



COMMUNITYDAG

COMMUNITY
ONTWIKKELING EN
BEHEER

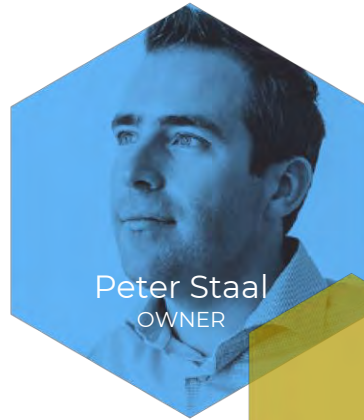
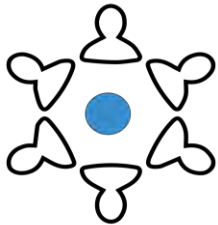
7 November, Utrecht

Kirsten
Wagenaar



- o Drs. Kirsten Wagenaar
- o Psycholoog
- o Community expert sinds 2008
- o Strategisch consultant
- o Medeoprichter bureau Bind (2017)
- o Blogger, vlogger, spreker, trainer

Wij zijn Bind



Peter Staal
OWNER



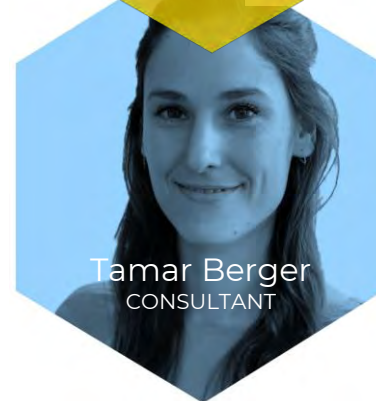
Kirsten Wagenaar
OWNER



Evelien Janson
CONSULTANT



Job Valkenburg
CONSULTANT



Tamar Berger
CONSULTANT

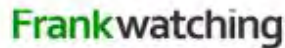




Gemeente Breda



Rijksdienst voor Ondernemend Nederland



HOME MSC BEDRIJFSKUNDE POSTACADEMISCH ONDERWIJS OVER DE RMA CONTACT

Radboud Management Academy Postacademisch onderwijs > Organiseren in Communities



post-master Organiseren in Communities

De omgeving van organisaties is fundamenteel aan het veranderen. Meer en meer vervagen de grenzen van organisaties, wordt kennis delen eenvoudiger door technologische toepassingen en zoeken organisaties naar verbinding. Dat vraagt om nieuwe manieren van (samen)werken. De opkomst van het fenomeen 'community' wordt in dit opzicht steeds belangrijker en er is dan ook veel aandacht voor ontstaan. Dat roept de vraag op wat een community nu eigenlijk is en hoe deze opgebouwd kan worden.

In deze post-master wordt een community gedefinieerd als een verzameling actoren of organisaties die op basis van gemeenschappelijke waarden of identiteitskenners...



Informatie

DOWNLOAD DE BROCHURE

WEBINAR 17 FEBRUARI 2022

Start
23 mei 2022

Duur
5 maanden

Programma
5 modules

Locatie
Radboud Management Academy





Wat is community en
hoe ontstaat
gemeenschapsgevoel?

A person is shown from the chest up, wearing a light-colored shirt. They are holding a smartphone in their right hand and looking at it. A laptop is visible in the lower left corner. The entire image has a blue overlay. A semi-transparent white rectangle is positioned in the upper half of the image, containing yellow text.

On- en offline platform(en) waar mensen met meerdere gemeenschappelijke kenmerken regelmatig bijeen komen vanwege een gezamenlijke behoefte, doel of visie

DEFINITIE

In hoeverre is er een gemeenschapsgevoel?



Muiswerk

WOORDENBOEK VAN MUISWERK EDUCATIEF

Ensie

gemeenschapsgevoel

gemeenschapsgevoel - zelfstandig naamwoord

uitspraak: ge-meen-schaps-ge-voel

1. gevoel dat je verbonden bent met je medemensen

◇ het gemeenschapsgevoel zorgt ervoor dat je je verantwoordelijk voelt voor anderen

Zelfstandig naamwoord: ge-meen-schaps-ge-voel

het gemeenschapsgevoel

de ens

Samenleven



Gemeenschapsgevoel (David McMillan '96)

- Bezieling – de relaties die we opbouwen en onderhouden
- Vertrouwen – duidelijke sociale normen
- Handel – uitwisselen van ervaring, kennis, gevoel etc
- Kunst – de collectieve verhalen en geschiedenis



Uit het stappenplan vakcommunity, stap 3: Basisorganisatie van de community inrichten

“Laat deze 4 pijlers terugkomen in je concrete doelen en de acties die je uit gaat voeren. Sluit daarbij aan bij de cultuur van je vakgebied: alles wat je doet, moet passen bij de cultuur van je vakgebied”

Denk hierbij aan:

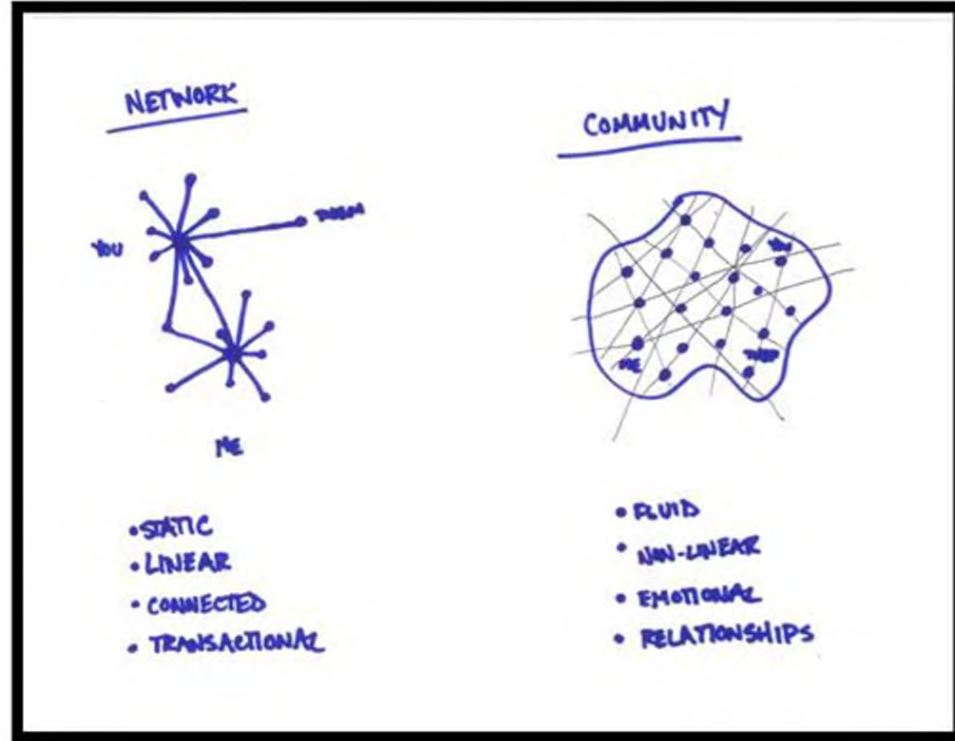


- Samen groundrules bepalen
 - Waar voelen leden zich prettig bij, welke verwachtingen bestaan er
- Een specifieke naam
- Herkenbaar embleem, logo, kleur
- Ophalen en bewaren van verhalen van de community – geschiedenis opbouwen
- Leden uitlichten
- Informele bijeenkomsten
- De missie regelmatig aanscherpen en terug laten komen



Waarin verschilt dit
van netwerken?

Een netwerk kan zich soms tot een community ontwikkelen





Meer dan duizend netwerkpartners, één doel

Netwerk Mediawijsheid zet zich als netwerkorganisatie in voor een mediawijs Nederland. Lees meer over wie wij zijn en hoe jij met jouw organisatie kunt meedoen.

Netwerk Mediawijsheid zet zich als netwerkorganisatie in voor de missie 'Iedereen aangesloten organisaties die zich actief inzetten voor mediawijsheid. Dat zijn onder mediacoaches, ontwikkelaars, uitgeverijen, onderzoeksinstituten, ict-bedrijven, med

Verhalen uit het netwerk



Mediawijsheid.nl

De betrouwbare wegwijzer in veilig en slim gebruik van (digitale) media

[HOME](#)[THEMA'S](#)[FILMPJES](#)[OVER ONS](#)[CONTACT](#)

Voor scholen

Lesmateriaal



IN HET NIEUWS

Digitale geletterdheid op school?
Weet wat werkt.
www.kennisnet.nl

VR-bril moet basisschoolleerlingen
weerbaar maken tegen shame-
sexting
www.nationaaleonderwijsgids.nl

'Digitale geletterdheid moet
versneld in curriculum' – PO/VO
www.vosabn.nl

Nieuwe toolkit helpt bij gesprek
over waarden en digitalisering
www.kennisnet.nl

Meer dreigingen vermoed als online
leerplatform
executive-people.nl



Hoe bewegen
mensen zich in
communities?

Waarom willen mensen onderdeel uitmaken van communities?

- Het is leuk
- Ik kan onderdeel zijn van iets groters
- Ik kan mijn netwerk uitbreiden
- Ik kan impact maken
- Ik kan iets leren
- Ik word gehoord en gezien



Aandeel actieve leden

90% consumeerder

INFORMEREN/INSPIREREN
(blog, nieuwsbrief, presentatie,
interview)



1% makers

SAMENWERKEN
(co-creatie, unconference, samen in
documenten werken)

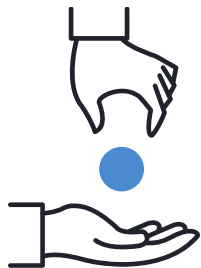
ZELFSTURING
(training, richtlijnen, taken,
rollen, verantwoordelijkheden)

9% reageerders

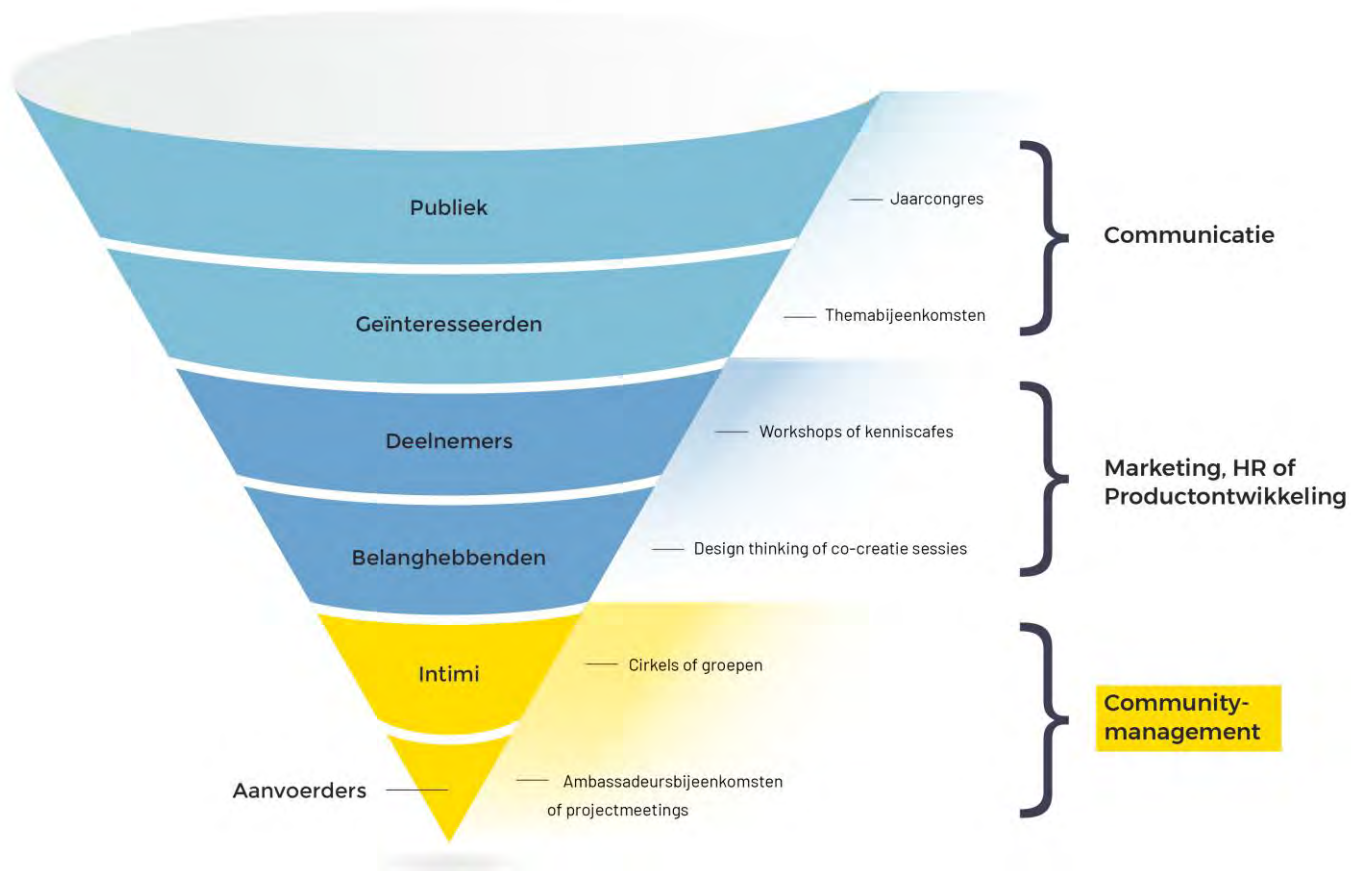
RAADPLEGEN
(forumvraag, ideation, enquête)

BETREKKEN
(discussie (on- of offline))

Participatie niveaus



1. **Informeren** (blog, nieuwsbrief, social media, interview)
2. **Raadplegen** (stemmen, waarderen, delen, reageren)
3. **Betrekken** (evenement, brainstorm, vragen stellen, antwoorden)
4. **Samenwerken** (wiki, blog schrijven, vlogs)
5. **Aansturen** (leiding laten nemen, ambassadeurschap)



Welke toegevoegde waarde
hebben communities voor
jou?

(bespreek met je buurman/vrouw)

VRAAG

A decorative graphic consisting of several overlapping circles in shades of blue and yellow, centered on the left side of the slide. A yellow line extends from the right side of these circles, ending in a yellow paper plane icon pointing towards the top right corner.

Hoe zetten
organisaties in NL
communities in?

Community

Google agenda werkt niet goed meer 3 uur geleden

Forum

Welkom op de Consumentenbond Commu

Zoeken

GREENPEACE GREENWIRE Nederland

Get started Get connected Kom in actie

Inloggen Aanmelden

Welkom!

Wat is Greenwire?

5.191

spot

home evenementen nieuws gesprekken groepen faciliteiten

inloggen registreren

Nieuw binnen de Spot Schiphol Community

Bekijk de nieuwste content hieronder!



Met afstand de leukste kerst uitjes

Lees het artikel



Schiphol Connect is verhuisd!

Lees het artikel



Getest! Drie verrassingsboxen via Too Good To Go

Lees het artikel

Sarrah Wienke:

Creative meetings!

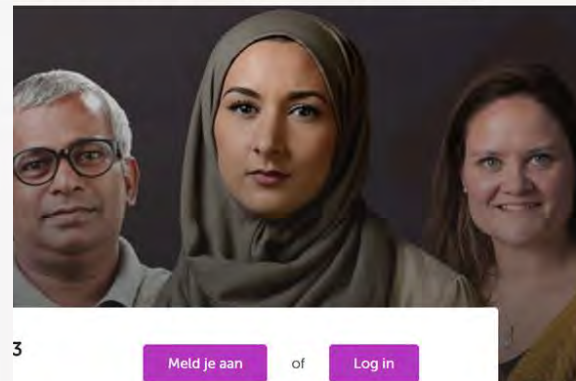
Sarrah en 1 andere raaggenwonder

Welkom op Greenpeace Greenwire

tét platform voor Greenpeace Vrijwilligers!

reenwire is het online platform voor alle vrijwilligers van Greenpeace. Een plek waar

labestaanden Over de Community Zoeken Inloggen



Meld je aan of Log in

na 37 jaar eindelijk uitgesproken geen contact te willen

Heb het eindelijk durven doen! na 37 jaar het contact zo goed als mogelijk verbroken met mijn broer of althans gemeld dat ik hem niet meer in mijn huis wil zien en niet meer naar zijn huis toe ga. Hij heeft mij misbruikt heeft toen ik 12 was! Al die tijd contact gehouden omwille de familie en het...

Waarom kiezen organisaties voor community building?

EXTERNE DOELGROEPEN

Marketing en productontwikkeling en-/of verbetering

- Klantenservice verbeteren en versnellen
- Branding via thoughtleadership
- Co-creatie / Ideation
- Product- en dienst innovatie
- Kennisontwikkeling (SEO)

Als middel bij burgerparticipatie, omgevingswet (Openbaar Bestuur)

INTERNE DOELGROEPEN

- **Organisatie productiever, transparanter maken**
 - Meer en beter samenwerken
 - Delen van kennis en expertise
 - Kennis ontwikkelen en archiveren
 - Medewerkers elkaar sneller laten vinden





Wat is er nodig voor
een succesvolle
ontwikkeling van een
community?



Home

Hier ben je

 OV GF

Alle



SUPP
DUUR



Sustainable Community of Amsterdam

Groep (Openbaar) · 3,8 d. leden

Lid worden



coal energy plants and directly e

geen favorieten...

heren...

gen Registreren

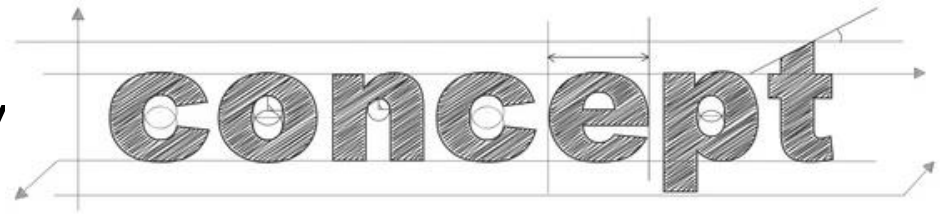
Living Room

ot in onze Living Room.

“
Waarom is type definiëring
van belang?

Klein starten met een niche
waar zoveel mogelijk
overeenkomsten
bestaan
”

Community



- Een eerste samenvatting van bestaande signalen
 - **Waarom:** vanuit de organisatie als de deelnemers
 - **Voor wie:** zoeken naar niche met veel overeenkomsten
 - **Over wat:** welke thematiek en onderwerpen moeten worden behandeld

Randvoorwaarden

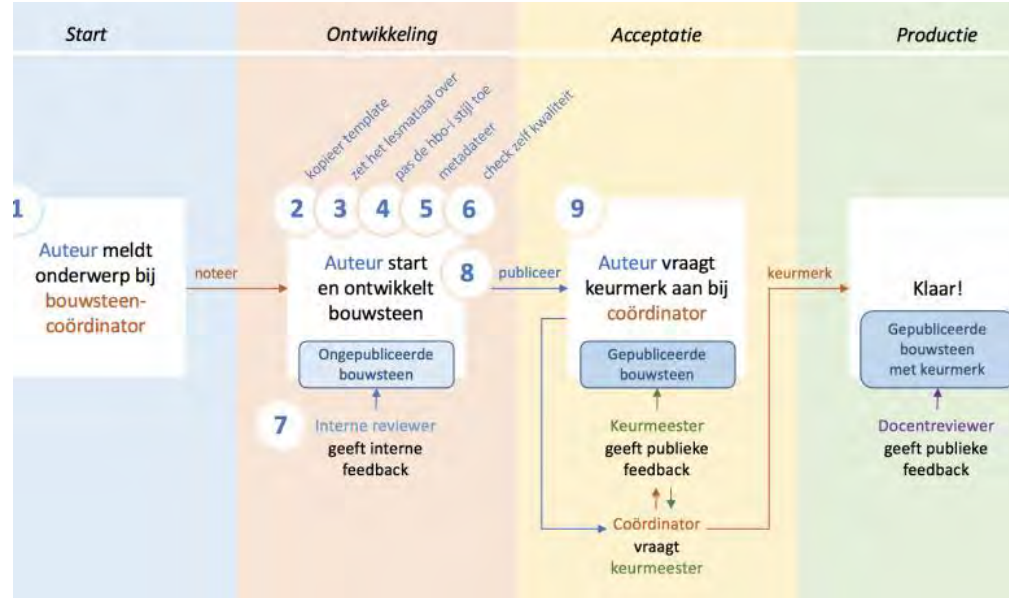
Samen leermiddelen ontwikkelen vergt:

- **1. een groep die verbonden wil zijn**
 - Eigenaarschap en verantwoordelijkheid nemen
- **2. Een groep binnen de community die kan en wil co-creëren** (verschillende denkwijzes, percepties en ideeën)
 - Co-creatie betekent mensen bij elkaar brengen en daadwerkelijk mogelijke oplossingen laten uitwerken, van begin tot eind.
 - Het is 'next level ontwerpdenken', een soort Design Thinking 2.0.



Community Action Model

Creating Change by Building Community Capacity





Stappen van dit stappenplan

Doorloop de volgende stappen om te komen tot een actieve vakcommunity waarin de leden samenwerken aan een kwalitatief goede collectie open leermaterialen:

Stap 1. Het kernteam inrichten

Stap 2. Doel en doelgroep van de vakcommunity bepalen

Stap 3. Basisorganisatie van de community inrichten

Stap 4. Organisatie rond de collectie van open leermaterialen opbou...

Stap 5. De community activeren, laten groeien en evalueren

Achtergrondinformatie en inspiratie is te vinden via:

<https://medium.com/bindcommunity/de-verschillende-stappen-om-een-vliegende-start-met-je-community-te-maken-14385db60f2c>



Upgrade



De verschillende stappen om een vliegende start met je community te maken



peter staal

Following



Nov 17, 2020 · 14 min read



Een community ontstaat niet vanzelf. De meeste communities zijn het resultaat van een zorgvuldig geregisseerd proces. In deze blog neem ik de dertien stappen van idee tot succesvolle community met je door.



Een community strategie bestaat uit:



Hoe scherp heb jij jouw ideale persona?

- Community persona's (niet meer dan twee bij de start) moeten rechtstreeks inspelen op de behoeften, angsten, dromen en wensen van leden
- Hiervoor moet je gesprekken met leden voeren
- Oppervlakkige aannames leiden doorgaans niet tot waardevolle communities.





DE IDEALE AMBASSADEUR (onderdeel van de kerngroep)

1. Gelooft in het community concept (is relevant voor hem/haar)
2. Deelt graag kennis online
3. Helpt graag anderen en maakt hier tijd voor vrij
4. Is gevoelig voor positionering van eigen kennis en kunde
5. Ondersteunt graag de faciliterende organisatie
6. Maakt graag onderdeel uit van een exclusieve groep



Welke ervaring heb jij met het starten van een community. Wat heeft hierin wel of niet gewerkt?

(bespreek met je buurman/vrouw)

VRAAG

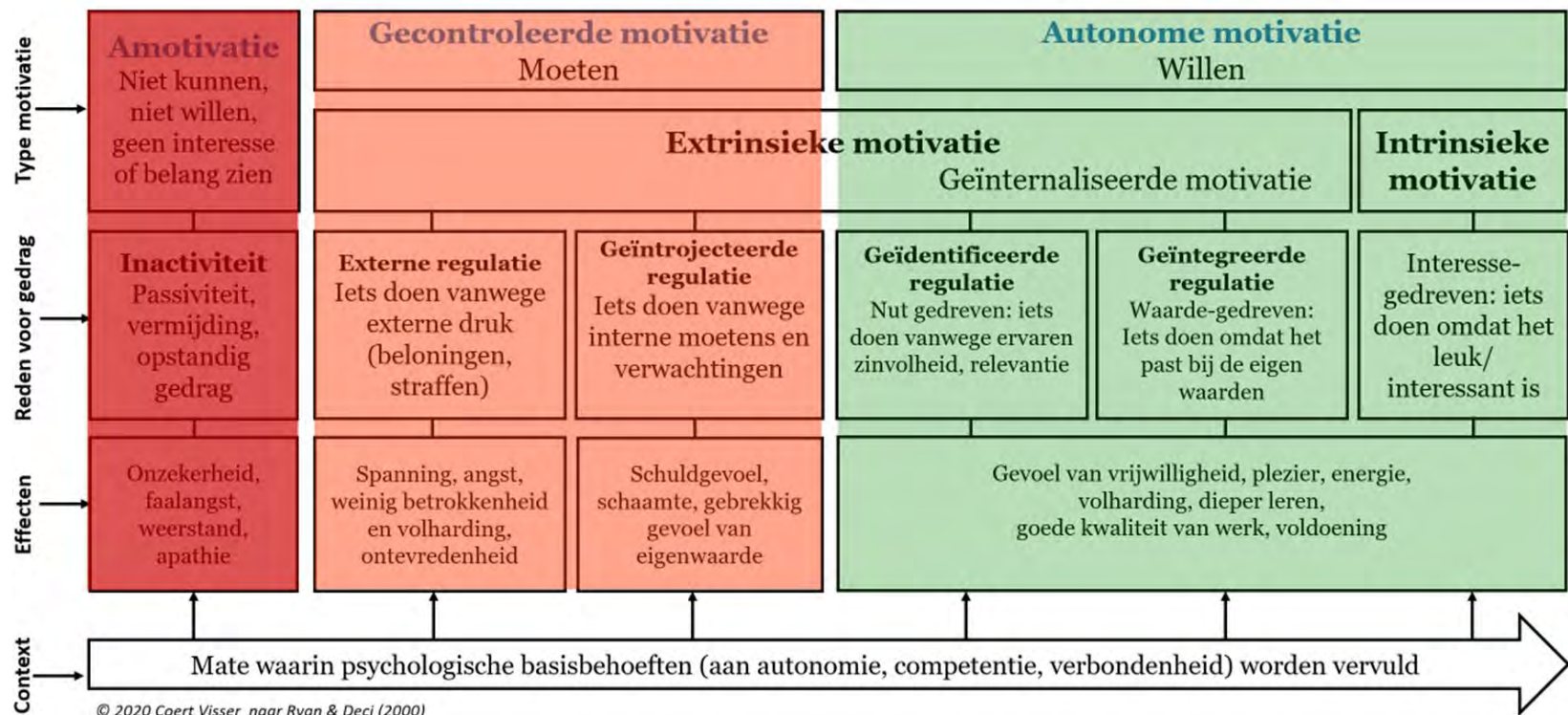


Wat zijn manieren om
mensen te betrekken
en betrokken te
houden?

“

Activeren van
community leden
gaat vaak over het
begrijpen van
drijfveren

”



Mensen worden lid van een community vanwege extrinsieke drijfveren en blijven vaak lid vanwege een intrinsieke drijfveren

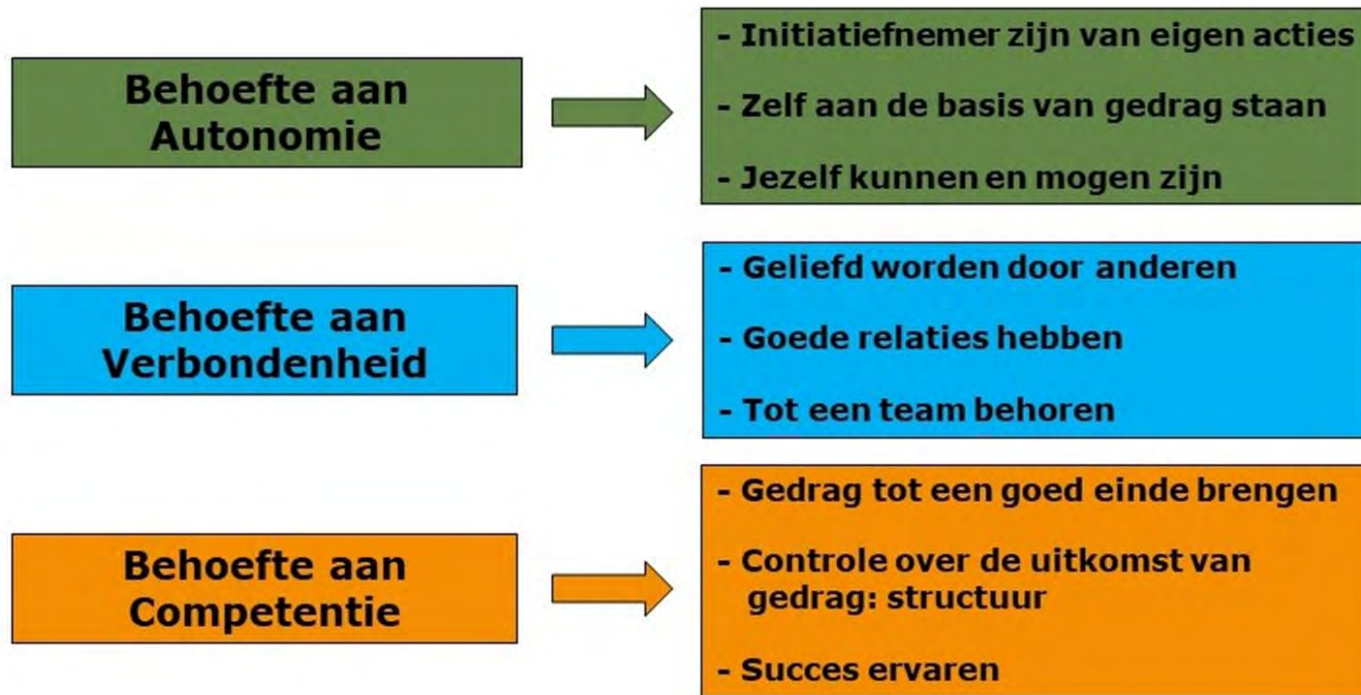
“

Dus je moet zowel
zorgen voor
goede informatie,
storytelling als
persoonlijke gesprekken

”

Motivatatie & Feedback

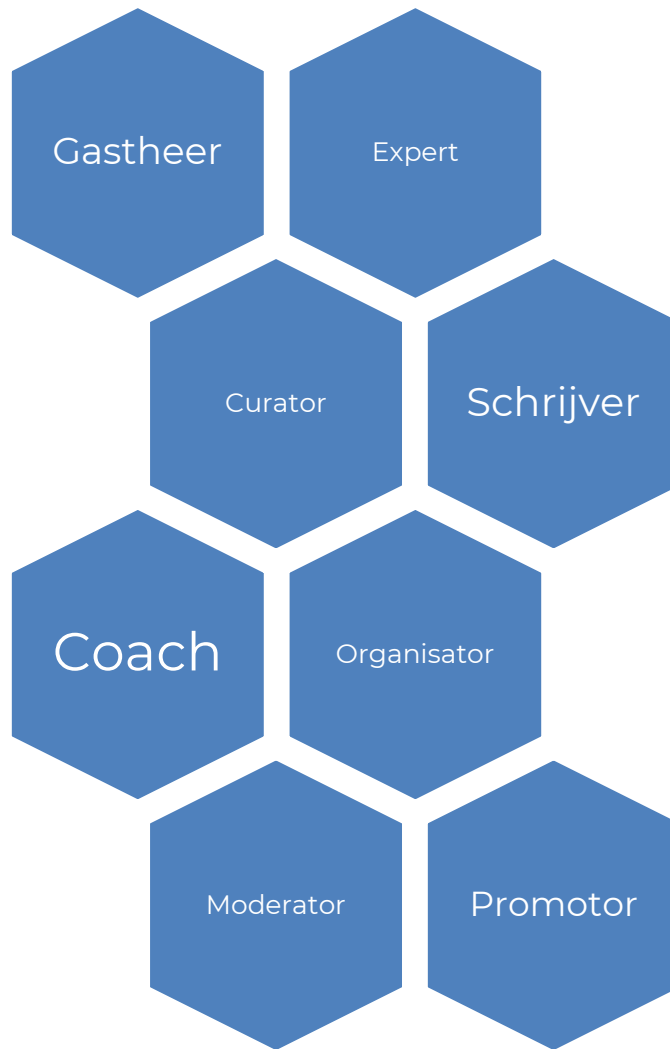
Ieder individu heeft 3 psychologische basisbehoeften



Geef community leden dus de ruimte om

- Zelf beslissingen te nemen
- Eigenaarschap te nemen
- Zichzelf te kunnen zijn (licht ze uit als expert, coach, etc)
- Elkaar op verschillende vlakken te leren kennen
 - Zorg voor continue verbinding tussen mensen
- Aan iets bij te dragen wat groter is dan zichzelf
 - Maar wel korte termijn en zichtbaar





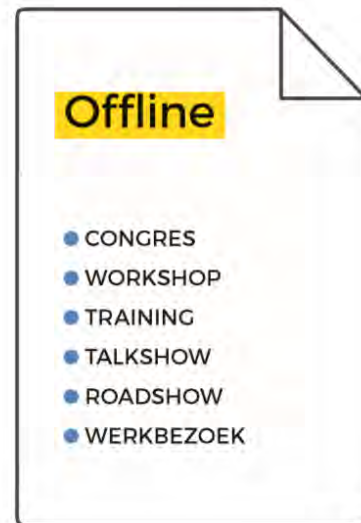
Welke rol
past het
beste?

Content kalender - Naam klant/project						
Datum	Type	Taak	Status	Wie	Opmerking	
Ma	Webinar	Webinar over koekjes bakken	☒	Naam 1	Let op: koekjes moeten wel lekker zijn	
Di	Workshop	Koekjes bakken	☒	Naam 2	Vergeet niet de oven aan te zetten	
Wo	Kies		☐			
Do	Kies		☐			
Vrij	Kies		☐			
Za	Kies		☐			
Zo	Kies		☐			

- Dag (dag/avond/soms weekend)
- Type content
 - Statisch (nieuws),
 - User generated content,
 - content marketing (storytelling/interviews/wat gebeurt er offline)
- Thema, onderwerp,
- Verantwoordelijke(n)
- Integratie met andere kanalen of content / OPTIE Spin off

Stappen

- Bepalen van hoofdthema's die passen bij de kerngroep
- Verzamelen van onderwerpen per thema
- Onderwerpen vertalen naar praktische content (verhalen, vragen, acties, event, poll, stelling, casus)
- Per content item 2 verantwoordelijken aanwijzen
- Inplannen in samenspraak
- Onder de aandacht brengen bij livegang



The graphic features three overlapping circles in shades of blue and yellow on a dark navy background. A yellow line extends from the right side of the circles, ending in a yellow paper airplane icon pointing towards the top right.

ELKE COMMUNITY
HEEFT
(INFORMEEL)
LEIDERSCHAP
NODIG

Het belang van goed beheer







Off- en online integratie: Spin off's!

Content	Spin-off 1	Spin-off 2	Spin-off 3
Evenement	Discussies in aanloop naar het evenement: - Welke sprekers? - Welke onderwerpen? - Wie komen er?	Content tijdens het evenement: - Liveblog - Tweets	Content na afloop: - Presentaties - Videos - Foto's - Verslag - Vervolg vragen
Discussies	Whitepaper met de twintig beste discussies	Foambordjes of T-shirts met quotes van leden	Infographic
Video	Blog met uitgeschreven verhaal	Stills met de leden	Gifjes op basis van videomateriaal -> avatars