



Klantcase

Canisius-Wilhelmina Ziekenhuis



Het Canisius-Wilhelmina Ziekenhuis te Nijmegen (CWZ) is een regionaal ziekenhuis met 28 medisch specialismen, 8 paramedische afdelingen en 5 specifieke afdelingen als spoedeisende hulp en IC. In totaal werken er zo'n 4000 man. Het CWZ is één van de zeven ziekenhuizen in Nederland binnen de Santeon-ziekenhuisgroep.

De soort eigen beeldbank op de harde schijf waar het communicatieteam van het Canisius-Wilhelmina Ziekenhuis mee werkte, voldeed niet aan de eisen van de medewerkers. "Zo'n schijf is fysiek en daar kun eigenlijk je alleen op het kantoor bij. Omdat wij een ziekenhuis zijn, zit alles helemaal dichtgetimmerd qua veiligheid. Thuis kon je er soms wel in, maar soms ook niet. Het lag aan de verbinding," vertelt adviseur online communicatie Sanne Janse. "Het grootste probleem waren echter de mappen."

"Onder de map beeldbank op de harde schijf hingen weer talloze submappen: voor elk specialisme een map, voor elk project een map, voor elke stafafdeling een map en ga zo maar door. Op den duur moest je ontzettend lang zoeken naar een afbeelding." Het tijdrovende proces van het opsporen van afbeeldingen ging uiteindelijk ten koste van het beeldplan dat de afdeling communicatie van het ziekenhuis in de afgelopen jaren had opgezet.

"De laatste drie tot vier jaar investeerden wij heel veel in goed beeldmateriaal en lieten wij ook een beeldplan ontwikkelen. Dat hield in: nadenken over hoe wij willen dat mensen ons zien en wat willen wij uitstralen met alle foto's die wij naar buiten brengen. Daar hebben wij veel geld en tijd in gestoken, ook met het idee om foto's te gaan hergebruiken," aldus Sanne.

"Alleen het zoeken naar die foto's werd een drama," vervolgt ze. "Iemand sloeg bijvoorbeeld iets op onder de map orthopedie, omdat de foto's daar waren gemaakt. Een jaar later zocht ik een



beeld waarop een verpleegkundige met een patiënt staat te praten en moest ik alle mappen nagaan omdat

ik niet wist dat mijn collega een dergelijke foto onder orthopedie had geplaatst.”

Perfekte aansluiting

Al snel besloten Sanne en haar collega's op zoek te gaan naar een betere oplossing. Via een collega kwam de communicatie-adviseuse terecht bij MediaFiler. “Binnen de ziekenhuisgroep proberen wij met dit soort zaken elkaar om advies te vragen. Waar werkt de ander mee en werkt dat goed? Dat is ook een deel van onze visie als groep.” Tijdens een werkbezoek in Eindhoven zag Sanne Janse de beeldbank van MediaFiler bij een collega. “Ik vond het meteen zo'n mooie tool en zo kwamen wij op het idee om hier ook mee te beginnen,” vertelt ze enthousiast.

Hoewel het team van het CWZ ook naar andere aanbieders keek, viel de keuze al snel op MediaFiler. “Het sluit perfect aan. De tool is ontwikkeld met ziekenhuizen. De vraagstukken die in het ene ziekenhuis liggen, kom je bij het andere ziekenhuis ook tegen. Dat zag je ook aan het product. Een ziekenhuis zit natuurlijk heel anders in elkaar dan een commercieel bedrijf,” legt Sanne Janse uit. “Als je te maken krijgt met toestemmingsformulieren of dat je een foto niet overall mag gebruiken, zie je dat meteen terug in de beeldbank. Daar is heel goed over nagedacht.”

Overgangsfase

De overgangsfase omschrijft Sanne Janse als lastig. “Er waren ruim 7.000 beelden van de afgelopen 30 jaar. Wij vroegen naar MediaFiler om al het materiaal van de harde schijf te zetten en daarna gingen zo'n acht man van het communicatieteam aan de slag om alle mappen uit te zoeken en op te schonen.” Deels werd het materiaal gearchiveerd: beelden van ouder dan drie jaar of foto's van een eenmalige actie, zoals een afscheidsfeest, kwamen in het archief terecht.

“Over het toekennen van trefwoorden aan de foto's moesten wij goede afspraken met elkaar maken, anders werkt het systeem niet.” Volgens Janse ging daar behoorlijk wat tijd in zitten. “Mensen vonden het lastig om met die trefwoorden te werken. Je zag collega's die er vier trefwoorden aan gaven, maar er waren ook medewerkers die wel twintig trefwoorden toekenden. Iedereen denkt anders: de één noemt het een poli, de ander noemt het een polikliniek. De één zoekt op bejaarde, de ander op oudere, senior of opa. Die trefwoorden moet je er allemaal aan hangen.” Om dit probleem op te lossen, schreef Janse een handleiding voor alle werknemers. “Wij merkten wel dat dit nodig was om iedereen op dezelfde manier te laten werken.”

Indeling

Binnen de huidige beeldbank werkt het team van Sanne Janse met een vergelijkbare structuur als destijds op de harde schijf. “Je gaat toch vrij snel weer op specialisme indelen en daar is ook helemaal niks mis mee, want zo zoeken wij ook intuïtief. Door er trefwoorden aan te hangen, kun je de beelden algemeen maken.”

“Als wij trefwoorden aan een foto toekennen gaat het als volgt: eerst de afdeling en het specialisme. Vervolgens bekijk je wat je verder ziet: ik zie een verpleegkundige, ik zie een patiënt, ik zie een rolstoel, ik zie een polikliniek. Die trefwoorden ken je toe, zodat deze afbeelding voor iedereen te vinden is. Dus zoekt iemand naar een foto met een verpleegkundige

die met een patiënt praat, dan voer je interactie in als trefwoord, ongeacht het specialisme,” licht Janse toe.

Fase 2

“De grootste winst van de beeldbank voor ons is het hergebruiken van goed beeldmateriaal. Je kunt veel gemakkelijker beelden vinden, terwijl wij vroeger geneigd waren om steeds maar nieuwe foto’s te maken voor projecten. Dat is zo mooi,” vertelt Janse enthousiast. Ze zou MediaFiler dan ook meteen aan andere ziekenhuizen en bedrijven aanraden.

Ook kan Sanne niet wachten om de beeldbank te introduceren bij de rest van de organisatie. Ze noemt het ‘Fase 2’. “Wij gaan straks aan de organisatie vertellen dat wij een hele mooie tool hebben die beschikbaar is voor iedereen. Wij beschikken over veel beelden die bijvoorbeeld een arts met een lezing ook kan gebruiken voor zijn presentatie. Nu gebruikt hij of zij plaatjes van Google, terwijl wij over mooie beelden beschikken met de CWZ-signatuur. Met stap 2 willen wij de beeldbank deels openzetten voor intern gebruik zodat iedereen die bijvoorbeeld een powerpointpresentatie of een flyer wilt maken, bij het materiaal kan komen.”

Advies

Door de ervaring met het opzetten van de CWZ-beeldbank heeft Sanne nog een gouden tip voor potentiële klanten. “Zet er iemand op die de planning bewaakt. Aan zo’n overgang zit vaak geen harde deadline, waardoor het lang neigt te duren. Andere projecten gaan altijd voor en het is altijd druk, dus wijs iemand aan die de deadlines in de gaten houdt voor een snelle overgang.”