

Tips voor het intranet

Mogelijke doelen van het intranet

- Het vergroten van de bekendheid van uw diensten en producten.
- Het verbeteren van de productiviteit van uw medewerkers.
- Het verbeteren van de onderlinge communicatie.
- Het verbeteren van de communicatie met interne klanten.
- Intranet als middel in plaats van of naast de andere (papieren)informatie media.
- Kennisdeling.
- Een betere interne klantenservice.
- Een beter imago: kijk eens wat we in huis hebben.

Kies voor een decentraal intranet en ook internet.

Zorg ervoor dat elk facilitair bedrijf c.q. vestiging een eigen afdeling op het intranet krijgt.

Bepaal zelf de inhoud van uw deel van het intranet.

Wat betreft de structuren van de inhoud van het intranet gelden twee gouden regels:

1. Eerst passieve, daarna actieve pagina's.
2. Eerst statische, daarna dynamische pagina's.

Begin met de passieve informatie pagina's; dat zijn de pagina's die alleen gelezen worden, zoals;

- locatie van de vestigingen;
- plattegrond van het gebouw;
- producten- en dienstencatalogus;
- overzicht van veel voorkomende vragen (FAQ);
- namen en e-mail adressen met eventueel de foto's (zgn. smoelenboek);
- personeelgids;
- KAM-handboeken;
- intern nieuwsbulletin;
- huisstijl eisen, downloadbare logo's in diverse formaten ;
- vacatures of nog te realiseren vacature website ("werkenbijahak.nl");
- financieel en sociaal jaarverslag;
- huishoudelijk reglement, waaronder het zakelijk internetgebruik;
- evaluatie en calamiteiten richtlijnen.

Begin met communicatie faciliteiten die medewerkers al "normaal" vinden bij internet, zoals e-mail. Breid het intranet pas uit met actieve pagina's, waarbij de gebruiker zelf

kan reageren, zoals de mogelijkheid tot beantwoorden van enquêtes, de “call me back” – optie, een direct toegang tot de helpdesk en “desktop learning”.

Begin eerst met statische informatie (dat wil zeggen gewone tekst- en beeldpagina's) en daarna pas met dynamische informatie (zoals geluids- en videofragmenten).

Zorg goed voor een intranetmanagement.

Het is belangrijk dat u een webmaster heeft die op directieniveau verantwoordelijk is voor de uiteindelijke content. Daarnaast een webeditor die verantwoordelijk is voor het ontwerp, de huisstijlbewaking en de functionaliteit van het intranet. Elke afdeling kan in principe informatieleverancier zijn en de informatie versturen aan een aangewezen centraal contact.

Migreer veelgebruikte content naar het intranet.

Nog een belangrijke factor die ervoor zorgt dat personeel het intranet gebruikt: De aanwezigheid van praktische belangrijke informatie. Denk daarbij aan werkroosters, telefoonnummers, verslag van personeelsvereniging, activiteiten, evenementen, foto's van bijeenkomsten, enz.

Real-time applicaties:

- weer & verkeer
- beurskoersen

Vermeld de content eigenaar.

Vermeld de persoon die een artikel heeft geschreven en maak een verwijzing naar die persoon voor de medewerkers die meer informatie over een onderwerp willen hebben.

Vermeld het nummer van de telefonische ondersteuning.

Het is erg frustrerend als iets niet werkt of als je op zoek bent naar bepaalde informatie, maar deze niet kunt vinden. Nog vervelender is het als je vervolgens ook op geen enkele manier gewezen wordt op een contactpersoon of een telefoonnummer waar je terecht kunt met je vragen en/of opmerkingen. Zorg daarom dat altijd deze informatie duidelijk zichtbaar is op het intranet. Dat scheelt een hoop ergernis.