

## Case vergeet intranet, social is de toekomst

### Vergeet intranet, social is de toekomst

Weten wat anderen doen, een vraag in de groep gooien, een interessant artikel delen: social media zorgen voor meer verbondenheid en inspiratie. Daarmee zijn ze ideaal als intern communicatiemiddel, dat ervaren de ontwikkelaars van het interne socialmediaplatform van KPN. Zij ontwikkelden een extra platform naast het intranet, dat later uitgroeide tot het centrum van KPN's interne communicatie.

TeamKPN, het interne socialmediaplatform is het hart van onze organisatie en een online plek waar medewerkers op de hoogte blijven van KPN-nieuws, elkaar helpen bij vragen en betrokken blijven. Om het gebruiksvriendelijk te maken is goed gekeken naar de social media die medewerkers privé gewend zijn te gebruiken. Zo kunnen medewerkers reageren op nieuwsberichten, bloggen, bijdragen 'liken', en YouTube-filmpjes plaatsen. Bijzonder is dat zo'n beetje alle medewerkers actief zijn op TeamKPN: van monteurs tot stafmedewerkers. De ontwikkelaars van TeamKPN zijn van mening dat iedere organisatie zo'n platform zou moeten hebben, want:

### Nooit meer van het kastje naar de muur

'Een klant belde dat hij benaderd blijft worden met KPN-aanbiedingen, terwijl hij bel-me-niet geregistreerd staat. Hoe kan ik ervoor zorgen dat deze klant niet meer wordt benaderd?' Een kort blog op dit platform leverde binnen twee uur diverse reacties op én het aanbod van een collega om het op te lossen. Bijzonder was dat het blog snel door veel medewerkers werd gelezen. Reacties kwamen van verschillende kanten, mensen wilden graag helpen.

### Op afstand betrokken

Met ruim 21.000 medewerkers verdeeld over de meest uiteenlopende afdelingen, winkels en diensten zijn we niet vanzelfsprekend één organisatie. Door Het Nieuwe Werken zien medewerkers elkaar minder vaak 'live', maar via TeamKPN zijn ze wel heel betrokken bij de organisatie. Ze raadplegen het platform thuis, onderweg of op kantoor. En wie het antwoord weet op een vraag, reageert graag.

### Even temperaturen

Voor de afdeling Corporate Communicatie is TeamKPN een belangrijk instrument geworden om de stemming binnen de organisatie te meten. Bij grote gebeurtenissen sturen zij bijvoorbeeld een persbericht uit, klikken TeamKPN aan en bekijken de reacties die binnenstromen. Zo zien ze wat de stemming is én welke vragen de verandering of gebeurtenis oproept. Per keer beoordelen ze wie hier het best op kan antwoorden. Laatst was dat CEO Eelco Blok, die dezelfde dag in een video op TeamKPN antwoord gaf op de meest prangende vragen.

### Verbondenheid

Een platform als TeamKPN bevordert het eenheidsgevoel. Schrijft iemand een blog over het gebruik van tablets, dan volgen er reacties van productmanagers, consultants en winkelmedewerkers en van iedereen die privé een tablet heeft. Zo krijg je spontane discussies over werkgerelateerde onderwerpen en raken medewerkers over de verschillende disciplines heen bij elkaar betrokken. De muren tussen afdelingen vallen weg. Een vraag op TeamKPN kan zomaar leiden tot een koffieafspraak of conference call met een collega van een KPN-vestiging in Maastricht, die toevallig met hetzelfde onderwerp bezig is en die je anders nooit tegen was gekomen.

### Totaalvisie?

TeamKPN verschilt van het gemiddelde microbloggingplatform doordat het compleet is geïntegreerd in de interne communicatievoorziening van het bedrijf. Het platform is een balans tussen centraal gestuurde content en sociale content – ze staan naast elkaar op één homepage. Veel andere platforms richten zich op één aspect: hoe maken we samenwerking social of hoe maak je de bedrijfsberichtgeving interactiever. Bij KPN is het platform vanuit een totaalvisie neergezet, zodat het helpt om richting te geven aan de organisatie, maar ook het dagelijkse werk vergemakkelijkt.

### **Ja, maar...**

Het introduceren van een intern online platform betekent wel dat je open en transparant moet durven communiceren. Sommige organisaties zijn daar huiverig voor. Een veelgebruikt argument is: medewerkers kunnen zomaar alles zeggen, krijg je dan geen negatieve of flauwe reacties? De ervaring is dat dit in werkelijkheid meevalt. De groep bepaalt zelf wat interessant is en wat niet. Wanneer de bijdragen te jolig van toon worden, dan corrigeren de gebruikerselkaar.

### **De groei van TeamKPN**

- In 2010 lanceerde KPN een platform waar medewerkers elkaar digitaal konden opzoeken, de voorloper van TeamKPN. Doel van dit platform was met name verbinden: vrije communicatie stimuleren en ervoor zorgen dat het platform populair wordt. De gedachte hierbij is dat pas wanneer veel medewerkers het platform bezoeken, je het succesvol kunt inzetten.
- Na vier maanden gebruikte 20% van de medewerkers het platform actief en bestond 95% uit trouwe lezers. Toen werd besloten het door te ontwikkelen naar een volledig social platform dat het bestaande intranet zou vervangen.
- Dit platform, TeamKPN, was eind 2011 gereed. Het wordt door medewerkers gezien als een zinvol onderdeel van het dagelijkse werk. De dialoog tussen management en medewerkers over organisatieveranderingen, hulpvragen aan collega's, nieuwe ideeën: het gaat allemaal via TeamKPN.
- Binnen een half jaar is het platform een veelgebruikt communicatiemiddel geworden. Plan is om het platform uit te breiden met een app voor monteurs, zodat zij op locatie ook vragen aan collega's kunnen stellen. Ook wordt nagedacht over een integratie van TeamKPN met systemen als Sharepoint en Lync om zo met de inzet van het socialmediaplatform klanten nog beter te ondersteunen.

### **Lessen**

- Door de ontwikkeling van TeamKPN hebben de makers belangrijke ervaring opgedaan. De belangrijkste adviezen bij het ontwikkelen van een intern socialmediaplatform zoals TeamKPN die zij kunnen geven zijn de volgende:
- Denk groot, start klein. De mogelijkheden zijn oneindig, maar grote veranderingen slagen alleen als je ze in stappen invoert.
- Houd het bedrijfsdoel voor ogen. Hoe moet een intern socialmediaplatform bijdragen aan wat wij als organisatie willen bereiken?

- Er komt ook verandermanagement en adaptatie bij kijken. Gaat het platform steeds meer centraal staan en kan het niet meer genegeerd worden, dan moet je aandacht besteden aan de impact van deze verandering op medewerkers.
- Communicatie is cruciaal voor een goede introductie. Blijf consistent, leg uit, blijf herhalen en maak combinaties met klassieke media.
- Betrek medewerkers bij de verdere doorontwikkeling. Ga de dialoog aan, want samen kom je op de beste ideeën. Dat is de hele filosofie van het platform.

*Dit artikel is geschreven door Arjan Vos, business consultant bij KPN Consulting en hij is als programmamanager betrokken geweest bij de ontwikkeling en implementatie van TeamKPN. Hij voerde de regie over de technische realisatie, het ontwerp en de introductie van het platform voor alle organisatieonderdelen. Arjan is betrokken als sparringpartner voor de verdere ontwikkeling.*