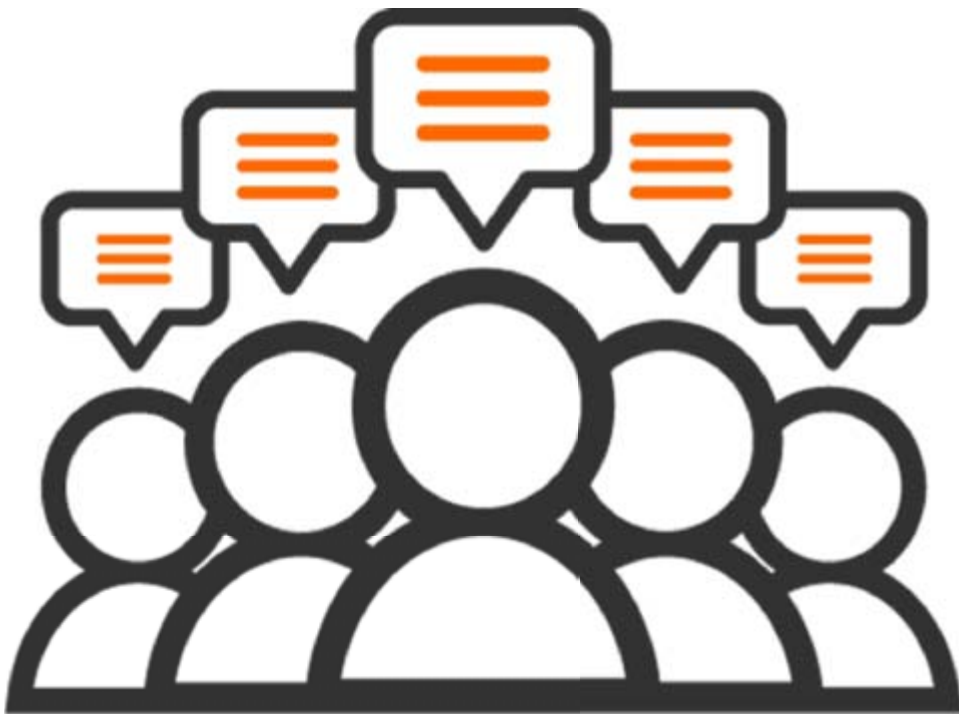


TNT RICHTLIJNEN VOOR HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA

Hoe je online je stem kunt laten horen en de TNT mentaliteit kunt laten zien



TNT Richtlijnen voor het gebruik van sociale media

Ter introductie

Sociale media zijn media die gebruikmaken van online-technologieën om sociale interactie te bevorderen. Door gebruikers zelf *content* te laten produceren in plaats van alleen te consumeren, veranderen sociale media de traditionele informatieverbreiding in sociale media-dialogen. Ze dragen op die manier bij aan democratisering van kennis en informatie.

Voorbeelden van sociale media zijn Facebook, Twitter, blogs, Youtube, slideshare, LinkedIn, Xing, Ning, Hyves, Flickr, Wikipedia enz.



Waarom sociale media gebruiken?

Sociale media gebruik je op verschillende manieren en om verschillende redenen:

- Om een netwerk op te bouwen – je leven is in feite een optelsom van je professionele en persoonlijke netwerken;
- Ter bevordering van communicatie (net als in het verleden mobiele telefoons en e-mail);
- om deel te nemen aan interessante discussies; en
- om de reputatie van TNT online te verbeteren.

TNT dankt zijn reputatie aan de mentaliteit van zijn medewerkers. Zonder hun inzet is *Sure we can* een loze kreet. Dankzij sociale media hebben onze medewerkers de mogelijkheid om hun stem te laten horen en de TNT mentaliteit online te laten zien. Het is een vorm van *empowerment* met een aanzienlijk potentieel om de reputatie van ons bedrijf te versterken.

Wij helpen je op weg

Op zich is het positief dat mensen sociale media gebruiken om mondiger te worden. Soms heeft dit echter onvoorziene en onbedoelde gevolgen. Met deze Richtlijnen willen we **TNT medewerkers** helpen sociale media optimaal te benutten en minder aangename ervaringen te voorkomen.

Dit document is echter **niet bedoeld** als een soort handleiding **voor collega's die officiële communicatiekanalen van TNT beheren**. De Richtlijnen hebben betrekking op jouw persoonlijke activiteiten op sociale media, of deze nu op het werk of in je vrije tijd plaatsvinden

Wat je buiten werktijd doet, is in principe je eigen zaak. Je bent echter te allen tijde medewerker van TNT. Sociale media “missers” zijn vaak het gevolg van een gebrek aan besef bij mensen dat hun doen en laten de reputatie van hun werkgever (negatief) kan beïnvloeden.

Hieronder een voorbeeld van zo'n misser, die met wat gezond verstand voorkomen had kunnen worden.



Hey, @RocmanUSA if you are going for a ride on your Harley don't Twitter it so your boss knows you are goofing off (I'm his boss).



Scobleizer
Robert Scoble

Andere voorbeelden: [Domino's pizza video](#), [Canadian woman loses benefits over Facebook photo](#), [Kevin Colvin, fired for her Facebook update](#).

Basisprincipes

Waarom is er gekozen voor richtlijnen in plaats van een officieel TNT beleid op het gebied van sociale media? Om de volgende redenen. Om te beginnen vinden wij het bij TNT niet wenselijk om jou de les te gaan lezen; activiteiten op sociale netwerken zijn per definitie uiterst persoonlijk. Verder zijn er letterlijk honderden verschillende sociale media platformen en komen er steeds meer bij. Dit zorgt ervoor dat het sociale media “landschap” en de interactie tussen mensen voortdurend veranderen. Een allesomvattende benadering is dus praktisch noch realistisch.

Hieronder vind je enkele algemene beginselen die van pas kunnen komen bij je activiteiten op sociale media:

1. Ken de TNT Business Principles

Zorg ervoor dat je de TNT Business Principles hebt gelezen en bekend bent met de inhoud. De Business Principles dienen als leidraad voor TNT-medewerkers in hun omgang met collega's, klanten, leveranciers en andere belanghebbenden. Ze zijn dan ook volledig van toepassing op sociale media activiteiten.

2. Geef aan dat je geen officiële woordvoerder bent

Wij juichen sociale media activiteit van harte toe. Mocht je echter van plan zijn een eigen blog, groep of website in te richten met als thema TNT, laat dan duidelijk blijken dat het niet om een officieel communicatiekanaal van TNT gaat. Verder dien je duidelijk te maken dat het hier je persoonlijke opvattingen en meningen betreft, met name als het gaat om onderwerpen die verband houden met de bedrijfsactiviteiten van TNT (vervoer, logistiek enz.). Voeg zo nodig een *disclaimer* toe (“De hier gepubliceerde uitingen vertegenwoordigen uitsluitend mijn persoonlijke meningen en opvattingen en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van TNT”) om aan te geven dat je niet namens TNT spreekt.

3. Naleving TNT Brand guidelines

Het is belangrijk dat het merk TNT consequent wordt toegepast. Wil je het TNT-logo in je profiel opnemen, dan dien je de [TNT Brand guidelines](#) te volgen (zie [brandweb.tnt.com](#)).

Gebruik het meest recente artwork. Vervorm het logo niet (bijv. door het op te rekken). Gebruik het logo niet in combinatie met een productnaam. Gebruik de juiste kleur oranje (#FF6600) en andere bedrijfskleuren. Zie voor meer details de [TNT Brand guidelines](#) ([brandweb.tnt.com](#)).

4. Houd er rekening mee dat je je in een sociale omgeving begeeft

Gedraag je op sociale media zoals je bij andere sociale gelegenheden – een vergadering, een feestje, of een praatje bij de koffieautomaat – zou doen. Goede manieren zijn belangrijk: stel jezelf voor, doe je niet voor als iemand anders, verstoor of onderbreek andermans gesprekken niet, enz. Zorg dat je acties en gedrag overeenkomen met het imago dat je op kantoor en bij klanten wilt uitdragen. Bedenk dat je in een sociale ruimte – online dan wel offline – je manager, je collega's en je klanten deelgenoot maakt van wat je doet.



5. Vergeet niet: Google onthoudt alles

Alles wat je online publiceert blijft lang bestaan. Houd dit in gedachte voordat je iets op internet plaatst waar je later misschien spijt van krijgt.

In geval van twijfel

Als je twijfelt of het verantwoord is om bepaalde informatie online te plaatsen, kun je altijd je manager om raad vragen. Voor Social Media vragen die niet over specifieke inhoud gaan, kun je contact opnemen met:

Cecilia Scolaro

GHO
socialmedia@tnt.com

Charles Cassar

TNT Express
socialmediaexpress@tnt.com

Zsa Zsa Hordijk

TNT Post
socialmedia@tntpost.nl



TNT Richtlijnen voor het gebruik van sociale media

DOs



Zorg dat je de TNT Business Principles kent.



Wees jezelf. Zeg wie je bent en waar je werkt, zeker als het over TNT gaat.



Volg de TNT Brand guidelines als je het TNT-logo wilt gebruiken.



Maak duidelijk dat het om je eigen mening en opvattingen gaat. Schrijf in de ik-vorm.



Zorg dat de feiten kloppen en wees eerlijk. Onderbouw je mening met feiten. Vermeld de bron van je informatie.



Zorg voor toegevoegde waarde. Denk na voordat je iets online plaatst.



Gebruik je gezond verstand en wees beleefd. Geef vergissingen toe, en bied zo nodig je verontschuldigingen aan.



Toon respect voor andere culturen, religies, waarden enz.



Houd rekening met auteursrechten. Gebruik geen logo's, handelsmerken, muziek, afbeeldingen enz. zonder toestemming vooraf.



Volg reacties op je eigen uitlatingen en zorg ervoor dat deze net zo waarheidsgetrouw, respectvol en wettig zijn als die van jou.

DONTs



Plaats geen materiaal dat je in verlegenheid zou brengen als je moeder of manager het zou lezen.



Geen spam!
Geen sluikreclame.



Spreek niet namens TNT (als je een eigen blog / kanaal hebt, gebruik dan een disclaimer).



Vervorm het TNT-logo niet. Verbind het logo niet aan ongepaste content.



Vertel geen leugens.



Zoek geen ruzie.
Plaats geen lasterlijk, grof, obscene of bedreigend materiaal.



Verspreid geen interne informatie. Laat je niet uit over de bedrijfsresultaten van TNT.



Citeer geen collega's of andere belanghebbenden. Plaats geen materiaal zonder toestemming van de eigenaar.



Pas geen censuur toe op de mening van anderen.

In geval van vragen, aarzelingen of suggesties:

socialmedia@tnt.com

TNT GH0

socialmediaexpress@tnt.com

TNT Express

socialmedia@tntpost.nl

TNT Post

Reageren op uitlatingen over TNT

