



Advies kanalen Ridderkerk

De juiste boodschap, op het juiste moment en de juiste plaats

Inleiding

Onze inwoners kunnen via veel verschillende kanalen contact opnemen met de gemeente. We zijn de afgelopen jaren steeds meer kanalen gaan gebruiken. Hierbij is geen afscheid genomen van kanalen die misschien niet meer van deze tijd zijn of die niet meer aansluiten op de behoefte van de inwoners. Daarnaast is er overlap ontstaan.

Daarom heeft het college gevraagd een onderzoek uit te voeren naar de samenhang tussen kanalen. Met als doel beter aan te sluiten op de wensen van inwoners. Op basis van het onderzoek brengen we advies uit over welke kanalen we houden, mogelijk toevoegen en waarvan we afscheid nemen.

Uitgangspunten

Basis voor het advies zijn de volgende drie uitgangspunten:

1. Zijn waar de inwoner is, off- én online (inwoner en zijn klantreis centraal)
2. Van zenden naar interactie
3. Informatie (statistieken, klantfeedback, trends en ontwikkelingen) bepaalt of en hoe we kanalen inzetten voor een bepaalde boodschap of dienst (datagedreven).

Het advies is gebaseerd op bronnen over trends & ontwikkelingen binnen (online) dienstverlening, webstatistieken (het gedrag en gebruik van inwoners op de gemeentewebsite) en de resultaten van Waar staat je gemeente 2018. Dit geeft het volgende beeld:

Algemene ontwikkelingen

1. Er vindt een verschuiving plaats van offline naar online kanalen (door gemak, bereik, laagdrempeligheid).
2. Om maatwerk te kunnen bieden en verbinding te houden met inwoners blijft offline, persoonlijk contact belangrijk.
3. De veranderingen op het gebied van (online) dienstverlening en communicatie gaan snel. Om in te blijven spelen op trends en ontwikkelingen is doorlopend literatuur-, veld- en klanttevredenheidsonderzoek belangrijk. Op basis daarvan wordt steeds bijgesteld en doorontwikkeld.
4. Ieder kanaal heeft een specifieke functie en doelgroep. We passen de boodschap en vorm (taal, beeld, video) daarop aan.
5. Steeds meer gemeenten experimenteren en werken met nieuwe manieren van online participatie. Dit is een nieuwe en laagdrempelige manier om inwoners invloed te geven op gemeentelijke besluitvorming.

Communicatie

Willen we dat inwoners nieuwsberichten vanuit de gemeente lezen, dan is het belangrijk aan te sluiten bij hun interesse. Daarnaast moeten we informatie op een gemakkelijke manier aanbieden. Denk aan de Blauwkai (de Combinatie) die op de deurmat valt en berichten die op de tijdlijn van Facebook voorbijkomen.

Dienstverlening

Het meest leidend voor de kanaalkeuze bij dienstverlening is het onderwerp waarover contact wordt gezocht. Is het onderwerp volgens de inwoner van groot belang en raakt het de inwoner? Of is er een maatwerkoplossing nodig? Dan geeft de inwoner de voorkeur aan persoonlijk contact, balie of



telefoon. Gaat het om relatief eenvoudige informatie of dienstverlening dan is de website een voorkeurskanaal.¹

Aanbevelingen

Rekening houdend met bovengenoemde uitgangspunten leidt het onderzoek tot de volgende aanbevelingen:

1. Behoud van balie, telefoon, website, WhatsApp, brieven, gemeentegids, de Blauwkai, Facebook en Twitter.
2. Stoppen met de huidige Gemeente-App. De Gemeente-App voegt in de huidige vorm niets toe ten opzichte van het gebruik van de website, die ook op een smartphone of tablet goed getoond wordt en gebruiksvriendelijk is. Er wordt gewerkt aan een businesscase voor een nieuwe app, met een aantal duidelijke, relevante en interactieve functies voor onze inwoners.
3. Verkenning van de mogelijkheden van een Persoonlijke InternetPagina (PIP), Instagram en LinkedIn.

Uitwerking per kanaal

Er is per kanaal een analyse gemaakt op basis van de volgende vragen:

1. Wat is het bereik van de kanalen en middelen die we op dit moment inzetten?
2. Wat verwacht de inwoner op welk kanaal?
3. Welke nieuwe kanalen laten we liggen die belangrijk zijn?
4. Van welke kanalen kunnen we afscheid nemen omdat deze geen toegevoegde waarde meer bieden?

Hieronder volgt de uitwerking daarvan.

Kanaal	Bereik '19 + trend	Verwachting inwoners ²	Doelgroep	Argumenten
Behouden				
Dienstverleningskanalen				
Balie	24.117 ↓	Vriendelijk, persoonlijk contact en afspraken nakomen	Alle inwoners	Behouden voor persoonlijk contact, complexere dienstverlening en vanwege wettelijke verplichtingen bij identiteitsbewijzen.
Telefoon	51.880 ↑	Direct geholpen worden, liever geen terugbelverzoek	Alle inwoners	Behouden voor persoonlijk contact, eenvoudigere en complexere dienstverlening.
Website	172.461 ↑	Antwoord op vragen, werkzaamheden, afval, burgerzaken, klacht en MOR-meldingen	Alle inwoners	De website is ons primaire dienstverleningskanaal. Behouden voor eenvoudigere online dienstverlening, snelle en goede service, laagdrempelige bron van gemeentelijke informatie.

¹ Center for eGovernment Studies – Universiteit Twente, De kanalen van Amsterdam (2014).

² Bron: Van buiten naar binnen; klantcontact en interactie in het publieke domein van F. de Goede, D. Kok en E de Voogd, uitgeverij Eburon, 2017



WhatsApp	4.570 ↑	Snelle en correcte service	Alle inwoners, met name tussen de 15 en 80 jaar	Het kanaal wordt met name gewaardeerd vanwege gemak en laagdrempelig contact. Tegelijkertijd zijn er privacy-vragen (die op basis van recent onderzoek door VNG naar de zakelijke variant van WhatsApp verwaarloosbaar tot beperkt lijken). Ook sloot WhatsApp overheidsinstanties recent uit van het gebruik van de grootzakelijke WhatsApp-applicatie. Er wordt op dit moment gewerkt met een workaround. Naar verwachting staat WhatsApp overheidsorganisaties in het voorjaar van 2020 toe. Wel zal hier een vergoeding tegenover staan.
Brief	292.678 ³ ↓	Belangrijke info over werkzaamheden en ontwikkelingen die de inwoner direct aangaan	Alle inwoners	(Persoonlijk geadresseerde) brieven blijven relevant om inwoners gericht te benaderen over bijvoorbeeld werkzaamheden. Huis-aan-huis bezorging zorgt er ook voor dat we niemand missen bij het informeren. Belangrijk hierbij is schrijven op B1-niveau om de inhoud voor zoveel mogelijk inwoners begrijpelijk te maken.
Blauwkai	23.750 ↔	Gemeentelijk nieuws en aankondigingen	Met name 35+ jarigen	Behouden voor laagdrempelige communicatie van gemeentelijke nieuws.
Gemeentegids	2.500 ↓	Inwoners willen de gids vooral hebben voor plattegrond en informatie over gemeentelijke producten en diensten	Alle inwoners	Met name ouderen (65+) hebben behoefte aan de gemeentegids. Er zijn alternatieven voor de gids beschikbaar in zowel digitale als papieren vorm.
Communicatiekanalen				
Twitter	3.302 ↓	Belangrijkste nieuws en calamiteiten (real-time interactie)	Met name journalisten, politici en hun volgers	Behouden voor retweeten berichten tijdens crises (groot bereik). Voor het bereiken van inwoners is het niet het voornaamste kanaal.
Facebook	1.660 ↓.	Groot en klein nieuws, dialoog	Met name vrouwen tussen de 35 en 54 jaar	Behouden voor communicatie en creëren betrokkenheid. Voor Ridderkerk liggen er kansen om het aantal volgers te vergroten, bijvoorbeeld door in te zetten op advertenties. Verdere uitwerking volgt in de Facebook Strategie.
YouTube	3 ↑	Inwoners verwachten de gemeente hier niet	Mannen en vrouwen tussen 15 en 65 jaar	Als op zichzelf staand kanaal is YouTube (nog) niet nodig. Er zal extra inzet nodig zijn om dit kanaal succesvol in te zetten, terwijl inwoners de gemeente er niet verwachten. Wel behouden we YouTube voor zwaardere video's (die niet kunnen worden geupload in Facebook of de website).

³ Cijfer 2018. Dit aantal is voor de drie gemeenten samen. De postkamer maakt bij verzending geen onderscheid naar gemeente. De poststukken worden centraal verzameld en verstuurd. Het versturen van brieven kost op jaarbasis (voor drie gemeenten tezamen) gemiddeld zo'n € 200.000,-.



Afscheid nemen				
Gemeente-App	122 ⁴ ↓	Neemt opslagruimte in op smartphone, moet een duidelijke en relevante functie hebben, anders liever naar responsive website	Alle inwoners	De Gemeente-App voegt in de huidige vorm niets toe ten opzichte van het gebruik van de website die ook op een smartphone of tablet goed getoond wordt en gebruiksvriendelijk is. Er wordt gewerkt aan een businesscase voor een nieuwe app, met een aantal duidelijke en relevante functies.
Te verkennen				
Persoonlijke InternetPagina (PIP)	Nvt ↑	Informatie op maat, het moet de plek zijn waar de inwoner zaken kan afhandelen die voor hem relevant zijn en waarbij hij maximaal ondersteund wordt door alle informatie die al over hem bekend is	Alle inwoners	<p>Een PIP maakt het voor inwoners mogelijk binnen hun eigen 'account' producten aan te vragen, status-updates van hun lopende en afgesloten zaken te bekijken en documenten te uploaden. Ook kan er vanuit de berichtenbox van MijnOverheid naar gelinkt worden.</p> <p>De PIP sluit goed aan bij de ambitie van het college met betrekking tot interactie en het eenvoudiger maken van digitale aanvragen.</p> <p>Om de behoefte van de inwoners en de (technische) mogelijkheden helder te krijgen en inzicht te bieden in de kosten adviseren we een business case te laten maken.</p>
Instagram	Nvt ↑	Inwoners verwachten de gemeente hier niet	15-19 jarigen, snelle groei onder 20-39 jarigen	Instagram is een laagdrempelige manier om een relatief jonge doelgroep op een luchtige manier in contact te brengen met de gemeente. En ze met ons te verbinden. Ook kan de inzet van Instagram bijdragen aan een gevoel van trots op de gemeente (bv. door het (oproepen tot het) plaatsen van foto's van mooie stukjes Ridderkerk). Een aantal gemeenten zet dit kanaal al op deze manier in.
LinkedIn	Nvt ↑	Inwoners verwachten de gemeente hier niet	Professionals tussen 20-39 jaar	Het gebruik van LinkedIn laat een stijgende lijn zien. Momenteel gebruikt alleen HR dit kanaal actief voor het delen van nieuwe vacatures. Dit sluit aan bij de verwachting van inwoners als een gemeente op LinkedIn zit. LinkedIn kan een interessant kanaal zijn voor het informeren van zakelijke gebruikers/(lokale)ondernemers over voor hun relevant gemeentelijk nieuws en evenementen. Een aantal gemeenten zet dit kanaal al op deze manier in.

⁴ Dit is het gemiddeld aantal mensen dat de app maandelijks opstart.