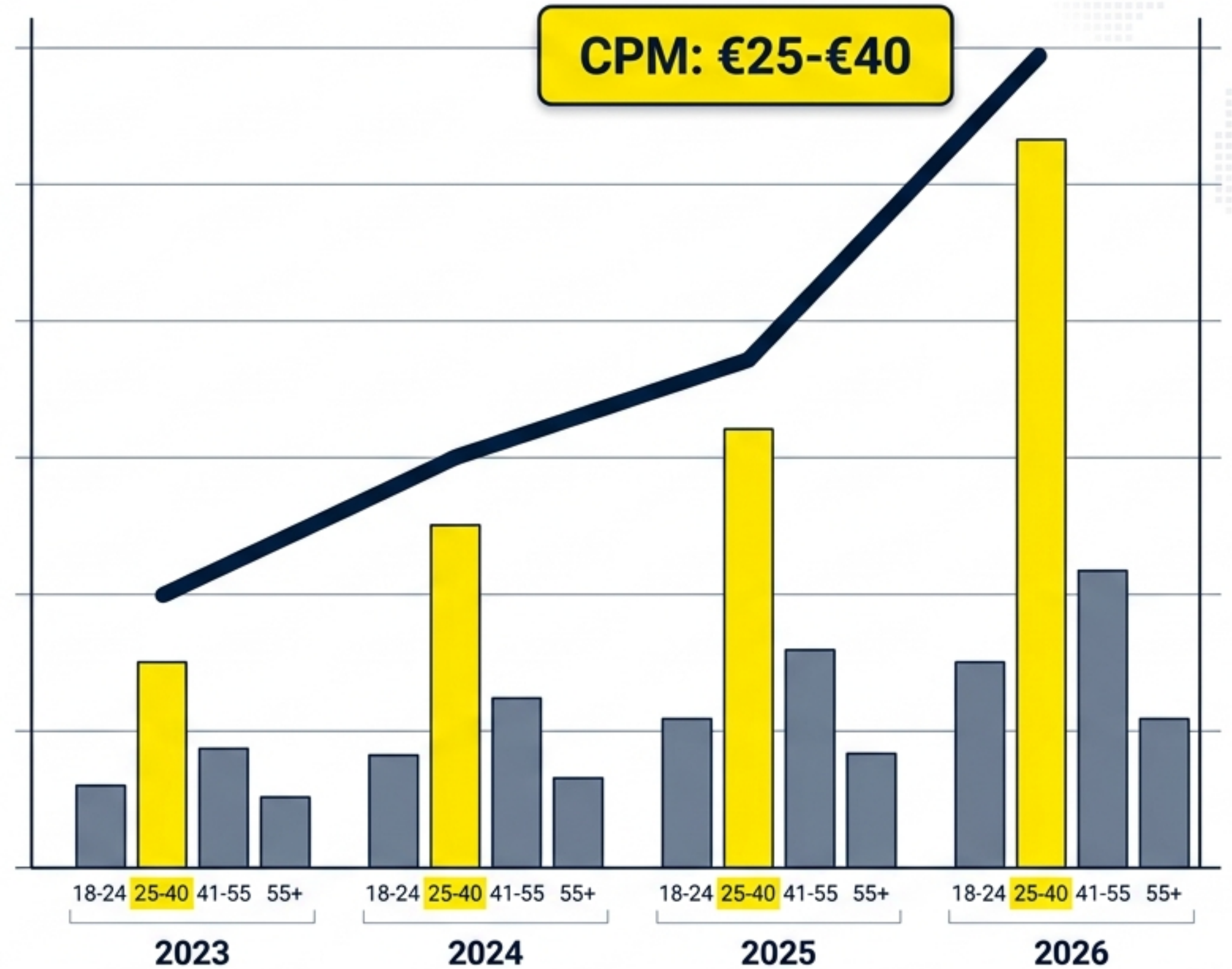


Snapchat B2B Marketing: Van youth platform naar business kanaal

Een pragmatisch executie-playbook
voor de datagedreven CMO.

De noodzaak voor een challenger-kanaal

- **LinkedIn CPM's exploderen:** verwacht gemiddeld €25-€40.
- **Verzadiging:** Dalende organische reach in de 35+ doelgroep.
- **Demografische shift:** Gen Z stroomt massaal in besluitvormende functies.

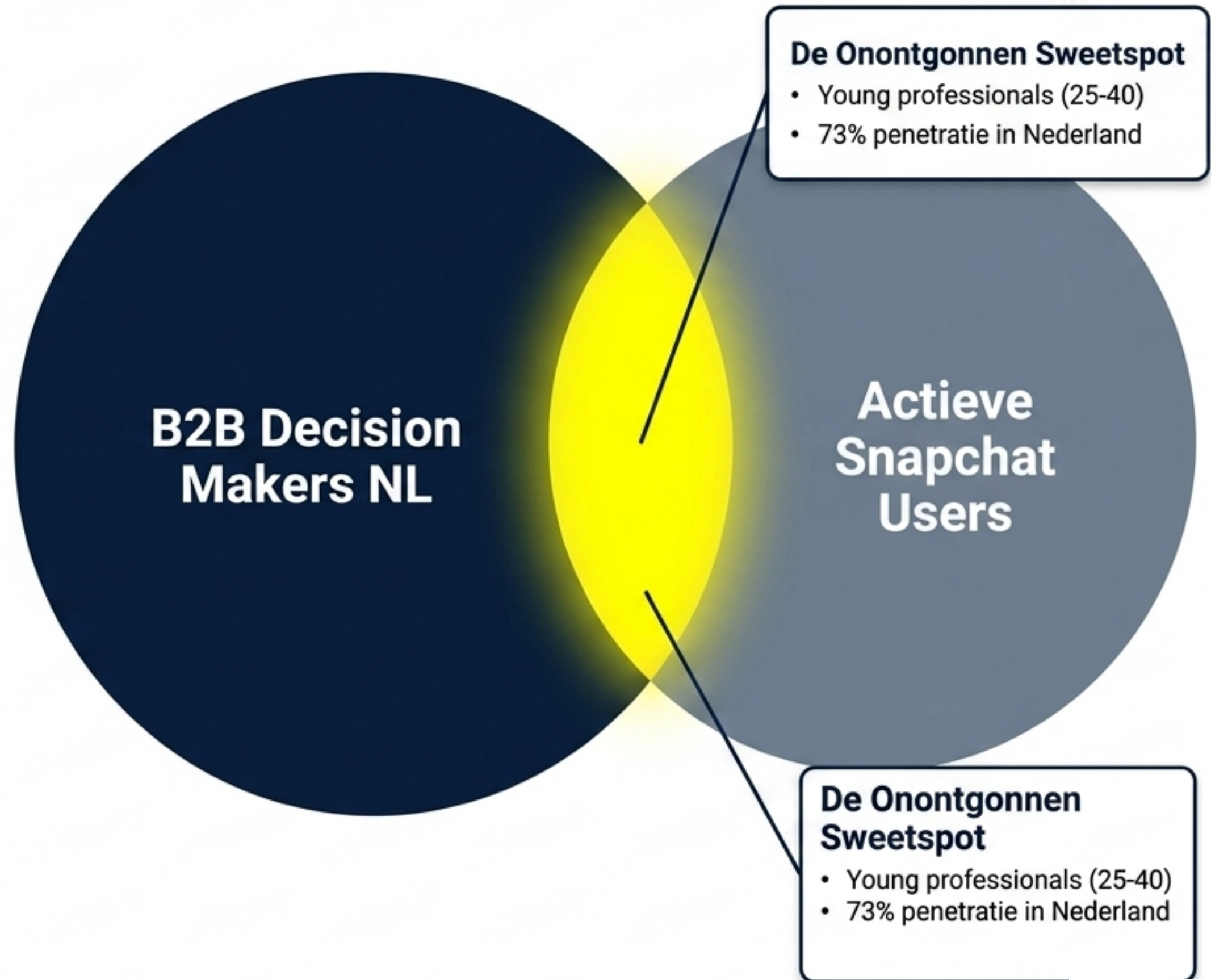


Midnight Blue Line: LinkedIn CPM Trend
Vibrant Yellow Bars: 25-40 Jaar Demographic Influx
Slate Gray Bars: Other Demographics

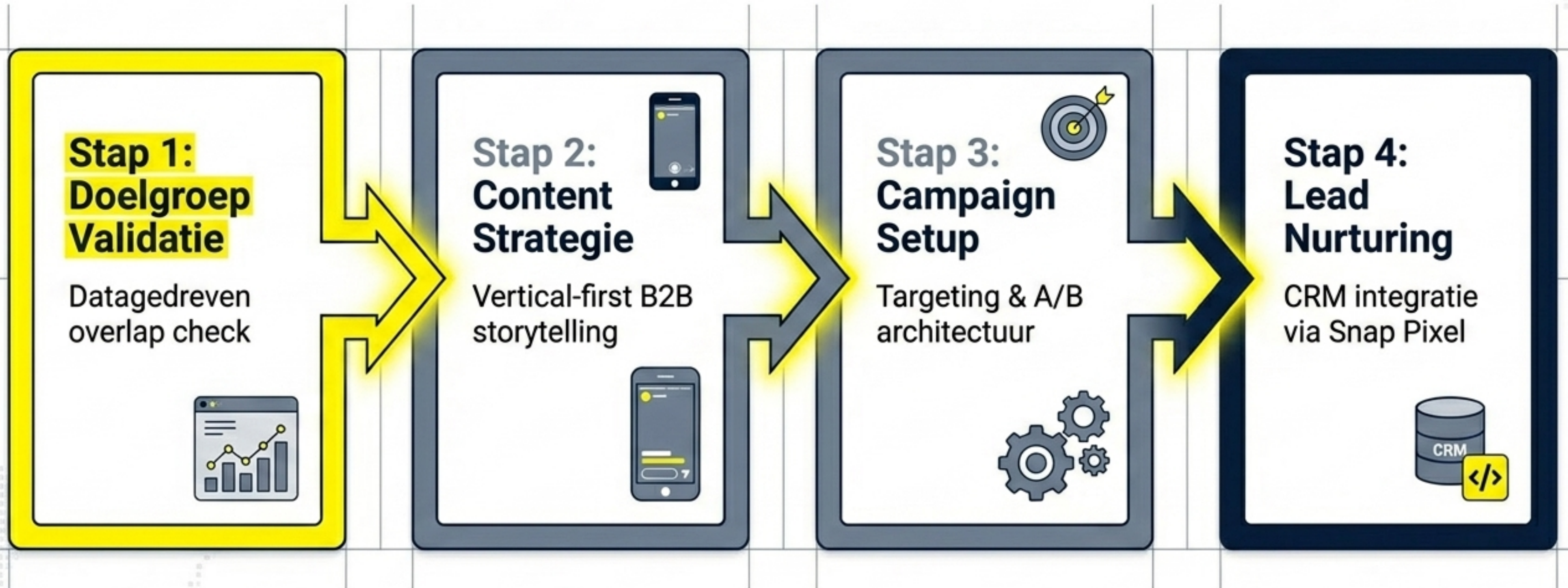
Waarom dit urgent is: De C2B Shift

De verschuiving naar directe consumentenrelaties – wat ik C2B noem – stelt merken in staat om tweerichtingscommunicatie met hun doelgroepen op te bouwen.”

– Tim Armstrong (CEO Flowcode)

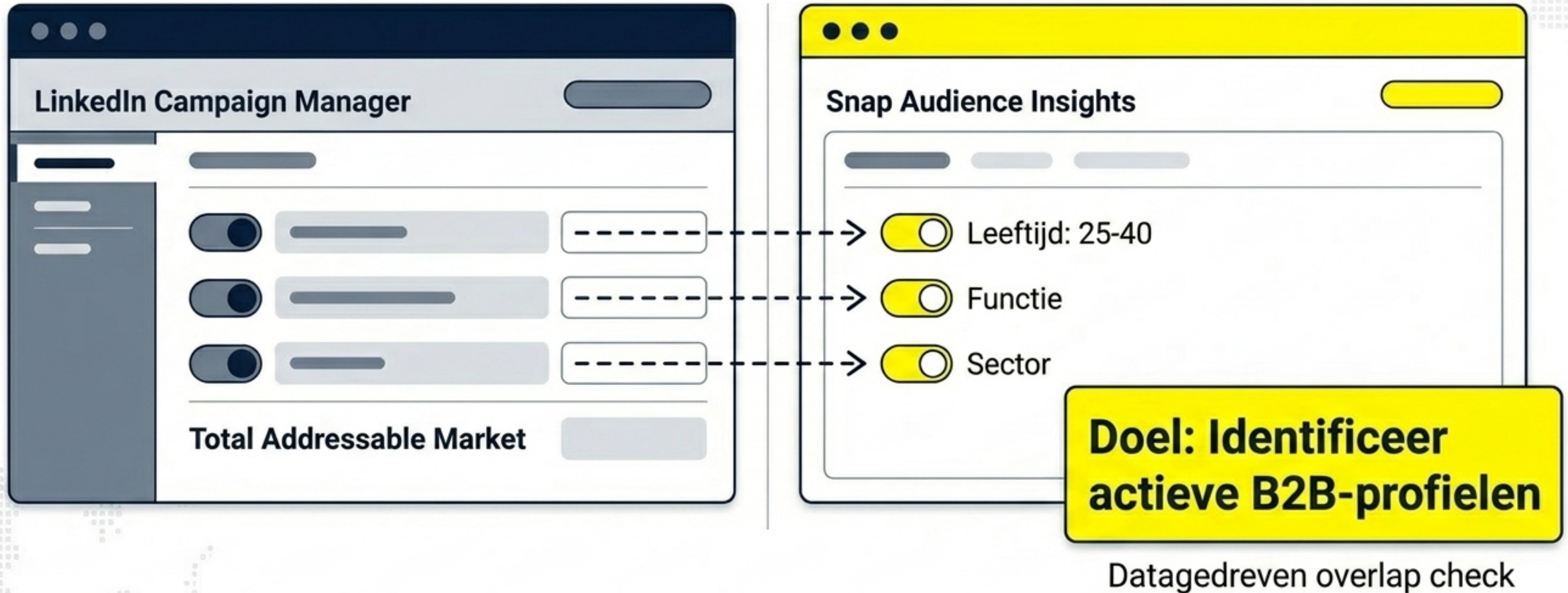


Het B2B Snapchat Experimentation Framework



Een 4-stappen methodiek om risicomijdend te testen buiten de LinkedIn comfortzone.

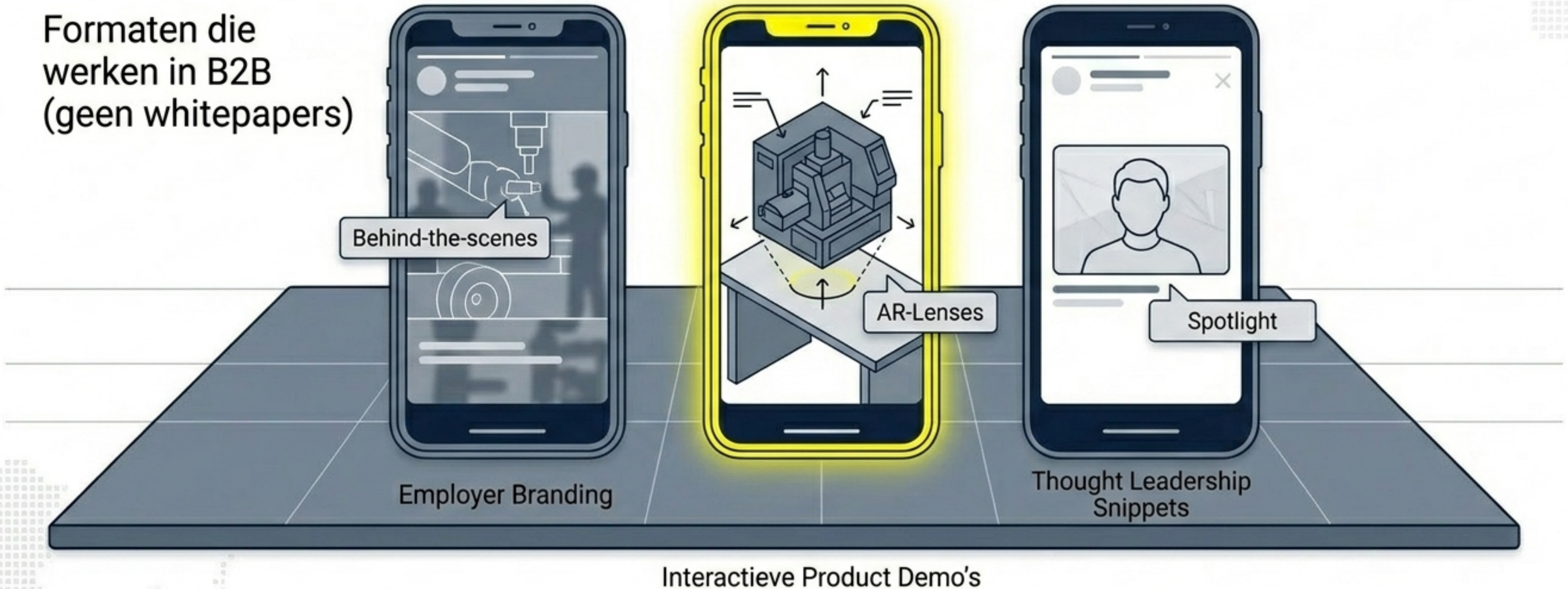
Stap 1: Objectieve Doelgroep Validatie



Een 4-stappen methodiek om risicomijdend te testen buiten de LinkedIn comfortzone.

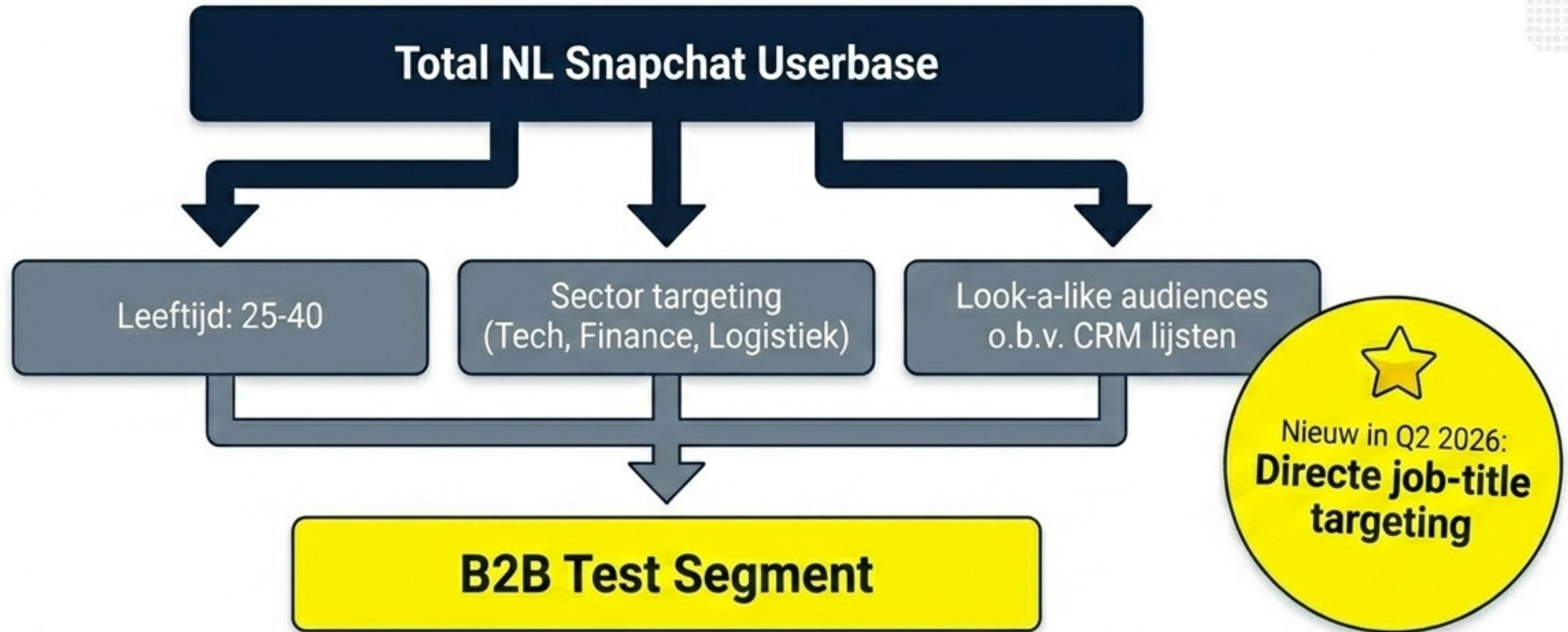
Stap 2: C2B Content & Vertical Storytelling

Formaten die werken in B2B (geen whitepapers)



Een 4-stappen methodiek om risicomijdend te testen buiten de LinkedIn comfortzone.

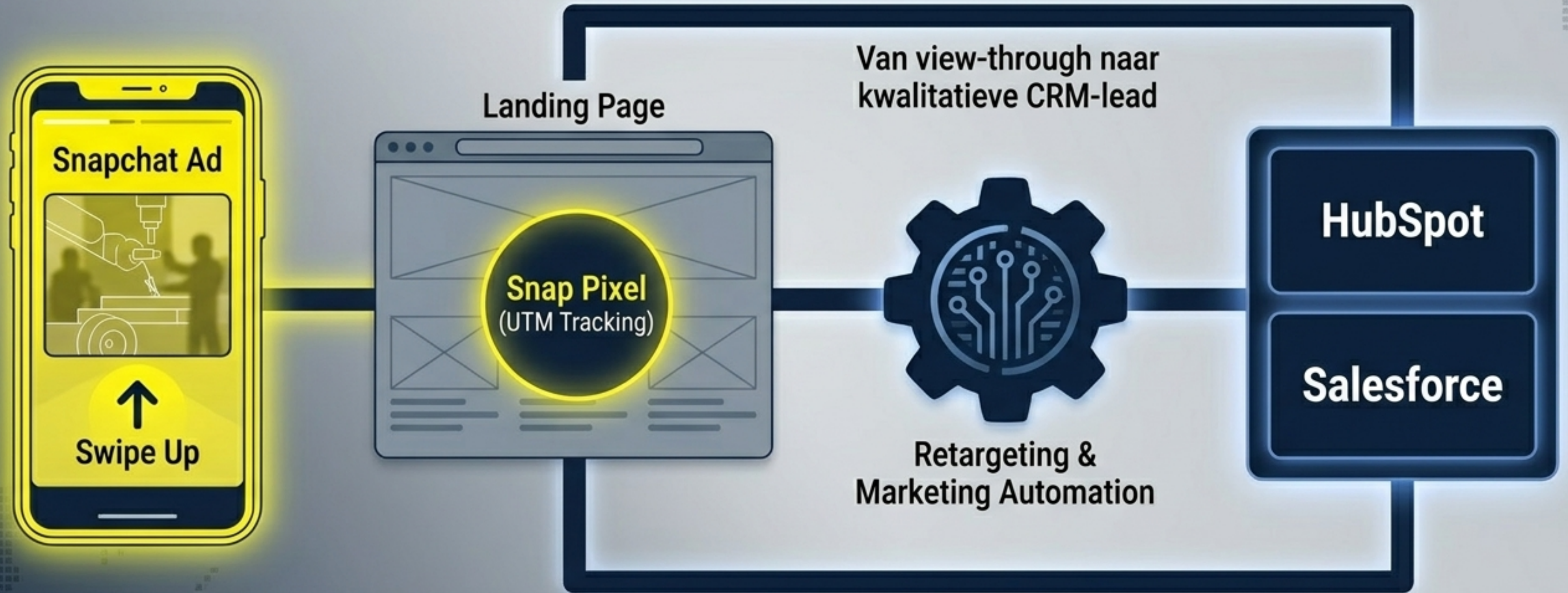
Stap 3: B2B Campaign Setup & Targeting



Strategie: Voer standaard een gecontroleerde A/B test uit tegen LinkedIn.

Een 4-stappen methodiek om risicomijdend te testen buiten de LinkedIn comfortzone.

Stap 4: Lead Nurturing & Systemintegratie



De Nederlandse Marktcontext

73%

Penetratie onder
18-34 jarigen in NL

LinkedIn Gemiddelde CPM
€25 - €40

Snapchat Gemiddelde CPM
€8 - €12




Tech & SaaS

Finance

Consulting

Executie Kaders: Do's & Don'ts

DON'T

-  Kopieer NOOIT LinkedIn creatives 1-op-1.
-  Verwacht geen directe leads zonder diepe nurture funnel.
-  Negeer de view-through attributie niet bij B2B trajecten.

DO

-  Start met cultuur en employer branding campagnes.
-  Experimenteer met AR-productervaringen voor complexe hardware.
-  Ontwerp een vertical-first storytelling strategie.

Implementatie Roadmap (4 Weken)

Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
Account setup & Audience Research	Vertical Video Creatie (Productie van 5-8 assets)	Pilot Lancering & Media Uitlevering (€2.000 testbudget)	Data Analyse & A/B Optimalisatie

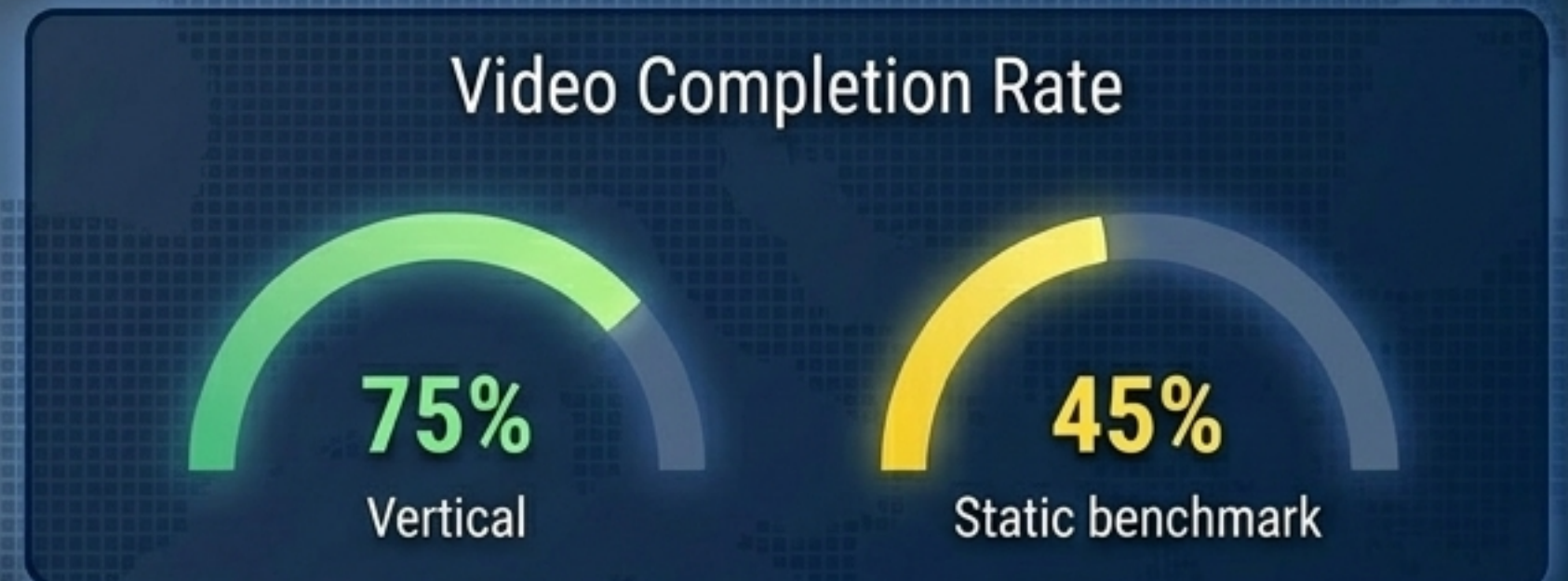
Focus op pragmatisch en gecontroleerd testen boven all-in commitment.

Het Pilot KPI Dashboard

Primary Metrics (Hard ROI)



Secondary Metrics (Brand & Engagement)



Operationele Budget Richtlijnen

Creatie (Eenmalig)

**€3.000 -
€8.000**

Productie van 5 tot 8 vertical video assets. Focus op high-quality storytelling.

Pilot Fase (Media)

**€2.000 -
€5.000**

Maandelijks budget voor een minimale testperiode van 3 maanden. A/B testing setup.

Scale Fase (Media)

**€10k -
€25k**

Maandelijks allocatie na succesvolle validatie van de CPL in de pilot fase.

Risico-Analyse & Mitigatie

Geïdentificeerd Risico

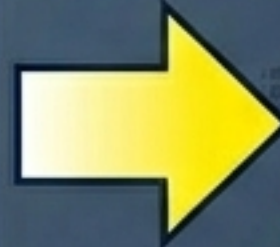
Mitigatie Strategie

Platform volwassenheid:
Beperkte B2B third-party integraties.



Gebruik de native Snap Pixel hand-off en bouw handmatige UTM-tracking naar HubSpot/Salesforce.

Attributie uitdagingen:
Complexe tracking over lange sales cycli.



Focus op micro-conversies (whitepaper downloads, webinar signups) in plaats van harde enterprise sales.

Interne buy-in: Het stigma dat Snapchat exclusief voor tieners is.



Positioneer het intern strict als een afgebakende 'C2B data-pilot' gericht op de 25-40 demografie.

Bewijsvoering: 3 Nederlandse Cases



B2B SaaS-bedrijf

-40% CPL

Experiment met snelle self-service tool demo's vergeleken met LinkedIn benchmarks.



Big 4 Consultancy

3X Apply-Rate

Campagne gericht op young talent recruitment via behind-the-scenes cultuur video's.



Fintech Scale-up

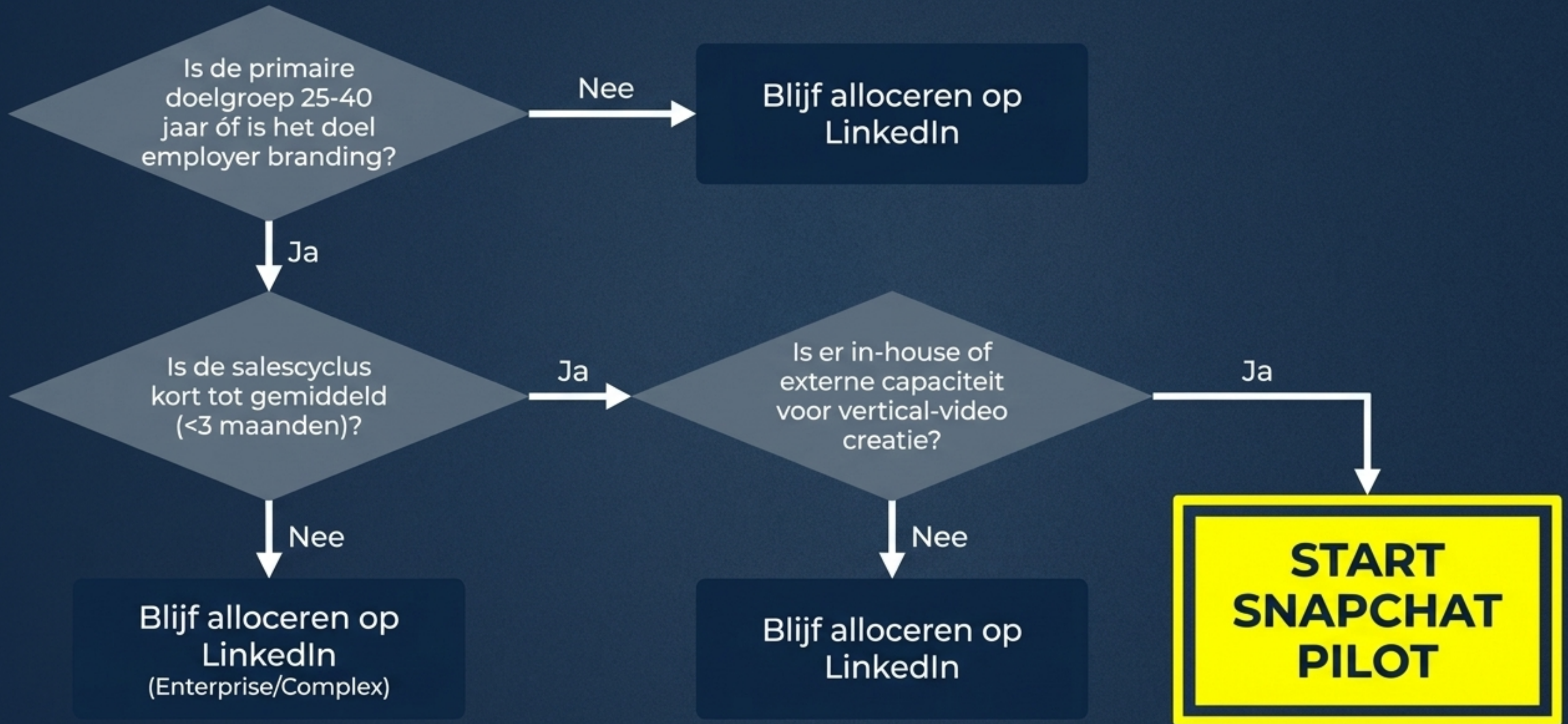
2X Engagement

Educatieve content snippets voor MKB-eigenaren, superieur aan statische in-feed posts.

Samenvatting: 5 Strategische Takeaways

- 1 Validatie:** De doelgroep van 25-40 jaar is met 73% penetratie sterk vertegenwoordigd.
- 2 Kostenvoordeel:** Een besparing van 60-70% op media-inkoop ten opzichte van LinkedIn is realistisch.
- 3 Content:** Vertical-first storytelling en authentieke formats zijn een harde eis voor B2B succes.
- 4 Focus:** Employer branding en short-cycle MKB-producten zijn de meest logische instap.
- 5 Commitment:** Reserveer minimaal 3 maanden en €5.000 voor een betrouwbare, data-gedreven pilot.

B2B Kanaal Allocatie Beslisboom



Executie & Actieplan



1. Valideer doelgroep overlap

Exporteer huidige LinkedIn en CRM data naar de Snap Audience Tool voor een objectieve TAM berekening.



2. Reserveer pilot budget

Lock €5.000 in voor een afgebakende Q2 2026 test-vlucht.



3. Brief creatieve partners

Start direct met de productie van minimaal 3 vertical-video test assets, met focus op cultuur en thought-leadership.

