

# Playbook 2026: Radicale ROI-Focus in een Groeiende Markt

Waarom wereldwijde adspend met 9,8% stijgt, maar inefficiëntie in de Nederlandse markt keihard wordt afgestraft.

Een strategisch mandaat voor Nederlandse CMO's om historische mediamixen te verlaten en te sturen op wendbaarheid, AI-gedreven kanalen en zero-based accountability.

# De paradox van 2026: Mondiale overvloed versus lokale krimp

## Wereldwijde Groei (De Motor)

↗ **+9,8% Adspend Groei:**  
Versnelling na 6,6% in 2025  
(Bron: PQ Media).

↗ **\$1.920 Biljard Markt:**  
Gedreven door afnemende recessievrees.

↗ **Mega-events als Katalysator:**  
Winterspelen, WK voetbal en wereldwijde verkiezingen stuwten uitgaven.

## De Nederlandse Realiteit (De Druk)

↘ **Krimpende Bureaubudgetten:**  
Traditionele full-service bureaus verliezen terrein.

↘ **De Verschuiving:** Bedrijven investeren direct—in in-house teams, AI-tooling en platforms.

↘ **De Conclusie:** Groei is selectief. Vasthouden aan de traditionele 'tussenschakel' kost rendement.

# Het risico bij inactie: Het 'Airbnb-Effect'

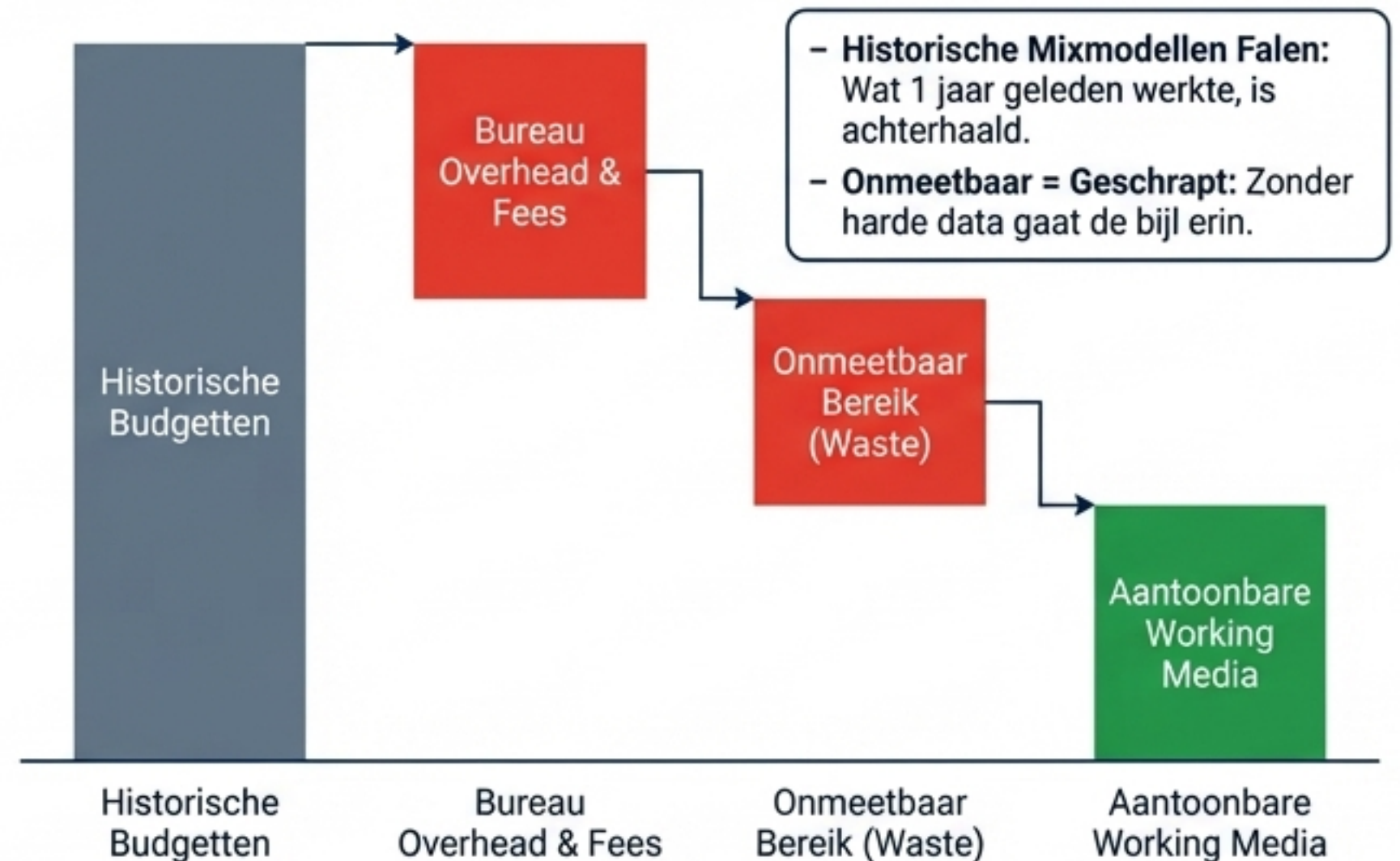
Het blindelings handhaven van historische budgetniveaus is het grootste risico voor de moderne CMO. De bewijslast ligt nu bij de marketingafdeling.

**“We hebben 800 miljoen dollar aan marketing uitgezet en ons verkeer was nog steeds 95% van het jaar ervoor. Misschien hoeven we niet terug naar dat niveau.”**

— Brian Chesky, CEO Airbnb

## Risk Waterfall:

### De Lekkende Emmer van Legacy Planning



# Het 2026 Transformatie Framework

4 stappen van 'Spray and Pray' naar aantoonbaar omnichannel rendement.

## The Precision Engine



### Stap 1: Data-Analyse

Zero-Based Media Audit

Stop historische budgettering.  
Bouw vanaf nul op basis van  
huidige, harde data.

### Stap 2: Kanaalallocatie

AI & Creator Integratie

Verschuif budget van black-  
box bureaus naar directe  
platformen (PMax) en  
creators.

### Stap 3: Doelgroep

Omnichannel Relevantie

Zichtbaarheid is onvoldoende.  
Stuur op data, personalisatie  
en snelheid rondom  
piekmomenten.

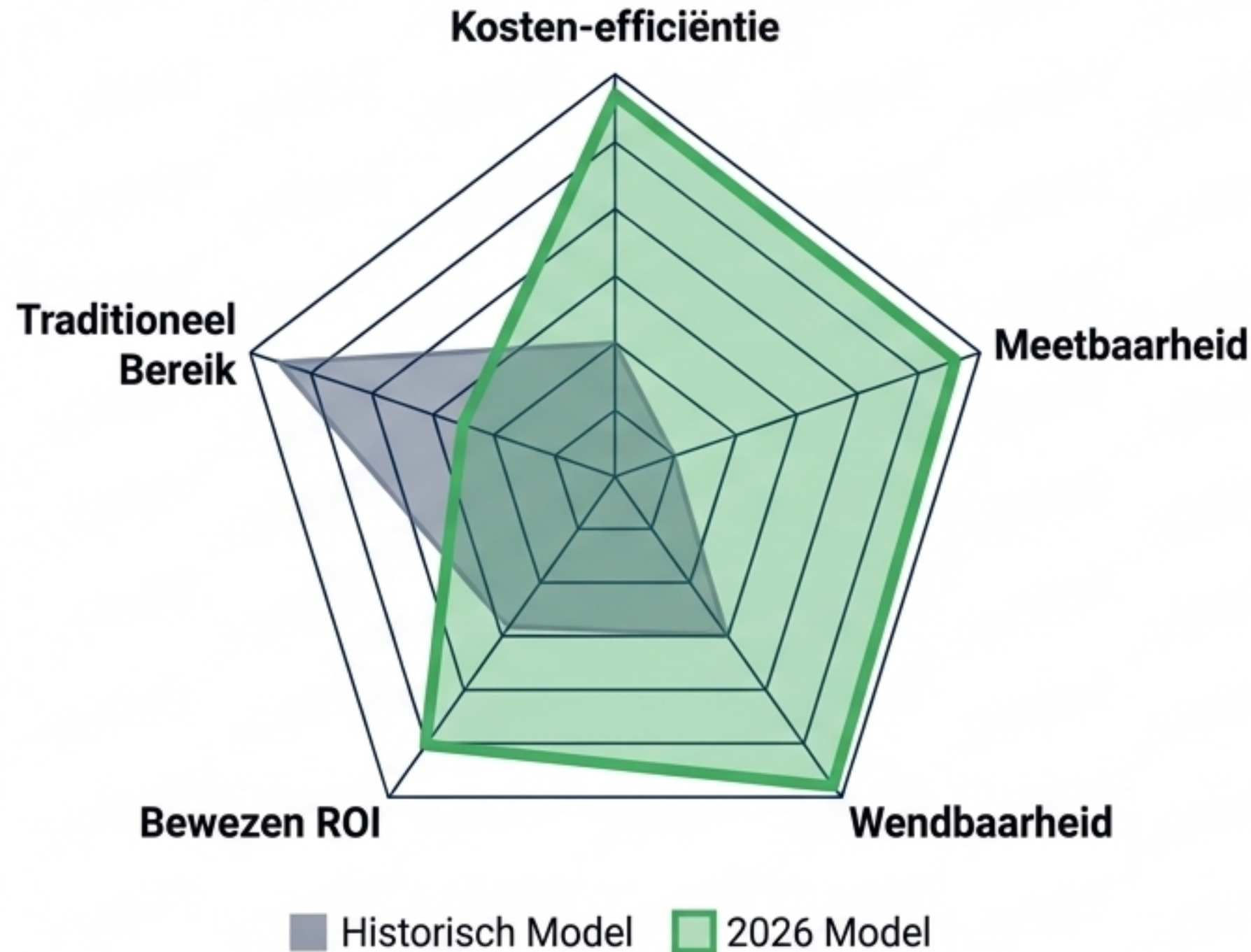
### Stap 4: ROI-Evaluatie

De 'Infinite Budget' Loop

Koppel budget los van  
jaardoelen; stuur op elastische  
investeringen bij positieve  
return.

# Stap 1: De Zero-Based Media Audit

Elke euro moet zijn bestaansrecht in 2026 opnieuw bewijzen.



## De Aanpak:

- **Elimineer het Verleden:** Schrap de 'omdat we het altijd zo deden' mentaliteit.
- **Identificeer de Kern:** Isoleer kanalen die aantoonbaar rendement opleveren.
- **Scenario Planning:** Ontwikkel een noodscenario: wat snijd je als eerste weg bij een abrupte budgetkorting van 20%?

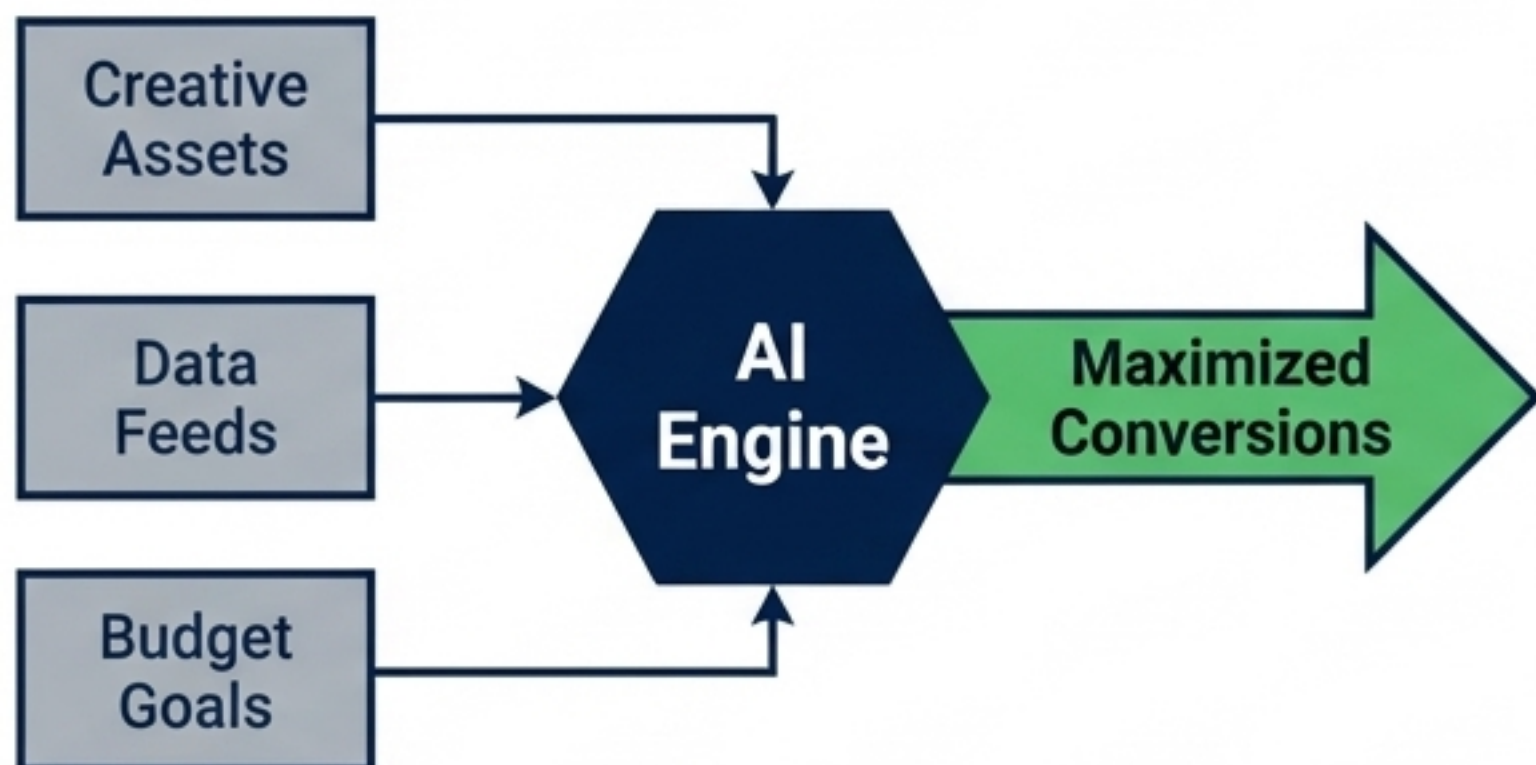
## KPI Focus:

- **Waste Percentage:** Hoeveel budget gaat naar onmeetbare of irrelevante impressies?
- **Baseline Traffic Retention:** Wat gebeurt er met je organische traffic als je top-of-funnel pauzeert?

# Stap 2: Verschuiving naar AI & Creators

Handmatig beheer verdwijnt; machine learning en authentieke makers nemen over.

## Google Performance Max (De Ruggengraat)



- **Status 2026:** Van experiment naar de 'absolute motor' van campagnes.
- **Impact:** Machine learning neemt handmatig beheer over. Verhoogde efficiëntie, lagere overhead.
- **Actie:** Maak PMax een structureel onderdeel van de budget-evaluatie.

## De Creator Economy (Het Volwaardige Kanaal)

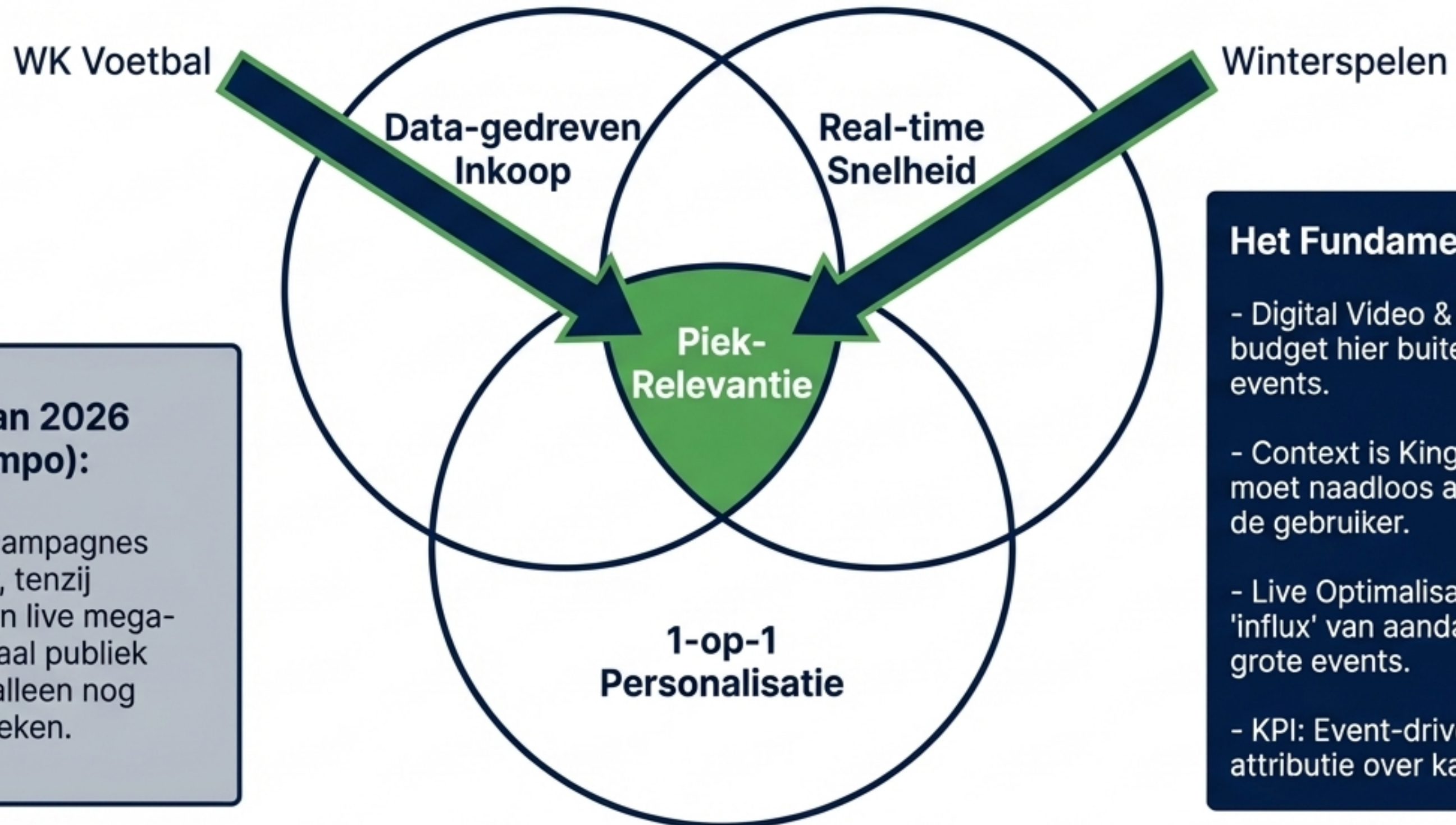


**\$43.9B** Directe Sales (Amazon Ads) ↑

- **Status 2026:** Geen niche meer. Amerikaanse adspend stijgt met 18% naar \$43,9 miljard.
- **Impact:** Merken en creators verbinden directer via 'open call'-formats.
- **Actie:** Behandel creators als primaire mediatypen met strakke ROAS-eisen.

# Stap 3: Omnichannel Relevantie en Piekmomenten

Zichtbaarheid zonder precisie is budgetverspilling.



## De Regel van 2026 (Studio Campo):

Traditionele campagnes blijven achter, tenzij gekoppeld aan live mega-events. Massaal publiek bevindt zich alleen nog rondom de pieken.

## Het Fundament:

- Digital Video & CTV: Focus budget hier buiten de grote events.
- Context is King: Boodschap moet naadloos aansluiten bij de gebruiker.
- Live Optimalisatie: Vang de 'influx' van aandacht tijdens grote events.
- KPI: Event-driven uplift & attributie over kanalen heen.

# Stap 4: De 'Infinite Budget' Loop

Het einde van het statische jaarbudget.

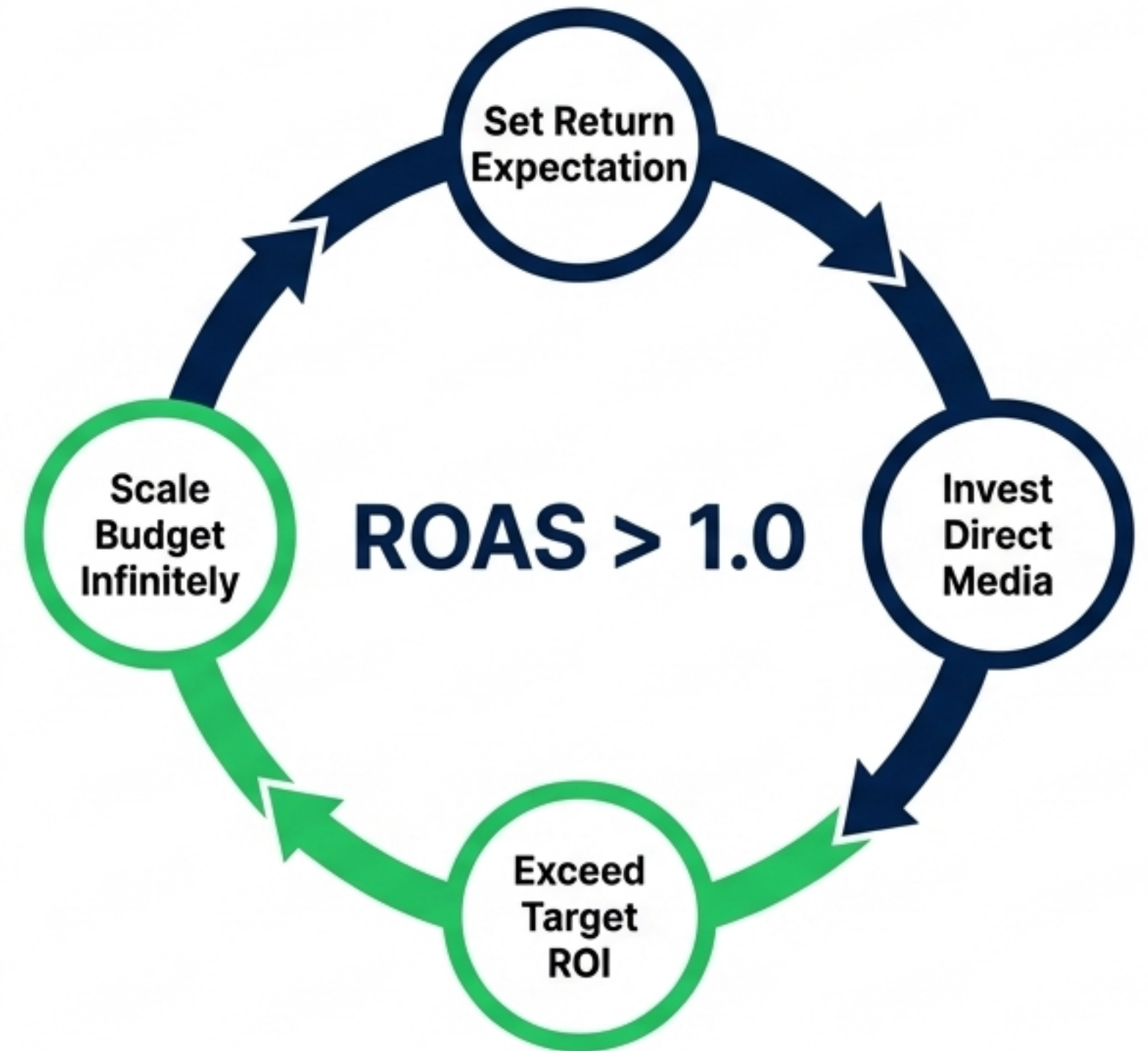
## De Nieuwe Doctrine:

"Ze starten niet met een vast budget; zij werken met een return-expectation en blijven uitgaven doen zolang ze positieve ROI realiseren. Zij schalen uitgaven op en laten hun bedrijf sneller groeien."

— Matthew Samuel Bromberg, CEO Unity Software

## De Mechaniek:

1. **Stop Plafonds:** Een renderende euro mag nooit gestopt worden door een kwartaalbudget.
2. **Harde ROI-Drempels:** Definieer de exacte 'return-expectation' per product.
3. **Algoritmisch Schalen:** Geef AI (PMax) onbeperkt de ruimte zolang de drempel wordt gehaald.



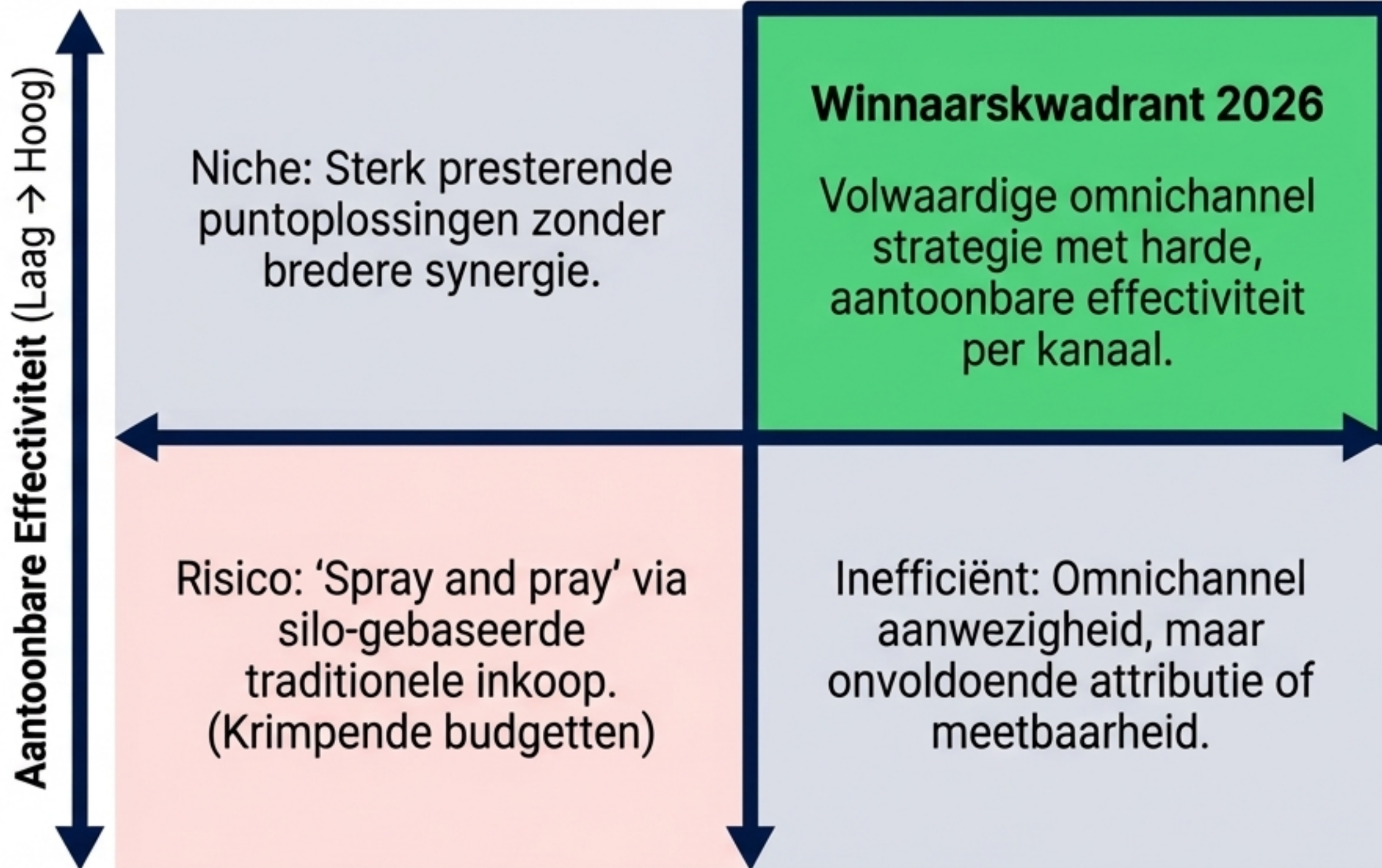
# De Nederlandse Context: Selectieve Groei

Waarom de lokale markt traditionele bureaus straft

## De Lokale Verschuiving (Adformatie & DAC):

Groei is in Nederland geen gegeven meer; het moet verdiend én aangetoond worden.

Bedrijven internaliseren kennis of werken met gespecialiseerde tools in plaats van full-service retainers.



# Do's & Don'ts voor de CMO in 2026

Vermijd de valkuilen van historische budget-toewijzing.

<b>DON'T (De Valkuilen)</b>		<b>DO (De Mandaten)</b>	
	<b>'Spray and Pray':</b> Brede, ongerichte campagnes zonder harde attributie.		<b>Test Performance Max:</b> Evalueer PMax structureel als ruggengraat voor search en display.
	<b>Historische Mix Kopiëren:</b> Uitgaan van de verdeling van 2025, simpelweg 'omdat we het altijd zo deden'.		<b>Schaal via Creators:</b> Sluit directe partnerships met makers via open-call formats.
	<b>Creators als Niche Zien:</b> Influencers behandelen als een PR-afterthought in plaats van een primair conversiekanaal.		<b>Bouw Krimpscenario's:</b> Ontwikkel direct een -20% budgetplan. Wat bescherm je?
	<b>Vaste Jaarbudgetten:</b> Sturen op een statisch mediaplanning-plafond.		<b>Eis Aantoonbaar Rendement:</b> Accepteer geen bureau-rapportages zonder harde business-KPI's.

# Implementatie Roadmap: Het 30-Dagen Sprintplan

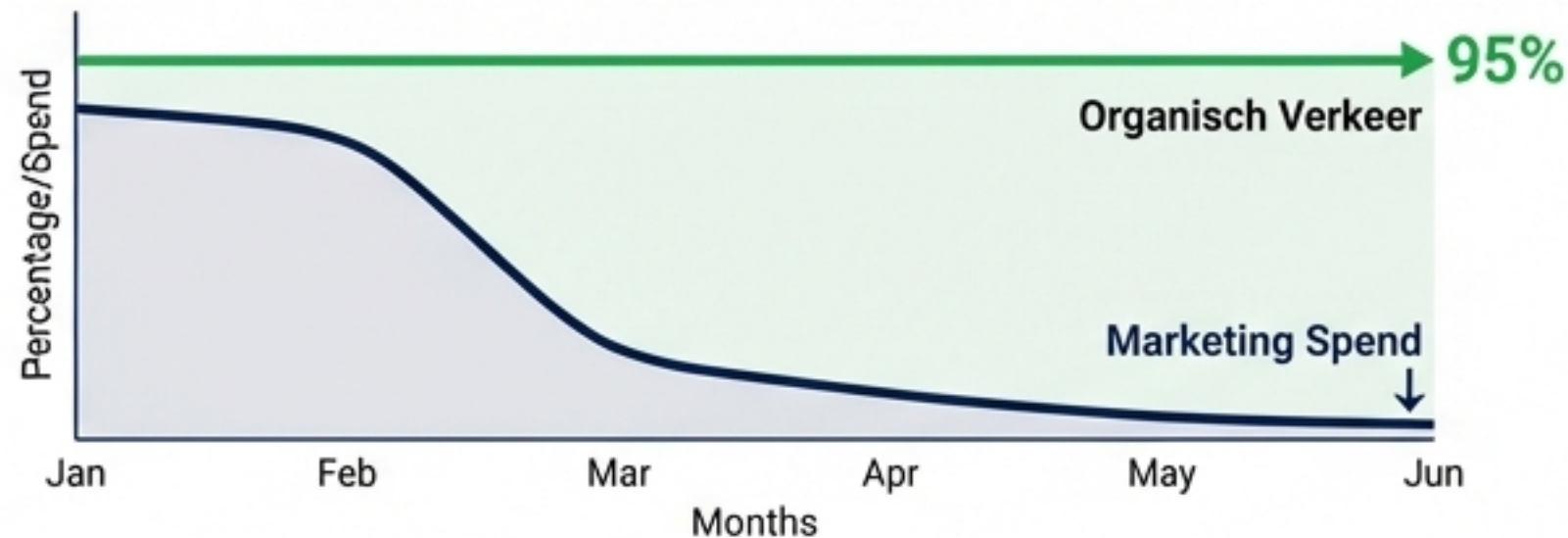
Van inzicht naar gecontroleerde executie in vier weken.



# KPI Dashboard: Sturen op Harde Cijfers

De vier metrics die bepalen of de Precision Engine draait.

## [1] Baseline Traffic Health (Het Airbnb-model)



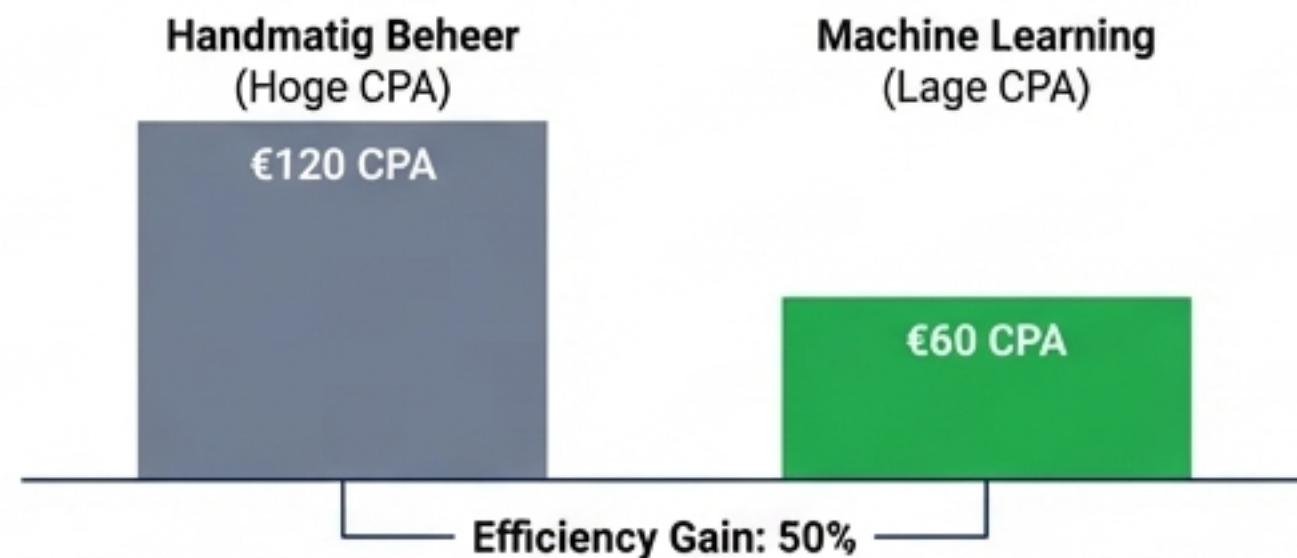
Meet organisch en direct verkeer tegen marketing spend. Blijft de baseline intact bij lagere spend?

## [2] Blended ROAS (De Unity-loop)



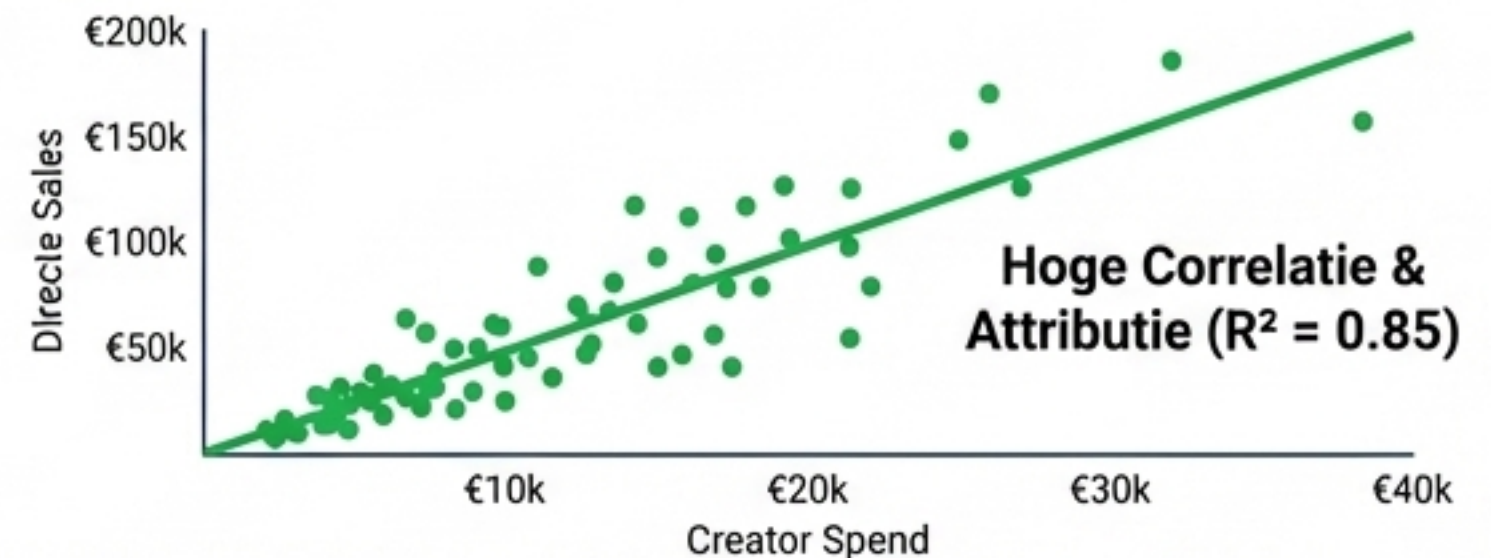
De absolute Return On Ad Spend over alle kanalen. Richtlijn voor het oneindig schalen van budget.

## [3] PMax Efficiency Ratio



Kosten per acquisitie (CPA) gedreven door ML vs. handmatig beheerde legacy campagnes.

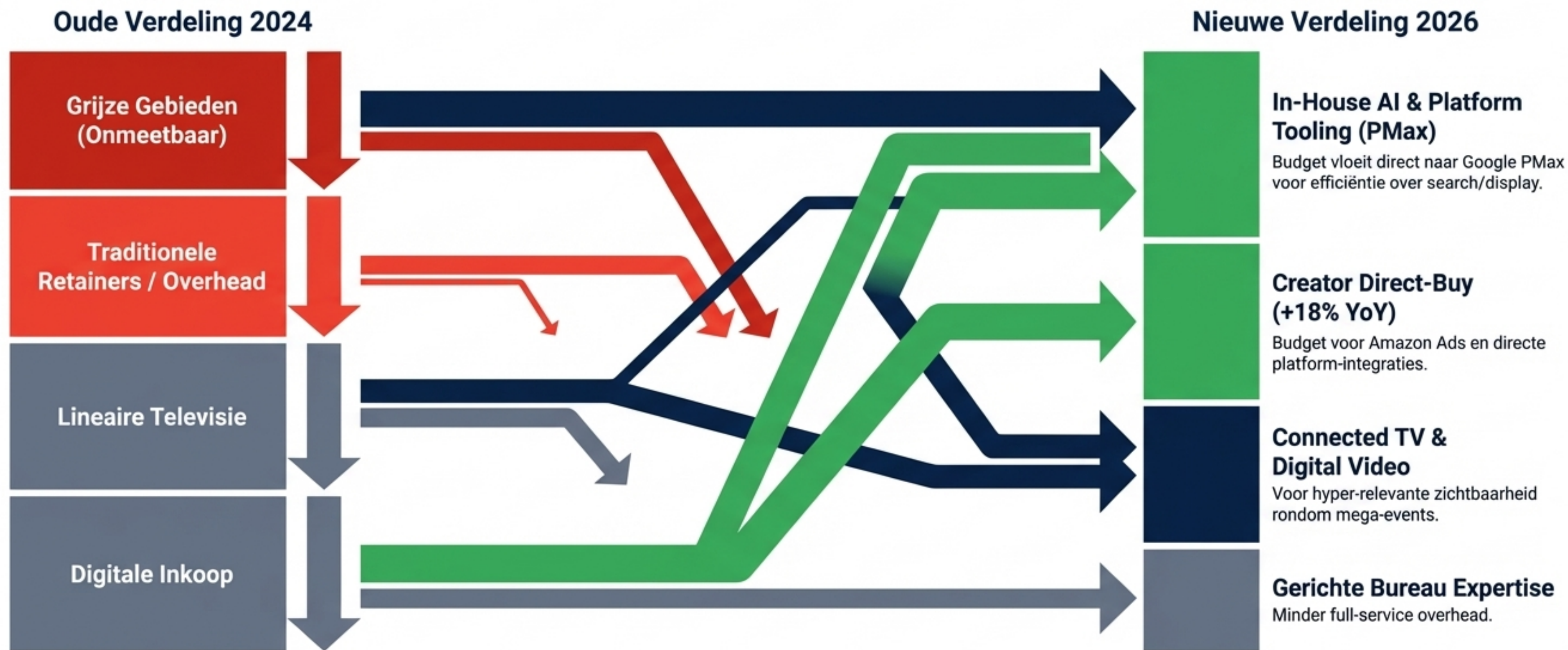
## [4] Creator Impact Score



Aantoonbare attributie van creator-content aan directe sales, niet slechts 'engagement' of 'reach'.

# Budget Richtlijnen 2026: De Nieuwe Verdeling

Waar de euro's écht naartoe gaan in een groeiende (\$1.920T) markt.



# Samenvatting: 5 Fundamenten voor 2026

De kernprincipes van de moderne Nederlandse mediastrategie.

# 1

## De Markt Groeit, Maar Selectief

**+9,8%** wereldwijd, maar in Nederland eist men keihard rendement. Bureau-overhead krimpt.

# 2

## In-House & Platform Focus

Bedrijven omzeilen de klassieke tussenschakel en bouwen directe lijnen met platforms.

# 3

## PMax is de Ruggengraat

Machine learning is geen experiment meer; het is de absolute motor voor conversie.

# 4

## Creators zijn Primaire Media

Met een waarde van **\$43,9B** vereisen creators substantiële hoofdbudgetten.

# 5

## ROI-Elastische Budgetten

Stop met jaarplafonds. Investeer oneindig zolang de harde "return-expectation" wordt behaald.

# Actieplan: De Volgende 3 Stappen

Wat er vandaag nog moet gebeuren.

