DE SOCIALE KAART

Departement Zorg
desocialekaart@vlaanderen.be
www.departementzorg.be – www.desocialekaart.be

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.

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? 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 is (bv. ‘budgetbegeleiding’, ‘pathologie’…), is totaal onbekend voor iemand anders… Dus:
    - Vermijd vakjargon
    - Leg moeilijke woorden kort, maar eenvoudig uit
    - Voeg bij afkortingen altijd de voluitversie toe
    - Schrijf alsof een 12-jarige je tekst moet begrijpen

3. 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 afknapt.

4. Leg accenten via lay-out

Gebruik in de vrije tekstvelden (werking, doelgroep…) de teksteditor om je uitleg te structureren:

- Met de opsommingstekens maak je leesbare lijstjes. Een lijstje is vlotter leesbaar dan allerlei zaken op te sommen in een doorlopende tekst.
- Kernwoorden in vetjes zetten kan de leesbaarheid verhogen.
- Opgelet: overdrijven met die lay-outtools doet die betere leesbaarheid dan weer teniet.

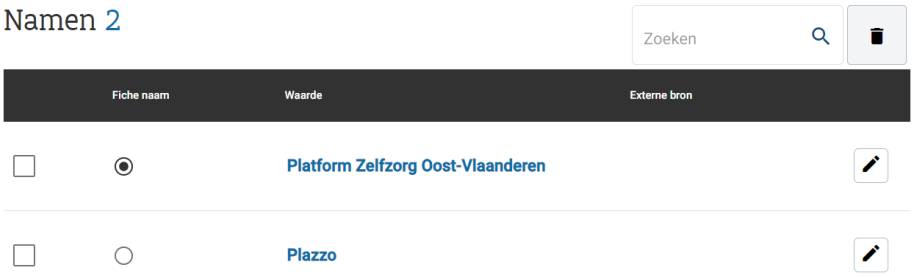
5. Specifieke tips voor specifieke velden

Een organisatiefiche bestaat uit een hele reeks velden. Je hoeft enkel de velden in te vullen die relevant zijn voor jouw cliënten/patiënten/doorverwijzers/… Weet je niet goed welke soort informatie in een veld verwacht wordt? Dit info-icoontje aan de rechterkant van het scherm helpt je op weg:

We beperken ons hieronder tot wat extra tips, die jouw organisatie/dienst/voorziening of praktijk vlotter vindbaar te maken. En/of tips die ervoor zorgen dat jouw (potentiële) cliënten/patiënten/doorverwijzers/… exact de informatie vinden die ze écht nodig hebben.

5.1. Vindbaar zijn onder je oude naam, alternatieve namen, een afkorting...:

- Is je organisatie of praktijk ook wel bekend onder een afkorting, een alternatieve naam ‘in de volksmond’,…? Dan kan je die extra namen toevoegen. Goed om weten: enkel de naam waarvan je het ronde bolletje aanklikt, verschijnt online. Dat is de ‘voorkeurnaam’.



- Opgelet: maak je een nieuwe fiche aan? Dan kan je in eerste instantie geen alternatieve namen toevoegen. Je maakt op dat moment immers een 'basisfiche' aan. Om extra's (zoals alternatieve namen) toe te voegen, klik je na het maken van die eerste basisfiche op:

TIP: MAAK JE VINDBAAR OP ALTERNATIEVE NAMEN:
Kreeg jouw organisatie een nieuwe naam?
→ *voeg je nieuwe naam toe, duid die aan als voorkeurnaam en behoud de oude naam nog even als alternatieve naam*

WEETJE: de zoektools van www.desocialekaart.be houden rekening met kleine tikfouten. Noemt jouw groepspraktijk "Accent"? Dan zal jouw fiche ook gevonden worden door wie zoekt op "Aksent"!

5.2. **Werkingsgebied:**

- Dit is één van de belangrijkste zoekvelden. Heel belangrijk dus om dit correct in te vullen. Het werkingsgebied moet je interpreteren als:
  - de gemeenten of regio waar jouw organisatie, dienst, praktijk… aan huis gaat
  - de gemeenten of regio waar je jouw aanbod prioritair op richt (dus de regio waar het gros van jouw cliënteel/patiënten vandaan komen)
  - de regio waarvoor jouw organisatie voor bevoegd is (bv. het werkingsgebied van een Centrum voor Leerlingenbegeleiding wordt bepaald door de locatie van de scholen die dat CLB begeleidt)
- Wees realistisch wanneer je het werkingsgebied van jouw organisatie invult. Ken jouw werkingsgebied zo klant- en praktijkgericht mogelijk toe. Ga niet uit van de theorie ("Onze groepspraktijk staat ook open voor wie aan de andere kant van het land woont"), maar wel van de praktijk: in realiteit is de gemeente waar je gevestigd bent wellicht jouw voornaamste werkingsgebied. Hoe praktijkgerichter werkingsgebieden worden toegekend, hoe beter de zoekresultaten.

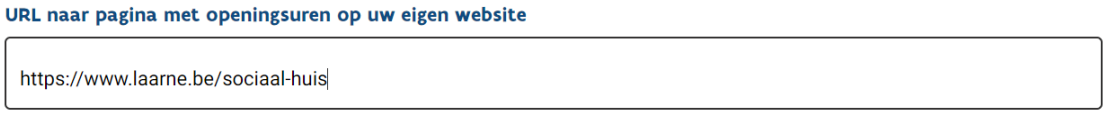
5.3. **Wijken:**

- Wie in centrumsteden actief is kan ook één of meer specifieke wijken aanduiden. In zo'n grote stad is het immers handig om bijvoorbeeld te weten welke huisartsen er actief zijn in welke wijk.
- Een wijk aanduiden hoeft enkel als jouw organisatie, dienst of praktijk een zekere gerichtheid heeft op de wijk. Bijvoorbeeld: voor een ziekenhuis of een CAW-onthaal is de wijk zelden relevant, voor een buurtwerking of een thuisverpleegkundige is het dat wél.
- Duid de wijken waar je actief bent zo klant- en praktijkgericht aan (zoals bij werkingsgebied):
  - De wijk waarin jouw organisatie, dienst of praktijk gelegen is.
  - Lig je op de grens tussen twee wijken? Duid dan eventueel beide wijken aan.
  - De wijk(en) waar je aan huis gaat

- Opgelet: maak je een nieuwe fiche aan? Dan kan je in eerste instantie geen wijken toekennen. Je maakt op dat moment immers een 'basisfiche' aan. Om extra's (zoals wijken) toe te voegen, klik je na het maken van die eerste basisfiche op:

5.4. **Openingsuren:**

- Je kan op 3 manieren openingsuren toevoegen. Wij raden de eerste manier aan: het toevoegen van de url van jouw eigen website (de pagina met openingsuren). Op die manier zijn de openingsuren die op www.desocialekaart.be verschijnen immers altijd actueel.



- Heb je geen eigen webpagina waar jouw openingsuren op vermeld staan? Dan kan je op jouw fiche ofwel dag na dag de openingsuren toevoegen en/of eerder in tekstvorm de openingsuren vermelden (of een opmerking toevoegen) in het veld 'Extra informatie'. Weet wel: dit vergt meer werk én regelmatig nazicht.

5.5. **Werking en doelgroep:**

- Dit zijn inhoudelijk de belangrijkste velden van jouw fiche: werking (wat doe je?) en doelgroep (wie kan bij jou terecht?)
- Omschrijf je werking en doelgroep kort, concreet en praktijkgericht. Zodat surfers in één oogopslag zien waar jouw organisatie, dienst of praktijk voor staat.
- Zorg voor een zo eenvoudig mogelijke taal, zonder vakjargon.
- In sommige gevallen is de doelgroep zo specifiek, dat je best eventuele voorwaarden (bv. 'inkomen lager dan…') vermeldt. Of exclusievoorwaarden (bv. 'niet voor personen met een verslavingsproblematiek').
- Jouw werking kan je eventueel ook opdelen in verschillende 'aanbodblokjes'. Doet dat enkel als dat een meerwaarde biedt. Bijvoorbeeld als je als sociale dienst een erg divers aanbod hebt: budgetbegeleiding, juridisch advies, materiële hulpverlening, crisisopvang… en dat geheel op één fiche wilt combineren.

TIP: VLOTTER VINDBAAR VIA KERNWOORDEN

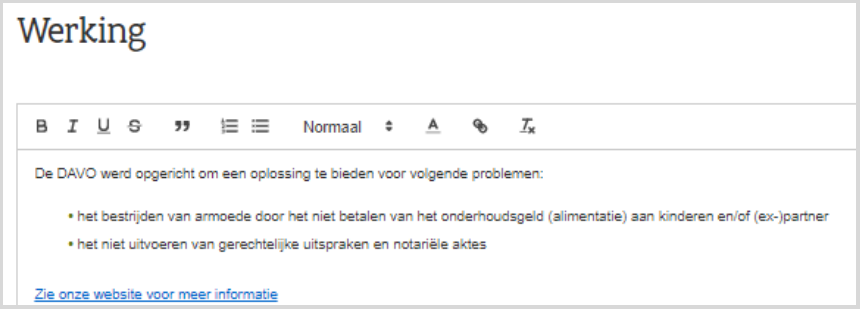
Met welke 3 à 5 kernwoorden zou je jouw dienst- of hulpverlening samenvatten? Welke woorden zou een iemand intikken als ze bij jou willen terechtkomen?

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

- Er is een handige en snelle manier om jouw werking of doelgroep bondig te omschrijven, maar er toch voor te zorgen dat de surfer de meer specifieke informatie vlot terugvindt:

TIP: MAAK SLIMME VERWIJZINGEN NAAR JOUW EIGEN WEBSITE

Beperk je tot een gebalde maar concrete samenvatting van jouw werking en verwijs voor de detailinformatie naar jouw website:



5.6. **Rubrieken (en trefwoorden):**

- Bij de aanmaak van een gezondheidszorgpraktijk moet je verplicht een 'rubriek' aanduiden. Die rubriek zorgt ervoor dat jouw fiche op de juiste plaats in onze inhoudstafel terecht komt. Tip: tik de naam van jouw zorgberoep aan en een autosuggestielijst leidt jou naar de juiste subrubriek.
- Voor welzijnsorganisaties worden de subrubrieken toegekend door het Team Sociale Kaart.

CRUCIAAL: VINK GEEN VOLLEDIGE HOOFDSTUKKEN AAN!

Vink enkel de meest passende subrubriek aan. En vink nooit een volledig hoofdstuk aan. Ben je bijvoorbeeld een diëtiste die zich specifiek naar kinderen richt?

- Vink dan enkel de subrubriek '02.04.04. Diëtisten' aan. En eventueel '02.02.03. Diabeteseducatoren' als je daarvoor erkend bent.
- Vink niét de hele rubriek aan bv. '02. Lichamelijke Gezondheidszorg', anders word je in alle subrubrieken van dat hoofdstuk gevonden (dus ook onder 'Huisarts', 'Kinesitherapeut'…)
- Vink niét de hele rubriek '10. Kinderen en gezinnen' aan. Als je die hoofdrubriek via het pijltje openklikt, zal je merken dat daar totaal andere soorten aanbod vermeld staan. Je kan uiteraard wel in het tekstveld 'Doelgroep' vermelden dat je je specifiek tot kinderen richt (je kan er zelfs leeftijdscategorieën aanvinken om te specifiëren)

UITSMIJTER: heb je andere vragen?

Je vindt een pak uitleg, filmpjes… op onze veelgestelde vragen-pagina!