

Hoe organiseer je de  
interne kennisbank van NU?

# **8** tips voor een gebruikersgericht intranet

# Hoe organiseer je de interne kennisbank van NU?

Op het social intranet wil je als organisatie corporate content beschikbaar stellen voor medewerkers. Denk aan informatie vanuit afdelingen als HR, ICT of Facilitaire zaken. De manier waarop je dat doet is in de loop van de jaren wel veranderd. De focus ligt steeds meer op de gebruiker.

Synigo Pulse, ontwikkelaar van het social intranetplatform Pulse, heeft dit gegeven goed verstaan. Deze digitale werkplek is heel gebruikersvriendelijk, intuïtief en prettig om mee te werken. Binnen dit platform hebben ze ook een zeer gebruiksvriendelijke kennisbank gebouwd: Weten & Regelen. Want dat is wat je als gebruiker toch wilt?

De afgelopen jaren heb ik meerdere kennisbanken op het platform van Synigo Pulse mogen inrichten. Synigo Pulse is een bevolgen en vooruitstrevend bedrijf die goed luistert naar de wensen en behoeftes van haar klanten. Een perfecte match!



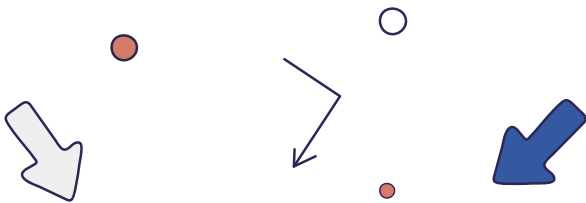
## Synigo Pulse

Nu is het tijd om onze kennis en ervaring met jou te delen. Samen delen we 8 tips voor een gebruikersgericht en relevante kennisbank op jouw intranet.

### **De inzichten in dit document zijn interessant voor jou als je:**

- 1. De organisatie wilt overtuigen dat een nieuwe werkwijze voor interne communicatie & kennisdeling nodig is en waarom;**
- 2. Net de platformkeuze voor een social intranet hebt gemaakt en nu aan de slag gaat met de inrichting.**

## De tips kort op een rij



1. Ken de voordelen van een goede kennisbank
2. Van afdelingsdenken naar gebruikersdenken
3. Help je collega's middels vraag-antwoord
4. Maak de informatie 'snacky'
5. Vele handen maken licht werk
6. Werk stap voor stap
7. Maak afspraken over het gebruik van documenten
8. Checklist voor kwaliteit

## Woord vooraf

Ieder bedrijf is uniek en elk traject kan op een unieke manier worden ingestoken. Er is geen 'blauwdruk' of ideaaltraject of vastomlijnd stappenplan te beschrijven, omdat richting van verschillende factoren afhangt. Dat gaan we in dit document dus ook helemaal niet doen. We delen een aantal stappen en keuzes die je in elk geval kunt toepassen.



TIP

1

## Ken de voordelen van een goede kennisbank

Via een online kennisbank antwoorden geven op de vragen van je gebruiker, heeft concrete voordelen:

1. Iedere keer dat een medewerker weer verder kan met zijn werk dankzij een antwoord in de kennisbank, is weer een telefoontje minder naar de servicedesk of teamlid. Extra aandacht voor het werk en nog efficiënter werken ligt binnen handbereik.
2. Toenemende medewerkerstevredenheid. Medewerkers vinden het heerlijk om zelf antwoorden te vinden en vooral als ze dit antwoord 24/7 op een makkelijke manier kunnen achterhalen.

### Mendy licht het toe.

Visser (Communicatieadviseur): “Ga maar na; hoeveel tijd scheelt het medewerkers als zij snel het antwoord op hun vraag kunnen vinden? Zo wordt minder gemaïld en minder over en weer gebeld of gechat. Stel je beantwoordt 100 veel gestelde vragen op je intranet. Reken maar uit je winst! Hebben jullie besloten een kennisbank in te richten? Besteed dan tijd aan de inhoud en betrek gebruikers erbij, want hoe relevanter de content is, hoe meer tijdsinstaat het oplevert. Natuurlijk kost de ontwikkeling en onderhoud van een kennisbank tijd. Maar uiteindelijk betaalt die tijdsinvestering zich dubbel en dwars terug. Jaar op jaar.”

### Een rekenvoorbeeld met 1 simpele veel gestelde vraag

Stel medewerkers hebben 1.000 keer per jaar de vraag: Hoe declareer ik mijn onkosten? Voor het gemak gaan we uit van € 10 per keer dat iemand antwoord moet geven op deze terugkerende vraag. Dit kost je organisatie dus al snel € 10.000 per jaar! Beantwoord je deze vraag online op je intranet dan kost het je eenmalig bijvoorbeeld € 300. Wanneer 30% van de medewerkers in het vervolg hun antwoord vinden in de kennisbank, dan bespaar je € 2.700. Elk jaar weer. Zorg je ervoor dat 50% hun antwoord opzoeken in de kennisbank? Dan loopt de besparing alleen maar op.

### Zo ziet het eruit in een tabel:

Het punt van onderstaande tabel is dat je als organisatie geld verliest zonder selfservice kennisbank. We hebben dat hieronder op een rij gezet en ziet dat je voor 1 simpele vraag € 2.700 misloopt:

<b>1000 keer de medewerkersvraag: Hoe kan ik mijn onkosten declareren?</b>	<b>ZONDER kennisbank</b>	<b>MET Kennisbank (30% adoptie)</b>
Totale kosten	€10.000	€7.300
<b>Het verschil</b>	<b>-/- €2.700</b>	

<b>De berekening</b>		
Totaal aantal contacten per jaar	1000	1000
Contacten via bellen, e-mailen, langslopen	1000	700
Selfservice sessies (online beantwoorden in kennisbank)	0	300 (30%)
Kosten per telefoontje, e-mail, langslopen	10 euro	10 euro
Totaal kosten bellen, e-mailen, langslopen		€7.000
Totaal kosten info in kennisbank zetten		€300
<b>Totaal</b>	<b>€10.000</b>	<b>€7.300</b>

### **Blijf praktisch**

Soms is het goedkoper om een vraag via 'de gewone weg' te beantwoorden. Stel een vraag wordt 5 keer per jaar gesteld. Dan kan het efficiënter zijn om de antwoorden wel met een telefoontje, chatbericht of e-mail te beantwoorden. Maak geen heilige graal van de kennisbank. Het is een hulpmiddel. Blijf het doel in het oog houden.



De spil van je kennisbank is relevante, gebruikersgerichte content. We delen drie praktische tips.

TIP  
**2**

## Van afdelingsdenken naar gebruikersdenken

Het komt vaak voor. Het organogram van de organisatie staat centraal in de opbouw van het intranet. Medewerkers zoeken dus op afdeling naar informatie. Lastig, want valt declareren nou onder HR of Financiën? Voor de betreffende afdeling heel duidelijk, maar voor de gebruiker niet altijd. Gelukkig kan het ook anders! **Switch van afdelingsdenken naar gebruikersdenken.**

➔ **Twee korte tips op een rij:**

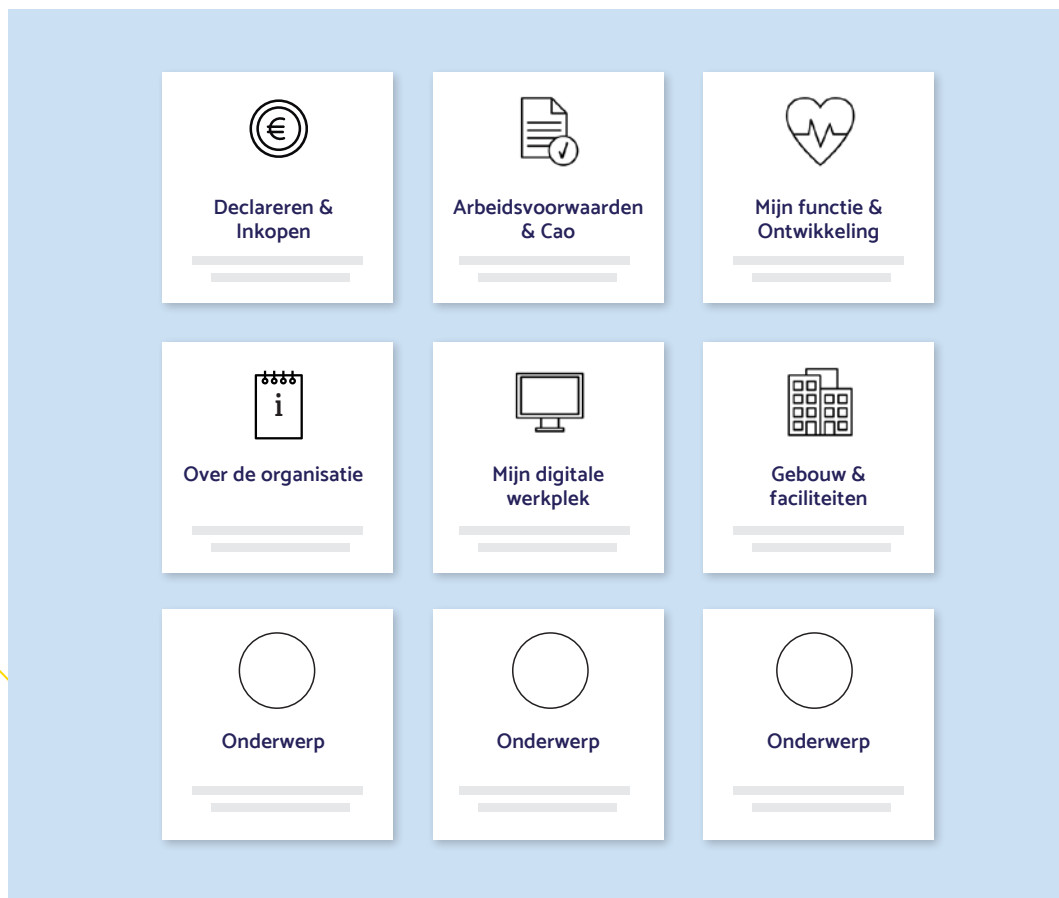
- Maak een beslisboom waar het organogram centraal staat, maar bouw de kennisbank op uit onderwerpen (thema's) en zorg dat daar een logica in zit;
- Ga in gesprek met je 'gebruiker' (dit zijn vaak collega's). Dat kan via brainstormsessies en (online) enquêtes, maar vergeet ook niet het zoekgedrag op jullie huidige intranet te onderzoeken. Hier haal je vaak al hele belangrijke gegevens uit. Welke pagina's bekijken medewerkers vaak? Zorg dat die pagina's in de nieuwe kennisbank goed beschreven zijn in korte artikelen. En plaats ze bovenaan, zodat gebruikers snel vinden wat ze zoeken.

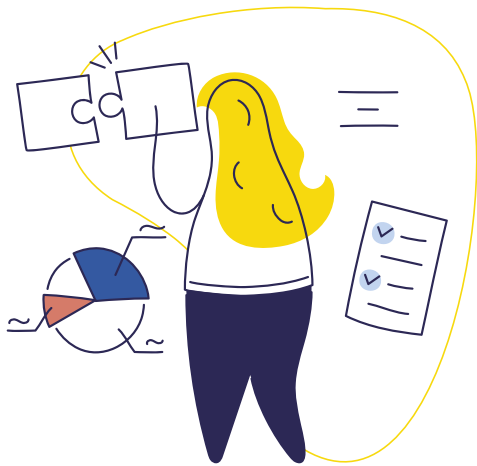
### Bijvoorbeeld:

Het thema 'salaris' vind je sneller (lees: logischer) onder een rubriek Arbeidsvoorwaarden & CAO dan onder de afdeling POC dat bij navraag blijkt te staan voor Personeel Organisatie en Communicatie. Daarnaast, het aantal thema's van HRM is vaak groot. Deel het daarom op in logische eenheden en maak van elke eenheid een rubriek.

Bijvoorbeeld:

- Arbeidsvoorwaarden & CAO
- Gezond & Vitaal
- Loopbaanontwikkeling





### **Praktisch actieplan hoe wij dat aanpakken:**

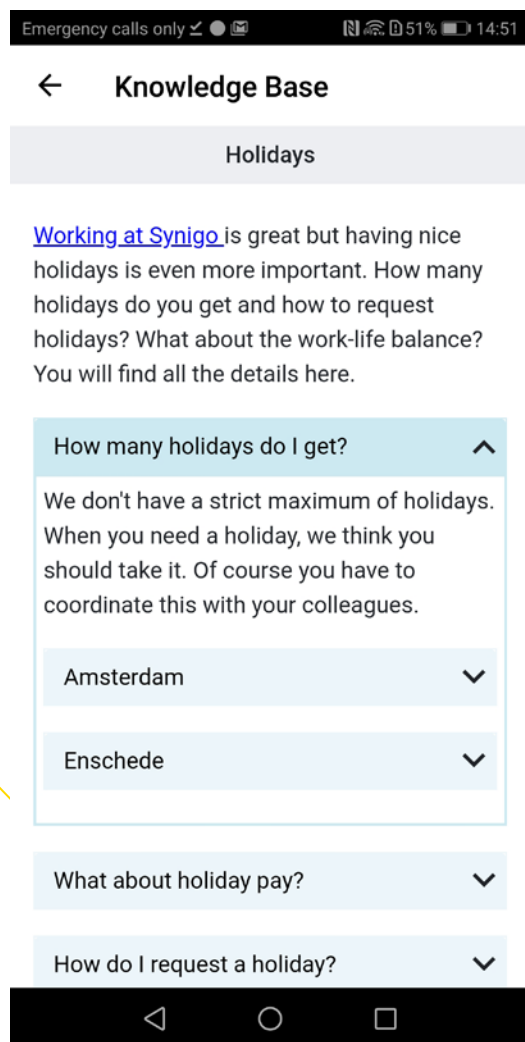
1. Bedenk passende thema's met contentbeheerders en andere collega's. Waar denk je aan bij het woord Arbeidsvoorwaarden? Verlof, regelingen, ziek zijn, etcetera. Een mooie manier om dit op tafel te krijgen is door bijvoorbeeld alle onderwerpen op post-its te schrijven en die daarna te categoriseren. Hierdoor ontstaat een structuur.
2. Geef de clusters/onderwerpen een passende naam en je opzet voor de kennisbank is gemaakt!
3. Nu kun je aan de slag gaan met de tekst.

In de praktijk zien we dat het begin staat aan het eind van de dag. De volgende dag al kan het team starten met schrijven van de eerste content.

### Voordeel van deze aanpak:

Door samen aan de structuur te werken, wordt de inhoud van de kennisbank iets 'van ons allemaal'. En niet onbelangrijk; collega's van stafafdelingen ontdekken hierdoor hoeveel tijdsbesparing de kennisbank hen op gaat leveren. Door deze aanpak ontstaat snel een natuurlijk eigenaarschap en collega's die meehelpen worden ambassadeurs van de kennisbank.

### Voorbeelden van hoe zo'n gebruikersgerichte kennisbank eruit ziet:



Voorbeeld van Weten & Regelen op de mobiele applicatie.

**Pulse**

## Weten & regelen

Hier komt dan een inrotekst over de weten & regelen functie binnen Synigo. Zoals je ziet heel wat info, maar ja, wij willen ook gewoon wel veel vertellen binnen korte tijd en zo doen we dat nou eenmaal.

**Show content:** [Laat alles zien](#) [Nieuwe medewerker](#) [Sales](#) [Health & safety](#)

[Grid view](#) [List view](#) [Keyword view](#)

### Over de organisatie

- Werken bij ons >
- Virtuele rondleiding >
- Corporate identity >

### Werkplek & ICT

- ICT Webshop >
- Een ICT storing melden >
- Nieuwe accounts aanvragen >
- ICT instructiefilms >
- ICT instructiekaarten >
- ICT Netwerkbijeenkomsten >

+ 6 topics

### Personeel en organisatie

- CAO 2020 >
- Loonstrookje >
- Verlof aanvragen >
- Zoek melden >

Direct verlof aanvragen

### AVG

- ICT Webshop >
- Een ICT storing melden >

### Populaire onderwerpen

- Direct verlof aanvragen
- Rebranding en herpositionering
- Loonstrookje 2021

### AVG

- ICT Webshop >
- Een ICT storing melden >

### P&O

- CAO 2020 >
- Loonstrookje >
- Verlof aanvragen >
- Zoek melden >

Direct verlof aanvragen

### Over de organisatie

- Werken bij ons >
- Virtuele rondleiding >
- Corporate identity >

### Personeel en organisatie

- ICT Webshop >
- Een ICT storing melden >
- Nieuwe accounts aanvragen >
- ICT instructiefilms >
- ICT instructiekaarten >
- ICT Netwerkbijeenkomsten >

+ 6 topics

### MEEST GELEZEN

Mijn printer print niet	410	Share	Save as favourite
Mijn printer print nog steeds niet	345	Share	Save as favourite
Waar kan ik mijn overgebleven verlofdagen in zien?	218	Share	Save as favourite
Waar kan ik mijn verlofdagen inleveren tegen een playstation 5?	188	Share	Save as favourite

Overzichtspagina met hoofdonderwerpen (de onderwerpen zijn fictief)

TIP  
**3**

## Help je collega's middels vraag-antwoord

Een belangrijk doel van de kennisbank is dat medewerkers makkelijk kunnen vinden wat ze zoeken. Wij noemen het niet voor niets Weten & Regelen. Ze hebben een bepaalde informatiebehoefte, waar de kennisbank bij moet helpen. Vraag-antwoord is hierbij een succesvol format. Schrijf letterlijk de vragen op die bij medewerkers leven, en zorg voor een kort en bondig raak antwoord. Hieronder zie je een voorbeeld hiervan.

### Kind & Verlof

#### > Zwangerschapsverlof

##### Hoe lang heb ik zwangerschapsverlof?

Als zwangere medewerker heb je in totaal recht op minstens zestien weken verlof: zes weken zwangerschapsverlof en minstens tien weken bevallingsverlof. Ben je in verwachting van een tweeling of meerling? Dan heb je recht op tien weken zwangerschapsverlof en minstens tien weken bevallingsverlof.

##### Van wanneer tot wanneer heb ik zwangerschapsverlof?

Vier tot zes weken voor de uitgerekende bevallingsdatum gaat het zwangerschapsverlof in. Het zwangerschapsverlof duurt tot en met de dag van de bevalling. Het bevallingsverlof gaat in op de dag na de bevalling. Dit verlof duurt minstens tien weken. Neem je minder dan zes weken zwangerschapsverlof op, dan tellen we het verschil op bij het bevallingsverlof.

- o Is je baby te vroeg geboren? Dan worden de dagen dat het zwangerschapsverlof korter duurde dan zes weken bij het bevallingsverlof opgeteld. De totale verlofperiode is altijd zestien weken.
- o Is je baby later dan de uitgerekende datum geboren? Dan worden de dagen tussen geboorte en uitgerekende bevallingsdatum bij de termijn van zestien weken opgeteld.

##### Hoe vraag ik zwangerschapsverlof aan?

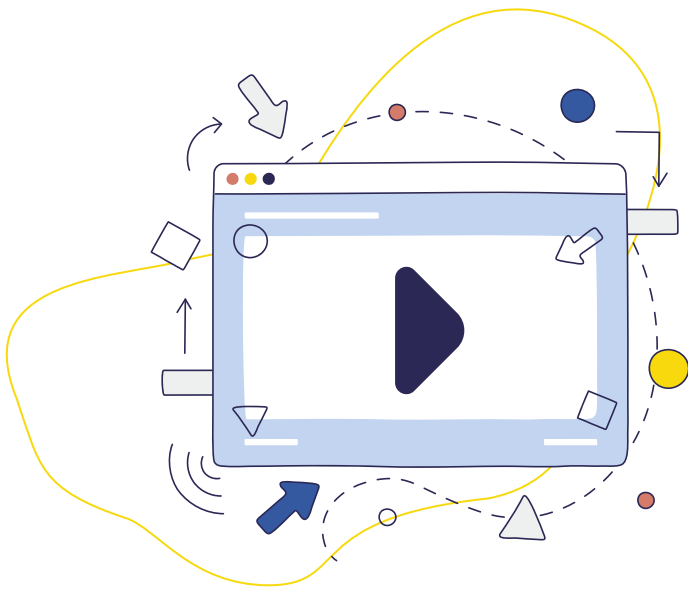
Breng je leidinggevende uiterlijk drie weken voordat het verlof ingaat schriftelijk (via e-mail) op de hoogte. Bij de aanvraag geef je een verklaring van de arts of verloskundige, waarin de uitgerekende bevallingsdatum staat.

Je leidinggevende geeft je aanvraag voor je verlof daarna door aan de afdeling HR. Vanuit de afdeling HR ontvang je een bevestiging van je verlof.

#### > Ouderschapsverlof

#### > Geboorteverlof (partnerverlof)

#### > Aanvullend geboorteverlof



### **Denk ook aan de toekomst**

De zoekmogelijkheden op digitale platformen worden steeds beter. Inzet van chatbots maken het voor de gebruiker nog makkelijker om antwoorden te vinden. Maar let op; zoeken en chatbotconversaties vereisen goede en actuele content. Door stap voor stap kwalitatief goede content toe te voegen ben je hierop voorbereid. En ook hiervoor is vraag-antwoord een succesvol format. Op deze manier weet de zoekfunctionaliteit of chatbot altijd het juiste antwoord te vinden op de vraag.

TIP

4

## Maak de informatie 'snacky'

Visser: “Interessante informatie voor medewerkers is vaak verwerkt in grote documenten of staan in grote lappen tekst op het intranet. Dit werkt anno 2021, waar medewerkers overladen worden met informatie, absoluut niet meer. Als het al ooit effectief is geweest... Zoals we al zeiden: vraag-antwoord werkt goed. Geef precies antwoord op de vraag van een gebruiker. Houd het antwoord kort en vertel alleen datgene wat écht relevant is. Zo houd je de kennisbank overzichtelijk. Heb je toch te maken met een ijverige lezer? Dan kun je prima verwijzen naar een specifiek document of website.

Tot slot: maak een schrijfwijzer voor de borging van kwaliteit op de langere termijn. Geen dikke boeken, gewoon 1 A4 met de belangrijkste afspraken.”





➔ **Richtlijnen voor 'snacky' content:**

- Schrijf kort en krachtig. Veel woorden zijn eigenlijk overbodig (zoals eigenlijk in deze zin);
- Gebruik niet te veel vakjargon of ambtelijk taalgebruik. Schrijf liever in spreektaal dan in schrijftaal;
- Zorg voor één duidelijke boodschap per alinea;
- Maak teksten makkelijker te lezen, bijvoorbeeld door wat vaker een punt te zetten. En maak gebruik van opsommingen;
- Maak teksten scanbaar door tussenkoppen te gebruiken;
- Houd de aandacht van de lezer vast. Gebruik soms een ondersteunend beeld, of een video;
- Vergeet de calls-to-action niet. Met wie kan iemand contact opnemen als die nog geen antwoord heeft op zijn vraag? Of waar kan hij eventueel meer lezen?

➔ **Tip:** Wees zo specifiek mogelijk in je vraag. Gaat het over declaratie, zorg dan dat het woord declaratie erin zit. Dus niet: Hoe dien ik het in? Maar: Hoe dien ik een declaratie in? Wel zo duidelijk, ook voor de zoekfunctie en bijbehorende zoekresultaten.

## Voorbeeld van een schrijfwijzer die we als basis gebruiken:

### 1. Begin bij de clou

Zet je kernboodschap bovenaan (het belangrijkste eerst), daarna eventueel de toelichting, onderbouwing of nuancering.

### 2. Werk met tussenkopjes

Is je tekst langer dan één alinea? Werk dan met tussenkopjes. Dat leest prettiger en maakt de tekst scanbaar.

### 3. Houd het kort

Hoe minder overbodige woorden, hoe overzichtelijker.

**NIET:** Als je meer informatie wilt over dit onderwerp, dan kun je contact opnemen met...

**WEL:** Neem voor meer informatie contact op met...

### 4. Houd het simpel

Hoe minder 'dure' woorden en moeilijke zinsconstructies, hoe beter.

**NIET:** In onderliggend schrijven refereerden wij aan eerder gestelde notulen waarin onder subartikel 2.1 werd vermeld dat een reiskostenvergoeding op enigerlei wijze niet kan geschieden indien sprake is van...

**WEL:** Zoals eerder gemeld kan geen sprake zijn van reiskostenvergoeding als...

### 5. Schrijf actief

Hoe actiever, hoe beter leesbaar een tekst is. Vaak kan dit, door het werkwoord 'worden' niet te gebruiken.

**NIET:** Wij worden door hem op de hoogte gebracht.

**WEL:** Hij brengt ons op de hoogte.

### 6. Splits lastige zinnen

- Gebruik korte zinnen en ga uit van een hoofdzin met maximaal één bijzin.
- Splits dus te lange zinnen in tweeën.
- Geef één boodschap per zin.

### 7. Maak gebruik van opsommingen

Opsommingen maken een tekst beter leesbaar.

**NIET:** Tips voor thuiswerken zijn pauzes inplannen, planningen maken en zorg dat je afspraken maakt met je huisgenoten.

**WEL:** Tips voor beter thuiswerken:

- Plan pauzes.
- Maak een planning.
- Maak afspraken met je huisgenoten.

Het beoogde resultaat heb je scherp. We delen 4 tips voor een fantastisch content team.

TIP  
**5**

## **Vele handen maken licht werk**

**Het opzetten (en onderhouden) van een interne kennisbank doe je samen. Communicatie en ICT zijn daarin samen het startpunt. En betrek waar nodig andere collega's voor de inhoud. Zo benut je elkaars kennis en kwaliteiten optimaal.**

Een voorbeeld van hoe je dat aan kunt pakken. Visser: “Begin bij de directie. Neem ze eerst mee in de waarde van de kennisbank en de noodzaak om dit project interdisciplinair (met collega's van verschillende afdelingen) aan te vliegen. Overtuigd? Iedere stafafdeling stelt daarna een medewerker beschikbaar. Zij helpen met de daadwerkelijk inhoud van kennisbank. Want: vele handen maken licht werk. Vanaf daar start je met ‘bouwen’.”

### **De voordelen van deze aanpak op langere termijn:**

- De stafafdelingen voelen zich verantwoordelijk voor de content en houden die ook up-to-date;
- Medewerkers die meedenken en de content beheren worden de ambassadeurs van het intranet en de kennisbank;
- De communicatieafdeling is niet meer alleen verantwoordelijk voor de informatie in de kennisbank.

TIP  
**6**

## **Werk stap voor stap**

**Een kennisbank kun je zo uitgebreid maken als je zelf wilt. Besef je dat ‘meer’ niet altijd beter is. Het gaat om de meest relevante informatie. Hoeveel en welke informatie hangt af van je eigen organisatie. Voor organisaties met veel medewerkers is het gunstiger om meer informatie uit te werken in vraag-antwoord dan organisaties met weinig medewerkers. Wat je wel graag wilt, is alle thema’s waar veel vragen over zijn in de kennisbank te verwerken. Maar dan nog, dit hoeft niet allemaal in één keer. Het is vooral belangrijk om het werk behapbaar te maken en in stappen op te knippen.**

Visser: “Ik help organisaties keuzes te maken. Welke informatie zetten we in de kennisbank en welke niet? En welke informatie werken we uit in vraag-antwoord en welke niet? Samen gaan we op zoek naar wat de belangrijkste vragen zijn om te beantwoorden. Als een vraag te weinig gesteld wordt, dan kost het te veel tijd om de informatie in een kennisbank te zetten en te onderhouden. Dan kan het beter zijn om de gebruiker een keer te laten bellen of te e-mailen.

Daarnaast zie ik vaak strakke deadlines. Niets mis mee, het betekent alleen dat je moet prioriteren. Werk dus gefaseerd. Mijn tip is om de onderwerpen aan te pakken waar de meeste vragen over zijn vanuit de gebruikers. Die rubriek (bijvoorbeeld de rubriek Arbeidsvoorwaarden, desnoods met de top 3 onderwerpen Verlof, Ziekte & Regelingen) werk je als eerste uit. Je kunt dan gefaseerd met rubrieken online gaan en toch de succeservaring geven aan gebruikers.

Belangrijk is om de verwachtingen te managen met betrekking tot de andere onderwerpen. Bijvoorbeeld bij wie je moet je zijn voor dat onderwerp, of wanneer de informatie gepubliceerd wordt. Dan komen ze zeker terug - en blijft het behapbaar voor de content-managers.”

➔ **Tips op een rij voor een gefaseerde aanpak:**

- Start met een stip op de horizon. Welke thema's zijn belangrijk en wat betekent dat voor de hoofdstructuur van de kennisbank?;
- Ga op zoek naar de belangrijkste rubrieken voor jouw doelgroep en start daar;
- Geef alleen de informatie binnen die rubriek die er het meest toe doet (bijvoorbeeld de top 5 vragen);
- Geef medewerkers richting over de informatie die nog ontbreekt. Bijvoorbeeld bij wie ze de vraag kunnen stellen, of wanneer de informatie gepubliceerd wordt.

TIP

7

## Maak afspraken over het gebruik van documenten

Binnen de kennisbank verwijs je regelmatig door naar documenten met uitgebreidere informatie. Maar hoe ga je daar nu mee om? Het is handig om hier van tevoren over na te denken en afspraken te maken.

### Een goede tip

Kies voor een speciale plek waar je documenten neerzet die vanuit de kennisbank te vinden zijn. Zorg dat je de rechten van medewerkers binnen die plek goed in kan stellen.

Dit kan er als volgt uitzien:

#### Documenten om te lezen:

Waar	Waarom	Bijzonderheden
SharePoint-bibliotheek	<p>Documenten zijn gemakkelijk (terug) te vinden - en te vervangen als dat nodig is. De url blijft daardoor hetzelfde.</p> <p>In een SharePoint-bibliotheek zijn rechten van gebruikers goed in te stellen</p>	<p>Let erop dat gebruikers alleen lezersrechten krijgen en content-beheerders de beheersrechten. Zo worden documenten niet per ongeluk gewijzigd.</p> <p>Plaats hier alleen PDF-documenten. Zo blijft niet alleen de inhoud, maar ook de lay-out ongewijzigd.</p>

#### Invuldocumenten of sjablonen:

Waar	Waarom	Bijzonderheden
Via het Content Management Systeem of Forms	<p>Voorkom dat een content-beheerder per ongeluk een document wijzigt en overschrijft. Zo kan er geen datalek ontstaan. Er wordt namelijk altijd een download geforceerd.</p> <p>Is je organisatie bekend met Forms? Dan is dat ook een goede oplossing.</p>	<p>Plaats deze documenten niet in de SharePoint-bibliotheek. SharePoint overschrijft dit document automatisch als de persoon die het formulier invult beheerdersrechten heeft.</p>

TIP  
**8**

## Checklist voor kwaliteit

**Stel bij de start een lijstje met criteria op voor de opbouw van de content en wees hier ook na livegang streng op. Dit kan al op een half A4-tje. Als deze criteria voor iedereen helder en na te lezen is, kun je de kwaliteit goed bewaken.**

**Criteria kunnen zijn:**

- Hanteer het vraag-antwoord principe;
- Denk altijd vanuit de gebruiker;
- Ga altijd na of de vraag van toepassing is op een grote groep medewerkers (of slechts een kleine groep);
- Beperk de keuze, zodat een gebruiker makkelijk een keuze kan maken (maximaal 9 rubrieken, 9 categorieën, 9 topics en bij voorkeur 9 vragen);
- Schrijf volgens afgesproken schrijfrichtlijnen (maak een schrijfwijzer);
- Tag je onderwerpen met synoniemen, hierdoor is de informatie nog beter vindbaar;
- Er moet altijd een persoon of afdeling gekoppeld worden aan een onderwerp;
- Als informatie nog niet compleet is of nog in de maak, zorg dan dat je de verwachtingen duidelijk kunt managen. Plaats bijvoorbeeld een 'under construction' afbeelding.



### **Bijvoorbeeld Schrijfstijl Lunet zorg**

- Jij/je à persoonlijker, minder afstand tussen organisatie en doelgroep.
- Doelgroep als uitgangspunt nemen. Inleven in de doelgroep. Niet 'wij zijn goed in', maar 'waar kunnen we jou bij helpen'. Doelgroep moeten er een fijn gevoel aan overhouden. We willen je graag helpen, we bespreken graag met jou wat jij belangrijk vindt, we denken graag met je mee, etc.
- Duidelijke titel en tussenkoppen: ongeveer 100 woorden per alinea, één onderwerp per alinea.
- Korte zinnen. Max. 15 woorden per zin.
- Actieve schrijfstijl met voorbeelden.
- Eenvoudige woorden die iedereen kent.

# Woord om af te sluiten

Zoals we al zeiden: er is geen stappenplan of blauwdruk te maken voor de inrichting van jullie kennisbank. En eerlijk is eerlijk: er komt het een en ander bij kijken om dit goed georganiseerd te krijgen. Gelukkig kun je klein beginnen om later groots uit te pakken.

Wil je eens sparren over de inrichting van de kennisbank van jouw organisatie? Of weet je nog niet welk platform je wilt gebruiken voor jullie sociaal intranet? Schroom dan niet om contact op te nemen:



## **Mendy**

LIFT

Mendy Visser

[mendy@liftkennisbank.nl](mailto:mendy@liftkennisbank.nl)

06 4177 9641

[www.liftkennisbank.nl](http://www.liftkennisbank.nl)



## **Xavier**

Synigo team

Xavier Geerdink

[x.geerdink@synigo.nl](mailto:x.geerdink@synigo.nl)

088 38 38 500

[www.synigo.nl](http://www.synigo.nl)