



Netpresenter Targeting

Een praktische gids voor het begrijpen en gebruiken van Netpresenter Targeting

Introductie

Met Netpresenter Targeting kun je eenvoudig doelgroepen samenstellen op basis van personen of apparaten, bijvoorbeeld op basis van locatie of afdeling. Zo blijft je communicatie altijd relevant en effectief.

Deze gids legt de belangrijkste onderdelen uit – Users, Players, Audiences en Spaces – en hoe ze samenwerken om gerichte communicatie mogelijk te maken. Je vindt ook drie scenario's met voorbeelden, van eenvoudige tot geavanceerde targeting, zodat je ziet hoe je het in de praktijk toepast.

1. Users

Users zijn de eindgebruikers (werknemers) die content kunnen bekijken in de employee app. Je kunt Users groeperen, handmatig of op basis van regels. Zo kun je eenvoudig in één keer meerdere personen bereiken.

2. Players

Players zijn apparaten waarop je content uit de Netpresenter Content Hub wordt weergegeven (zoals slides). Ook Players kun je groeperen voor eenvoudig beheer.

3. Audiences

Een Audience is een verzameling van groepen Users en/of Players. Denk bijvoorbeeld aan groepen per afdeling (zoals Marketing of Sales), die je vervolgens samenvoegt in één Audience per gebouw. Zo kun je in één keer een hele locatie bereiken!

4. Spaces

In Netpresenter gebruik je Spaces om alles te organiseren – van Content tot Users, Players en Audiences. Elke Space is een eigen, afgebakende omgeving met een specifieke set aan content, gebruikers, apparaten en doelgroepen. Optioneel kan elke Space ook een eigen huisstijl hebben, met bijbehorende templates en kleurenthema's. Deze aanpak zorgt ervoor dat je communicatie overzichtelijk blijft, goed georganiseerd is en nauwkeurig wordt afgestemd op de juiste doelgroep.

Voorbeeld: je hebt één Space voor het hoofdkantoor in Amsterdam, één voor het kantoor in Eindhoven en één voor een businessunit in Europa (bijvoorbeeld Parijs).

Netpresenter Targeting in het kort

- **Content Targeting:** Tijdens het maken van content bepaal jij wie het te zien krijgt. Je kiest specifieke Users, usergroepen, Players, playergroepen of complete Audiences.
- **Spaces en Audiences:** Een Audience kan gekoppeld zijn aan meerdere Spaces. Dat is handig als dezelfde doelgroep content moet zien in meerdere omgevingen.

Groepen van Users en Players maken het beheer eenvoudiger. Audiences combineren deze groepen voor bredere targeting. Spaces houden alles overzichtelijk. Dit maakt flexibele, gerichte contentdistributie mogelijk – ongeacht de omgeving!

Targeting in de praktijk

De Targeting-feature van Netpresenter is flexibel inzetbaar en past zich moeiteloos aan de grootte en structuur van je organisatie aan. De drie voorbeeldscenario's hieronder laten zien hoe je Targeting kunt toepassen: van een eenvoudige tot een zeer uitgebreide opzet. Zo wordt duidelijk hoe schaalbaar en veelzijdig de feature is.

Deze praktijkvoorbeelden geven je concreet inzicht in hoe je je Targeting-structuur kunt opbouwen, afgestemd op de complexiteit en communicatiebehoeften van jouw organisatie.

Scenario A

Targetingmethode: Eenvoudig

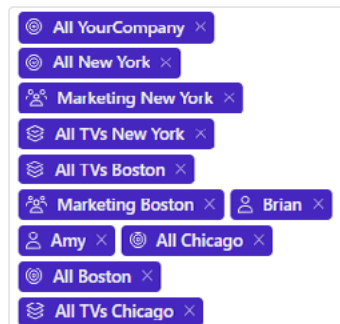
Use Case: Een organisatie met één locatie in Amsterdam, 100 werknemers en 10 tv-schermen

Voorbeeldopzet:

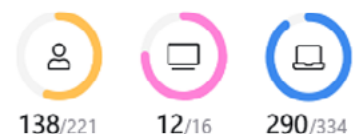
- 1 Space: Amsterdam
- 1 Audience: All Amsterdam (inclusief alle groepen)
- Groepen per afdeling: Marketing, Sales, HR, IT, enz.
- Gerichte device targeting: bijvoorbeeld het scherm bij de ingang

Waarom het werkt: Een eenvoudige indeling van Audiences op basis van teams of functies zorgt voor relevante communicatie zonder extra complexiteit. Het beheer blijft licht en de configuratie minimaal.

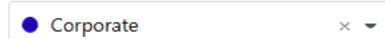
Target Audience



Estimated Reach ⓘ



Category



Scenario B

Targetingmethode: Geavanceerd

Use Case: Een organisatie met meerdere nationale locaties (Amsterdam, Eindhoven, Utrecht), 1.500 werknemers en 35 tv-schermen

Voorbeeldopzet:

- 3 Spaces: Amsterdam, Eindhoven, Utrecht
- 1 overkoepelende Audience: All YourCompany (inclusief alle groepen organisatiebreed)
- Audiences per Space: All Amsterdam, All Eindhoven, All Utrecht
- Groepen per afdeling per locatie: Marketing Amsterdam, Marketing Eindhoven, enz.
- Devicegroepen: All TVs Amsterdam, All TVs Eindhoven, All TVs Utrecht
- Gerichte device targeting: scherm bij de ingang in Amsterdam, kantinescherm in Eindhoven, enz..

Waarom het werkt: Door een tweede laag toe te voegen (bijvoorbeeld locatie én functie), wordt de communicatie gericht en effectiever, terwijl het geheel overzichtelijk en beheersbaar blijft.

Scenario C

Targetingmethode: Uitgebreid

Use Case: Een organisatie met meerdere internationale locaties of business units (Amsterdam, Eindhoven, Utrecht, Parijs, Brussel), 5.000 werknemers en 80 tv-schermen

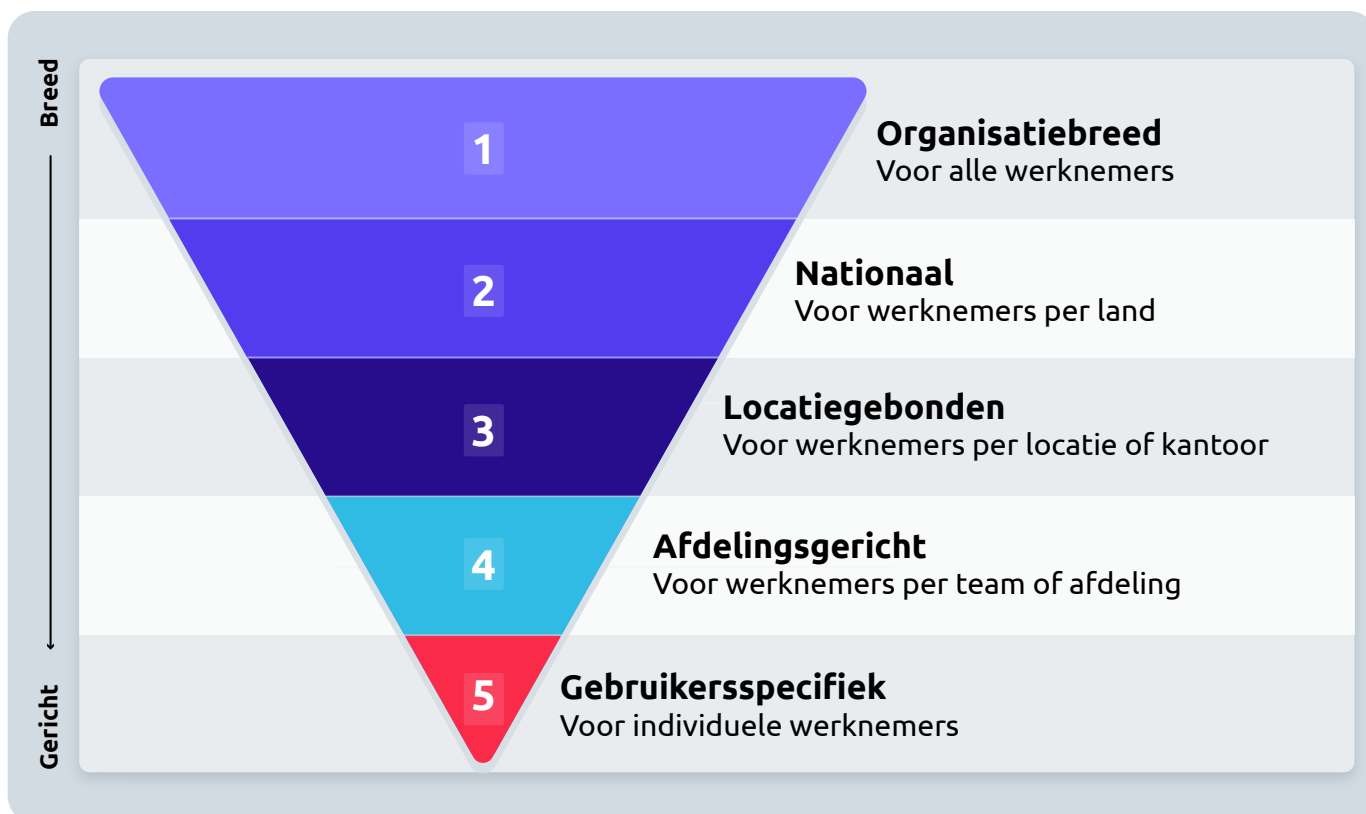
Voorbeeldopzet:

- 5 Spaces: Amsterdam, Eindhoven, Utrecht, Parijs, Brussel
- 1 Audience: All YourCompany (organisatiebreed)
- Audiences per Space: All Amsterdam, All Parijs, All Brussel, enz.
- Groepen per afdeling per locatie: Marketing Amsterdam, Marketing Parijs, enz.
- Devicegroepen: All TVs Amsterdam, All TVs Parijs, enz.
- Gerichte device targeting: scherm bij de ingang in Amsterdam, kantinescherm in Eindhoven, productieschermen in Brussel

Waarom het werkt: Zeer gedetailleerde controle zorgt ervoor dat elke Audience alleen die informatie ontvangt die voor hen relevant is. Zo maximaliseer je de impact van je boodschap en voorkom je ruis of informatie-overload in grote, complexe omgevingen.

Lagen van Targeting

De Targeting-feature van Netpresenter maakt het mogelijk om de juiste boodschap bij de juiste doelgroep te krijgen door tot wel vijf lagen van targeting toe te passen – van brede, organisatiebrede communicatie tot gepersonaliseerde berichten. Deze gelaagde aanpak zorgt ervoor dat je communicatie altijd relevant, doelgericht en effectief is.



Gelaagde targeting stelt je in staat om te schakelen van brede, organisatiebrede communicatie naar zeer gerichte, individuele berichten. Hoe specifieker je boodschap, hoe krachtiger het effect. Door je communicatie af te stemmen op het juiste niveau, zorg je voor:

- **Meer relevantie** – Werknemers ontvangen alleen informatie die voor hen van toepassing is.
- **Grotere betrokkenheid** – Gepersonaliseerde berichten vallen meer op en zetten sneller aan tot actie.
- **Minder informatiestress** – Gerichte communicatie houdt je organisatie geïnformeerd zonder te overweldigen.

Laag 1: Organisatiebreed

Doelgroep: All employees across the entire organization

Doel: Company-wide messages that are relevant to everyone

Voorbeelden:

- Videoboodschap van de CEO over de jaarcijfers
- Beleid dat voor iedereen geldt (bijv. hybride werken)
- Lancering van een wereldwijd welzijnsprogramma voor werknemers
- Organisatiebrede bewustwordingscampagne over cybersecurity
- Algemene feestgroet (bijv. nieuwjaarsbericht)

Laag 2: Nationaal

Doelgroep: Werknemers binnen een specifiek land of regio

Doel: Lokale updates op basis van nationale of regionale context, vaak in de lokale taal

Voorbeelden:

- Updates over wijzigingen in arbeidswetgeving (bijv. verhoging minimumloon)
- Aankondigingen van nationale feestdagen of stakingen in de publieke sector
- Land-specifieke bedrijfssuccessen (bijv. het winnen van een lokale award)
- Regionale veiligheidsrichtlijnen
- Updates over land-specifieke secundaire arbeidsvoorwaarden

Laag 3: Locatiegebonden

Doelgroep: Werknemers op een specifieke locatie, kantoor of gebouw

Doel: Operationele communicatie die relevant is voor één fysieke locatie

Voorbeelden:

- Meldingen over onderhoud aan faciliteiten (bijv. heraanleg parkeerplaats)
- Lokale evenementen (bijv. sponsorloop in Eindhoven)
- Oefening brandalarm in een specifiek gebouw
- Aanpassing in het cafetariamenu van een bepaalde locatie
- Bouwactiviteiten die de toegankelijkheid van het kantoor beïnvloeden

Laag 4: Afdelingsgericht

Doelgroep: Werknemers binnen een specifieke afdeling of team

Doel: Communicatie gericht op een rol of functie

Voorbeelden:

- Sales: Aankondiging van nieuwe targets of commissiestructuur
- Productie: Wijzigingen in roosters of procedures
- IT: Herinnering voor securitytraining of verwelkoming van een nieuwe collega
- HR: Introductie van trainingsprogramma's of aanpassing van benefits
- Marketing: Lancering van een nieuwe campagne of branding toolkit

Laag 5: Gebruikersspecifiek

Doelgroep: Individuele Users – één-op-één communicatie

Doel: Gepersonaliseerde communicatie, gericht op één specifieke werknemer

Voorbeelden:

- Verzoek om ontvangst van een belangrijke compliance-update te bevestigen
- Persoonlijke herinnering om je in te schrijven voor een training of brainstormsessie
- Uitnodiging om feedback te geven in een tevredenheidsonderzoek
- Quiz om kennis over cybersecurity te testen
- Persoonlijke felicitatie bij een verjaardag of werkjubileum



Hulp nodig bij het instellen van Targeting?

Neem gerust contact op via techsupport@netpresenter.com. We helpen je graag!