

Sociale media op de werkvloer

Een opportuniteit of een bedreiging?

Sociale media zoals Facebook, Twitter, en LinkedIn op de werkvloer al dan niet toelaten is geen evidente beslissing. Maar laten we de realiteit onder ogen zien. Medewerkers met een smartphone kunnen immers op ieder moment van de dag online zijn en communiceren met de buitenwereld. Om onaangename verrassingen te vermijden, zet je als werkgever best een duidelijk en transparant beleid op rond acceptabel gebruik van sociale media op de werkvloer.

Kansen:

- Door sociale media toe te laten tijdens de werkuren blijven uw medewerkers:
 - professioneel up-to-date
 - nauw in contact met professionele contacten (leveranciers, klanten, concullega's,..). Sociale media zijn immers uitermate geschikt om klanten persoonlijk te benaderen, relaties met klanten te onderhouden en communicatie af te stemmen op persoonlijke voorkeuren
 - betrokken, loyaal, productiever, creatiever en dynamischer. Medewerkers kunnen direct en ongehinderd met elkaar communiceren. Er wordt een cultuur van interactie gecreëerd. Zo verloopt communicatie gemakkelijk over afdelingsgrenzen heen.
- Je bouwt zo aan positieve employer branding.
- Sociale media kunnen dienen als een goedkope marketing tool om potentiële klanten te benaderen en gerichte reclame te voeren. Ook als er klachten gespot worden, kan hierop vervolgens via andere kanalen ingespeeld worden.

Valkuilen:

- Een streng beleid kan jonge (potentiële) medewerkers, de zogenaamde 'digitale generatie', afschrikken en/of weggagen. Deze jongeren verwachten immers enige vrijheid hierin van hun werkgever.
- Bij gebrek aan duidelijke richtlijnen loop je het risico dat gevoelige of vertrouwelijke bedrijfsinformatie naar buiten kan gebracht worden. Bovendien zijn geplaatste berichten op het internet moeilijk te verwijderen. Dit kan het imago van je bedrijf schaden.
- Virtueel absentisme
- Het fenomeen 'cyberpesten' tussen de collega's

Tips & tricks:

- Bedenk op voorhand welk doel sociale media voor je onderneming hebben en welke rol je je werknemers hierin geeft.
- Communiceer tijdig aan de medewerkers wat al dan niet toegelaten is, eventueel aangevuld met relevante Social Media Training. Goed werkgeverschap houdt namelijk ook in dat je je personeel bewust maakt van de kansen en gevaren van sociale media zowel voor werkgever als werknemer.
- Schenk vertrouwen aan uw medewerkers. Achterdocht en een te starre kijk kunnen extra frustraties opwekken bij hen.
- Verbied publicaties van gevoelige afbeeldingen (feestjes op het werk, klanten en collega's), het taggen van een foto en pestende quotes, deze kunnen verregaande gevolgen hebben.
- Maak een duidelijk interne Social Media policy op m.b.t. het gebruik van sociale media op de werkvloer. Neem hierin alle richtlijnen en afspraken op waarin het doel, de middelen en de verwachtingen van het personeel verduidelijkt staan, maar wees redelijk!

Een onderscheid tussen gebruik van sociale media tijdens en buiten de werkuren is aangeraden. Betrek hierbij alle medewerkers om een breed draagvlak te creëren.

- De policy kan opgesteld worden als bijlage bij de arbeidsovereenkomst of als bijlage bij het arbeidsreglement. Deze laatste is de meest aangewezen methode gezien op die manier een groter draagvlak wordt gecreëerd.
- Je doet er goed aan om iedere medewerker een exemplaar van de bijlage aan het arbeidsreglement voor ontvangst of voor akkoord te laten tekenen.
- Beschrijf in de policy eveneens de mogelijke controles en sancties bij niet-naleving van de policy.
- Werk een controlebeleid uit binnen de grenzen van cao nr. 81 en doe dit in overleg met de werknemersvertegenwoordigers (<http://www.privacycommission.be/nl/infobrochure-cybersurveillance>)
- Vooraleer over te gaan tot controles moet eenmalig aangifte gedaan worden van de verwerking van persoonsgegevens op de website van de Privacycommissie. (www.privacycommission.be).
- Controleer enkel wanneer er een vermoeden van misbruik bestaat en hou hierbij rekening met de verplichte formaliteiten van cao nr. 81 en de Privacywet. (www.privacycommission.be)
- Respecteer altijd de 3 basisbeginselen voor privacybescherming: doelgerichtheid, proportionaliteit en transparantie.
- Ontslag om dringende reden naar aanleiding van misbruik van sociale media is niet zo evident. Elk geval dient afzonderlijk te worden beoordeeld. De rechtspraak is hier momenteel nog beperkt. Ga eerst te rade bij jouw sociaal bureau alvorens concrete stappen te nemen.
- Bied de betrokkene - alvorens deze stap te nemen - de mogelijkheid zijn standpunt naar voren te brengen.
- Laat tuchtsanctie en zeker ontslag om dringende reden niet enkel afhangen van een post op sociale media. Beschouw deze post als aanvangspunt voor het voeren van verder onderzoek.

Tips & tricks met betrekking tot het gebruik van sociale media TIJDENS de werkuren:

- Ga na of een beperkte toegang tot sociale media mogelijk is bv. tijdens pauzes.
- Bepaal of het huidige intranet uitgebreid kan worden met meer dynamische webtechnologieën, zoals chat apps, interne blogs, etc.
- Stimuleer uw personeel om nieuws/berichten hierop te plaatsen en op de berichten van elkaar te reageren. Ook hier is het opportuun om richtlijnen uit te tekenen en toezicht te houden.

Tips & tricks met betrekking tot het gebruik van sociale media BUITEN de werkuren:

- Met medewerkers die in hun privé-tijd vaak deelnemen aan online discussies, blogs of fora, spreek je duidelijk af dat ze dit doen als privé-persoon, en niet namens het bedrijf.
- Weet dat kritiek spuien op sociale media over de werkgever niet lasterlijk/beledigend mag zijn.
- Wanneer je reputatie onterecht wordt geschaad via sociale media, ga je in eerste instantie na wat er hierover vermeld staat in de algemene gebruikersvoorwaarden van het sociale medium waarop de aantijging staat. In de meeste gevallen kan je je daarop beroepen.
- Net zoals bij onterechte aantijgingen via andere kanalen, kan je ook voor valse aantijgingen op sociale media een klacht indienen wegens laster en eeroof. Dat kan bij het lokale politiekantoor.