

We tellen in Nederland 8,4 miljoen Facebook-gebruikers en kennen het hoogste Facebook-gebruik van Europa. De grootste groep gebruikers is 55+ en wellicht de klant van morgen. Ook de medewerker in de zorg is online, speelt spelletjes, zit op Facebook en Twittert. Waarom zijn er dan nog zoveel zorgorganisaties zonder activiteiten op social media? Een korte steekproef levert zelfs zorgorganisaties op zonder ook maar één enkele social media uiting.

En dan organisatieontwikkeling. Het is bijna een dooddoener om te schrijven dat het niet de sterkste organisaties zijn die zegevieren, maar juist diegene die zich het snelst weten te ontwikkelen. Adaptief vermogen, volgens Darwin. Maar waarom denken we in organisatieontwikkeling dan nog steeds voornamelijk in termen van sessies, overleg, papier en top-down communicatie? Juist terwijl we weten dat het vaak aankomt op de wet van de grote getallen, de kracht van herhaling, visualisering, snelheid, maar vooral van interactie en betrokkenheid. Er zijn zorgorganisaties die 10%, 20% of zelfs meer omzetsdaling verwachten door alle wijzigingen. We hebben de mond vol van gastvrijheid, van 'de cliënt centraal' en zelfs van concurrentieel voordeel. Maar toch word ik alleen door commerciële organisaties gevraagd om Facebook-pagina's en acties te 'liken' en te 'sharen'. 'Vrienden' spelen social media games, die ik dan weer extra levens kan geven zodat ze verder kunnen spelen. Gamification floreert als nooit te voren. Ik heb level 351, en jij?

Ja, ik ben voorstander van contact en dialoog. Van goede gesprekken tussen cliënt en zorgprofessional, tussen bestuurder en medewerkers, tussen leiding-

## Facebook, technologie en digitalisering

gevend en hun teams. Geen schijndialogen, maar echte gesprekken waarin we geïnteresseerd zijn in de opvattingen van de ander. Maar als we niet snel opschakelen in het gebruik van alledaagse technieken, spelen we toch echt een verloren wedstrijd. Ik geloof in organisatieontwikkeling waarbij teams een eigen vertaalslag maken van strategische projecten. Waarbij ze hun eigen successen maken en hun eigen verhalen delen. Maar vooral, waarbij teams van elkaar leren en elkaar kunnen volgen. Binnen en buiten de eigen organisatie.

Laten we ophouden met zelf het wiel uit te vinden en beginnen met delen. Door persoonlijk contact waar nodig, maar ook door digitalisering waar het kan. Vertel me alsjeblieft dat ik niet goed kijk. Nodig me uit om wat voor zorgactie dan ook te 'liken' en te 'sharen'. Bestook me met voorbeelden van digitale technieken in organisatieontwikkeling. Toon me fora met 'best practices'. Op die manier gaan organisatie- en marktontwikkeling hand in hand. Bekijk eens hoe participatie werkt bij de Voice of Holland, hoe de miljoenen mensen leren die dagelijks Candy Crush spelen of hoe men - ook medewerkers in de zorg - communiceert via de chat van Wordfeud. Ik droom van een avond waarop ik me af wil melden van al die nieuwsbrieven, portalen en andere initiatieven uit de zorg. Gewoon omdat ik er gek van word! Unsubscribe, unfriend, unfollow...! Ik prijs me gelukkig met een unieke voor- en achternaam. Jullie weten me vast te vinden.

Roel Venninckx, partner van STEIJNBERG

door: *Roel Venninckx*



Foodservice Consultant Society International (FCSI) is een wereldwijde toonaangevende vereniging van foodservice- en hospitalityconsultants. Met ruim 1.450 leden in 45 landen is de vereniging een wereldwijd platform voor de belangrijkste onafhankelijke consultants. In elke editie van Food Hospitality geeft een Nederlandse FCSI-consultant zijn visie op een actueel thema. Deze maand: Roel Venninckx.