

Gedragcode

Regeling: Social media

ProRailers en social media

Hoe vertegenwoordig jij ProRail online?

Social media zijn populair. In een handomdraai kun je snel aan de buitenwereld laten weten wat je bezighoudt. Ervaringen, ideeën, kennis, vragen, klachten en complimenten. Op social media komt het allemaal samen. In dit document wordt uitgelegd wat social media zijn en wat ze kunnen betekenen voor jou als ProRailer.

Wat social media zijn

Social media zijn online platformen waar mensen en bedrijven met elkaar in contact komen via o.a. berichten, foto's en video's. Bekende voorbeelden zijn Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest en LinkedIn.

Deze social media bieden je de mogelijkheid om een bericht met een (groot) publiek te delen. Wat dit voor ProRailers betekent Als werknemer ben je een groot deel van de week betrokken bij ProRail en het kan dat je hierover online iets wilt delen. Dit mag, maar er zijn een aantal valkuilen waar je rekening mee moet houden. De activiteiten van ProRail staan namelijk volop in de publieke belangstelling en we begeven ons in een complex maatschappelijk veld.

Jij en je bericht openbaar

Het bereik van je uitingen op social media beperkt zich niet tot een klein gezelschap. Iedereen met toegang tot internet kan lezen wat je zegt. Ja, ook bij afgeschermd profielen bestaat altijd de mogelijkheid dat berichten worden overgenomen en ze dus toch openbaar worden. In feite ligt alles waarover je bericht dus 'op straat'. Stel je eens voor hoe je bericht op de voorpagina van de krant zou staan. En hoe zouden onze relaties zoals opdrachtgevers en leveranciers je bericht oppikken?

Praten over ProRail

Op social media word je als medewerker van ProRail voor een groot publiek zichtbaar. Daardoor kun je voor de buitenwereld als aanspreekpunt van de organisatie gezien worden. Zo is eens een ProRailer persoonlijk bedreigd op een weblog, omdat een reiziger het niet eens was met de bedrijfsvoering. Het aanspreekpunt moet dus helder blijven. Om verwarrende situaties te voorkomen, wordt er daarom onderscheid gemaakt tussen communicatie over en namens ProRail.

Praten namens ProRail

Elke ProRailer kan gerust over ProRail praten via social media. Namens ProRail communiceren is echter voorbehouden aan slechts een aantal mensen binnen de organisatie. Deze collega's gaan over het social mediadomein van ProRail. Zij zijn hiervoor opgeleid, beheren de corporate accounts, verzorgen webcare en weten hoe zij met bepaalde opmerkingen om moeten gaan.

De volgende richtlijnen helpen jou op weg met communicatie over ProRail vanuit je eigen account(s).

Richtlijnen

Zorg dat je de gedragscode kent Online gelden dezelfde richtlijnen als in het dagelijkse 'offline' leven. Bekijk daarom nog eens de Gedragscode en schenk voor het communiceren op social media met name aandacht aan de hoofdstukken 'Wij gaan zorgvuldig om met informatie' en 'Wij communiceren uitsluitend via de woordvoerders met de media'.

Gedragcode

Regeling: Social media

Geen vertrouwelijke informatie

Deze richtlijn staat ook in de ProRail gedragcode en is nadrukkelijk van belang bij online communicatie vanwege het openbare karakter. Zorg dat vertrouwelijke informatie ook vertrouwelijk blijft. Denk aan informatie over bedrijfsvoering, beleid en privacygevoelige gegevens. Breng ook geen informatie naar buiten die nog niet naar buiten gebracht mag of kan worden, maar wacht eerst de officiële berichtgeving van de organisatie af. Als je twijfelt, verzend het bericht dan niet!

Op persoonlijke titel

Als je iets over ProRail zegt praat dan in de ik-vorm en zorg daarbij dat anderen weten wat jouw rol binnen ProRail is. Onduidelijkheid over de bron geeft ook onduidelijkheid over de informatie. Hoe kom jij aan je informatie? En waarom zou iemand iets anoniem of onder een andere naam over ProRail zeggen? Zo kun je bijvoorbeeld in je profiel zetten dat je op persoonlijke titel schrijft.

Bedenk goed wat je zegt

Negatieve uitingen over ProRail en onze relaties beïnvloeden onze reputatie negatief. Wees voorzichtig met wat je op social media zegt over leveranciers, klanten en partners van ProRail. Ook deze partijen kunnen je bericht vinden. Stel jezelf bij het plaatsen van een bericht eens de vraag of de partij waarover je praat een nadelige beslissing kan maken naar aanleiding van je bericht. Kan het bericht jouw relatie en de relatie van ProRail met de andere partij beïnvloeden?

Check de feiten: klopt het wat je zegt? Als je iets over ProRail zegt, zorg dan dat je zeker weet dat de informatie klopt. Blijf bovendien feitelijk en laat je emotie niet de boventoon voeren.

Beperk je tot je eigen vakgebied

Wanneer je vragen of uitingen over ProRail tegenkomt die buiten jouw specifieke vakgebied vallen, mail het betreffende bericht dan naar socialmedia@prorail.nl. De vraag wordt dan centraal afgehandeld. Jij bent als ProRailer op social media geen aanspreekpunt voor de hele organisatie.

Houd ons op de hoogte

Wanneer je een eigen blog of account wilt starten over ProRail of over een onderdeel van ProRail (dus geen account namens ProRail, maar over ProRail) dan dien je dit door te geven aan socialmedia@prorail.nl. Op deze manier houdt ProRail zicht op de plekken waar online over de organisatie wordt gecommuniceerd. Geef hierbij in ieder geval duidelijk aan dat het hier niet om een officieel kanaal van ProRail gaat en gebruik geen ProRailhuisstijl.

Geef geen antwoord op vragen van journalisten

Journalisten/media die je benaderen met vragen over ProRail stuur je door naar de woordvoerders van Communicatie op 088-2313131. Op prorail.nl/pers vind je meer informatie.

Eigen verantwoordelijkheid

Het niet ter harte nemen van de richtlijnen kan zowel voor jezelf als voor ProRail gevolgen hebben.

Communiceer daarom verstandig en houd deze richtlijnen in gedachten.

Meer informatie

Vragen of suggesties? Neem contact op met de social media adviseur of mail naar socialmedia@prorail.nl.

Veel plezier op social media

Volg jij ProRail al? Het wordt zeer gewaardeerd als je onze berichten wilt delen met jouw netwerk.

Ontdek onze kanalen op prorail.nl/socialmedia.