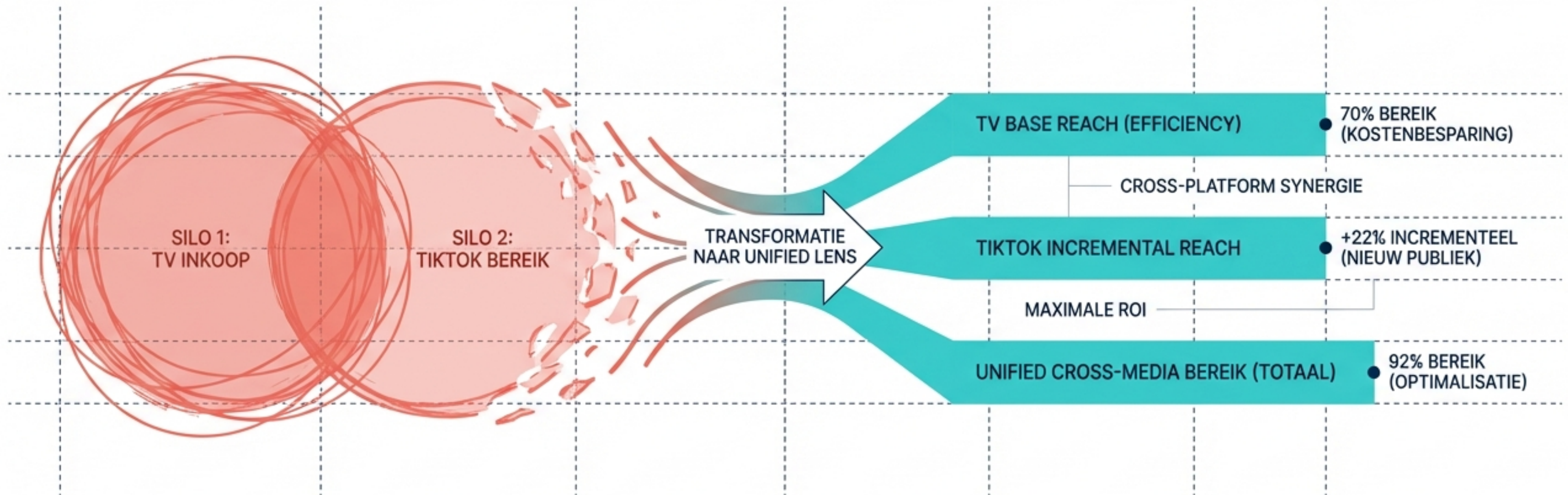


Cross-Media Bereikplanning: TV + TikTok Strategie 2026

Waarom silo-planning direct budget verspilt in het nieuwe NMO-tijdperk.



Oude silo's verhullen 20-30% budgetverspilling door bereik-overlap



De Verschuiving

Het NMO bundelt nu lineaire tv, streaming, YouTube én TikTok in één onafhankelijke meting.

De Pijn

Zonder geïntegreerde planning betaal je tweemaal voor dezelfde consument (overlap).

De Oplossing

Eén single source of truth om appels met appels te vergelijken.

De Nederlandse markt splitst zich: TV en TikTok zijn complementair, niet inwisselbaar

TikTok Context



Let op: Aandacht is schaarser; 15-19 jarigen scrollen minder, kwaliteit van bereik telt.

TV Context



Conclusie: Maximale marktpenetratie vereist een synergetische TV + TikTok mix, geen of/of scenario.

Het NMO Integratie Framework: Een 4-stappen aanpak voor maximaal netto bereik



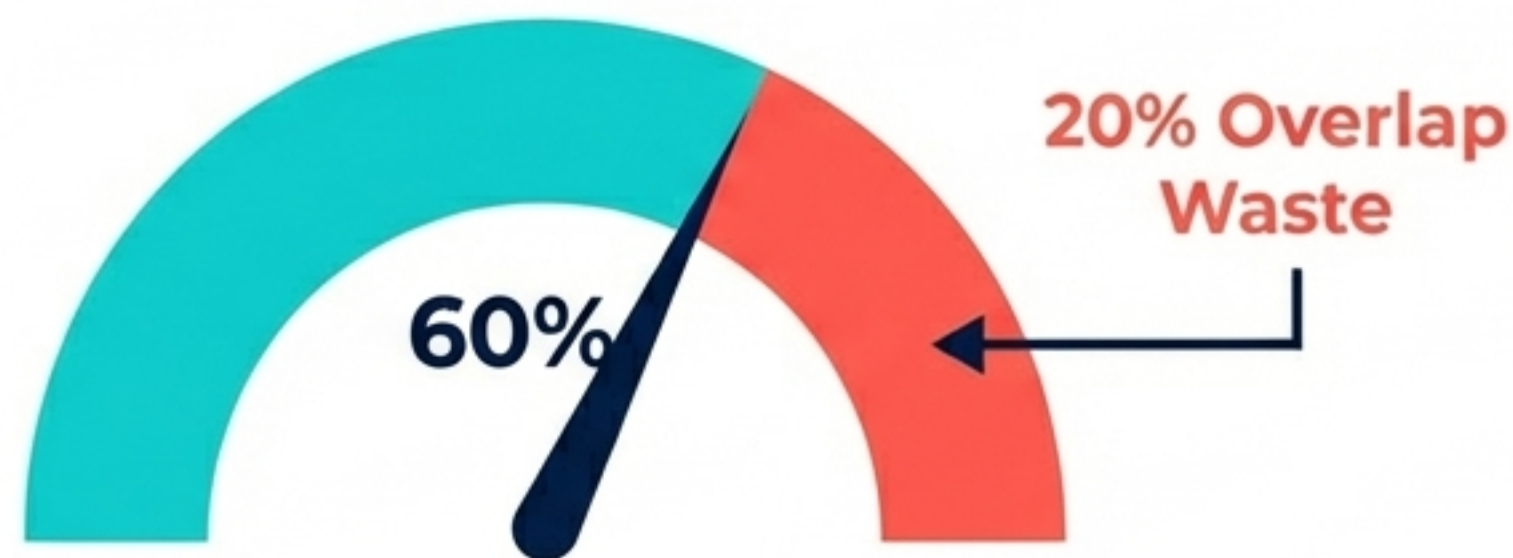
Stap 1: Baseline Meting elimineert blinde vlekken in huidige campagnes

Silo Rapportage



Bruto Bereik
(Misleidend)

NMO Gekalibreerd



Netto Uniek Bereik
(De Waarheid)

Data Integratie

Koppel historische campagne data (TV NPO/RTL + TikTok) aan de nieuwe NMO panels (tv, laptop, tablet, smartphone).

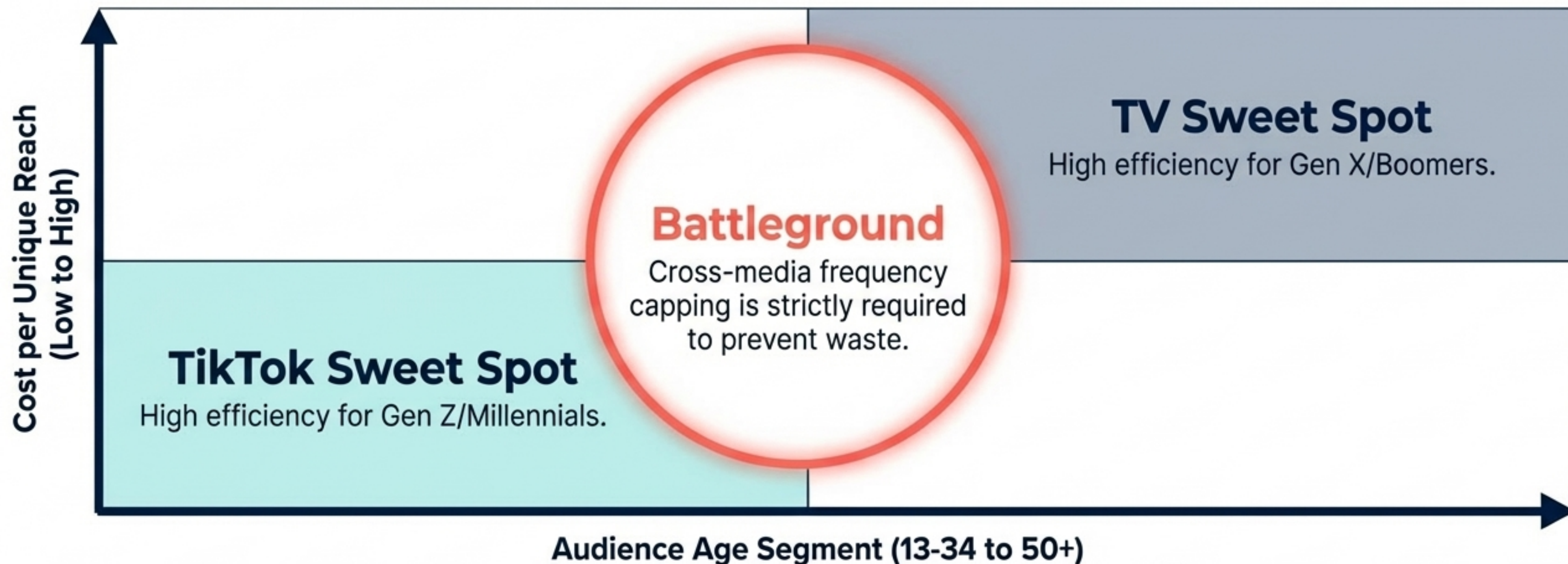
Overlap Identificatie

Meet exact hoeveel kijkers je campagne op beide platformen zagen.

Nulmeting KPI's

Definieer huidige Cost per Unique Reach als je financiële baseline.

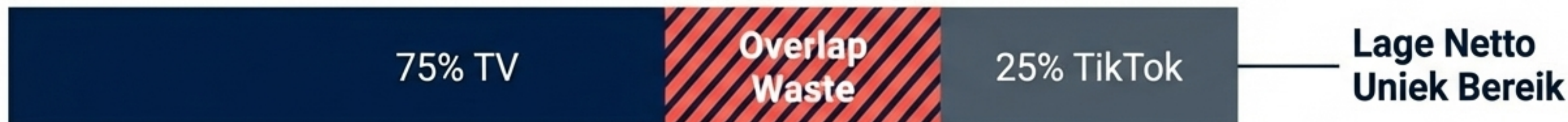
Stap 2: Doelgroep Mapping onthult de meest efficiënte bereik-kanalen



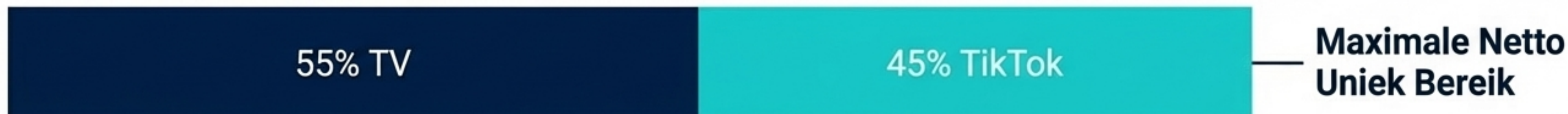
TikTok levert voor de groep <35 jaar aantoonbaar goedkoper uniek bereik dan dure lineaire TV-blokken.

Stap 3: Budget Optimalisatie maximaliseert ROI door incrementeel bereik te kopen

Traditioneel Plan



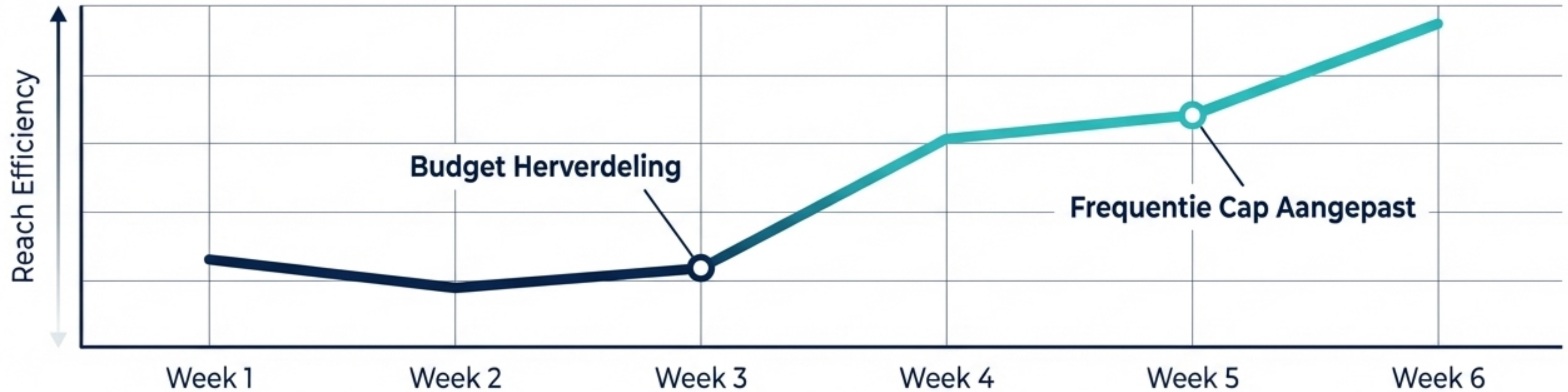
NMO Geoptimaliseerd Plan



Execution Mandate

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Verschuif budget proportioneel naar het kanaal met de laagste CPM per unieke gebruiker binnen jouw specifieke doelgroep. | <ul style="list-style-type: none">• Koop geen impressies, koop incrementele dekking. |
|--|--|

Stap 4: Continue Optimalisatie vereist real-time sturing op wekelijkse data



Wekelijkse NMO Extractie

Analyseer netto bereik over alle videokanalen per week.

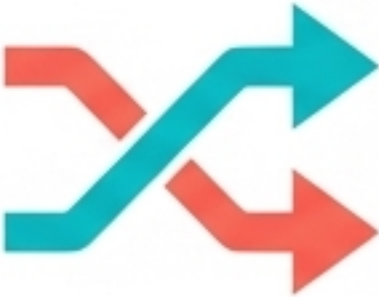
Frequentie Bewaking

Grijp in wanneer NMO aantoont dat kijkers op Videoland, YouTube én TikTok dezelfde uiting te vaak zien.

Agile Budgettering

Houd 15-20% van het mediabudget liquide om wekelijks te schuiven tussen TV en TikTok op basis van ROI.

Case Voorbeeld: FMCG merk realiseert 25% budgetbesparing door cross-media reallocatie

Situatie	Actie (NMO Data)	Resultaat
 22% Overlap Waste Groot FMCG merk lanceerde product voor doelgroep 18-45. Traditionele inzet: Zware TV Prime Time blokken + losse TikTok campagne. Verborgene overlap verslond 22% van het budget.	 NMO onthulde dat TV Prime Time nauwelijks incrementeel bereik toevoegde voor de 18-34 groep, maar de Cost-per-Reach extreem opdreef. Prime time TV budget werd met 30% gereduceerd; TikTok budget voor 18-34 verdubbeld.	 +25% budgetbesparing 25% netto budgetbesparing, bij een gelijke Netto Uniek Bereik doelstelling. Mandaat voor media team vergroot.

De Spelregels: De transitie van silo-denken naar geïntegreerd plannen

Don't (Oude Silo Methode)	Do (NMO Cross-Media Standaard)
 In silo's plannen met gescheiden TV en Social teams.	 Plan cross-media vanaf dag 1; één briefing, één budget.
 Puur sturen op Bruto CPM of CPM per kanaal zonder overlap te meten.	 Uitsluitend optimaliseren op CPM per Unieke Incrementele Gebruiker.
 Blind vertrouwen op platform-eigen (geïsoleerde) metrics.	 Gebruik NMO data als onafhankelijke 'single source of truth' voor frequentiecapping en bereik.

Infrastructuur & Business Case: De ROI van geïntegreerd meten

De Tool Stack

NMO Cross-Media Platform
(De core data engine).

TikTok Ads Manager
(Activatie).

TV Planning Tool Integratie
(RTL/Talpa/Ster koppelingen).

De Investering

Kosten

~€15.000 - €25.000 / jaar voor
volledige NMO data toegang.

Opbrengst

15-30% ROI verbetering door
eliminatie van budget-overlap.

De NMO licentie verdient zichzelf binnen één kwartaal terug via gerealiseerde media-efficiency.

Het Cross-Media KPI Dashboard: Stuur op deze 5 NMO metrics

Unique Reach %

Totaal netto bereik over alle schermen (TV + Digitaal).

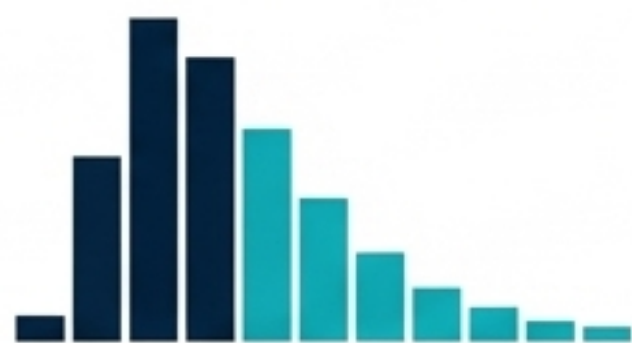
Overlap %

De Waste indicator - percentage doelgroep bereikt op >1 platform.

Cost per Incremental Reach (CPIR)

Wat kost één écht nieuwe kijker erbij?

Frequency Distribution



Histogram van contactfrequenties over de totale mix.

Campaign Efficiency Ratio

Bruto mediakosten / Netto uniek bereik.

4-Weken Implementatie Roadmap voor NMO integratie



Executive Summary: 5 pijlers voor cross-media dominantie

1

Eén Meting

Meet altijd cross-media bereik via het onafhankelijke NMO.

2

Uniek Boven Bruto

Optimaliseer budgetten op Netto Unieke Reach, nooit op totale impressies.

3

Complementaire Kracht

Gebruik TikTok gericht om dure TV-gaten in jongere (13-34) doelgroepen efficiënt op te vullen.

4

Single Source of Truth

Accepteer geen platform-slager-keurt-eigen-vlees data meer; eis NMO validatie.

5

Agile Executie

Test, meet wekelijks, en schuif real-time met budgetten om CPM's te drukken.

Actieplan: De eerste stappen voor uw Q2 mediaplan

1

Vraag NMO Demo Aan.

(Deze week). Plan sessie met media-bureau om nieuwe meet-infrastructuur live te zetten.

2

Analyseer Q1 Overlap.

(Volgende week). Kwantificeer exact hoeveel mediabudget in Q1 verloren ging aan **TV/TikTok overlap in jullie specifieke doelgroep.**

3

Herzie Mediaplan Q2.

(Binnen 14 dagen). Beoordeel komende mediaplannen uitsluitend door de nieuwe cross-media lens. Eis budget-allocatie op basis van cost-per-incremental-reach.

Verenig bereik. Elimineer verspilling. Domineer de markt.