

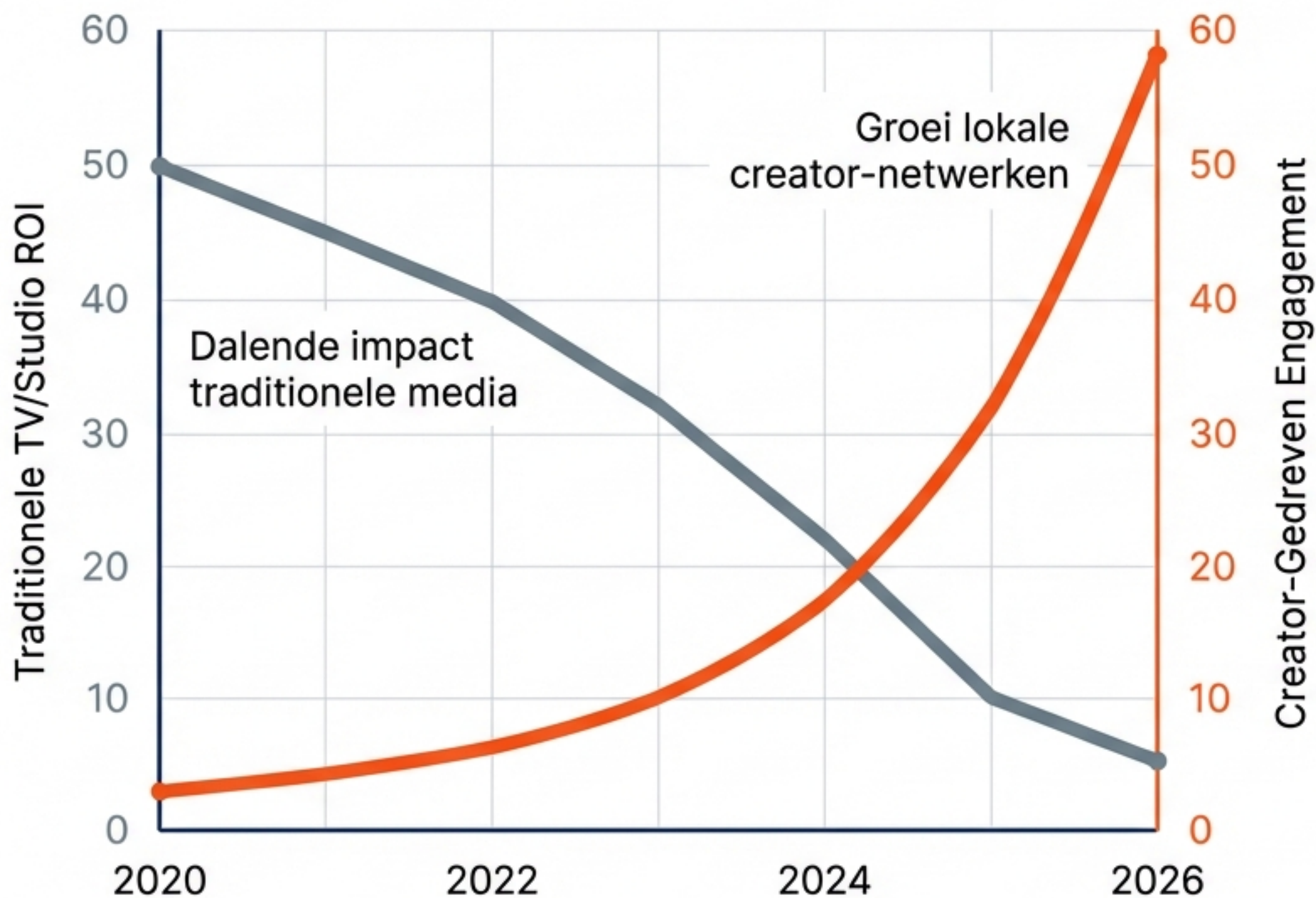
De verschuiving van bijrol naar hoofdrol:
Waarom het traditionele studio-tijdperk eindigt.

HET UNILEVER PLAYBOOK 2026: CREATOR-LED MARKETING OP SCHAAL

Hoe Nederlandse CMOs de overstap maken van eenmalige campagnes naar een geïntegreerd creator-ecosysteem.

GEPRESENTEERD VOOR: CMO ROUNDTABLE NEDERLAND | DATUM: MEI 2026

Digitale marketing anno 2026 vereist een naadloze verbinding tussen hyperlokale relevantie en wereldwijde distributienetwerken.



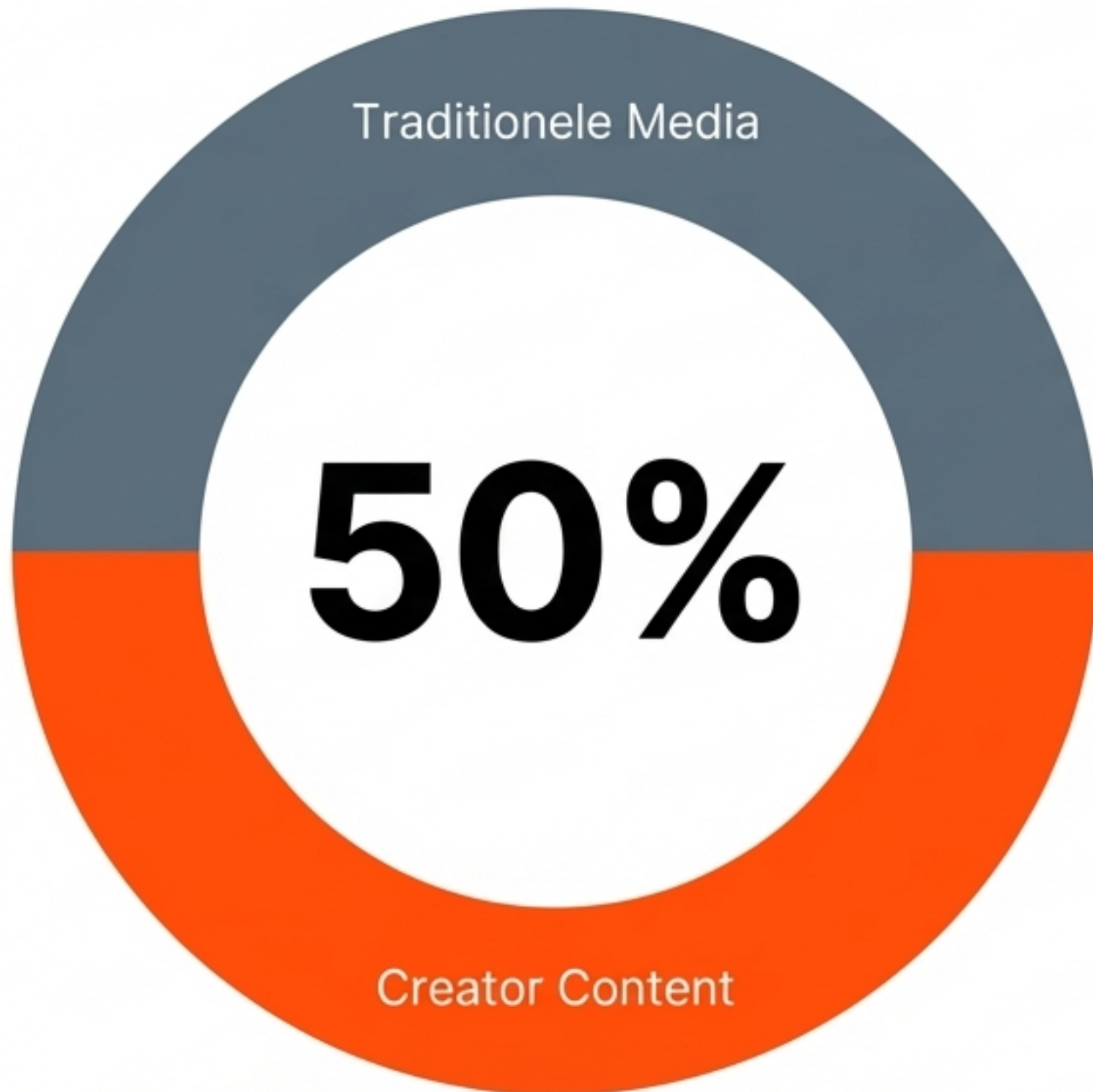
De Realiteit: Multinationals integreren lokale campagnes nu volledig via creator-netwerken.

De Verschuiving: Creators zijn niet langer distributiekkanalen, maar volwaardige productiepartners.

De Bottom-line: De machtsverhoudingen tussen merken, reclamebureaus en creators zijn fundamenteel en permanent veranderd.

Lead Bumper: Unilever forceert een 'gold rush' door **50%** van haar totale mediabudget toe te wijzen aan een netwerk van 300.000 **creators**.

The 50% Tipping Point



50% Budget Shift

Unilever investeert nu de helft van haar totale mediabudget in influencermarketing (bron: eMarketer).

300.000 Creators

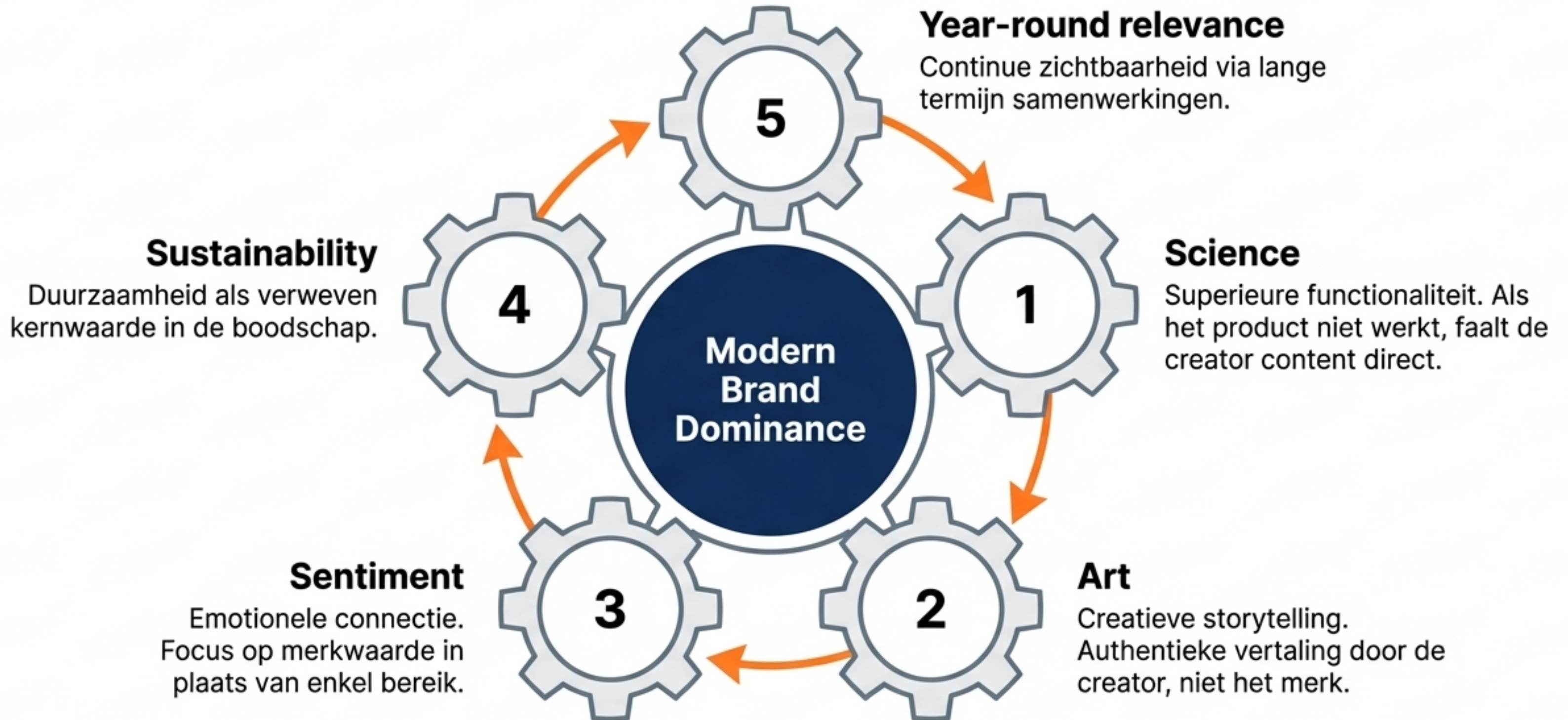
Aanstelling van bureau Samy (Food-divisie) om deze immense schaal wereldwijd te orkestreren.

Het 20X Mandaat

Top-tier creators pitchten proactief, dwingen hogere tarieven af en bepalen de nieuwe marktdynamiek.

Risico bij inactie: Merken die vasthouden aan traditionele productie verliezen zowel culturele relevantie als inkoopmacht.

Flywheel of Creator ROI



Lead Bumper: **Stap 1 - Micro-influencer Selectie:** Schaalgrootte stelt merken in staat om hyperlokaal en niche-gedreven te opereren in de Nederlandse markt.

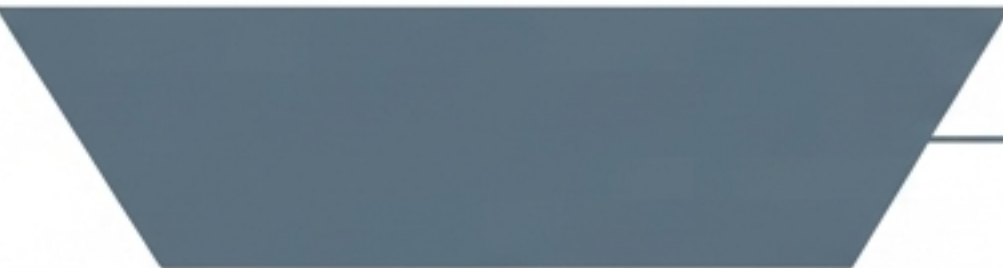
Wat: Het bouwen van een eigen, lokaal relevante creator-infrastructuur.

300K Global Creator Pool



Kwalitatieve audit

Merkfit & SASSY-integriteit beoordelen.



Technische audit

Actieve eliminatie van bot farms en nepprofielen.



Culturele audit

Hyperlokale relevantie voor de NL-consument garanderen.



**Niche, Vetted
Local Dutch Talent**

DOEL-KPI'S:

- % Geverifieerde 'brand-safe' profielen
- Niche-penetratiegraad

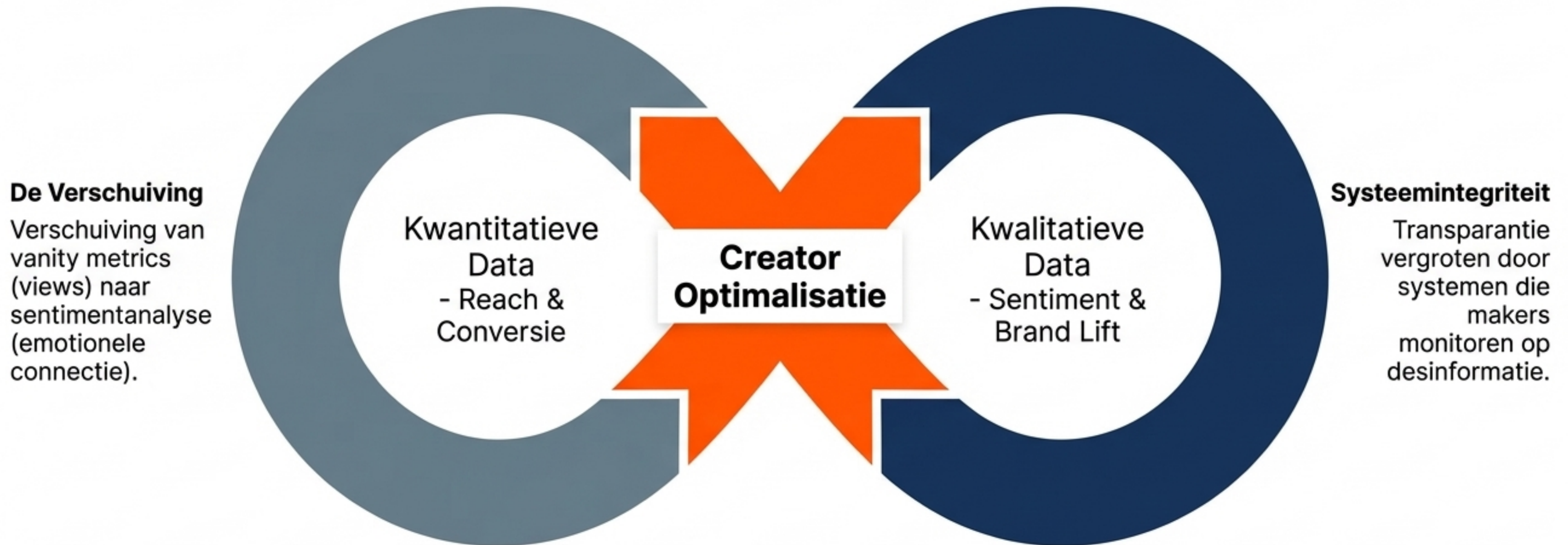
Lead Bumper: Stap 2 - Gestructureerde Samenwerking: Het Dove #ShareTheFirst experiment bewijst dat authenticiteit het loslaten van controle vereist.

Context: Dove's campagne bevatte 0% studio-opnames, geen regisseurs en geen artdirectors.

	Traditionele Productie	Creator-Led Productie
Creatieve Controle	Strakke briefing & moodboards	Guardrails & co-creatie
Productie Omgeving	Dure studio's & afgesloten sets	Authentieke 'in-situ' kanaal content
Focus Boodschap	Wat het merk wil zenden	Welke verhalen passen bij de merkwaarde
Doel-KPI's	Kijkersdichtheid & Bruto Bereik	Cost-per-Asset (CPA) & Volume unieke contentstukken

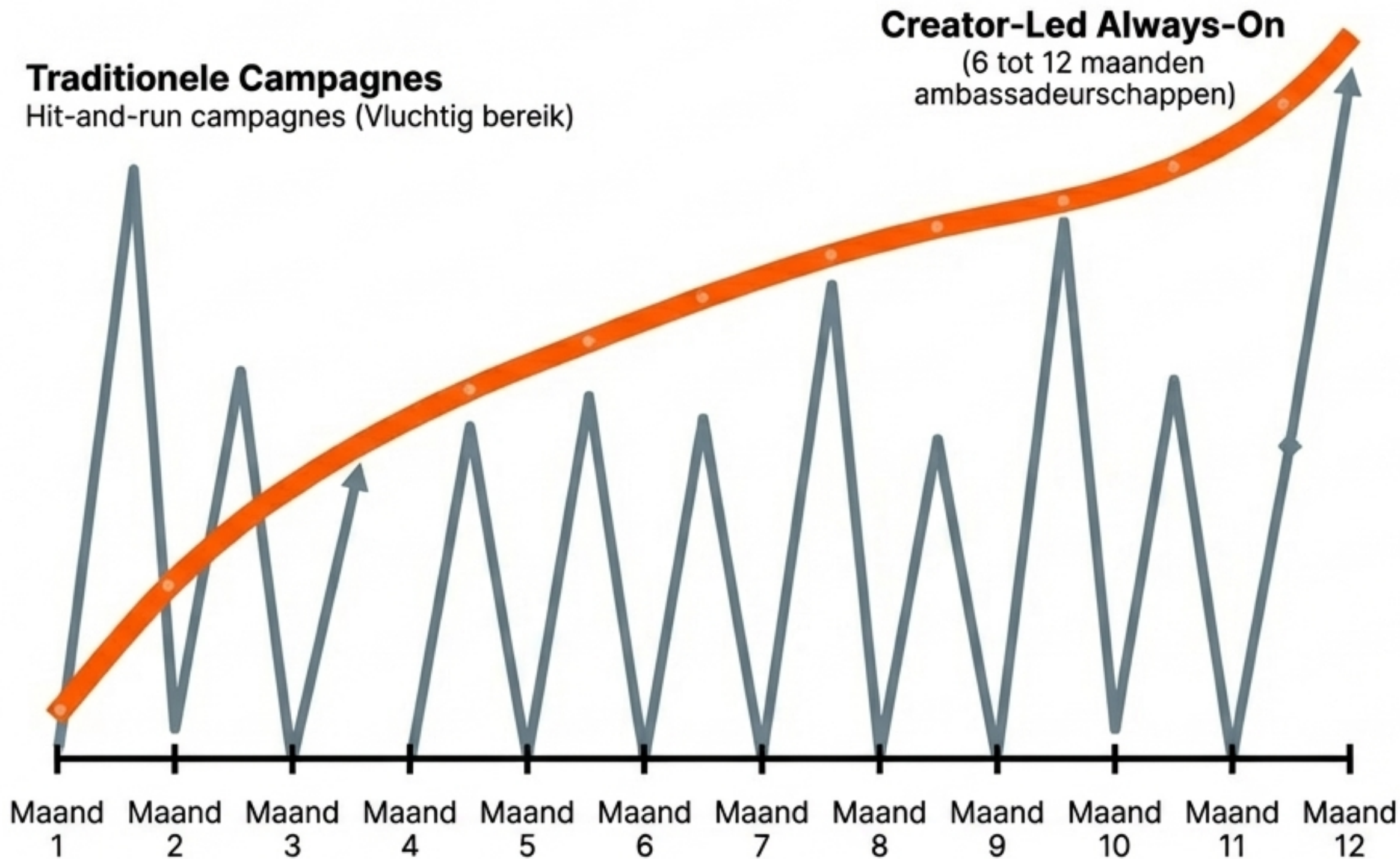
Lead Bumper: Stap 3 - Datagedreven Evaluatie: Analytische dashboards combineren met merkstrategie om effectiviteit transparant te maken

Wat: Continue monitoring van creator-prestaties tegen het SASSY-framework.



KPI FOCUS: Sentiment-verschuiving (%) | Kwalitatieve merkvertrouwen-score

Lead Bumper: Stap 4 - Consistente Content Creatie: Eenmalige posts leveren zichtbaarheid, maar lange termijn ambassadeurschappen bouwen merkvertrouwen.



Wat:

Focus op ambassadeurschappen van **6 tot 12 maanden** (zoals toegepast door Philips en Unilever).

Hoe:

Retainer-contracten in plaats van pay-per-post, waardoor creators verweven raken met de productcyclus ('Science' pijler).

Inzicht:

Geloofwaardigheid ontstaat door herhaling vanuit dezelfde authentieke afzender, niet door campagnematige flitsen.

KPI: 6-12 maand Brand Lift & Retentie van top-performing creators

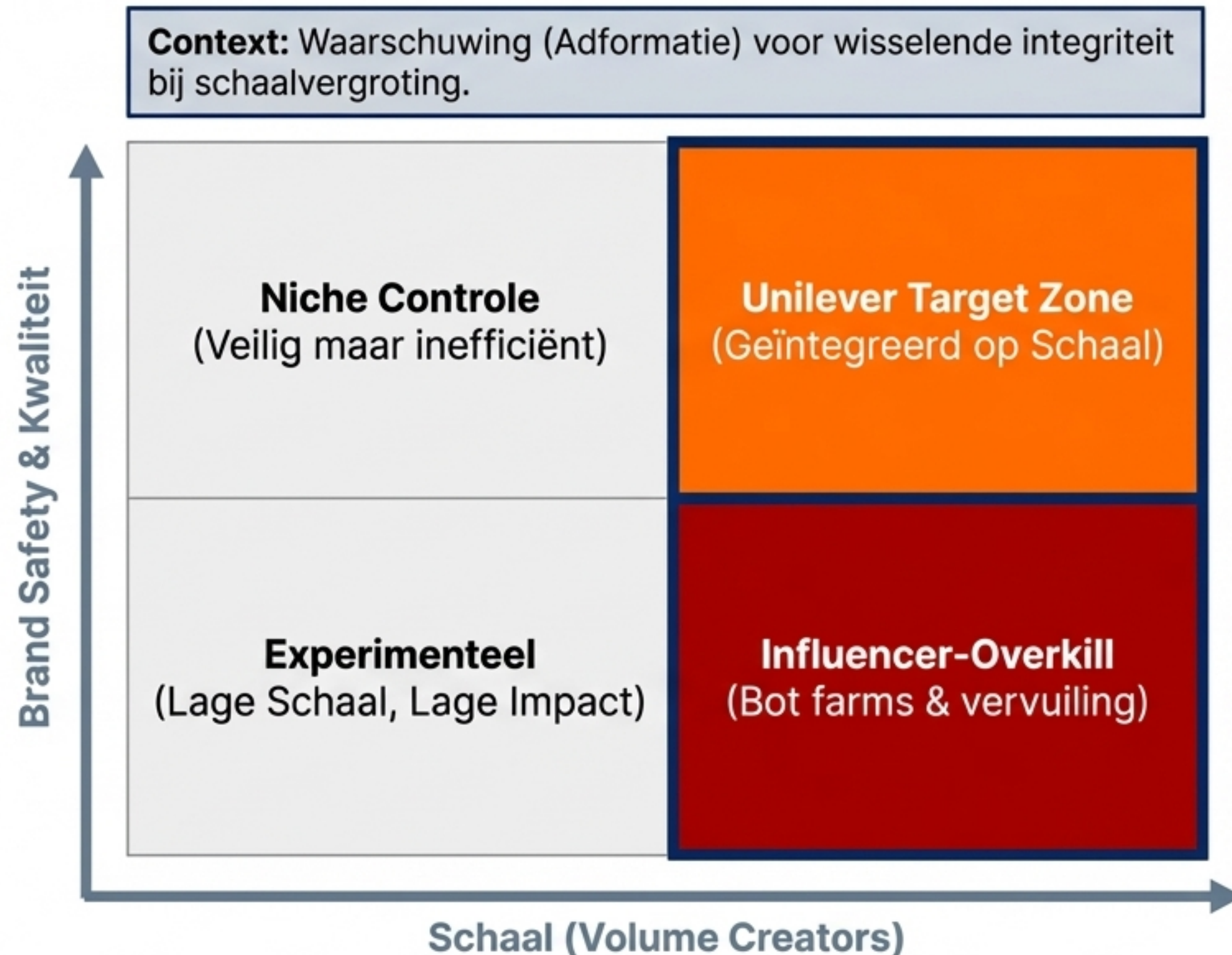
Lead Bumper: De Nederlandse Marktcontext: Van basiscertificering naar schaalbare integratie in de marketingmix.

De Opgave voor de Nederlandse CMO:

Fonthaotkohn is nauntal raask generail. Niet het inkopen van bereik, maar het bouwen van systemen voor vinden, brieven en betalen.



Valkuilen Vermijden: Navigeren tussen 'influencer-overkill' en authentieke schaalbaarheid.



DO'S (Kwaliteit bewaken)

- Stuur actief op het terugdringen van bot farms en desinformatie.
- Eis transparantie: gebruik systemen die data vervuiling filteren.

DON'TS (Risico's)

- Influencemarketing reduceren tot een blind 'volume-spel'.
- Verwatering van authenticiteit toestaan omwille van bereik.

Implementatie Roadmap: Het 4-weken actieplan om de overstap naar creator-led productie te initiëren.

WEEK 1

Strategische Audit: Huidige media-spend analyseren en budget identificeren voor herallocatie (doel: richting 50% creator-investering).

WEEK 2

Tech & Infrastructuur: Dashboarding inrichten voor auditing (bot-detectie) en contractmanagement opzetten.

WEEK 3

Creator Onboarding: SASSY-framework implementeren in briefings. Niche-selectie voor de NL markt afronden.

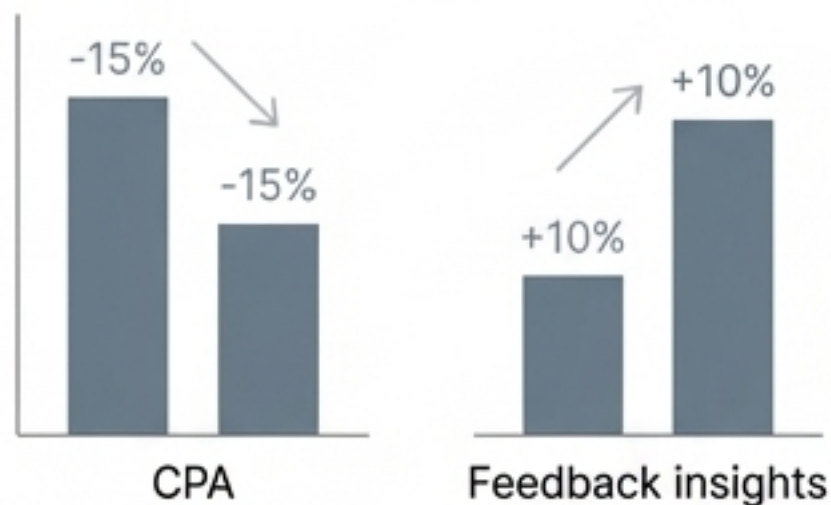
WEEK 4

Eerste Asset Co-creatie: Piloten met 'Dove-stijl' briefing (Guardrails in plaats van storyboards). Eerste non-studio content live.

Het KPI Dashboard: Succes meten voorbij 'vanity metrics' door sturing op sentiment en langetermijnwaarde.

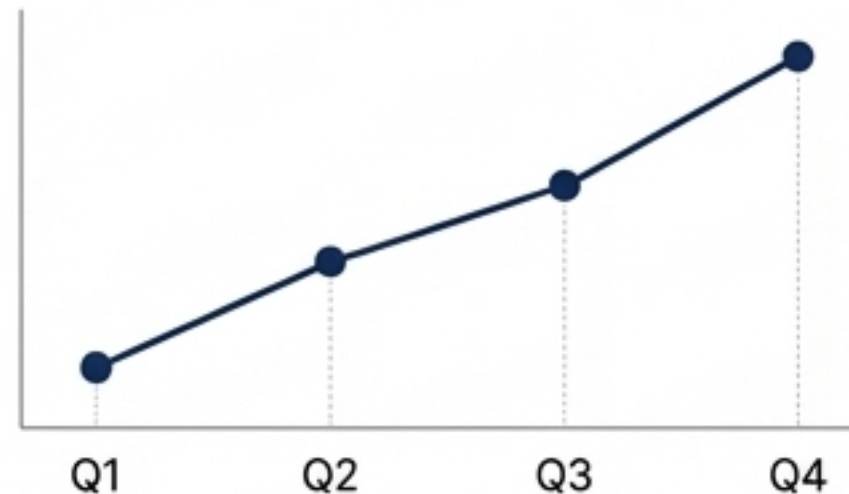
Science & Efficiency

- **Cost-per-Asset (CPA) reductie** vs. traditionele bureaunkosten.
- **Product feedback loop:** Aantal product-inzichten gegenereerd door creator-comments.



Art & Reach

- **Volume** van merkveilige, **authentieke** content output.
- **Penetratie** binnen **hyper-lokale/niche doelgroepen** in NL.

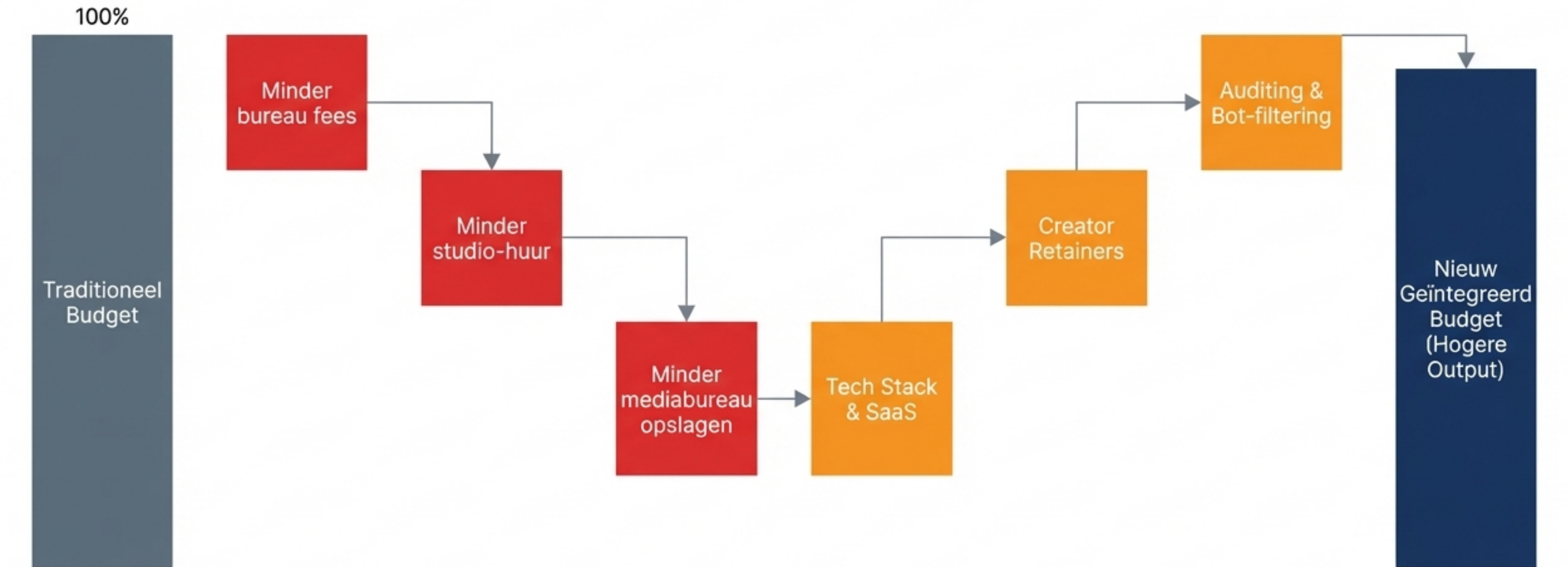


Sentiment & Relevance

- **Kwalitatieve brand-lift** in 6-12 maanden (vs. eenmalige campagne pieken).
- **Positief sentiment ratio** in community discussies.



Budget Richtlijnen: Het financieren van creator-netwerken vereist herallocatie van traditionele productiekosten.



Bottom line: Je budget stijgt niet; de allocatie verschuift van **overhead** naar **output**. Drastische reductie in uurtarieven van art-directors en dure filmsets financiert langlopende contracten en fraudedetectie.

Samenvatting: **De 5 fundamentele mindshifts** voor de moderne, datagedreven CMO.

1	Schaal is de nieuwe standaard: 50% van het budget richting creators is geen experiment, het is de nieuwe basislijn.
2	Controle = Verlies van Authenticiteit: Brief op merkwaarden, niet op scripts (De Dove-les).
3	Integratie via SASSY: Influencers zijn geen distributiekanaal; ze toetsen uw product ('Science') en merk ('Sentiment').
4	Relatie boven Transactie: Bouw ambassadeurschappen van 6-12 maanden voor year-round relevance.
5	Technologie als Poortwachter: Schaal is gevaarlijk zonder strikte, geautomatiseerde auditing op bot farms en nepprofielen.

Actieplan: De 3 cruciale beslissingen voor uw volgende board meeting

1

AUDIT

Eis komende week een exact overzicht van de ratio 'Traditionele Productie' vs. 'Creator Investeren' bij uw mediabureau.

2

TRANSFORMEER

Stop per direct met strakke storyboards voor social campagnes. Implementeer 'guardrail' briefings gebaseerd op SASSY.

3

INVESTEER

Selecteer de juiste tech-partners om Nederlandse gecertificeerde influencers op schaal aan te sturen en bots te elimineren.

DIT IS GEEN EVOLUTIE VAN PR. DIT IS DE HERUITVINDING VAN PRODUCTIE.