

# VOORDELEN NARROWCASTING

---

## Interne communicatie

### #1 ORDE IN DE COMMUNICATIECHAOS

De gemiddelde medewerker krijgt steeds meer boodschappen op zich afgevuurd via allerlei verschillende communicatie kanalen. Er ontstaat een information overload. Narrowcasting is het startpunt vanwaar medewerkers op een logische manier uitkomen bij de informatie die voor hen van belang is. Korte, aantrekkelijke berichten brengen hen op de hoogte van het belangrijkste nieuws en via verwijzingen naar andere kanalen weten zij waar ze terecht kunnen.

### #2 VOORKOMEN WASTE

Het woord 'narrow' zegt het in feite al: met narrowcasting bereik je alleen de mensen die je wilt bereiken. Je bepaalt zelf op welke schermen je bepaalde informatie wel en niet vertoond. Hierdoor bereik je de juiste mensen binnen de organisatie en is de informatie altijd relevant.

### #3 BETROKKEN MEDEWERKERS

Betrokken en bevlogen medewerkers maken het verschil binnen een organisatie. Alleen als ze weten waar ze het voor doen en daar volledig achter staan, gaan ze ervoor. Dan dragen ze bij aan een beter bedrijfsresultaat en worden ze ambassadeur van jouw organisatie. Narrowcasting heeft de kracht om mensen te inspireren en te motiveren. Om medewerkers met elkaar te verbinden en actief bij de organisatie te betrekken. Betrokken medewerkers zorgen voor een lager ziekteverzuim. Ze voelen zich meer verbonden, zijn zich bewust van de missie en bedrijfsdoelen en doen hun werk vanuit een innerlijke motivatie.

### #4 MAXIMAAL RENDEMENT UIT DE INTERNE COMMUNICATIEMIX

Er is ongelooflijk veel tijd en geld ingestopt en toch blijkt uit het tevredenheidsonderzoek dat de medewerkers het intranet, de interne nieuwsbrief of andere communicatiemiddelen waarderen met een mager zesje. Een narrowcastingsysteem draagt bij aan een hogere waardering van deze middelen. Het is bijvoorbeeld mogelijk om het intranet of een nieuwsbrief positief onder de aandacht brengen en te wijzen op de inhoud. Wanneer het duidelijk is welk kanaal wat te bieden heeft, haal je meer rendement uit de totale interne communicatiemix.

## #5 EFFICIËNTE ORGANISATIE VAN DE INTERNE COMMUNICATIE

Wanneer iets in de organisatie niet helemaal duidelijk is, wordt al snel gebeld en gemaïld naar collega's van PR, Marketing, Interne Communicatie of HRM. Dat kost tijd en mankracht. Een narrowcastingsysteem maakt dat overbodig: simpelweg door de informatie, waar men naar op zoek is, op de schermen te plaatsen en wanneer nodig, medewerkers te verwijzen naar de juiste bron van informatie. Zo weet men altijd waar men terecht kan.

## #6 BESPARING VAN TIJD

Het ontwerpen, aanpassen, bestellen en ophangen van posters en memo's kost tijd. Met een narrowcasting systeem maak je gemakkelijk en snel berichten, die direct op de gewenste beeldschermen gepubliceerd kunnen komen. Verandert de informatie of zit er een fout in de boodschap, met één druk op de knop pas je net zo gemakkelijk een bericht aan.

## #7 DE KRACHT VAN HERHALING

Om écht te blijven hangen, moet een boodschap meerdere keren aankomen bij de ontvanger. Oftewel, wanneer je wilt dat mensen je boodschap onthouden, moet je hem herhalen. Een boodschap moet gemiddeld drie keer aankomen, wil het bekliven. Herhaling is de kracht van de boodschap wordt ook wel gezegd. Een narrowcasting systeem herhaalt berichten en zorgt ervoor dat de informatie beter opgenomen wordt.

## #8 VEILIGHEID

In een productieomgeving is het niet altijd even gemakkelijk om goed te communiceren. Je hebt te maken met lawaai, belemmerende beschermingsmiddelen en niet iedereen heeft de beschikking over een computer. Met een narrowcasting systeem ben je in staat om medewerkers gemakkelijk te voorzien van veiligheidsinstructies met visuele berichten. Het attenderen op veiligheidsregels en het aansporen om beschermende middelen te dragen, zijn hier voorbeelden van. Daarnaast biedt narrowcasting uitkomst in gevaarlijke situaties. Je communiceert direct de juiste boodschap op de juiste plaats.