

# Universiteit Leiden en social media

We leren de wereld kennen, en de wereld ons.  
Richtlijnen voor het gebruik van social media

December 2013



Universiteit  
Leiden

# Social media: hoe leert de wereld ons kennen?

Social media zijn niet meer weg te denken uit ons persoonlijke leven en uit ons werkende leven. Voor veel van ons is onze manier van communiceren totaal veranderd: we delen ons leven met anderen via Facebook, Twitter, Pinterest en Instagram, en we vinden onze informatie in blogs en op fora. Met de komst van de smartphone heeft deze revolutie een heel nieuw momentum gekregen. We hebben letterlijk de wereld in onze handpalm en raken er aan gewend dat alles overal toegankelijk is.

Ook voor Universiteit Leiden hebben sociale media een grote verandering teweeg gebracht. Niet alleen zijn onze medewerkers actief op het wereldwijde web, maar de universiteit als instelling kent honderden accounts op Twitter, en pagina's en groepen op Facebook en LinkedIn. Dit alles zorgt er niet alleen voor dat wij intensiever contact hebben met de buitenwereld, maar ook dat we meer zichtbaar zijn, als instelling én als persoon. Want als we op social media ons leven delen, is werk daar vaak een onderdeel van.

Iedere medewerker is een soort ambassadeur van de universiteit. Zonder hen is de slogan *Bij ons leer je de wereld kennen* een loze kreet. Daarom moedigt de Universiteit Leiden het aan dat werknemers actief zijn op social media, voor werk en privé. Maar het is ook goed om te kijken naar de keerzijde: hoe behoud ik mijn privacy, realiseer ik me dat de hele wereld mee kan lezen, wat als men (of medewerkers) zich negatief over me uitlaten? Voor medewerkers die misschien nog wat huiverig zijn over social media, heeft de universiteit richtlijnen opgesteld om je op weg te helpen.

## Waarom social media?

Je kunt social media voor verschillende doeleinden inzetten:

- **zichtbaar maken** (van zowel de wetenschapper als de faculteit en universiteit)
- **profileren** (expertise laten zien, verantwoording afleggen, valorisatie)
- **opiniëren** (expertise laten zien, deelname aan maatschappelijk debat)
- **monitoren** (wat wordt er over iemand of een bepaald onderwerp gezegd)
- **verbinden** (elkaar ontmoeten in een online community)
- **informereren** (kennis ontsluiten voor breed publiek)
- **acquireren** (opdrachten binnenhalen)



Universiteit  
Leiden

# Beginnen met social media

Veel mensen zien op tegen het ‘technische’ aspect van het starten van een social media account voor hun werk: hoe begin ik, hoe werkt het, wat kan ik fout doen? Maar dit is eigenlijk het makkelijkste deel. Het moeilijkste deel zit daar nog vóór, namelijk een antwoord vinden op de volgende vragen:

1. **Waarom wil ik een social media account?**

Bedenk je goed wat je met dit account wilt gaan doen. Wie is je doelgroep en waar ga je het over hebben? Vraag je vooraf af of je doelgroep hier behoefte aan heeft. Onderzoek ook of er niet al een ander medium is dat hierin voorziet, en hoe dit zich verhoudt tot jouw beoogde social media-account. Bepaal wat je wilt dat het oplevert en of dat opweegt tegen de investering. Bepaal ook hoe je dat gaat meten.

2. **Hoeveel tijd kan ik er aan besteden?**

Bedenk je van tevoren dat social media tijd kost. De kern van social media is namelijk *online interactie*. Je moet tijd investeren om volgers te krijgen en tijd investeren om ze te behouden en met ze in gesprek te gaan. Denk je dat je dat niet gaat lukken? Probeer dan aan te sluiten bij een ander account waarmee je ook de doelen zou kunnen bereiken die je bij punt 1 hebt gedefinieerd. Er is geen slechtere reclame denkbaar dan een account waar overduidelijk al in geen maanden iets is gebeurd.

3. **Wat voor social media account wil ik?**

Als je weet waarom je je op social media wilt begeven, is de volgende vraag: welk kanaal sluit het beste aan bij de belevingswereld van mijn doelgroep? En op welke kan ik het beste mijn boodschap kwijt?

## Vragen of twijfels?

Vind je het lastig om bovenstaande vragen te beantwoorden? Of wil je met iemand praten om je bestaande account meer succesvol te maken? Neem dan contact op met de social media contactpersoon van jouw faculteit. Je vindt deze op

<http://communicatie.leidenuniv.nl/social-media/contactpersonen.html>.



Universiteit  
Leiden

# Do's and dont's op social media

Social media zijn een leuke manier om in contact te komen met anderen, of op de hoogte te blijven van nieuws en ontwikkelingen. Het is een uitstekend platform om te laten weten wat je bezighoudt en te horen waar anderen mee bezig zijn.

## Tien gouden tips

- 1. Wees trots op de universiteit**  
Maar spreek niet namens de universiteit. Gebruik geen officiële logo's op je privéaccount. Plaats geen vertrouwelijke informatie over Universiteit Leiden, haar studenten, alumni of collega-medewerkers.
- 2. Wees nauwkeurig en eerlijk**  
Zorg dat de feiten kloppen en vermeld de bron.
- 3. Wees authentiek**  
Online is geen aparte wereld, dus zorg dat je daar dezelfde persoon bent als offline.
- 4. Respecteer je publiek**  
Denk na voordat je iets online zet. Check of het jezelf, je moeder of de universiteit in verlegenheid kan brengen.
- 5. Let op de relatie tussen werk en privé**  
Heb je in je profiel aangegeven waar je werkt? Realiseer je dan dat je ook in je vrije tijd als medewerker van de universiteit gezien kan worden.
- 6. Verken de omgeving**  
Kijk bij anderen (bijvoorbeeld collega's) hoe zij social media gebruiken. Kijk wat jou aanspreekt en volg hun voorbeeld.
- 7. Wees bewust van aansprakelijkheid**  
Hou rekening met auteursrecht. Verspreid geen informatie over of foto's van individuen zonder toestemming.
- 8. Corrigeer fouten**  
Als je een fout maakt, geef het dan ruiterslijk toe en maak zo nodig excuses.
- 9. Modereer reacties**  
Hou dagelijks bij welke reacties je krijgt en reageer tijdig op commentaar.
- 10. Maar vooral: heb plezier en experimenteer!**

