

Meerjarenvise Online Communicatie 2016 – 2018

19 september 2016 – Definitieve versie

Team Communicatie, Michiel van Straalen & Elsbeth Smit

Aanleiding van de visie

De online ontwikkelingen gaan in een sneltreinvaart door. Bestaande en nieuwe technologieën maken het steeds meer en beter mogelijk om online informatie te delen en verspreiden, data te combineren, samen te werken en transacties uit te voeren. En met de steeds verdergaande digitalisering van gemeentelijke processen neemt de omvang van online interacties verder toe. Waar online interactie plaatsvindt, wordt gecommuniceerd. De vraag naar kwalitatief goede (online) communicatie zal daarom verder toenemen en een uitdaging vormen voor het bestuur, de gemeentelijke organisatie en de individuele medewerker.

Ook als organisatie hebben we niet stilgezeten. Inmiddels zijn we verhuisd naar het nieuwe stadhuis en is gestart met de Organisatie van de Toekomst. Bij deze groei naar een schakelbare en flexibele organisatie, die op verschillende manieren werkt, hoort een breed scala aan digitale (online) middelen om te communiceren en samen te werken. Het is daarom hoog tijd voor een herijking van de visie online communicatie.

Gezien de steeds snellere online ontwikkelingen, verdere digitalisering en de Organisatie van de Toekomst bevat dit document in tegenstelling tot de vorige visie geen activiteitenoverzicht voor de periode 2016-2018. In hoofdstuk 3 wordt echter duidelijk richting gegeven aan wat volgens team Communicatie de komende jaren nodig is. Als het gaat om concrete invulling van de online activiteiten en projecten, dan zal dat gebeuren op het niveau van de opgaven, programma's, projecten en/of het lijnmanagement.

De meerjarenvisie Online Communicatie 2016-2018 is een van de speerpunten van het "Beleidsplan Communicatie" en sluit aan bij de doorontwikkeling van team Communicatie, zoals vermeld in het teamplan 2016.

Bij de totstandkoming van dit document is gesproken met de opgavetrekkingen van de Organisatie van de Toekomst, verschillende trekkers van deelopgaven en andere stakeholders in de gemeentelijke organisatie.

In dit document komen de volgende onderdelen aan bod:

1. Trends en ontwikkelingen
 - 1.1. Iedereen online
 - 1.2. Mobile first
 - 1.3. Glazen huis
 - 1.4. Webcare professionaliseert
 - 1.5. Internet der dingen
2. De Organisatie van de Toekomst
3. Doorontwikkeling online communicatie
 - 3.1. Online visie
 - 3.2. Lerende organisatie
 - 3.3. Online organisatie

1. Trends en ontwikkelingen

De technologische ontwikkelingen op het gebied van online communicatie gaan razendsnel. Mede dankzij de vergaande digitalisering van onze leefomgeving interacteren en consumeren we als maatschappij steeds meer en meer online. Op dit moment zijn er vijf belangrijke trends die voor de gemeente Deventer van belang zijn:

1.1 Iedereen online

Van website naar social media

Met 94% in 2015 heeft Nederland een van de hoogste internetpenetraties van Europa. De gemeente Deventer doet daar niet voor onder. Het mediamixonderzoek 2014 van team Communicatie laat zien dat 91% van onze inwoners een internetverbinding heeft. Dit percentage is met 4% gedaald t.o.v. het mediamixonderzoek 2012. Het onderzoek richt zich echter op de gemeentelijke website. Daarvan zien we dat het bezoekersaantal al jaren niet meer significant wijzigt (gemiddeld 50.000 bezoeken per maand), en eerder iets krimpt.

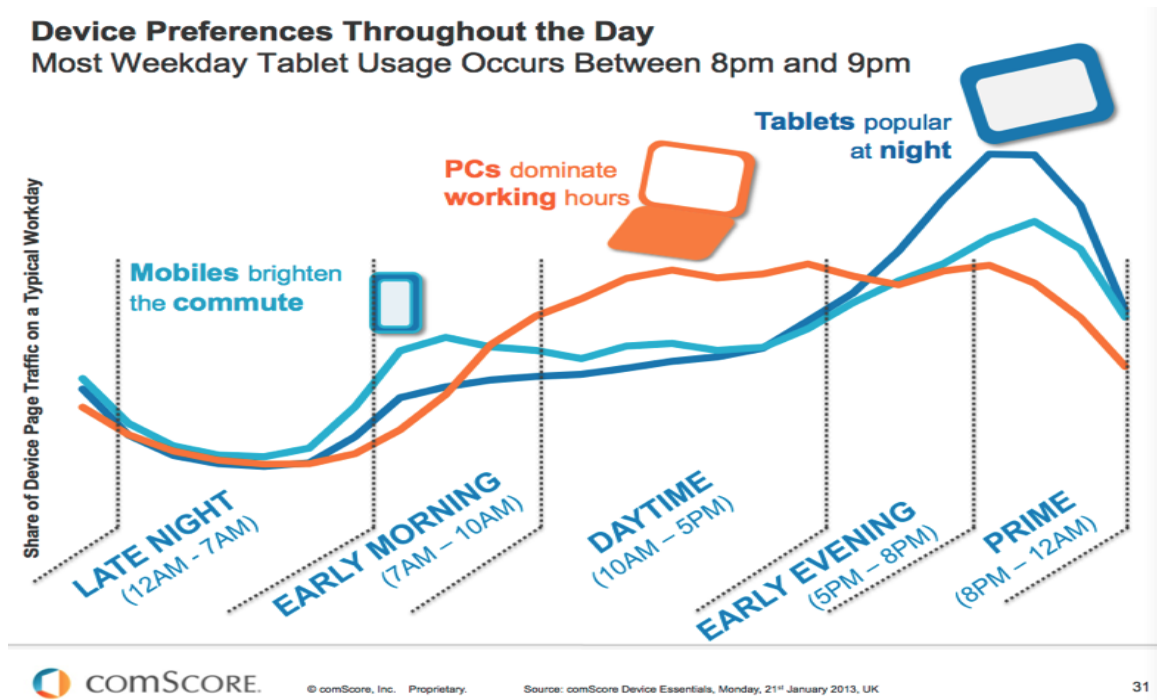
Daarvoor in de plaats zien we een structurele groei van andere online (sociale) media die de gemeente Deventer voor de corporate communicatie inzet:

- Twitter (periode januari t/m augustus 2016):
 - 9.448 volgers (per september 2016)
 - 215 verzonden tweets
 - 716 retweets
 - 612 vragen en reacties beantwoord
- Facebook (periode januari t/m augustus 2016):
 - 2.820 likes (per 9 september 2016)
 - 152 geplaatste berichten
 - 467 berichten van de gemeente Deventer zijn gedeeld
 - 389 reacties en antwoorden op geplaatste berichten
 - 57 beantwoorde ontvangen priveberichten
- Instagram:
 - 205 volgers
 - 30 geplaatste foto's met bericht
- Gemeentelijke mobiele app (Android en IOS, periode januari t/m augustus 2016):
 - 4055 keer bekeken, onderverdeeld in:
 - 571 keer bestuurlijke informatie
 - 1499 keer bekendmakingen
 - 670 keer de producten en diensten catalogus
 - 1315 keer melding openbare ruimte

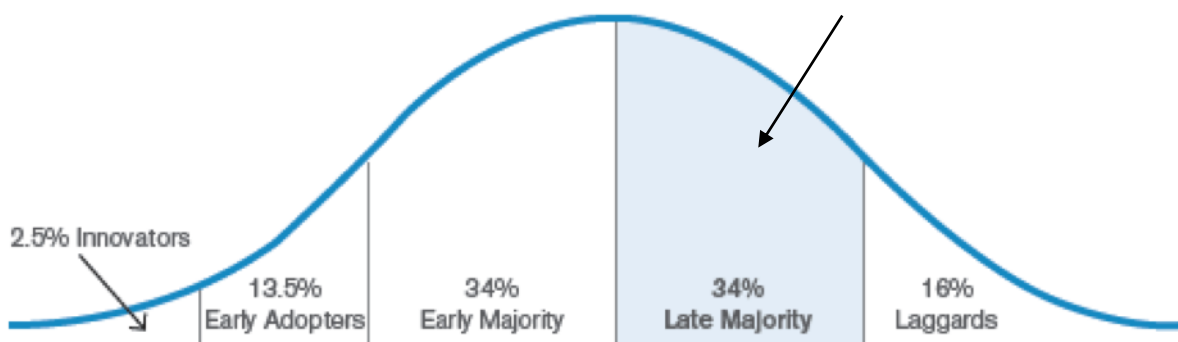
Smartphones en tablets

De enorme toename van smartphones en tablets de afgelopen jaren speelt een belangrijke rol in de verdere groei van online interactie met de gemeente Deventer:

- In 2014 had 81% van alle Nederlanders een smartphone met toegang tot het internet, in 2012 was dat nog 61%:
 - De grootste groei komt nu van senioren (65+), 54% had in 2014 een smartphone, in 2013 was dat nog 40%;
 - Van de jongeren (12 t/m 18 jaar) had 95% in 2014 een smartphone.
- In 2014 had 61% van de Nederlandse huishoudens een of meerdere tablets in huis.



Uit alle cijfers blijkt dat de adoptie van mobile devices zich momenteel bevindt in de fase van “late majority”. Daarmee zijn mobile devices “volwassen” geworden en niet meer weg te denken uit de manier waarop wij met elkaar communiceren.



1.2 Mobile first

De sterke groei van mobile devices zien we terug in de cijfers van de gemeentelijke website:

- Begin 2016 bezocht 42% van de bezoekers van www.deventer.nl de website met een smartphone (28%) of tablet (14%). Begin 2014 was dat nog 28%;

Responsive design

Deze lijn doortrekkend zal begin 2017 het aantal online contacten met de gemeente Deventer via mobiele apparaten de 50% bereiken. Omdat ieder mobiel apparaat zijn eigen beeldschermformaat heeft, is de gemeentelijke website begin 2016 vernieuwd met een responsive design. Dat wil zeggen dat de grafische weergave van de website zich aanpast aan het beeldformaat van de website.

Searchable, snackable & shareable

Mobiele devices stellen nieuwe eisen aan online content en interactie. Het moet searchable, snackable en als het even kan shareable zijn (zoekbaar, kort en krachtig en deelbaar – en dat allemaal uiteraard afhankelijk van de gestelde doelen). Bewegend beeld speelt daarbij een steeds grotere rol. Nico Verspaget (CEO en oprichter van Quadia Online Video) concludeert in Open Gemeenten dat een filmpje niet zomaar meer een filmpje moet zijn, maar dat we steeds meer toegaan naar gepersonaliseerde video's (de menselijke maat).

Team Communicatie maakt begin 2016 filmpjes voor de Narrow Casting, met als concept dat je meekijkt met een inwoner, een ondernemer etc.

1.3 Glazen huis

Het 'glazen huis' wil zeggen dat alles wat een organisatie doet, snel zichtbaar is. Deze trend heeft grote invloed op de manier waarop de organisatie communiceert. Het principe van transparantie raakt de hele organisatie, niet alleen de afdeling communicatie. Medewerkers van organisaties beseffen dat vertrouwen niet vanzelfsprekend is. Volgens bijna tweederde van de ondervraagden uit een trendonderzoek van Logeion kan informatie snel op straat komen te liggen. Ongeveer de helft zegt dat ook collega's herkennen dat organisaties glazen huizen zijn.

Open data

De Rijksoverheid stimuleert het gebruik van open data. Daarom stelt de overheid zoveel mogelijk eigen data vrij beschikbaar. Ook als gemeente Deventer stellen we data beschikbaar, maar dat is nog lang niet genoeg. Daarom is een van de speerpunten van de opgave "De Gemeente gaat Open" het gebruik van open data in onze eigen gemeente te stimuleren. Wanneer burgers en bedrijven onze informatie eenvoudig kunnen hergebruiken, kunnen ze nuttige nieuwe toepassingen ontwikkelen. Net zoals wij open data van buitenaf kunnen gebruiken voor onze eigen organisatie.

Digitaal 2017 & Digitale Agenda 2020

De volledige digitalisering van de overheid ofwel de e-overheid moet uiterlijk in 2020 compleet zijn, zodat burgers en bedrijven al hun zaken met de gemeente Deventer volledig digitaal kunnen doen. Dit betekent ook dat de gemeente Deventer alle schriftelijke communicatie met burgers en bedrijven digitaal moet kunnen aanbieden.

De digitale berichtenbox op mijn.overheid.nl wordt de centrale plek waar burgers hun overheidsinformatie ontvangen. Deze berichtenbox wordt gekoppeld aan een bestaand e-mailadres zodat e-mailnotificaties voor urgentie kunnen zorgen in het geval er spoed zit bij een aanvraag, betaling of beschikking.

Interconnection

Met de centralisering van online overheidsdiensten wordt het steeds belangrijker om verschillende netwerken aan elkaar te verbinden, zodat gebruikers van de verschillende netwerken vrije uitwisseling hebben (geen dubbele uitvraag van bekende gegevens) en toegang hebben tot diensten en applicaties specifiek voor een netwerk (niet steeds opnieuw moeten inloggen).

1.4 Webcare professionaliseert

De komende jaren zullen de webcare-activiteiten verder worden geprofessionaliseerd. Dagelijks maakt team Communicatie de Voelspriet, een overzicht van alle relevante berichtgeving in de online & sociale media. Met het dagelijks monitoren worden we steeds beter in het anticiperen op wat er in de stad gebeurt en wat mogelijk gaat gebeuren. Met het groeien van de ervaring (online sensitiviteit) wordt team Communicatie steeds beter in het monitoren van specifieke dossiers.

Team Communicatie levert nu eens in de 4 maanden een uitgebreide analyse op een specifiek dossier, en kan op verzoek ook andere specifieke dossiers analyseren.

Webcare zorgt er daarnaast voor dat alle vragen en opmerkingen van burgers en bedrijven gezien, gehoord én beantwoord worden. Team Communicatie monitort alle berichten. Vragen over dienstverlening worden doorgezet naar het KCC. De overige vragen worden afgehandeld door team Communicatie. Belangrijk is dat medewerkers verder getraind worden in de beantwoording van vragen op sociale media.

WhatsApp als webcare kanaal

Op dit moment is Twitter nog het meest gebruikte webcarekanaal. De komende jaren zal vooral WhatsApp een belangrijke rol gaan spelen in de webcare. Het gebruik van dit kanaal zal grote sprongen nemen en de webcare past zich daarbij aan. Nu is nog een apart 06-nummer nodig om met de gemeente te kunnen WhatsAppen, de vraag is of dit in de (nabije) toekomst direct gekoppeld kan worden aan de 14000-nummers.

1.5 Internet der dingen

Niet alleen mensen zijn online, ook dingen. Denk aan moderne fototoestellen, kopieerapparaten, auto's, de thermostaat en de koelkast. Ze vormen samen een groot 'internet of things', oftewel het internet der dingen.

Het internet of things biedt oneindig veel mogelijkheden. Momenteel betekent het dat we onze smartphone vaak als afstandsbediening gebruiken. De verwachtingen zijn echter dat het internet der dingen in de (nabije) toekomst productieprocessen zal verbeteren en dat het oplossingen kan bieden voor problemen rondom energie en milieu, criminaliteit, gezondheidszorg en onderwijs.

Smart cities

Een mooi voorbeeld van hoe internet of things werkt, zijn smart cities. In een smart city zijn meerdere systemen en apparaten met elkaar verbonden. Zij delen informatie om zo bepaalde processen te verbeteren. Bijvoorbeeld om energie te besparen, het verkeer beter te laten doorstromen of het detecteren van kapotte stadsverlichting. In Deventer werken studenten vanuit twee academies van Saxion (ACT en ABRR) samen aan technologie op het gebied van smart cities en

open data. Het project wordt uitgevoerd in samenwerking met de gemeente Enschede en heet 'Open Doors'.

Tweede stadsdekkend netwerk en toepassingen

Na Amsterdam wil Groningen als tweede Nederlandse stad een dekkend Internet of Things netwerk realiseren. "Daarmee wordt Groningen de ideale speeltuin voor Slimme fietsen die vertellen hoe effectief het Groninger fietsnet is, stoeptegels die vertellen hoeveel mensen er die dag overheen gelopen hebben en jassen en sleutels die je precies vertellen waar ze zijn", aldus de initiatiefnemers.

2. De Organisatie van de Toekomst

De Organisatie van de Toekomst is een ingrijpende verandering van (en voor) de gemeentelijke organisatie én de lokale maatschappij om ons heen. Als organisatie groeien we door naar een schakelbare en flexibele organisatie. Dit doen we omdat de samenleving dat van ons vraagt. En omdat de samenleving steeds (sneller) verandert, verandert ook steeds de vraag. Wat we doen is daarom nooit af. De enige constante (zekerheid) is verandering.

De smeltende piramide

Daarom sorteren we als gemeentelijke organisatie voor op wat verschillende trendwatchers de groei naar een 'vloeibare samenleving' noemen: oude, rigide structuren maken plaats voor een nieuwe dynamiek waarin burgers, maatschappelijke organisaties, bedrijven én overheden flexibele verbanden aangaan en weer verbreken. Hiermee is in dit tijdperk van digitalisering de tijd van de piramides met een duidelijke hiërarchie, ontstaan als gevolg van de industriële revolutie, definitief voorbij. Met deze verandering verandert ook gestaag de manier waarop we als gemeentelijke organisatie én individuele medewerkers communiceren – traditioneel en online - met onze inwoners, bedrijven en partners. Hierin speelt digitale communicatie en online interactie in onze groeiende netwerksamenleving een steeds belangrijkere rol.

In de maanden mei t/m juli zijn daarom gesprekken gevoerd met de trekkers van de (deel-)opgaven, om te bekijken waar we elkaar vinden en hoe online communicatie (in de breedste zin van het woord) de opgaven kan versterken. Dit heeft dit geleid tot meerdere speerpunten / aandachtspunten / uitdagingen voor online communicatie voor 2016 – 2018 binnen de opgaven:

De gemeente dichtbij

- De omnichannel gedachte en tussentijds kunnen wisselen van kanaal (digitaal, fysiek en telefonisch) – hoe bewaar je de contacthistorie en maak je deze voor iedereen (medewerker en klant) toegankelijk? En waar registreer je (nieuwe) persoonskenmerken? Het verder koppelen met de e-Suite is belangrijk;
- We doen aan verschillende pilots mee : via mijn overheid actief een product kunnen bestellen, de digitale verhuisservice. Daarnaast experimenteren we zelf, zoals een pilot met Whatsapp. We streven er naar dat innovatie en efficiëntie hand in hand gaan;
- Met steeds meer verschillende (ook externe) online loketten, hoe voorkom je dat klanten door de bomen het bos niet meer zien?

De gemeente transformeert

- Samen gezond in Deventer – hoe krijg je nu echt een online community van de grond, waar professionals in zorg en welzijn kennis en ervaring met elkaar delen? En hoe zetten we alle projecten van de deelnemende partners online op de kaart?
- Communicatievraagstuk; een gemiddelde bewoner kent niet eens een gezinscoach of sociaal team. Hoe geven we ze een gezicht?
- Toegang tot sociale teams, wijkteams en gemeentelijke organisatie - Heel veel mensen weten de juiste (online) toegang niet te vinden. Is dat erg? Kun je het wel faciliteren? Zijn er slimme online oplossingen om de verschillende toegangen te verbinden?

De gemeente gaat open

- Doorontwikkeling monitor sociaal domein - hergebruik van informatie is bij de doorontwikkeling van het sociale domein de eerste prioriteit. Hoe maken we de informatie (data) toegankelijk voor onze eigen gemeentelijke organisatie? En hoe presenteren we onze data aan onze partners? Het is openbare informatie, maken we het ook nog toegankelijk voor het grote publiek?
- Open data als opgave is deze zomer via de klussenbank uitgevraagd. Vanuit online communicatie haken we aan op deze klus. Een van de vraagstukken zal zijn hoe we met open data en de processen daaromheen omgaan. Hoe gaan we als organisatie en B&W om met openbaarheid?

De gemeente herpositioneert zich

- De economische- en stadsmarketing van gemeente Deventer gaat met het externe plan 2.18 in het najaar van 2016 vorm krijgen. De online marketing van Deventer als boeiende leefstad, duurzame maakstad en open informatiestad is momenteel erg versnipperd en daardoor online slecht vindbaar. Is hiervoor aandacht in het plan 2.18?
- International office samen met het MKB. Hoe sluit dit aan op het plan 2.18 en hoe zorgen we er voor Deventer ook internationaal online goed vindbaar is?
- Agenda Stad en Citydeal Deventer Woningabonnement, hoe kan online communicatie aanhaken en versterken?

De gemeente regelt

- Heeft veel te maken met reguliere activiteiten en minder met veranderende opgaven. In het ruimtelijke domein wel veel projecten. Zo zijn uitbreidingslocaties en grondverkoop goed bezig, maar er zou nog een tandje bij kunnen. Hoe kan online communicatie daarbij versterken?
- Vanuit de leefomgeving, klachten en meldingen moet meer (online) gecommuniceerd worden wat inwoners van ons mogen verwachten;
- In de openbare ruimte laten we de komende jaren steeds meer de regie- en controlerol los. Partners nemen zelf de verantwoordelijkheid. Hoe ontwikkelt de (online) communicatie zich met inwoners, wie communiceert en wie is verantwoordelijk?
- In het sociale domein is eenduidigheid heel belangrijk. De herkenbaarheid tussen de sociale teams en de gemeente Deventer moet duidelijk en logisch zijn. Cliënten moeten niet het gevoel hebben dat ze met twee heel verschillende organisaties te maken hebben;

- De interne communicatie moet in orde zijn. Momenteel hebben we veel oude en/of foutieve e-mailadressen in onze eigen e-maildirectory staan. Deze moet nodig opgeschoond worden.

De gemeente maakt mogelijk

- In de iVisie de verbinding opnemen tussen uitvoeringsprogramma en de (deel)opgaven. Wat gaan we digitaal concreet doen?
- Regie op het web in breed verband (DOWR). Dit is vanuit ICT noodzakelijk vanuit beveiliging, vanuit communicatie en dienstverlening om grip te krijgen / hebben op de hele online keten, de 'online customer journey';
- Continu online innovatie brengen, waar zinvol in de gemeentelijke organisatie verankeren. Direct stoppen met wat niet werkt, verantwoord risico's nemen. Ijsbreker die medewerkers meeneemt om te laten zien dat het wel kan;
- Communicatie is steeds meer en meer van de C in de ICT;
- Communicatie is steeds meer van alle medewerkers, verankeren in de nieuwe HR-visie;
- Steeds meer werk (zoals melding openbare ruimte) gebeurt samen / door partners binnen en buiten de gemeente. Wie doet de communicatie, wie is de eigenaar? En wie denken onze inwoners dat 'ervan' is?

3. Doorontwikkeling online communicatie

Op basis van de vijf belangrijkste trends en de groei naar de Organisatie van de Toekomst zal de online interactie tussen de gemeente Deventer en onze omgeving (inwoners, bedrijven, partners) de komende jaren sterk gaan toenemen.

3.1 Online visie

De komende drie jaren zal de digitale interactie tussen de gemeente Deventer en burgers en bedrijven sterk toenemen. Gestimuleerd door o.a. het programma Digitaal Werken zullen we steeds meer processtappen van onze producten en diensten en de communicatie daaromheen digitaliseren en online via verschillende loketten toegankelijk maken, 24-uur per dag.

Niet alleen de productomschrijving en de aanvraag (webformulier), maar ook de status van de aanvraag en het uiteindelijk besluit zal online toegankelijk worden via een persoonlijke internetpagina. Via je PC, maar ook je tablet en je mobiele telefoon. Niet alleen via de gemeentelijke website, maar ook (of juist) via Mijn Overheid en mobiele apps.

Meer online interactie vraagt om meer goede communicatie. Want mensen verleiden de juiste keuzes te maken vraagt om gebruikersvriendelijk en interactief design, heldere teksten en sterke beelden. Met de juiste informatie op het juiste moment (vraaggericht). Daarmee komt team Communicatie (en het webteam in bijzonder) steeds meer op het werkterrein van de C in ICT. Daarnaast komen online communicatie en dienstverlening dicht bij elkaar, omdat steeds meer dienstverlening online toegankelijk wordt

Met het verder digitaliseren en online ontsluiten van onze processen groeit de hoeveelheid online content. Webredacteurs worden daarmee meer en meer content managers – content wordt gemaakt, gebruikt en hergebruikt (extern én intern) voor allerlei verschillende digitale kanalen (online, mobiele apps, balie, KCC). Webredacteurs worden daarnaast steeds meer online

projectleiders. Online 'doenkers' (denkers en doeners) die bij online projecten adviseren, begeleiden én uitvoeren.

Beleidsmatig doen we steeds meer met de stad en partners, steeds vaker in co-creatie. Steeds minder vaak als regisseur, maar als een van de deelnemers. Daarbij zijn we niet meer de vanzelfsprekende autoriteit die we eens waren. Burgers zijn kritisch en gaan allereerst bij gelijkgestemden te rade voor beeld- en meningsvorming. Social media spelen hier een belangrijke rol in. Het is daarom van groot belang dat we als organisatie én als individuele medewerkers online een sterke, geloofwaardige en betrouwbare gesprekspartner en dienstverlener zijn én blijven.

Dit bereiken we door online actief goed te luisteren en (pro-)actief te handelen op vragen en opmerkingen. We informeren en reageren met de juiste online boodschap op het juiste moment en het juiste online kanaal. En we zoeken de verbinding door vragen te stellen en meningen te peilen, om zo een nog beter gevoel te krijgen bij wat er speelt in onze gemeente.

Omdat communicatie van ons allemaal wordt is, ligt hier een duidelijke opgave voor de hele organisatie. Deze wordt opgepakt en uitgevoerd in de opgave de Communicatieve Medewerker.

In de snel veranderende wereld van online communicatie moeten we als gemeente blijvend innoveren om de verbinding met onze inwoners in stand te houden en te versterken. Want onze inwoners zijn online zelfredzaam, ze zoeken het zelf wel uit. Letterlijk. Dit vraagt van ons om continu trends en ontwikkelingen te volgen en te innoveren waar mogelijk en zinvol.

Online innoveren doen we vanuit twee perspectieven; 1) de 'customer journey', de reis die een inwoner digitaal aflegt wanneer hij zaken doet met de gemeente Deventer en 2) het actief online kunnen informeren van al onze inwoners over zaken die te maken hebben met prettig leven, wonen, werken en ontspannen in de gemeente Deventer.

Innoveren doen we in kortcyclische trajecten. Met pilots testen we nieuwe online toepassingen uit. Is het niets dan stoppen we snel. Heeft het meerwaarde dan zoeken we toepassingsmogelijkheden in onze organisatie.

3.2 Lerende organisatie

De doorontwikkeling van online communicatie vraagt de komende jaren van ons als gemeentelijke organisatie en individuele medewerkers het volgende:

- Communicatieve vaardigheden

De medewerkers van de gemeente Deventer zijn online proactieve, betrouwbare en geloofwaardige gesprekpartners (ambassadeurs) van onze organisatie. Medewerkers moeten daarom hun communicatieve online vaardigheden onderhouden en verder ontwikkelen. Niet (alleen) online zenden, maar 1-op-1 de interactie aangaan. Dat doen we natuurlijk in begrijpelijke (klare) taal;

- Online sensitiviteit

Medewerkers kennen de online basisprincipes, ze zijn zich digitaal bewust. Niet alleen voor interactie met bewoners en bedrijven, maar ook voor toepassing in het eigen werk.

Om ons werk goed te kunnen doen luisteren we naar wat er om ons heen online speelt, weten we waar invloedrijke personen online actief zijn en kennen we de relevante

onderbuikgevoelens.

- Online expertise & innovatie

Medewerkers worden communicatief steeds vaardiger en beheersen de (online) basisvaardigheden, waar nodig ondersteund vanuit team Communicatie en de Deventer School. Team Communicatie en het webteam zijn van de verdieping en de innovatie. Zij volgen de allerlaatste online trends en ontwikkelingen, testen deze in pilots en rollen die, waar zinvol, uit in de organisatie.

- Open en toegankelijk

De gemeentelijke online informatievoorziening en dienstverlening is toegankelijk, transparant, snel, efficiënt en op maat. Interne openbare gegevens verrijken onze processen en ondersteunen de online dienstverlening. Open data maakt het voor burgers, partners en bedrijven mogelijk nieuwe toepassingen te ontwikkelen. Voor onze organisatie is dit een cultuurverandering, die vraagt om een verandering van houding en gedrag.

3.3 Online organisatie

De online ontwikkelingen gaan zo snel dat het niet zinvol is concrete werkzaamheden te benoemen over een periode van drie jaar. Maar op basis van de huidige online activiteiten kunnen we wel vooruit kijken en verder richting geven:

- Webteam & webgovernance

Het webteam van team Communicatie heeft de regie op de corporate online kanalen goed op orde. Ook de online projectcommunicatie die via het webteam loopt is goed belegd. Maar voor verschillende andere onderdelen in de totale webomgeving van de gemeente Deventer zijn de verantwoordelijkheden - eigenaarschap, technisch en functioneel onderhoud, content management - onvoldoende belegd. Dit brengt soms (grote) risico's met zich mee: onvoldoende beveiliging van gevoelige (persoonlijke) informatie, niet kunnen voldoen aan wettelijke eisen (boetes), verlies van kwaliteit in de online dienstverlening, verouderde online informatie en hoge herstelkosten. Met uiteindelijk als grootste risico imagoschade voor B&W en de gemeentelijke organisatie.

Regievoering (webgovernance) op de totale webomgeving van de gemeente Deventer is daarom een belangrijk gezamenlijk speerpunt van de DOWR-I Werkorganisatie en het webteam van team Communicatie.

- Innovatie & beleidsvorming

We volgen alle innovaties als het gaat om digitale communicatie via het web en mobiele applicaties. En we toetsen of nieuwe innovaties meerwaarde hebben voor de gemeente Deventer. Dit doen we ook met bestaande online oplossingen die hun meerwaarde in de praktijk hebben bewezen. Waar we kwalitatief en/of financieel kunnen verbeteren maken we binnen onze mogelijkheden keuzes.

Innoveren doen we kortcyclisch in pilots, waarbij we verder gaan met de goede dingen en direct afscheid nemen van wat niet werkt voor de gemeente Deventer. We betrekken medewerkers van de gemeente Deventer bij de pilots en geven presentaties en trainingen over de online (on-)mogelijkheden. Innoveren doen we continu, omdat het vakgebied zich

continu ontwikkelt.

Op basis van de trends en ontwikkelingen, zowel in het vakgebied als bij de (Rijks)overheid vormen we visie en beleid voor digitale interactie via web en mobiele applicaties, zowel intern tussen medewerkers als extern met burgers, bedrijven en partners.

- Deventer.nl

Core business en de belangrijkste website van de gemeente Deventer. Gericht op dienstverlening, nieuws en algemene informatievoorziening. Deventer.nl voldoet aan de wettelijk geldende webrichtlijnen van de overheid en ziet er ook goed uit op smartphone en tablet (responsive). Deventer.nl is geen community met een hoge mate van sociale interactiviteit. De gemiddelde bezoeker komt slecht enkele keren per jaar en wil snel en efficiënt bediend worden.

De website is taakgericht ('customer journey') en biedt de bezoeker direct online handelingsperspectief. Er zijn volop digitale transactiemogelijkheden (producten, diensten, nieuwsbrieven). Informatie zoeken en vinden kan op verschillende gangbare manieren - zoekmachine, boomstructuur, interactieve kaarten. De vindbaarheid wordt verder verbeterd door het gecontroleerd sturen op zoekwoorden, en door webpagina's te verrijken met extra data. De aangeboden informatie op Deventer.nl is zoveel mogelijk open data en kan door anderen worden hergebruikt.

- Mijn Deventer

Op Deventer.nl en ontsluiten we vanuit een groeiend aantal vak- en taakapplicaties meer en meer internetpagina's. Denk aan de online inzage via een persoonlijke internetpagina (PIP) - Dimpact, belastingloket, omgevingsloket, parkeren, BAD en Mijn Overheid. Maar ook aan het online maken van een afspraak of een product of dienst aanvragen met een webformulier. De kwaliteit van opmaak, teksten en interactiviteit van deze internetpagina's verschilt sterk. Door vanuit team Communicatie actief mee te denken en te doen in de hele online keten komen we tot een meer uniforme uitstraling, een standaard wijze van online interactie en daarmee een betere online klantervaring. En zo voorkomen we dat onze klanten in de wildgroei van online loketten door de bomen het bos niet meer zien.

- Subsites

Te veel informatie op Deventer.nl 'vervuilt' de vindbaarheid. Subsites gebruiken we om meer specifieke informatie (zoals over verkeer, onderzoek en openbare ruimte) te bundelen en te communiceren. Een subsite heeft een eigen hoofdmenu en biedt meer ruimte voor een 'eigen gezicht', zonder de gemeentelijke huisstijl uit het oog te verliezen. Ook een subsite ziet er goed uit op smartphone en tablet (responsive).

De pagina's van de subsites lopen mee in de zoekmachine van Deventer.nl, zodat ze goed gevonden worden.

- Overige websites

Voor (campagnematige) projecten met een eigen huisstijl worden op eigen domeinen aparte websites gebouwd. Een nieuwe website wordt zoveel mogelijk in ons eigen content management systeem (CMS) gebouwd. Dat levert voordelen op in het beheer en delen van nieuw ontwikkelde modules.

Bij projecten in co-creatie bepalen de gezamenlijke partners door wie (een van de partners, externe leverancier) en onder welke voorwaarden ze een website willen laten bouwen. Heeft zo'n project geen eigen huisstijl en is de gemeente Deventer voor meer dan 50% deelnemer, dan wordt de website in de huisstijl van de gemeente Deventer gebouwd.

- Sociale media

De online Deventer community zit op social media. Op de belangrijkste sociale netwerken - waar het gesprek wordt gevoerd en/of het beeld wordt gevormd – zijn we daarom permanent aanwezig. We hebben onze eigen pagina's ingericht en voeden het sociale media kanaal regelmatig met berichten, foto's en films. Daarbij passen we per kanaal de communicatie aan op de specifieke eigenschappen van het desbetreffende sociale netwerk. Voor projecten richten we indien gewenst aparte pagina's en kanalen op sociale netwerken in. In onze huisstijl of de eigen huisstijl van een project. Het plaatsen van berichten en de 1-op-1 interactie wordt vanuit het project zelf verzorgd, of ingekocht bij team Communicatie. Indien dit niet goed geregeld is maken we geen nieuwe pagina of kanaal aan.

- Webcare

Wat er in de sociale media gezegd wordt volgen we op de voet. Dit doen we vanuit het perspectief van dienstverlening, waarbij we (pro)actief vragen oppakken en beantwoorden, of doorzetten voor beantwoording door het KCC.

Dit doen we ook om te weten wat er speelt, om grip te hebben op onderbuikgevoelens.

Gevoelige onderwerpen worden besproken met een communicatie adviseur en, waar nodig, verder met de organisatie. In overeenstemming wordt er een antwoord geven.

Op basis van wat er dagelijks speelt in de sociale media maken de communicatie adviseurs de Voelspriet, waarop iedereen in de organisatie zich kan abonneren.

- Mobiele apps

Om onze informatie te delen maken we gebruik van mobiele apps voor smartphones en tablets. Daarbij bundelen we verschillende soorten informatie, zodat de app voor meer doeleinden gebruikt kan worden. De gemeentelijke informatie bieden we online zoveel mogelijk aan als open data, zodat anderen deze kunnen hergebruiken.

Mobiele apps ontwikkelen we niet zelf, we maken gebruik van leverancier met standaard producten die we opmaken in de huisstijl van de gemeente Deventer.

We volgen de trends van nieuwe mobiele apps en testen deze wanneer ze meerwaarde kunnen opleveren in de online communicatie en dienstverlening. Begin 2016 hebben we getest met Whatsapp, in het najaar 2016 zal worden besloten over een vervolg.