

Sociale kaart: inhoudelijke en vormelijke leidraad

1. De achterliggende filosofie:

Een fiche op de sociale kaart heeft maar zin als de surfer er snel en vlot de informatie vindt die hij zoekt.

Welke informatie zoekt de gebruiker van de sociale kaart?

De basisinformatie: *"Welk aanbod biedt deze organisatie/dienst? Wie kan er bij hen terecht? Hoe neem je contact op?"*

Hoe pikt de gebruiker van de sociale kaart die basisinformatie écht op?

Gebruikers van de sociale kaart stellen enkele specifieke vereisten aan de informatie op een fiche:

- **Correct en actueel:** werk je fiche dus regelmatig bij!
- **Kort en bondig:** de basisinformatie moet in één oogopslag duidelijk zijn
- **Praktijkgericht:** kan ik hier terecht en zo ja: hoe neem ik best contact op?
- **Gestructureerd:** surfers 'lezen' geen pagina, zij 'scannen' een pagina
- **Eenvoudige taal:** geen vakjargon ; de informatie moet ook zonder voorkennis helder zijn

Hoe helderder je informatie, hoe minder mensen je moet ontgoochelen. Je vermijdt immers dat burgers of doorverwijzers met verkeerde verwachtingen contact met je opnemen. Dat levert jouw organisatie/dienst een enorme tijds winst op.

2. Tips voor een goede, bruikbare fiche:

Met een paar eenvoudige tips kom je al erg ver:

- Beperk je tot de essentie:
 - Wees zo concreet mogelijk: je concrete aanbod is belangrijker dan je missie of visie
 - Verwijs voor (specialistische) detailinformatie met een hyperlink naar je eigen webpagina's
 - Sloganeske reclameteksten zoals "wij zijn de beste" vormen niet relevante ballast
- Vermijd verkeerde verwachtingen: is je dienstverlening niet rechtstreeks toegankelijk is? Dan is ook dit essentiële informatie. Probeer dit kort, maar eenvoudig te formuleren.
- Wees kort, maar concreet: schrijf niet: "advies", maar wel "advies over huurproblemen"
- Overschat je publiek niet: wat voor jou een alledaagse term (bv. 'budgetbegeleiding', 'ambulante',...) is, is dat niet voor iemand anders... Dus:
 - Vermijd vakjargon
 - Leg moeilijke woorden kort, maar eenvoudig uit
 - Voeg bij afkortingen altijd de voluit-versie toe
 - Schrijf alsof een 12-jarige je tekst moet begrijpen

3. Tips voor een vlot vindbare fiche:

Slechts een beperkt aantal velden is opzoekbaar.

De tips om makkelijker (of gerichter) gevonden te worden verschillen per veld. Die tips worden in hoofdstuk '6. Leidraad per informatieblok' met dit icoontje aangeduid:



4. Kijk eens over het muurtje:

Geen idee hoe je je dienstverlening zo eenvoudig mogelijk voorstelt? Spiek dan eens op de fiche of de website van gelijkaardige organisaties/diensten.

Of bekijk eens een fiche van enkele organisaties uit een sector die jij helemaal niet kent. Heel leerrijk om te zien welke fiches jou wel 'leesbaar' lijken en op wat voor fiches jij afknappt.

5. Enkele technische tips:

- Gebruik in de vrije tekstvelden (algemene werking, doelgroep,...) de teksteditor om je uitleg te structureren (bv. met de opsommingstekens). Kernwoorden in vetjes zetten kan de leesbaarheid verhogen. Overdrijven met die layout-tools doet die betere leesbaarheid dan weer teniet.
- Sommige velden kan je hoger plaatsen (meer 'gewicht' geven) door ze te verslepen met dit icoontje:



6. Leidraad per gegevensblok in een organisatiefiche:

Een organisatiefiche bestaat uit een elftal blokken met velden. Hieronder geven we nog enkele specifieke tips per (groep van) veld(en).

6.1. Basisinformatie:

- Naam= de organisatiename die online verschijnt. Waar nodig past de redactie van de sociale kaart de naam aan (bv. in functie van betere zoekresultaten).
- De velden officiële naam, bijnaam en afkorting verschijnen niet online, maar helpen wel om je fiche vlotter te vinden.



TIP VOOR EEN BETERE VINDBAARHEID VAN JE FICHE:

Kreeg je organisatie een nieuwe naam? Houd de oude naam dan één jaar bij in het veld bijnaam.

Weet niet iedereen hoe de naam van je organisatie geschreven wordt? Zet dan een alternatieve schrijfwijze in het veld bijnaam (bv. 'Centrum Aksent' in plaats van 'Centrum Accent')

6.2. Adresgegevens:

- Je kan meerdere adressen ingeven (bv. een werkadres voor de dienstverlening en een contactadres voor de briefwisseling). Het adres dat bovenaan staat, is ook het adres dat bij het zoeken in de resultaatslijst verschijnt. Achterliggend wordt er wel op alle adressen gezocht.
- In functie van vindbaarheid op kaart:
 - Straat: kies een item uit de autosuggestielijst
 - Klik op de knop 'Coördinaten berekenen'

6.3. Communicatiegegevens:

- Telefoon- en faxnummer: bij voorkeur met spaties, geen streepjes of puntjes. Tip: je kan hier ook tekst bij schrijven (bv. 'sociale dienst', 'secretariaat',...)
- E-mailadres, online: schrijf hier geen extra tekst na, want anders werkt de hyperlink niet meer.

6.4. Openingsuren:

- Het veld 'mededeling' kan je gebruiken:
 - Als je je openingsuren niet gestructureerd kan invullen
 - Voor aanvullende informatie als: 'enkel de eerste donderdag van de maand'

6.5. Werking en doelgroep:

- In het veld 'algemene werking' omschrijf je zo concreet mogelijk welk aanbod je aanbiedt en wie van dat aanbod gebruik kan maken.
- In het veld 'doelgroep' omschrijf je zo concreet mogelijk wie van het vermelde aanbod gebruik kan maken. Je kan ook voorwaarden (bv. 'inkomen lager dan...') en exclusie (bv. 'niet voor personen met een verslavingsproblematiek') toevoegen.
- Het 'eenvoudig zoeken' doorzoekt wél het veld 'Algemene werking', maar niet het veld 'Doelgroep'



TIP VOOR EEN BETERE VINDBAARHEID VAN JE FICHE:

*Met welke 3 à 5 kernwoorden zou je jouw aanbod samenvatten?
Welke woorden zou een iemand intikken als ze bij jou willen terechtkomen?*

⇒ *Om vlotter vindbaar te zijn schrijf je dus beter niet "vaststelling van het ziektebeeld", maar wel "diagnose".*

6.6. Werkingsgebied:

- Het werkingsgebied geeft aan in welke gemeente(n) jouw organisatie actief is.
 - Het tekstveld is het veld dat online zichtbaar is op de fiche.
 - Het gestructureerde veld is een verplicht veld. Hier wordt op gezocht.



TIP VOOR EEN BETERE VINDBAARHEID VAN JE FICHE:

Wees eerlijk en realistisch. In theorie richt jouw woonzorgcentrum in Tongeren zich misschien naar heel Vlaanderen, maar in de praktijk komen de meeste 'cliënten' uit de eigen fusiegemeente.



6.7. Rubrieken (en trefwoorden):

- Rubrieknaam is een verplicht veld. Opgelet: duid geen volledige hoofdrubriek aan. Gebruik het 'plusje' om de onderliggende subrubrieken te zien. Duid enkel de meest passende subrubriek(en) aan. Dan is het voor de gebruiker duidelijk wat je wel (maar ook niét) aanbiedt.
- Achterliggend worden er ook trefwoorden aan de fiches gekoppeld. Dit gebeurt door de redactie van de sociale kaart. Hierbij is er ook aandacht voor synoniemen en andere schrijfwijzen. Belangrijk, want op de trefwoorden wordt veel gezocht.

6.8. Administratieve informatie:

- Ken je het ondernemingsnummer (en vestigingsnummer) van je organisatie niet van buiten? Zoek het dan op via: <http://kbopub.economie.fgov.be/kbopub/zoeknaamfonetischform.html>.

6.9. Erkenningen en capaciteit:

- Geef enkel de erkenning en capaciteit in van de dienstverlening die je in deze fiche beschrijft

6.10. CoBRHA:

- Dit veld wordt enkel ingevuld door (en is enkel zichtbaar voor) de redactie van de sociale kaart.
- HCO-nummer en 'source' opzoeken via: <https://wvg.vlaanderen.be/applicaties/cobrhawvg/>.

7. Leidraad per gegevensblok in een persoonsfiche:

Een persoonsfiche bestaat uit een negental blokken met velden. Je hoeft slechts in één gegevensblok iets in te vullen. Enkel voor de persoonsfiches van individuele zorgverstrekkers (huisartsen, apothekers,...) is er nog één veld in een ander gegevensblok van belang.

7.1. Persoonlijke gegevens:

- Enkel de velden 'voornaam', 'familienaam' en 'aanspreking' verschijnen op de online fiche. Vul deze velden altijd in.
- Vul bij voorkeur ook het veld 'geslacht' in, zodat we weten of Prof. Dominique Peeters een man of een vrouw is.

7.2. Communicatiegegevens:

- Enkel bij individuele zorgverstrekkers vul je het veld e-mail in. Dit e-mailadres is enkel nodig voor contactname in functie van het fichebeheer, maar verschijnt niet online.

Alle andere veld(blokk)en mag je negeren. Deze zijn enkel voorzien om op termijn 'mogelijks' te koppelen aan andere databanken.

8. Leidraad voor de informatie op de relaties tussen organisaties en personen:

De voornaamste informatie over contactpersonen staat op de relatie tussen de organisatie en de contactpersoon. Deze informatie is (samen met de voornaam, naam en aanspreking uit de persoonsfiche) de enige informatie over contactpersonen die effectief online verschijnt.

Opgelet: wijzigingen aan deze relaties komen meteen online, zonder controle van de redactie van de sociale kaart.

8.1. Basisinformatie:

- Rol = de functie die de contactpersoon opneemt binnen deze organisatie

8.2. Adresgegevens:

- Enkel in te vullen indien de adresgegevens van de contactpersoon relevant zijn én verschillen van de adresgegevens van de organisatie

8.3. Communicatiegegevens:

- Enkel in te vullen indien de communicatiegegevens van de contactpersoon relevant zijn én verschillen van de algemene contactgegevens van de organisatie

9. Leidraad voor de informatie op de relaties tussen organisaties:

Er zijn 2 soorten relaties mogelijk tussen organisaties:

- **Moeder-dochter-relaties:** een 'dochter' is een afdeling van, (sub)dienst van, campus van... de moederfiche.
- **Samenwerkingsverband:** beide organisaties zijn verwant met elkaar op basis van een samenwerkingsverband.

De relatie moet langs beide kanten goedgekeurd worden. Dit gebeurt automatisch indien de fiches onder dezelfde fichebeheerder vallen.