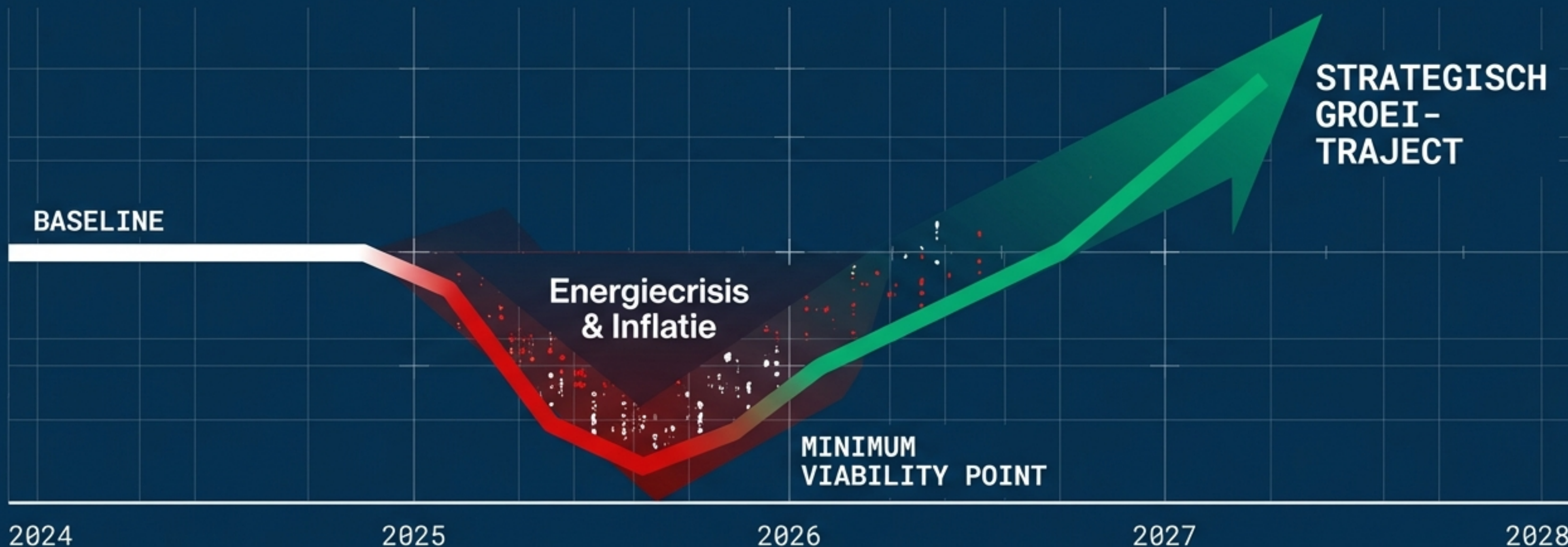


Crisisbestendige Marketing 2026: Van Kostenpost naar Winsthefboom

Een tactisch playbook voor Nederlandse CMO's om marktaandeel te winnen tijdens de energiecrisis.

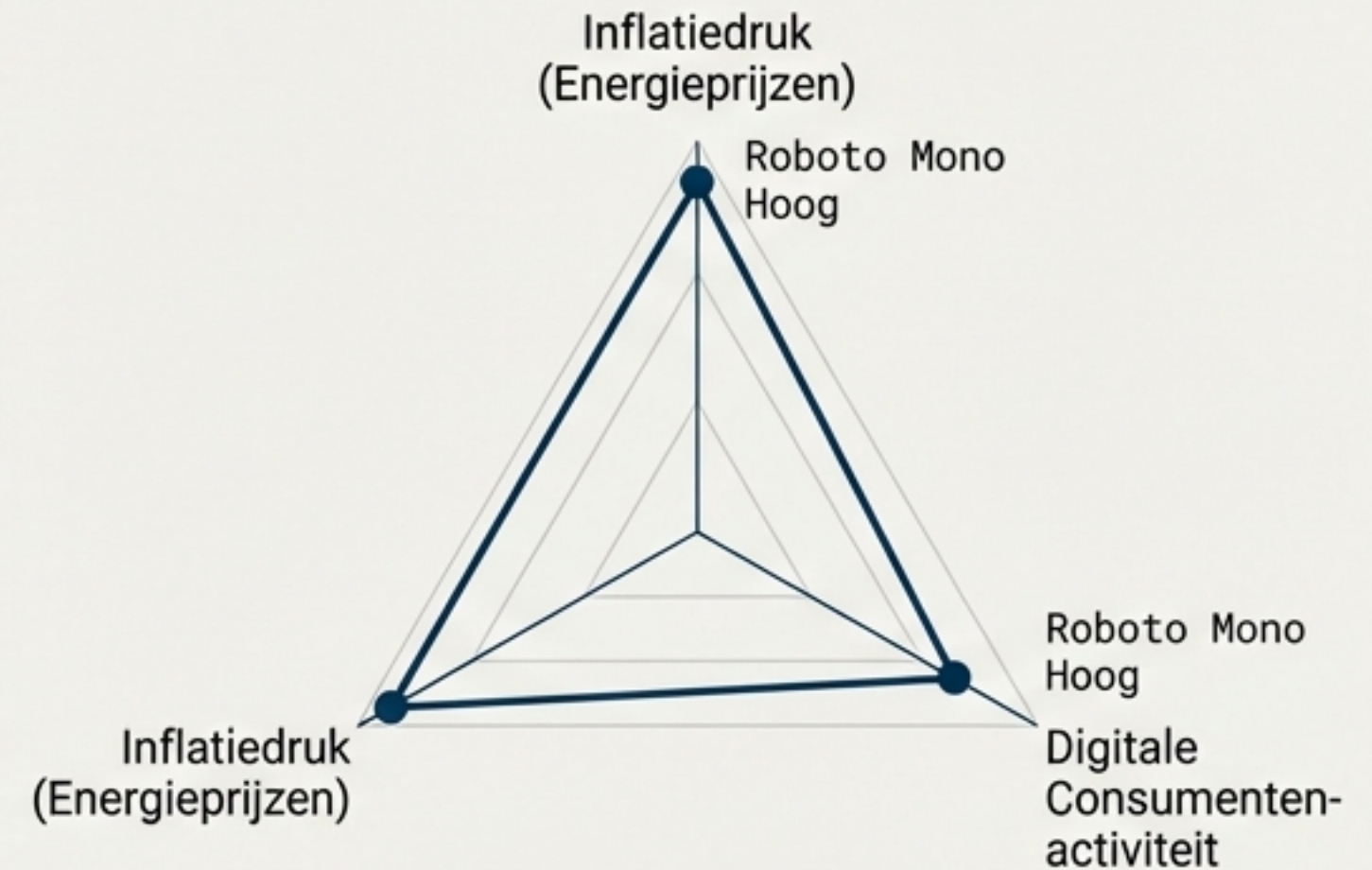


Confidential / Executive Briefing - Bevat inzichten uit DNB, Haus, en actuele 2026 marktdata.

DNB signaleert 'Code Donkeroranje': Consumentenvraag verdwijnt niet, maar verschuift fundamenteel

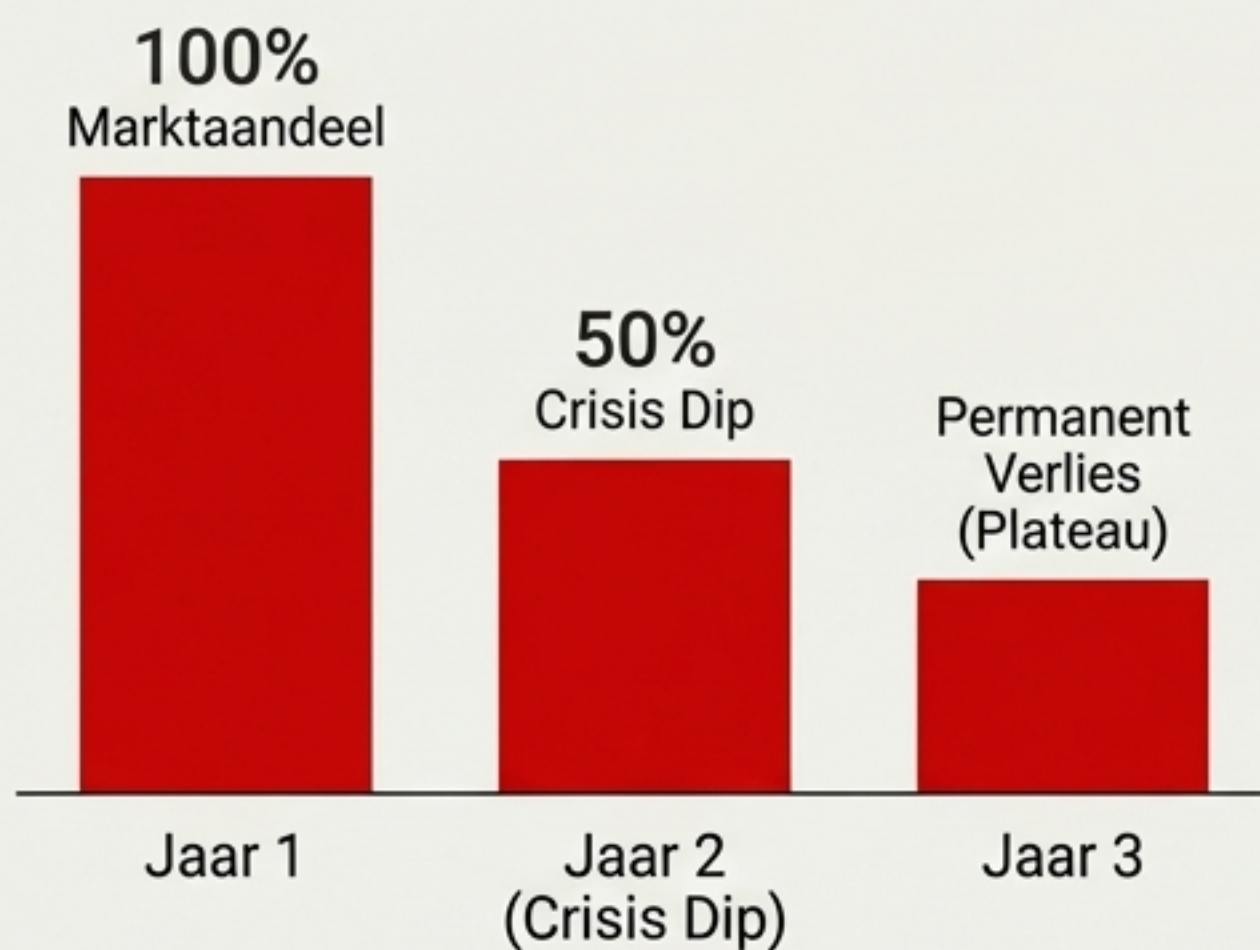
De Crisis Diagnostiek Matrix

2020 (Corona)	2026 (Inflatie)
Vraaguitval	Vraagverschuiving
Gedwongen sluiting	Koopkrachtdaling
Verschuiving naar online gemak	Focus op waarde en keihard rendement
DNB waarschuwt: Generieke steunmaatregelen (zoals accijnsverlaging) versterken inflatie. Pijn is onvermijdelijk.	Cruciaal verschil: Geen lockdown, geen fysieke restricties. De infrastructuur blijft, maar het bestedingspatroon kantelt drastisch.

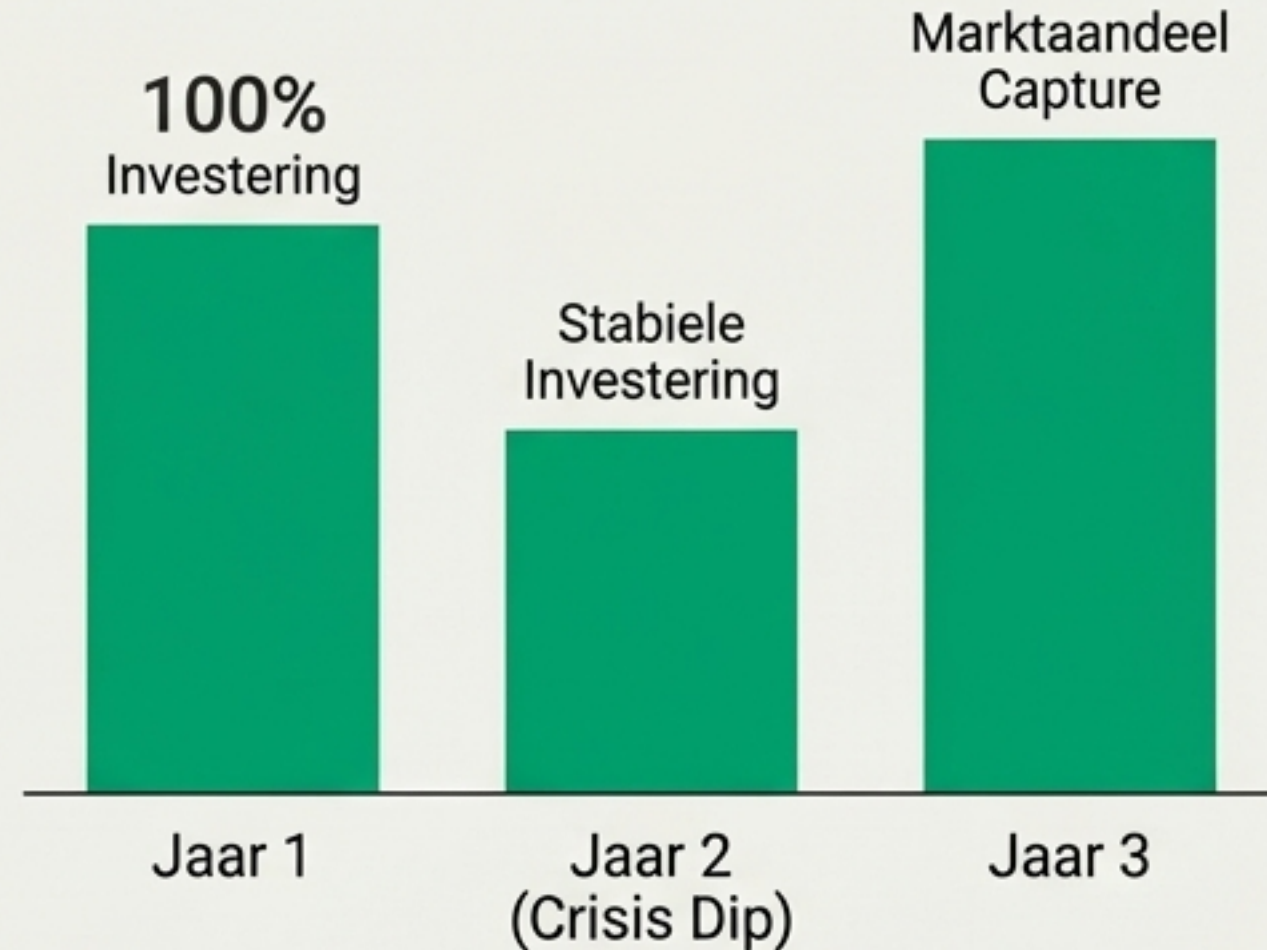


De 'Corona-reflex' van budgetbevroezing kost permanent marktaandeel

Budget Bevriezing



Always-On / Reallocatie



Haus Studie 2026

Slechts 49% van de leiders kan ROI bewijzen. Zonder hard bewijs wordt marketing de eerste en makkelijkste kostenpost voor de CFO om te schrappen.

Adformatie & Marketingfacts data bevestigt: Merken die in 2020 investeerden, pakten structureel marktaandeel van verlamde concurrenten.

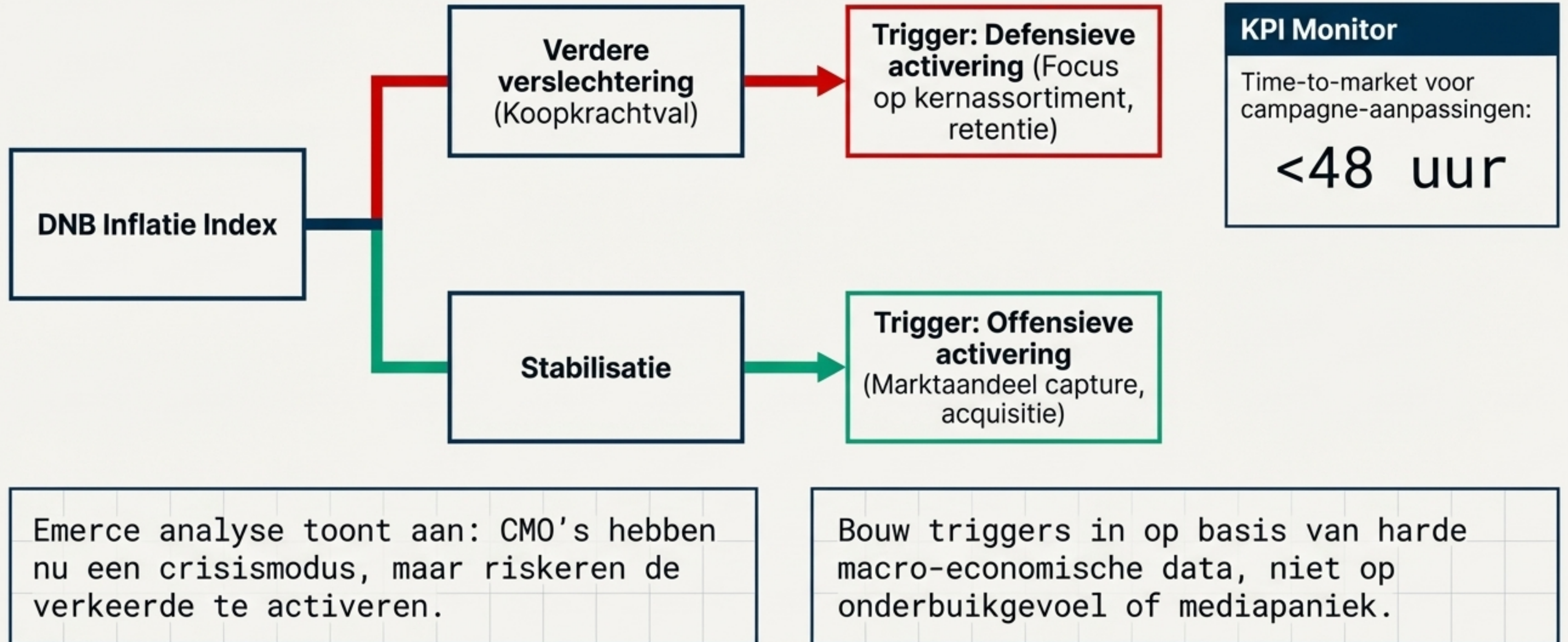
Inactie of generiek bezuinigen is een **strategisch verlies**.

Het 4-Fasen Crisis Navigatie Model voor de CMO

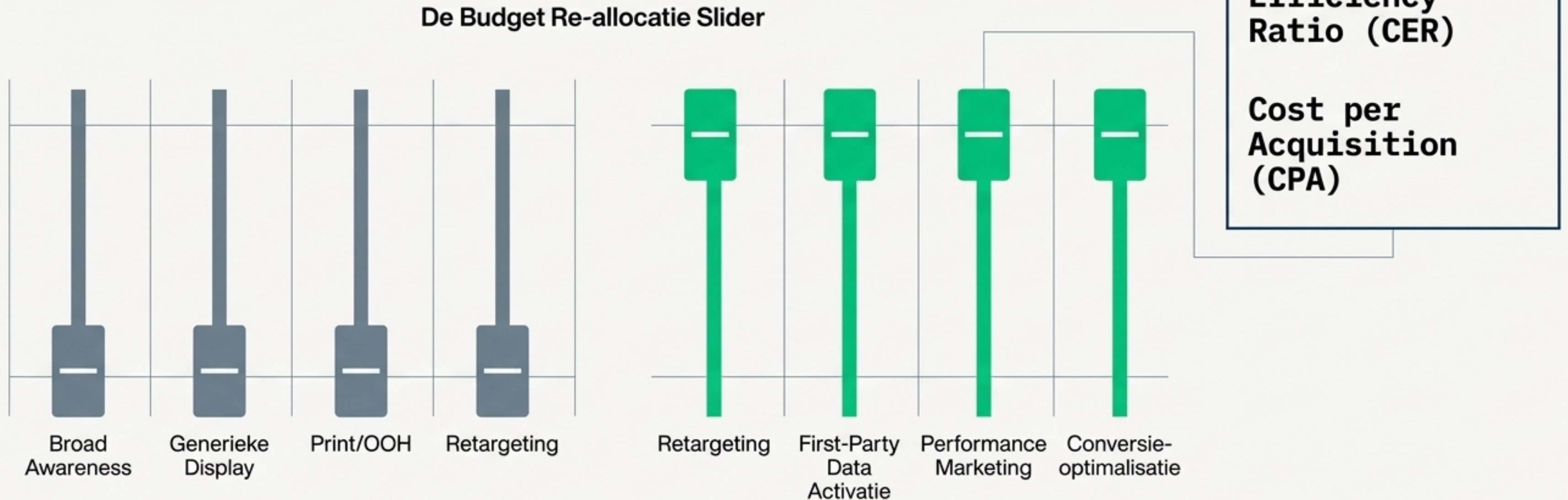


Een sequentiële aanpak om marketing direct te transformeren van een kwetsbare kostenpost naar een **verdedigbare winsthefboom** in de bestuurskamer.

Stap 1. Scenarioplanning: Werk met twee parallelle realiteiten om paniekb beslissingen te voorkomen



Stap 2. Eliminatie is destructief; Re-allocatie naar bewezen ROAS is de standaard



Kanalen die hard geraakt worden door dalende koopkracht direct afschalen.

Whello-principe 2026: Digitale infrastructuur is intact, maar traffic moet meedogenloos gestuurd worden op bewezen conversie.

Stap 3. Kantel de merkpropositie van 'Gemak' naar 'Keihard Rendement & Waarde'

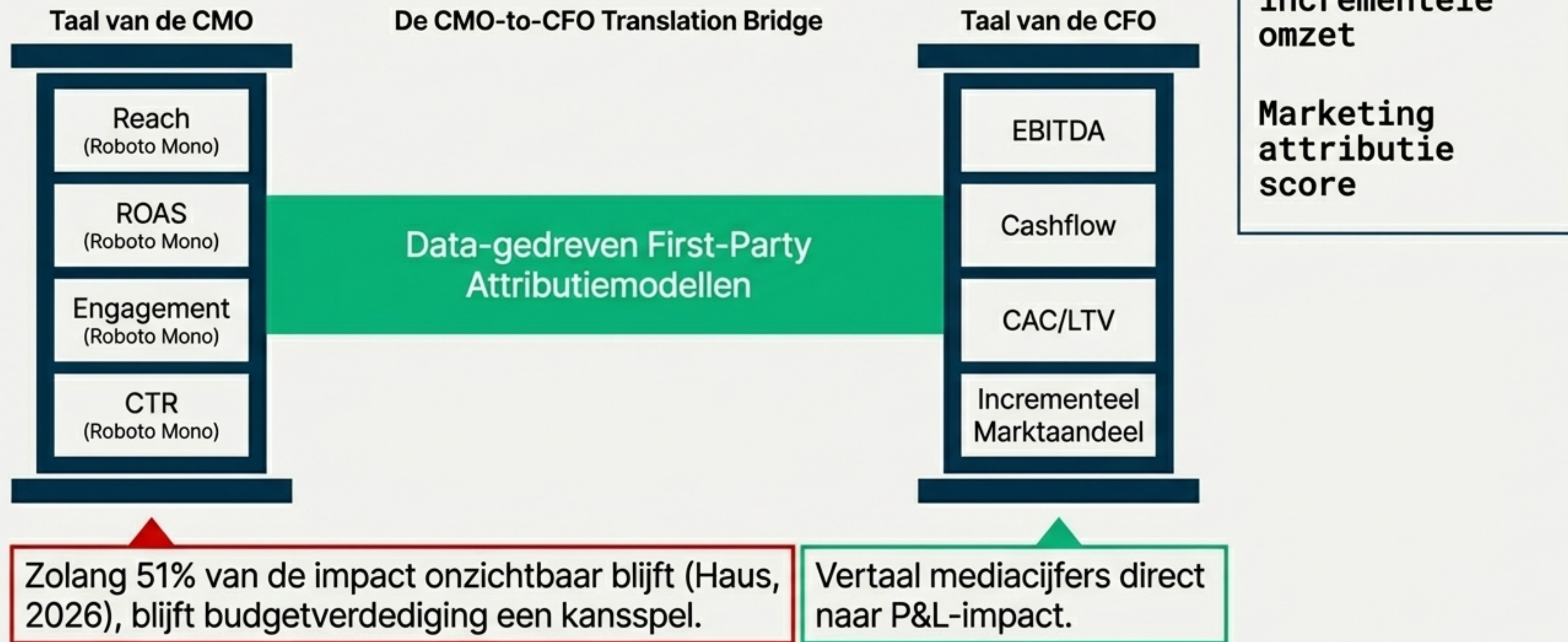
2020-2024	2026
Snel, Makkelijk, Thuisbezorgd 	Prijs-kwaliteit, Duurzaamheid, Levensduur 

Key Performance Indicator:

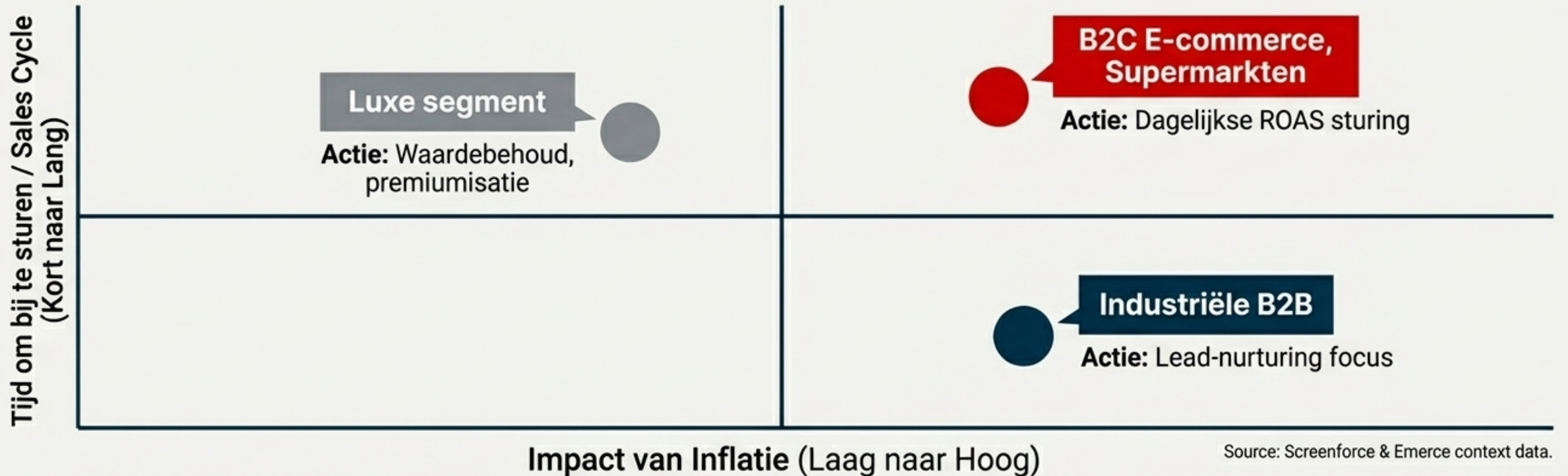
Conversion rate
op value-driven
landingspagina's.

- Consumenten zoeken in 2026 naar actieve **rechtvaardiging** voor hun uitgaven.
- **Versneld A/B testen** van waardeboodschappen is essentieel. Transparantie over **prijs en kwaliteit** wint van generieke merkbeloftes.

Stap 4. Sluit de 'Haus-kloof': Maak marketing-ROI de dominante taal van de CFO



Benchmarks 2026: Lokale dynamiek vereist een genuanceerde benadering per sector

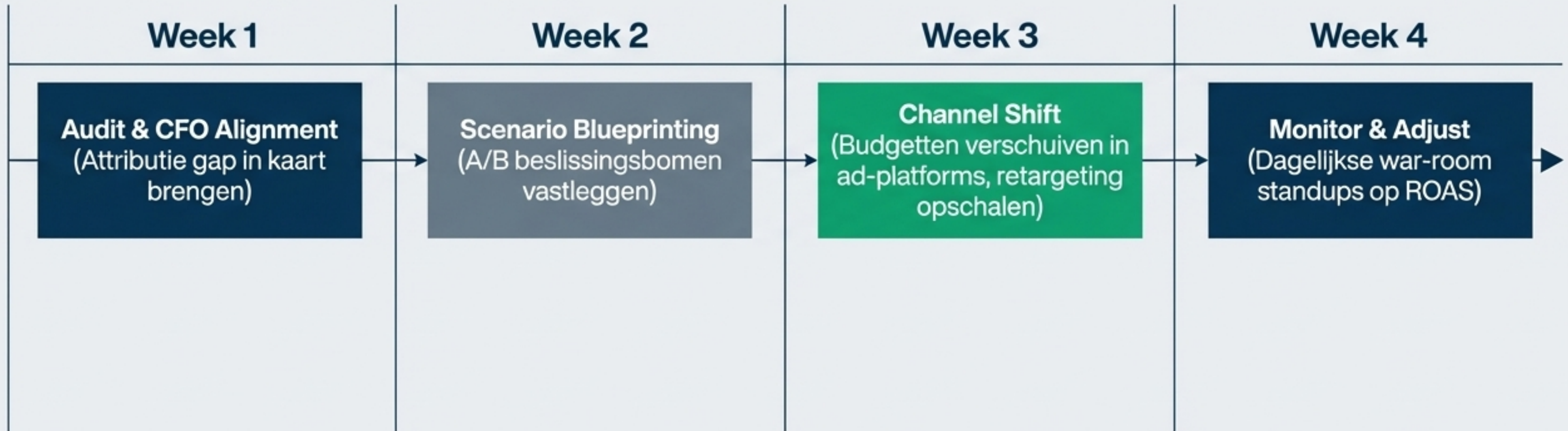


**De energiecrisis raakt niet elke doelgroep gelijkmatig.
Pas de stuur-frequentie aan op de sector-volatiliteit.**

Voorkom de fatale valkuilen van blinde budgetplanning en incomplete data

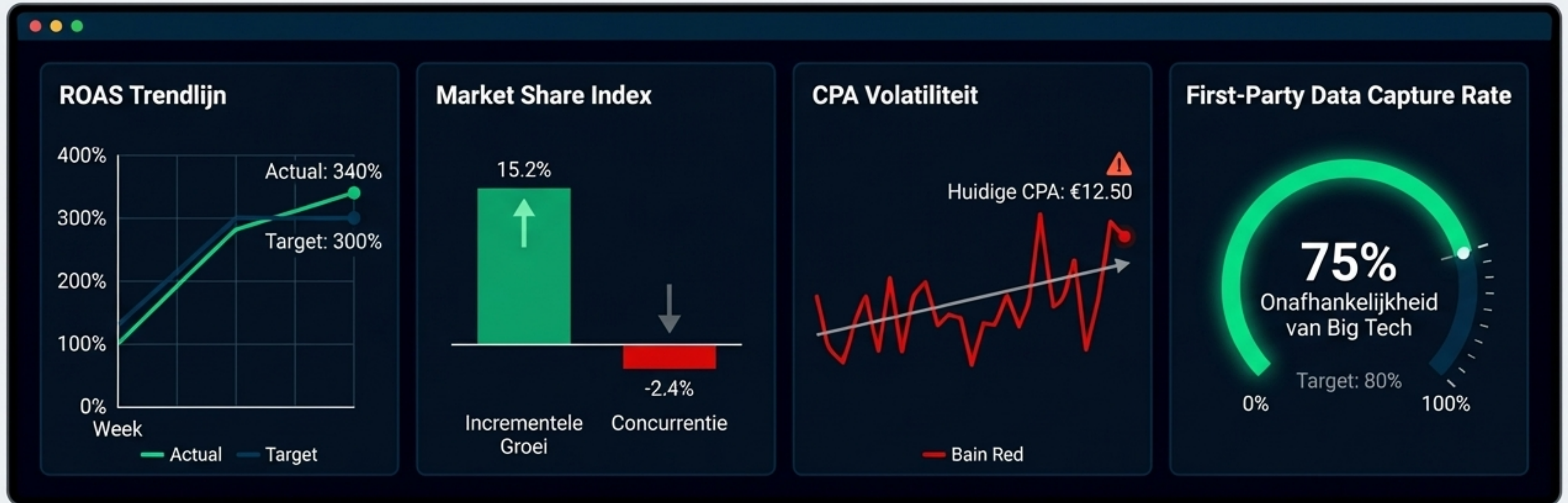
Don'ts (Risico's)	Do's (Kansen)
Budget generiek verlagen over alle linies ('Kaasschaaf-methode').	Selectieve herallocatie op basis van CAC/LTV.
December-beslissingen nemen op basis van incomplete attributie-data.	Investeren in gespecialiseerd martech/databeheer (de 'saaie' winstmakers).
Generieke influencers inzetten die ROI niet kunnen bewijzen.	A/B testen van rationele waardeboodschappen via AI/Creators met harde data.
De meeste marketingfouten worden in december gemaakt door sturing op incomplete data.	
Professionaliseer executie: algoritmes en authentieke verhalen verslaan holle bereik-strategieën.	

Week 1-4 Executie: Van board-level goedkeuring tot marktactivatie



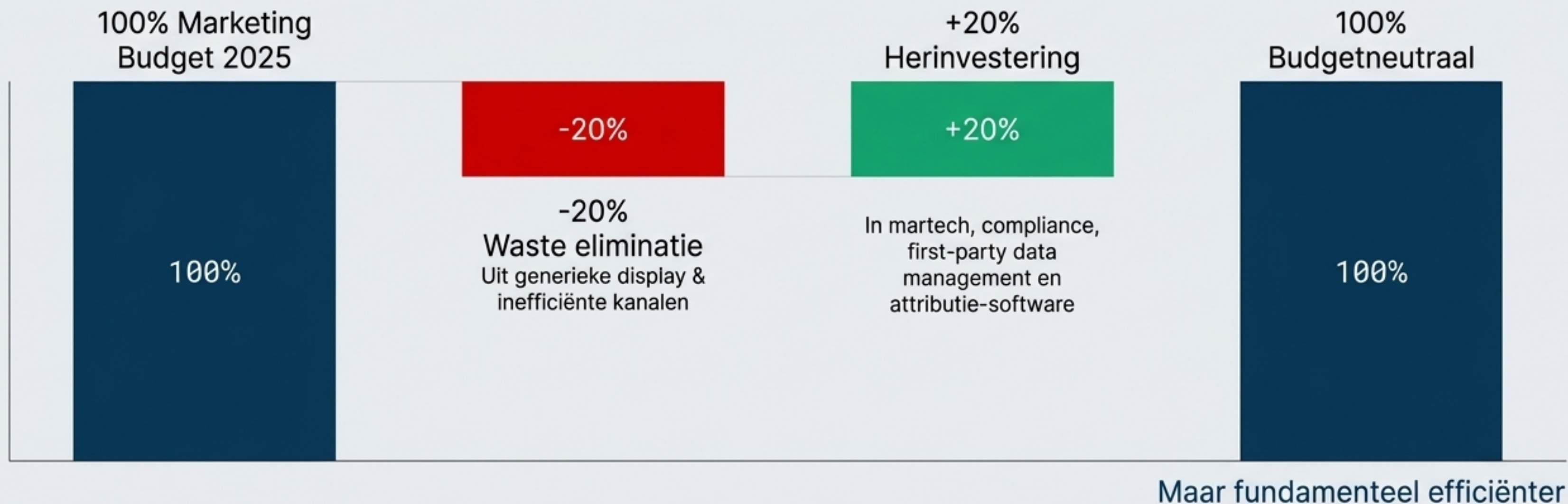
Snelheid is een wapen. Binnen 30 dagen van reactief naar proactief sturen.

Het 'Code Donkeroranje' Besturingsdashboard voor de CMO



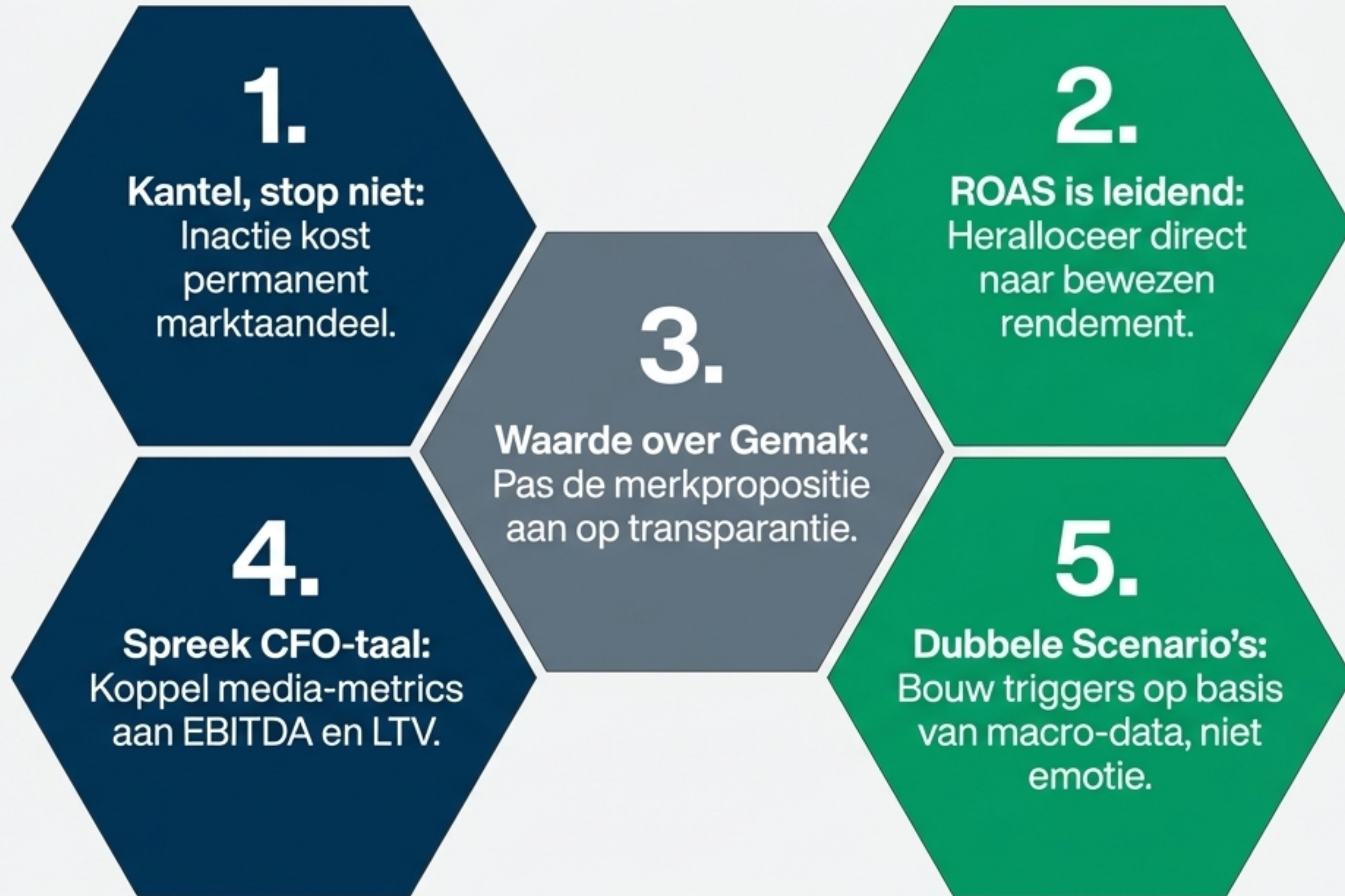
Verlaat ijdelheidsstatistieken (vanity metrics). Dit zijn de enige 4 meters die ertoe doen in een krimpende koopkracht-markt.

Realistische budgettering: Investeer in infrastructuur om media-waste te stoppen



- Financier de transformatie intern. Verplaats budget van inefficiënte media-inkoop naar robuust databeheer.
- Specialisatie in martech en compliance ('de saaie kant') levert in 2026 het hoogste rendement op.

Executive Summary: De 5 strategische ankers voor 2026



De eerste 3 acties voor aanstaande maandag

1. Boek de CFO

Plan een 1-op-1 meeting over de 'Haus-kloof' en attributie-protocollen voor Q1.

2. Bevries Waste

Pauzeer direct de 'bottom 10%' presterende kanalen en reserveer dit budget voor retargeting.

3. Start A/B Testing

Lanceer vandaag nog varianten van ad-copy gefocust op pure 'prijs-kwaliteit' rechtvaardiging.

De crisis wacht niet op de volgende board-meeting. Executie start nu.