

Mijn social hero! Een avond met Josh Bernoff

Een van die cadeautjes als je werkt bij een kennisorganisatie als Deloitte is dat je mensen kunt ontmoeten die je inspireren en je vakinhoudelijk weer een duw de juiste richting op kunnen geven.

Gisteravond kreeg ik via het Platform Klantgericht Ondernemen de kans om Josh Bernoff te ontmoeten. Josh heeft een van de meest invloedrijkste marketingboeken van de afgelopen jaren geschreven: 'Groundswell' hierin beschrijft hij gedetailleerd met prachtige analyses van hoe bedrijven om moeten gaan met social media. De ondertitel van dit: 'Winning in a World Transformed bij Social Technologies' proef je al dat hij denkt in kansen voor organisaties en vooral de mogelijkheden van social media beschrijft.

Hij is missionaris in het praktisch vertalen van social media op de werkvloer binnen organisaties, dat je moet denken in objectives dus doelen in plaats van technologieën. Zo vaak zie ik nog dat mensen een portal of - nog hipper woord- 'community' starten met geen doel voor ogen. Of dat ze wellicht wel het doel hebben maar na het live krijgen van de portal niet zorgen voor interactiviteit.

<http://www.youtube.com/watch?v=ddCCwkM6UI0&feature=related>

Praktisch blijven

De hele avond onderschrijft Josh het allerbelangrijkste binnen social media: luisteren en empoweren van je mensen/ van de medewerkers binnen een organisatie. Geen rocketscience roept hij vaak wat luid en bozig tussendoor en vaak op de avond valt het woord 'practical' ... Daar zijn slechts 5 stappen voor nodig verteld hij me bevlogen verder:

Deze nog een keer kort op een rijtje:

- Listening: luister naar wat klanten werkelijk zeggen online om ze op die manier beter te kunnen begrijpen.
- Talking: praat mee en verspreid berichten over je bedrijf. Wees reactief richting bestaande conversaties.
- Energizing: mobiliseer je meest trouwe en loyale klanten om ze voor je te laten werken in de verkoop en verspreiding van je producten en diensten online.
- Supporting: ondersteun klanten in het elkaar helpen met oplossen van elkaar's problemen.
- Embracing: betrek klanten direct in de manier waarop je organisatie opereert. Betrek ze bij de ontwerp en verbetering van processen, producten en diensten.

En natuurlijk is hij niet naar Nederland gekomen om zijn oude boek te promoten. Want sinds september vorig jaar verscheen zijn vervolg op Groundswell: Empowered. In dit laatste boek onderstreept hij hoe HEROes (highly empowered and resourceful operatives) het imago van

een organisatie kunnen versterken. Door je medewerkers die verantwoordelijkheid te durven geven ben je een spekkoper want zo heb je straks honderden zo niet duizenden brandmanagers.

Don't be stupid

En hoewel ik een fervent aanhanger van dit idee ben, reageer ik en de rest van de tafel toch ietwat ongemakkelijk, heb je geen kaders, spelregels nodig?

Hij beaamt dat en legt uit dat er slechts 3 spelregels nodig zijn:

1. Zet je naam op alles wat je doet (het is dus altijd jouw actie/mening en niet dat van het bedrijf)
2. Vergeet nooit dat je een medewerker bent
3. Geef fouten toe en corrigeer ze.

Een tafelgenoot van mij John Reynders van Microsoft legt uit dat zij bij Microsoft in hun social media policy onder andere hebben opgenomen: "Don't be stupid"

Natuurlijk Twitter

Voordat ik naast hem aan tafel kroop had ik de dagen voor het diner al wat getwitterd met hem (@Jbernoff). Ik ben nieuwsgierig wat hij van het medium vindt? Het is een van de sterkste social networks antwoord hij, op Twitter zitten veel praters en als organisatie is het onwaarschijnlijk belangrijk om daar ook je oor te luister te leggen en dan weer bovenstaande 5 stappen op te pakken. Wat wel afneemt, gaat hij verder, zijn de plekken waar je social media gebruikt. Hij voorspelt dat Hyves, FaceBook etc minder belangrijk worden naarmate het gebruik van social media overal doordringt en minder plaatsafhankelijk wordt. Twitter is geen plek, het is een soort mompelen dat voortdurend en overal aanwezig is.

Deze man heb ik zojuist in m'n hart gesloten, want als veel-tweeter ken ik de impact van het medium... Uren kan ik nog doorpraten met hem, maar mijn guru zakt door zijn hoeven en geeft eerlijk toe dat de dag en de jetlag hem opbreken. Thuis aangekomen stuur ik hem een bedanktweet en wens hem nog een mooie dag in Amsterdam toe.

Roos van Vugt (op Twitter @roosvanvugt) is Manager Social Media Deloitte