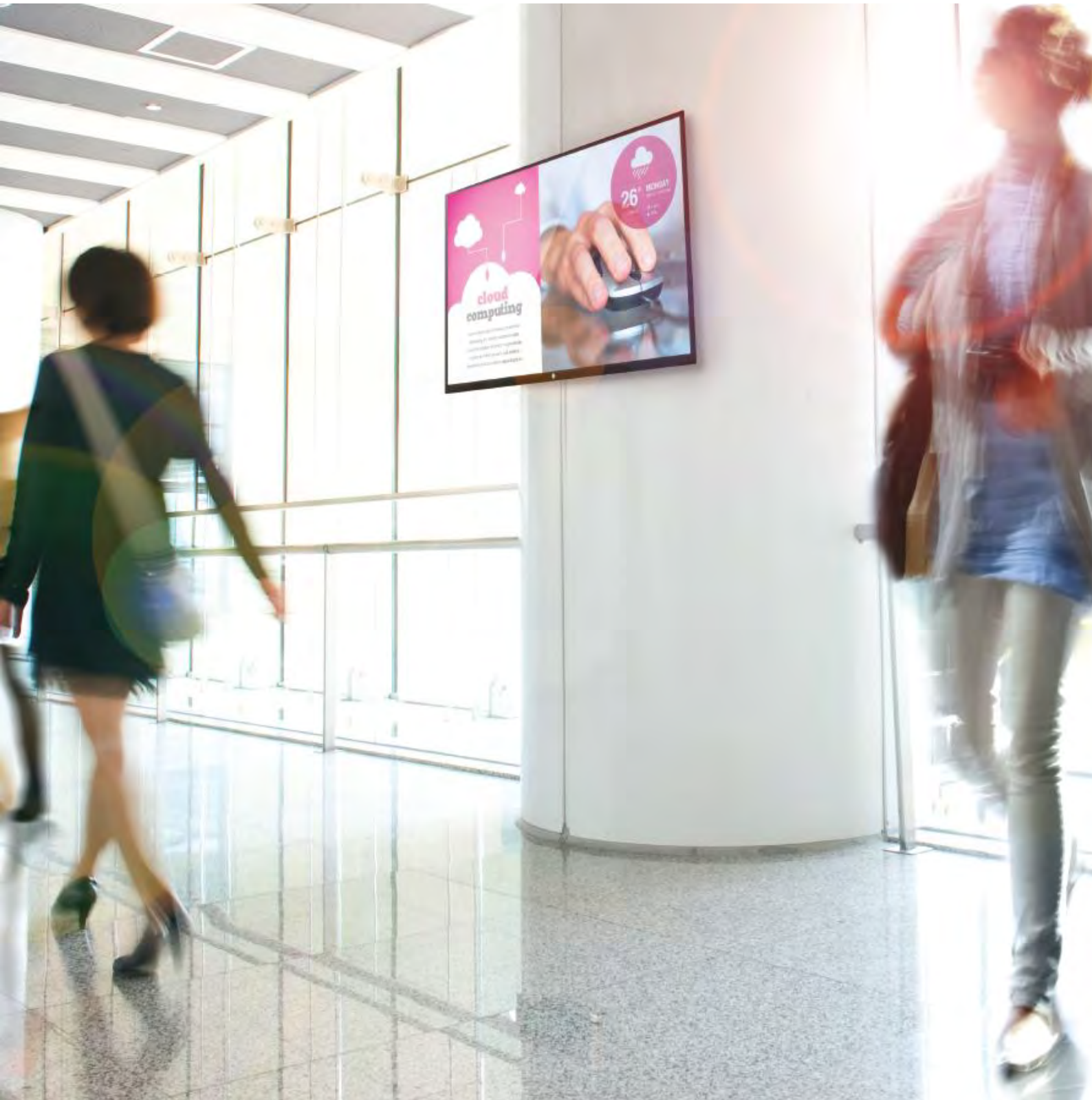


# WHITEPAPER

## - CHECKLIST NARROWCASTING-

*Nuttige tips bij het selecteren van uw narrowcasting partner*



## INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	2
2	De aanbiedende organisatie	4
3	De geleverde oplossing	6
4	De samenwerking	9

## 1 – INLEIDING

*Checklist Narrowcasting, nuttige tips bij het selecteren van uw narrowcasting partner!*

Dit document is bedoeld voor iedereen die zich in een oriënterende fase bevindt ten aanzien van een mogelijk narrowcasting project binnen zijn of haar organisatie. Het komen tot een juiste keuze met betrekking tot een leverancier kan complex zijn voor diegene die nog geen of weinig ervaring hebben met de productcategorie en de aanbieders op deze markt.

We hopen door middel van dit document inzichtelijk te maken waar u mee te maken krijgt en wat u kunt of mag verwachten als u met narrowcasting aan de slag gaat.

Globaal behandelt het document drie gebieden, te weten: De leverancier, De geleverde oplossing en De samenwerking.

Met vriendelijke groet,  
**TSS Cross Media Group**

## 2 – DE LEVERANCIER

Vanuit uw organisatie is de behoefte ontstaan om een oriëntatie te starten naar de mogelijkheden van narrowcasting. De kans is hierbij groot dat u als een van de eerste acties heeft besloten om een online zoekactie te starten. Zodra u in uw zoekbalk van de browser narrowcasting intoetst en op “zoek” klikt, heeft u mogelijk wat verrast gekeken naar het resultaat. Er zijn inderdaad behoorlijk wat aanbieders op deze markt wat het niet eenvoudig maakt om tot een selectie van een aantal goede leveranciers te komen.

Het komen tot een goede keus ten aanzien van de leverancier en haar oplossing is het goed om te kijken naar de samenhang tussen de eerder genoemde 3 elementen: de aanbieder, de oplossing en uw eigen organisatie ( de samenwerking). Immers, een bedrijf wat al jarenlang actief is maar een beperkte oplossing biedt, kan een verkeerde keus zijn.

Narrowcasten doet u niet voor een paar maanden. De meeste organisaties hebben voor ogen om het structureel in te zetten in hun communicatie. Des te meer reden om een goede selectie van verschillende leveranciers te maken.

Via onderstaande vragen kunt u een beeld vormen van de aanwezig aanbidders, wat voor uw organisatie belangrijk is, en waar u aan moet denken.

- ***Met voor wat soort aanbieder heb ik te maken?***  
Grofweg kunnen we stellen dat er partijen zijn die zelf een narrowcastingproduct hebben ontwikkeld en dat er partijen zijn die reseller of dealer zijn van zo'n fabrikant. Indien u een selectie wilt maken van bijvoorbeeld 4 partijen dan is het goed om te weten of die partijen ook unieke oplossingen bieden t.o.v. elkaar of dat er mogelijk aanbieders tussen zitten die hetzelfde product aanbieden.
- ***Wat is het track record van het bedrijf?***  
Heb ik te maken met een nieuwkomer of met een ervaren organisatie? Hoe lang bestaat het bedrijf al en hebben ze showcases die lijken op onze beoogde oplossing? Wat is het kennisniveau van de aanbieder op IT vlak?
- ***One-stop-shopping***  
Levert het bedrijf een totaaloplossing of alleen software?
- ***Wat is de cultuur van de aanbiedende organisatie?***  
Narrowcasting is een product wat u waarschijnlijk voor langere tijd gaat inzetten. Het is belangrijk om vast te stellen of er een “klik” is wat betreft de mentaliteit c.q. de cultuur. Heeft de aanbieder jarenlange relaties of is het “hit-and-run “ ? Biedt de aanbieder de mogelijkheid tot een vrijblijvende demonstratie of is het mogelijk om een PoC ( Proof of Concept) uit te voeren?

- ***Biedt de aanbieder de juiste after sales?***  
 Als de schermen hangen dan is uw project niet afgerond maar begint dan pas. Het kan erg prettig zijn als u de mogelijkheid heeft om een SLA af te sluiten. Ook is het goed om te kijken of de aanbieder de mogelijkheid biedt tot software updates en upgrades. Indien dit niet wordt aangeboden kan het zo zijn dat er niet wordt doorontwikkeld op het product. Het pakket wat u aanschaft blijft dan zoals het is en nieuwe features en ontwikkelingen worden niet doorgevoerd in de software.
- ***Wat is het business model van de aanbieder?***  
 Er zijn hier een aantal mogelijkheden. De aanbieder verkoopt haar product tegen een eenmalige vergoeding, de aanbieder biedt een abonnement structuur waarbij u per maand betaalt ( Cloud Service), de aanbieder biedt zowel koop als cloud aan.
- ***Is er maatwerk mogelijk?***  
 Het kan voorkomen dat u een specifieke koppeling wilt realiseren met een van uw bestaande bedrijfssystemen. Of dat er vanwege security eisen bepaalde zaken anders moeten worden aangepakt dan standaard. Dan kan het handig zijn dat de aanbieder in staat is om maatwerk te leveren dit een bottleneck situatie voorkomt.
- ***Is er een actieve roadmap?***  
 Bedrijven die continue bezig zijn met hun product en de ontwikkelingen in de markt hebben een actieve roadmap. Zij voeren wijzigingen door in hun software om zaken te verbeteren en voegen features toe die het product verrijken.

## 2 – DE GELEVERDE OPLOSSING

Of een geleverde oplossing voldoet of niet hangt natuurlijk af van uw motief en uw beoogde invulling. Dit zal voor een retail-oplossing anders zijn dan voor een corporate communicatie verhaal. Wat in bijna alle gevallen optreedt is het verschijnsel dat er na de initiële oplevering tal van vragen komen die gaan over “wat er nog meer kan” met het product. Als de schermen inmiddels al enige tijd hangen dan zullen medewerkers, studenten, collega’s vragen gaan stellen over bepaalde zaken die ze nog missen op het scherm.

Het is goed om te beseffen dat wat u ook heeft bedacht in het voortraject er waarschijnlijk nog toepassingen gevraagd gaan worden waar u mogelijk nog niet aan heeft gedacht. Dan is het prettig om te beschikken over een product wat u in staat stelt uw narrowcasting continue te kunnen aanpassen en uitbreiden. Dit leidt tot de centrale vraag “wat biedt de geleverde oplossing?”

In de meeste gevallen is een narrowcasting op te delen in drie product-blokken:

1. Een designomgeving waar templates mee worden gemaakt;
2. Een beheeromgeving waarmee u uw uitzendingen beheert;
3. Een player, het device wat uw uitzending afspeelt op het scherm.

De samenwerking tussen deze producten bepaalt de scope van mogelijkheden die u heeft met de oplossing. Generiek gesteld is het zo dat de beleving en tevredenheid ten aanzien van de oplossing alsmede van de aanbieder tot stand komt door de:

### **functionaliteit, gebruikersvriendelijkheid en stabiliteit**

die de geboden oplossing biedt.

Onderstaand een aantal vragen die relevant zijn bij de keuze van de juiste oplossing.

- ***Kan ik zelf templates maken en/of aanpassen of maakt de aanbieder die voor mij?***  
Flexibiliteit is erg belangrijk bij narrowcasting. Het kan erg handig zijn om zelf templates te kunnen maken en/of aanpassen.
- ***Hoe uitgebreid is de Designeromgeving?***  
Templates bepalen hoe uw narrowcasting er uit komt te zien. Hoe meer mogelijkheden hoe creatiever u kunt zijn.
- ***Kan ik een demonstratie krijgen van de Designer omgeving?***  
Specificaties op papier zijn erg nuttig, maar de praktijk geeft u direct een helder beeld.

- ***Hoe is de beheeromgeving opgezet?***  
Het CMS (content management systeem) is de omgeving waarmee u uw uitzendingen kunt beheren. Hier staat al uw content, uw uitzendingen, maakt u koppelingen met andere omgevingen et cetera.
- ***Is er een uitgebreide feature lijst beschikbaar van het CMS?***  
Een uitgebreid overzicht van de specificaties en features voorkomt teleurstellingen.
- ***Is het CMS web-based?***  
Web-based houdt in dat u overal d.m.v. een Internetverbinding kunt inloggen op uw CMS.
- ***Kan ik naast TV schermen nog andere schermen aansturen met het CMS?***  
Het kan nuttig zijn om uw informatie niet alleen op Tv schermen te publiceren maar ook op andere devices zoals bijvoorbeeld smartphones en/of tablet. Zo krijgen mensen die vaak buiten uw kantoor verkeren alsnog toegang tot de informatie.
- ***Hoe ziet de licentie-structuur er uit?***  
Kunt u onbeperkt players toevoegen, gebruikers toevoegen, uitzendingen toevoegen of zijn er hier beperkingen en/of limieten aangebracht? Kortom, betaalt u een eenmalig bedrag of zijn er verborgen kosten?
- ***Hoe flexibel is de scheduling?***  
Scheduling is het inplannen van een uitzending. Oftewel, wanneer wordt welke content op welk scherm getoond. Hoe dynamischer de scheduling hoe beter u uw content kunt afstemmen per scherm of tijdstip.
- ***Hoe is de rechtenstructuur ingericht in het CMS?***  
Als meerdere mensen in uw organisatie met het systeem gaan werken dan is het prettig of zelfs mogelijk noodzakelijk dat u diverse soorten gebruikers kunt aanmaken met elk hun bijbehorende rechtenprofiel.
- ***Kan ik eenvoudig content van derden toevoegen aan mijn narrowcasting?***  
Dynamische content zorgt voor meer kijkers. Als u eenvoudig contentfeeds van ander partijen kunt toevoegen dan zorgt dit voor een hogere attentiewaarde. Dit kunnen feeds zijn op het gebied van Social Media, van algemene aard zoals Weer & Verkeer of heel specifiek zoals een koppeling met uw ERP omgeving.

- **Worden wijzigingen die ik in het CMS aanbreng real-time verwerkt?**  
Actualiteit is erg prettig bij narrowcasting. Het is daarom belangrijk dat mutaties die u doorvoert of nieuwe zaken die worden toegevoegd real-time worden verwerkt en worden getoond.
- **Welke type content wordt allemaal ondersteunt?**  
Uw uitzending is opgebouwd uit diverse soorten content. Deze content heeft vaak diverse extensies. Bij afbeeldingen kan het gaan om .jpeg, .tiff, .png enz. bij video kan het gaan om .wmv, .mov, .mpeg et cetera. Hiernaast zijn er natuurlijk nog andere vormen zoals flash of animaties. Wat kan het systeem wel en niet aan?
- **Levert een bedrijf 1 of meerdere soorten players?**  
Het betreft hier niet de situatie “onze size fits all” Een player is een computer met hierin o.a. een CPU en een grafische kaart. De performance van deze hardware i.c.m. player-software bepaalt hoe mooi een uitzending wordt afgespeeld en wat de mogelijkheden zijn. Uitzendingen zijn niet altijd hetzelfde, de ene vraagt meer performance dan de andere. Denk aan veel video, live TV etc.
- **Last but not least...wat is de TCO (total cost of ownership) van de oplossing?**  
Het is belangrijk om goed scherp te hebben wat de totale kosten zijn die met de narrowcasting zijn gemoeid. Dit kan liggen op het vlak van repeterende licenties, extra licenties bij uitbreiding, interne uren t.b.v. redactie, IT gerelateerde zaken zoals het inrichten van een server et cetera.



### 3 – DE SAMENWERKING

Narrowcasting raakt in de meeste gevallen meerdere afdelingen in uw organisatie waaronder hoogstwaarschijnlijk de marketing/communicatie en IT afdeling. Het opzetten van een narrowcasting configuratie is in veel gevallen een project, niet het leveren van alleen software.

Onderstaand een aantal vragen die inzicht kunnen geven op het verloop van de samenwerking.

- ***Hoe pakt de leverancier een project aan?***  
Het is nuttig om inzicht te krijgen hoe de leverancier het project bij uw organisatie aanpakt. Is er een projectplanning? Hoe zit het met efficiency?
- ***Wat is de gemiddelde doorlooptijd van een narrowcasting project?***  
De doorlooptijd heeft impact op uw interne organisatie. Vraag hoe lang uw specifieke oplossing nodig heeft voordat deze operationeel is.
- ***Hoe verloopt de communicatie met de leverancier?***  
Is er een projectteam, 1 aanspreekpunt? Hoe is dit geregeld?
- ***Beschikt de organisatie over IT kennis?***  
Narrowcasting is deels een technisch product. Niet altijd verloopt een installatie compleet soepel. Het is prettig als de leverancier kennis heeft van IT zodat een integratie binnen uw netwerk soepel kan verlopen en mogelijke issues kunnen worden opgelost.
- ***Is het mogelijk om een producttraining te ontvangen?***  
Door het krijgen van een training bent u snel vertrouwd met uw nieuwe narrowcasting omgeving. Hoe sneller de content beheerd kan worden hoe beter narrowcasting functioneert.





🌐 [www.tss.nl](http://www.tss.nl)  
✉ [info@tss.nl](mailto:info@tss.nl)

