

**DIGIVAARDIG
IN DE GEMEENTE**

Januari
2021

Communicatieplan

Digivaardig in de gemeente



Inhoud

1. Aanleiding	3
2. Doel	4
3. Doelgroepen	5
3.1. Vier persona's	5
3.2. Analyse van de doelgroepen	7
4. Aandachtspunten en communicatieboodschappen	10
5. Communicatiestrategie	12
5.1. Maatregelen/content	12
5.2. Kanalen per gemeente	13
6. Planning	14
7. Kosten	16
8. Afronding van het project	16



1. Aanleiding

De gemeente is volop bezig met digitaliseren. Om te kunnen werken met de digitale middelen die de gemeente gebruikt en de mogelijkheden te benutten die digitalisering nu en in de toekomst biedt, is het noodzakelijk dat medewerkers beschikken over voldoende digitale vaardigheden. De gemeente Groningen, Assen en Westerkwartier hebben daarom het doel gesteld om medewerkers

van de deelnemende gemeenten te ondersteunen bij het ontwikkelen van hun digitale vaardigheden en deze blijvend te onderhouden. Met als resultaat: medewerkers die met meer plezier en efficiëntie kunnen werken en daarbij makkelijker en beter nieuwe digitale innovaties kunnen toepassen.



2. Doel

Het doel van het project Digivaardig is dat alle medewerkers, ongeacht hun kennis van digitale vaardigheden, hun huidige digitale vaardigheden verbeteren. Zodat ze hun werk beter kunnen doen, plezieriger kunnen werken en efficiënter en effectiever zijn. Medewerkers van de gemeente Gro-

ningen, Westerkwartier en Assen beschikken aan het eind van dit project over de benodigde digitale vaardigheden om hun functie goed te kunnen uitoefenen, nu en in de toekomst. Samengevat is het doel:

De kwaliteit van werken verbeteren door het vergroten van de digitale vaardigheden van alle medewerkers.

Door een communicatiecampagne willen we mensen enthousiasmeren, inspireren en motiveren om een cursus, opleiding of een andere leeractiviteit te volgen. Dit kan bijvoorbeeld via het online leerplatform Digivaardig in de gemeente. Hier worden allerlei verschillende soorten trainingen en leermethodes aangeboden waarmee medewer-

kers, ongeacht hun digitale vaardigheden, aan de slag kunnen. Met gerichte communicatie willen we draagvlak voor het project creëren en zorgen dat medewerkers concreet aan de slag gaan met hun digitale vaardigheden. Het streven is dat medewerkers:

1. Binnen twee maanden na de kick-off van het project de zelfscan doen.
2. Minimaal één keer per maand gebruik maken van het platform om hun digitale vaardigheden te verbeteren.
3. Na afloop van het project medewerkers de zelfscan nogmaals laten invullen om hun verbeterde digitale vaardigheden te zien.

Leidinggevenden spelen een belangrijke rol. We willen leidinggevenden inspireren medewerkers uit hun teams te stimuleren tot het

gewenste gedrag. Zij hebben een voorbeeldfunctie. Daarom verwachten/vragen we specifiek:

Digivaardig is minimaal één keer per maand een vast punt op de agenda van het werkoverleg.

Goede en tijdige communicatie met alle betrokkenen bepaalt in belangrijke mate het succes van dit

project. In dit plan zijn de communicatieaanpak en -acties beschreven.



3. Doelgroep

De houding en ontwikkeling van de gemeente-medewerkers met betrekking tot digitale middelen is niet per definitie gekoppeld aan de functie die iemand uitoefent. Voor de communicatiecampagne verdelen we de medewerkers in de gemeente daarom niet op basis van functie, maar op basis van de wijze waarop ze met digitale vaardigheden omgaan.

Er zijn twee doelgroepen waarin we ons richten in de communicatie:

1. Medewerkers (om aan de slag te gaan met hun digitale vaardigheden)

2. Teamleiders/-managers (om aan de slag te gaan met hun digitale vaardigheden én om de leden van hun teams te motiveren om aan de slag te gaan)

De medewerkers en teamleiders/-managers kun je onderverdelen in vier persona's (op basis van de wijze waarop ze met digitale vaardigheden omgaan)

- De digitale enthousiasteling
- De digivaardige professional
- De aarzelende technologiegebruiker
- De analoge idealist

3.1 Vier persona's

Hieronder een korte beschrijving van het gedrag per persona.

Digitale enthousiasteling:

De digitale enthousiasteling maakt gebruik van digitale middelen en wil graag meer en sneller. ICT-basisvaardigheden zijn voor de digitale enthousiasteling vanzelfsprekend. Hij maakt zich nieuwe digitale middelen snel eigen, snapt hoe soft- en hardware werkt, lost problemen met digitale middelen op en beantwoordt graag vragen van collega's. De digitale enthousiasteling is van nature nieuwsgierig naar (nieuwe) digitale middelen.

Digivaardige professional:

De digivaardige professionals weet zijn weg met digitale middelen prima te vinden, maar spant zich niet bovenmatig in om met de nieuwste digitale middelen te werken. De digitale vaardigheden van de digivaardige professional zijn toereikend om het werk nu en in de nabije toekomst goed te kunnen doen. Hij heeft de ICT-basisvaardigheden onder de knie. Werken de digitale middelen niet helemaal naar behoren? Dan vindt de digivaardige professional wel olifantenpaadjes om daarmee om te gaan. De digivaardige professional heeft een kritisch onafhankelijke houding naar digitale middelen. Vergeleken met de digitale enthousiasteling is hij wat passiever in zijn aanpak. De digivaardige professional onderneemt pas actie als de actualiteit daarom vraagt.

De aarzelende technologiegebruiker

Dit persona heeft weinig kennis van technologie. Daarnaast richt hij/zij zich vooral op het werk. De aarzelende technologie gebruiker heeft moeite met ICT-basisvaardigheden. Hij/zij is niet zozeer bang om nieuwe vaardigheden te leren, maar is wel kritisch over (nieuwe) digitale middelen. Hij/zij leert nieuwe vaardigheden alleen als dat duidelijk meerwaarde heeft voor het werk. Als de aarzelende technologie gebruiker vermoeid wordt met kennis die niet strikt noodzakelijk is, kan het hem/haar snel gaan duizelen.

De analoge idealist

De analoge idealist is negatief en heeft een afkeer van alles wat met digitalisering te maken heeft. Er is veel weerstand. Voor analoge idealisten is het vooral een uitdaging om basisvaardigheden te

leren. Bijvoorbeeld veilig een mail versturen. Veel analoge idealisten zitten in een vicieuze cirkel. Ze leren de basisvaardigheden niet omdat ze geen affiniteit hebben met of zelfs angst hebben voor digitale middelen. Vaak vinden analoge idealisten het moeilijk om eerlijk te vertellen over hun worstelingen. Sommigen zijn bang om dom gevonden te worden door collega's.

Terugkerende groep binnen de verschillende type persona's: drukke prioriteitenstellers

In de vier verschillende doelgroepen bevinden zich ook drukke prioriteitenstellers. Om deze groep te bereiken is het belangrijk om te communiceren met feitelijke informatie. Daarnaast is het belangrijk dat het belang wordt gecommuniceerd, dat inspanningen zich pas op de lange termijn uitbetalen en dat tijdsbesparing wordt benadrukt.





3.2 Analyse van de doelgroepen

1. **Motivatie** - wat willen ze doen?
2. **Capaciteit** - Weten mensen wat er van ze verwacht wordt en kunnen ze het gedrag ook daadwerkelijk vertonen?
3. **Gelegenheid** - Krijgen mensen ook daadwerkelijk de kans om het gewenste gedrag te vertonen?

Het gewenste gedrag vindt plaats als mensen de

motivatie, capaciteit en gelegenheid hebben om het gedrag uit te voeren. Als 1 van deze 3 elementen niet aanwezig is gaat gedragsverandering niet plaatsvinden.

Per doelgroep wordt de huidige stand van zaken op deze drie onderdelen hieronder beschreven.

Digitale enthousiasteling – medewerker en leidinggevenden

Motivatie		Capaciteit		Gelegenheid
Motieven	Weerstand	Wat weten ze	Wat kunnen ze	Benodigdheden
Willen vooroplopen		Weten <u>nog niet</u> welk gedrag van ze verwacht wordt	Ze kunnen <u>goed</u> omgaan met een computer, tablet of smartphone	Ze hebben toegang tot een computer, tablet of smartphone
Willen vernieuwing		Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van het leerplatform		Ze hebben toegang tot het internet
Willen uitdaging		Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van de zelfscan		Ze hebben <u>nog geen</u> toegang tot het leerplatform
Willen snelheid		Weten <u>nog niet</u> van de verschillende niveaus van het leeraanbod		Ze hebben reminders aan het gewenste gedrag nodig
Zijn positief over digitalisering		Hebben uitgebreide kennis van digitale vaardigheden		

Mensen betrekken bij het proces en de besluitvorming draagt bij aan motivatie en draagvlak, zolang de informatie maar wordt aangepast aan de doelgroep. Meer digivaardige mensen kun je vragen mee te denken in de besluitvorming. Bijvoorbeeld bij de aanschaf van een bepaalde applicatie of andere technologie.

De digivaardige professional heeft een kritisch onafhankelijke houding naar digitale middelen. Vergeleken met de digitale enthousiasteling is hij wat passiever in zijn aanpak. De digivaardige professional onderneemt pas actie als de actualiteit daarom vraagt. Bijvoorbeeld omdat inwoners actief zijn op social media of omdat de werkgever een nieuwe technologie heeft aangeschaft.

Digivaardige professional– medewerker en leidinggevenden

Motivatie		Capaciteit		Gelegenheid
Motieven	Weerstand	Wat weten ze	Wat kunnen ze	Benodigheden
Meedenken besluitvorming		Weten <u>nog niet</u> welk gedrag van ze verwacht wordt	Ze kunnen <u>goed</u> omgaan met een computer, tablet of smartphone	Ze hebben toegang tot een computer, tablet of smartphone
Betrokkenheid		Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van het leerplatform	Basiskennis Social Media	Ze hebben toegang tot het internet
Passief en af-wachtend		Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van de zelfscan	Weet goed met google om te gaan	Ze hebben <u>nog geen</u> toegang tot het leerplatform
Kritisch		Weten <u>nog niet</u> van de verschillende niveaus van het leeraanbod	Kan prima de potentie van nieuwe digitale middelen inschatten	Ze hebben reminders aan het gewenste gedrag nodig
Onafhankelijk		Hebben uitgebreide kennis van digitale vaardigheden		

Aarzelende technologiegebruiker – medewerker en leidinggevenden

Motivatie		Capaciteit		Gelegenheid
Motieven	Weerstand	Wat weten ze	Wat kunnen ze	Benodigheden
Willen gemak	Hebben geen interesse	Weten <u>nog niet</u> welk gedrag van ze verwacht wordt	Ze kunnen <u>redelijk</u> omgaan met een computer, tablet of smartphone	Ze hebben toegang tot een computer, tablet of smartphone
Willen laagdrempeligheid	Vinden het niet belangrijk	Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van het leerplatform		Ze hebben toegang tot het internet
Staan neutraal tegenover digitalisering	Vinden het niet noodzakelijk	Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van de zelfscan		Ze hebben <u>nog geen</u> toegang tot het leerplatform
	Vinden het niet leuk	Weten <u>nog niet</u> van de verschillende niveaus van het leeraanbod		Ze hebben reminders aan het gewenste gedrag nodig
		Hebben <u>weinig</u> kennis van digitale vaardigheden		

Analoge idealist – medewerker en leidinggevenden

Motivatie		Capaciteit		Gelegenheid
Motieven	Weerstand	Wat weten ze	Wat kunnen ze	Benodigdheden
Willen gemak	Staan negatief tegenover digitalisering	Weten <u>nog niet</u> welk gedrag van ze verwacht wordt	Ze kunnen <u>niet zo goed</u> omgaan met een computer, tablet of smartphone	Ze hebben toegang tot een computer, tablet of smartphone
Willen laagdrempeligheid	Vinden het niet belangrijk	Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van het leerplatform		Ze hebben toegang tot het internet
	Vinden het niet noodzakelijk	Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van de zelfscan		Ze hebben <u>nog geen</u> toegang tot het leerplatform
	Vinden het niet leuk	Weten <u>nog niet</u> van de verschillende niveaus van het leeraanbod		Ze hebben reminders aan het gewenste gedrag nodig
	Vinden het te ingewikkeld	Hebben <u>weinig</u> kennis van digitale vaardigheden		

Drukke prioriteitensteller – medewerker en leidinggevenden

Motivatie		Capaciteit		Gelegenheid
Motieven	Weerstand	Wat weten ze	Wat kunnen ze	Benodigdheden
Willen snelheid	Hebben te weinig tijd/ te druk	Weten <u>nog niet</u> welk gedrag van ze verwacht wordt	Ze kunnen <u>redelijk</u> omgaan met een computer, tablet of smartphone	Ze hebben toegang tot een computer, tablet of smartphone
Willen gemak	Vinden het niet belangrijk	Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van het leerplatform		Ze hebben toegang tot het internet
Willen balans in het werk	Vinden het een extra belasting	Weten <u>nog niet</u> van de beschikbaarheid van de zelfscan		Ze hebben <u>nog geen</u> toegang tot het leerplatform
Staan neutraal tegenover digitalisering	Vinden het niet noodzakelijk	Weten <u>nog niet</u> welke voordelen digitale vaardigheden hebben		Ze hebben reminders aan het gewenste gedrag nodig
		Hebben basiskennis van digitale vaardigheden		



4. Aandachtspunten en communicatieboodschappen

De volgende aandachtspunten en communicatieboodschappen van belang:

Doelgroep	Aandachtspunten	Communicatieboodschappen
Allen	• Verpak de boodschap aantrekkelijk. Hierdoor staan mensen meer open voor je boodschap en denken ze er positiever over. • Laat het goede gedrag zien: goed voorbeeld doet goed volgen. • Geef concrete aanwijzingen. • Vermijd ontkenning en negatieve formulering. • Koppel positieve associaties aan het gewenste gedrag. Emotie heeft erg veel invloed op gedrag. • Communicatieve uitingen koppelen aan eventuele nieuwe coronamaatregelen. • Kort/beeldend – niet te veel woorden.	• Iedereen krijgt de tijd/ruimte om aan de slag te gaan met zijn/haar digitale vaardigheden. • Maak maandelijks tijd (minimaal 1 uur) vrij om met je digitale ontwikkeling aan de slag te gaan. • De wereld om je heen ontwikkelt zich snel op digitaal gebied. Het is nodig om bij te blijven om je werk goed te blijven doen. • Werken aan je digitale vaardigheden is normaal, het is de norm. • De buitenwereld (klanten) verwacht dat je dienstverlening digitaal is. • Het is leuk om aan de slag te zijn met je digitale vaardigheden. • Digicoaches kunnen je ondersteunen bij het ontwikkelen van je digitale vaardigheden. • Digitale vaardigheden maken je werk makkelijker. • Er zijn verschillende mogelijkheden om aan je digitale vaardigheden te werken. De keuze is aan jou!
Digitale enthousiasteling	• Rol geven in het uitdragen naar collega's hoe leuk digitale vaardigheden kunnen zijn. • Laten zien hoe ook deze doelgroep bij kan leren.	• Het leerplatform is niet alleen voor beginners, maar ook juist voor mensen met ervaring. Het is afgestemd op jouw wensen. • Als je aan de slag blijft met je digitale vaardigheden blijf je vooroplopen. • Het leerplatform biedt jou de allernieuwste tips en tricks.
Digivaardige professional	• Vroegtijdig meedenken en betrekken bij het proces • Informatie aanpassen aan de doelgroep	• Het leerplatform is niet alleen voor beginners, maar ook juist voor mensen met ervaring. Het is afgestemd op jouw wensen. • Als je aan de slag blijft met je digitale vaardigheden blijf je vooroplopen. • Het leerplatform biedt jou de allernieuwste tips en tricks. • Nu werken aan je digitale vaardigheden is later er profijt van hebben in je werk!
Aarzelende technologiegebruiker	• Houd het simpel. • Maak het verzoek klein. • Voordelen benadrukken.	• Je dagelijkse werk gaat sneller en makkelijker wanneer jij je digitale vaardigheden ontwikkelt. • Je hoeft niet elke dag te investeren in je digitale vaardigheden, begin rustig met één keer per maand en zie wat het oplevert.

Analoge idealist	• Houd het simpel. • Maak het verzoek klein. • Voordelen benadrukken. • Voorbeelden van successen.	• De kern (of kwaliteit) van je werk verandert niet, digitale vaardigheden verrijken het juist. • Je krijgt meer tijd voor de klant wanneer jij je digitale vaardigheden ontwikkelt. • De kwaliteit van je dienstverlening verbetert wanneer je digitale middelen en technologie beter gebruikt. • Digitale middelen vervangen analoge situaties niet, maar vullen het aan. • Je hoeft niet elke dag te investeren in je digitale vaardigheden, begin rustig met één keer per maand en zie wat het oplevert.
Teamleiders/-managers	• Verpak de boodschap aantrekkelijk. Hierdoor staan mensen meer open voor je boodschap en denken ze er positiever over. • Laat het goede gedrag zien: goed voorbeeld doet goed volgen. • Geef concrete aanwijzingen. • Vermijd ontkenning en negatieve formulering. • Koppel positieve associaties aan het gewenste gedrag. Emotie heeft erg veel invloed op gedrag. • Communicatieve uitingen koppelen aan eventuele nieuwe coronamaatregelen. • Kort/beeldend – niet te veel woorden.	• Het vergroten van de digitale vaardigheden van je team levert een betere kwaliteit van dienstverlening op. • Het vergroten van de digitale vaardigheden levert een tijdsbesparing op. • Door het vergroten van de digitale vaardigheden van je team loopt de implementatie van nieuwe applicaties beter. • Een digitaal vaardige medewerker heeft minder stress, meer zelfvertrouwen en meer plezier in zijn/haar werk. • Iedereen kan digitaal vaardiger worden. Digitale vaardigheden zijn in elke functie belangrijk.
Drukke prioriteitensteller	• Houd het simpel. • Maak het verzoek klein. • Voordelen benadrukken.	• Je dagelijkse werk gaat sneller en makkelijker wanneer jij je digitale vaardigheden ontwikkelt. • Er komt meer tijd vrij wanneer jij je digitale vaardigheden ontwikkelt. • Je krijgt meer tijd voor de klant wanneer jij je digitale vaardigheden ontwikkelt. • De kwaliteit van je dienstverlening verbetert wanneer je digitale middelen en technologie beter gebruikt. • Technologie kan je juist kan ontlasten in je werk. • Je hoeft niet elke dag te investeren in je digitale vaardigheden, begin rustig met één keer per maand en zie wat het oplevert.





5. Communicatiestrategie

5.1 Maatregelen/content

Gedurende de campagne zetten we drie soorten maatregelen/content in: hero, hub en hygiëne.

Hero:

- Unieke, grootschalige content/communicatie die het project in de spotlight zet en aandacht genereert. Bijvoorbeeld de kick off.
- Staat slechts een aantal keer op de planning.

Hub:

- Zorgt ervoor dat de doelgroep zich verbonden voelt, geboeid blijft en terugkomt. Dit is vaak een website/het platform.
- Komt regelmatig terug in de planning

Hygiëne:

- Komt altijd beschikbaar en helpt/ondersteunt de doelgroep.
- Komt vaak voor in de planning

Hier een aantal voorbeelden per categorie die ingezet worden in het project.

Hero – eenmalige grootschalige communicatie-uiting

- Digitale kick-off organiseren
- Startpakket voor de teamleiders
- Strippenkaart digicoach
- Infographic en instructieflyer

Hub – regelmatig terugkerende communicatie-uiting

- Medewerkers informeren over voortgang en verwachtingen (duidelijkheid creëren)
- Leidinggevendenden informeren over voortgang en verwachtingen (duidelijkheid creëren)
- Succesverhalen/voorbeelden delen met een filmpje of artikel (op elkaar lijken, vergelijking met anderen + laten zien)
- Digitale bloopers delen d.m.v. filmpje of artikel (op elkaar lijken, vergelijking met anderen + laten zien)
- Posters op locaties
- Digidonderdagtips
- Digitale blooper filmpjes
- Certificaat uitdelen

Hygiëne – altijd beschikbaar

- Bestaande kanalen (intranet) inzetten om informatie te verspreiden over het project
- Digitale complimentkaarten beschikbaar stellen op het leerplatform (belonen + contact maken).
- Inzetten ambassadeurs/ micro influencers (op elkaar lijken, vergelijking met anderen, voorbeeldgedrag, persoonlijk contact + laten zien).
- Inspiratiesessies aanbieden over onderwerpen over digitale vaardigheden.
- Inzetten digicoaches/buddyprogramma (persoonlijk contact + makkelijk maken).
- Inspiratiesessies aanbieden over onderwerpen over digitale vaardigheden

Toelichting ambassadeurs/ micro influencers

Uit onderzoek is gebleken dat gedrag sterk wordt beïnvloed door sociale omgeving. Volgens CASI (2019) hebben andere invloed op het gedrag, zoals vrienden of collega's die het (goede) voorbeeld geven. Dit heeft bewust en onbewust invloed op gedrag. Daarom gaan we gebruikmaken van ambassadeurs/ micro influencers om het gebruik van Digivaardig in hun omgeving te stimuleren. De micro influencers/ambassadeurs zijn met name afkomstig uit de groep **'digitale enthousiasteling'**.

Dit wordt per gemeente opgezet en uitgewerkt, bij elke gemeente is dit een eigen groep medewerkers. Daarnaast is het belangrijk dat de teamleiders en directieleden ook fungeren als ambassadeurs van Digivaardig.

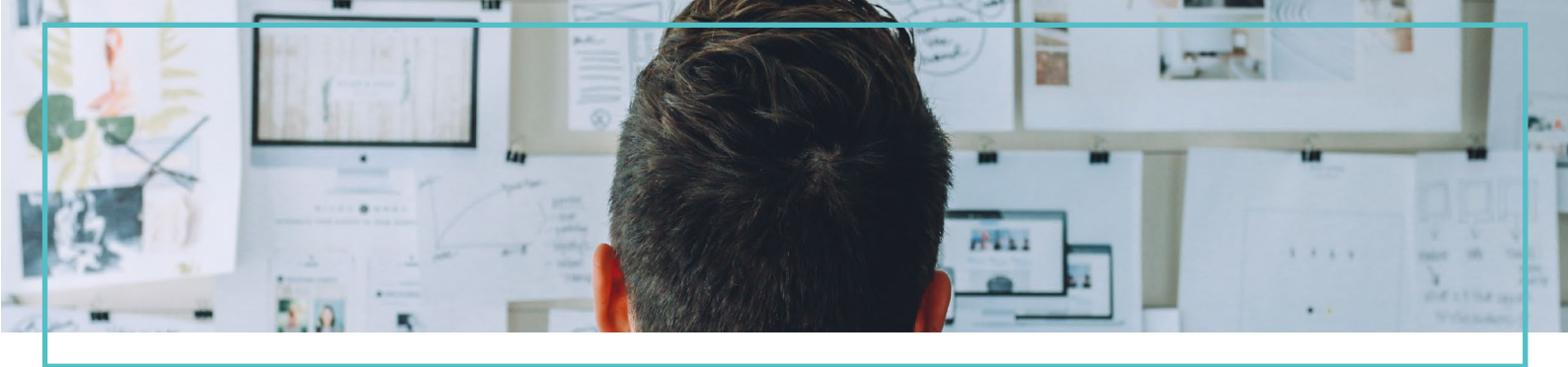
Toelichting digicoaches/buddyprogramma

Bied de juiste ondersteuning en hulp om de aarzeling bij de groep te verminderen en idealiter weg te nemen. Koppel een ervaren digicoach aan een aarzelende technologiegebruiker.

Dit geeft medewerkers een duwtje richting het gewenste gedrag. Medewerkers kunnen het spannend vinden om vragen te stellen, als ze een vaste buddy hebben kan de barrière om iets te vragen worden verkleind. Dit wordt per gemeente opgezet en uitgewerkt, bij elke gemeente is dit een eigen groep medewerkers.

5.2 Kanalen per gemeente

Assen	Westerkwartier	Groningen
• Platform digivaardig • Intranet (statisch) • Narrowcasting (op locatie en smartphone) • Website POINT • Maandelijkse nieuwsbrief POINT • Tweewekelijkse thuiswerk nieuwsbrief • Wekelijkse mail gemeentesecretaris • Mail (voor beperkte groepen, niet hele organisatie) • Managementoverleg • Weekstart teams • Post • Digicoaches • Ambassadeurs	• Platform digivaardig • Westernet (sociaal intranet) • Teamoverleg • Mail (geen voorkeur) • Digicoaches • Poll • Nieuwsbrief • Directie/teamleiders overleg • Zeepkistsessie • Directiereflectie • Post thuiswerkers • Posters op locatie • Maatwerk buitendienst	• Platform digivaardig • Sociaal intranet • Intranetgroep 'werk en opleiding' • Nieuw leerplatform • Narrowcasting (op locatie) • Digicoaches • Mail • Team overleggen • Ambassadeurs • Nieuwsbrief • Posters op locatie • Post • Weekstart Teams



6. Planning

Wat betreft de communicatie zijn er vier fases in het project. Fase 2 is opgedeeld in twee subfases.

Fase 0: Prikkelen - Februari

Voordat het project van start gaat wordt er alvast een tipje van de sluier opgelicht. De boodschap is dat er iets nieuws komt, wat dat precies is wordt later duidelijk. Op deze manier breng je Digivaardig alvast subtiel onder de aandacht bij de medewerkers.

Alvast delen van communicatiemateriaal (aftel filmpje/aankondiging) via verschillende kanalen (intranet/nieuwsbrief).

Fase 1: Start project - Maart

Het project start met de kick-off. De kick-off is de actie om het project duidelijk te markeren binnen de gemeente. Op deze manier breng je het platform onder de aandacht en komen veel medewerkers in contact met Digivaardig. Daarnaast is het doel om medewerkers te enthousiasmeren en te stimuleren om gebruik te maken van het platform. Om beide doelen te behalen worden verschillende middelen ingezet. Namelijk: filmpjes, berichten op intranet, het veranderen van de desktop, eventuele aanvullingen. Leidinggevend worden op de hoogte gesteld en hun rol wordt benadrukt.

Fase 2: Implementatie - Februari – Juli

Tijdens fase 2 is het belangrijk om consistent te communiceren naar de verschillende doelgroepen toe. Het communicatiemateriaal sluit aan bij de behoefte van de doelgroep. Door consistent te communiceren herinner je ze aan het gebruik van

het platform. Daarnaast maak je door de communicatie ook de noodzaak van het gebruik van het platform duidelijk. Daarnaast is het voor beide subfases belangrijk dat leidinggevend het goede voorbeeld geven en het gebruik van het platform stimuleren binnen de afdeling. Niet alleen door de zelfscan te doen en het over Digivaardig te hebben maar ook door het goede voorbeeld te laten zien. Contactmomenten en het spiegelen van gedrag zijn hier belangrijke elementen.

Sub fase 1: Focus op de zelfscan - Maart

In subfase 1 is het belangrijk dat het maken van de zelfscan wordt benadrukt. Verschillende elementen zijn belangrijk bij het motiveren van medewerkers om de zelfscan te doen.

- Communicatief begeleiden zodat het eerste doelen wordt behaald. Namelijk: het doen van de zelfscan.
- Communicatiematerialen naast elkaar gebruiken: Intranet, nieuwsbrieven, filmpjes, infographics. Dit is afgestemd op de vier verschillende persona's.
- De leidinggevend ondersteunen en motiveren en het aanbieden van materiaal en hulp waar nodig.

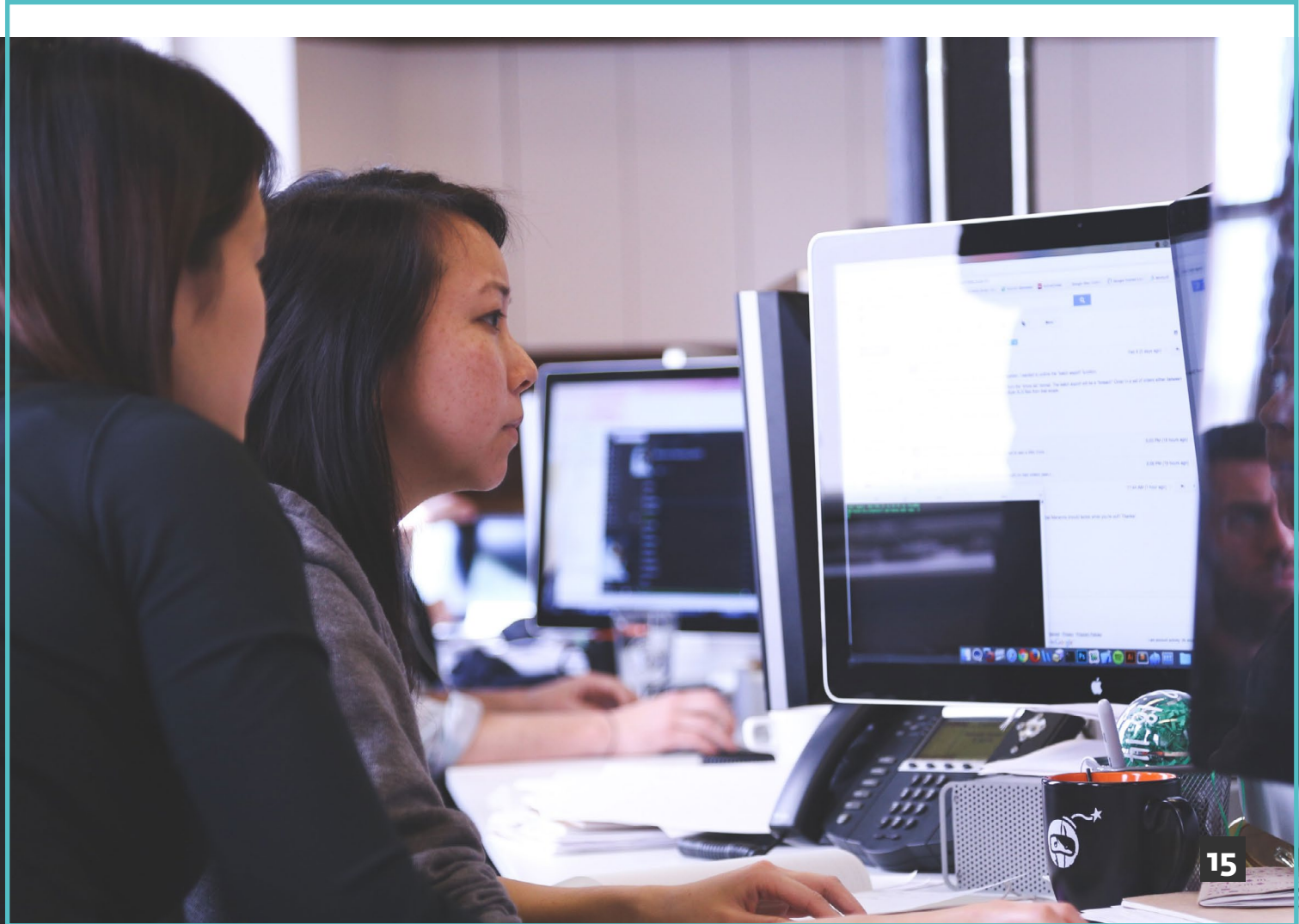
Sub fase 2: Focus andere doelen - April-Augustus

- Communicatief begeleiden zodat de doelen wordt behaald. Namelijk: gebruik van het platform en het platform wordt onder de aandacht gebracht door leidinggevend.
- Communicatiematerialen naast elkaar gebruiken: Intranet, nieuwsbrieven, filmpjes, infographics.

- Communicatie specifiek voor de vier verschillende persona's.
- Storytelling en begrip creëren door het delen van verhalen en digitale ervaringen van collega's.
- Persoonlijke succesverhalen en feitelijke informatie verspreiden wat Digivaardig oplevert. Dit kan op verschillende manieren: Infographic, cartoon, filmpje, poster.
- De leidinggevenden ondersteunen en motiveren en het aanbieden van materiaal en hulp waar nodig.
- Inspirerende activiteiten en sessies organiseren.

Fase 3: Afronding project: November

- Creëren aandacht voor de tweede zelfscan.
- Communiceer dit via dezelfde kanalen: zoals intranet, nieuwsbrieven en via leidinggevenden.
- Communiceren wat het project heeft opgeleverd, hier kunnen cijfers worden genoemd. Bijvoorbeeld het aantal uur dat is bespaard nu de digitale vaardigheden op pijl zijn.



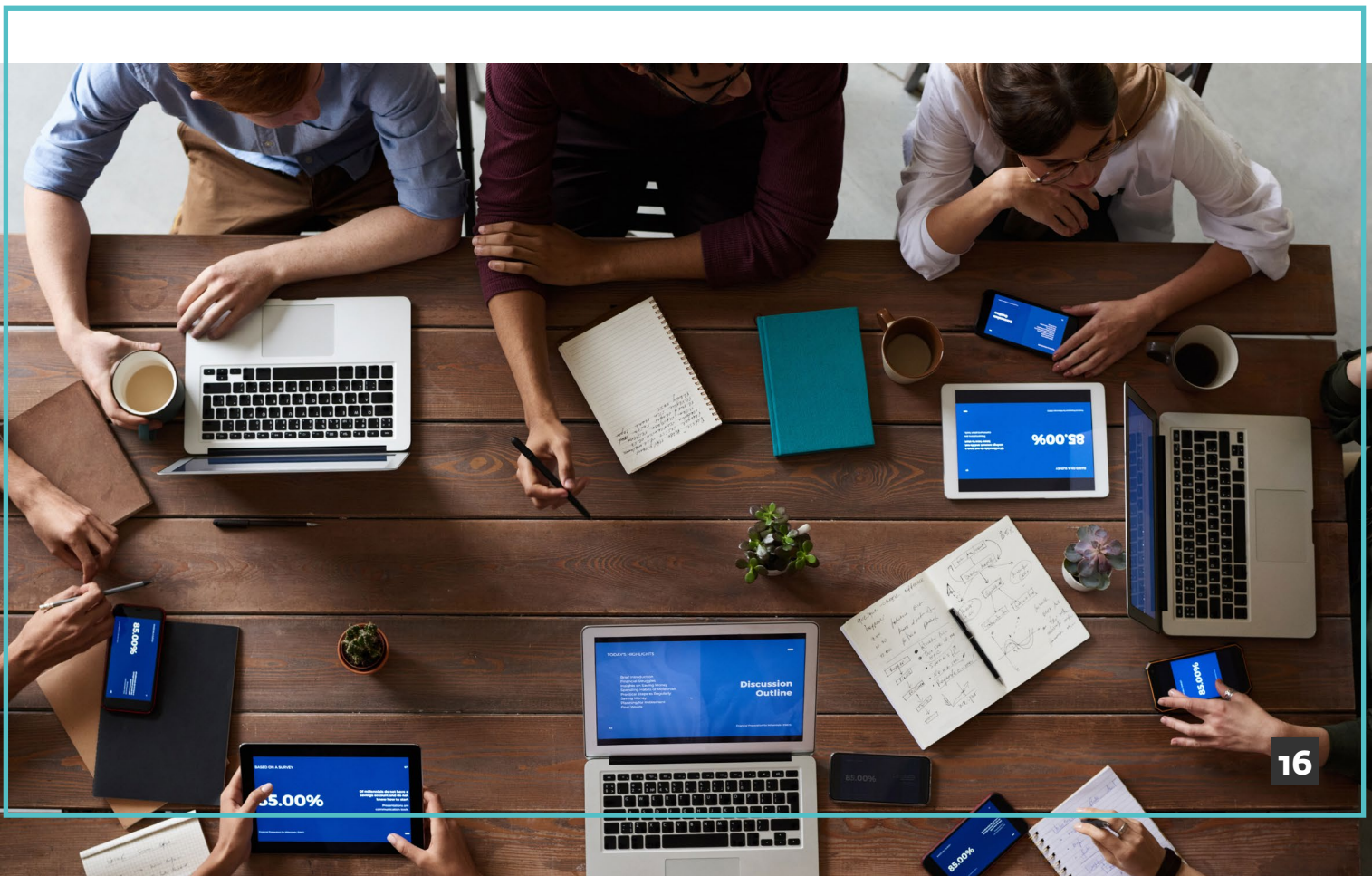
7. Kosten

Voor communicatie is 20.000 euro gereserveerd.
We verwachten binnen de begrote kosten te blijven.

8. Afronding van het project

Als het project aan het eind van het jaar wordt afgerond is er extra aandacht voor de 2e zelfscan, via dezelfde kanalen als de start van het project.

De resultaten en het vervolg van dit project worden na de evaluatie en besluitvorming feestelijk/ ludiek gepresenteerd.



Digivaardig in de gemeente

