

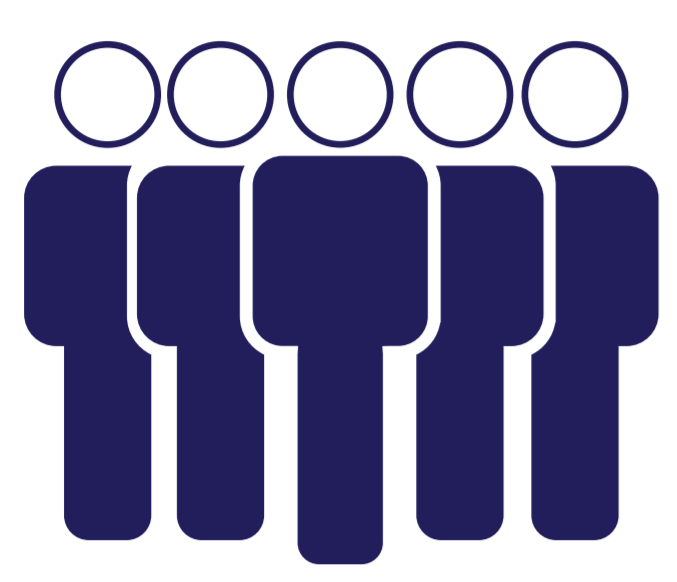
# EINDRAPPORTAGE WEEK VAN DE (DIGITALE) DIENSTVERLENING JULI 2022

## Week van de Digitale Dienstverlening

Een week georganiseerd voor en door gemeenten (zonder grootse centrale organisatie wat op zichzelf al innovatief is) om de snel ontwikkelende dienstverlening met bijbehorende effecten op ICT en mens onder de aandacht te brengen. Naast er bewustwording gecreëerd wordt op het gebied van de diverse (innovatieve) initiatieven in de dienstverlening en wat dit vraagt van mens en organisatie willen we ook de meest innovatieve en herbruikbare initiatieven delen zodat gemeenten hier hun voordeel mee kunnen doen. Ook hopen we dat deze week verbinding ontstaat tussen mensen en initiatieven en dat uiteindelijk een blijvende community ontstaat met passie voor ontwikkeling van (innovatieve en passende) dienstverlening en het effect op en de rol van de mens hierbij.

## De drie thema's

- Tijdens de Week van de Dienstverlening - georganiseerd in week 25 (juni 2022) werden door verschillende organisaties in het land workshops georganiseerd rondom 3 thema's:
- DNA Dienstverlening – Houding en gedrag van en samenwerking tussen medewerkers in de (interne en externe) dienstverlening. En het effect van de veranderende manieren dienstverlening hierop.
  - ICT – Inzicht in vernieuwende initiatieven op het gebied van dienstverlening zoals bijvoorbeeld Omnichannel Dienstverlening, Gemeentedelers, Digicampus, etc.
  - Kennis en vaardigheden – De kennis en vaardigheden die medewerkers nodig hebben in de veranderende manier van dienstverlening



5

Organisatoren



62

Workshops

in



19

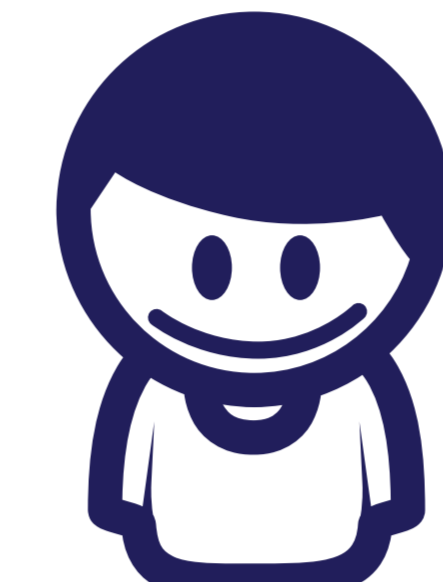
Gemeenten

en



5

Andere organisaties



1183

Deelnemers

uit



74

Gemeenten

en



34

Andere organisaties

## Het proces



**Idee:** Het begint natuurlijk met een idee - De Week van de Dienstverlening. Dat idee was er vorig jaar al en toen is er binnen verschillende gemeenten al een week georganiseerd met activiteiten rondom dienstverlening. Dit zou al gezien kunnen worden als eerste experiment waaruit bleek dat het binnen de individuele gemeenten een succes was. Toen ontstond de droom om dit ook Landelijk voor elkaar te krijgen.



**Draagvlak:** Om te inventariseren of er draagvlak was voor een week van de dienstverlening is er contact gezocht met andere gemeenten en bleek dat het onderwerp als belangrijk ervaren werd en er zeker interesse was om hier workshops over te organiseren in een gezamenlijke week van de dienstverlening.



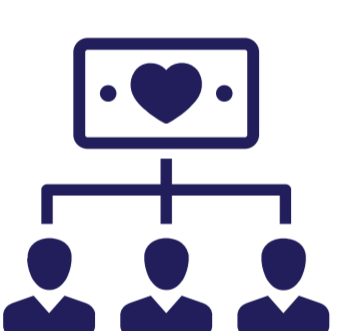
**Samenstellen projectteam:** Budget voor een groot event was er niet. Dus is er een samenwerking ontstaan tussen verschillende (gemeentelijke) organisaties die elkaar kenden via de werkgroep omnichannel dienstverlening en Gebruiker Centraal. Er ontstond een kernteam met 5 leden dat de drijvende kracht was in de organisatie en dat uitvoerende activiteiten deels neerlegde bij de deelnemende gemeentelijke organisaties.



**Van idee tot concept:** In deze fasen hebben we de volgende stappen uitgevoerd: definiëren uitgangspunten, bepalen benodigde middelen, in kaart brengen van benodigde processen.



**Van concept tot events:** In deze fase lagen al onze activiteiten in lijn met het krijgen van aandacht voor de Week van de Dienstverlening en het creëren van extra draagvlak. Zo zijn er presentaties gegeven, oproepen geplaatst voor workshopgevers, veel één op één gesprekken gevoerd, publicaties gepubliceerd en verbinding gezocht met andere netwerken op het gebied van dienstverlening. Ook kwam het Pleio platform voor informatie en inschrijvingen online en zijn er middelen ontwikkeld voor de workshopgevers zoals een voorbeeldpresentatie en een eindevaluatie. Met name toen workshopgevers zich in gingen inschrijven op Pleio werd het event langzaam maar zeker steeds concreter.



**Van events tot deelnemers:** Toen de workshops eenmaal grotendeels bekend waren verschoof de focus naar het vinden van deelnemers. Lastig omdat de cirkel van invloed van het projectteam maar klein was en ze daarmee afhankelijk waren van de bereidwilligheid en tijd van hun netwerk. Het projectteam zocht naar de juiste ingangen om de doelgroepen te bereiken (zoals LinkedIn, koepelorganisaties). Er werd veel gecommuniceerd over de week van de dienstverlening (LinkedIn, nieuwsbrieven en berichten die op de intranetten van de verschillende gemeenten geplaatst konden worden. Dit betrof ook publiciteit voor de individuele sessies. Tot slot was er in deze fase de voorbereiding van de individuele events (zoals opening, key-note, afsluiting).



**Het grote genieten:** In de week van de dienstverlening ging het los. Informatie voor deelname aan de workshop (locatie en link) werden gemaild. De workshops werden gegeven en het was gewoon tijd om te genieten van het resultaat van het harde werken.



**Terugkijken:** Zoals altijd bij een eerste keer is evalueren belangrijk. Dus is ook daar tijd voor genomen. Aan de hand van ingevulde evaluatieformulieren en tijdens een bijeenkomst zijn de inzichten gedeeld. De lessons learned zijn in de kolom hiernaast te vinden. Belangrijkste conclusie was dat het voor herhaling vatbaar is!



**Vooruitkijken:** Vanuit verschillende kanten (onder andere gemeentesecretarissen) is uitgesproken dat het belangrijk is dat dit onderwerp jaarlijks terugkomt. Tijd dus om na te denken over de borging voor de toekomst. Dit is nog in volle gang, maar met verschillende partijen (zoals VDP, gemeente delers) wordt het gesprek gevoerd om het concept te adopteren, Pleio als kennisbank en inspiratieplek door te ontwikkelen en een nieuw projectteam samen te stellen voor volgend jaar.

## Lessons Learned

**Passie:** Op het moment dat er passie is op een gezamenlijk onderwerp wordt het veel gemakkelijker om over dat onderwerp een week te organiseren vol workshops en informatieve lezingen. Mensen zijn gedreven, willen graag kennis delen en maken tijd. Maar is die passie er ook aan de ontvangende kant? Als dat minder is of de prioriteiten daar anders liggen is het lastig deelnemers te vinden.



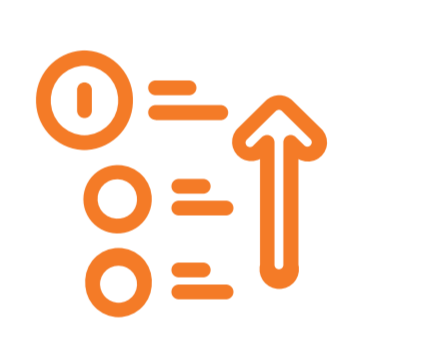
**Cirkel van invloed:** In een team van 5 is de cirkel van invloed als het gaat om uitvoering beperkt. Zij gaan immers niet over het takenpakket en de prioritering van mensen op andere afdelingen en/of in andere organisaties. Denk hierbij aan bijvoorbeeld het plaatsen van informatie over de week en de workshops op de intranetten van verschillende gemeenten. Het vrijmaken van tijd om workshops te kunnen volgen voor bijvoorbeeld baliemedewerkers. Als op die plekken geen prioriteit is voor dit onderwerp kan het projectteam weinig aan doen. Het was dus constant zoeken naar manieren om mensen te verleiden om bepaalde werkzaamheden uit te (laten) voeren.



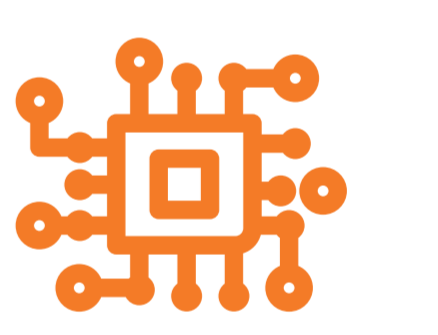
**Leef je in:** Om te weten hoe je workshopgevers, deelnemers, communicatieafdelingen, managers van dienstverlenende afdelingen kunt verleiden om hun bijdrage te leveren is het belangrijk dat je weet wat hen beweegt, waar hun prioriteiten liggen en wat eventuele procedures zijn. Tijd om je in te leven dus! Want alleen dan kun je de juiste manieren vinden om ze te verleiden om mee te werken. Dat inleven is iets wat onverwacht veel tijd kost en waar best meer tijd aan besteed had mogen worden. Dat laat zich vooral zien in het deelnemers aantal.



**Prioriteiten:** Naast het bereiken van doelgroepen en het vrijmaken van bijv. baliemedewerkers zijn er ook andere mogelijke oorzaken van een laag deelnemersaantal gespot. De planning: er is iedere week wel een -week van iets-, waar maken medewerkers tijd voor? Het viel voor een aantal gemeente precies in de periode van de vaststelling van de nieuwe gemeenteraad en de daarbij loskomende plannen. En tot slot is er een grote krapte op de arbeidsmarkt. Veel gemeentelijke medewerkers hebben meer dan hun eigen portiewerk oop hun bord liggen en vinden het 'not done' om 'leuke dingen te doen' als er zoveel werk ligt.



**Digitale samenleving:** Sinds Covid hebben de digitale overlegvormen een ware vlucht genomen. En het lijkt wel of mensen hier een beetje lui van zijn geworden. Voor diverse workshops is aangegeven dat mensen niet gegaan zijn omdat het niet digitaal was. En dat terwijl juist ook het ontmoeten en het informele van een live ontmoeten extra waarde heeft door het informele samen zijn wat vaak leidt tot extra kennisuitwisseling en een groter netwerk. Iets wat zelden natuurlijk ontstaat tijdens een digitale bijeenkomst. Huiswerk voor een volgende week van de dienstverlening dus.



**Verborgene schatten:** Er zijn ook vele kleine initiatieven die niet zichtbaar waren. Zoals gebak voor de baliemedewerkers en intern het gesprek voeren. Deze zijn nu niet zichtbaar. Misschien is een nieuwsbrief na afloop van de Week van de Dienstverlening, waarin ook dit soort initiatieven onder de aandacht komen een idee? En als je dat wil moet je daar rekening mee houden in de voorbereiding.



**Een appel en een ei:** Uiteindelijk zijn de kosten van dit event laag vergeleken met andere groots opgezette events doordat 3 van de 5 projectleden dit vanuit hun eigen positie met de gemeente konden uitvoeren en alle workshopgevers om niet hebben gewerkt. Ook wat betreft locatie en apparatuur is gebruik gemaakt van wat er toch al bij gemeenten aanwezig is.



**Geld maakt niet gelukkig:** Bij inzet van medewerkers ten bate van andere organisaties wordt er vaak gelijk de vraag gesteld "En wie gaat mijn medewerker dan betalen?". En dat slaat dan vaak alle plannen dood. In dit geval hebben de leidinggevenden deze vraag niet gesteld. Ze vonden het onderwerp belangrijk en dus is er tijd en ruimte gemaakt. Het ging niet om geld, maar om het bereiken van een gezamenlijk doel. Uiteraard is het dan wel belangrijk dat ook de medewerkers zelf graag willen.



**Inwoners:** Uiteindelijk hebben 62 workshopgevers kennis gedeeld en 1183 deelnemers uit 74 gemeenten kennis vergaard. Dit komt ten bate van in totaal 6.806.608 inwoners! Dat is toch een mooie score voor de eerste Landelijke week van de Dienstverlening.



## Rode draad voor arbeidsmarkt en organisatie

Tijdens de workshops zijn ook inhoudelijke lessons learned verzameld. Deze vormen samen de rode draad op het gebied van arbeidsmarkt en organisatie.



- De tevredenheid van de inwoners over de gemeente wordt zelden enkel gevormd door digitale interactie. Juist de persoonlijke interactie zorgt voor de beleving bij de inwoner. Mensen vergeten weliswaar vaak de exacte bewoording waarin je iets brengt, maar ze vergeten nooit het gevoel wat je ze hebt gegeven. Als je dat goed doet leidt dit tot 'Customer Delight' (zelfs als de boodschap niet persé is waar men op gehoopt had). Het is belangrijk om medewerkers hiervan bewust te maken en de kennis en vaardigheden die hiervoor nodig zijn in het DNA Dienstverlening van medewerkers te verankeren.
- Innovatie binnen of digitalisering van de dienstverlening staat nooit los van bestaande dienstverlening of andere ontwikkelingen. Het vormt vaak een aanvulling, zelden een complete vervanging. Het is belangrijk dat de medewerkers (vaker dan nu het geval is) vanaf het begin betrokken worden bij de ontwikkeling hiervan om hun kennis te delen en hindernissen bij implementatie te voorkomen of beperken. Dat betekent dat leidinggevenden hun mensen hiervoor vrij moeten maken en zorgen dat ze de juiste kennis en vaardigheden hebben om in dit soort projecten mee te draaien en zich daar comfortabel genoeg in voelen om deze rol ook echt optimaal te vervullen. Vragen die hieruit voortvloeien zijn onder andere: Hoe maak je medewerkers vrij in deze krappe arbeidsmarkt en welke aanvullende kennis en vaardigheden hebben ze nodig om het meedraaien in projecten goed in te kunnen vullen?
- Niet iedereen is van de innovatie en verandering, en hoewel iedereen het natuurlijk fijn vindt om waardering voor de bestaande kennis, kunde en vakkundigheid te krijgen is het voor deze groep extra belangrijk.
- 'De basis moet op orde zijn' roept iedereen altijd. Maar houdt er wel rekening mee dat naar mate de tijd verstrijkt behoeften anders zijn en de basis dus altijd weer anders is. Hij is dus nooit volledig 'op orde'. Geef medewerkers in alle lagen van de organisatie de handvatten om hiermee om te gaan en vergeet niet dat dit nooit een reden is om niet te werken aan de 'Customer Delight'.

Tot slot nog een tip door de ervaring van het werken binnen dit project.

- Zoals eerder vermeld wordt bij het werken aan (semi) externe projecten altijd gelijk naar het geld voor de uren van de betrokken medewerker gekeken. Dit project heeft geleerd dat het ook anders kan. Is er een manier om dit te delen of er misschien handvatten voor en best practices over te publiceren. Want uiteindelijk is het alleen maar goed voor zowel de organisatie als de medewerker.