

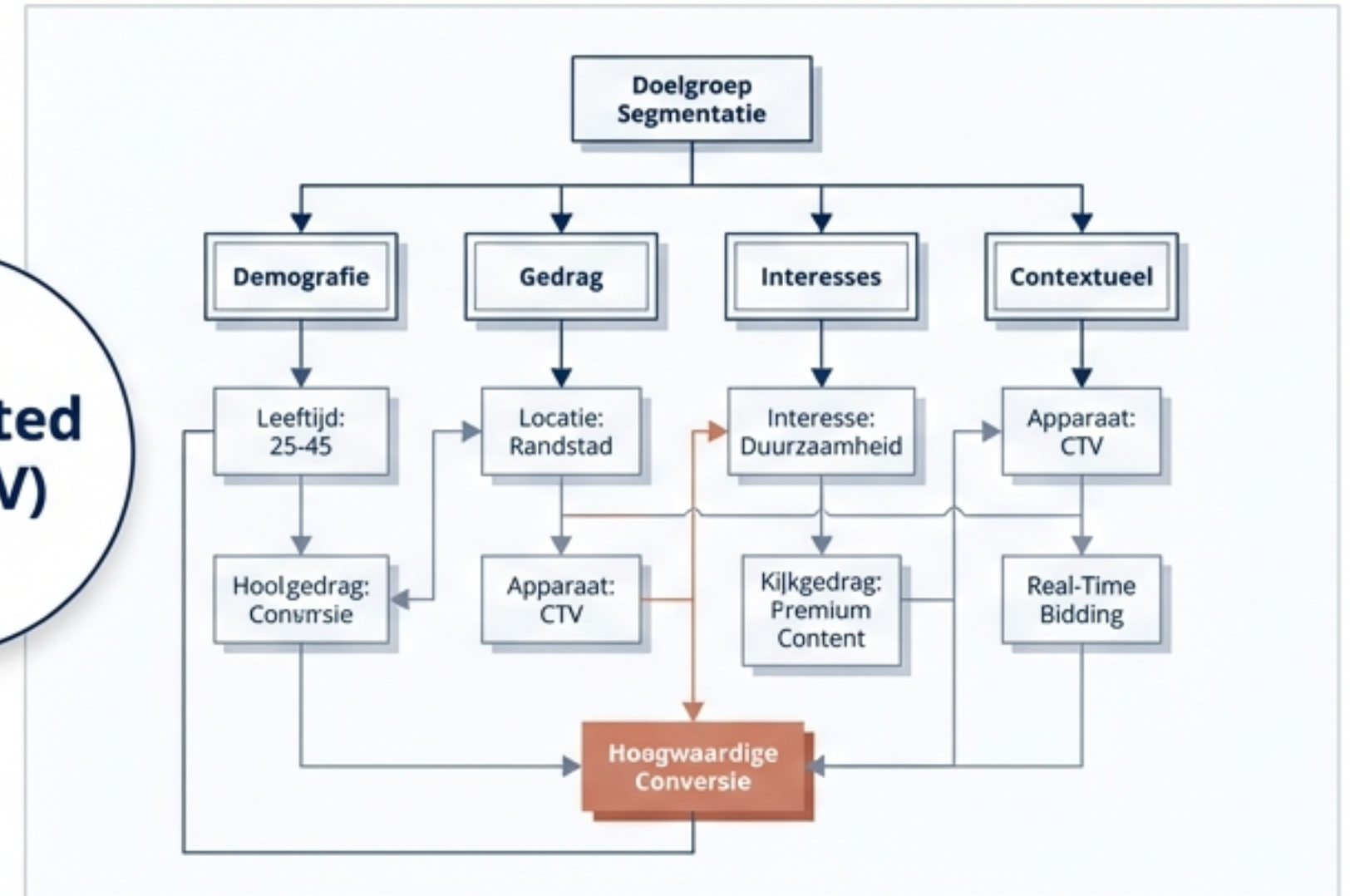
Stop met kiezen tussen storytelling en data: De CTV-groeistrategie voor 2026.

Een playbook voor Nederlandse CMO's om de valse tegenstelling tussen premium BVOD en programmatic display te doorbreken.



Televisie Storytelling: Impact & Emotie

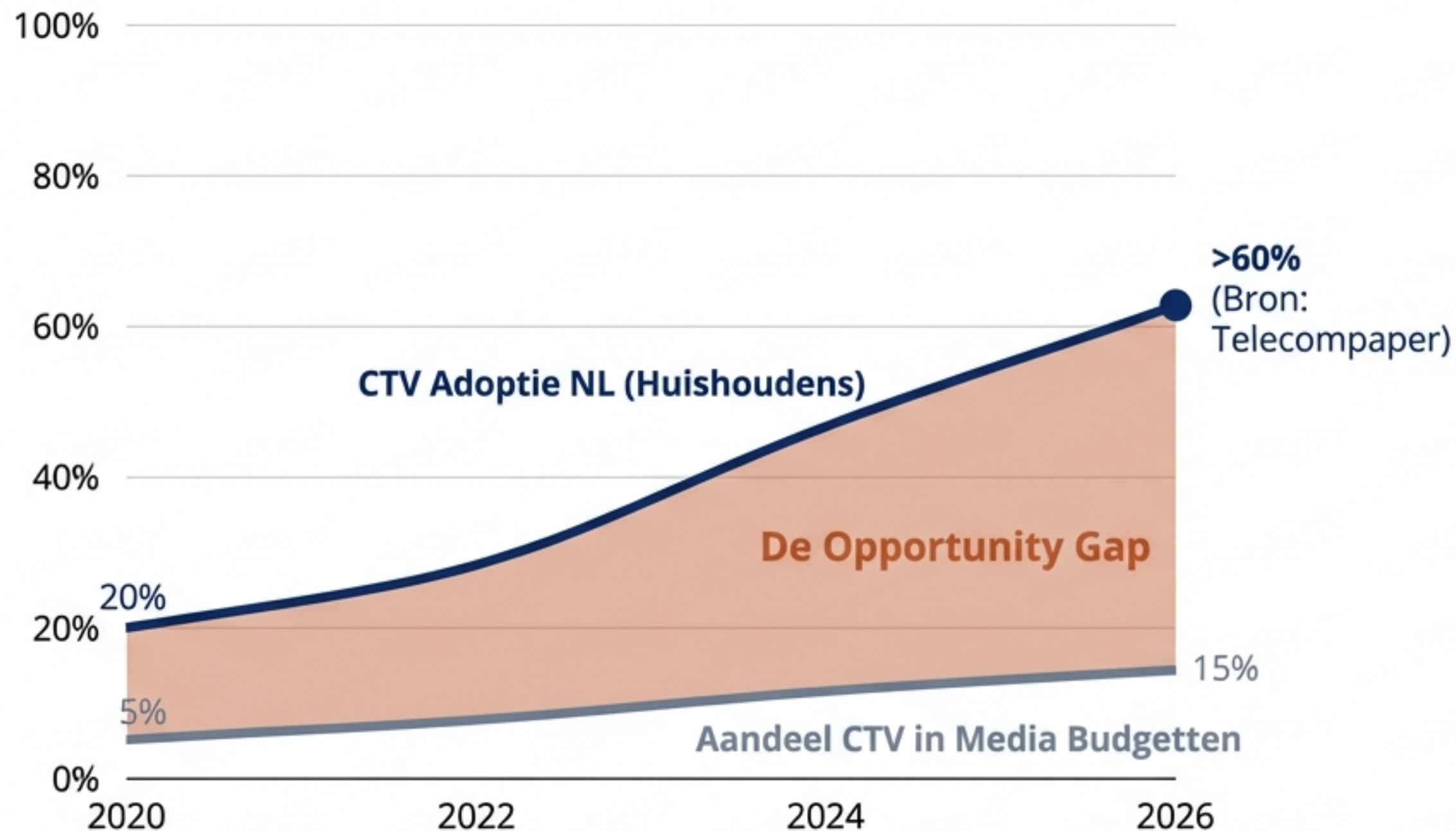
**Connected
TV (CTV)**



Digitale Precisie: Programmatic Targeting

Gebaseerd op inzichten van The Drum, Paramount en AI Digital.

Adoptie bereikt kantelpunt: >60% van de Nederlandse huishoudens is 'connected'.




- Consumentengedrag loopt vooruit op budgetallocatie in Nederland vergeleken met het VK en de VS.
- Marktaandeel van lineaire TV-verkoopshuizen vertraagt de transitie.

De huiskamer is gedigitaliseerd. Merken die nu instappen, bouwen een structurele voorsprong op in bereik.

Het 'Premium-only' dogma vernietigt ROI door overbetaling op legacy BVOD.

Legacy BVOD (RTL Play, NPO Start)



 Gesloten Ecosystemen

De druk om uitsluitend in 'premium' omgevingen te adverteren leidt tot inefficiënte kapitaalallocatie.

Programmatic CTV

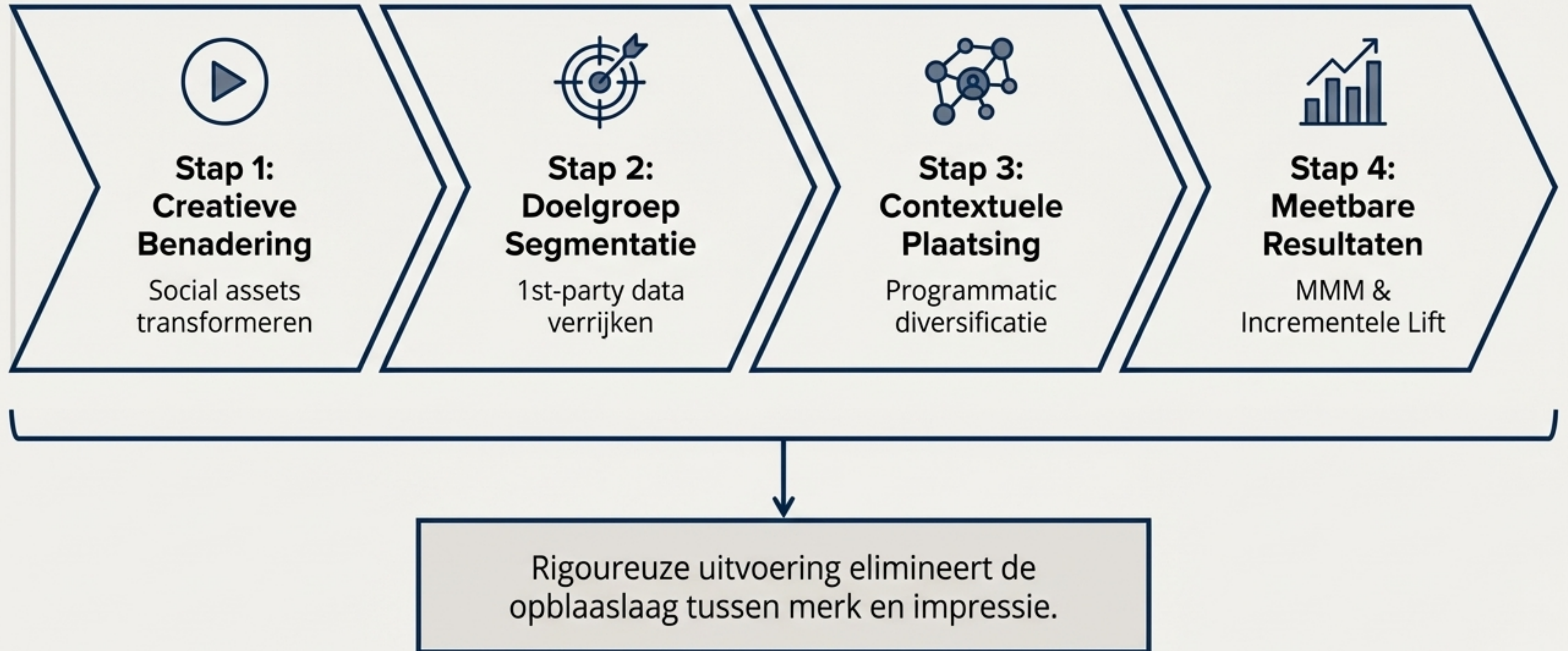


- ✓ Vergelijkbaar Bereik
- ✓ Diepe Segmentatie
- ✓ Extreme Kostenefficiëntie

“Vertrouw erop dat je trading team dezelfde big-screen ervaring kan inkopen via programmatic kanalen voor een fractie van de kosten.”

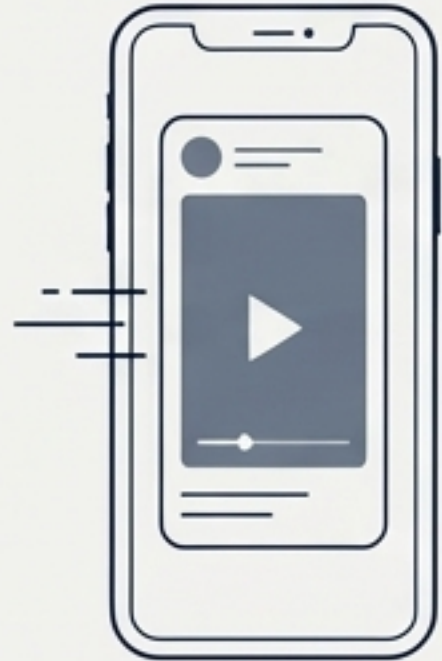
— Jess Aylett (AdColony / The Drum)

Het CTV Optimalisatie Framework: Van strategie tot incrementele groei.



Hergebruik high-performing social assets voor het grote scherm.

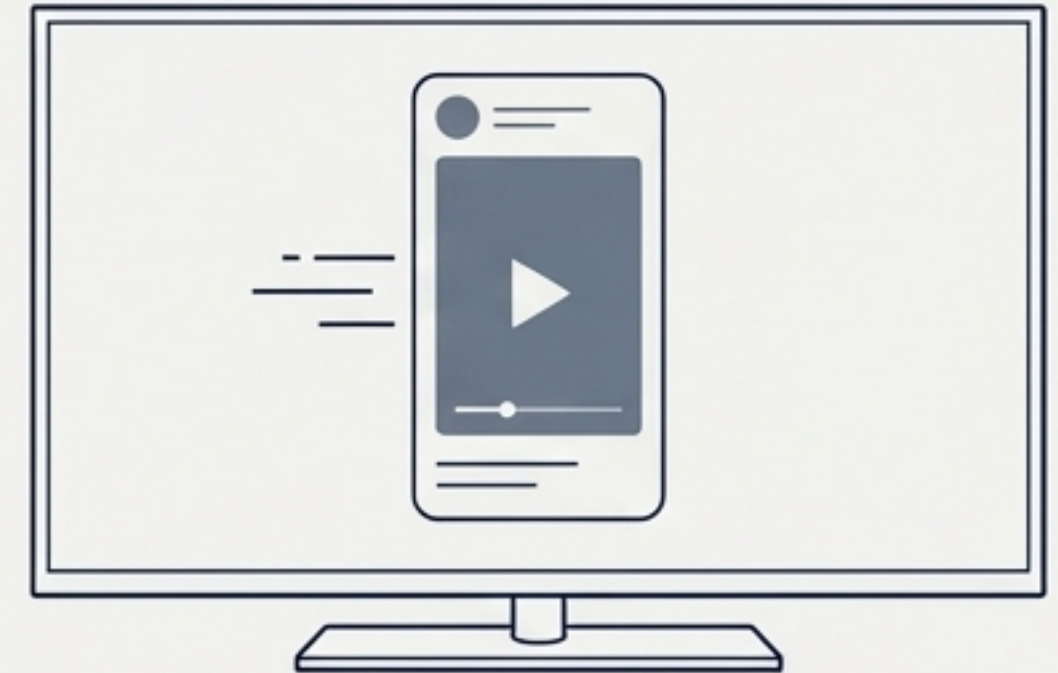
Bewezen Engagement
(Social)



Paramount 2026 Digital
Media Planning Strategy



Premium Huiskamer Ervaring
(CTV)



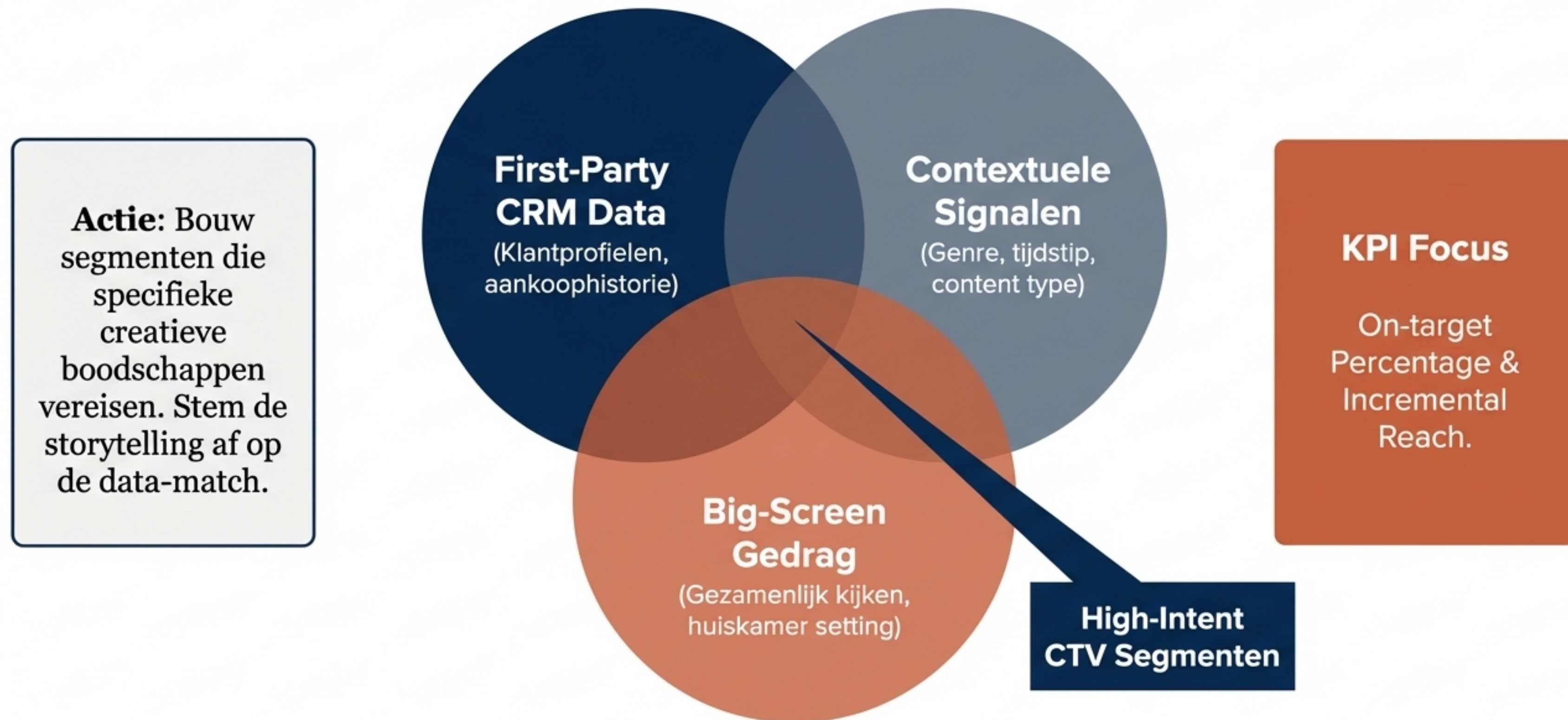
CTV-Specificaties Checkbox

- ✓ **Formaat:** 15 of 30 seconden
- ✓ **Aspect Ratio:** 16:9, minimaal 1080p
- ✓ **Branding:** Duidelijk zichtbaar in de eerste 3 seconden
- ✓ **Audio:** Geoptimaliseerd voor kijkers zonder ondertiteling
- ✓ **Visueel:** Langere shots, minder tekst on-screen

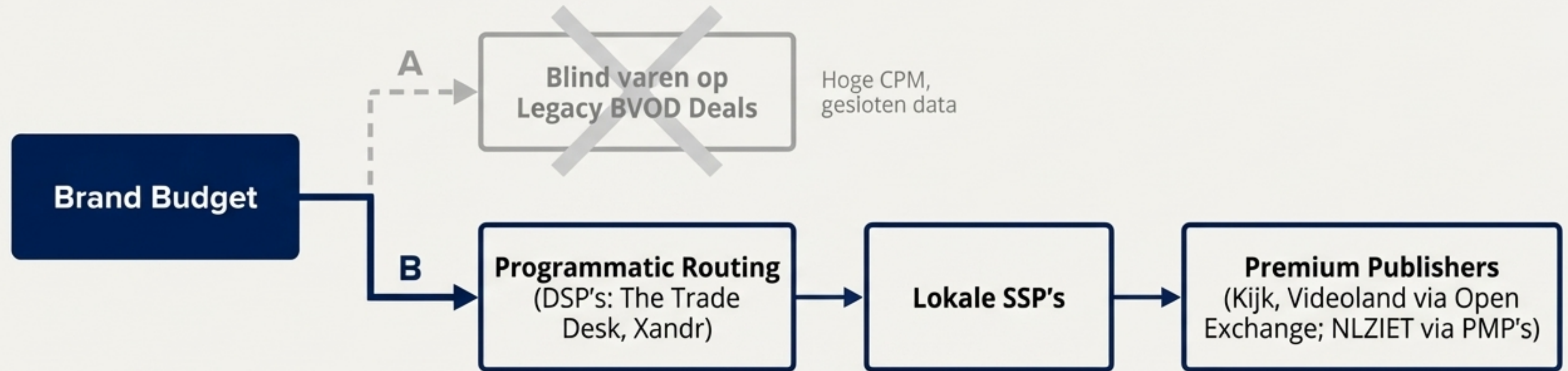
KPI Focus

Completion Rate (VTR) &
Engagement Score.

Verrijk first-party data met contextuele programmatische signalen.



Diversifieer inkoop buiten de traditionele NPO en RTL monopolies



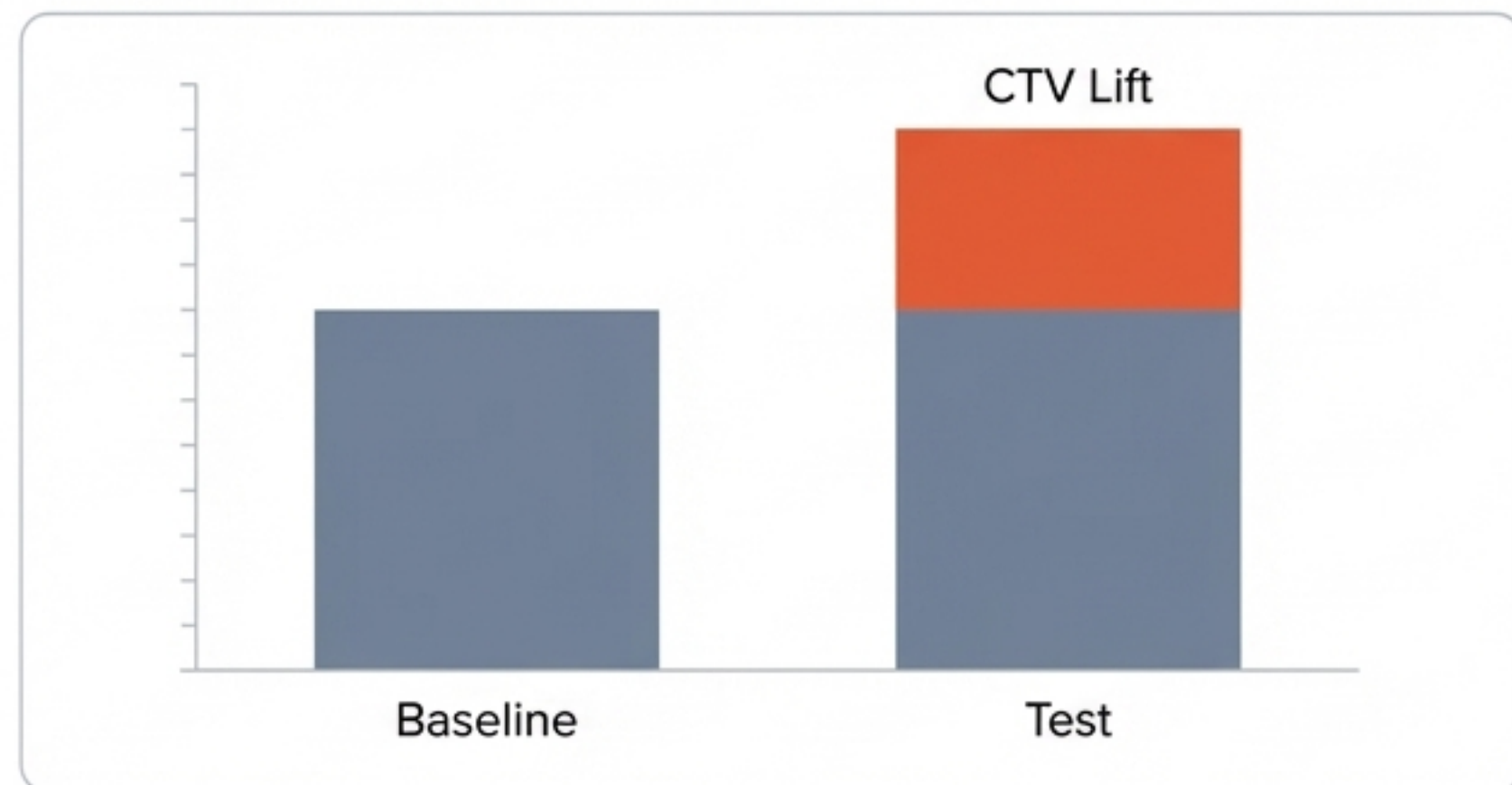
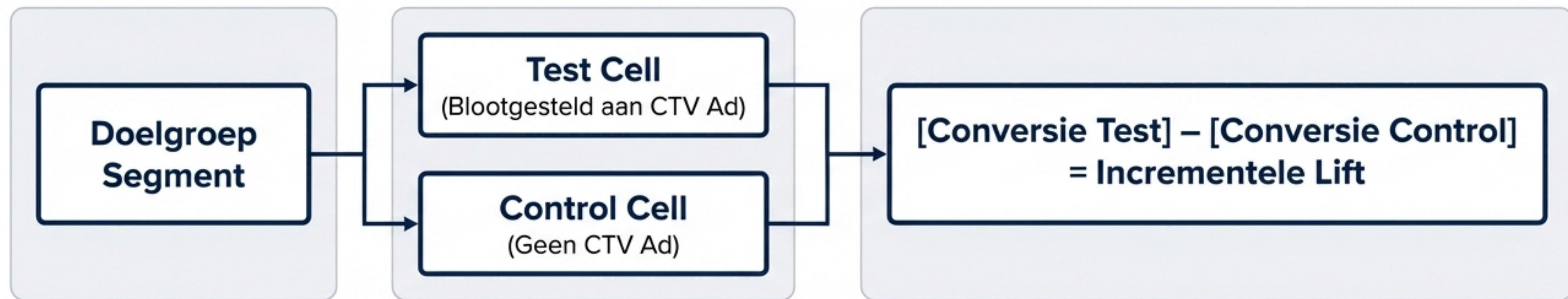
Frequency Capping is Cruciaal.

CTV-kijkers zijn extreem gevoelig voor ad-fatigue. Stel een harde limiet in van **maximaal 5 exposures per huishouden per week**.

KPI Focus

eCPM (Effective Cost Per Mille)
& Brand Safety Score

Isoleer CTV-impact middels MMM en incrementele lift-studies.



Meetstrategie: Combineer pixel-based attributie met Media Mix Modeling (MMM).

KPI Focus: Incrementele Conversies, Site Visits & Brand Lift.

Programmatic CTV levert premium bereik tegen een fractie van BVOD-tarieven

Proxima Nova	Legacy BVOD (NLZIET, NPO Start)	Open Programmatic CTV
Kosten (CPM)	Factor 3x-5x hoger	Marktconform & Biedingsgebaseerd
Data & Targeting	Beperkt tot zenderprofielen	Granulair (1st & 3rd party)
Transparantie & Controle	Black-box inkoop	Volledige DSP controle & Frequency Capping over netwerken heen
Schaalbaarheid	Gelimiteerd tot één platform	Omnichannel huiskamerbereik

Inzicht (Beverly Boy, 2026 CTV Guide): Maximaliseer ROI door platformkeuzes te diversifiëren en stap af van exclusieve legacy contracten.

Navigeer het CTV-ecosysteem met rigoureuze inkoop- en testprincipes.

DO



Werk met whitelists van geverifieerde Nederlandse publishers en apps.



Pak als adverteerder zelf de regie over programmatic inkoop om marges te beschermen.



Optimaliseer creatie specifiek voor een 'lean-back' kijkervaring.

DON'T



Accepteer geen ondoorzichtige bundeldeals van lineaire TV-verkoophuizen.



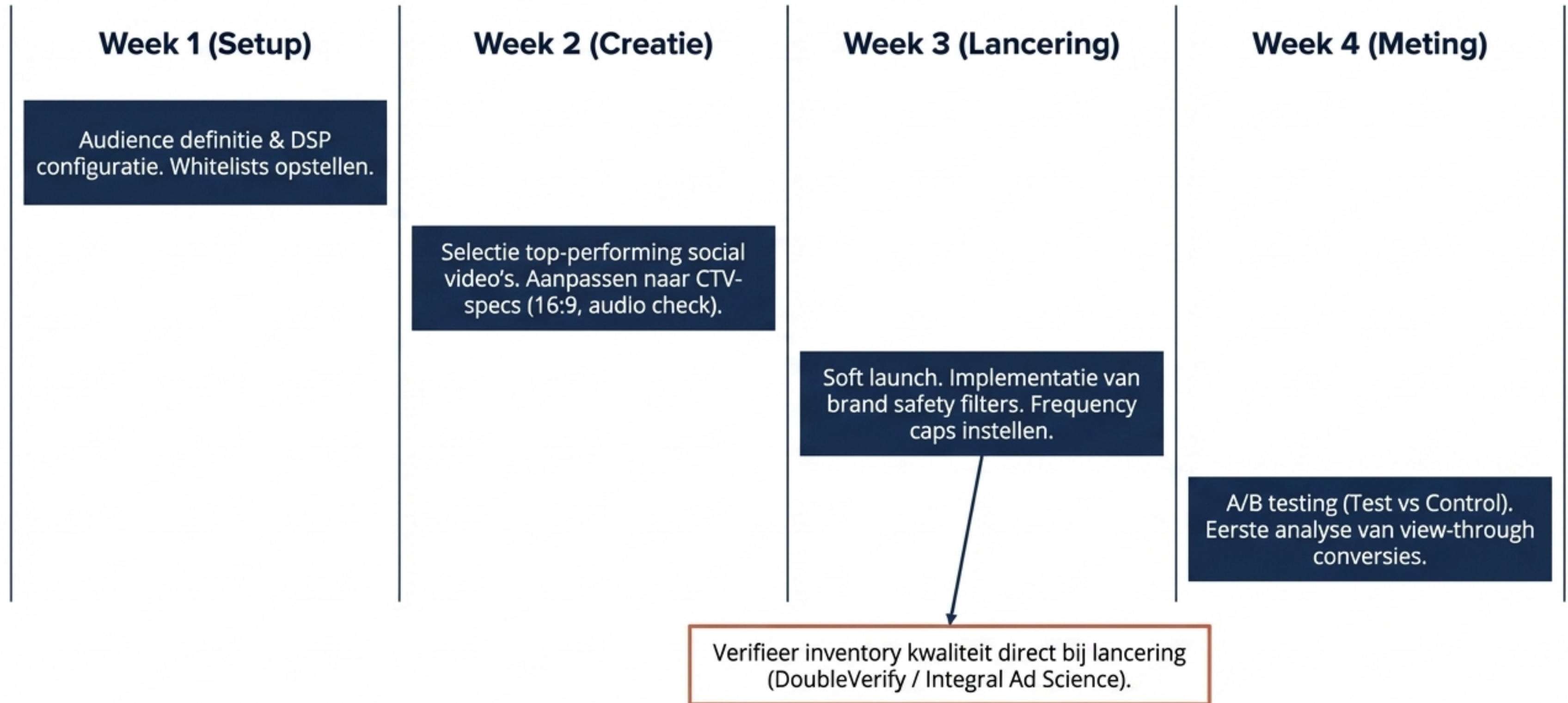
Meet CTV niet af op de 'last-click' metrics van standaard display.



Laat de 'premium of niks' mentaliteit uw bereik niet limiteren.

Succes vereist het loslaten van oude inkoopdogma's en het omarmen van data-gedreven experimentatie.

Snelheid naar de markt: Lanceer een volwaardige CTV-pilot in 28 dagen.



Stuur op incrementele bedrijfswaarde, niet enkel op viewability

View-Through Conversions



De impact na blootstelling

Cost per Incremental Visit (CPIV)



Efficiëntie van gecreëerd verkeer

Frequency per Huishouden



Doel: <5 exposures per week

Brand Safety Compliance Score

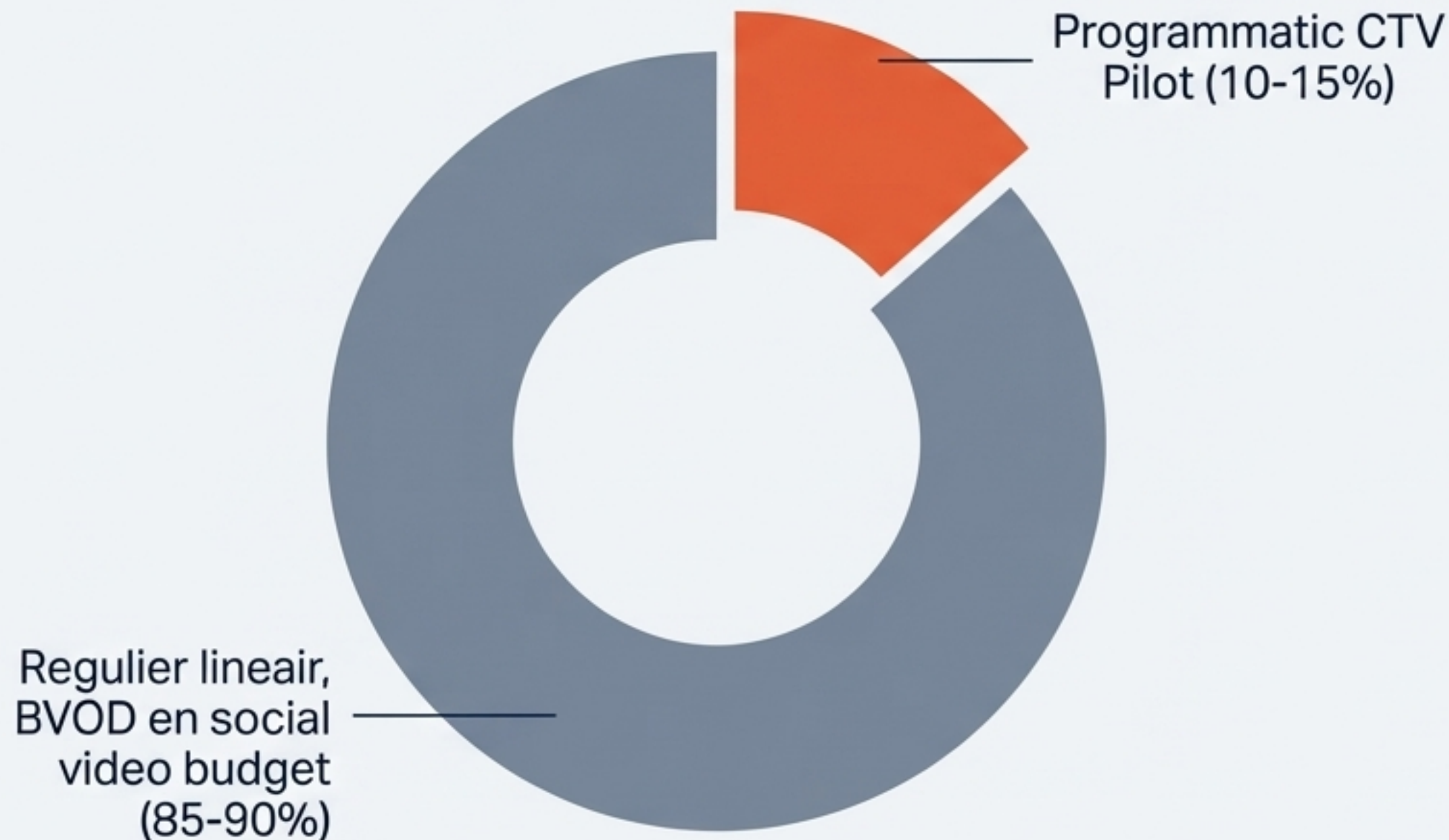


Powered by IAS / DoubleVerify

Inzicht: Kijk voorbij de klik. CTV is een upper-funnel driver met meetbare mid-funnel impact.

Beperk risico: Allokeer 10-15% van het totale video-budget voor een pilot.

Totaal Video Budget 2026



Pilot Richtlijnen

- 1. Test klein en schaalbaar:**
Geen initiële miljoeneninvestering nodig.
- 2. Kannibaliseer inefficiënte legacy spend,** niet uw performante social budget.
- 3. Gebruik besparingen op BVOD CPM's** om incrementeel bereik in te kopen.

Executive Summary: De fundamenten voor CTV-dominantie in 2026.

1. Doorbreek de Tweedeling:
Combineer TV-storytelling naadloos met programmatic precisie.

2. Weiger de BVOD-Premie:
Behaal premium big-screen bereik zonder de 3x-5x opblaaslaag van gesloten verkoophuizen.

3. Recycle & Optimaliseer:
Zet bewezen social assets efficiënt om naar hoogwaardige CTV-creaties.

4. Bescherm de Kijker:
Hanteer strikte frequency caps (<5) en waarborg kwaliteit via whitelists.

5. Bewijs de Lift:
Isoleer de werkelijke bedrijfswaarde middels incrementality studies en MMM.

Immediate Actions: Activeer uw trading team en herzie budgetallocatie.

1. Audit huidige BVOD-spend

Identificeer inefficiënties en bereken de mogelijke besparing bij een verschuiving naar open programmatic CTV.

2. Selecteer top social creatives

Analyseer de best presterende video-assets van het afgelopen kwartaal voor conversie naar 16:9 CTV-formaten.

3. Brief uw agency of trading desk

Eis een programmatic pilot-plan (10-15% budget allocatie) met strikte KPI's op incrementele lift en brand safety.

De markt verandert snel; wie nu instapt, bouwt een structurele voorsprong op.