



Narrowcasting in de publieke sector

Een kijkje achter de schermen...

In dit artikel besteden we aandacht aan het begrip narrowcasting, het ontstaan ervan en de mogelijkheden die het biedt. Vervolgens wordt aangegeven hoe de publieke sector deze ontwikkeling zou kunnen omarmen en welke rol Centric daarin kan spelen. Tot slot hebben wij nog een aantal tips voor u op een rijtje gezet. Maar laten we beginnen u uit te leggen wat narrowcasting inhoudt.

Niets nieuws onder de zon...

Narrowcasting bestaat al een lange tijd. Blokker bijvoorbeeld zendt al tijden reclames in haar winkels uit om bepaalde producten aan te prijzen. Dit gaat via een normale televisie met een ingebouwde videorecorder. De ontwikkeling nam echter pas een vlucht met de opkomst van prijstechnisch goedkopere plasmaschermen. Deze schermen zijn vrij eenvoudig in een ruimte te plaatsen en bieden de narrowcaster als zodanig de mogelijkheid om zijn publiek op veel plaatsen te bereiken.

Synoniemen

Narrowcasting is ook een fenomeen dat vele synoniemen kent: digital signage, dynamic signage, electronic signage networks, digital in-store merchandising, electro-

nic display networks, retail television, captive audience networks, out-of-home media networks, digital media networks en electronic billboards. Popai, een non-profit vereniging actief voor marketeers en retailers in zowel food- als non-food branches, praat het liefst over Digitale Instore Media en definieert het als volgt:

Digitale instore media is het leveren van out-of-home informatie in de vorm van relevante visuele content gericht op een bepaalde doelgroep, op een bepaalde locatie en op een bepaald tijdstip middels een netwerk van digitale schermen, veelal centraal op afstand aangestuurd en gecontroleerd.

De essentie

Zoals gezegd gaat het er bij narrowcasting om de juiste boodschap op het juiste moment bij de juiste doelgroep over te brengen. De content maakt het verschil tussen succes en falen van projecten. De content kan bestaan uit actiematige en thematische boodschappen, reclameuitingen van leverbare merken en lokale aanbieders, maar ook uit infotainment, zoals het weerbericht voor de komende dagen, het actuele nieuws of bijvoorbeeld sport- en shownieuws. Overige aandachtspunten voor de narrowcaster betreffen de plaats van de schermen, de





aanwezigheid van geluid, de lengte van het programma alsook van de verschillende programmaonderdelen.

Toepassingsmogelijkheden

De mogelijkheden van narrowcasting zijn groot. Zo kunnen er voorgeprogrammeerde presentaties worden gedraaid, kan er live tv worden uitgezonden, maar kunnen presentaties ook aan bepaalde databases worden gekoppeld zodat direct de laatste informatie wordt uitgezonden.

Narrowcasting leent zich prima voor toepassing binnen overheidsinstanties, die burgers via schermen goed en op een eenvoudige en aantrekkelijke wijze optimaal willen informeren. Ondanks het feit dat steeds meer mensen diensten afnemen via internet, zullen er altijd mensen blijven die kiezen voor een bezoek aan het gemeentehuis. Onderzoek hiernaar levert een cijfer op van ongeveer 17% van de bevolking. Vele ouderen bijvoorbeeld hechten waarde aan persoonlijk contact. Buitenlanders daarentegen kiezen voor een bezoek aan het gemeentehuis vanwege bijvoorbeeld de taalbarrière.

Interactieve narrowcasting

Interactieve narrowcasting is een nieuwe vorm van narrowcasting, waarbij klanten actief invloed uitoefenen op de informatie die zij ontvangen. Denk bijvoorbeeld aan informatie die in verschillende talen gepresenteerd kan worden. Veelal wordt bij interactieve narrowcasting gebruikgemaakt van schermen die met touchscreens worden aangestuurd. Door het gebruik van touchscreens kan ook achterhaald worden naar welke content het meest gezocht wordt.



Narrowcasting wordt met name krachtig als de actuele informatie real-time en rechtstreeks wordt onttrokken aan de eigen databases van de betreffende organisatie. Binnen de gemeente valt te denken aan het opvragen van de status van de aanvraag voor bouwvergunning, aangepaste kalender voor afvalinzameling en het alvast invullen van relevante gegevens voor het aanvragen van een nieuw rijbewijs, zonder vooraf in de rij te hebben gestaan.

Faciliteiten zijn aanwezig

Gemeenten beschikken vaak al over de kennis, vaardigheden en voorzieningen om narrowcasting mogelijk te maken. De benodigde infrastructuur is aanwezig, inclusief netwerk en schermen. De afdeling communicatie kan verantwoordelijk worden gesteld voor de content en het actueel houden hiervan. De technische bagage is veelal aanwezig bij een afdeling Automatisering of I&A. Het welslagen van een ontwikkeling als narrowcasting is grotendeels afhankelijk van de samenwerking tussen de verschillende afdelingen.

In juli 2006 publiceerde Point of Purchase Advertising International, beter bekend als Popai, een rapport met de titel 'Narrowcasting in beeld, een onderzoek naar de grootte van de markt van narrowcasting in Nederland'. Narrowcasting staat simpel gezegd voor het overbrengen van een specifieke juiste boodschap op het juiste moment bij de specifieke doelgroep. Narrowcasting kan worden uitgevoerd middels instore audiovisuele communicatie via beeldschermen, boodschappen op informatiezuilen in verkeersruimtes in (openbare) gebouwen en tekstboodschappen via SMS, lichtkrant en betaalautomaten. Uit het onderzoek blijkt dat in Nederland verspreid over 2887 verkooppunten zo'n 16.700 schermen hangen op verschillende plaatsen en dan nog zijn niet eens alle branches in de telling meegenomen. Het aantal zou zomaar op kunnen lopen tot 20.000. Gelet op de potentiële schermdichtheid staat de ontwikkeling nog in de kinderschoenen. De meeste schermen vinden we momenteel binnen de retail of detailhandel, zo'n 58%. Inmiddels blijkt narrowcasting 'over te slaan' op andere branches. We zien steeds meer schermen bij banken, tankstations, apothekers en horecagelegenheden. De publieke sector zou wel eens de volgende kunnen zijn.

Rol Centric

Centric heeft een lange geschiedenis in de automatisering van gemeenten. Daarin past dan ook het aanbieden van narrowcasting als aanvullende oplossing binnen die gemeentes. Als vooraanstaand leverancier van oplossingen voor de publieke sector is Centric in staat gemeenten te adviseren en te ondersteunen bij de implementatie van narrowcasting. Binnen afzienbare tijd zullen hierover enkele belangrijke annonceringen plaatsvinden.

Bovendien is Centric, na overname van twee bedrijven, actief in de retail. Van oudsher worden vanuit deze onderdelen de segmenten sport, schoenen, mode, boekhandel en supermarkten bediend. Met name in de mode-



sector heeft Centric een dominante positie. Het portfolio bestaat uit oplossingen die verband houden met alle geautomatiseerde processen op en rond de winkelvloer. Centric positioneert dit als StoreWorld. Aan dit concept zijn in oktober 2006 activiteiten rondom narrowcasting toegevoegd. Daarvoor is een samenwerking aangegaan met FashionUnited. FashionUnited TV levert de content voor individueel te programmeren televisiekanalen die op locatie zichtbaar worden gemaakt.

Ten behoeve van narrowcasting middels schermen zorgt Centric voor de apparatuur, waaronder een ontvangststation en scherm(en), en voor de totstandkoming van de verbinding via ADSL en de benodigde content, evenals de koppeling met de databases voor het integreren van eigen actuele informatie in de boodschappen die worden uitgezonden.

Informatie

Centric wil graag een rol spelen in uw plannen om narrowcasting gericht in te zetten. Graag willen wij in een persoonlijk gesprek toelichten wat wij voor u kunnen betekenen. U kunt hiervoor contact opnemen met Frank van Gemert via telefoonnummer (0182) 56 29 44.

Links

De site narrow-casting.nl biedt u een kijkje in de wereld van narrowcasting. Daar vindt u cases, ontwikkelingen, evenementen en experts en links naar andere interessante sites.

Gouden tips

Alvorens aan te slag te gaan met narrowcasting willen wij u een aantal tips geven.

- **Content is koning**
De inzet van narrowcasting is alleen succesvol als de content goed is. Investeer dus niet in technologie totdat u zeker weet dat u in staat bent dit systeem te voorzien van actuele en kwalitatief hoogwaardige informatie. Anders is het zonde van uw geld;
- **Personeel**
De betrokkenheid van uw medewerkers is van kritiek belang. Betrek hen bij de opzet en implementatie. Als uw medewerkers er geen brood in zien, dan zal het niet tot succes leiden. De grootste boosdoener bij het mislukken van een project is doorgaans de desinteresse van het personeel;
- **Locatie**
De plek waar de schermen worden opgehangen moet zorgvuldig worden gekozen en getest. Als de schermen op een plek hangen waar ze door het publiek niet gezien worden, dan blijft de informatie onopgemerkt;
- **Actualiteit**
Kies een systeem waarmee het eenvoudig is tussentijds updates te maken. U moet voortdurend in staat zijn de content aan te passen;
- **Centraal beheer**
Vertrouw niet op het sturen van updates via cd of dvd. Gebruik een netwerk via welke alle systemen in één keer vanaf afstand up-to-date kunnen worden gemaakt;
- **Schaalbaarheid**
Zorg dat uw activiteiten kunnen groeien. Een succesvolle pilot is nog geen garantie voor een succesvol groeiscenario. Indien u dezelfde content wil tonen op verschillende vestigingen, dient u te beschikken over de juiste infrastructuur.