



Digitale prikkels

Tips om ermee te starten in je organisatie



Inhoud

Inleiding	4
Voor wie is deze inspiratiegids?	5
Een digitale prikkel: wat is dat?	6
Een digitale prikkel: wat is het niet?	8
Waarom digitale prikkels?	11
— Essentieel om iedereen kansen te bieden	12
— Een nieuwe kijk op de digitale wereld bieden	13
Hoe creëer ik digitale prikkels op maat van mijn organisatie?	15
— Stap 1 Zorg dat iedereen weet wat digitale inclusie is en hoe digitale prikkels daar deel van uitmaken	17
— Stap 2 Ga op zoek naar digitale prikkels voor je werking	20
— Stap 3 Test de digitale prikkels uit	22
— Stap 4 Evalueer de digitale prikkels	23
— Stap 5 Houd digitale prikkels op de agenda	25
Enkele tips	28

Inleiding

Veel mensen ervaren de digitale wereld als groot en ingewikkeld: ze hebben het gevoel niet mee te kunnen, zijn bang om fouten te maken en laten het digitale liever links liggen. Omdat alsmaar meer diensten en voordelen enkel online beschikbaar zijn, lopen deze mensen kansen en rechten mis, wat hun plaats in de samenleving ernstig kan benadelen.

Digitale prikkels geven mensen een korte, vrijblijvende, positieve digitale ervaring.

Er zijn immers ook mensen die liever niet mee willen in de digitale wereld. Het gaat om mensen die om diverse redenen geen nieuwsgierigheid weten op te brengen naar de digitale wereld.

Via digitale prikkels kan je hen op een informele en laagdrempelige manier een positieve ervaring met de digitale wereld bieden.

In deze inspiratiegids lichten we toe wat digitale prikkels zijn, waarom ze nodig zijn en hoe je prikkels vindt die passen bij jouw organisatie en doelgroep. Een aantal casussen maken het verhaal concreter. We hebben ook aandacht voor bestendiging van digitale prikkels, geven tips en wijzen op mogelijke valkuilen. In de inspiratiegids kan je ook enkele inspirerende digitale prikkels vinden.

Deze inspiratiegids is gebaseerd op de ervaringen uit het project Digitaal Inclusieve Wijk (van District09, stad Antwerpen en stad Kortrijk) en het project ODOK (van Avansa regio Gent). Je kan op www.mediawijs.be/digitaleprikkels meer materiaal over digitale prikkels vinden, waaronder een databank met digitale prikkels en video's van inspirerende voorbeelden uit de praktijk. www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Voor wie is deze inspiratiegids?

Deze gids is bedoeld voor medewerkers (vrijwillig of professioneel) van organisaties die rechtstreeks met digitaal kwetsbare mensen in contact komen, zoals begeleiders in huizen van het Kind, ergotherapeuten in lokale dienstencentra, baliemedewerkers, werkconsulenten en maatschappelijk werkers. Zij bevinden zich in een ideale positie om digitale prikkels in te bedden in de activiteiten van hun organisatie.



Een digitale prikkel: wat is dat?

- Het **doel** van een digitale prikkel is om een persoon een **vrijblijvende, positieve** digitale ervaring te geven. Dat gebeurt in een vertrouwde omgeving of tijdens een activiteit die niet gericht is op het digitale. Het gaat vaak om kleine extra's in activiteiten, die bijna onopvallend deel uitmaken van het gewone aanbod.
- Via een digitale prikkel zetten mensen **een eerste stap in de digitale wereld**. Een digitale prikkel heeft niet als doel om nieuwe vaardigheden te ontwikkelen, al kan dit wel een neveneffect zijn.
- Digitale prikkels kunnen voor iedereen leuk en motiverend zijn. Ze zijn bij uitstek bedoeld **voor mensen die zelf geen contact hebben of zoeken met de digitale wereld**. Het gaat om mensen die de digitale wereld niet kennen, ontwijken of negatief bekijken.
- Een digitale prikkel maakt deel uit van de gewone werking van een organisatie. Hij is het best **geïntegreerd in bestaande activiteiten en diensten waarvan de focus niet ligt op het digitale**. Digitale prikkels creëren idealiter weinig tot geen extra werklust voor de trekkers van het initiatief.

Enkele voorbeelden

- Een natuurgids toont tijdens een wandeling hoe je met je smartphone een plantje kan herkennen.
- Een werkconsulent noteert de volgende afspraak niet enkel op een papiertje, maar zet die samen met de cliënt in diens smartphone-agenda.
- Vrouwen kiezen beurtelings een liedje om te streamen tijdens de wekelijkse bijeenkomst van een moedergroep.
- Een QR-code in de ontmoetingsruimte toont elke dag een ander grappig filmpje.
- Een baliemedewerker laat de bezoeker meekijken op het (tweede) scherm terwijl ze een aanvraag 'inname openbare weg' voor de persoon doet.
- Een zorgkundige in het woonzorgcentrum bekijkt samen met een bewoner op de computer de straat waar die vroeger woonde.



Een digitale prikkel: wat is het niet?

- Is **géén cursus of één-op-één begeleiding** over digitale toestellen of toepassingen. Een digitale prikkel is complementair aan dit aanbod.
- **Gaat niet over belangrijke, stresserende zaken** zoals bankhandelingen of essentiële administratie. Het is een vrijblijvende, positieve ervaring die aangenaam, verrassend, grappig of inspirerend is en waar verder niets van afhangt.
- **Creëert geen risico op nieuwe ongelijkheid**: een digitale prikkel is een leuke extra voor wie overtuigd kan worden om erbij betrokken te zijn. Het mag echter geen substantieel nadeel inhouden voor wie er niet op ingaat. Wie de prikkels niet ontvangt, mag niet uitgesloten worden van bepaalde activiteiten of essentiële informatie missen.

Een voorbeeld

- als een QR-code de enige manier is om het menu van het sociaal restaurant te raadplegen, dan noemen we dit geen digitale prikkel. De QR-code is immers essentieel om het menu te kennen. Als er ook een fysieke menukaart is, dan is de QR-code wél een digitale prikkel.

Om te begrijpen wat digitale prikkels precies omvatten, is het goed ze te kaderen in een breder verhaal van digitale inclusie. In het volgende hoofdstuk gaan we hier verder op in.

Op zoek naar meer voorbeelden van digitale prikkels?

Op www.mediawijs.be/digitaleprikkels kan je een databank vinden met veel inspirerende digitale prikkels. De databank is een mogelijk startpunt om nadien verder na te denken over prikkels op maat van jouw organisatie.



“Mensen die schrik hebben van het digitale, of geen netwerk hebben aan wie ze digitale vragen kunnen stellen, zijn het meest (digitaal) kwetsbaar. We bereiken hen niet met onze klassieke cursussen of Digipunten. Zij dreigen bovendien ook op andere vlakken uitgesloten te worden; denk bijvoorbeeld aan subsidies of premies die online aangevraagd moeten worden.

Vandaar dat digitale prikkels – op maat van deze digitaal kwetsbare personen – zo belangrijk zijn om mensen stapjes vooruit te laten zetten. Voorbeeldjes? Senioren die in het dienstencentrum tijdens hun pedicure hun favoriete muziek mogen kiezen op Spotify, mensen met een migratieachtergrond die tijdens babbelmomenten de favoriete gerechten uit hun thuisland opzoeken en delen, ... “

Sandra Vanneste, ARhus Roeselare

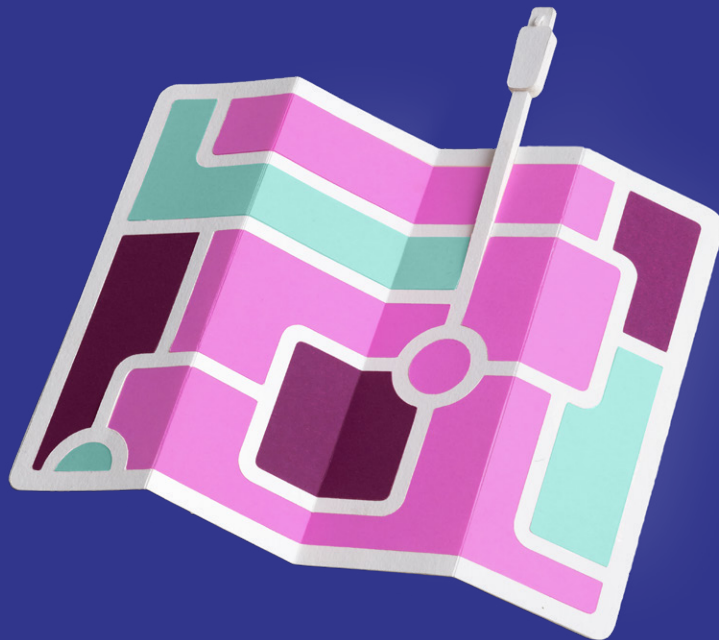
Wil je meer weten?

Bekijk de video van Sandra op www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Waarom digitale prikkels?

Zullen digitale prikkels digitale ongelijkheid wegnemen? Op zichzelf natuurlijk niet. Ze zijn maar één onderdeel van een brede aanpak die nodig is om tot digitale inclusie te komen.



Essentieel om iedereen kansen te bieden

Er zijn 4 voorwaarden om tot digitale inclusie te komen: toegang tot het digitale, digitale competenties, een ondersteuningsnetwerk en inclusion by design. Digitale prikkels zien we als een mogelijk opstapje om digitale competenties te verwerven. Het aanbieden van digitale prikkels doe je best op wijkniveau. Hoe je aan digitale inclusie werkt op wijkniveau leggen we uit op basis van het kader van de digitaal inclusieve wijk. Dit denkkader schetst het ideale plaatje van wat nodig is op wijkniveau om ervoor te zorgen dat alle bewoners maximaal de mogelijkheid krijgen deel te nemen aan de digitale wereld.

In een Digitaal Inclusieve Wijk werken diensten en organisaties samen om bewoners kansen te geven in de digitale wereld.

Vier uitgangspunten staan centraal in de Digitaal Inclusieve Wijk:

- **Heeft elke wijkbewoner toegang tot de digitale wereld?** Er zijn (publieke) plaatsen waar iemand gratis toegang heeft tot de digitale wereld, waar toestellen of internettoegang zijn, waar toestellen kunnen worden opgeladen of kan worden geprint.
- **Krijgen de wijkbewoners ondersteuning om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen?** Er is één-op-één begeleiding bij het gebruik van digitale toestellen en toepassingen. Er zijn lessen en workshops over basisvaardigheden, mediawijsheid en nieuwe technologieën.
- **Wie houdt het overzicht?** Er is een duidelijk aanspreekpunt voor digitale activiteiten en overleg op wijkniveau tussen alle betrokkenen en sleutelfiguren. Er wordt helder gecommuniceerd naar de wijkbewoners over het aanbod.
- En ... heeft iedereen **oog voor mogelijke digitale prikkels?**

De vraag rond digitale prikkels onderscheidt zich van de andere omdat ze als enige focust op mensen die niet tot weinig intrinsiek gemotiveerd zijn om deel uit te maken van de digitale wereld. Zelfs wanneer toegang, ondersteuning en communicatie in de wijk optimaal zijn, blijven deze mensen uitgesloten. Via digitale prikkels kan je hen wel betrekken, waardoor het een essentiële actie is om alle wijkbewoners kansen te bieden.

Een nieuwe kijk op de digitale wereld bieden

Er kunnen veel redenen zijn waarom het bij iemand aan intrinsieke motivatie ontbreekt om deel uit te maken van de digitale wereld:

- angst voor het onbekende,
- missen van de cognitieve capaciteiten om zich de vaardigheden eigen te maken,
- geen noodzaak, omdat iemand in de omgeving de digitale taken op zich neemt,
- weerstand om gewoontes te wijzigen,
- negatieve perceptie van de digitale wereld, die ontmenselijkt of onveilig is,
- ...

Digitale prikkels nemen deze redenen niet weg, maar plaatsen er een andere ervaring naast. Ze geven iemand mogelijk een nieuwe kijk op die digitale wereld. Ondanks gemengde gevoelens kan deze ervaring ervoor zorgen dat iemand alsnog gemotiveerd wordt om de digitale wereld te verkennen.

Digitale prikkel

Google Lens

Op het moment dat iemand een opmerking maakt over een mooi paar schoenen of een gebouw neem je een foto met Google Lens en achterhaal zo om welk object het gaat.
www.mediawijs.be/digitaleprikkel



“Eerst zag ik digitale prikkels als een marginaal deeltje van het digitale inclusieverhaal, maar ondertussen heb ik er het belang van ingezien. Bijvoorbeeld om mensen te kunnen bereiken en toeleiden die je anders moeilijk bereikt met je aanbod van opleiding en begeleiding. Uit de praktijk heb ik geleerd dat het een kwestie is van er te blijven op inzetten en ook collega’s te blijven aansporen om hetzelfde te doen.”

Pieter Garreyn (projectcoördinator e-inclusie Menen/Wervik, nu teamcoach bib en cultuur Wervik)

Digitale prikkel

Plant herkennen

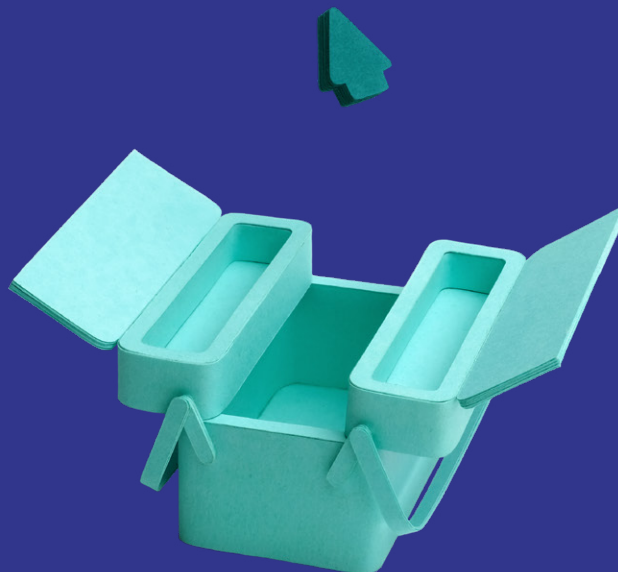
Laat iemand die met een smartphone overweg kan af en toe een plant herkennen tijdens een wandeling. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld de app Plantnet of Obsidentify. Laat de deelnemers eventueel eerst raden om welke plant het gaat.

www.mediawijs.be/digitaleprikkel



Hoe creëer ik digitale prikkels op maat van mijn organisatie?

Welke prikkel past het best bij de doelgroep die jij met je organisatie kan bereiken? Dat hangt af van de activiteiten en diensten die je organisatie aanbiedt, de mensen die de organisatie bereikt en hun noden.



Er zijn verschillende manieren om geschikte digitale prikkels te vinden. Hieronder vind je een vijfstappenplan voor hoe je dit kan aanpakken in jouw organisatie, ontwikkeld door Avansa.

Stap 1

Zorg dat iedereen weet wat digitale inclusie is en hoe digitale prikkels daar deel van uitmaken.

Stap 2

Ga op zoek naar digitale prikkels op maat van je werking.

Stap 3

Test de digitale prikkels uit en kijk hoe de doelgroep hierop reageert.

Stap 4

Evalueer de digitale prikkels en beslis welke je wel en niet behoudt.

Stap 5

Hou digitale prikkels op de agenda.

Je kan deze stappen doorlopen zoals je zelf wil. Op www.mediawijs.be/digitaleprikkels staat een draaiboek van Avansa dat je kan gebruiken om deze stappen te doorlopen in een reeks van workshops. Je vindt er ook templates en voorbeelden van digitale prikkels. Je kan deze workshops zelf uitvoeren of hiervoor een externe begeleider van bijvoorbeeld Avansa inschakelen. www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Stap 1

Zorg dat iedereen weet wat digitale inclusie is en hoe digitale prikkels daar deel van uitmaken

Digitale prikkels zijn idealiter verweven in je hele organisatie. Omdat ze ingevoegd worden in bestaande activiteiten, kan elke medewerker of vrijwilliger digitale prikkels aanbieden. Betrek iedereen in je organisatie die contact heeft met de doelgroep

Informeer alle medewerkers van je organisatie

Je start het best met een korte infosessie of workshop over digitale inclusie waar zo veel mogelijk medewerkers en vrijwilligers aanwezig zijn. Pas als je het grotere plaatje ziet, kan je nadenken over digitale prikkels. Het is immers cruciaal om in te zien wat digitale prikkels níét zijn (geen les, geen individuele hulp, geen workshop) voor je kan bedenken wat ze in jouw organisatie wél kunnen zijn.

Lukt het niet om iedereen naar een infomoment te laten komen? Bezorg de afwezigen dan zeker de nodige informatie, digitaal of op papier, en check of ze die doorgenomen en begrepen hebben.

Na het volgen van het infomoment zouden de deelnemers in staat moeten zijn om op onderstaande vragen een antwoord te formuleren:

- Wat is digitale inclusie?
- Waarom is het belangrijk hier aandacht voor te hebben?
- Wat zijn mogelijke acties op vlak van digitale inclusie?
- Hoe passen digitale prikkels in dit geheel?
- Wat gebeurt al in de wijk of regio op vlak van digitale inclusie?

Besteed zeker aandacht aan de plaats die digitale prikkels innemen in het geheel van digitale inclusie. Benadruk het onderscheid tussen digitale prikkels en andere digitale inclusie acties.

Op www.digitaleinclusie.be vind je info en materialen over digitale inclusie.

Vorm een werkgroep

De verdere stappen doorloop je het best met een groep van maximaal 8 mensen. Als je met meer medewerkers bent, stel dan een werkgroep samen. Ga op zoek naar enthousiastelingen die verder over digitale prikkels willen nadenken en die ze willen uitproberen. Zorg ervoor dat er vooral mensen in de werkgroep zitten die met de doelgroep werken, en liefst over verschillende thema's. Neem ook iemand die beslissingsmacht heeft (coördinator, directeur) op in de werkgroep.

Twee nuttige hulpmiddelen bij deze stap

In deze stap is het ook zinvol om goed na te denken over welke doelgroep de organisatie bereikt. Een hulpmiddel hierbij zijn de **mediaprofielen** van Mediawijs. Deze vind je op www.mediawijs.be/mediaprofielen. Haal de profielen erbij en bekijk die met alle deelnemers. Zijn er bepaalde profielen die jullie meer bereiken? Dat kan helpen om later te beslissen welke prikkels goed aansluiten bij de doelgroep.

Een andere oefening kan zijn om een **persona-oefening** te doen. De deelnemers creëren hierbij een fictieve persoon die symbool staat voor de mensen die in contact komen met de organisatie en baat zouden hebben bij digitale prikkels. Bij deze persona, worden volgende elementen uitgewerkt:

- (Fictieve) naam en korte biografie
- Wat motiveert deze persoon?
- Met welke moeilijkheden heeft deze persoon te kampen?
- Welke digitale vaardigheden heeft deze persoon?
- Van welk aanbod van de organisatie maken zij gebruik?

Door deze oefening kan iedereen nog een preciezer beeld van de personen die baat kunnen hebben bij digitale prikkels. Een sjabloon hiervoor vind je op www.mediawijs.be/digitaleprikkels.

Twee vragen aan ...

Jolien Van Londersele van vzw De Knoop in Ninove

Welke digitale prikkels bieden jullie aan in De Knoop?

We zijn hierin eigenlijk nog steeds aan het zoeken en groeien. Voor de groepswerking hebben we bijvoorbeeld WhatsApp ingeschakeld. We werken ook vaak met een poll voor de deelnemers, bijvoorbeeld om te vragen of ze naar een activiteit komen. Een volgende stap die we willen zetten is om bij de sociale kruidenier aan de slag te gaan met QR-codes en Payconiq.

Heb je een tip voor organisaties die aan de slag willen gaan met digitale prikkels?

Als ik kijk naar onze eigen organisatie, denk ik dat het gedragen moet worden door het volledige team. Het is ook belangrijk dat je van daaruit verder werkt en het integreert in andere projecten.

Digitale prikkel

WhatsApp

Maak voor een vaste groepsactiviteit een groepschat in WhatsApp. Post voor de activiteit bijvoorbeeld een foto van de ruimte waarin de activiteit zal doorgaan. Post nadien een aantal sfeerbeelden van de activiteiten.

www.mediawijs.be/digitaleprikkel



Stap 2

Ga op zoek naar digitale prikkels voor je werking

Digitale prikkels zijn het best maximaal afgestemd op de doelgroepen, de activiteiten en de diensten die de organisatie aanbiedt. Dat maakt dat er geen 'one size fits all' handleiding bestaat, en dat je zelf de meest geschikte acties moet zoeken.

Je kan vanuit verschillende invalshoeken starten:

- Vanuit de **activiteiten** en **diensten**: wat doen we, wat bieden we aan en hoe passen digitale prikkels daar in?
- Vanuit de **doelgroep**: wie heeft het meest baat bij digitale prikkels? Waar en wanneer kunnen we die aanbieden?

Bedenk eerst zo veel mogelijk digitale prikkels en kies dan welke je gaat uitproberen. Neem je de gekste, de meest haalbare, of degene die de meeste mensen bereikt? Aan jouw de keuze!

Hou bij je brainstorm steeds voor ogen dat het gaat om kleine, vrijblijvende en positieve prikkels, die zo veel mogelijk deel uitmaken van de reguliere werking en geen ongelijkheid creëren.

Digitale prikkel



Vertalen

Gesproken of geschreven taal kan je vertalen via verschillende apps, waaronder de app SayHi.
www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Twee vragen aan ...

Walter Franckaert van Okra Temse

Wat is jullie meest succesvolle digitale prikkel?

Ons meest succesvolle idee hebben we toegepast in de reeks 'soepel actief'. Dat is een reeks voormiddagen waar mensen een uur samenkomen om turnoefeningen te doen. Iets dat helemaal niets te maken heeft met de digitale wereld. We motiveerden hen met het idee om samen digitaal naar Santiago de Compostella te wandelen.

Hoe hebben jullie dit aangepakt?

- **Stap 1**
Een digitale stappenteller installeren.
- **Stap 2**
WhatsApp installeren.
- **Stap 3**
Elkaar op de hoogte houden van de vorderingen.

Een simpel idee, maar er komt dus meer bij kijken dan je denkt. Elke les gaven we een samenvatting: waar bevinden we ons al? Voor veel mensen was dit echt een openbaring: zo kan het dus ook! Het grote voordeel was dat de groep al samenhing. Een uurtje soepel actief zijn, en dan nog een uurtje 'blijven plakken'. Met een koffie en een koekje. Niet enkel om te praten over de oefeningen maar ook over de voorbije week, en over het stappen naar Compostella natuurlijk. Steeds meer mensen gingen mee op weg, dankzij het groepsgevoel en de aandacht voor elke kleine stap. We zijn aangekomen als groep, en dat hebben we natuurlijk gevierd. Met een typische Spaanse namiddag, kledij en lekkere gerechten inbegrepen.

Stap 3

Test de digitale prikkels uit

Je kan lang over digitale prikkels nadenken, maar of een prikkel echt succesvol is voor jouw doelgroep, weet je pas nadat je hem in de praktijk getest hebt.

Je trekt het best wat tijd uit voor deze stap, minstens twee à drie maanden. Het kan namelijk even duren voor de activiteit weer doorgaat, je dit hebt besproken op een overleg, je het benodigde materiaal hebt kunnen voorzien.

Maak goede afspraken en stel een duidelijke timing op: wie volgt wat op, wanneer willen we de prikkels getest hebben,... .

Hou je bevindingen tijdens de testperiode goed bij. Hoe reageren mensen op de prikkel? Wat is een goed moment om de prikkel aan te bieden?

Digitale prikkel

Wie is de volgende?

In een groepsactiviteit met een beurtrol kan je gebruik maken van een speelse app om de volgende te bepalen. Download bijvoorbeeld de app 'Chwazi'. Open de app en vraag iedereen om een vinger op het scherm te plaatsen. De app kiest er automatisch iemand uit.
www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Stap 4

Evalueer de digitale prikkels

Kom na de testperiode opnieuw samen met de werkgroep en evalueer alle experimenten. Wat ging goed? Wat ging moeilijk? Wat maakte dat zaken niet goed gingen? Zijn er prikkels aangepast? Zijn er nieuwe ideeën voor prikkels?

Beslis bij elke uitgeteste prikkel of je hem wil behouden of niet. Maak een plan op voor degene die je wil behouden. Wie zorgt ervoor dat de prikkel regelmatig terugkomt? Wat is daarvoor nodig? Kan de prikkel misschien ook in andere activiteiten ingezet worden?

Wil je een handvat om deze evaluatie te voeren?
Je vindt een template voor het groepsgesprek op
www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Digitale prikkel

QR-code

Je kan voor een vrijblijvende en informele opdracht werken met een QR-code, zoals bijvoorbeeld een QR-code in de ontmoetingsruimte met elke dag een ander grappig filmpje.
<https://www.mediawijs.be/digitaleprikkels>



**Krant op tablet**

Leg naast de papieren krant ook een tablet met de krant van de dag op. Ook wie de krant niet op de tablet leest, kan zo zien hoe je een krant ook op een tablet kan lezen en aanpassen aan eigen voorkeuren (lettergrootte enz.)

www.mediawijs.be/digitaleprikkel

**Twee vragen aan ...**

Johanna van CAW Zuid-West Vlaanderen

Hoe ga je nu aan de slag?

Nu maak ik sneller de reflex om mijn cliënt bij het digitale te betrekken. Laatst had ik het met iemand over een bolderkar. Om te tonen wat ik bedoelde, typten we het samen in op Google. Of als een cliënt gaat verhuizen, kijken we samen op Google Street View hoe de nieuwe straat en de gevel eruitzien. Of nog een derde voorbeeld: als ik mijn cliënten help bij digitale administratie zoals een inschrijving voor sociale huisvesting, dan laat ik hen meekijken. Zo wil ik hen digitaal prikkelen, maar ook digitaal zelfredzamer maken.

Welke tip heb je voor andere organisaties?

Net door hun kleinheid zijn dit mooie voorbeelden van digitale prikkels. Want dat is de bedoeling: prikkels bedenken en toepassen die geen extra workload vragen aan jou of je collega's, die passen in de context van jouw organisatie, en die veilig aanvoelen voor de ontvanger.

Stap 5

Houd digitale prikkels op de agenda

Wil je als organisatie verder inzetten op digitale prikkels? Maak dan afspraken om de focus op digitale prikkels te behouden in de organisatie. Onderstaande vragen kunnen je hierbij leiden:

- Hoe ga je als organisatie verder met digitale prikkels? Hoe kan je hier structureel op blijven inzetten? Is er nood aan een werkgroep? Een extra vorming? Neem je dit op in het jaarplan?
- Hoe wil je hierover communiceren naar jullie doelgroep?
Wil je kenbaar maken dat je organisatie inzet op digitale prikkels? Op welke manier?

Je kan bijvoorbeeld een engagements-verklaring opstellen waarin je expliciet verwoordt hoe je organisatie blijft inzetten op digitale prikkels. Een template hiervoor vind je in het draaiboek van Avansa.
www.mediawijs.be/digitaleprikkels



Twee vragen aan ...

Nancy van LDC De Merelaar in Merelbeke

Was het moeilijk om geschikte digitale prikkels te vinden?

Het vinden van leuke digitale prikkels ging verrassend vlot. We konden er tijdens de workshop al snel een heleboel opsommen: een online afspraak maken met de huisarts bij de praatgroep 'Kom op Tegen Kanker', gratis koffie aanbieden in het cafetaria als je betaalt met Payconiq, een gesprek aanknopen over hobby's en zo Google Zoeken verkennen of fotowedstrijden koppelen aan een activiteit. Het foto-idee werd in de praktijk gebracht bij de wekelijkse petanque. Een deelnemer maakte zelf een fotocollage. De praktijk leerde dat er bij een ogenschijnlijk simpele digitale prikkel als foto's maken en delen wel heel wat vaardigheden komen kijken.

Wat brengt de toekomst?

We blijven inzetten op het bedenken van creatieve oefenkansen. Ze zijn te waardevol om het te houden bij een eenmalige brainstorm. We blijven onze mensen er warm voor maken. In de toekomst lijkt het ons nuttig om af en toe een intervisie-moment te plannen. Dat helpt om oefenkansen op de agenda te laten staan, nieuwe vrijwilligers aan te trekken en nieuwe ideeën op te doen. Zo kunnen we ook leren van andere organisaties. Op die manier wordt het bedenken en toepassen van digitale oefenkansen een natuurlijke reflex.

Wil je meer weten?

Bekijk de video van Nancy op www.mediawijs.be/digitaleprikkels





Digitale prikkel

Meekijken op scherm

Plaats een tweede of derde scherm bij bijvoorbeeld een onthaal of bij individuele consultatiegesprekken. De andere persoon kan op het scherm meevolgen wat er gebeurt. Draai het scherm zo dat de andere persoon goed mee kan kijken.

www.mediawijs.be/digitaleprikkel



Enkele tips

Verschillende organisaties gingen al aan de slag met digitale prikkels. Om deze inspiratiegids af te sluiten geven we je nog enkele tips mee op basis van hun ervaringen.



- **Digitale prikkels zijn eenvoudig maar niet gemakkelijk.** Bewaak dat je denkoefening niet ‘verglijdt’ naar één-op-één begeleiding of ondersteuning in groep over digitale onderwerpen. Er wordt vaak meteen in termen van begeleiding en ondersteuning gedacht als het gaat over digitale inclusie.
- **Maak het kleiner.** Digitale prikkels zijn bij voorkeur eenvoudig en maak het klein. Begeleiders of vrijwilligers van een activiteit of dienst moeten ze gemakkelijk kunnen inpassen in hun takenpakket. Het moet blijven gaan om kleine extra's die de activiteit of dienst verrijken en de doelgroep een kleine positieve ervaring geven met de digitale wereld. Soms zien organisaties of begeleiders het te groot, waardoor het moeilijk lijkt om hier blijvend op in te zetten.
- **Hou digitale prikkels op de interne agenda.** Hou de aandacht op digitale prikkels door bijvoorbeeld een werkgroep aan te stellen, dit een vast agendapunt te maken op overlegmomenten, dit mee op te nemen in het jaarplan, een verantwoordelijke aan te duiden...

We wensen je veel succes met digitale prikkels in je organisatie.

Digitale prikkel

Klare taal via Leessimpel

Via de app LeesSimpel kan je brieven of andere documenten snel omzetten in klare taal.

www.mediawijs.be/digitaleprikkel







Vlaanderen
verbeelding werkt

Colofon

Werkten mee aan deze publicatie

Avansa Regio Gent
Mediawijs
District09

Met dank aan

- Avansa regio Gent, Avansa Mid- en Zuidwest, Avansa Vlaamse Ardennen-Dender, Avansa Waas-en-Dender
- Met de steun van het ING Fonds voor een digitaal inclusieve samenleving, beheerd door de Koning Boudewijnstichting.

Een publicatie van

Mediawijs, het Vlaams kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid

Verantwoordelijke uitgever

Imec vzw
Kapeldreef 75
3001 Leuven

Contact

Andy Demeulenaere
Mediawijs, BeCentral
Kantersteen 10 - 12
1000 Brussel
info@mediawijs.be

Deze publicatie valt onder

De Creative Commons licentie



D/2024/13815/2

