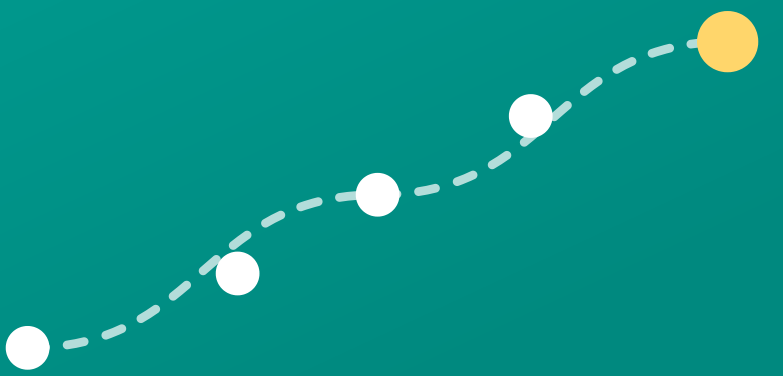
PLAYBOOK

Een kennisplatform opzetten

Met CAMPUS en INTERVIEWER: van de eerste gedachte tot het eerste verslag aan de directie



Acht S · CAMPUS · INTERVIEWER

WAAR HET OVER GAAT

Geen handboek. Een stappenplan.

Kennis die in hoofden en verspreide mappen zit, kost elke dag tijd. Dit playbook laat je zien hoe daar een kennisplatform van wordt dat je team echt gebruikt: hoe je je project plant, wie je ervoor nodig hebt, met welke inhoud je begint, hoe de eerste go-live slaagt en waaraan jij en je leidinggevenden zien dat het zich heeft terugbetaald.

Mara en Jonas gaan met je mee, uit het verzonnen bedrijf Butterfly Effect. Die twee krijgen precies dit in zes weken voor elkaar, met alle omwegen die erbij horen.

Daarna weet je

- ✓ hoe je je project plant en je team samenstelt
- ✓ welke inhoud eerst komt en hoe de go-live slaagt
- ✓ waaraan je succes herkent en hoe je erover rapporteert

Inhoud

VOORAF

0 Voordat je begint 5

BESLISSEN

1 Herkennen en beslissen 9

2 Het project plannen 15

OPBOUWEN

3 Team en rollen 22

4 Inhoud en structuur 29

5 Pilot en eerste go-live 35

BEHEREN

6 Na de go-live 40

7 Succes meten en erover rapporteren 45

OVERZICHT

8 In één oogopslag 50

VOORWOORD

Geen première. Een begin.

Acht jaar geleden voerden we voor een concern ons eerste kennisplatform in. Toen was dat nog iets bijzonders, en zo zag ook de klant het: als campagne, niet als iets blijvends. Er waren 600 plekken. Er meldden zich 3.000 leidinggevenden aan. De onderwerpen stonden vast, de inhoud ook.

Het was een succes. Een tijdlang.

Toen zakte de eerste euforie weg. De inhoud was dezelfde als op de eerste dag, en het gebruik liep terug. We moesten snel nieuwe formats en nieuwe inhoud vinden. We voerden livesessies in, destijds nog via WebEx, en gaandeweg kwamen er steeds meer media bij.

Daarbij leerden we iets dat ons sindsdien begeleidt: de go-live van een kennisplatform is geen bioscooppremière. Een film is na de première klaar. Een kennisplatform begint pas echt op de dag van de go-live. Vanaf dan gaat het erom steeds nieuwe kennis op te nemen en zo te verspreiden dat ze aankomt bij de mensen die haar nodig hebben.

Eigenlijk was dat het geboorteuur van dit playbook. Het bevat wat we sindsdien hebben geleerd, ook op onze eigen omwegen. Het moet je helpen je project zo aan te leggen dat het na de go-live pas echt begint.

Jan Tenné
Oprichter en directeur, Acht S

0

VOORAF

Voordat je begint

Wat dit playbook is, wat het niet is, en hoe je in tien minuten de juiste ingang vindt.

Geen handboek. Een stappenplan.

Een handboek legt je uit op welke knop je drukt. Dit playbook legt je uit waarom je erop drukt, wanneer, en wie in het team dat het best kan doen.

Het gaat om de vragen die vóór en naast de techniek staan: Hoe plan ik mijn project? Wie heb ik ervoor nodig? Met welke inhoud begin ik? Hoe verloopt de eerste go-live? Wat gebeurt er daarna? En waaraan zien mijn leidinggevenden en ik dat het de moeite waard was?

Waar het om concrete handelingen gaat, verwijst het playbook naar de handboeken van CAMPUS en INTERVIEWER. Je herkent die verwijzingen aan kleine boekpictogrammen, bijvoorbeeld CAMPUS Wat is CAMPUS? Zo blijft dit playbook kort, en krijg je de details precies wanneer je ze nodig hebt.

Voor wie dit playbook is

Voor iedereen die een kennisplatform niet bedient, maar er verantwoordelijk voor is: de persoon die het project leidt, de leiding van een afdeling die haar kennis wil veiligstellen, en de teamleiding wier mensen er later mee gaan werken. En voor iedereen die al langer over dit onderwerp nadenkt en een begin zoekt. Technische voorkennis heb je niet nodig.

Niet iedereen hoeft alles te lezen. Zoek je eigen leespad:

JIJ BENT …	LEES EERST	DAARNA, INDIEN NODIG
verantwoordelijk voor het project	alle hoofdstukken in volgorde	de werkhulpen in elk hoofdstuk
directie of opdrachtgever	hoofdstuk 1, 2 en 7	hoofdstuk 3 (wie het project nodig heeft) en 6 (wat het beheer blijvend nodig heeft)
leiding van een afdeling of team	hoofdstuk 3, 4 en 6	hoofdstuk 5 (wat er bij de go-live op je team afkomt)
in de redactie	hoofdstuk 4, 5 en 6	de verwijzingen naar het handboek

Twee hulpmiddelen, één weg

In dit playbook werken twee oplossingen van Acht S samen. Elk heeft zijn eigen taak:

UITGANGSSITUATIE — **Kennis in hoofden en documenten**
Ervaring, gewoonten, pdf's, mappen, e-mails

INTERVIEWER — **Kennis vastleggen**
De AI voert een interview, vraagt door waar iets ontbreekt en schrijft een gestructureerd document, de iDoc.

CAMPUS — **Kennis beschikbaar stellen**
Van iDocs en documenten worden gecontroleerde inhoud, geordend en gericht zichtbaar voor de juiste mensen.

RESULTAAT — **Je team vindt, leert, vraagt**
Via zoeken, navigatie en, indien geboekt, de AI-assistent Bryan.

Je kunt CAMPUS ook zonder INTERVIEWER invoeren. INTERVIEWER komt vooral tot zijn recht waar de kennis nog niet is opgeschreven, maar in de hoofden van ervaren collega's zit. Hoe de twee samenwerken, laat hoofdstuk 4 zien.

Zo is het playbook opgebouwd

1. **Herkennen en beslissen.** Een zelftest: heb je een kennisplatform nodig, en in welke omvang?
2. **Het project plannen.** Doel, onderwerpen, juridisch kader en een realistisch stappenplan.
3. **Team en rollen.** Wie in het project wat op zich neemt en hoe je rechten slim verdeelt.
4. **Inhoud en structuur.** Waarmee je begint, waar de kennis vandaan komt en hoe je haar terugvindt.
5. **Pilot en eerste go-live.** Eerst klein testen, dan iedereen uitnodigen.
6. **Na de go-live.** Redactieplan, onderhoud en de vraag wat er daarna komt.
7. **Succes meten en erover rapporteren.** Kengetallen die iets zeggen en een verslag dat op één pagina past.
8. **In één oogopslag.** De totale checklist, alle werkhulpen en een klein glossarium.

Elk hoofdstuk eindigt met een kader “Dit neem je mee”. Wie weinig tijd heeft, leest alleen die kaders en de werkhulpen.

Een verhaal als rode draad

Door het playbook heen begeleidt je een verzonnen bedrijf: Butterfly Effect. Mara, die daar de interne opleidingen leidt, en Jonas uit haar team bouwen in zes weken een kennisplatform op. Hun belevenissen staan in de gekleurde kaders. Ze laten zien hoe de adviezen in de dagelijkse praktijk aanvoelen, ook de omwegen.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Proloog*

Butterfly Effect is een middelgroot bedrijf dat zijn naam bewust koos: vanuit de overtuiging dat kleine beslissingen een grote werking hebben.

Toen het bedrijf CAMPUS invoerde, bleek dat snel: een heldere doelvraag, een tweede persoon in het team, vier in plaats van veertien categorieën. Elke beslissing was op zichzelf klein. Samen bepaalden ze of het platform gebruikt wordt.

Dit verhaal vertelt hoe er in zes weken uit een leeg beeldscherm een plek ontstond waar het team echt werkt. En hoe Mara na drie maanden aan haar directeur kon uitleggen wat dat had opgeleverd.

DIT NEEM JE MEE

- Het playbook beantwoordt het waarom, wanneer en wie. Het hoe beantwoorden de online handboeken op help.8s.de.
- INTERVIEWER haalt kennis uit hoofden en documenten, CAMPUS brengt haar bij de juiste mensen.
- Je hoeft niet alles te lezen. Kies het leespad dat bij jouw rol past uit de tabel Voor wie dit playbook is.

1

BESLISSEN

Herkennen en beslissen

Twee korte zelftests: verliest je team kennis? En zo ja, past CAMPUS dan bij je, en in welke omvang?

Vijf waarschuwingssignalen dat je team kennis verliest

Kennisverlies kondigt zich zelden luid aan. Het toont zich in kleine wrijvingen waar iedereen al lang aan gewend is. Lees de vijf zinnen en zeg eerlijk of ze op je team van toepassing zijn.

Van belangrijke documenten bestaan meerdere versies.

☐ Ja ☐ Nee

Nieuwe collega's stellen steeds dezelfde vragen.

☐ Ja ☐ Nee

Als een bepaalde persoon er niet is, blijft werk liggen.

☐ Ja ☐ Nee

Het is onduidelijk wie inhoud controleert voordat die naar buiten gaat.

☐ Ja ☐ Nee

Niet iedereen ziet wat voor hem of haar bedoeld is. Of mensen zien te veel.

☐ Ja ☐ Nee

Tel hoe vaak je “Ja” hebt gezegd.

0 tot 1 keer ja: Het loopt. Je team heeft zijn kennis onder controle. Houd de vijf zinnen in je achterhoofd, vooral als het team groeit.

2 tot 3 keer ja: Even kijken loont. De wrijving is er, maar nog beheersbaar. De tweede test hieronder laat zien of een platform nu al zinvol is.

4 tot 5 keer ja: Tijd om te handelen. Je team betaalt elke dag met tijd en zenuwen. Doe de tweede test en, als je wilt, praat met ons.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Vier van de vijf*

Mara las de vijf zinnen tijdens een lunchpauze. Bij de derde moest ze lachen, niet omdat hij grappig was, maar omdat ze meteen aan Hans dacht: drieëntwintig jaar klantenservice, over een jaar met pensioen. Als Hans op vakantie was, wachtte de halve afdeling.

Vier keer ja. De vijfde zin kon ze niet beoordelen. Dat ze het niet wist, was waarschijnlijk ook een antwoord.

Wat een kennisplatform anders maakt

Elk van de vijf waarschuwingssignalen uit de test kun je met een kennisplatform aanpakken. Geen enkel antwoord is hocus pocus. Het zijn vanzelfsprekendheden die een platform alleen betrouwbaar maakt. De tabel laat zien hoe:

WAARSCHUWINGSSIGNAAL	ZO HELPT HET PLATFORM
Meerdere versies	Eén inhoud op één plek die wordt onderhouden, in plaats van vele kopieën in mappen en e-mails.
Steeds dezelfde vragen	Inhoud is vindbaar via zoeken, onderwerpen en trefwoorden. Met de extra module “Interactive Avatar” beantwoordt de AI-assistent Bryan vragen op basis van jullie eigen inhoud, ook uit bijgevoegde bestanden en video's.

WAARSCHUWINGSSIGNAAL	ZO HELPT HET PLATFORM
Kennis hangt aan personen	INTERVIEWER haalt ervaringskennis in een gesprek uit de hoofden, CAMPUS maakt haar voor iedereen beschikbaar.
Onduidelijk wie controleert	Maken en vrijgeven zijn gescheiden taken, waar het erop aankomt. Wat live gaat, is door een tweede persoon bekeken.
Verkeerde zichtbaarheid	Groepen en zichtbaarheidsregels bepalen wie welke inhoud ziet.

Hoe deze antwoorden in jouw project vorm krijgen, laten hoofdstuk 3 tot en met 5 zien.

Past CAMPUS bij je?

De tweede test duurt twee minuten. Er zijn geen foute antwoorden. Hij vertelt je of een platform zich voor jou loont en op welke schaal je moet plannen.

1 · Welk probleem moet CAMPUS voor jou oplossen?

- ☐ Kennis ligt verspreid en is moeilijk te vinden.
- ☐ Nieuwe medewerkers moeten sneller en beter worden ingewerkt.
- ☐ Verplichte trainingen moeten aantoonbaar zijn.
- ☐ Ervaringskennis mag niet aan afzonderlijke personen hangen.
- ☐ Dat weet ik nog niet precies.

2 · Hoeveel mensen moeten de inhoud gebruiken?

- ☐ Tot 20 (0)
- ☐ 20 tot 100 (1)
- ☐ 100 tot 500 (2)
- ☐ Meer dan 500 (3)

3 · Hoeveel mensen onderhouden later de inhoud?

- ☐ Niemand of slechts één persoon (0)
- ☐ Twee tot drie (1)
- ☐ Vier tot tien (2)
- ☐ Meer dan tien, uit meerdere afdelingen (3)

4 · Hoe wordt inhoud nu gecontroleerd voordat die wordt gepubliceerd?

- ☐ Helemaal niet: wie schrijft, publiceert. (0)
- ☐ Informeel: iemand kijkt er even naar. (1)
- ☐ Een vaste persoon controleert. (2)
- ☐ Meerdere controleurs, afhankelijk van de afdeling. (3)

5 · Wie mag welke inhoud zien?

- ☐ Iedereen ziet alles. (0)
- ☐ Een paar groepen hebben eigen inhoud. (1)
- ☐ Veel doelgroepen, duidelijk van elkaar gescheiden. (3)

6 · Waar zit jullie kennis nu?

- ☐ Overwegend in de hoofden. (0)
- ☐ In documenten en pdf's, verspreid over meerdere plekken. (1)
- ☐ In grote verzamelingen, deels meertalig. (2)

7 · Wat moet het Reward-systeem opleveren?

- ☐ Voorlopig niets, we willen inhoud beschikbaar stellen.
- ☐ Leervoortgang zichtbaar maken.
- ☐ Bewijzen, certificaten of competitie mogelijk maken.

Tel de punten van vraag 2 tot en met 6 bij elkaar op. Vraag 1 en 7 leveren geen punten op, ze lopen mee in de adviezen hieronder. Controleer eerst de bovenste regel.

Vraag 1 is open en hoogstens 7 punten: Eerst het doel verduidelijken. Het staat nog open waarvoor je CAMPUS zou inzetten. Dat is geen nee. Maar zonder doel laten structuur en rollen zich niet zinvol plannen. Lees verder in hoofdstuk 2, beslissing 1.

0 tot 3 punten: Waarschijnlijk nog niet. Bij deze omvang volstaat vaak een geordende opslag met duidelijke verantwoordelijkheden. CAMPUS wordt interessant zodra meer mensen inhoud gebruiken of onderhouden, een vrijgave nodig wordt of verschillende groepen verschillende dingen moeten zien.

4 tot 7 punten: Ja, in de compacte start. Een kleine opzet dekt jouw behoefte: weinig rollen, weinig onderwerpen, snel productief.

8 tot 11 punten: Ja, als redactieteam. Jullie hebben een duidelijke taakverdeling nodig tussen maken en vrijgeven en een aantal groepen, zodat inhoud gericht aankomt.

12 tot 14 punten: Ja, op grotere schaal. Bij meerdere afdelingen en veel doelgroepen loont een zorgvuldig gepland rollen- en zichtbaarheidsconcept vanaf het begin.

Onthoud je resultaat: compact, redactieteam of grotere schaal. In hoofdstuk 3 vind je daarbij een passend bezettingsplan.

En het eerlijke antwoord op de vraag naar de omvang: economisch loont CAMPUS meestal vanaf ongeveer 100 tot 200 deelnemers. Daaronder kan het toch precies goed zijn, bijvoorbeeld als beschermde kennisruimte voor een directie of een raad van bestuur. Dan tellen vooral de interne kosten: de tijd voor inhoud en redactie.

Wat bij je antwoorden past

Bij een aantal van je antwoorden is er in CAMPUS of INTERVIEWER een functie die je de start makkelijker maakt:

- **Vraag 1, kennis ligt verspreid:** Inhoud wordt vindbaar via categorieën, tags en zoeken. De AI-assistent Bryan beantwoordt vragen op basis van jullie eigen inhoud, ook uit bijgevoegde bestanden en video's. Hij hoort bij de module “Interactive Avatar”, die daarnaast de module “AI Suite” nodig heeft. Beide zijn optioneel en kunnen erbij geboekt worden.
- **Vraag 1, ervaringskennis veiligstellen:** INTERVIEWER haalt de kennis in een gesprek uit de hoofden, voordat iemand vertrekt of van rol wisselt. Meer daarover in hoofdstuk 4.
- **Vraag 3 en 4, meerdere personen onderhouden en controleren:** Met het recht Reviewer scheid je maken en vrijgeven. Hoe streng de vrijgave moet zijn, hangt af van de inhoud, zie hoofdstuk 3.
- **Vraag 5, veel gescheiden doelgroepen:** Plan groepen en zichtbaarheid vanaf het begin. Achteraf is dat aanzienlijk meer werk.
- **Vraag 6, kennis in de hoofden:** Hier is INTERVIEWER je belangrijkste hulpmiddel. In plaats van mensen te vragen “eens iets op te schrijven”, voert de AI een gesprek met hen en maakt er een gestructureerd document van. Meer daarover in hoofdstuk 4.
- **Vraag 6, kennis in documenten:** De AI-generator van CAMPUS kan van bestaande documenten een eerste ontwerp met indeling maken. De puntjes op de

i zet jouw redactie.

- **Vraag 7, Reward-systeem:** Het kan op elk moment later worden toegevoegd. Voor zichtbare voortgang zijn badges geschikt, voor bewijzen certificaten. Het best zodra de basisstructuur staat.

> Prijzen, licenties en modules bespreek je met je contactpersoon bij Acht S.

DIT NEEM JE MEE

- Vier of vijf keer ja in de eerste test betekent: je team betaalt elke dag met tijd voor kennisverlies.
- De tweede test geeft je de omvang: compact, redactieteam of grotere schaal.
- Is het doel nog onduidelijk, begin dan daar. Al het andere bouwt erop voort.

2

BESLISSEN

Het project plannen

Drie beslissingen, een stappenplan en een meting vóór de start. Het kost een paar dagen en bespaart je later een verbouwing.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Eén zin in plaats van twaalf dia's*

Voordat Mara iets inrichtte, zat ze bij Katrin, de directeur. Ze had twaalf dia's voorbereid. Katrin keek naar de eerste en vroeg: “Wat moet er over drie maanden anders zijn?”

Mara dacht na. “Nieuwe mensen bij de klantenservice moeten na drie weken zonder Hans hun weg vinden.”

“Goed”, zei Katrin. “Schrijf precies dat op. En vertel me over drie maanden of het klopt.” De andere elf dia's heeft Mara nooit getoond.

Drie beslissingen vóór de start

Voordat iemand een platform inricht, werk je drie dingen uit: het doel, de onderwerpen en het kader. Elk past op een halve pagina. Wie ze overslaat, neemt ze toch, alleen later, onder tijdsdruk en met meer moeite.

Beslissing 1: Het doel

Een helder doel is de basis voor al het andere: voor de structuur, voor de rollen en voor de vraag waaraan je later ziet dat het werkt. CAMPUS werkt het sterkst bij een duidelijk afgebakend project: één doel, één doelgroep, één project. “Een plek voor al

onze kennis” is een mooie gedachte, maar nog geen doel.

- **Het probleem benoemen:** Wat moet er anders worden? Bijvoorbeeld verspreide kennis bundelen, nieuwe collega's sneller inwerken of verplichte trainingen aantoonbaar maken.
- **De doelgroep bepalen:** Wie moet het platform gebruiken, en wat moeten die mensen ermee kunnen doen?
- **Het succes beschrijven:** Waaraan zie je na drie maanden dat het de moeite waard was? Het best met een getal dat je nu al kunt meten.
- **De verantwoordelijkheid regelen:** Wie zorgt voor het project, en wie staat er in de leiding achter?

Een goede test: kun je je doel in één zin zeggen? “Over drie maanden vinden nieuwe collega's bij de klantenservice hun weg zonder persoonlijke begeleiding, te zien aan het feit dat ze minder dan half zo vaak navragen als nu.” Als die zin je moeilijk afgaat, staat er meestal nog iets open dat eerst opgehelderd moet worden.

De meeste projecten streven één van vier doelen na. Het overzicht helpt je de eerste regels van het projectprofiel in te vullen: welk probleem jullie oplossen en waaraan jullie het succes meten.

TYPISCH DOEL	WAARAAN JE HET MEET	WAT DAARBIJ HELPT
Verspreide kennis vindbaar maken	Zoektijd, terugkerende vragen	Categorieën, tags, zoeken, desgewenst Bryan
Nieuwe collega's sneller inwerken	Tijd tot een typische taak zelfstandig lukt	Een onboardingprogramma met leerpaden
Verplichte trainingen aantonen	Moeite voor bewijsvoering, aandeel afgeronde trainingen	Certificaten in het Reward-systeem, analyses
Ervaringskennis veiligstellen	Veiliggestelde onderwerpen vóór een afscheid of rolwissel	INTERVIEWER en zijn iDocs

Hoe je de waarden vooraf vastlegt, staat verderop onder Beginwaarden, hoe je ze later vergelijkt in hoofdstuk 7.

WERKHULP · **Projectprofiel**

Beantwoord elke regel in een of twee zinnen. Valt je een regel zwaar, dan is dat een teken dat hier nog iets uitgezocht moet worden. Het projectprofiel is tegelijk de eerste pagina van je latere verslag.

Welk probleem lossen we op?	
Wie is de doelgroep?	
Ons doel in één zin	
Waaraan meten we het succes? (Beginwaarde nu)	
Wie is verantwoordelijk, wie is opdrachtgever?	
Gewenste periode voor pilot en go-live	
Hoeveel tijd heeft het kernteam per week?	

Beslissing 2: De onderwerpen afbakenen

Je hoeft niet alles in één keer af te beelden. Integendeel: een platform dat met twee, drie goed uitgewerkte onderwerpen start, overtuigt meer dan een platform dat alles aanstipt en niets afmaakt.

- **Kennis verzamelen:** Waar zit de kennis nu? In hoofden, in documenten, op verschillende opslagplekken? Dat bepaalt of je met INTERVIEWER, met de AI-generator of met zelf geschreven inhoud begint.
- **Onderwerpen kiezen:** Kies weinig onderwerpen voor de start en geef ze prioriteit. Goede startonderwerpen betreffen veel mensen, worden vaak gevraagd of zijn verplicht.
- **Verantwoordelijken toewijzen:** Wie onderhoudt later welk onderwerp? Een onderwerp zonder verantwoordelijke veroudert als eerste.

Uit deze onderwerpen ontstaan later de hoofdgebieden van je platform. Weinig, stabiele onderwerpen zijn een goed begin. Al het andere laat je bewust voor later.

WERKHULP · **Onderwerpenlijst**

ONDERWERP	BIJ DE START ERBIJ?	PRIORITEIT	WAAR ZIT DE KENNIS?	VERANTWOORDELIJK
	Ja · Nee		Hoofden · Documenten	
	Ja · Nee		Hoofden · Documenten	
	Ja · Nee		Hoofden · Documenten	
	Ja · Nee		Hoofden · Documenten	

Beslissing 3: Het kader controleren

Voordat er inhoud en gebruikersaccounts ontstaan, werk je het juridische kader uit. Het hangt af van land, branche en bedrijf. Het goede nieuws: wie vroeg vraagt, krijgt meestal snel antwoord. Wie laat vraagt, krijgt vaak een stop.

- **Gegevensbescherming:** CAMPUS verwerkt gebruikersaccounts en, afhankelijk van het gebruik, leervoortgang. Overleg met de verantwoordelijke afdeling welke gegevens jullie vastleggen, wie ze ziet en hoe lang jullie ze bewaren.
- **Medezeggenschap:** Is er een ondernemingsraad of een vergelijkbaar orgaan, betrek het dan vroeg. Typische vragen zijn het rollenconcept, wie welke analyses ziet, of zoekopdrachten worden geanalyseerd en of er ranglijsten moeten komen.
- **Gesprekken met INTERVIEWER:** Als je kennis in een gesprek wilt vastleggen en audio wilt opnemen, praat dan vooraf met de betrokkenen. Ze moeten weten wat er met de opname en het resultaat gebeurt.
- **Brancheregels:** Zijn er eisen aan bewijzen of bewaartermijnen, bijvoorbeeld bij verplichte trainingen? Leg ze vast voordat je de structuur bepaalt.

WERKHULP · **Checklist kader**

	CONTROLEPUNT	VERANTWOORDELIJK	AFGEROND OP
☐	Gegevensbescherming geregeld		
☐	Orgaan betrokken (indien aanwezig)		
☐	Betrokkenen bij interviews geïnformeerd		
☐	Brancheregels gecontroleerd		
☐	Toestemming van de verantwoordelijke afdeling ligt er		

> Dit playbook vervangt geen juridisch advies. Controleer de eisen van je bedrijf en land met de verantwoordelijke afdeling.

Het stappenplan

Bij Butterfly Effect duurde het van het lege beeldscherm tot de go-live zes weken. Bij jou kunnen het er vier of twaalf zijn. Dat hangt af van hoeveel tijd het kernteam heeft en hoeveel onderwerpen jullie meenemen. De volgorde van de fasen blijft echter gelijk:

FASE 0 · EEN TOT TWEE WEKEN

Beslissen en plannen

Doel, onderwerpen, kader, beginwaarden. Dit hoofdstuk.

FASE 1 · ONGEVEER EEN WEEK

Het fundament leggen

Kernteam en rollen vastleggen, basisstructuur van de onderwerpen aanmaken. Hoofdstuk 3 en 4.

FASE 2 · TWEE TOT DRIE WEKEN

Inhoud vullen

Kennis vastleggen, eerste inhoud maken, controleren en vrijgeven. Hoofdstuk 4.

FASE 3 · EEN TOT TWEE WEKEN

Pilot

Een kleine groep test, het team verbetert. Hoofdstuk 5.

FASE 4 · GO-LIVE-DAG EN TWEE WEKEN ERNA

Go-live en begeleiding

Iedereen uitnodigen, aankondigen, de eerste weken nauw begeleiden. Hoofdstuk 5.

FASE 5 · BLIJVEND

Beheer en uitbreiding

Redactieplan, onderhoud, nieuwe onderwerpen, succes meten en erover rapporteren. Ook na de go-live heeft het platform vaste tijdvensters nodig, als richtwaarde ongeveer een half uur per week om door te nemen, een uur per maand om te plannen en een halve dag per kwartaal om op te ruimen. Hoofdstuk 6 en 7.

> De duur per fase is een richtwaarde voor de planning, geen belofte. Plan liever een week buffer voor de go-live in dan een go-live die moet worden uitgesteld.

Beginwaarden vastleggen

Of het platform zich terugbetaalt, kun je over drie maanden alleen laten zien als je weet waar je nu staat. Daarom meet je nu, voordat er iets verandert. Dat hoeft niet ingewikkeld te zijn:

- **Terugkerende vragen:** Vraag twee, drie kennisdragers om twee weken lang een turflijst bij te houden van hoe vaak ze dezelfde vragen beantwoorden.
- **Inwerken:** Hoe lang duurt het nu voordat nieuwe collega's een typische taak zelfstandig uitvoeren? Vraag het de laatste drie nieuwkomers en hun teamleider.
- **Zoektijd:** Een korte enquête met één enkele vraag volstaat: “Hoe lang zoek je gemiddeld naar een document dat je nodig hebt?”
- **Verplichte bewijzen:** Hoeveel moeite kost het nu om aan te tonen wie een verplichte training heeft afgerond?

Neem alleen de waarden die bij je doel passen. Een of twee goed gemeten getallen zijn meer waard dan tien geschatte. Hoe je ze later vergelijkt en erover rapporteert, laat hoofdstuk 7 zien.

DIT NEEM JE MEE

- Het doel moet in één zin passen, met een getal dat je nu al kunt meten.
- Start met weinig onderwerpen die veel mensen raken. Elk onderwerp heeft een verantwoordelijke persoon nodig.
- Gegevensbescherming en medezeggenschap horen aan het begin, niet aan het eind.
- Meet de beginwaarden nu. Later is het te laat.

3

OPBOUWEN

Team en rollen

Wie in het project welke taak op zich neemt, hoe daaruit rechten in CAMPUS en INTERVIEWER worden en waarom twee ogen te weinig zijn.

Rollen in een project en rechten in software zijn twee verschillende dingen. Eerst bedenk je welke taken er zijn en wie ze op zich neemt. Dan vertaal je dat naar rechten. Wie het andersom doet, verdeelt rechten op gevoel en vraagt zich later af waarom niemand verantwoordelijk is.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Wie mag wat?*

Maandagochtend, kort na negenen, zat Mara voor een leeg beeldscherm. Geen fout, geen laadanimatie, gewoon een platform dat op haar wachtte. Mara was geen ontwikkelaar en werkte niet bij IT. Ze had de afgelopen weken geleerd dat “het platform inrichten” twee dingen betekent: techniek begrijpen en beslissingen nemen die weinig met techniek te maken hebben.

Haar eerste telefoontje ging niet naar IT, maar naar Jonas uit haar team. “Ik denk dat ik je nodig heb”, zei ze, nog voordat ze wist waarvoor precies.

Samen ontdekten ze dat CAMPUS in de kern maar drie rollen kent: gebruikers die leren en zoeken. SuperAdmins met toegang tot alles, een verantwoordelijkheid die Mara bewust niet alleen wilde dragen. En daartussen de rol Admin, die zich laat kneden als klei. Daaruit ontstaan de bekende namen: Editor voor wie inhoud aanmaakt. User-Admin voor wie zich om mensen bekommert in plaats van om inhoud.

“En wie zegt uiteindelijk: ja, dit mag naar buiten?”, vroeg Jonas.

Daarvoor bestond een eigen, bij te schakelen recht: Reviewer. Niet automatisch de Admin, niet automatisch Mara, maar een bewust gescheiden taak. Mara maakte Jonas Editor en gaf zichzelf het Reviewer-recht. Een paar klikken, geen ceremonie. Maar vanaf dat moment wist iedereen in het team wie waarvoor verantwoordelijk was. Dat alleen, zou blijken, was het halve werk.

De rollen in het project

Een kennisplatform heeft geen groot team nodig, maar wel duidelijke verantwoordelijkheden, tijdens de opbouw en in de lopende exploitatie. In kleine projecten neemt één persoon meerdere rollen op zich, in grote delen meerdere mensen één rol. Belangrijk is alleen dat elke rol een naam krijgt.

ROL IN HET PROJECT	TAAK	WIE PAST
Opdrachtgever	Draagt het doel, zorgt voor tijd en budget, keurt het verslag goed en ruimt obstakels uit de weg.	Iemand uit de leiding die het probleem zelf voelt.

ROL IN HET PROJECT	TAAK	WIE PAST
Platformverantwoordelijke	Leidt het project, beslist over structuur en regels, is aanspreekpunt voor iedereen.	Iemand met overzicht over onderwerpen en doelgroepen, niet per se van IT.
Redactie	Maakt en onderhoudt inhoud, voert interviews, houdt de orde.	Mensen die graag schrijven en de doelgroep begrijpen.
Vakexperts	Leveren de kennis en controleren haar inhoudelijk.	De mensen die nu door iedereen worden gevraagd.
Vrijgave	Controleert inhoud voordat die wordt gepubliceerd.	Inhoudelijk en taalkundig zeker, en niet dezelfde persoon die de inhoud heeft gemaakt.
Gebruikersbeheer	Maakt accounts aan, wijst groepen toe, regelt in- en uitstroom.	Vaak HR of teamassistentie.
Techniek	Regelt registratie en aanmelding en, indien gewenst, de koppeling met jullie systemen.	Jullie IT, samen met Acht S.
Pilotgroep	Test vóór de go-live en geeft eerlijke feedback.	Vijf tot tien mensen uit de doelgroep, ook sceptici.
Gegevensbescherming	Controleert welke gegevens worden vastgelegd en geanalyseerd, vóór de start en bij elke uitbreiding.	Jullie functionaris voor gegevensbescherming of de bevoegde afdeling.
Ondernemingsraad, indien aanwezig	Wordt betrokken bij rollenconcept, analyses en ranglijsten, ook tijdens de lopende exploitatie.	Het bevoegde orgaan, vroeg en niet pas vlak voor de start.
Teamleiders	Geven tijd vrij, verwijzen hun team naar het platform en melden ontbrekende onderwerpen.	De leiding van de teams wier mensen het platform gebruiken.

De laatste drie zijn geen projectrollen in strikte zin. Ze blijven wel langdurig betrokken, daarom horen ze vanaf het begin op de lijst.

Van taak naar recht

Als de bezetting staat, vertaal je die naar rechten. In CAMPUS is dat eenvoudiger dan het klinkt:

- De meeste mensen zijn **gebruikers**. Ze leren, zoeken en vragen. Dat geldt ook voor veel vakexperts.
- De **redactie** krijgt rechten om inhoud te maken en te onderhouden. In het handboek heten deze mensen Editors. Werken meerdere afdelingen mee, beperk dan elke redactie tot de inhoud van haar groep.
- De **vrijgave** krijgt het Reviewer-recht. Het is een eigen recht, zodat maken en vrijgeven gescheiden blijven.
- Het **gebruikersbeheer** krijgt rechten voor mensen, niet voor inhoud.
- Het **volledige toegangsrecht** als SuperAdmin krijgen een of twee personen, meestal de platformverantwoordelijke en haar of zijn vervanger.

Hoe de rollen technisch zijn opgebouwd en hoe je ze toekent, staat in het handboek: CAMPUS Rollen en rechten, CAMPUS Wie mag wat en CAMPUS Het Reviewer-recht.

In INTERVIEWER is het nog eenvoudiger: wie iDocs maakt, is lid (Member) van de werkruimte. Minstens één persoon is Owner en nodigt de anderen uit. Meestal is dat dezelfde persoon die ook voor CAMPUS verantwoordelijk is. Details: INTERVIEWER Rollen in INTERVIEWER.

Vijf uitgangspunten voor rollen

1. **Maken en vrijgeven scheiden, waar het erop aankomt.** Wie een inhoud heeft geschreven, ziet de eigen fouten het slechtst. Bij belangrijke inhoud controleert daarom een tweede persoon. Maar niet te veel: als iedereen mag vrijgeven, voelt niemand zich verantwoordelijk.
2. **Zo weinig rechten als nodig.** Elke persoon krijgt de rechten die zijn of haar taak vraagt, en niet meer. Dat beschermt tegen vergissingen en houdt de verantwoordelijkheid helder.

3. **Volledige toegang op twee schouders.** SuperAdmin zouden minstens één en hooguit twee personen moeten zijn. Eén alleen is een risico als die persoon op vakantie is. Vijf is een risico, omdat instellingen meteen voor het hele platform gelden.
4. **Groepen in plaats van afzonderlijke gevallen.** Wie wat mag zien, regel je via groepen, niet persoon voor persoon. Zo blijft het platform ook bij honderd nieuwe accounts beheersbaar.
5. **Rollen leven mee.** Mensen wisselen van taak en afdeling. Kijk één keer per kwartaal naar de lijst met rechten en neem rechten terug als iemand vertrekt.

Hoe streng de vrijgave moet zijn

Niet elke inhoud heeft dezelfde controle nodig. Voor een klein team lijkt verplichte vrijgave voor alles al snel overdreven. Bij verplichte trainingen, veiligheid of juridische inhoud is ze daarentegen vaak gebruikelijk of zelfs voorgeschreven. En hoe meer concepten de AI-generator schrijft, hoe belangrijker een menselijke blik wordt. Drie niveaus hebben zich bewezen:

NIVEAU	VOOR WELKE INHOUD	ZO GAAT HET
Verplichte vrijgave	Verplichte en veiligheidsonderwerpen, juridische inhoud, personeelsrichtlijnen, toezeggingen aan klanten zoals prijzen of diensten	Een tweede persoon controleert vóór de publicatie.
Periodieke controle	Werkwijzen, handleidingen, productkennis	Direct publiceren en volgens een vast controleritme nakijken (hoofdstuk 6).
Eigen verantwoordelijkheid	Tips, ervaringen, aanspreekpunten	Wie schrijft, publiceert zelf, met naam en datum bij de inhoud.

In CAMPUS regel je dat via de rechten: wie direct mag publiceren en wie een vrijgave moet aanvragen, bepaal je per persoon. Hoe dat gaat: CAMPUS Vrijgeven en publiceren.

Het bezettingsplan

Hoeveel mensen je voor welke taak nodig hebt, hangt af van de omvang die de test in hoofdstuk 1 je heeft laten zien:

TAAK	COMPACT	REDACTIETEAM	GROTERE SCHAAL
Redactie (Editor)	1 tot 2	3 tot 6	1 tot 2 per gebied
Vrijgave (Reviewer)	1	1 tot 2	minstens 1 per gebied
Gebruikersbeheer (User-Admin)	valt onder de platformverantwoordelijke	1	1 tot 2
Volledige toegang (SuperAdmin)	1 tot 2	1 tot 2	2
Groepen	0 tot 2	2 tot 5	per doelgroep, met vaste zichtbaarheidsregels

> De getallen zijn richtwaarden als denkrichting, geen voorschrift van CAMPUS en geen licentiegegeven. Het Reviewer-recht zou, waar mogelijk, bij een andere persoon moeten liggen dan het maken.

Wat je team echt moet doen

De vaakst voorkomende oorzaak waarom kennisplatforms stokken, is niet de techniek. Het is de aanname dat het er “even bij” wordt gedaan. Plan de tijd daarom uitdrukkelijk in:

- **De redactie** heeft in de opbouwfase vaste tijdvensters per week nodig, in de exploitatie duidelijk minder, maar regelmatig. Een vaste afspraak wint van elk goed voornemen.
- **Vakexperts** hebben weinig tijd nodig, maar op het juiste moment: een interview van 30 tot 60 minuten per onderwerp en een korte inhoudelijke controle van het resultaat.
- **Teamleiders** geven hun mensen deze tijd vrij. En ze geven het goede voorbeeld: wie een vraag per e-mail krijgt, antwoordt met een link naar het platform in plaats van met een lange tekst.

- **De opdrachtgever** vraagt regelmatig na. Niet uit controle, maar omdat zo blijkt dat het project belangrijk is.

WERKHULP · **Rollenplan**

ROL IN HET PROJECT	NAAM	VERVANGER	RECHTEN IN CAMPUS	IN INTERVIEWER	TIJD PER WEEK
Opdrachtgever			geen bijzondere	–	
Platformverantwoordelijke			SuperAdmin	Owner	
Redactie			Editor	Member	
Vrijgave			Reviewer	–	
Gebruikersbeheer			User-Admin	–	
Vakexperts			Gebruiker	worden geïnterviewd	

DIT NEEM JE MEE

- Eerst taken verdelen, dan rechten. Elke rol heeft een naam en een vervanger nodig.
- Belangrijke inhoud wordt door een tweede persoon gecontroleerd. Hoe streng, hangt af van de inhoud: verplicht, periodiek of op eigen verantwoordelijkheid.
- Volledige toegang krijgen hooguit twee personen, alle anderen alleen wat hun taak vraagt.
- Plan de tijd van het team uitdrukkelijk in. “Er even bij” is geen tijdsplanning.

4

OPBOUWEN

Inhoud en structuur

Waarmee je begint, hoe je kennis uit hoofden en documenten haalt en hoe je haar zo ordent dat ze terug te vinden is.

Een platform is maar zo goed als wat je erop vindt. Mensen openen het omdat ze daar een antwoord vinden. Daarom is dit hoofdstuk het belangrijkste voor het succes en het hoofdstuk waarvoor je de meeste tijd moet nemen.

Waarmee je begint

De verleiding is groot om te beginnen met wat er al is: de map met oude presentaties. Beter is beginnen met wat nodig is. Vier vragen helpen bij het sorteren:

- **Wordt het vaak gevraagd?** Elke vraag die nu drie keer per week wordt gesteld, is een goede eerste inhoud.
- **Raakt het veel mensen?** Een inhoud voor alle nieuwkomers werkt meer dan een voor twee specialisten.
- **Is het duur als het misgaat?** Verplichtingen, veiligheid en klantcontact komen vooraan.
- **Hangt het aan één persoon?** Kennis die met een mens met pensioen gaat, heeft een deadline.

Een eenvoudige oefening brengt je snel bij je startlijst: verzamel met twee, drie collega's de twintig vragen die nieuwe mensen in hun eerste weken stellen. Die twintig vragen zijn je eerste inhoudsplan. Voor de go-live hoeven ze niet allemaal beantwoord te zijn. Maar elk startonderwerp moet de meest gestelde vragen dekken, zodat niemand tegen een leeg scherm aanklikt.

Waar de kennis vandaan komt

Kennis zit op twee plekken: in hoofden en in documenten. Voor beide is er een eigen route naar het platform, en een derde voor alles wat de redactie snel zelf schrijft.

INTERVIEWER

Uit hoofden

De AI voert een gesprek, gestuurd door een sjabloon dat weet welke informatie een document nodig heeft. Waar iets ontbreekt, vraagt ze door. Het resultaat is geen chatverloop, maar een gestructureerd document, de iDoc.

CAMPUS

Uit documenten

De AI-generator maakt van bestaande bestanden of iDocs een eerste ontwerp met indeling. De redactie controleert feiten, toon en opbouw. Voor grote bestanden is er bovendien een import.

CAMPUS

Zelf geschreven

Korte, precieze inhoud, een handleiding, een contactpersoon, een procedure, maakt de redactie direct aan. Vaak is dat de snelste weg.

De combinatie is het sterkst: INTERVIEWER zet de kennis veilig, de AI-generator van CAMPUS maakt er leerinhoud van. Hij werkt dan niet op zijn eigen houtje, maar op jullie eigen, gecontroleerde kennis.

Niet alles hoeft eerst een leerinhoud te worden. Als Bryan geboekt is, doorzoekt hij ook bestanden en video's die aan jullie inhoud hangen. Een goede ordening is toch nodig, want ook Bryan antwoordt maar zo goed als de bronnen zijn.

Drie regels voor interviews met vakexperts:

- **Eén onderwerp per gesprek.** “Vertel maar alles” leidt tot nietszeggende dingen. “Hoe verloopt een klacht?” leidt tot een document.
- **Laat vertellen.** Vrij spreken levert meer op dan een vragenlijst. De vervolgvragen van de AI halen eruit wat de persoon vanzelfsprekend vindt.

- **Vroeg beginnen.** Op de laatste werkdag is het te laat. Hoe je een hele overdracht plant, laat het playbook Playbook Kennis veiligstellen voordat ze met pensioen gaat zien.

Meer daarover in het handboek: INTERVIEWER De kennis van een persoon veiligstellen, INTERVIEWER Sjabloon en interviewprincipe en CAMPUS De AI-generator.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Dat weet toch iedereen*

Jonas boekte bij Hans drie kwartier, onderwerp: klachten. Hans kwam met over elkaar geslagen armen. “Daar valt weinig over te vertellen. Dat weet toch iedereen.”

Hij vertelde toch, en INTERVIEWER vroeg door. Wat gebeurt er als de klant geen factuurnummer heeft? Vanaf welk bedrag wordt de leiding geïnformeerd? Bij de derde vervolgvraag liet Hans zijn armen zakken. “Dat van dat bedrag”, zei hij, “dat heeft me jaren geleden ook ooit iemand gevraagd. Staat nergens.”

Na 45 minuten lag er een document dat er zo nog nooit was geweest. Jonas gaf het samen met de oude pdf-verzameling aan de AI-generator van CAMPUS en beschreef kort wat er uiteindelijk uit moest komen: een inwerkmodule voor de klantenservice.

“Het is nog niet perfect”, zei hij toen het eerste ontwerp er stond. “Hoeft ook niet”, antwoordde Mara. “De AI levert de ruwbouw. De afwerking doe jij.”

Een orde die je terugvindt

Elk platform ordent inhoud op twee manieren: via weinig grote gebieden waar je doorheen navigeert, en via veel kleine trefwoorden waarmee je vindt. In CAMPUS heten ze categorieën en tags.

- **Categorieën zijn de grote dozen.** Weinig, stabiel, benoemd vanuit het perspectief van de gebruikers. Vijf tot negen volstaan bijna altijd. Ze ontstaan uit de startonderwerpen in hoofdstuk 2.
- **Tags zijn de kleine etiketten.** Daarvan mag je er veel geven: “voor starters”, “duurt 10 minuten”, “verplicht”. Ze helpen bij het vinden en kunnen zelfs als interesses in het profiel dienen.

- **Doelgroepen zijn geen categorie.** “Alleen voor leidinggevenden” hoort niet in de navigatie, maar in de zichtbaarheid. Anders ziet iedereen wie bij welke doelgroep hoort.

> BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Dozen en etiketten*
>
> De tweede week begon met een ruzie die er geen was. Jonas wilde voor elk onderwerp een eigen categorie: onboarding, verkoop, techniek, compliance, soft skills. Na een uur zat hij op veertien.
>
> “Als we zo doorgaan”, zei Mara, “heeft niemand meer een zoekfunctie nodig. Maar dan vindt ook niemand meer zijn weg in de navigatie.”
>
> Uiteindelijk bleven er vier categorieën over, elk zo benoemd dat je zonder uitleg weet wat erin zit: Onboarding, Verkoop, Klantenservice en Regels en verplichtingen. Techniek en soft skills werden tags, net als al het fijnere. De navigatie bleef opgeruimd, en toch werd alles gevonden.

Leg de regels kort vast voordat meerdere mensen inhoud aanmaken: welke categorieën er zijn, welke tags, hoe ze worden geschreven. Een halve pagina is genoeg. Lange regelwerken leest niemand, daarom loop je ze kort door met iedereen die nieuw in de redactie komt. Anders staan er na drie maanden “Onboarding”, “onboarding” en “Inwerken” naast elkaar. Hoe dat concreet gaat: CAMPUS Categorie of tag? en CAMPUS Categorieën en tags in het redactieplan.

Wat een goede inhoud uitmaakt

Een goede inhoud op een kennisplatform is geen opstel. Ze wordt gezocht, niet gelezen. Daaruit volgen vijf regels:

1. **Eén vraag per inhoud.** Liever drie korte inhouden dan één die alles uitlegt.
2. **Het antwoord eerst.** Wie na drie regels afhaakt, moet toch weten wat er te doen staat. Achtergrond en uitzonderingen komen daarna.
3. **Een voorbeeld.** Een echt geval uit jullie dagelijks werk legt meer uit dan elke definitie.
4. **Een naam en een datum.** Wie is verantwoordelijk, en wanneer is voor het laatst gecontroleerd? Dat schept vertrouwen.

5 **Goed ingedeeld.** Een passende categorie, meerdere tags, de juiste zichtbaarheid.

Stap-voor-stap-handleidingen voor sterke inhoud vind je in het handboek: CAMPUS Recept voor sterke inhoud en CAMPUS Perfecte inhoud.

Talen

Werkt je team in meerdere talen, besluit dan vroeg hoe jullie daarmee omgaan. Elke inhoud in CAMPUS heeft een verplichte basistaal, die altijd volledig moet zijn. Een tweede, redactioneel onderhouden taal is mogelijk. Ze loont waar fouten duur zouden zijn, bijvoorbeeld bij verplichte of veiligheidsonderwerpen. Verdere taalversies kan CAMPUS automatisch maken. Deze functie wordt stap voor stap uitgebreid. Vraag naar de stand voor jullie platform. Meer daarover: CAMPUS Taal in CAMPUS.

WERKHULP · **Inhoudsplan voor de start**

VRAAG DIE DE INHOUD BEANTWOORDT	CATEGORIE	ROUTE	REDACTIE	INHOUDELIJKE CONTROLE	KLAAR OP
		Interview · AI-generator · zelf geschreven			
		Interview · AI-generator · zelf geschreven			
		Interview · AI-generator · zelf geschreven			
		Interview · AI-generator · zelf geschreven			

VRAAG DIE DE INHOUD BEANTWOORDT	CATEGORIE	ROUTE	REDACTIE	INHOUDELIJKE CONTROLE	KLAAR OP
		Interview · AI-generator · zelf geschreven			

DIT NEEM JE MEE

- Begin met wat echt gezocht wordt, niet met wat toevallig al in mappen staat. De twintig vragen van de nieuwkomers zijn je startplan.
- Kennis uit hoofden haalt INTERVIEWER in een gesprek, van kennis uit documenten maakt de AI-generator een ontwerp. De afwerking doet altijd een mens.
- Weinig categorieën, veel tags, en de regels erbij op papier.
- Een goede inhoud beantwoordt één vraag, en wel meteen aan het begin.

5

OPBOUWEN

Pilot en eerste go-live

Eerst een kleine groep, dan iedereen. Hoe je test, waaraan je ziet dat je klaar bent en wat er in de eerste twee weken telt.

Voor de eerste indruk is er geen tweede kans. Wie een platform voor het eerst opent en op lege gebieden stuit, komt niet snel terug. Daarom nodig je niet iedereen tegelijk uit, maar eerst een kleine groep. Wat die opvalt, hoeft later niet iedereen op te vallen.

De vrijgaveroute oefenen

Voordat iemand van buiten komt, doorloop je de weg van ontwerp naar publicatie één keer volledig. De redactie maakt een inhoud af en vraagt vrijgave aan. De persoon met het Reviewer-recht controleert en keurt goed, of stuurt hem met opmerkingen terug. Pas dan is hij zichtbaar voor de beoogde doelgroep.

De vrijgave controleert niet alleen typefouten. Ze kijkt naar vier dingen: Klopt de inhoud vakinhoudelijk? Zijn alle beoogde talen onderhouden? Is hij goed ingedeeld? Zien precies de juiste mensen hem? Hoe het proces in CAMPUS eruitziet: CAMPUS Vrijgeven en publiceren.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Vier ogen*

Toen Jonas zijn eerste afgemaakte ontwerp op “Vrijgave aanvragen” zette, gebeurde er eerst niets. Geen bericht aan iedereen, geen alarm. Alleen een stille wachtrij die op Mara wachtte.

Ze opende het ontwerp met de ogen van een controleur, niet van een collega: Zijn Duits en Engels onderhouden? Kloppen categorie en tags? Hebben de juiste mensen toegang? Pas toen ze goedkeurde, ging de pagina van ontwerp naar gepubliceerd.

Later kopieerde ze de link naar de teamchat en kreeg een gedachte: een gedeelde link opent de deur niet automatisch voor iedereen. Wie er werkelijk doorheen mag, bepalen de zichtbaarheidsregels, hoe ver de link ook rondgaat. Een tweede bescherming achter de eerste. Mara voelde zich gerustgesteld.

De pilotfase

- **De groep:** Vijf tot tien mensen uit de echte doelgroep. Neem een paar nieuwkomers, een paar ervaren mensen en minstens één persoon die sceptisch tegenover het geheel staat. Hun feedback is het waardevolst.
- **De duur:** Een tot twee weken. Leg begin en einde vooraf vast, en ook waar reacties worden verzameld.
- **De taken:** Geef de groep echte taken in plaats van “kijk maar eens rond”. Bijvoorbeeld: “Zoek uit wat je doet bij een klacht zonder factuurnummer.”
- **De zichtbaarheid:** Controleer met een testaccount per doelgroep of iedereen precies ziet wat bedoeld is. Test daarbij ook een gedeelde link.
- **De vindbaarheid:** Observeer waarnaar de groep zoekt en of ze het vindt. Vraag het na, of gebruik de analyse van het zoeken, als die bij jullie is ingeschakeld. Zoektermen zonder resultaat zijn ontbrekende inhoud of ontbrekende tags.

WERKHULP · **Testplan voor de pilot**

TAAK VOOR DE PILOTGROEP	WIE TEST	GEVONDEN?	WAT ONTBRAK?
		Ja · Deels · Nee	

TAAK VOOR DE PILOTGROEP	WIE TEST	GEVONDEN?	WAT ONTBRAK?
		Ja · Deels · Nee	
		Ja · Deels · Nee	
Een inhoud één keer van ontwerp tot publicatie	Redactie en vrijgave	Ja · Deels · Nee	
Testaccount per doelgroep: ziet het de juiste dingen?	Platformverantwoordelijke	Ja · Deels · Nee	

Ben je er klaar voor?

De go-live is geen kwestie van de kalender, maar van criteria. Leg ze vóór de pilot vast, dan hoef je aan het eind niet op gevoel te beslissen.

WERKHULP · **Go-live-checklist**

	CRITERIUM	WIE BEVESTIGT
☐	De vrijgaveroute is minstens één keer volledig doorlopen.	
☐	Elk startonderwerp beantwoordt de meest gestelde vragen.	
☐	De zichtbaarheid is met testaccounts gecontroleerd.	
☐	De feedback uit de pilot is verwerkt of bewust uitgesteld.	
☐	Accounts en groepen zijn voorbereid.	
☐	Het is duidelijk wie vragen beantwoordt, en dat staat in de aankondiging.	
☐	De teamleiders zijn op de hoogte en kondigen het in hun teams aan.	
☐	De checklist kader uit hoofdstuk 2 is afgerond.	

De go-live

Op de dag van de go-live zelf gebeurt er weinig spectaculairs, en dat is goed zo. De overige accounts worden aangemaakt, rollen en groepen toegewezen. De meeste mensen zijn gebruikers, slechts weinigen krijgen meer rechten. Bij veel accounts helpt de bulkimport: CAMPUS Gebruikers in batch aanmaken.

Dan volgt de aankondiging. Een kort bericht volstaat als het drie vragen beantwoordt: Wat is er nieuw? Waar meld ik me aan? Bij wie kan ik terecht? Nog beter werkt het als het van de opdrachtgever komt en niet alleen van het project.

WERKHULP · **Sjabloon voor de aankondiging**

Onderwerp: Vanaf vandaag: onze kennis op één plek

Hallo allemaal,

vanaf vandaag vinden jullie op [adres] ons nieuwe kennisplatform. Bij de start staat daar alles over [startonderwerpen]. Jullie melden je aan via [aanmeldroute].

Wat ontbreekt, wordt aangevuld. Vertel ons waarnaar jullie hebben gezocht zonder iets te vinden: [contactpersoon, kanaal].
[Als Bryan is geactiveerd: Jullie kunnen vragen ook rechtstreeks aan Bryan stellen, rechtsonder op elke pagina.]

Hartelijke groet
[opdrachtgever]

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *De deur gaat open*

Pas in de vijfde week nodigde Mara het hele team uit. Ze had bewust gewacht: wie CAMPUS voor het eerst opent, moet iets aantreffen, geen bouwplaats.

Een account aanmaken duurde minuten. De meeste collega's bleven gebruiker, een paar kregen gericht meer rechten, nooit meer dan ze nodig hadden. En iedereen kreeg een groep, als stil antwoord op de vraag welke inhoud voor hem of haar bedoeld was.

In de eerste week kwamen er drie vragen waarop nog geen antwoord bestond. Op vrijdag stonden de antwoorden op het platform.

De eerste twee weken

Na de go-live wordt beslist of het platform een gewoonte wordt. In die tijd loont een nauwe begeleiding:

- **Bereikbaar zijn:** Het aanspreekpunt antwoordt snel, het best nog dezelfde dag.
- **Gaten dichten:** Wat wordt gezocht en niet gevonden, komt er binnen een paar dagen bij. Niets overtuigt meer dan de ervaring “Ik heb het gevraagd, en nu staat het er”.
- **Linken in plaats van uitleggen:** Vraag de teamleiders om vragen met een link naar het platform te beantwoorden. Zo leert het team waar het eerst moet kijken.
- **Luisteren:** Na twee weken een korte ronde met de pilotgroep en twee, drie teamleiders: Wat werkt, wat stoort, wat ontbreekt?

DIT NEEM JE MEE

- Nodig eerst een kleine, gemengde groep uit, met echte taken en een vast einde.
- Beslis over de go-live op basis van criteria, niet van de kalender.
- De aankondiging beantwoordt drie vragen: wat is er nieuw, waar meld ik me aan, wie vraag ik.
- In de eerste twee weken telt tempo: wat ontbreekt, staat er een paar dagen later.

6

BEHEREN

Na de go-live

Van project naar gewoonte. Een redactieplan in drie ritmes, een houdbaarheidsdatum voor elke inhoud en stap voor stap uitbreiden.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Een tuin, geen checklist*

Na zes weken was CAMPUS geen project meer dat Mara moest “afmaken”. Het was iets geworden waar ze voor zorgde, zoals je voor een tuin zorgt, niet voor een checklist.

Ze paste rollen aan als verantwoordelijkheden veranderden. Jonas voegde nieuwe inhoud toe, in een rustig tempo in plaats van in golven. En toen het team de eerste modules daadwerkelijk afrondde, schakelden ze het Reward-systeem in, terughoudend: een certificaat voor echte bewijzen, een badge voor zichtbare mijlpalen. Beloond werd wat iemand had bereikt, niet hoe vaak iemand had geklikt.

Het redactieplan

Ja, een kennisplatform heeft redactionele planning nodig. Geen grote, maar wel een betrouwbare. Zonder gebeurt wat in elke opslag gebeurt: in het begin is alles vers, na een jaar weet niemand meer wat er nog klopt. Drie ritmes volstaan:

RITME	WAT GEBEURT ER	WIE
Wekelijks, een half uur	Openstaande vragen en reacties doornemen, zoektermen zonder resultaat bekijken, wachtende vrijgaves afhandelen.	Redactie en vrijgave
Maandelijks, een uur	Onderwerpen voor de komende weken plannen: Wat staat er te gebeuren? Een nieuw proces, een productlancering, een nieuwe regel, een seizoensvraag?	Platformverantwoordelijke, redactie, indien nodig afdelingen
Per kwartaal, een halve dag	Het bestand controleren: verouderde inhoud archiveren, dubbele tags samenvoegen, rechten doorlopen, kengetallen analyseren en erover rapporteren.	Platformverantwoordelijke met opdrachtgever

WERKHULP · **Redactieplan**

MAAND	AANLEIDING OF ONDERWERP	GEPLANDE INHOUD	ROUTE	VERANTWOORDELIJK	STATUS
			Interview · AI-generator · zelf geschreven		
			Interview · AI-generator · zelf geschreven		
			Interview · AI-generator · zelf geschreven		
			Interview · AI-generator · zelf geschreven		

Waar nieuwe onderwerpen vandaan komen

De beste onderwerpen verzint de redactie niet. Ze tonen zich als je goed kijkt:

- **Zoekopdrachten zonder resultaat:** Waarnaar is gezocht zonder iets te vinden? Elk van die termen is een ontbrekende inhoud of een ontbrekende tag. CAMPUS kan veelgebruikte zoektermen en zoekopdrachten zonder resultaat analyseren, als jullie dat willen en het met de ondernemingsraad is afgestemd.
- **Vragen aan Bryan:** Is de AI-assistent geactiveerd, dan laten zijn analyses zien waarvoor hij wordt gebruikt. Veelgestelde vragen wijzen erop welke inhoud ontbreekt.
- **Reacties:** Elke klacht over een ontbrekende of onjuiste inhoud is een cadeau. Maak het gemakkelijk om die kwijt te raken.
- **Gebeurtenissen:** Nieuwe processen, producten, regels. Plan de inhoud samen met de nieuwigheid, niet erna.
- **Afscheid:** Wisselt iemand van rol of gaat iemand met pensioen, dan hoort een interview met INTERVIEWER op de overdrachtslijst. Maanden van tevoren, niet op de laatste dag. Meer daarover in het playbook Playbook Kennis veiligstellen voordat ze met pensioen gaat.
- **Populaire onderwerpen:** Wat veel wordt gebruikt, verdient verdieping.

Elke inhoud heeft een houdbaarheidsdatum

Een verouderde inhoud is erger dan een ontbrekende. Ze kost niet alleen tijd, ze kost vertrouwen in alle andere. Daarom krijgt elk onderwerp een verantwoordelijke persoon en een controleritme: voor processen die vaak veranderen misschien een half jaar, voor basiskennis een jaar.



Gecontroleerd	Periodiek: klopt het nog?
⌄	
Gearchiveerd	Of herzien en opnieuw vrijgegeven.

Archiveren is beter dan verwijderen: een gearchiveerde inhoud is voor gebruikers weg, maar kan worden teruggehaald en herzien.

Motivatie met mate

Het Reward-systeem van CAMPUS kan leren zichtbaar maken: met badges voor mijlpalen, certificaten voor bewijzen, punten en campagnes voor acties over een bepaalde periode. Dat is een krachtig hulpmiddel, en daarom een dat je met mate inzet:

- **Resultaten belonen, geen klikken.** Wie activiteit beloont, krijgt activiteit, maar geen leren.
- **Betekenis boven aantal.** Een certificaat dat iets waard is, wint van tien nietszeggende badges.
- **Ranglijsten alleen in overleg.** Niet iedereen wil openlijk vergeleken worden. Hier is de ondernemingsraad, indien aanwezig, een goed eerste adres.
- **Eerst de structuur, dan de beloning.** Rewards versterken wat er is. Ze vervangen geen goede inhoud.

In het handboek: CAMPUS Het Reward-systeem en CAMPUS Recept: Rewards zinvol inzetten.

Stap voor stap groeien

Draait de exploitatie, dan komt de vraag: wat nu? Groei in de volgorde waarin je bent begonnen, de ene stap na de andere:

- **Nieuwe onderwerpen:** terug naar de onderwerpenlijst uit hoofdstuk 2, volgende prioriteit.
- **Nieuwe doelgroepen:** nieuwe groepen en zichtbaarheidsregels, een kleine pilot, dan de go-live voor die groep.

- **Meer redactie:** afdelingen onderhouden hun eigen inhoud, met rechten die beperkt zijn tot hun groep. De vrijgave blijft gescheiden.
- **Nieuwe formats:** leerpaden die stap voor stap door een onderwerp leiden, live-afspraken, of podcasts en presentaties die de AI Studio van INTERVIEWER uit iDocs maakt.

Ideeën voor typische projecten vind je in de use cases van het handboek, bijvoorbeeld CAMPUS Onboardingprogramma, en in het overzicht CAMPUS Use cases.

DIT NEEM JE MEE

- Een redactieplan in drie ritmes: wekelijks doornemen, maandelijks plannen, per kwartaal opruimen.
- Nieuwe onderwerpen tonen zich in zoekopdrachten zonder resultaat, in vragen aan Bryan en bij elk afscheid.
- Elke inhoud heeft een verantwoordelijke persoon en een controledatum. Verouderde inhoud wordt gearchiveerd.
- Beloon resultaten, geen klikken. En groei stap voor stap.

7

BEHEREN

Succes meten en erover rapporteren

Wanneer is het een succes? Kengetallen op drie niveaus, de juiste momenten en een verslag dat op één pagina past.

Succes is niet dat veel mensen klikken. Succes is wat je in hoofdstuk 2 als doel hebt opgeschreven. Daarom begint dit hoofdstuk niet met cijfers, maar met je projectprofiel: welk probleem wilde je oplossen, en waaraan wilde je dat meten?

Kengetallen op drie niveaus

Goede kengetallen beantwoorden drie vragen, in deze volgorde. De eerste is het makkelijkst te meten, de derde is degene die echt telt.

NIVEAU 1 · GEBRUIK

Komen de mensen?

Actieve gebruikers, toegangen, ontwikkeling in de tijd. Komen ze terug, of maar één keer bij de go-live?

NIVEAU 2 · INHOUD

Vinden ze het juiste?

Zoekopdrachten zonder resultaat, beoordelingen van inhoud, aandeel van de inhoud dat in het controleritme is gecontroleerd.

NIVEAU 3 · EFFECT

Verandert er iets?

Het getal uit je doel: minder herhaalde vragen, korter inwerken, volledige bewijzen bij verplichte trainingen.

De eerste twee niveaus laat CAMPUS je zien. Het derde meet je meestal zoals je de beginwaarden hebt gemeten: met dezelfde turflijst, dezelfde enquête, dezelfde vragen aan de teamleiders. Alleen zo zijn de getallen vergelijkbaar.

Wat CAMPUS je laat zien

De analyses in CAMPUS leveren kengetallen over activiteit, over inhoud en de beoordelingen ervan, over leervoortgang met afrondingen en certificaten en, indien geactiveerd, over het gebruik van Bryan. Wie dieper wil analyseren of de cijfers in eigen dashboards wil brengen, kan ze via de interface ophalen. Dat is een taak voor jullie IT. Details: CAMPUS Analyses.

Een woord over gegevensbescherming: voor een verslag heb je bijna nooit cijfers over individuele personen nodig. Analyseer samengevat, per team of doelgroep. Dat is dataminimaal en meestal ook veelzeggender.

Wanneer je meet

NA 30 DAGEN

Gebruik

Komen de mensen, en komen ze terug? Zo niet: aankondiging, aanmelding en startinhoud controleren.

NA 60 DAGEN

Inhoud

Vinden ze wat ze zoeken? Zoekopdrachten zonder resultaat en reacties tonen de gaten.

NA 90 DAGEN

Effect

Het getal uit het doel, vergeleken met de beginwaarde. Dat is het eerste verslag.

DAARNA PER KWARTAAL

Alle drie de niveaus

Samen met de bestandscontrole uit hoofdstuk 6.

Oordeel niet te vroeg. Gebruik toont zich in dagen, effect in maanden. Wie na twee weken de inwerktijd meet, meet vooral toeval.

Cijfers die misleiden

Sommige cijfers zien er goed uit en zeggen weinig:

- **Paginaweergaven alleen.** Een inhoud die drie keer wordt opgeroepen omdat ze de eerste keer niet werd begrepen, is geen succes.
- **Het aantal inhouden.** Meer is niet beter. Twintig onderhouden inhouden verslaan tweehonderd verouderde.
- **Punten in het Reward-systeem.** Ze laten zien hoe goed een campagne wordt aangenomen, niet of er is geleerd.

Een eenvoudige controlevraag helpt: zou ik iets anders doen als dit getal daalt? Zo niet, dan hoort het niet in het verslag.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Een pagina voor Katrin*

Na negentig dagen schreef Mara haar eerste verslag. Ze had geleerd: één pagina. Bovenaan stond één zin. “Het doel is grotendeels bereikt: nieuwe collega's bij de klantenservice vragen duidelijk minder vaak na, Hans is op vakantie niet meer onvervangbaar.”

Daaronder drie getallen. De turflijst die Hans en twee collega's vóór de start hadden bijgehouden, liet 31 terugkerende vragen in twee weken zien. Nu waren het er twaalf. Daarna twee zinnen over wat niet had gewerkt: de verkoop gebruikte het platform nauwelijks, omdat zijn onderwerpen nog ontbraken.

Katrin las de eerste regel, toen de laatste. “En wat heb je nodig?” “Twee uur per week uit de verkoop, voor drie maanden.” Katrin knikte. Het gesprek duurde vier minuten.

Hoe je rapporteert

Een goed verslag aan leidinggevenden volgt een eenvoudige regel: het antwoord eerst. Wie alleen de eerste regel leest, moet weten hoe het ervoor staat. Al het andere onderbouwt die regel.

1. **De stand in één zin.** Is het doel bereikt, gedeeltelijk bereikt of niet? Zonder omwegen.
2. **Twee tot drie getallen.** Beginwaarde, huidige waarde, doel. Niet meer.
3. **Wat goed ging, wat niet.** Eerlijk. Een verslag zonder zwaktes werkt niet sterk, maar ongeloofwaardig.
4. **De volgende stappen.** Wat gebeurt er in het volgende kwartaal?
5. **Wat je nodig hebt.** Een beslissing, tijd, budget, ondersteuning. Concreet, met omvang en datum.

WERKHULP · **Statusverslag op één pagina**

De stand in één zin
Ons doel (uit het projectprofiel)
Kengetal · beginwaarde · nu · doel
Kengetal · beginwaarde · nu · doel
Wat goed ging
Wat niet goed ging, en waarom
Volgende stappen tot
Wat we nodig hebben, van wie, tegen wanneer

Als de cijfers niet kloppen

Blijft het effect uit, dan ligt het zelden aan het platform. Meestal is het een van vier dingen, en voor elk is er een hefboom:

- **De inhoud ontbreekt:** Kijk naar zoekopdrachten zonder resultaat en dicht de gaten, eerst de meest voorkomende.
- **De inhoud wordt niet gevonden:** Controleer categorieën en tags. Zoek met twee, drie gebruikers samen en kijk mee.
- **De gewoonte ontbreekt:** Vraag de teamleiders consequent naar het platform te verwijzen. Sluit oude opslagplekken die hetzelfde bevatten.
- **Het doel was te groot:** Dat is geen nederlaag, maar een inzicht. Liever een kleiner doel halen dan een groot missen. Schrijf het in het verslag.

DIT NEEM JE MEE

- Succes is je doel uit hoofdstuk 2, niet het aantal klikken.
- Meet op drie niveaus: gebruik, inhoud, effect. Het effect meet je zoals de beginwaarden.
- Kijk na 30, 60 en 90 dagen, daarna elk kwartaal.
- Het verslag past op één pagina: stand, cijfers, eerlijkheid, volgende stappen, wat je nodig hebt.

8

OVERZICHT

In één oogopslag

De hele weg op één pagina, alle werkhulpen, een klein glossarium en je volgende stap.

BIJ BUTTERFLY EFFECT · *Epiloog*

Mara dacht soms terug aan die eerste maandag, aan het lege beeldscherm. Het was geen groot moment geweest. Alleen het begin van iets dat langzaam was gegroeid, week na week, beslissing na beslissing.

Geen van die beslissingen was op zichzelf bewerkelijk. Samen bepaalden ze echter wat CAMPUS bij Butterfly Effect werd. Kleine beslissingen, grote werking. De naam had gekloppt.

Misschien zit je zelf nu voor dat lege beeldscherm. Het goede nieuws: de vragen die Mara zich stelde, zijn dezelfde die jou verder helpen. Waarvoor? Wie maakt, wie controleert? Wat komt eerst? Wanneer is het goed genoeg? En waaraan zien we dat het werkt?

De hele weg op één pagina

WERKHULP · **Totale checklist**

	STAP	DIT DOE JE	HOOFDSTUK
☐	**Herkennen**	Beide zelftests doen, omvang vastleggen.	1
☐	**Doel**	Projectprofiel invullen, doel in één zin, afstemmen met de opdrachtgever.	2
☐	**Onderwerpen**	Weinig startonderwerpen kiezen, elk een verantwoordelijke persoon geven.	2
☐	**Kader**	Gegevensbescherming, orgaan, interviews, brancheregels uitzoeken.	2
☐	**Beginwaarden**	Een of twee getallen meten voordat er iets verandert.	2
☐	**Rollen**	Rollenplan met namen en vervangers, daarna rechten toekennen.	3
☐	**Structuur**	Categorieën en tags vastleggen en de regels opschrijven.	4
☐	**Inhoud**	De twintig vragen van de nieuwkomers beantwoorden: via interview, met de AI-generator of zelf geschreven.	4
☐	**Vrijgave**	De weg van ontwerp naar publicatie één keer volledig doorspelen.	5
☐	**Pilot**	Kleine groep, echte taken, vast einde, testaccounts per doelgroep.	5
☐	**Go-live**	Checklist vervuld, accounts aangemaakt, aankondiging verstuurd.	5
☐	**Begeleiding**	Twee weken lang snel antwoorden en gaten dichten.	5
☐	**Beheer**	Redactieplan in drie ritmes, controledatum voor elke inhoud.	6
☐	**Verslag**	Na 90 dagen een pagina voor de opdrachtgever, daarna elk kwartaal.	7

Alle werkhulpen

De werkhulpen staan steeds waar ze nodig zijn. Hier vind je ze gebundeld. Om af te drukken en in te vullen is elke werkhulp er afzonderlijk als pdf, en alle samen in het Werkboek.

WERKHULP	WAARVOOR	HOOFDSTUK
Vijf waarschuwingssignalen en Past CAMPUS bij je?	Heb je een platform nodig, en in welke omvang?	1
Projectprofiel	Doel, succes, verantwoordelijkheid, periode op één pagina	2
Onderwerpenlijst	Startonderwerpen kiezen en toewijzen	2
Checklist kader	Gegevensbescherming, medezeggenschap, voorschriften	2
Rollenplan	Wie neemt welke rol op zich, met welke rechten	3
Inhoudsplan voor de start	Welke vragen, welke route, wie, tegen wanneer	4
Testplan voor de pilot	Taken voor de pilotgroep	5
Go-live-checklist	Ben je er klaar voor?	5
Sjabloon voor de aankondiging	Het bericht bij de start	5
Redactieplan	Onderwerpen van de komende maanden	6
Statusverslag op één pagina	Het verslag aan de opdrachtgever	7

Klein glossarium

De belangrijkste begrippen uit dit playbook, zonder vakjargon. Het volledige glossarium staat in het CAMPUS CAMPUS-handboek.

Bryan — De AI-assistent van CAMPUS. Hij beantwoordt vragen op basis van jullie eigen inhoud en kennisbronnen, ook uit bijgevoegde bestanden en video's. Hoort bij de optionele module “Interactive Avatar”, die de module “AI Suite” vereist.

Editor	Een persoon die inhoud mag maken en onderhouden. Technisch een Admin met inhoudsrechten.
Vrijgave	De stap tussen ontwerp en publicatie: een tweede persoon controleert en keurt goed.
Groep	Bundelt mensen, bijvoorbeeld naar afdeling of doelgroep. Bepaalt op welke inhoud rechten betrekking hebben en wie wat ziet.
iDoc	Het gestructureerde document dat INTERVIEWER maakt uit gesprekken, bestanden en notities. Kan in CAMPUS worden ingebed of als bron voor de AI-generator worden gebruikt.
Categorie	Een van de weinige grote gebieden waar je doorheen navigeert op het platform.
AI-generator	Maakt in CAMPUS van bestaande kennis een eerste ontwerp met indeling. Een mens controleert en verfijnt.
Product	Zo heet in CAMPUS een afzonderlijke inhoud, bijvoorbeeld een artikel of een overzichtspagina.
Reviewer	Het recht om inhoud te controleren en vrij te geven. Bewust gescheiden van het recht om inhoud te maken.
Reward-systeem	Badges, certificaten, punten en campagnes die leren zichtbaar maken.
Zichtbaarheidsregels	Bepalen wie een inhoud daadwerkelijk mag zien, ook als een link wordt gedeeld. In het handboek heten ze Restrictions.
SuperAdmin	De rol met volledige toegang, ook tot instellingen die meteen voor het hele platform gelden.
Tag	Een trefwoord dat dwars op de categorieën ligt en helpt bij het vinden.
Sjabloon	In INTERVIEWER de instructie voor de AI: hoe ze met de input omgaat, waar ze doorvraagt en hoe het document is opgebouwd.

Je volgende stap

Je hoeft niet alles in één keer te doen. Begin met één zin: schrijf je doel op, zoals Mara het voor Katrin deed. Zoek dan een persoon die met jou het kernteam vormt. De rest volgt in de volgorde van dit playbook.

Wil je in de details duiken, dan helpen de handboeken je: CAMPUS Wat is CAMPUS?, CAMPUS CAMPUS en INTERVIEWER en INTERVIEWER Wat is INTERVIEWER?

Wil je weten hoe dat er bij jullie uit kan zien? Plan een eerste gesprek of vraag een demo aan. Wij zijn er voor je.

Eerste gesprek plannen https://8s.de/en/contact

DIT NEEM JE MEE

- Een doel in één zin, een tweede persoon in het kernteam: daarmee begint alles.
- De totale checklist leidt je door de hele weg.
- Voor het hoe zijn er de handboeken, voor al het andere wij.

Een kennisplatform opzetten
Met CAMPUS en INTERVIEWER: van de eerste gedachte tot het eerste verslag aan de directie

Editie 11/2026

Dit playbook is ook online beschikbaar, met links naar de handboeken:
help.8s.de/playbooks/wissensplattform/

De cijfers in dit playbook zijn richtwaarden voor de planning, geen toezeggingen en geen licentiegegevens. Het playbook vervangt geen juridisch advies. Butterfly Effect en alle personen uit het verhaal zijn verzonnen.

© 2026 Acht S GmbH · Alle rechten voorbehouden
Acht S GmbH · 8s.de