

Eenmalige bestandsverrijking met het Culturele Doelgroepenmodel

Informatie voor culturele organisaties in Nederland

Wat is een eenmalige bestandsverrijking en wat kan je er zoal mee?

Met het Culturele Doelgroepenmodel kan je werken aan publieksbereik. Een eenmalige bestandsverrijking geeft de mogelijkheid om de Culturele Doelgroepen te koppelen aan bestaande klantgegevens. Dit kan onder meer ten behoeve van een database zijn of een onderzoek. Door verdiepende analyses te maken, kan je zien hoe de betreffende Culturele Doelgroep zich bij jou beweegt. Afhankelijk van de data die je verzamelt, kan het je inzicht geven in bijvoorbeeld wat ze vinden van jouw organisatie, waar de doelgroep naar toe gaat, of het een vroege koper is of een *last-minute* beslisser, etc. Met deze informatie kan je meer data-geïnformeerd werken aan je publieksbereik en gericht je marketing inzetten.

Voor een bestandsverrijking zijn klantgegevens nodig. De Culturele Doelgroepen kunnen gematcht worden op basis van postcodes en huisnummers (inclusief toevoeging indien aanwezig). Voor het terugladen van de verrijking in een (CRM-)systeem is het van belang om naast de postcodes en huisnummers een ID van de klantgegevens mee te leveren in het databestand. Als er enkel losse postcodes en huisnummers beschikbaar zijn, is een publieksanalyse rapport een beter uitgangspunt.

Het verrijken van een klantbestand kan voor partijen in Rotterdam Rijnmond gedaan worden door Rotterdam Festivals. Hierbuiten is Whooz de aangewezen partij. Houd er rekening mee dat er kosten aan een verrijking verbonden zijn. De hoogte van het bedrag is mede afhankelijk van het aantal records dat verrijkt wordt. Informeer hiervoor bij [Rotterdam Festivals](#) of [Whooz](#).

Controleer of je privacyverklaring voldoet en vul deze eventueel aan met nodige informatie als je werkt met het Culturele Doelgroepenmodel. [Lees hier meer over privacy en AVG](#). Daarnaast is het goed om te weten dat alle huishoudens in Nederland worden gekoppeld aan een van de Culturele Doelgroepen op basis van postcode, huisnummer en eventuele toevoeging. Dit betekent dat buitenlandse bezoekers buiten een verrijking vallen. Daarnaast kunnen er in een huishouden meerdere personen wonen, daar biedt het model geen inzicht in. Bezoek [Cultureledoelgroepenmodel.nl](#) voor meer informatie over het model en de Culturele Doelgroepen.

Aan de slag voor een bestandsverrijking

1. Bepalen gewenste inzicht en inventarisatie data

Bepaal vooraf welke data je gaat verrijken. Kijk hierbij ook naar de periode: wil je bijvoorbeeld alleen actieve klanten van het afgelopen jaar verrijken of bijvoorbeeld alle klanten van de afgelopen twee of drie jaar?

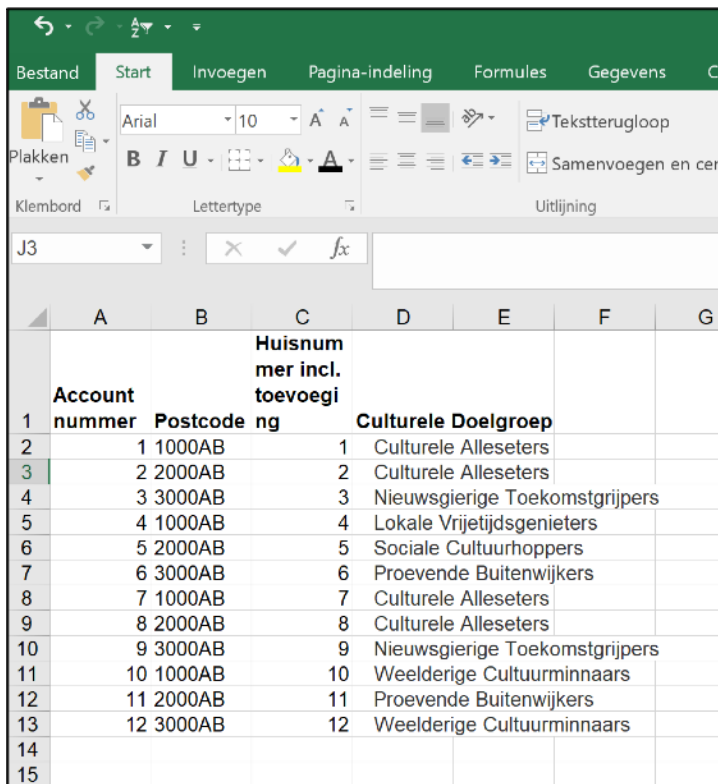
Controleer of de data correct zijn gekoppeld aan het klant-ID, of ze uit het systeem kunnen worden gehaald en of ze weer kunnen worden teruggeladen.

2. Neem contact op met Rotterdam Festivals of Whooz

Zodra je weet hoeveel records verrijkt moeten worden, neem je contact op met de partij die de verrijking kan uitvoeren. Zij kunnen aangeven welke kosten er aan de gewenste verrijking verbonden zijn, op welke termijn de verrijking gerealiseerd kan worden en hoe de data moeten worden aangeleverd. Daarnaast sluit je een verwerkersovereenkomst af met deze partij, die zij naar jou kunnen opsturen.

3. Dataverzameling voor aanlevering

Zet de klantdata (klant-ID, postcode en huisnummer incl. eventuele toevoeging) in een Excelbestand. Plaats in kolom A de klantgegevens, in kolom B de postcodes en in kolom C de huisnummers incl. eventuele toevoegingen. De toevoegingen mogen ook los in kolom D. Zie figuur 1 voor een voorbeeld van de bestandsverrijking (in dit voorbeeld zijn de Culturele Doelgroepen al verrijkt). Zorg voor een duidelijke naam van het Excelbestand met hierin aangegeven om welke data het gaat en over welke periode, bijvoorbeeld 'Totaal Museum X 2024'. Vervolgens lever je dit aan de partij zoals afgesproken.



	A	B	C	D	E	F	G
	Account nummer	Postcode	Huisnummer incl. toevoeging	Culturele Doelgroep			
1							
2	1	1000AB	1	Culturele Alleseters			
3	2	2000AB	2	Culturele Alleseters			
4	3	3000AB	3	Nieuwsgierige Toekomstgrijpers			
5	4	1000AB	4	Lokale Vrijtijdsgenieters			
6	5	2000AB	5	Sociale Cultuurhoppers			
7	6	3000AB	6	Proevende Buitenwijkers			
8	7	1000AB	7	Culturele Alleseters			
9	8	2000AB	8	Culturele Alleseters			
10	9	3000AB	9	Nieuwsgierige Toekomstgrijpers			
11	10	1000AB	10	Weelderige Cultuurminnaars			
12	11	2000AB	11	Proevende Buitenwijkers			
13	12	3000AB	12	Weelderige Cultuurminnaars			
14							
15							

Figuur 1. Voorbeeld databestand eenmalige bestandsverrijking.

4. Aan de slag met de inzichten

Na de verrijking ontvang je het databestand (zie figuur 1). Zodra de Culturele Doelgroepen in jullie systeem zijn teruggeladen of aan de onderzoeksresultaten zijn toegevoegd, kunnen hier verschillende analyses op worden uitgevoerd. Als je ondersteuning nodig hebt bij het uitvoeren van data-analyses, kan Rotterdam Festivals je doorverwijzen naar een gespecialiseerde data-analist. Houd hierbij rekening met bijkomende kosten.

Meer weten over de [Culturele Doelgroepen](#) of hoe je aan de slag kan gaan en [de vertaling kan maken naar jouw organisatie](#)? Bezoek CultureleDoelgroepenmodel.nl voor meer informatie. Check eventueel ook de andere [opties voor data-analyse](#) met het Culturele Doelgroepenmodel.

Of neem contact met ons op via publieksbereik@rotterdamfestivals.nl.

Alhoewel de teksten met de grootst mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen kunnen door gebruik ervan geen rechten ontleend worden aan of aanspraak gemaakt worden op de juistheid en volledigheid van de inhoud. Ook aanvaarden wij geen aansprakelijkheid voor eventuele schade die daardoor kan ontstaan.