

## LinkedIn-groepen vs. Ledennet (Zeppos #25, Marc Mestdagh, 30/11/2011)

Soort Groep	Omschrijving	Taken van de groepbeheerder	Voordelen	Nadelen
<b>LinkedIn Gesloten groep - enkel voor leden (en staff)</b>	Informatie wordt binnen een volledig afgeschermd omgeving gehouden. Permissies bepalen wie kan publiceren/comments geven.	Moderatie van zowel groepsleden (kijken of het echt wel leden zijn) als content. Auto-join is niet aangewezen.	Content komt waar mensen zitten (met bestaande profielen - dus wel checken of de doelgroep al op LinkedIn zit). Volledige controle over content en gebruik binnen de groep (permissies inzake comments, co-creatie,...) Voor organisaties die geen resources hebben voor een ledennet kan dit een goeie oplossing zijn.	Sterk gesloten biotoop - wat ev. een negatieve perceptie kan doen ontstaan Moderatie en opvolging kunnen 'dubbelop' zijn met ledenbeheer. Indien er een ledennet bestaat is dit functioneel ook 'dubbelop'.
<b>LinkedIn Open-Gesloten groep - mix van leden en 'derden' = geïnteresseerden (bv. potentiële leden, leveranciers, actoren,...) die na screening van de beheerder worden toegelaten</b>	Breder veld waarbinnen informatie wordt gedeeld - er is wel nog een sterke controle op wie wel of niet toegelaten wordt	Moderatie van zowel groepsleden (kijken of het echt wel leden zijn en/of valabele 'derden') als content. Het is mogelijk om een auto-join toe te laten (geen moderatie van leden - in dat geval lijkt een Open groep evidentier)	Content komt waar mensen zitten (met bestaande profielen - dus wel checken of de doelgroep al op LinkedIn zit). 'Derden' vinden makkelijk hun weg naar de organisatie en de leden (bv. via search op profiel/groependirectory). Creëert laagdrempelige omgeving om bv. potentiële leden zich vertrouwd te laten maken met de organisatie en/of de sector. Biedt de mogelijkheid om een 'sector-omgeving' te creëren waar leden en belangrijke 'derden' mekaar kunnen vinden op een meer neutraal gebied dan binnen een ledennet. Dergelijke omgeving kan op zich een 'added value' zijn voor de leden en ook merkversterkend werken voor de 'open' organisatie	Het is mogelijk dat de content (bv. commerciële informatie tss. lid-leverancier) leidt tot verschraving van aanbod, en er een negatieve perceptie ontstaat voor de individuele leden, wat negatief kan afstralen op de organisatie

<b>LinkedIn Open groep - open voor iedereen</b>	Organisatie faciliteert platform voor al wie geïnteresseerd is	Moderatie van groepsleden is niet vereist - weinig 'handling' Zelfs LinkedIn-gebruikers die geen lid zijn van de open groep kunnen content/comments bijdragen	Idem als hierboven bij de Open-Gesloten groep Extra zichtbaarheid is er doordat de groep en de content volledig 'toegankelijk' is, ook van buitenaf: content wordt geïndexeerd in Google, content kan gesyndiceerd worden via social media (FB, TW,...). Creëert laagdrempelige omgeving om bv. potentiële leden zich vertrouwd te laten maken met de organisatie en/of de sector. Kan voor een goeie (lees: open en transparante) positionering van de organisatie als such zorgen. Nieuwe invalshoeken door grote diversiteit van deelnemers, zaken die niet binnen de comfortzone liggen van de (werking van de) organisatie.	Weinig vat op het geheel, wat kan leiden tot verschraving van aanbod, en er kan een negatieve perceptie ontstaan bij de individuele leden (weinig binding) en die eventueel negatief kan afstralen op de organisatie.
<b>Ledennet (ownership bij vereniging), zog. private network</b>	Informatie wordt binnen een volledig afgeschermd omgeving gehouden (in principe enkel voor leden, gemengde omgevingen zijn mogelijk). Permissies bepalen wie kan publiceren/comments geven.	Moderatie volledig voor eigen rekening. Logins, input van ledendatabank....	Volledige controle over content en gebruikers (permissies ivf functionaliteiten zijn vrij te bepalen). Geen risico's om 'content' kwijt te spelen (stel dat LinkedIn stopt) Monitoring, rapportering kunnen ivf eigen behoeften. Differentiëring naar doelgroepen (bv. werkgroepen, thematisch projecten) zijn makkelijk te realiseren (bij LinkedIn is dat één groep, tenzij je met subgroepen werkt). Integratie met backoffice (bv. koppeling aan CRM) en export van data: weinig mogelijkheden binnen LinkedIn Merkversterkend om een 'eigen ledennet' te hebben: eigenheid, differentiatie tov andere organisaties	Opstarten van een ledennet is soms moeilijk (issues mbt login, profiel aanmaken, niet onmiddellijk meerwaarde inzien, ...) - misschien dat men vlugger op LinkedIn terecht komt dan bewust naar een ledennet gaat Kostprijs voor ontwikkeling en onderhoud (LinkedIn is volledig gratis)