

# Social media accounts

Handleiding voor afdelingen  
(& medewerkers)

# Een eigen account in 7 stappen

Wat leuk dat je een eigen account wilt gaan starten! Binnen Amsterdam UMC zijn veel afdelingen en medewerkers actief op social media. Daar zijn we ontzettend trots op. Niet alleen kunnen we laten zien wat voor een bijzonder werk we hier doen, ook kunnen we de dialoog aangaan met de samenleving en kennis, ervaringen en ideeën uitwisselen. Maar hoe pak je zoiets goed aan? Met dit stappenplan helpen we je op weg zodat je een leuk en informatief kanaal kan gaan starten!

1. Voor je start

2. Bepaal je strategie

3. Kies je kanaal

4. Kies je naam

5. Kies je beeld

6. Afspraken voor medewerkers

7. Handige tips & trics

8. Richtlijnen TikTok

# 1. Voor je start

Een eigen kanaal binnen Amsterdam UMC starten? Super leuk! Meld dit altijd van tevoren even bij de afdeling Communicatie, ook als je als afdeling al een social media account hebt maar wilt uitbreiden naar een ander social media kanaal.

## Contactpersonen

Bij de afdeling Communicatie is veel expertise aanwezig op het gebied van social media en content creatie. Kom je er niet uit? Mail gerust één van onze specialisten, dan maken we een afspraak met je!



Locatie VUmc  
**Kim van Stokrom**  
[k.o.vanstokrom@amsterdamumc.nl](mailto:k.o.vanstokrom@amsterdamumc.nl)

---

---

Locatie AMC  
**Elmer Bets**  
[e.bets@amsterdamumc.nl](mailto:e.bets@amsterdamumc.nl)



## Zo vraag je een account aan

1. Breng je leidinggevende op de hoogte dat je een account gaat starten en maak hierover afspraken om misverstanden over social media gebruik in werktijden te voorkomen.
2. Stuur jouw strategie en beheerplan op naar de afdeling Communicatie.
3. Tijdens een adviesgesprek met de afdeling Communicatie wordt besproken of een eigen account wenselijk is.
4. Wanneer jouw account voldoet aan alle richtlijnen ben je klaar om te beginnen!

## 2. Bepaal je strategie

Als je een eigen account start dan komt daar een hoop bij kijken. Het is dus belangrijk om van te voren je strategie te bepalen, zodat je een concreet plan hebt en niet voor verrassingen komt te staan. Met behulp van onderstaand schema kun je jouw eigen strategie bepalen.

---

### DOELEN

De belangrijkste vraag is: waarom start je een social media account? En wat wil je ermee bereiken?

### DOELGROEP

Wie wil je bereiken? Zijn dat bijv. patiënten of juist wetenschappers? Formuleer deze doelgroep zo concreet mogelijk.

### WAAR

Nu je weet wát je wilt bereiken en bij wíe, bepaal je welk kanaal je hiervoor in gaat zetten.

### CONTENT

Wat zijn de onderwerpen waar je berichten over gaat plaatsen, en hoe/waar verkrijg je deze content

### BEHEER

Hoe ziet het beheerplan eruit? Hoe vaak worden er berichten geplaatst? Wie plaatst de berichten en reageert? Is er back-up? Vergeet niet dat het beheren veel tijd kost!

### METEN

Bereik je je doelen? Er zijn een paar basiscijfers die je eenvoudig kunt meten zoals bereik en interactie.

---

### 3. Welk platform past bij jou?



Ga voor Twitter als je snel wilt communiceren. De frequentie van het aantal berichten ligt hier erg hoog. Het platform is populair bij wetenschappers en journalisten. Je hebt maar een beperkt aantal tekens dus doorlinken naar een eigen website is hier belangrijk. Beeld is minder belangrijk in vergelijking met andere platforms

---



Ga voor Instagram als je veel met fotografie wilt gaan werken. Zorg er dus voor dat je beeld hebt dat aantrekkelijk is voor je (toekomstige) volgers. Gebruik niet teveel tekst. Het platform is populair bij zorgverleners en patiënten en wordt veel gebruikt om een kijkje te geven op een afdeling. Gebruik de stories voor korte, vluchtige, spontane momenten. Gebruik je tijdlijn voor je mooiste/beste posts.

---



Ga voor Facebook als je verhalen wilt vertellen. Facebook heeft in vergelijking met andere kanalen meer ruimte voor het delen van tekst. Zo kun je een uitgebreide beschrijving kwijt over je afdeling. Het platform wordt de laatste tijd steeds minder gebruikt omdat meer mensen kiezen voor Instagram.

---



Ga voor LinkedIn als je een bedrijfsonderdeel bent van Amsterdam UMC en gericht bent op Business-to-Business (b2b). Binnen het platform kun je makkelijk informatie uitwisselen, discussiëren of andere mensen helpen. LinkedIn is vooral populair bij (potentiële) medewerkers en andere zorgprofessionals. Zorg ervoor dat de tone-of-voice die je gebruikt professioneel en zakelijk is.

# We love your creativity maar..

Een afdelingsaccount op TikTok en Snapchat is binnen Amsterdam UMC niet toegestaan. Ben je privé wel actief op deze accounts? Houd dan rekening met het volgende.



Ben je actief op TikTok? Check dan goed de privacy instellingen. Deze staan namelijk standaard op openbaar. Iedereen kan hierdoor op jouw filmpjes reageren en deze zelfs downloaden en opslaan. Pas [deze instellingen](#) daarom aan voor veilig gebruik. Wil je een muziekvideo maken op de werkvloer? Check dan de richtlijnen op pagina 15 van dit handboek.



Gebruik je Snapchat? Let dan goed op je privacy [instellingen](#). Snapchat volgt je namelijk overal en kan je locatie opslaan. Wil je foto's delen met collega's? Dan raden wij andere social platforms aan. Op Snapchat verdwijnen de beelden namelijk binnen 24 uur.

## 4. Kies je naam

Nu is het tijd om je naam te kiezen. Je gebruikersnaam kun je maar één keer kiezen. Denk er dus goed over na en kies een representatieve gebruikersnaam die past bij Amsterdam UMC.

### Richtlijnen

1. Koppel het account aan een algemeen mailadres van de afdeling.
2. Gebruik enkel onze nieuwe naam Amsterdam UMC en voorkom gebruik van het oude merk AMC of VUmc
3. Zet de naam Amsterdam UMC nooit voor maar achter jouw afdelingsnaam.
4. Gebruik op Twitter bij voorkeur in je @handle de afkorting **amsumc** of **ams** (*geen aumc*)
5. Als je een locatie wilt toevoegen, doe dat dan als volgt: Amsterdam UMC, locatie VUmc of Amsterdam UMC, locatie AMC.
6. Tag het corporate account van Amsterdam UMC in je biografie of beschrijving van je account, zodat de gebruiker ziet dat je onderdeel bent van Amsterdam UMC.
7. De afkorting AUMC is niet toegestaan te gebruiken, zowel in gebruikersnaam als berichten. Gebruik altijd Amsterdam UMC voluit en zonder lidwoord.

Twitteraccount van Alzheimercentrum Amsterdam. Amsterdam UMC, locatie VUmc:  
[@AlzheimerAms](#)





## 5. Kies je beeld

Bij social media hoort natuurlijk ook beeld. Zorg ervoor dat het beeld dat je gebruikt aantrekkelijk is en dat deze volgens de richtlijnen voor fotografie zijn gemaakt.

### Richtlijnen

1. Laat jezelf zien. Volgers willen weten wie ze volgen en van wie het account is. Gebruik dus zo min mogelijk foto's of quotes van internet, maar laat echt eigen werk zien.
2. Copyrightregels gelden ook in de wereld van fotografie. Het gebruik van andermans beeld ligt vast in het beeld-, auteurs- en citaatrecht. Het is niet toegestaan om zonder toestemming andermans beeld te gebruiken.
3. Breng je iemand anders in beeld? Maak dan gebruik van **toestemmingsformulieren**. Deze zijn aan te vragen via de afdeling communicatie.
4. Breng je medewerkers in dienstkleiding in beeld? Zorg dan dat deze voldoen aan de **regels rondom kleding & hygiëne**.
5. Beelden in een ziekenhuis kunnen soms erg heftig zijn. Zorg er te allen tijde voor dat de beelden die je plaatst niet beangstigend zijn voor patiënten of bezoekers.
6. Ontwerp in geen gevallen een eigen logo of beeldmerk.
7. Wil je gebruik maken van het logo van Amsterdam UMC? Dat kan! Kies dan één van onderstaande kleurtjes op de volgende pagina.

Onderstaande iconen zijn geschikt als profielfoto voor Facebook, Instagram en Twitter. Gebruik altijd een van deze versies, niet alleen de tulp. Het corporate logo zonder kleur mag alleen gebruikt worden door de officiële kanalen van Amsterdam UMC.

downloadlink: <https://company-43965.frontify.com/d/AiCTy0dvWE38/richtlijnen#/catagorie-1/toepassing-van-avatar/social-media-avatars>



Blauwgroen.png



Helderblauw.png



Lichtblauw.png



Donkergroen.png



Heldergroen.png



Olijfgroen.png



Lime.png



Donkerpaars.png



Paars.png



Lila.png



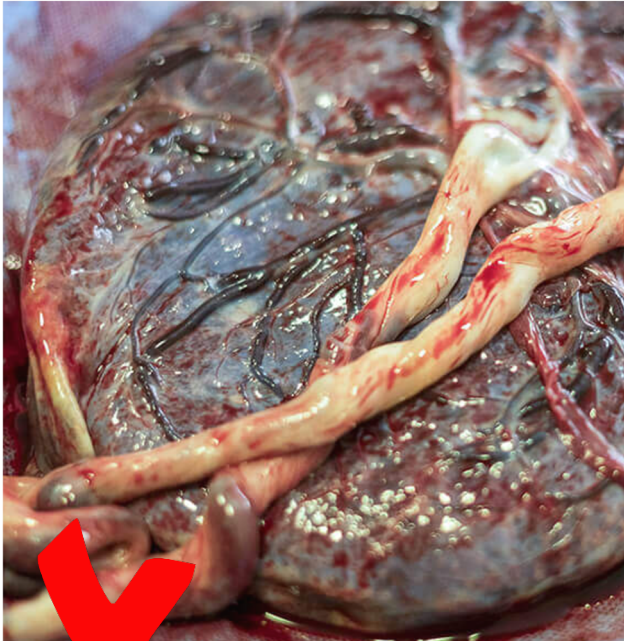
Roodroze.png



Warmgeel.png

Opmerking: Voor het platform LinkedIn zijn afwijkende iconen beschikbaar. Neem hierover contact op met de afdeling communicatie.

## Liever niet zo...



Ook mensen buiten het ziekenhuis kunnen jouw account volgen. Gebruik daarom geen lugubere foto's waardoor mensen gechoqueerd kunnen raken. Voor jouw collega's is dit waarschijnlijk de normaalste zaak van de wereld, maar voor een gemiddelde patiënt (die het allemaal al een beetje eng vindt) niet.

Zelfde beeld; maar het is wel meteen duidelijk wat het is en waar het vandaan komt. De baby maakt het allemaal wat luchtiger en de foto is van veraf genomen waardoor het minder opvalt. Zet wel altijd een duidelijk uitleg neer van wat de bezoeker ziet of waarschuw met een disclaimer van tevoren.

## ...maar zo!



## Liever niet zo...



Binnen het ziekenhuis gelden bepaalde regels rondom hygiëne en kledingvoorschriften. Het is belangrijk je hier ook op social media aan te houden.

## ...maar zo!

Als professional geef jij het goede voorbeeld. Dichte jas, geen sieraden, geen mouwen onder de jas, badge zichtbaar. Weet je het niet zeker? Neem contact met ons op! Het is zonde als een goede afbeelding verwijderd moet worden door bijvoorbeeld een horloge.



## Liever niet zo...



Geef niet alles op de werkvloer prijs. Natuurlijk wil je zoveel mogelijk alles delen maar daarin zit wel een grens. Vermijd bloed zoveel mogelijk. Uiteraard is het 'part of the job', maar een (toekomstige) patiënt kan dit niet leuk vinden om te zien.

## ...maar zo!

Wanneer je toch afbeeldingen plaatst waar jullie aan het werk zijn. Probeer dan enkel een detail weg te geven. Het is hier duidelijk dat er een operatie aan de gang is, maar het schrikt niet af omdat het minder goed te zien is



## 6. Afspraken voor medewerkers

Regelmatig worstelen we met de vraag hoe we met social media om moeten gaan, zowel privé als op de werkvloer. Waar ligt de grens tussen werk en privé precies? Om je hier als Amsterdam UMC-medewerker in te ondersteunen, zijn er richtlijnen opgesteld. Deze bieden je houvast op social media, waarbij jouw gezonde verstand natuurlijk leidend is.

### Richtlijnen

1. Zorg dat jouw persoonlijke social media account(s) altijd zijn afgeschermd.
2. In dienstkleding ben jij hét visitekaartje van het ziekenhuis. Alles wat je doet heeft hierdoor impact op Amsterdam UMC. Wees daarom voorzichtig met foto's en video's plaatsen onder werktijd.
3. Gebruik je gezonde verstand. Mag de wereld dit weten?
4. Waarborg privacy van patiënten, bezoekers én collega's. Heb je bijvoorbeeld om toestemming gevraagd om ze in beeld te brengen? Bij de afdeling Communicatie kan je hiervoor toestemmingsformulieren opvragen.
5. Stay positive: beledig niemand en doe niemand pijn, maak geen patiënten belachelijk, ook al doe je dit niet rechtstreeks.
6. Vermijd vakjargon. Spreekt iedereen jouw taal? Uiteraard begrijpen jouw collega's wat je bedoelt, maar een patiënt heeft vaak geen idee. Leg uit, hier leren je volgers van.
7. Controleer altijd je berichten op fouten en denk na of het gepast is. Laat het voor de zekerheid lezen door iemand uit je omgeving.
8. Bewaar professionele afstand tussen jou en patiënten op social media.
9. Kan Amsterdam UMC in diskrediet komen als je deze post plaatst? Neem bij twijfel contact op met ons.
10. Ga niet openlijk in discussie en wees voorzichtig met discussies. Wil je inhoudelijk ergens op reageren, doe dit dan vanuit persoonlijke titel en niet openbaar.
11. Negatieve reacties of klachten? Neem dit soort berichten serieus en vraag de afdeling Communicatie om hulp!
12. Fout gemaakt? Dat kan iedereen gebeuren. Zolang je hier maar eerlijk over bent en de vergissing vervolgens aanpast.

## 7. Bijna klaar!

Bijna klaar, je kan aan de slag! Veel succes met het verzamelen van foto's, het schrijven van inspirerende teksten, het delen van kennis en het overbrengen van je enthousiasme. Voordat je begint hebben wij nog enkele tips & tricks opgesteld die je op weg kunnen helpen. Daarna kan je beginnen met het inrichten van jouw account. Wij kunnen in ieder geval niet wachten!

### Handige tips & Trics

1. Wees snel: de doorlooptijd op social media is hoog, mensen zijn niet gewend lang te moeten wachten. Houd hier rekening mee, bijv. met antwoord geven.
2. Wees kritisch: en bedenk vooraf goed wat je wilt delen. Eén druk op de knop en jouw bericht staat direct online. Waak voor impulsiviteit.
3. Doseer je berichten: duw volgers geen content door de strot. Hoe vaak heb je vandaag al een bericht gepost?
4. Zorg voor interactie: sociale media gaat om interactie. Zend niet alleen je boodschap, maar luister en ga het gesprek aan.
5. Leer van jezelf, van andere Amsterdam UMC-kanalen en van andere sociale media gebruikers om je content te blijven verbeteren.

## 8. Richtlijnen TikTok



Steeds meer medewerkers van Amsterdam UMC maken gebruik van het platform TikTok. TikTok is een (relatief nieuw) social media platform waarmee korte muziekvideo's gemaakt en gedeeld kunnen worden. Wil jij voor privédoeleinden een muziekvideo maken met collega's? Houd dan rekening met de volgende richtlijnen.

### Richtlijnen

1. TikTok filmpjes draaien vooral om humor en ironie. Een lolletje op werk mag natuurlijk best, maar zorg ervoor dat je in je video's niemand belachelijk maakt of discrimineert.
2. Onthoud dat jij in dienstkleding hét visitekaartje van het ziekenhuis bent. Daarmee vertegenwoordig je 15.000 medewerkers. Plaats in dienstkleding dus niets online waardoor Amsterdam UMC in diskrediet kan komen.
3. Een filmpje maken met collega's? Voorkom teveel social media gebruik tijdens werktijd. Doe dit bijvoorbeeld alleen in je pauze of maak hierover afspraken met je leidinggevende.
4. Denk goed na over je muziekkeuze. Past dit bij een werk gerelateerde video?
5. Twijfel je of een filmpje geschikt is? Neem dan contact op met de afdeling Communicatie voor advies.



## 7. Sluit je aan bij ons netwerk!

Ben jij actief op social media? En lijkt het jou leuk om hierover ervaringen uit te wisselen met collega's binnen Amsterdam UMC? Meld je dan aan als ambassadeurnetwerk van Amsterdam UMC via [ambassadeurs@amsterdamumc.nl](mailto:ambassadeurs@amsterdamumc.nl)

