



Igo Geurtjens (@igog) directeur van Ogil, creatief bureau voor digitale communicatie strategie en conceptontwikkeling: 'Wanneer een organisatie besluit tot het invoeren van een social media pauze zal deze slechts van tijdelijke aard zijn, passend bij een overgangssituatie. Social media zal namelijk een volwaardige functie krijgen binnen de organisatie en werkwijze van een bedrijf. Zoals dat in ons privéleven ook in toenemende mate zal gebeuren; veelal ingeplugd zijn op netwerken, onderdeel uitmakend van netwerkstromen. Zo kun je luisteren, leren en delen, direct en interactief in contact staan met zowel de doel-/volggroep als met collega's van het bedrijf. Transparantie is hierbij onvermijdelijk, het waarborgen van de individuele geloofwaardigheid als ook die van het bedrijf noodzakelijk. Het vertonen van overeenkomstig gedrag in de werkelijke en de virtuele wereld zal het gevolg zijn. Offline = Online.'

Stelling: Rokers een rookpauze? Twitteraars een social media break!



Anton Damen (@ImagineAFF) journalist en projectleider cinemareloaded.com: 'Hoe groot is de hap die 140 leestekens of een Facebook-krabbel uit de dag kunnen nemen? In theorie zouden de nieuwe sociale media snellere alternatieven zijn voor oude communicatie. Dat kan dus gewoon tussendoor, net als privémailtjes en -telefoontjes. De praktijk is weerbarstiger. Er zijn nu eenmaal mensen voor wie elke nieuwe communicatiemethode er eentje bovenop hun 'to do'-lijstje is. Maar voor social media stress is het leven echt te kort (en te leuk). Keuzes maken dus, en verkies dan kwaliteit boven kwantiteit. Laat die tweets óver de rook- en plaspauze dus maar lekker zitten!'

Jesse Burkunk (@jburkunk) productmanager Nu.nl / Sanoma Digital: 'Iedereen moet af en toe een korte break kunnen nemen om iets ontspannends te doen. Ook rokende tweeps en niet rokende social media haters. Door je even op iets anders te richten, kun je op nieuwe ideeën komen. Het beste is ook even weg te lopen van je werkplek. Tweet dus mobiell!'

