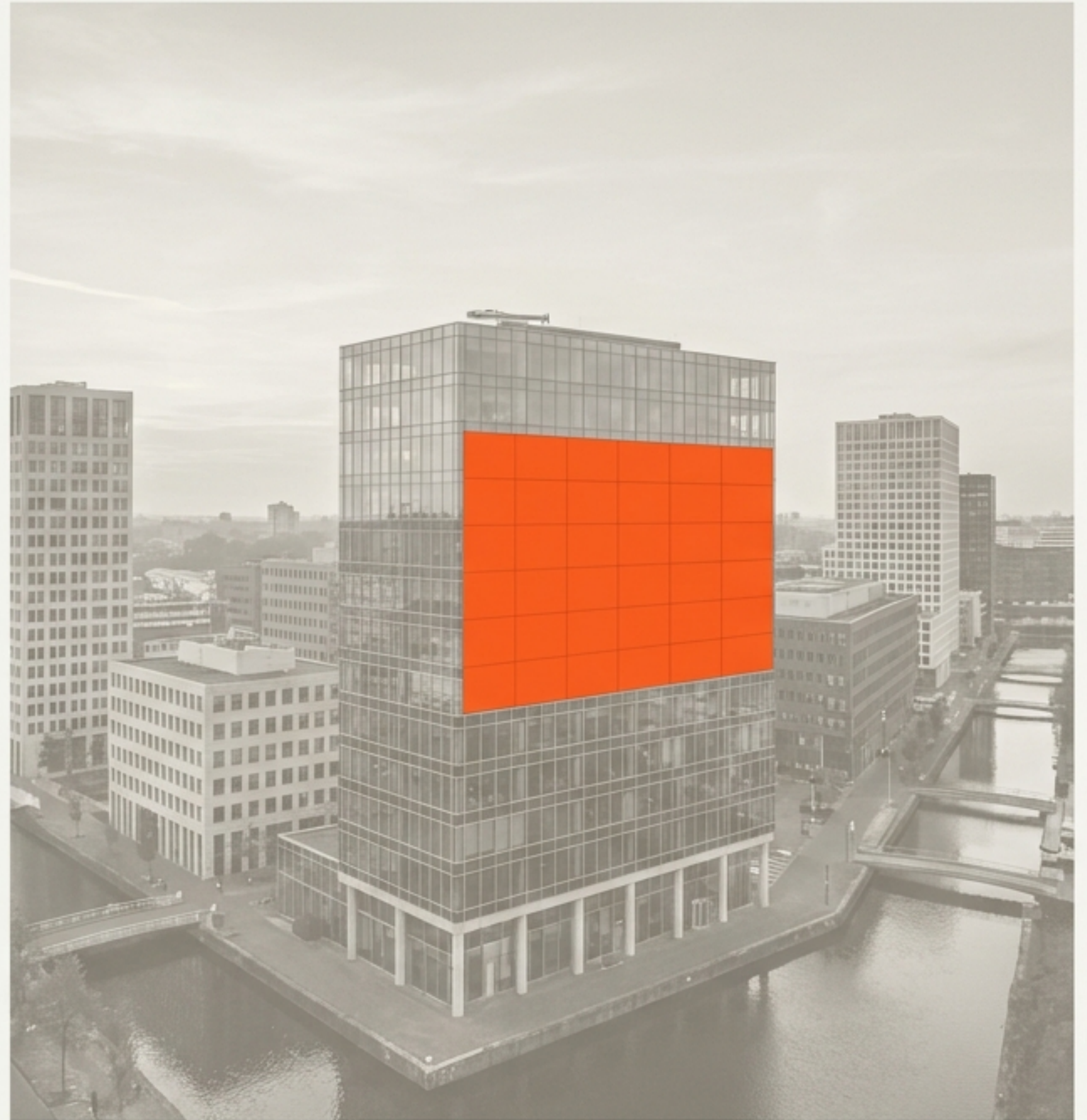


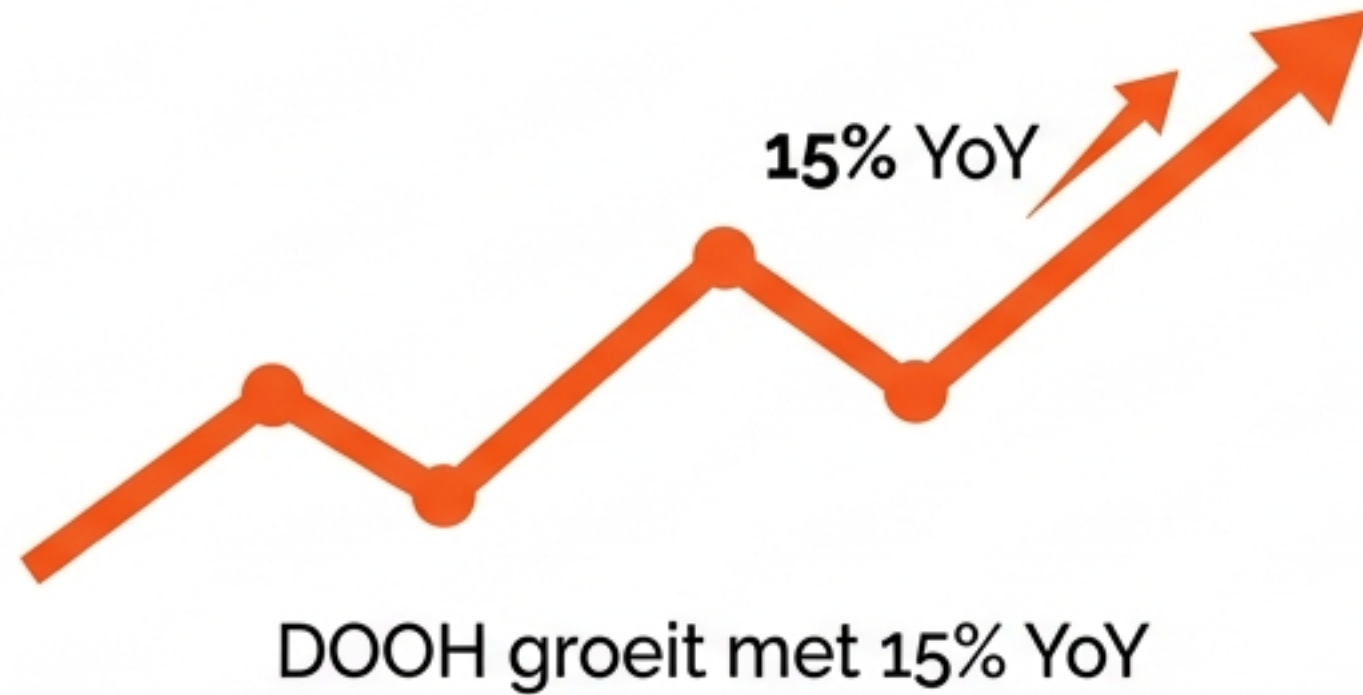
Creative Quality = OOH Performance: Het Evidence-Based Framework

De playbook voor data-gedreven
creatieve optimalisatie.

Investeren in 'creative capital'
overtreft mediaplanning: het
framework voor 3,5x meer impact.



Situatie & Urgentie



maar de **mediabudgetten lekken weg** door suboptimale executie.

De OOH Paradox

Nederland is koploper in **programmatische digital out-of-home** (pDOOH).
Merken optimaliseren inkoop puur op **hyper-lokaal bereik**.



De Kapitaalvernietiging

Gemiddeld vloeit slechts **5% van het OOH-budget naar creatie en testing**.
Dit leidt tot **onzichtbare uitingen die niet converteren**.



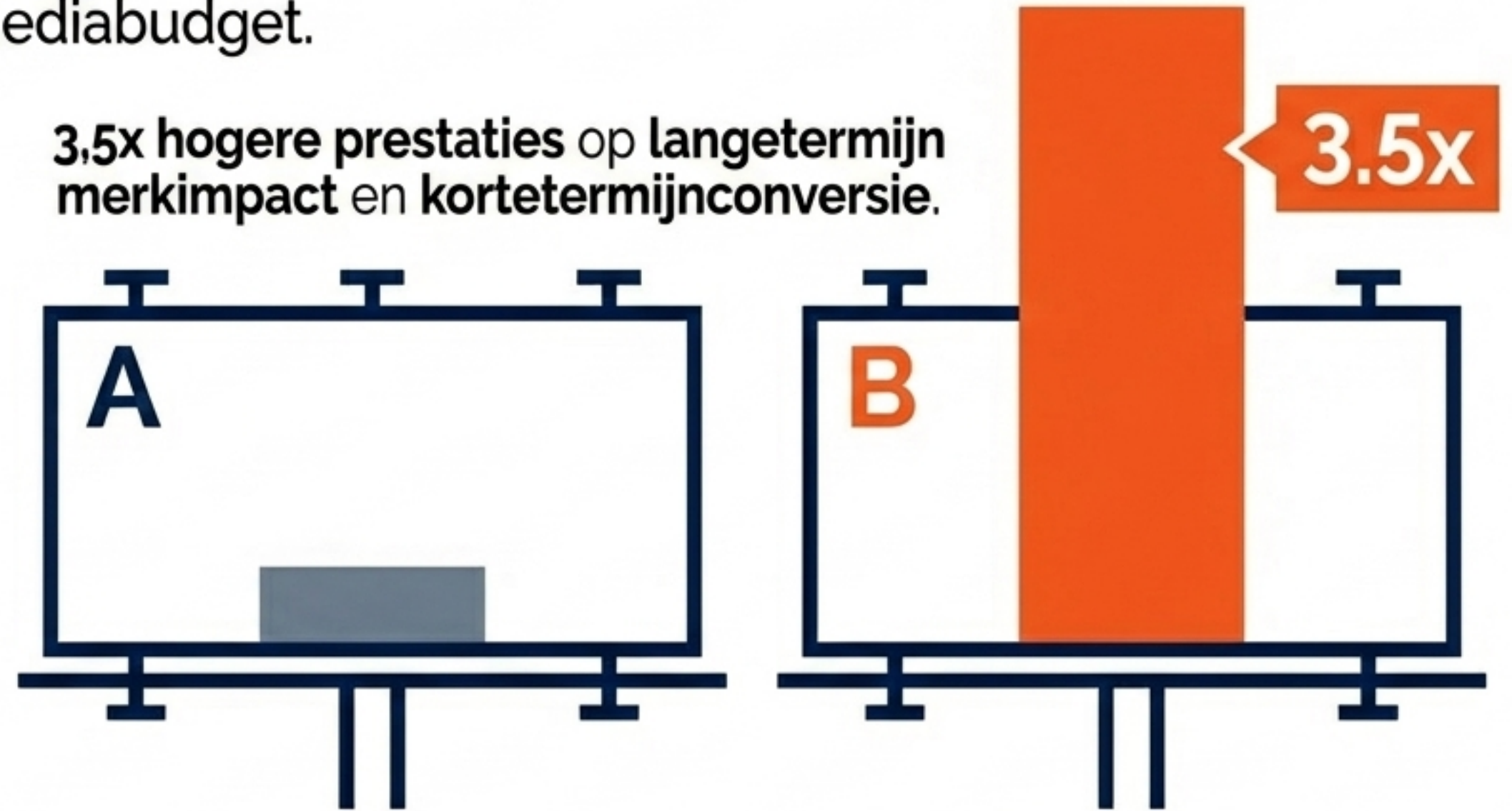
**Technologie kan de distributie versnellen,
maar compenseert nooit een zwakke boodschap.**

Het Bewijs: Creativiteit Verslaat Bereik

Creatieve kwaliteit dicteert het OOH-succes:
3,5x hogere prestaties bij een gelijk mediabudget.



3,5x hogere prestaties op langetermijn merkimpact en kortetermijnconversie.



“

“Kijken naar langetermijnimpact en kortetermijnverkoop was echt verhelderend.”



Richard Parsons, Independent Board Member

“

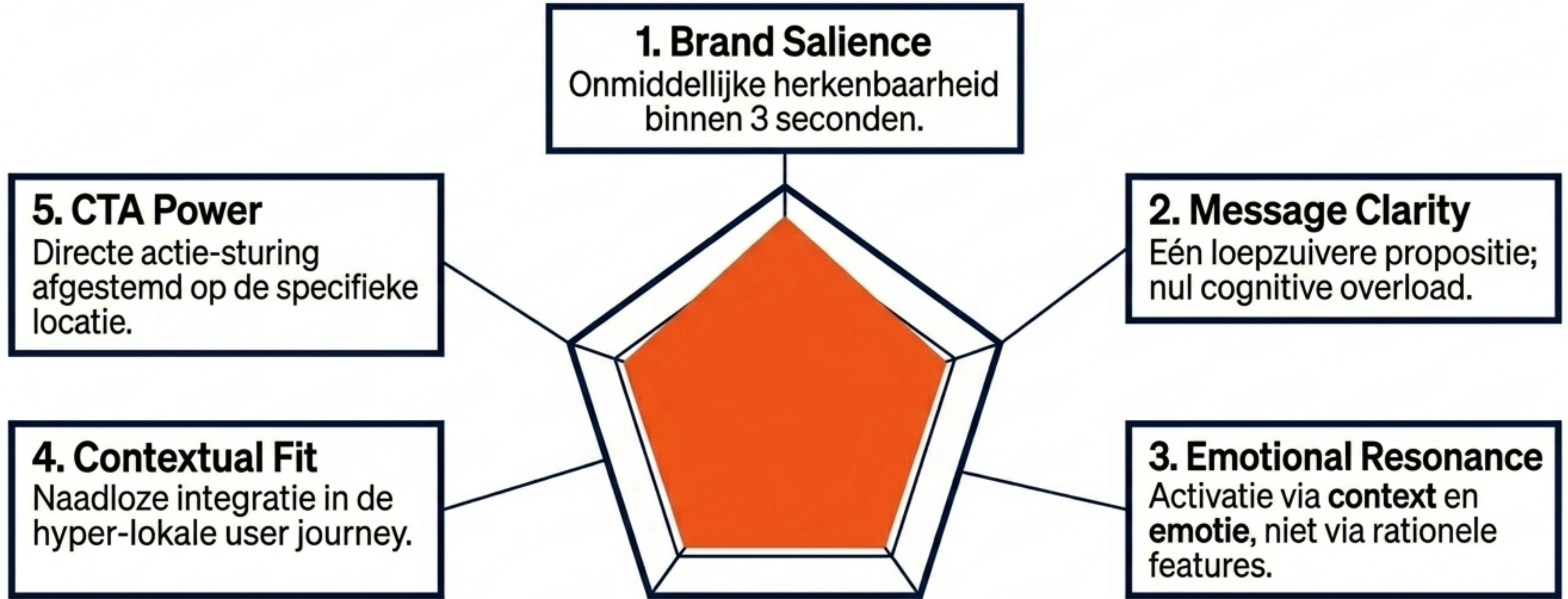
“...helderheid en precisie om onze brands met meer onderscheid en creatieve voice verder te ontwikkelen.”



Richard Dickson, CEO Gap Inc.

Het Creative Quality Framework

De 5 dimensies die Out-of-Home performance voorspellen.



**Creativiteit in OOH is geen abstracte kunst;
het is een meetbaar, diagnostisch instrument.**

Dimensie 1 & 2: Saliience & Clarity

De 3-Seconden Regel: het menselijk brein verwerkt maximaal 7 woorden in de OOH-context.

Dimensie 1: Brand Saliience



Visuele identiteit en logo-prominentie zijn niet optioneel. Best practice vereist dat het logo in de top of bottom 20% van de uiting staat met extreem hoog kleurcontrast.

Dimensie 2: Message Clarity

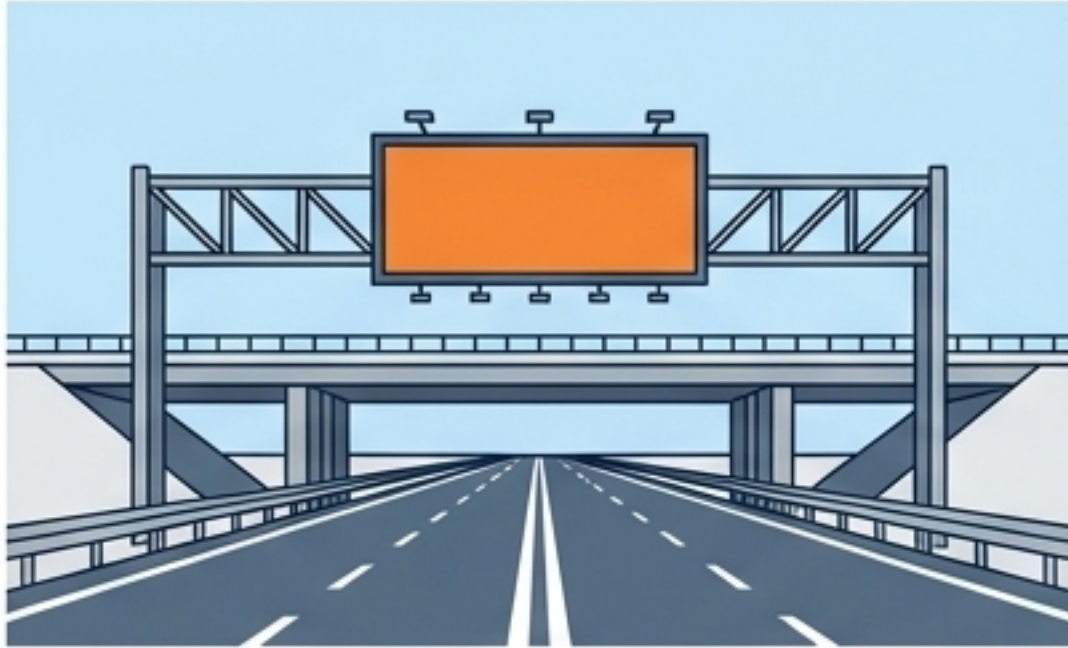


Zodra de copy de 7 woorden passeert, verschuift de visuele aandacht direct weg van het logo naar de tekstbrij. Vuistregel: Eén boodschap. Nul sub-proposities.

Dimensie 3 & 4: Resonance & Context

Relevantie verslaat zenden: activeer emotie en optimaliseer voor de locatie-context.

Snelweg (High-Speed)



Focus:	Maximale schaal, minimale details.
Emotie:	Pure herkenning en gezichten.
Tekst:	Maximaal 3-5 woorden.

Station (Dwell-Time)



Focus:	Culturele haken en langere leestijd.
Emotie:	Verrassing en storytelling.
Tekst:	Complexe narratieven toegestaan.

Winkelstraat (Activation)



Focus:	Dynamische hyperlokale sturing.
Emotie:	Directe behoeftebevrediging.
Tekst:	Afstand naar dichtstbijzijnde locatie.

Dimensie 5 & Benchmarks

Een sterke OOH-uiting faciliteert gedrag, afgestemd op harde Nederlandse benchmarks.

De Anatomie van een Perfecte CTA



Strikte inzet van QR-codes:
Uitsluitend op locaties met gegarandeerde dwell-time (stations, abri's).

Digitale frictie elimineren:
Gebruik uitsluitend frictieloze korte URL's en hyper-lokale store locators.

Nederlandse Benchmarks (JCDecaux 2025)



Gemiddelde
Attention Time

Merk Recall Rate
(Top Executies)

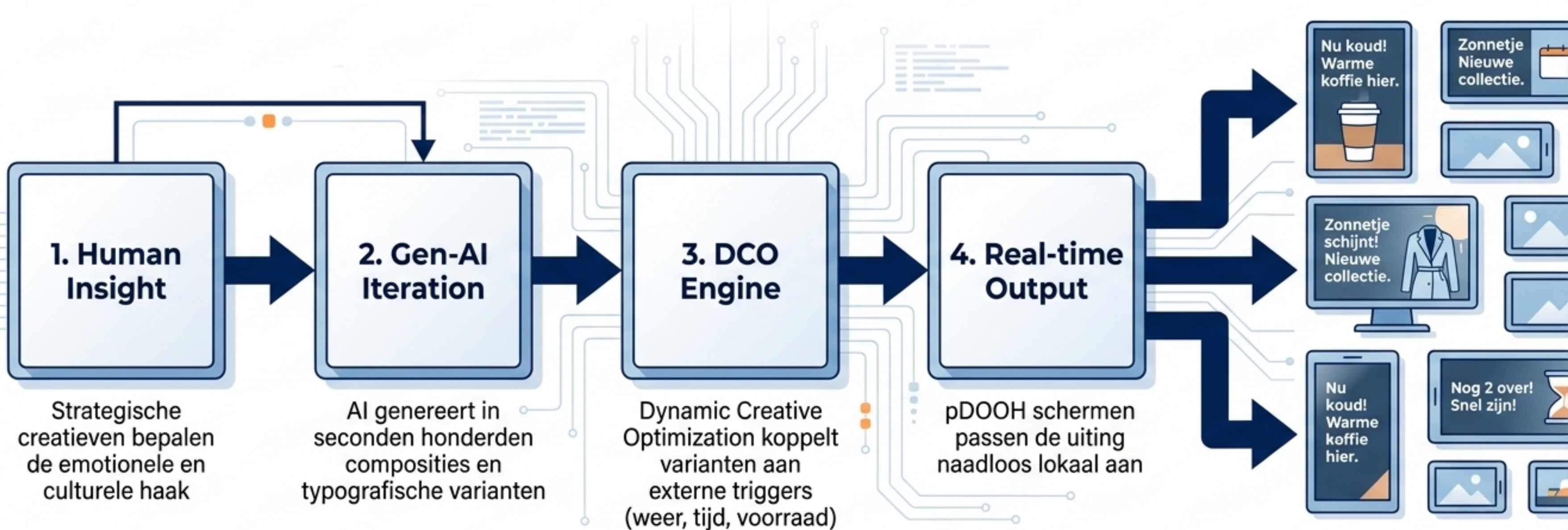


Conversion Lift
(Met Locatie CTA)

Zonder concrete gedragssturing is OOH gereduceerd tot extreem duur merkzenden.

De DOOH Automatisering (Programmatic & AI)

pDOOH schaaft de executie, maar het strategische kernidee blijft altijd mensenwerk.



Een zwak basisidee vermenigvuldigen via pDOOH leidt niet tot betere resultaten: het vergroot uitsluitend de zichtbaarheid van middelmatigheid.

Het Pre-Testing Protocol

Ga nooit blind live: Het 3-stappen validatieprotocol voor risk-mitigation.

Stap 1: In-house Validatie (Dag 1)

AI Eye-tracking simulatie.

Checkt of Brand Saliency en Message Clarity binnen 3 seconden onmiskenbaar worden gepasseerd.



Stap 2: De Veld Pilot (Dag 5)

A/B-test via pDOOH.

Kleine, gecontroleerde flight van maximaal 10 schermen op high-traffic locaties. Direct sturen op CTR of QR scans.



Stap 3: Full Scaling (Dag 14)

Nationale uitrol.

Mediabudget wordt uitsluitend gecommiteerd aan de bewezen 'winning creative' op basis van velddata.



Bescherm het mediabudget door dit up-front testing protocol hardhandig in de bureau-pijplijn te forceren.

De Diagnostische Matrix: 8 Do's & Don'ts

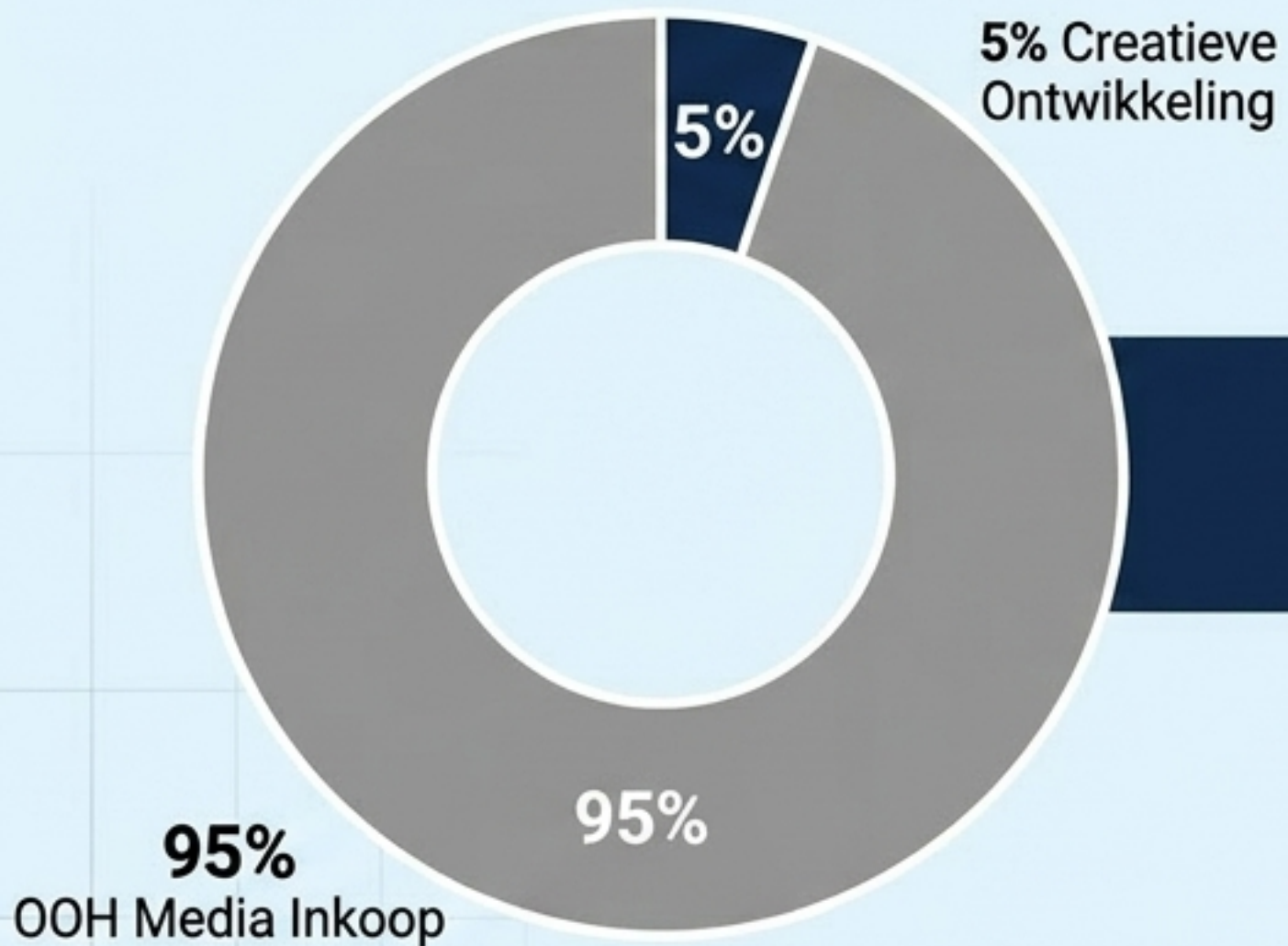
Audit uw huidige campagnes: Fouten die out-of-home effectiviteit direct tenietdoen.

	Suboptimaal (Fout)	Best-in-Class (Goed)
Tekst	 <p>>10 woorden, complexe bijzinnen en meerdere boodschappen.</p>	 <p>Maximaal 7 woorden en uitsluitend één enkele propositie.</p>
Contrast	 <p>Lage contrastratio en esthetische pastelkleuren blenden in de omgeving.</p>	 <p>Contrastratio > 70% met harde, opvallende merkkleuren.</p>
Branding	 <p>Subtiele, verstopte logo's in de hoek uit angst voor een "commerciële look".</p>	 <p>Logo massief gepositioneerd in de top of bottom 20% van de uiting.</p>
Beeld	 <p>Generieke, sfeer-gedreven stockfotografie zonder focuspunt.</p>	 <p>Extreme focus op grote menselijke gezichten en lokale relevantie.</p>

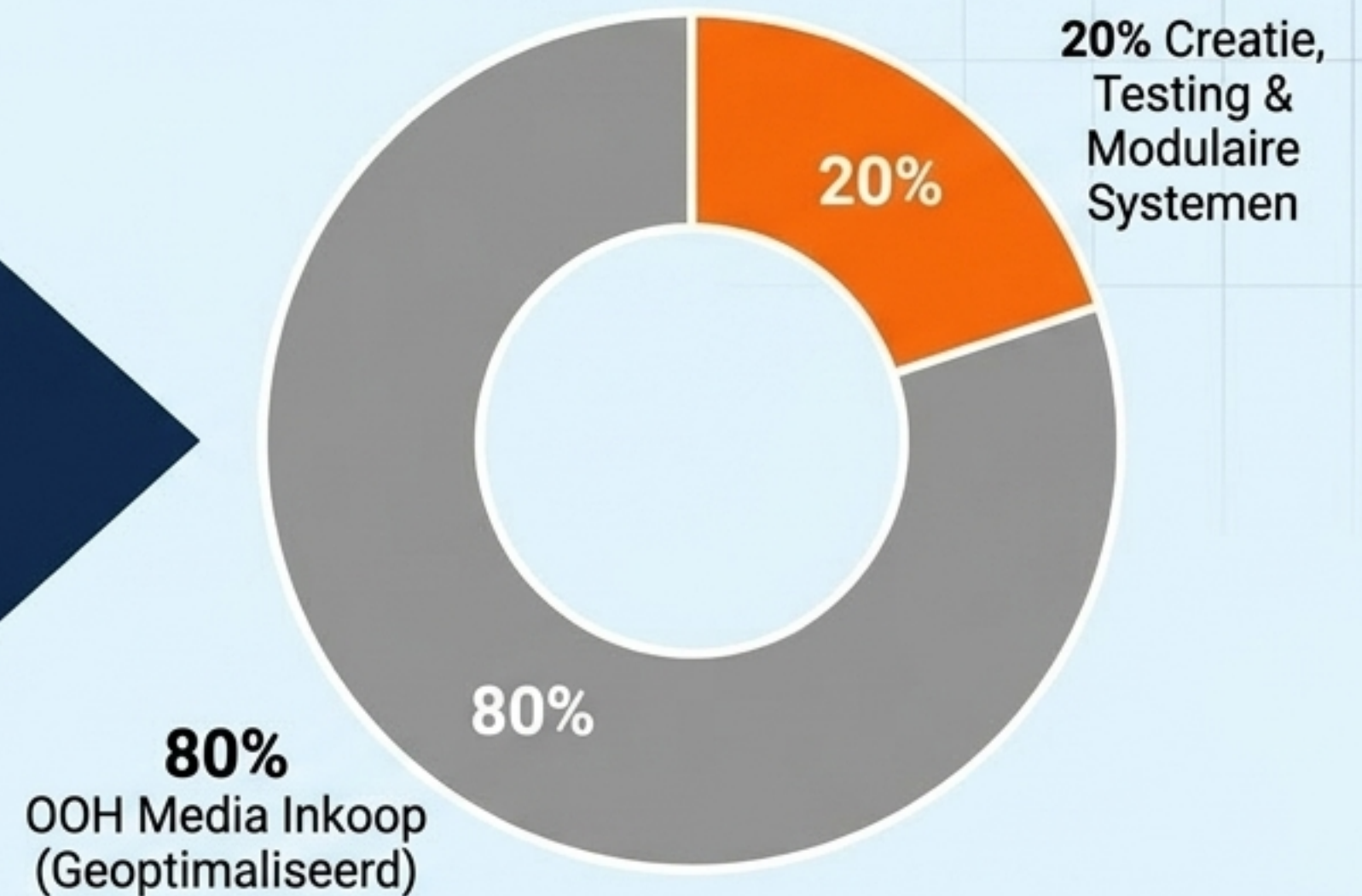
Budget Richtlijnen: De Verschuiving

Herzie de OOH P&L: Verschuif mediabudget naar creatieve ontwikkeling en iteratie.

Nederlands Gemiddelde (Status Quo)



Het Bain-Style Playbook (Best Practice)



15% minder bruto bereik inkopen, maar de overgebleven schermen voorzien van een concept dat 3,5x meer impact levert, resulteert in een significant hogere netto ROI.


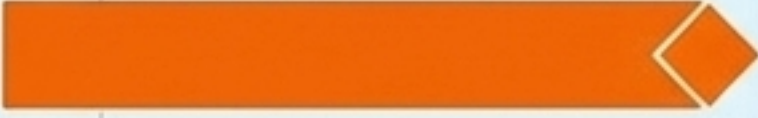
Het OOH KPI Dashboard

Meet breder dan bereik: De attributie-architectuur voor de boardroom.



Implementatie Roadmap

Sprint-gebaseerde implementatie voor integratie van het framework in Q2 campagnes.

	Week 1: Audit & Diagnose	Week 2: Opschalen Testinfrastructuur	Week 3: Live Pilot Launch	Week 4: Scaling & Board Report
Audit & Diagnose	Analyseer de laatste 3 OOH campagnes keihard op de 5 dimensies. Selecteer de best en worst performers om de baseline vast te stellen.			
Opschalen Testinfrastructuur	Richt het pre-test protocol in met het huidige creatieve bureau. Eis de integratie van AI-simulatie tools in hun ontwerpproces.			
Live Pilot Launch	Lanceer een gecontroleerde pDOOH A/B test. Gebruik een kleine flight op basis van een gloednieuw, modulair creatief concept.			
Scaling & Board Report	Verzamel harde engagement data, valideer het succes, en schrijf het scalingplan voor een vlekkeloze landelijke roll-out.			

Het CMO Actieplan

De 3 cruciale mandaten voor senior leiderschap vanaf morgen.

1

Eis Concept-Variatie

Accepteer nooit meer enkelvoudige, statische uitingen van uw bureaus. Eis dynamische, modulaire creatieve systemen die via pDOOH en AI op schaal lokaal relevant gemaakt kunnen worden.

2

Mandateer de 20% Regel

Dwing mediabureaus om de ruwe inkoop te optimaliseren en reserveer reserveer hardhandig 20% van de budget-allocatie puur voor creatieve iteratie, modulaire assets en veld-testen.

3

Implementeer de Stop-Loss

Blokkeer per direct elke nationale uitrol die Dimensie 1 (Brand Salience in <3 sec) niet onomstotelijk heeft gevalideerd via een up-front eye-tracking simulatie of hyper-lokale pilot.

De winnaar is niet het grootste budget, maar het sterkste idee.

Een mediocre boodschap op duizend borden verliest het altijd van een briljant idee op driehonderd.

Einde Playbook → Start met testen.