



# Introductie workshop 'Informatiehuishouding Rijk'

## 'Positionering van Informatiebeheer'

**Eric Kokke (RDDI)**

13 oktober 2021



# Programma

- **Introductie**
- **Imago en verwachtingen**
- **Toegevoegde waarde**
- **Communicatie; de boodschap**



# Wat is de benaming van jouw huidige functie of de functie waarin je dadelijk aan de slag gaat?

consultant informatiemngt  
trainee i-adviseur  
informatiemanager informatie adviseur  
informatiespecialist  
**i-adviseur**  
projectmedewerker ihh  
adv informatiehuishouding content manager  
procesadviseur informatiebeheerder  
beleidsmedewerker ihh  
projectmedewerker



# Waarom deze workshop?

Uit Open op Orde:

"Bij de intrede van het digitale tijdperk was de algemene aanname dat dit soort functies niet langer op hetzelfde niveau gehandhaafd hoefden te worden. De aanname was tweeledig:

- a) geautomatiseerde informatiesystemen zouden voldoende garantie bieden voor het beheer van informatie,
- b) informatiebeheer zou daardoor belegd kunnen worden bij individuele ambtenaren belast met beleid en uitvoering van beleid.

Die aanname is niet bewaarheid geworden.

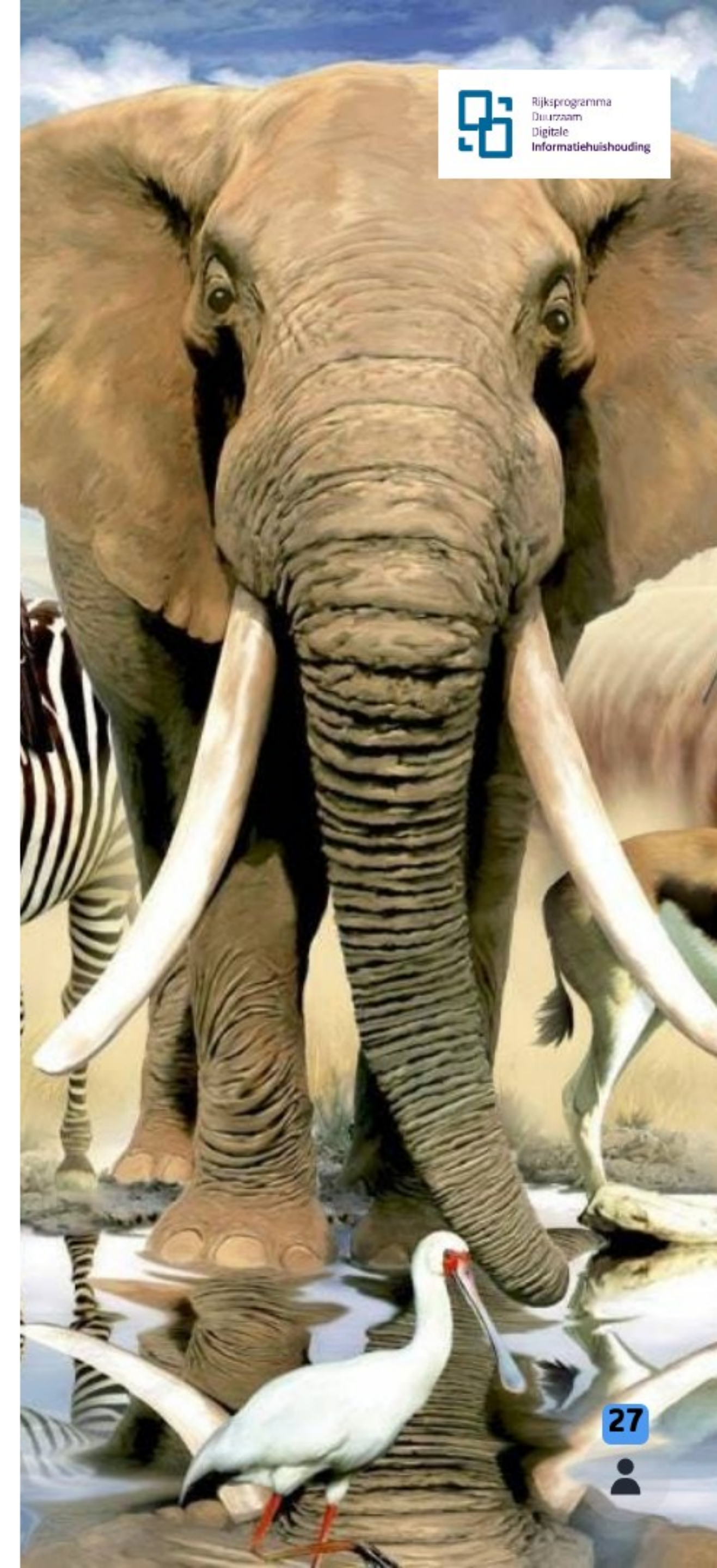
# Hoe is het zover gekomen?

- Te weinig zichtbaarheid van teams Informatiebeheer
- Onvoldoende duidelijk wat de toegevoegde waarde van Informatiebeheer en de Informatiebeheerder is
- Imago
- Niet voldoende geïnvesteerd om mee te groeien met de ontwikkelingen



# Test: Welk dier associeer je met een informatiebeheerder / informatiehuishouding professional?

een eekhoorn hond walvis mammoet  
goudvis **duizendpoot**  
eekhoorn uil bij  
kameleon spin  
mol aap vogel kat  
mieren mieren slak olifant bever  
slak slang dolfin rat  
**octopus** bijen





Het begrip **imago** duidt in marketing, psychologie en communicatie op de beeldvorming die een persoon of organisatie oproept; vooral als dat als totaalbeeld een brede weerslag krijgt bij het publiek, bij een doelgroep of bij relaties.

[nl.wikipedia.org](https://nl.wikipedia.org/wiki/Imago_(reputatie)) > [wiki](#) > [Imago\\_\(reputatie\)](#)

[Imago \(reputatie\) - Wikipedia](#)

 [Over samenvattingen](#)  [Feedback](#)

**Imago, beeldvorming en verwachtingen**





## IMAGO BEGINT MET ZELFKENNIS...

STUCADOOR  
ZEGT U...?









# Beschrijf in 1 woord jouw beeld (imago) van Starbucks (maximaal 5 x 1 woord)





[KOFFIE](#)[MENU](#)[KOFFIEHUIS](#)[CARRIÈRE](#)[DUURZAAMHEID](#)[OVER ONS](#)[Een vestiging zoeken](#)

## Onze vestigingen

Zodra onze gasten merken dat ze zich hier thuis voelen, worden onze vestigingen een toevluchtsoord, even weg van de zorgen buiten, een plek waar je je vrienden kunt ontmoeten. Het gaat om plezier, in het tempo van het leven – soms langzaam en genietend, soms sneller. Maar altijd vol medemenselijkheid.

telen. We voelen ons daar erg betrokken bij. Ons werk is nooit klaar.

### Onze partners

We praten over 'partners' omdat het niet alleen werk is, maar een passie. Samen streven we naar diversiteit en creëren we een plek waar we allemaal onszelf kunnen zijn. We behandelen elkaar altijd met respect en waardigheid. En we houden elkaar aan die norm.

**Volgens Starbucks zelf.... (1)**





## Onze vestigingen

### Gemeenschap

Van de buurten waar onze winkels zich bevinden, tot de buurten waar onze koffie wordt geteeld - we geloven dat betrokken zijn bij de gemeenschappen waar we onderdeel van uitmaken zeer belangrijk is.

Mensen samen brengen, inspireren tot veranderingen en een verschil maken in de levens van mensen - dat hoort allemaal bij een goede buur zijn. En het is een inzet die is geworteld in de overtuiging dat we onze omvang kunnen gebruiken om positieve veranderingen teweeg te brengen.

**Volgens Starbucks zelf... (2)**





## Gemeenschap

### Ethisch verantwoord inkopen

We zetten ons in om koffie te kopen van de hoogste kwaliteit, die verantwoordelijk is verbouwd en ethisch is verhandeld om een betere toekomst voor boeren te helpen creëren.

len, tot de buurten waar  
trokken zijn bij de  
naken zeer belangrijk is.

de levens van mensen - dat hoort allemaal bij een  
ze omvang kunnen gebruiken om positieve

Starbucks begon met het inkopen van Fairtrade-koffie in 2000. In 2009 kochten we in totaal 18 miljoen kilogram Fairtrade-koffie.

**Volgens Starbucks zelf... (3)**





# Beschrijf het imago van jouw afdeling

Beperkingen

De dupe voor IHH

Ondersteuning bij  
informatiebeheer

ICT-helpdesk vervangend

Niet aansluiten bij  
gebruikerswensen

Enthousiast maar langzaam

In verandering. Van Informatie als  
speerpunt naar Communicatie als  
speerpunt.

In de kinderschoenen

Faciliterend



# Beschrijf het imago van jouw afdeling

Vervelend maar toch behulpzaam

probleemoplossend

Ruimte voor verbetering

Luisteren niet naar burgers

Regels

Vernieuwend, enthousiast

Duur

Centrale punt voor IHH rijksbreed

Bemoeizuchtend



# Beschrijf het imago van jouw afdeling

Groeiende

Druk, maar altijd bereid te helpen  
en continu in ontwikkeling

Probleemoplossend en  
snelgroeiend.

Geheugen van de organisatie

Ver van mijn bed show

Procedureel

Vraagbaak voor documentbeheer





**Het belang van toegevoegde waarde**





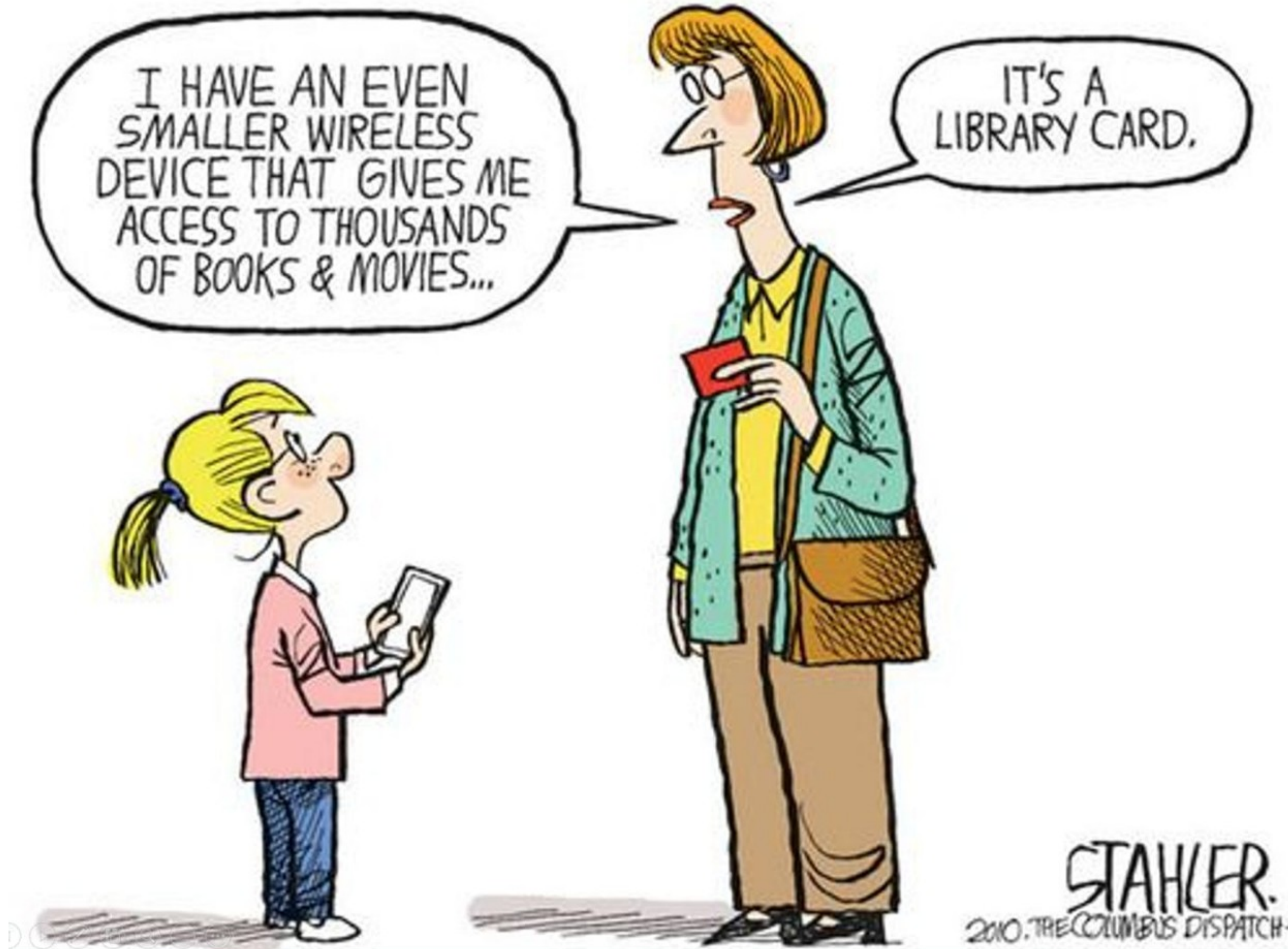
# Toegevoegde waarde

De waardetoevoeging die een organisatie haar klanten biedt via haar producten en diensten, waarmee ze zich onderscheidt van andere organisaties.

Vertaald: 'What's in it for me?'









# Denk bij de beschrijving van jouw toegevoegde waarde aan:

- Benoem 'What's in it for me?'
- Benoem een probleem dat je oplost
- Gebruik geen jargon
- Gebruik geen overbodige woorden
- Houd je doelgroep in gedachten
- **Niet een omschrijving van jouw werkzaamheden**





Met full-funnel-digital-marketing-zorgen-we-bij  
Traffic-Builders-voor-verschillende-specialismen-  
waarmee-zowel-branding,-sales-als-service-gerichte-  
campagnes-van-de-klantreis-afgedekt-worden.-Met-  
onze-ruime-ervaring-in-Inhousing-&-Staffing-zien-  
wij-kansen-om-inhouse-teams-te-helpen-opbouwen-  
en-zo-de-ideale-partner-te-zijn-in-elke-fase-van-  
'digital-maturity'.¶

**Zo liever niet...**





# De toegevoegde waarde van Informatiebeheer voor mijn organisatie is...

Hoog

Het overzichtelijk maken van informatie

Tijdsbesparing

Kan helpen bij ingediende Wob-verzoeken.

Helpen zoeken

Geschiedenis

Efficiëntie en overzicht bewaren in de informatiehuishouding

ondersteuning bieden bij overzicht en structuur betreft informatie

Onmisbaar voor het efficiënt functioneren van alle afdelingen door informatie op het goede moment op de goede plek te krijgen



# De toegevoegde waarde van Informatiebeheer voor mijn organisatie is...

Snel kunnen vinden van relevante gegevens.

Goede vindbaarheid van benodigde informatie, nu en in de toekomst

een goed geordend archief

Het inzichtelijk maken van de beschikbare informatie in mijn organisatie om deze gericht te kunnen gebruiken voor het behalen van onze bedrijfsdoelen en ambities.

Vernieuwend advies voor overzichtelijk en betrouwbaar omgaan met informatie

Helpen om informatie op te slaan, zodat hij/zij die later terug kan vinden.

Informatie is op die manier terugvindbaar. Ongeacht wie de informatiebeheerder of auteur is van de informatie.

Onderzoeken en vragen wat beter kan en hoe dit te bereiken.. Vragen als 'wat heb je nodig?' en daar een passende oplossing bij bedenken

Het overzichtelijk maken van de informatiehuishouding en ondersteuning bieden om dit ook goed op orde te krijgen en houden



# De toegevoegde waarde van Informatiebeheer voor mijn organisatie is...

Voorkomen van verlies van de bonnetjes van Teeven. IAW, duurzaam en toegankelijk informatie beheren in een systeem waar data je primaire grondstof is.

Het creëren van een overzichtelijke informatiehuishouding, waarin effectief kan worden samengewerkt





Rijksoverheid

## Jouw werk is belangrijker dan je denkt

BEWAAR INFORMATIE  
OP DE JUISTE MANIER

Alle informatie waar jij mee werkt  
is niet alleen nu, maar ook in de  
toekomst belangrijk voor jezelf,  
voor collega's én voor Nederland.

Deze infographic maakt kernachtig duidelijk  
waarom dit belangrijk is en wat er van  
jou verwacht wordt. Bekijk voor  
achtergrondinformatie de [kenniskaart](#).

Heb je vragen of twijfel je ergens over?  
Laat je adviseren door een IV-professional  
van jouw organisatie. Of ga naar  
[www.goedbewaardvoornuenvolater.nl](http://www.goedbewaardvoornuenvolater.nl)



**GOED  
BEWAARD**  
voor nu en later

Voldoende 'toegevoegde waarde' duidelijk gemaakt?



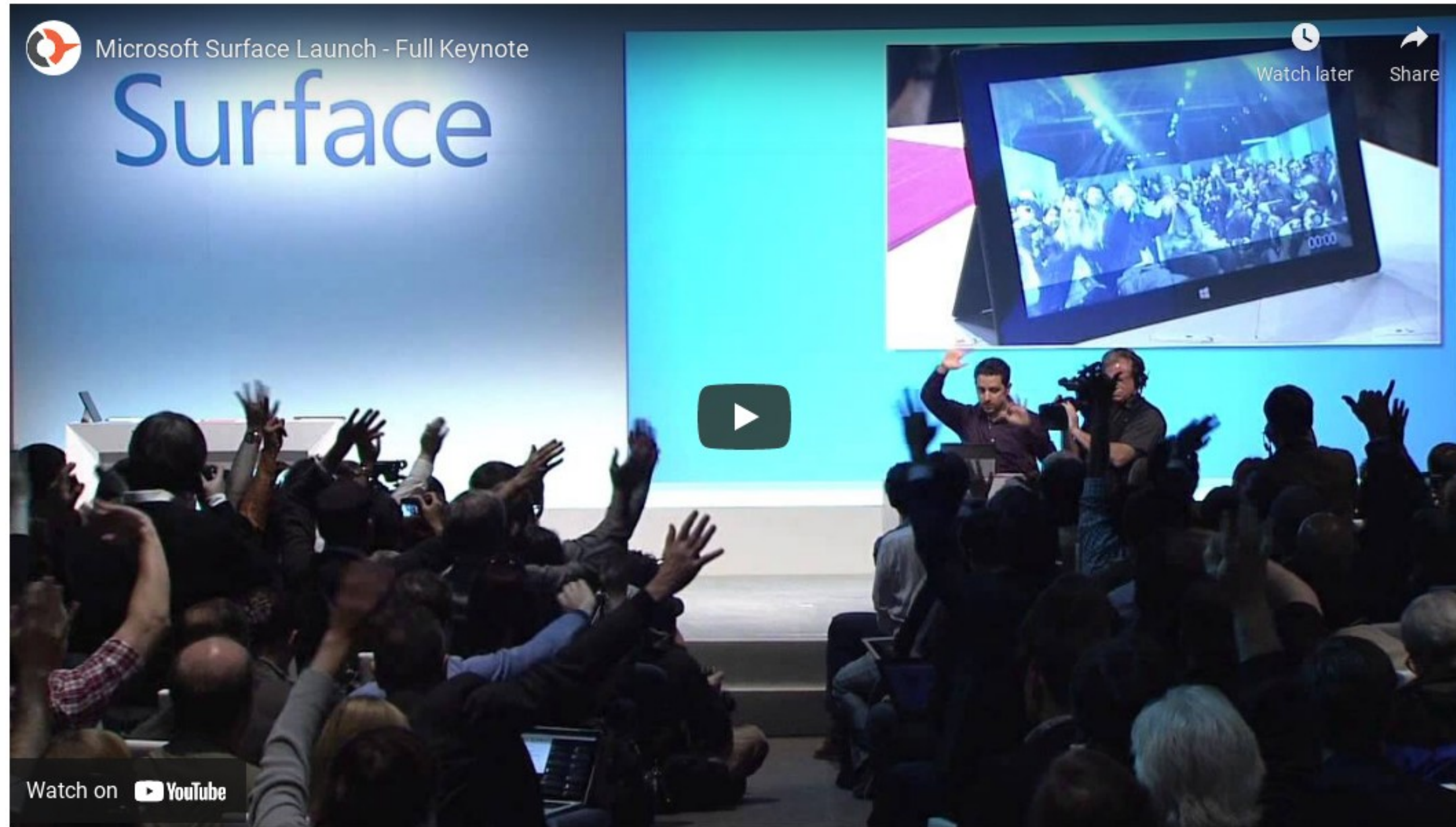




**Whisper through a megaphone**







**Ter lering en inspiratie! Wat valt op, waar zie je verschillen, wat spreekt je aan, wat niet?**







**Ter lering en inspiratie? Wat valt op, waar zie je verschillen, wat spreekt je aan, wat niet?**





## Communicatie volgens Steve Jobs

- Formuleer een boodschap
- Formuleer een headline of slogan
- Benoem 3 voordelen van jouw product / dienst
- Beantwoord de 'What's in it for me?' vraag
- Weet welk probleem je oplost voor de gebruiker
- Zoek een gezamenlijke 'vijand' (issue)
- Zoek goede partners





	<b>Apple / iPad</b>	<b>GO opleidingen</b>
Boodschap	We hebben nu iets dat netbooks overbodig maakt en PDA's en laptops vervangt	GO opleidingen helpt je in jouw ontwikkeling voor een beter toekomstperspectief
Headlines / Slogans	'Holding the internet in your hands'	School voor informatie
Key benefits / Voordelen	Makkelijk in gebruik Makkelijk mee te nemen 10 uur batterijtijd	Flexibel Specialisten als docent Gericht op volwassenen
Welk probleem los je op?	De traagheid van een netbook / laptop en het formaat van een PDA	Beschikken over de juiste competenties in een snel veranderende wereld
What's in it for me?	Een device dat alles kan wat 2 andere devices ook kunnen, maar eenvoudiger, sneller en beter	Behoud van baan Beter toekomstperspectief Eigen ontwikkeling







**Uitgelicht: de Slogan**





# Een slogan of headline is ...

een kernachtige verbale uiting van een onderdeel van een ideologie van een organisatie of beweging of van een commerciële doelstelling van een bedrijf.





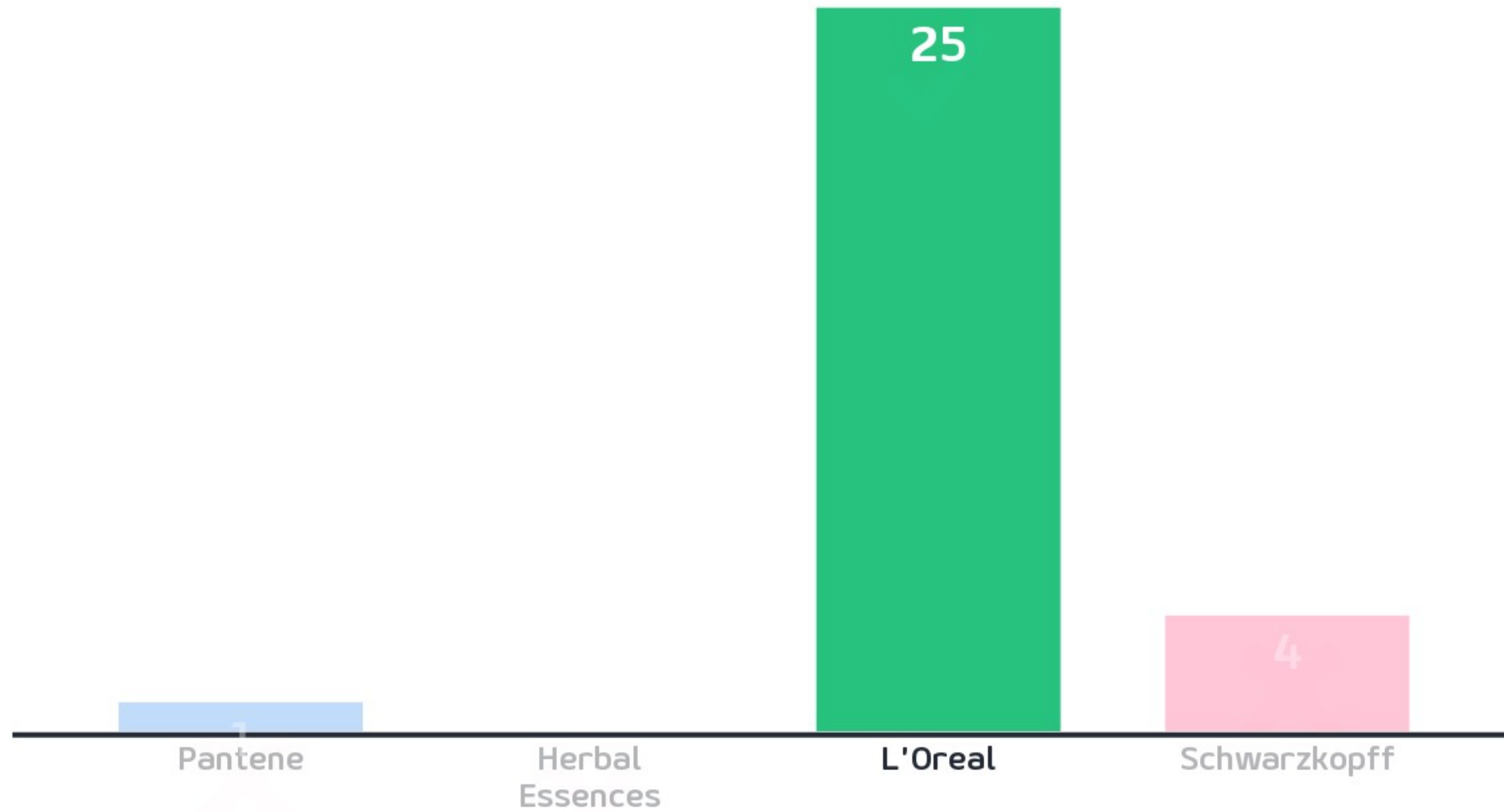


**Testje**



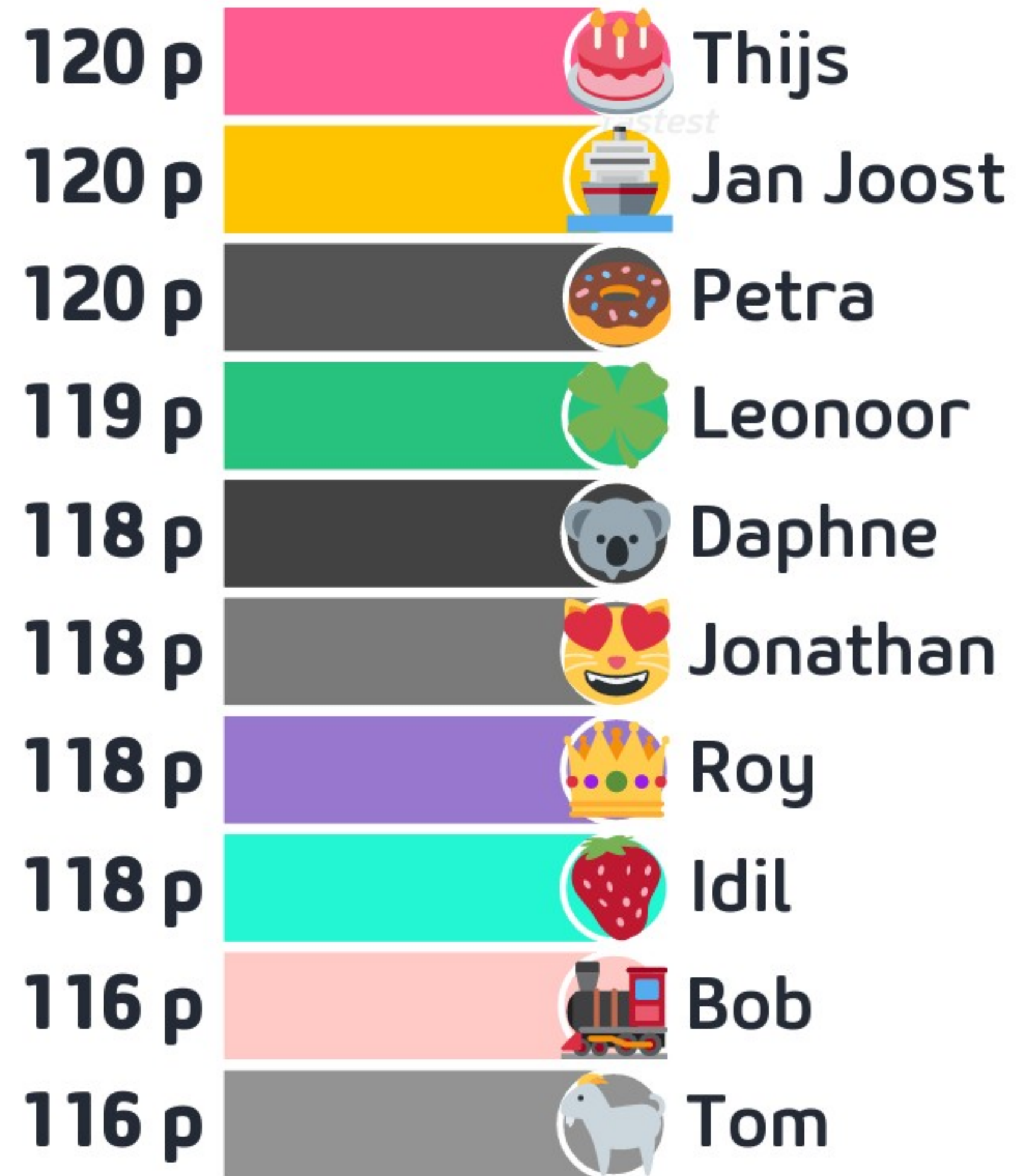


# Bij welk merk hoort deze slogan?



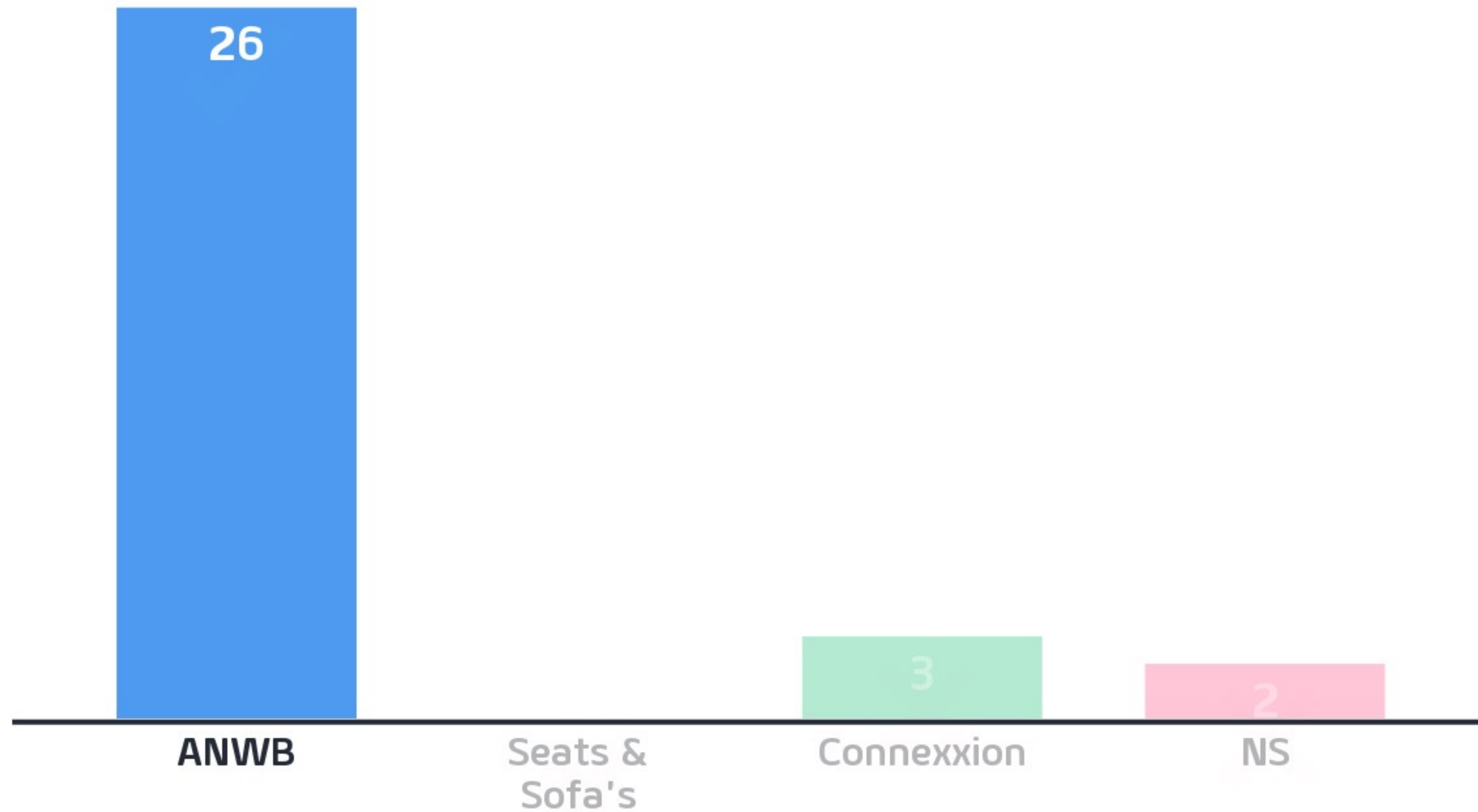


# Leaderboard



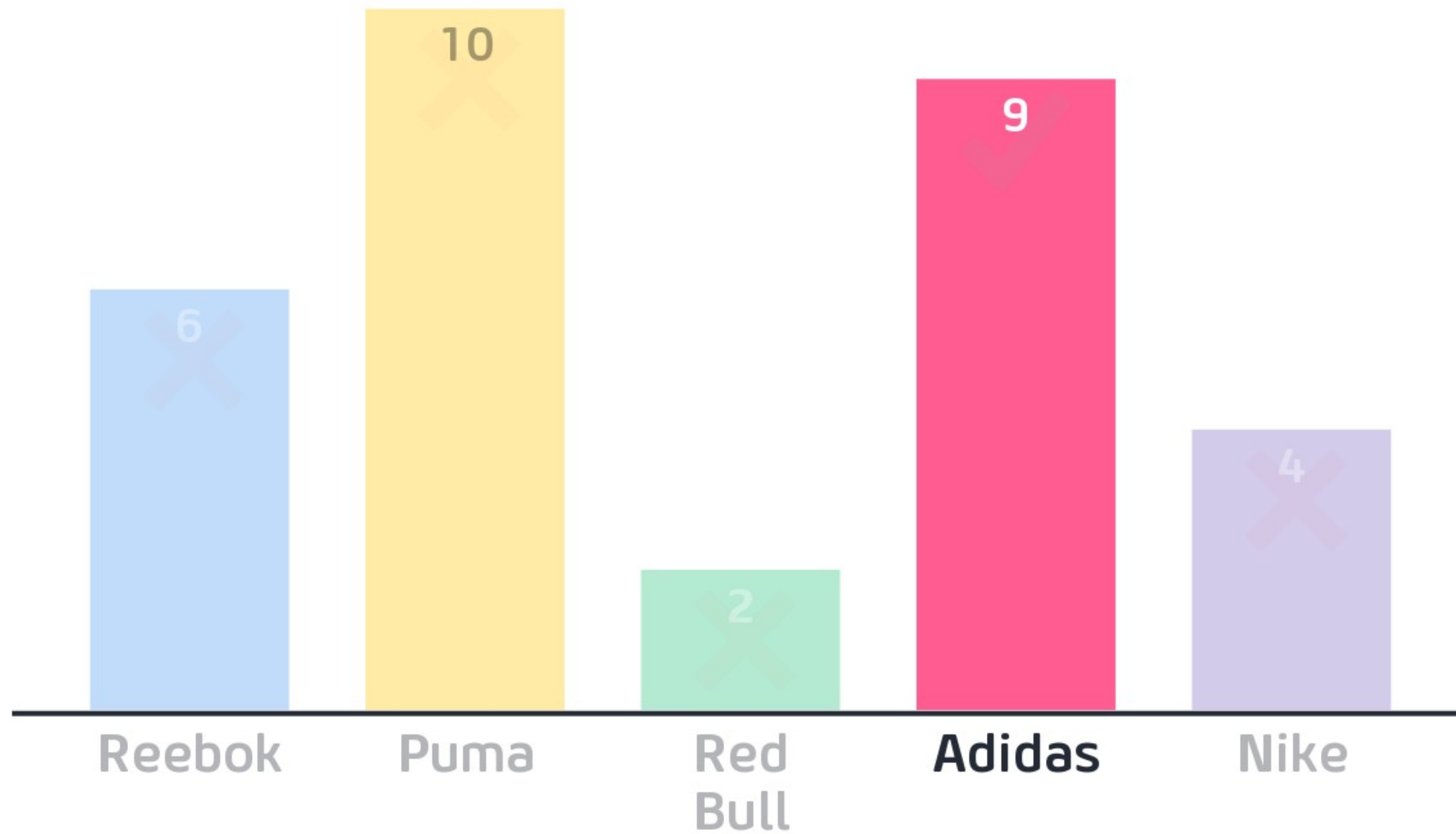


# Bij welk merk hoort deze slogan?



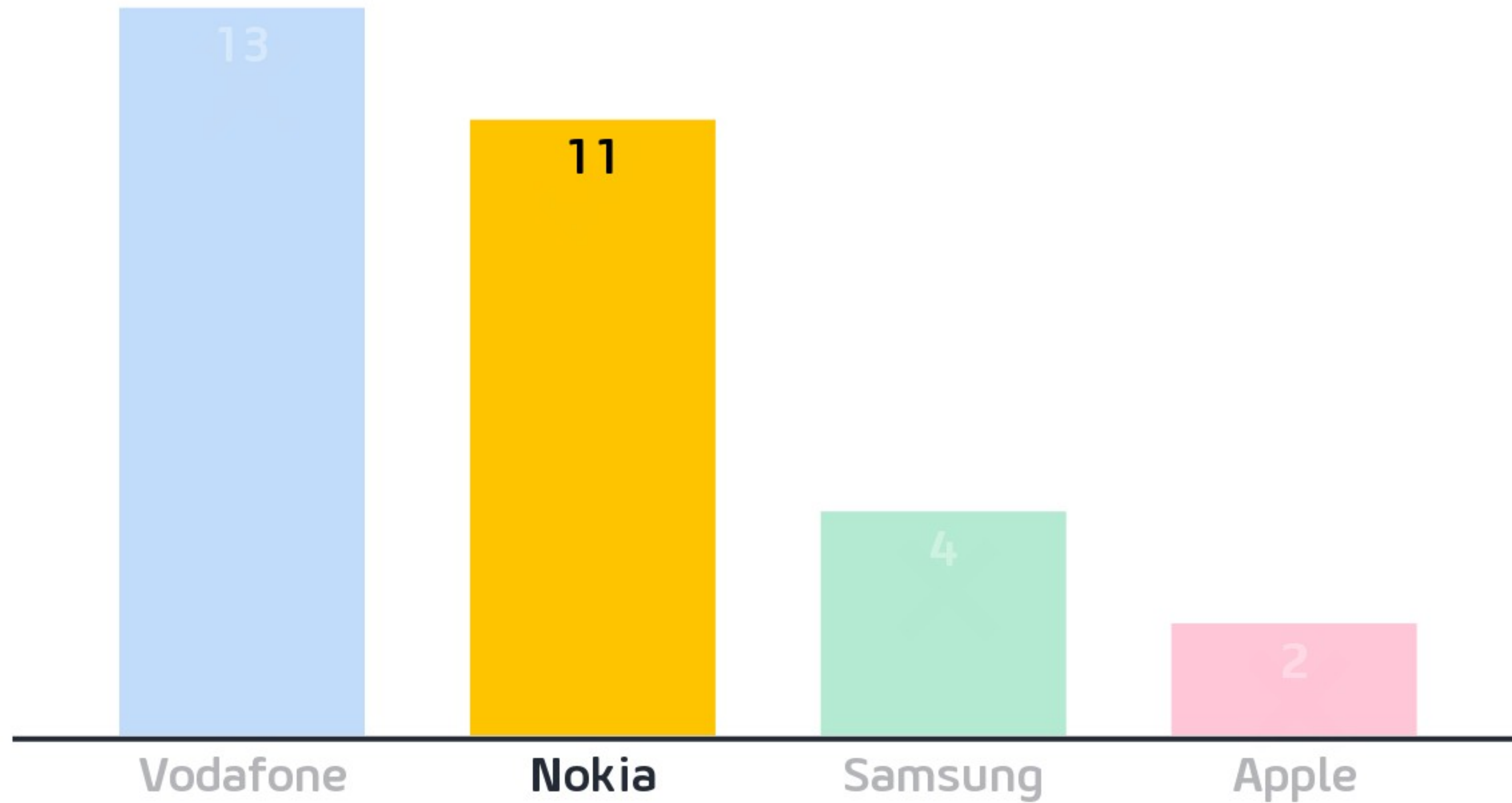


# Bij welk merk hoort deze slogan?



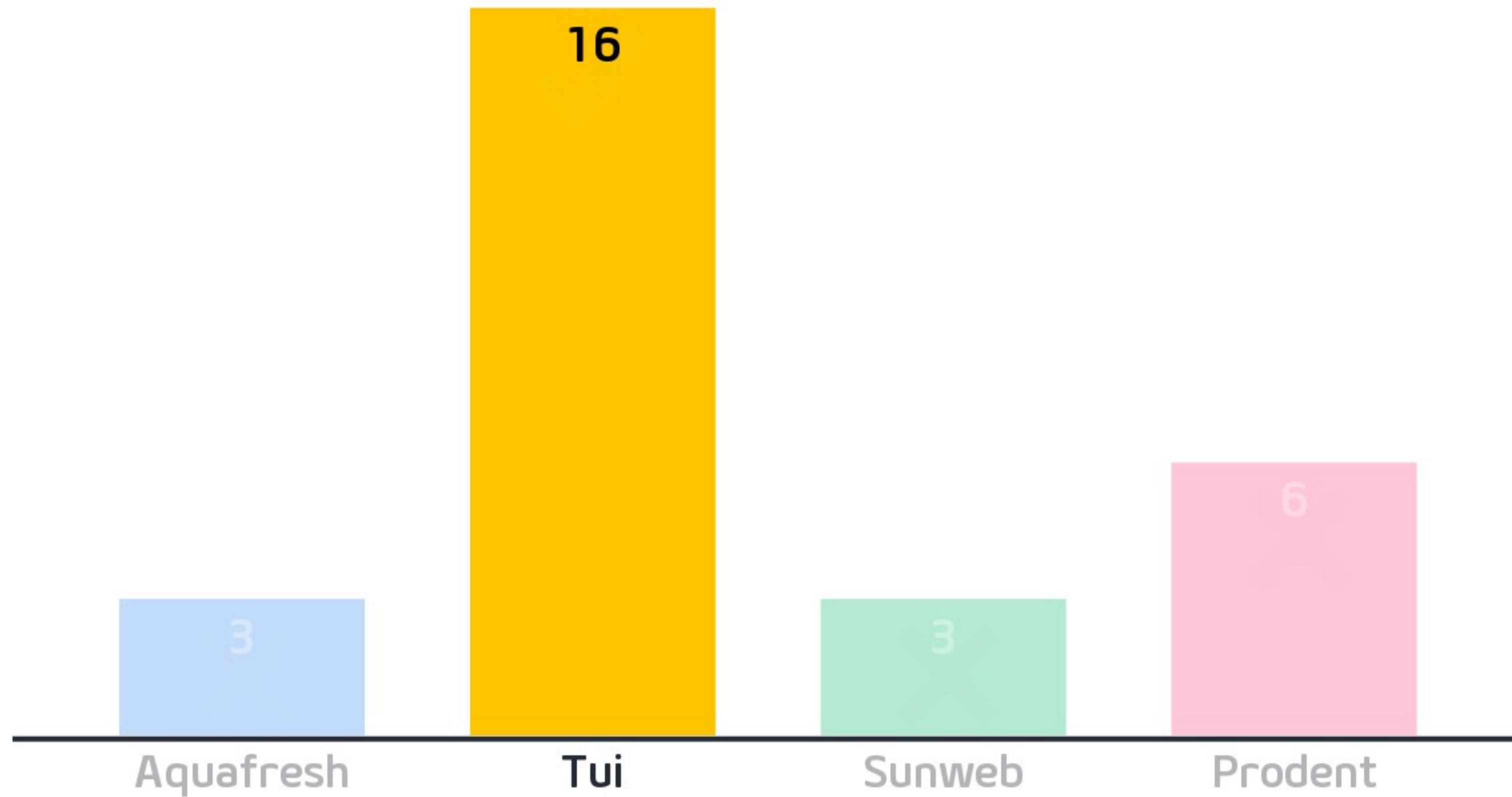


# Bij welk merk hoort deze slogan?

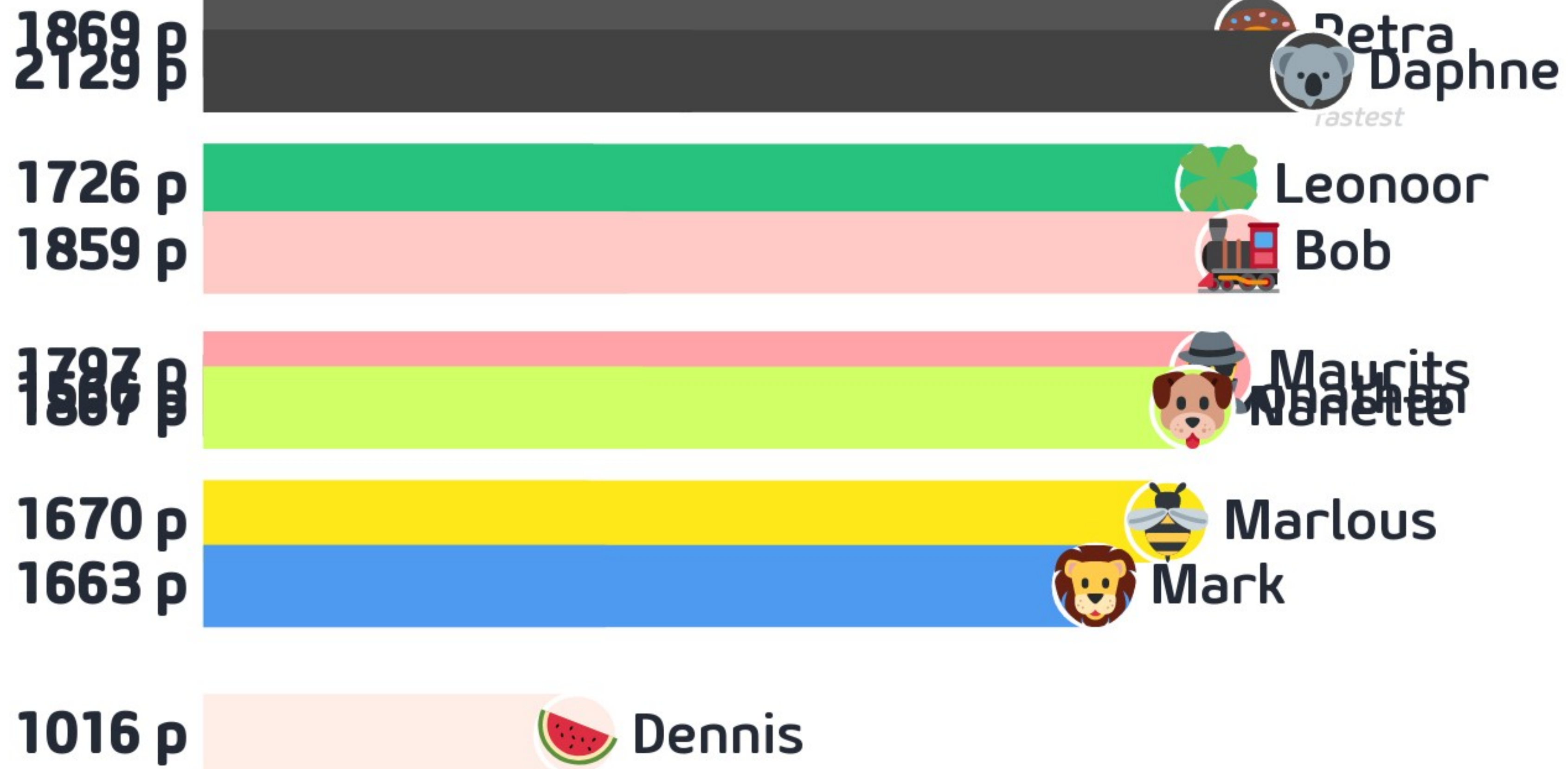




# Bij welk merk hoort deze slogan?

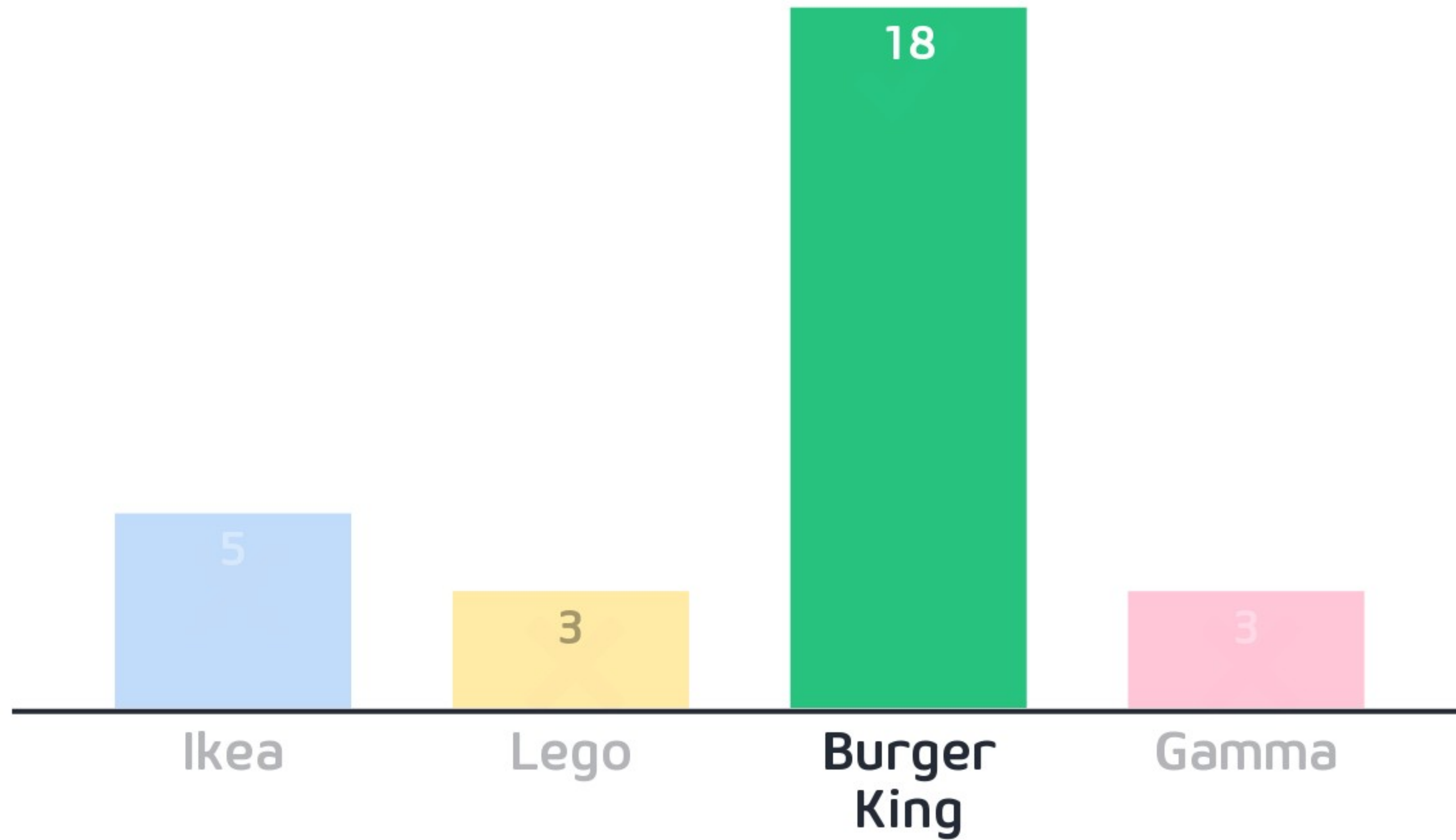


# Leaderboard

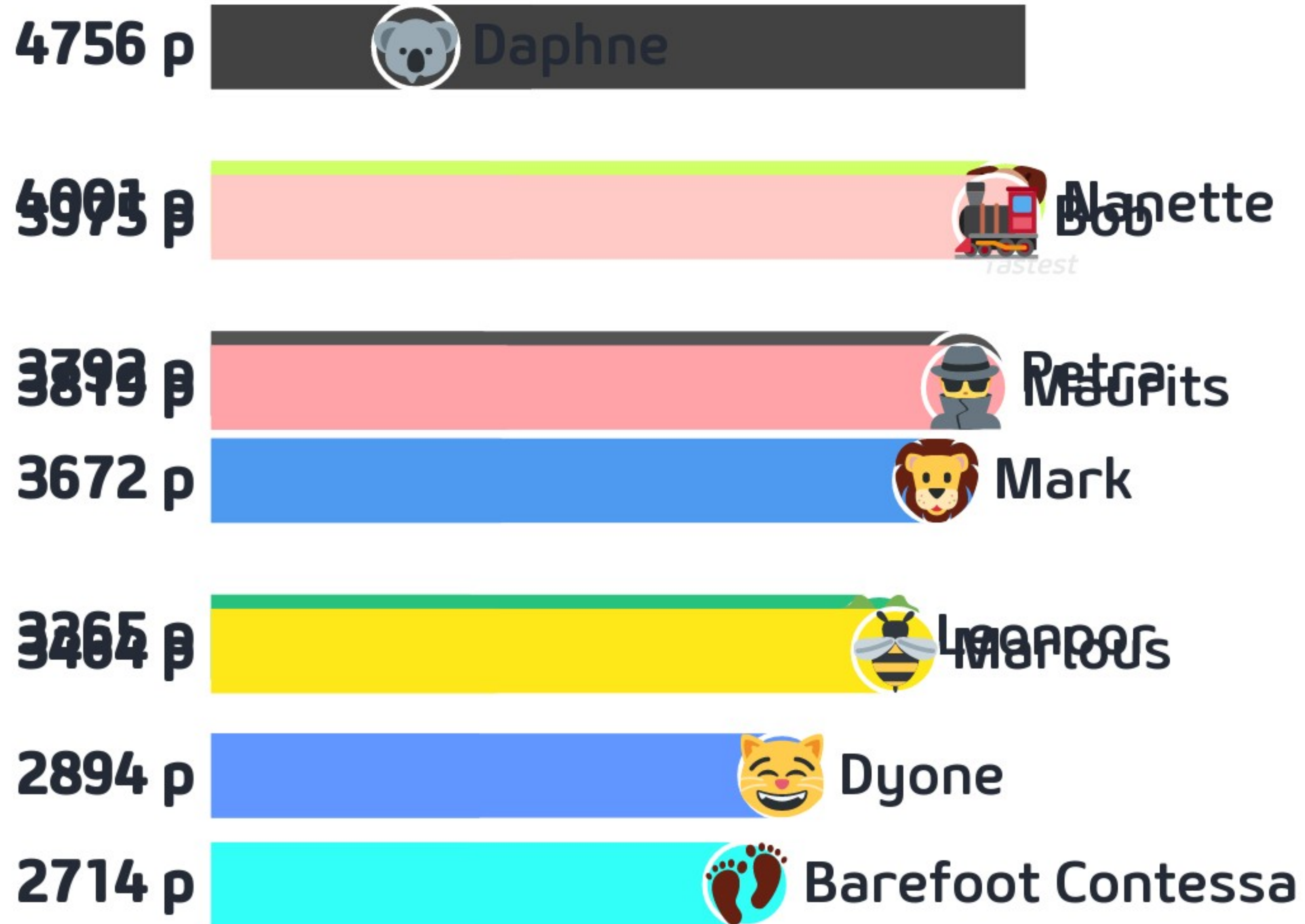




# Bij welk merk hoort deze slogan?



# Leaderboard





	<b>Uw dienst / product</b>
Boodschap	
Headlines / Slogans	
Key benefits / Voordelen	
Welk probleem lost u op?	
What's in it for me?	

**Opdracht: Vul deze tabel in voor jouw afdeling**



# Leerhuis Informatiehuishouding Rijk

- Vanaf 01/01/2022 een eigen omgeving voor IHH-professionals
- Opleidings- en ontwikkelactiviteiten (formeel en informeel leren)
- Community
- Kenniscentrum

