

DRAAIBOEK WORKSHOP 2

DIGITALE OEFENKANSSEN KIEZEN EN UITPROBEREN

Doelgroep: medewerkers van organisaties die in contact komen met digitaal laaggeletterden voor wie het meest laagdrempelige e-inclusieaanbod (e.g. Digicafé) nog te hoogdrempelig is

Doelstelling: detecteren en structureel implementeren van digitale oefenkansen die digitaal laaggeletterden schijnbaar toevallig in aanraking laten komen met de digitale wereld en hen laten proeven van de mogelijkheden op maat van hun persoonlijke doelstellingen.

Format: 2 workshops van telkens +/- 2 uren, met 3 à 6 maanden tussenin. Inhoud van de workshops:

- **Workshop 1:** *'Vind mogelijkheden voor digitale prikkels in jouw organisatie'*. Een workshop waarbij we het aanbod / de werking van een organisatie tegen het licht houden en kijken waar medewerkers gemakkelijk een aantal experimenten voor digitale oefenkansen kunnen inpassen.
- **Workshop 2:** *'Bestendig digitale oefenkansen in je organisatie'*. Wat heeft de organisatie geleerd uit de experimenten? Wat waren de reacties? Wat kunnen ze nog meer doen en hoe kunnen digitale oefenkansen een structureel onderdeel worden van de organisatie?

Noot: dit draaiboek behandelt enkel de eerste workshop. Info over de tweede workshop wordt later toegevoegd bij een update van dit document.

WORKSHOP 1: VIND MOGELIJKHEDEN VOOR DIGITALE PRIKKELS IN JE ORGANISATIE

IN GROTE LIJNEN

- We brengen in kaart met welke activiteiten en diensten 'klanten' of de doelgroep in contact komen
- We kijken voor één of meerdere van die activiteiten en diensten welke stappen een klant allemaal zet om ervan gebruik te maken
- We zoeken in welke stappen we digitale prikkels kunnen toevoegen, de beste leerkansen proberen we uit.

MATERIAAL

- Een whiteboard of flipchart
- Flink wat post-its
- Schrijfgerief, liefst ook wat stiften
- Stickers om te prioriteren
- Prints van templates
- Profiel bezoeker / doelgroep / klant
- Scenario-template

15 MIN - VERWELKOMING EN KADERING VAN DE OEFENING (+ NAMENRONDJE)

We lichten de doelstelling van de dag nog eens opnieuw toe: bedoeling is om te komen tot een aantal concrete acties / experimenten voor digitale prikkels te komen.

Een korte **voorstellingsronde** bij de start is aangewezen, ook als de deelnemers elkaar kennen. Zo krijgt de facilitator een beeld van de deelnemers. Hou het kort, en vraag de deelnemers een antwoord te geven op een vraag / ijsbreker die verband houdt met de oefening van de workshop.

Voorbeelden van een ijsbreker-vraag voor bij de voorstellingsronde, zijn:

- Wat is je eerste herinnering aan de organisatie waar je nu bij betrokken bent?
- Wanneer had jij je eerste smartphone?
- Wat is je favoriete app op je smartphone?
- ...

15 MIN - 'IDEEËNDUMP'

Dikwijls komen deelnemers al met ideeën naar een sessie. Dat is een pluspunt en toont het engagement van de deelnemers. Tegelijk kan het zo zijn dat deze ideeën soms nadenken over andere mogelijkheden in de weg staan of te sterk vertrekken vanuit de persoonlijke visie van de deelnemer.

Daarom laten we bij de start van de workshop even tijd voor een korte 'ideeëndump'. Hier krijgen deelnemers de kans om hun ideeën te delen. Ze worden tijdelijk 'geparkeerd' (op een afzonderlijke affiche) en we komen er later in de workshop opnieuw op terug.

Praktisch: De deelnemers schrijven hun ideeën op afzonderlijke post-its. We overlopen de ideeën kort en kleven ze op een overzichtsaffiche. Hierna krijgen de deelnemers de boodschap dat deze ideeën nu even worden geparkeerd tot een later moment in de workshop.

15 MIN - EEN TYPISCHE BEZOEKER / KLANT

In groepjes van 2 werken deelnemers een 'profielkaart' van typische bezoeker / klant / lid van doelgroep uit. De deelnemers krijgen een template om deze typische bezoeker uit te werken. Een aantal aspecten die moeten worden beschreven:

- Een korte bio
- Een aantal demografische kenmerken
- Wat maakt deze persoon enthousiast, wat drijft deze persoon?
- Met welke moeilijkheden heeft deze persoon te kampen?
- Hoe zou je de digitale vaardigheden van deze persoon omschrijven? (Kies één van de 8 [profielen van digitale ongelijkheid](#) die bij deze persoon passen)
- Van welke activiteiten of diensten van jouw organisatie maakt deze persoon gebruik?

We stellen de persona per groepje kort aan elkaar voor. Bij het overlopen van de profielen noteert de workshopbegeleider de activiteiten en diensten waar ze van gebruik maken op apart post-its (1 activiteit of dienst per post-it).

Profielkaart

Werk een profiel uit van iemand die in jouw organisatie gebruik maakt van jullie diensten.



The profile card form consists of the following elements:

- A blue silhouette icon of a person's head and shoulders, enclosed in a circle.
- A text input field labeled "Naam: ...".
- A larger text input field labeled "Korte bio: ...".
- A text input field with the question: "Wat drijft deze persoon? Wat maakt deze persoon enthousiast?".
- A text input field with the question: "Met welke moeilijkheden krijgt deze persoon te kampen?".
- A text input field with the question: "Hoe zou je de digitale vaardigheden van deze persoon omschrijven? Welk profiel van digitale ongelijkheid past bij deze persoon?".

(de profielkaart kan je downloaden op www.digitaalinclusievewijk.be)

Alternatief 1: de medewerkers maken deze profielen vooraf, als voorbereidend huiswerk. Ze bezorgen die terug aan de workshopbegeleider, die zich zo al een idee kan vormen van de doelgroep van de organisaties. In de workshop stellen de deelnemers hun profiel kort voor aan de anderen. Ze worden dan in groepjes van 2 ingedeeld en beslissen onderling met welk van hun profiel ze verder werken (ze kiezen 1 profiel per duo).

Alternatief 2: als deze oefening te moeilijk / tijdsintensief is, dan kunnen de deelnemers hier ook gebruik maken van de profielen ('karakterkaarten') die werden ontwikkeld voor het [spel Digitale inclusie](#) (momenteel nog maar enkel beschikbaar in het engels). Deelnemers kunnen elk een persona uitkiezen die enigszins aansluit bij de doelgroep die zij doorgaans bereiken. Elke deelnemer kiest een 'karakterkaart' en stelt die voor aan de andere. De medewerker zegt er ook bij wat deze 'karakterkaart' zou komen doen bij de organisatie, de workshopbegeleider noteert dit op afzonderlijke post-its.

15 MIN - WAT KOMT DEZE PERSOON BIJ JE ORGANISATIE DOEN?

De workshopbegeleider kleeft de post-its van de activiteiten en diensten op het bord. De begeleider vraagt de groep om ze goed te bekijken en aan te vullen waar nodig: ontbreken er nog belangrijke activiteiten en diensten waar de doelgroep graag gebruik van maakt? Dit kunnen ook behoorlijk 'banale' activiteiten zijn (zoals een koffie komen drinken, eens bijkletsen met vriendinnen, de krant komen lezen...).

Hierna prioriteert de groep de activiteiten en dienst: welke activiteiten zijn het populairst? Waarvoor komen deze mensen echt naar je organisatie? Waar maakt de organisatie echt het verschil? Elke deelnemer krijgt 3 stickers en kan die klevens op de 3 activiteiten en diensten die het populairst zijn voor het profiel waar men net mee werkte.


15 MIN - BESCHRIJF HET VERLOOP VAN EEN POPULAIRE ACTIVITEIT OF DIENST VOOR JE PROFIEL + GEEF EERSTE IDEEËN VOOR DE DIGITALE PRIKKELS

Kies een van de meest populaire activiteiten die past bij je profiel en beschrijf in je duo in detail alle stappen die je persona zet om deze activiteit te doen, vanaf het moment dat deze persoon de organisatie binnenkomt, tot het moment waar die opnieuw vertrekt. Maak hiervoor gebruik van een scenario-template.

Voeg hierna in de extra kolom eerste ideeën toe voor digitale prikkels. Overloop elke stap die je profiel zet en stel je telkens volgende vragen:

- In welk onderdeel van het scenario kan je een digitaal aspect in brengen?
- Hoe zorg je ervoor dat de nieuwigheid niet zorgt voor digitale uitsluiting?

Duid aan op de scenario-template waar je deze prikkels zouden introduceren.

	Beschrijf kort de stappen die deze persoon doorloopt wanneer die van de activiteit of dienst gebruik maakt.	In welke stap kan je een digitale prikkel toevoegen?
		
<input data-bbox="359 1442 568 1473" type="text" value="Naam:"/>		
<input data-bbox="359 1503 568 1749" type="text" value="De dienst of activiteit waar deze persoon gebruik van maakt:"/>		

(de scenario-template kan je downloaden op mediawijs.be/digitaalinclusievewijk)

15 MIN - UITWISSELINGSMOMENT DIGITALE PRIKKELS

- Elk duo geeft zijn profiel en scenario door aan een ander duo ernaast. Zij krijgen de opdracht het profiel, het scenario en de prikkels grondig te lezen. Hierna geeft de workshopbegeleider hen de tijd om eventueel extra vragen te stellen aan het duo die het profiel en scenario opstelde.
- Daarna denkt het duo dat het profiel en scenario kreeg, opnieuw na over digitale prikkels en proberen de ideeën die het oorspronkelijke duo gaf, verder aan te vullen. Ze stellen zich hierbij opnieuw dezelfde vragen:
 - In welk onderdeel van het scenario kan je een digitaal aspect in brengen?
 - Hoe zorg je ervoor dat de nieuwigheid niet uitsluit maar digitaal inclusief is?
- Ook zij duiden aan op de scenario-template waar ze deze prikkels zouden introduceren. Nadat deze oefening vervolledigd is, geven ze de template terug aan het oorspronkelijke duo.
- Het oorspronkelijke duo bekijkt de suggesties en vraagt eventueel om wat toelichting aan het duo dat de suggesties maakte.
- Hierna noteren ze de favoriete suggesties op telkens afzonderlijke post-its (mik op ongeveer 3 ideeën per groep). Als ze intussen zelf nog een ander (en volgens hen beter) idee voor een digitale prikkel hebben, kunnen ze dat ook noteren.

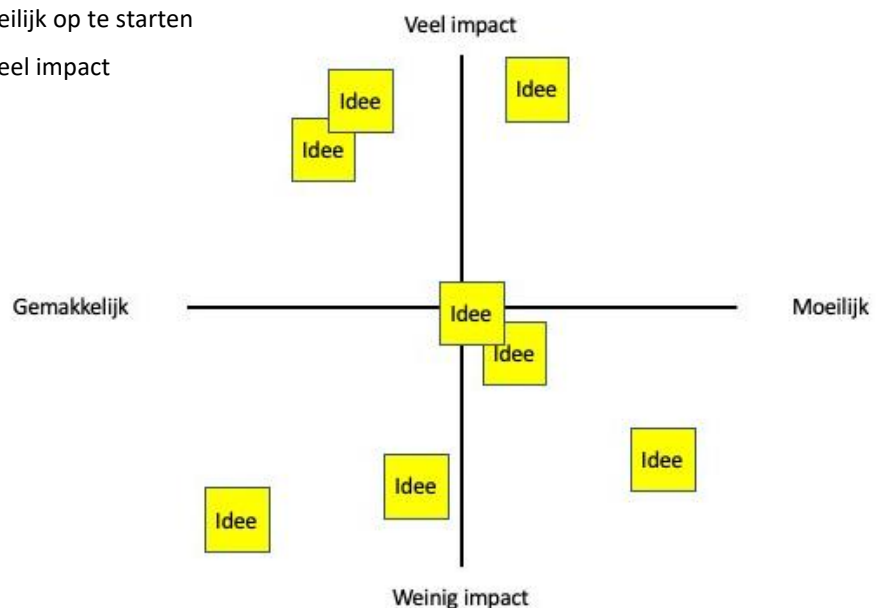
Breng op dit moment ook de **ideeën van de oorspronkelijke 'ideeëndump'** opnieuw onder de aandacht. Zijn er ideeën uit deze eerste oefening die we opnieuw willen oppikken, die niet verloren mogen gaan? Hier kunnen de duo's die ideeën opnieuw meenemen (als dat nog niet het geval was). Herinner hen eraan te blijven denken vanuit het profiel, is het idee echt haalbaar voor dit profiel?

30 MIN - VAN BRAINSTORM NAAR PRAKTIJK

Op dit moment in de workshop zijn er heel wat ideeën voor digitale prikkels. We willen voor de aankomende periode minstens 3 digitale prikkels kiezen om te testen en uit te proberen.

Om te beslissen op welke ideeën de organisatie zal inzetten, plaatst de groep de ideeën voor digitale prikkels op 2 assen (op bord of flipchart):

- As 1: gemakkelijk - moeilijk op te starten
- As 2: weinig impact - veel impact



De workshopbegeleider laat de groep uiteindelijk minstens 3 ideeën kiezen waar ze op willen inzetten. De digitale prikkels die gemakkelijk zijn en veel impact kunnen hebben, zijn mogelijk de interessantste ideeën om op in te zetten. Als zich geen ideeën bevinden in dat kwadrant, gaat de voorkeur naar makkelijke ideeën met minder impact. Voor heel wat organisaties is het idee van digitale prikkels namelijk nieuw, te moeilijke ideeën kunnen de organisatie ontmoedigen om hier verder op in te zetten.

Dit is vaak een onderdeel waar wel wat discussie bij komt kijken. **Bewaak in dit onderdeel dat de focus blijft liggen op haalbare ideeën.** Het is namelijk de bedoeling om in de komende weken / maanden deze digitale prikkels uit te proberen.

In het laatste deel van de workshop zorgen we ervoor dat we niet enkel in de ideeën blijven hangen, maar maken we praktische afspraken.

15 MINUTEN - PRAKTISCHE AFSPRAKEN OVER DE IMPLEMENTATIE VAN DE PRIKKELS

Vragen:

- Wie doet wat bij de gekozen digitale prikkels?
- Wie zal dit opvolgen in de organisatie en de betrokken personen aanspreken op de to do's?
- Is er extra materiaal nodig om de prikkels mogelijk te maken? Moet er materiaal worden aangekocht of ontleend? Is er een opleiding nodig? Wie regelt dit?

We plaatsen de 3 (of meer) gekozen ideeën op een overzicht van uitkomsten, waarop staat welke ideeën worden opgenomen, wie deze opvolgt (en wanneer). Dit kan een apart blad zijn, of aangeduid worden op de flipchart/whiteboard. Neem een foto van het resultaat en stuur het door naar de deelnemers.

We prikken een volgende datum: hoe snel komen we terug samen? Hoeveel tijd is nodig om te zien of de prikkels en de aanpak werken?