeeld.



- **Blijf rustig:** de grens tussen een gezonde discussie en een opruiende reactie kan vaag zijn. Probeer wat je schrijft zo te formuleren dat je andere standpunten uitnodigt zonder anderen op stang te jagen. Je hoeft niet op alle kritiek of hatelijke opmerkingen te reageren. Wees voorzichtig en bedachtzaam.
- **Heb je het verknald?:** als je een fout maakt, geef dit toe. Wees recht voor de raap en wees snel met je correctie. Als je op een blog post, kan je ervoor kiezen om een eerdere publicatie te wijzigen, maar maak ook duidelijk dat je een wijziging hebt aangebracht.

### *Controle*

De JBN controleert de social media die gerelateerd zijn aan de organisatie. Hieronder vallen ook de activiteiten van deelnemers aan social media namens JBN. Indien we verzwegen relaties of uitspraken vinden die onjuist of misleidend zijn, nemen we contact met je op ter correctie. Als de inhoud positief of negatief is en verband houdt met het gesprek, keuren wij de inhoud goed, ongeacht of de inhoud JBN gunstig of ongunstig gezind is. Maar als de inhoud verfoeilijk, beledigend, denigrerend en/of geen betrekking op het onderwerp heeft, verzoeken wij onze moderators en community's de inhoud te weigeren.

### *Publiceren en delen posts op social media*

1. Via social media wordt waardevolle informatie gedeeld, mits die informatie niet vertrouwelijk is en JBN niet schaadt. Er wordt niet ongevraagd gepubliceerd over vertrouwelijke of andere merkgebonden informatie.
2. Er mag geen vertrouwelijke en/of schadelijke informatie over sporters, partners of clubs worden gepubliceerd zonder hun goedkeuring. Hierin wordt geen onderscheid gemaakt tussen informatie over het product en de persoon of het bedrijf.
3. Wees extra voorzichtig bij het publiceren over, of in discussie gaan met, een sporter of betrokkene. Verkeerd opgevatte of slecht onderbouwde stukken kunnen direct nadelige gevolgen hebben voor JBN.
4. JBN ondersteunt de open dialoog en de uitwisseling van ideeën en het delen van kennis. Als je publiceert op een website (of andere social media) anders dan die van JBN over het onderwerp dat wel te maken kan hebben met JBN, maak je je persoonlijke titel bekend. Als je namens JBN spreekt, is dit inclusief vermelding van de organisatie en functie.
5. Vrijwilligers die namens de organisatie het beleid en de strategie uitdragen hebben een bijzondere verantwoordelijkheid bij het gebruik maken van social media. Voor sommige functies geldt dat iemand altijd wordt gezien als JBN'er – ook als hij een privémening verkondigt. Op grond van hun positie moeten vrijwilligers nagaan of zij op persoonlijke titel kunnen publiceren.
6. Je bent persoonlijk verantwoordelijk voor de inhoud die je, voor zover dat niet tot de functie behoort, publiceert op blogs, wiki's fora en andere media die gebaseerd zijn op user-generated content. Je bent je ervan bewust dat je publicaties voor een lange tijd openbaar zijn, met gevolgen voor je privacy.
7. Gebruik bij berichtgeving hashtags en tag de JBN. Algemene hashtags die we als JBN gebruiken zijn #jbn, #judobond, #aikidoNL, #jiujitsuNL en #judoNL. Ook is het mogelijk om online de JBN te taggen of noemen via @judobond.
8. Wanneer een online discussie dreigt te ontsporen, of in het ergste geval al helemaal ontspoord is, neem dan direct contact op met de communicatieafdeling van JBN via [social@jbn.nl](mailto:social@jbn.nl) en overleg over de te volgen strategie.
9. Bij de geringste twijfel over een publicatie of over de raakvlakken met JBN is het verstandig contact te zoeken met de communicatieafdeling van JBN via [social@jbn.nl](mailto:social@jbn.nl).