

**PLATFORM** VOOR  
**KLANTGERICHT**  
**ONDERNEMEN** CRM ASSOCIATION NL

**Bijeenkomst Co-Creatieteams en  
kennissessie NPO**

**21 januari 2014**

## Co-creatieteams bezoeken NPO

Op 21 januari 2014 bezochten leden van de co-creatieteams de NPO (Nederlandse Publieke Omroep) met een programma dat bestond uit drie delen:

1. Uitwisselen van speerpunten voor 2014 tussen de co-creatieteams en inventariseren van hulpmogelijkheden en suggesties
2. "Kennisessie" met NPO
3. Bezoek Eindregie backstage

Maar eerst Sprak de voorzitter René de Zoete een dankwoord uit richting de leden van de co-creatieteams voor hun inzet, immers zo stelde hij, zonder jullie geen platform. Natuurlijk willen we dat niet zomaar voorbij laten gaan dus hebben we voor iedereen een boekenbon te besteden bij Managementboek.

### Uitwisselen speerpunten 2014 tussen co-creatieteams

Afgelopen jaar hebben we een aantal brainstormsessies georganiseerd. Na de bijeenkomst van 3 juli afgelopen jaar is daar een schema van gemaakt

Ieder co-creatieteam hield een korte presentatie gestart werd met ontwikkelen:

#### Ontwikkelen

Het team ontwikkelen heeft als belangrijk speerpunt het opbouwen van een relatie met de HBO instellingen in Nederland. Veel instellingen zijn op zoek naar informatie, ondersteuning op ons vakgebied. Tijdens de eerste zeer succesvolle HBO-docentendag kwam dat nadrukkelijk naar voren. We zullen daarom dit jaar nog minimaal 1 HBO-docentendag houden.

Daarnaast zal Ontwikkelen zich ook richten op het rubriceren van opleidingen op het gebied van Klantgericht Ondernemen. Dit rubriceren zal echter niet betekenen dat er een waardering aan de opleiding zal worden toegekend, want we willen onafhankelijk blijven. Om dit te realiseren zal er een stagiair worden aangetrokken. Gevraagd werd of deze rubricering zal afwijken van de overzichten die reeds in de markt geboden worden. Het team zal dit in het onderzoek meenemen.

#### Ontmoeten

Het team ontmoeten zal haar best doen de succesvolle reeks met 4 Inspiratie-, 3 kennis- en 2 masterbijeenkomsten voort te zetten aangevuld met een tweetal bijzondere bijeenkomsten. Graag willen we de ervaring rond de bijeenkomsten uitbreiden. Ondersteunen draagt daar nu al aan bij maar we zouden ook graag ondersteunende informatie, onderzoeken e.d. aanbieden aan onze leden. Daarnaast denken we dat praktijkcases die tijdens de bijeenkomsten besproken worden ook voor ontwikkelen interessant kunnen zijn. Vanuit Ontmoeten is het

tweede speerpunt, hierop aansluitend , om het doel, inhoud en meerwaarde voor de leden dit jaar van iedere bijeenkomst beter/scherper te omschrijven.

Daarnaast zal Ontmoeten de resultaten van vorige bijeenkomsten en de lering die daaruit getrokken wordt in de volgende bijeenkomst terug te koppelen naar de leden.

Tot slot zal het team Ontmoeten samen met de teams van Onderzoeken en Ontwikkelen gaan werken aan het instellen van een scriptieprijs, die we voor het eerst in 2015 hopen uit te reiken.

## **Onderzoeken**

Het bestuur heeft het ontwikkelen van een benchmark op het gebied van Klantgericht Ondernemen als belangrijkste speerpunt voor 2014 aangewezen. Het team Onderzoeken zal samen met enkele universiteiten deze benchmark realiseren. Nodig hiervoor zijn een definitie van Klantgericht Ondernemen, je kunt immers geen benchmark opstellen als je het uitgangspunt niet hebt vastgesteld.

Naast de benchmark zal ook een scan worden ontwikkeld waarmee bedrijven een "self assessment" kunnen uitvoeren om erg basic vast te kunnen stellen hoe klantgericht ze zijn tov andere bedrijven.

Inmiddels is het team Onderzoeken al ver gevorderd met het samenstellen van een ledenonderzoek. Naar verwachting zal deze in het eerste kwartaal van 2014 verspreid kunnen worden.

Ook zal er gewerkt worden aan het ontwikkelen van een kennisportaal en natuurlijk zal er samen met Ontmoeten en Ontwikkelen gewerkt worden aan de ontwikkeling van een scriptieprijs.

## **Ondersteunen**

Het team ondersteunen heeft vorig jaar de nieuwe website gerealiseerd en zal dit jaar voor de verdere uitbouw zorgdragen, vooral door content van de diverse teams te ontsluiten.

Het team wil er ook voor zorgen dat de website vaker bezocht wordt door gebruik te maken van de daarvoor beschikbare technieken.

Een belangrijk speerpunt is het ontwikkelen van een visie op consumenten betrokkenheid en het inrichten van een meldpunt. Deze visie zal in de eerste helft van 2014 worden voorgelegd aan het bestuur.

Het team ondersteunen heeft ook als speerpunt om een tweetal PvKO publicaties te realiseren. Het is de bedoeling deze publicaties naadloos aan te laten sluiten aan de online content. Inmiddels zijn de eerste stappen op dit gebied gezet.

Na iedere presentatie van een co-creatieteam werd iedereen gevraagd middels post-its aan te geven:

- Welke hulp zouden andere teams kunnen leveren
- Hulp van anderen
- Suggesties voor het team

De uitwerking van deze punten is in een separate excel-file opgenomen.

Vervolgens was er door de NPO gezorgd voor een heerlijk soep en lekkere broodjes en konden we even napraten over de presentaties en de verzamelde punten.

## **Kennissessie NPO**

Peter Joziasse (lid van het bestuur en manager a.i.) leidde dit deel van het programma in. Thema's die centraal zullen staan tijdens deze bijeenkomst zijn:

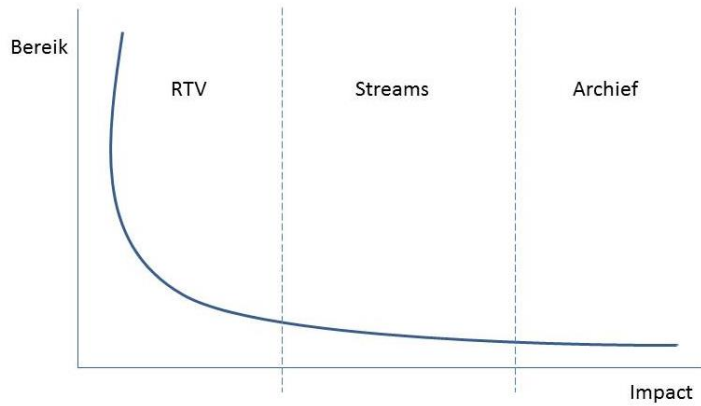
- Diensten
- Vindbaarheid
- Service

Uitgangspunten tijdens deze bijeenkomst zijn:

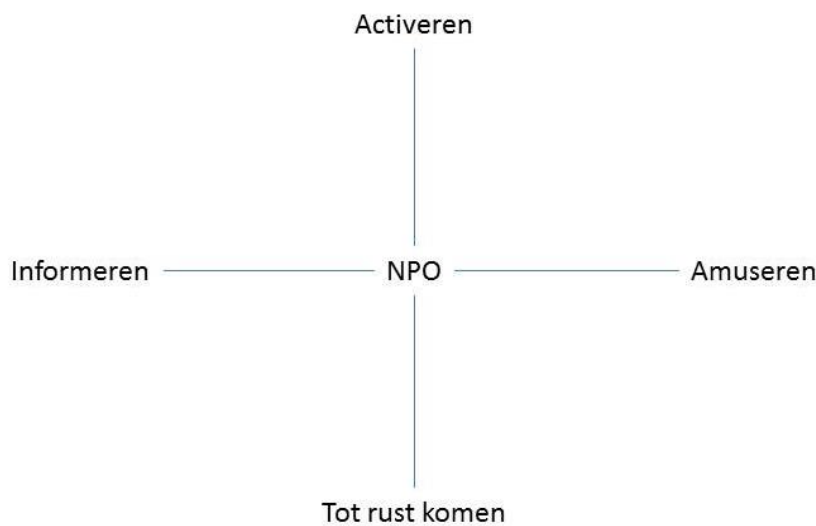
1. Het is goed dat er publieke omroep is
2. We praten vandaag over de NPO-organisatie
3. Video -> platform onafhankelijk
4. Informeel
5. Informatie vertrouwelijk behandelen
6. Op zoek richting 2020

Belangrijk om te weten is dat de NPO van oorsprong een bestuurlijke organisatie is. Opdracht voor de NPO is om (specifiek op radio, tv en internet) meer bereik te genereren en de publieke taak te vervullen. Met bereik wordt dan bedoeld het aantal ogen en oren dat kijkt en luistert naar de publieke omroep.

Belangrijk voor de NPO is om impact te realiseren en invloed uit te oefenen. Wel moet rekening gehouden worden met de long tail van media bedrijven. Het begint met een hoog bereik op RTV gebied, waarna er nog een redelijk bereik is via de streams en tot slot een beperkt bereik met het archief. De impact van streams en het archief is echter wel degelijk nog groot. Zo heeft bijvoorbeeld uitzending gemist een bereik van 4 miljoen per maand.



NPO bevindt zich op het kruispunt tussen informeren <-> amuseren en activeren <-> tot rust komen



Kernwaarden van de NPO zijn:

- Onafhankelijk
- Betrouwbaar
- Pluriform
- Geëngageerd
- Met impact
- Voor iedereen
- Authentiek
- Vernieuwend

Missie NPO:

De NPO verbind je met de wereld om je heen.

NPO doet dit vooral op de gebieden:

- Journalistiek
- Kinderen

- Kennis en wetenschap
- Evenementen (Olympische Spelen, Koningsdag e.d.)
- Kunst en cultuur

De omroepen zorgen voor de productie van de programma's en voor de binding met publiek (leden) en de NPO zorgt voor de verdeling van de zendtijd over de zenders en programmering in de zin van het soort programma op welke zender en op welk moment. De ontwikkeling naar een goede (online) relatie staat nog in de kinderschoenen.

De toekomst is door de externe ontwikkelingen onzeker en men is er van overtuigd dat de NPO relevant moet zijn in het bestel om te overleven. Uitdaging van de Publieke Omroep is dat het proces van planning-> programmeren-> uitzenden zo'n 1 ½ jaar kost. Die tijdlijn maakt het moeilijk om snel in te spelen op nieuwe ontwikkelingen.

Er wordt hard gewerkt aan het combineren van processen en technieken. Belangrijke punten hierbij zijn vooral het meten en rapporteren zodat men weet hoe goed het is gegaan.

Vervolgens worden de hoofdprocessen van de NPO toegelicht

Tot slot een belangrijke vraag van de NPO is: Welke metadata zijn relevant om beter gevonden te worden. Vraag die hierbij gesteld kan worden is: "hoe zoeken kijkers", om op basis daarvan te bepalen welke data nodig is om daar beter op in te kunnen spelen.

Na discussie en presentatie van de resultaten werd dit onderdeel afgesloten.

## **Bezoek Backstage**

Tot slot werden we meegenomen naar de ruimten waar de uitzendingen van Nederland 1, 2 en 3 worden aangestuurd en vervolgens naar de regelkamer waar satellietverbindingen worden opgezet en de binnenkomende beelden worden verspreid. Een indrukwekkend kijkje achter de schermen.