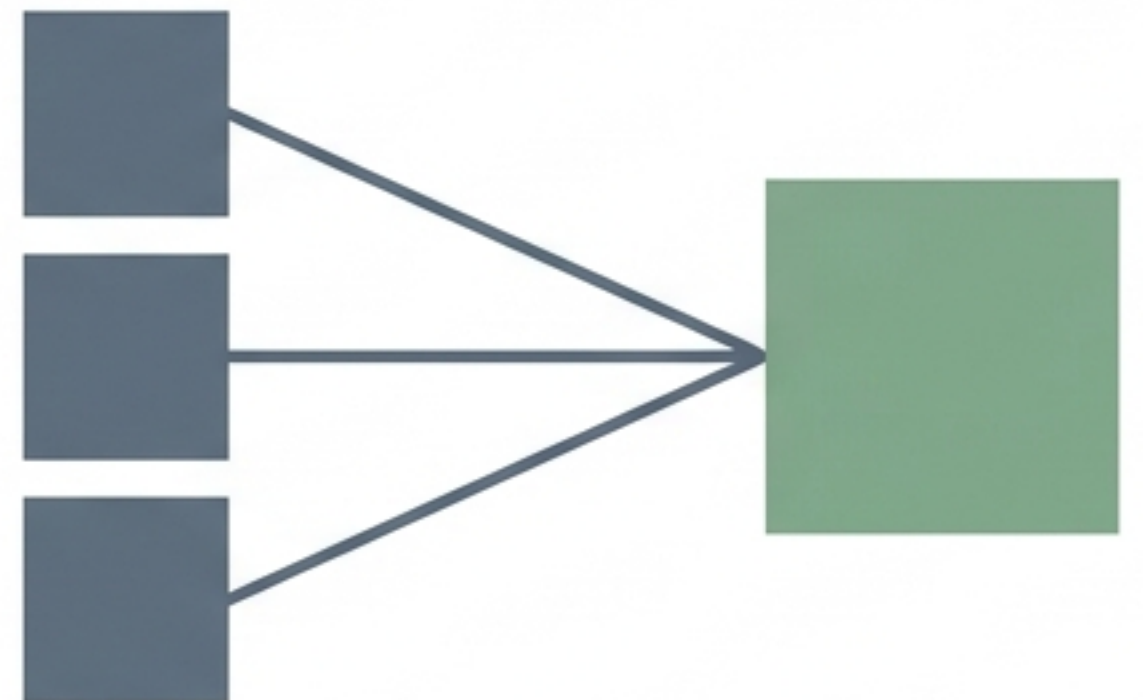


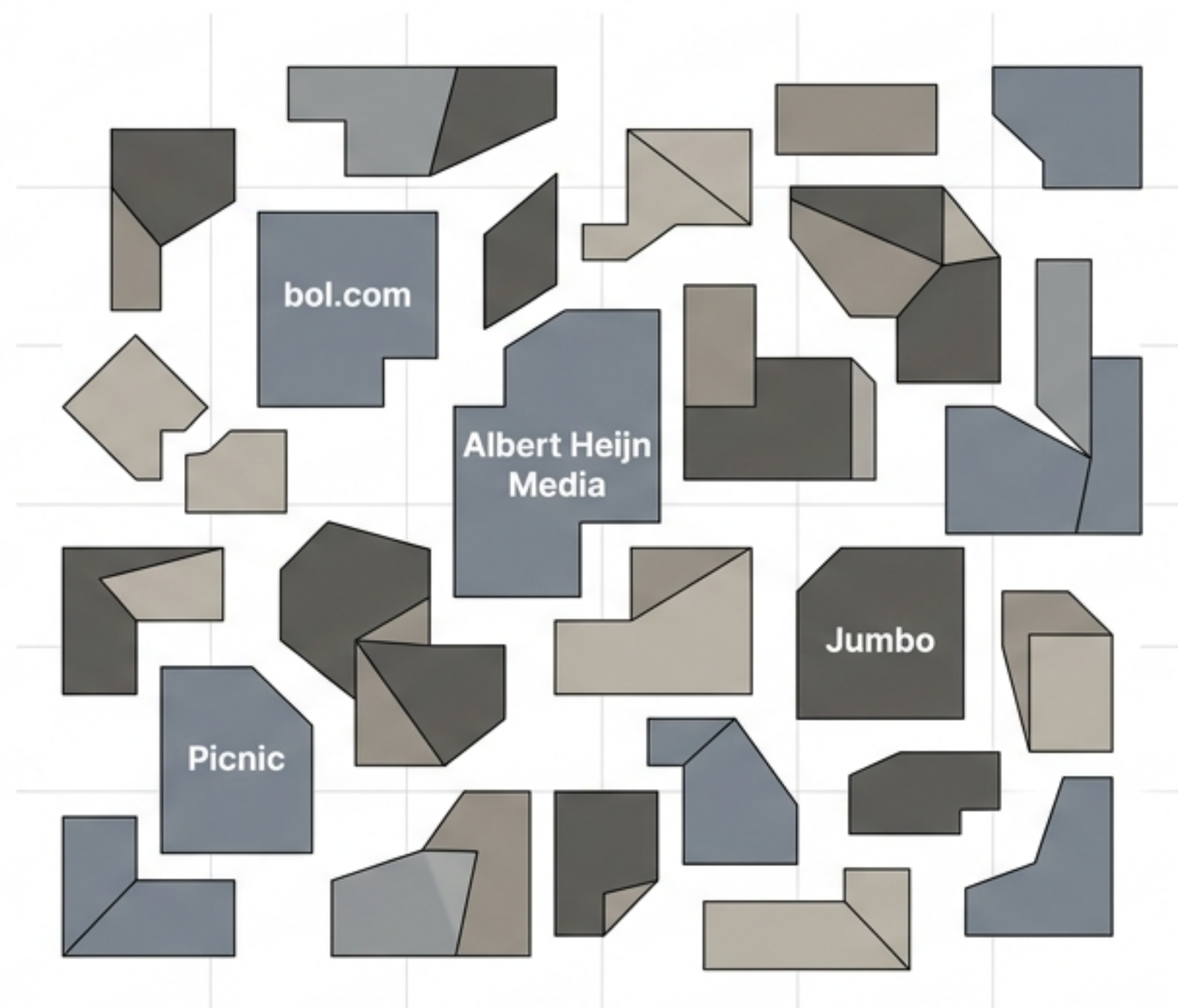
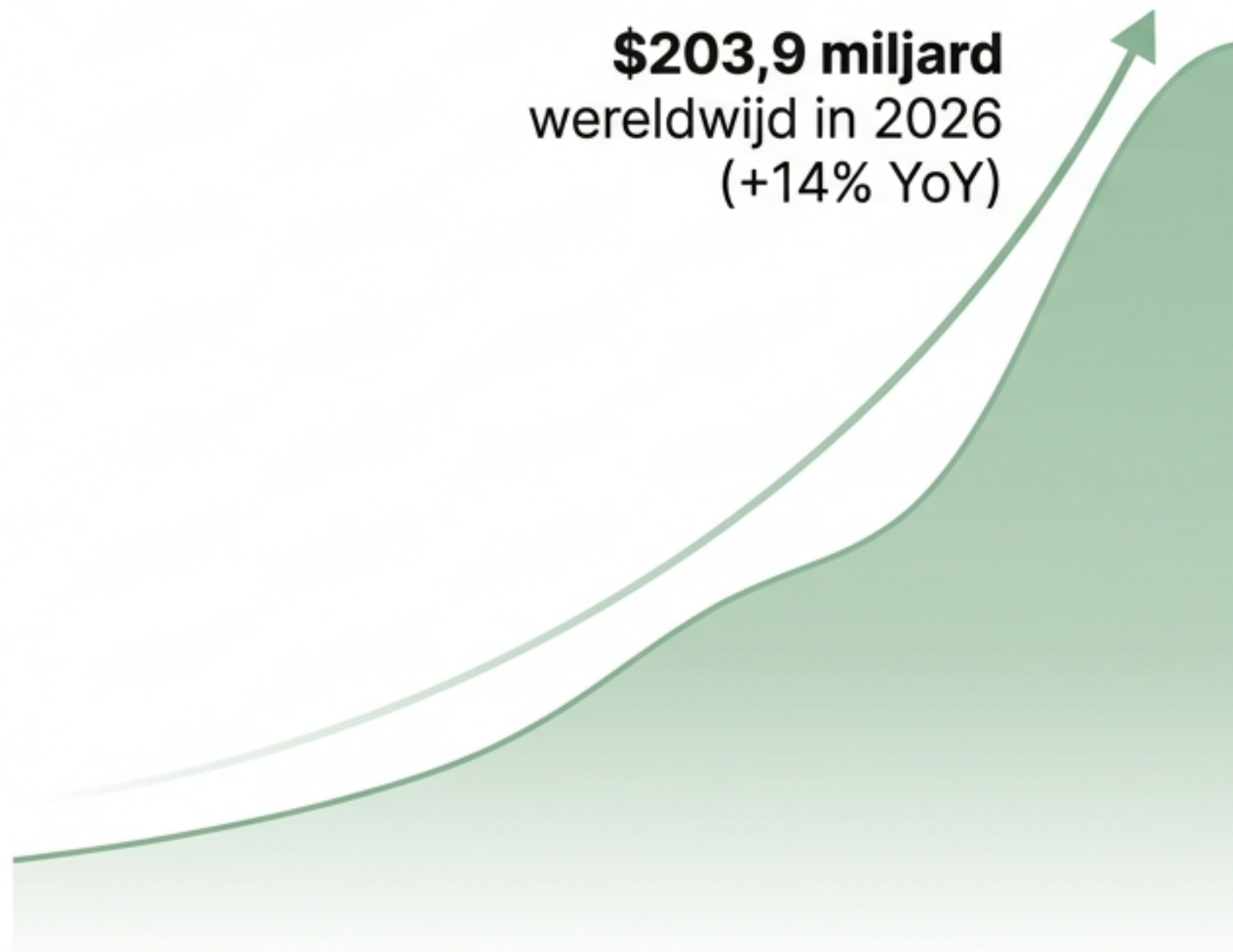
# Retail Media Measurement 2026: Van Black Box naar Business Case

Een strategisch playbook voor  
de Nederlandse CMO



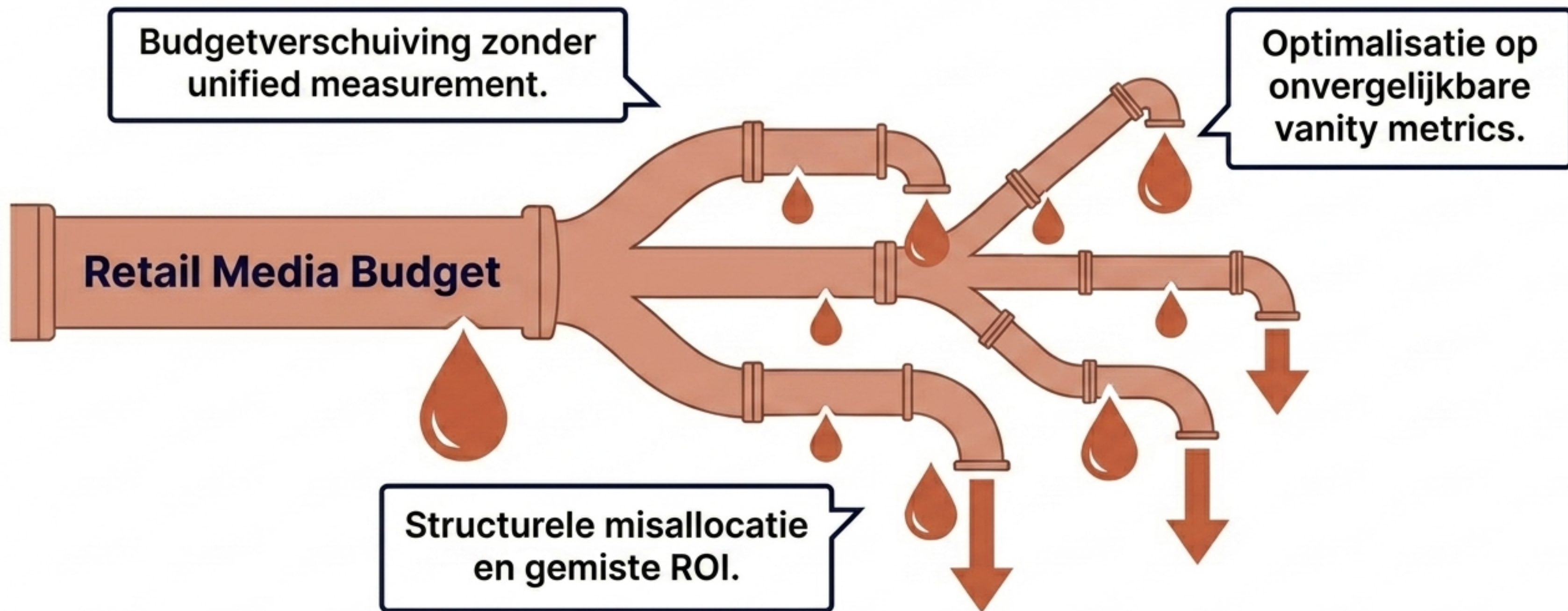
# Situatie-analyse: Explosieve Groei vs. Fragmentatie

**\$203,9 miljard**  
wereldwijd in 2026  
(+14% YoY)



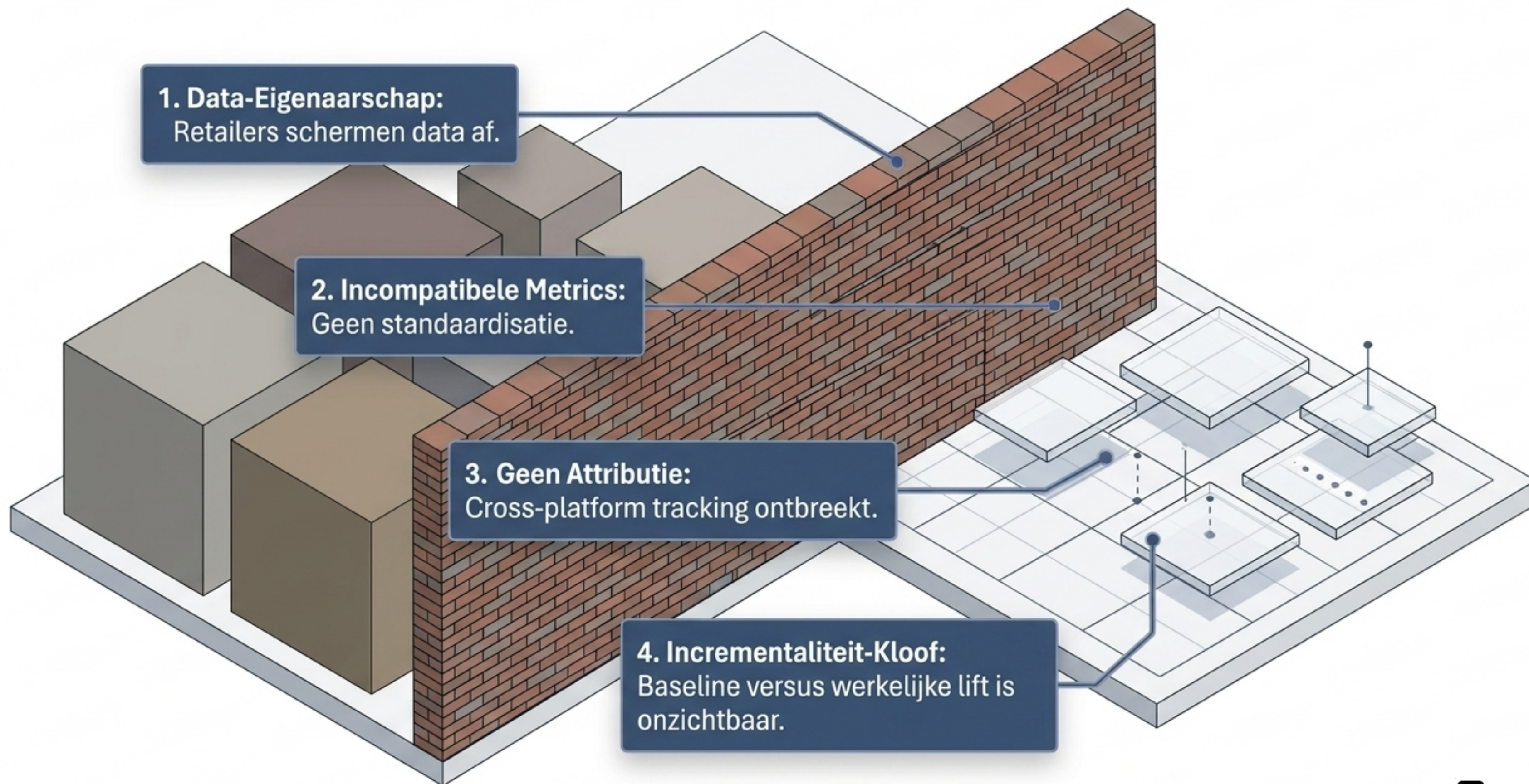
**De verschuiving van experimenteel budget naar volwassen performance-kanaal stagneert door een gebrek aan gecentraliseerde metingen in het Nederlandse retaillandschap.**

# Waarom dit urgent is: De Kosten van Blind Varen

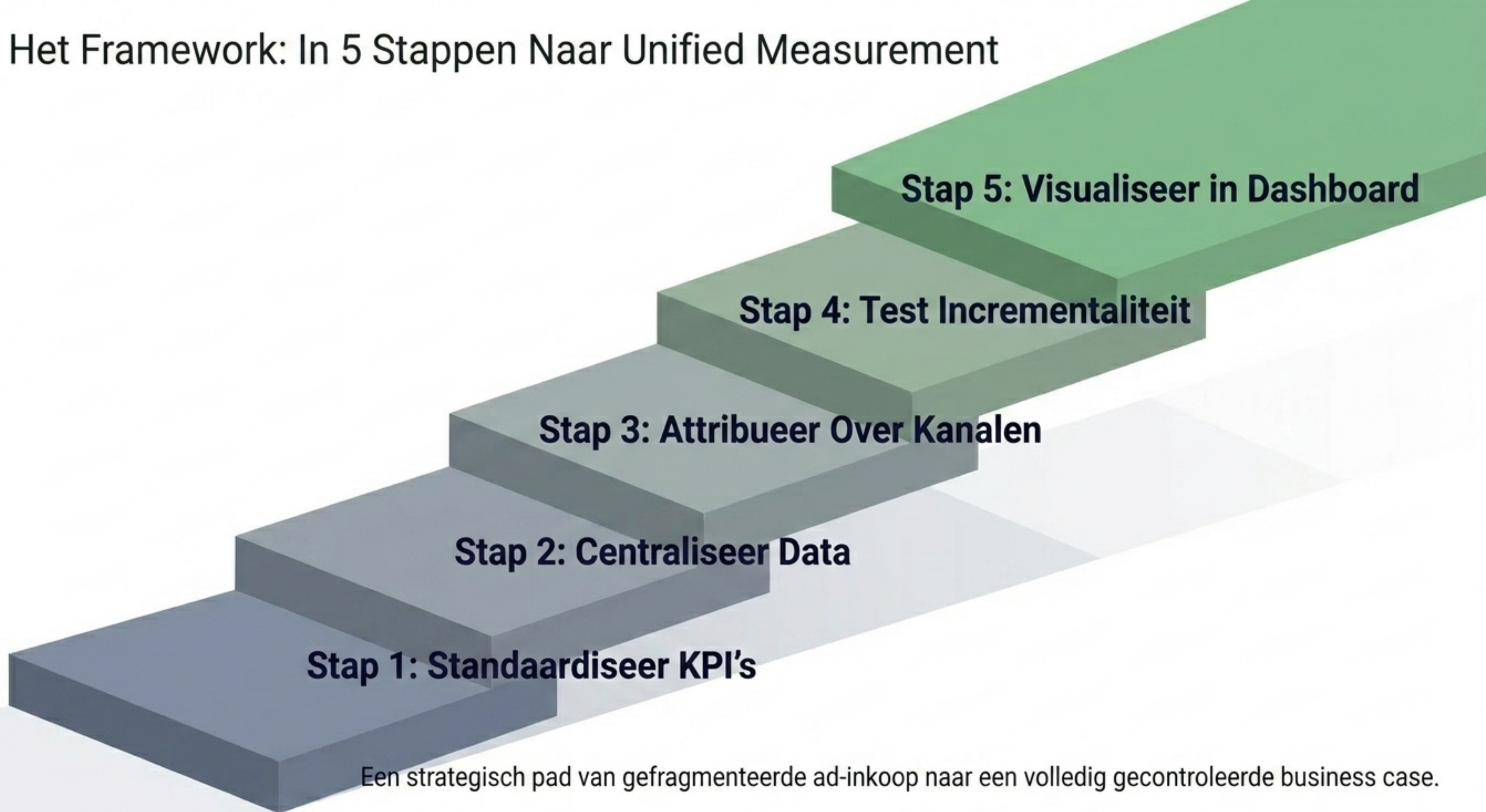


**Zonder gecentraliseerd inzicht optimaliseert u binnen silo's, ten koste van de totale cross-platform ROI.**

# Het Probleem: De Black Box van Walled Gardens



# Het Framework: In 5 Stappen Naar Unified Measurement



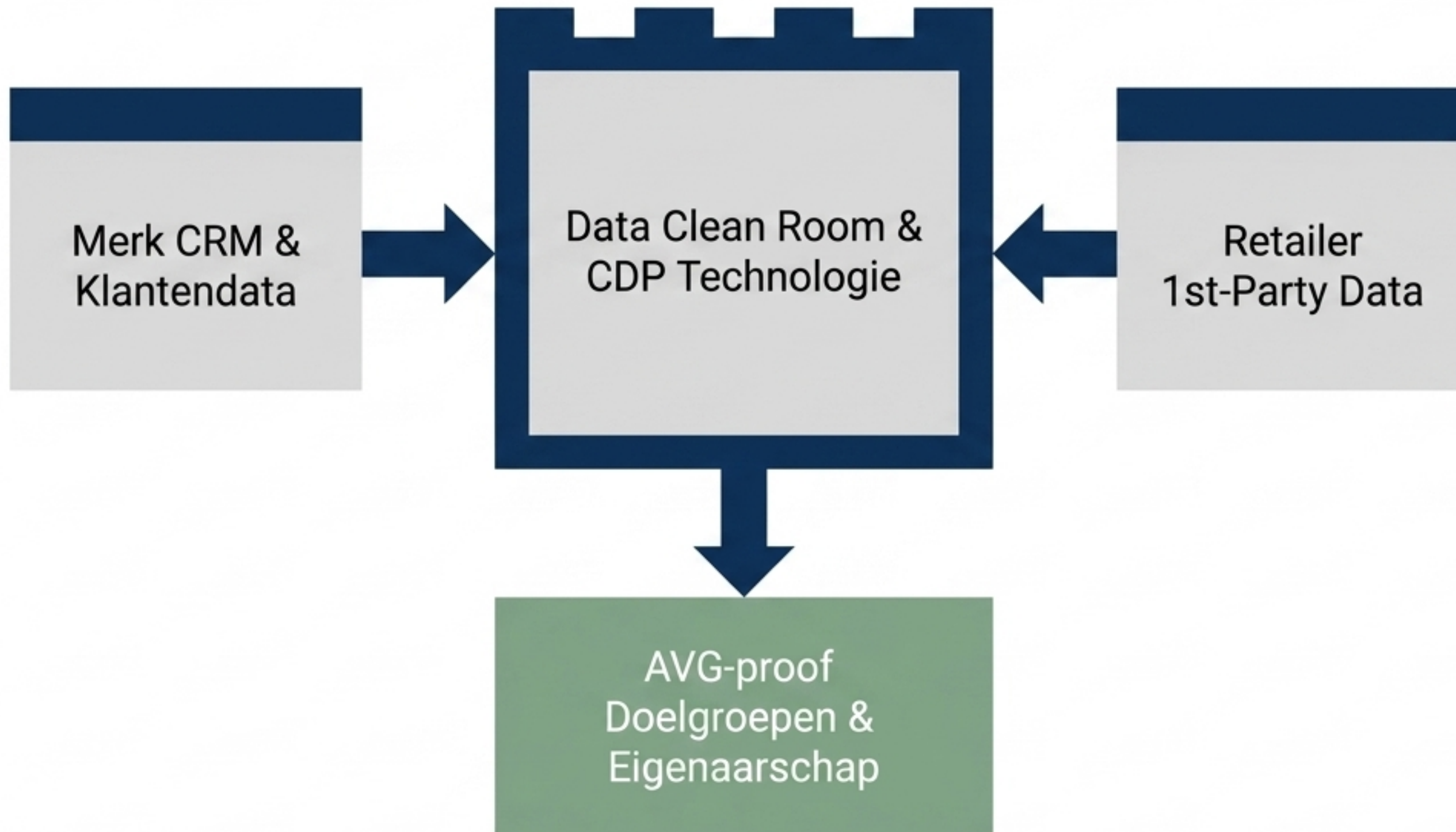
Een strategisch pad van gefragmenteerde ad-inkoop naar een volledig gecontroleerde business case.

## Stap 1: Standaardiseer KPI's over de Funnel

	Lower Funnel (Product Ads)	Upper Funnel (Display & Video)
Primaire KPI	ROAS (Doel: 4:1 - 8:1) & Incrementele Omzet	Brand Lift & Viewability Rate
Secundaire Metrics	Customer Acquisition Cost (CAC) & Conversieratio	Nieuw Bereik & Click-Through Rate

In volwassen markten gaat 55-65% van het budget naar product ads.  
Stop met het beoordelen van display op basis van lower-funnel conversies.

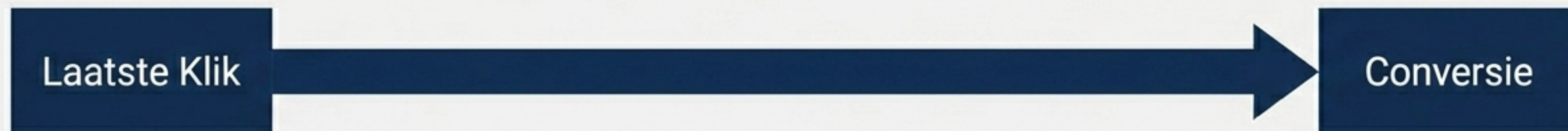
## Stap 2: Implementeer een First-Party Data Hub



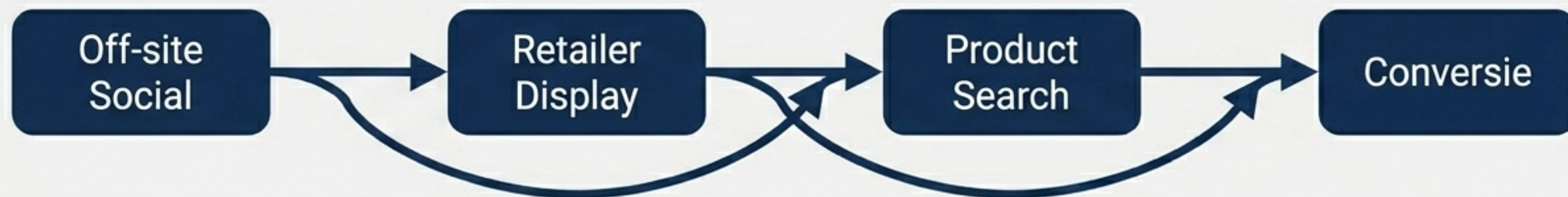
**71%** van de volwassen merken maakt inmiddels gebruik van clean rooms om data-eigenaarschap te heroveren en de afhankelijkheid van platforms te verminderen.

## Stap 3: Bouw een Retail-Specifiek Attributiemodel

De mythe van Last-Click:  
Negeert de volledige funnel.

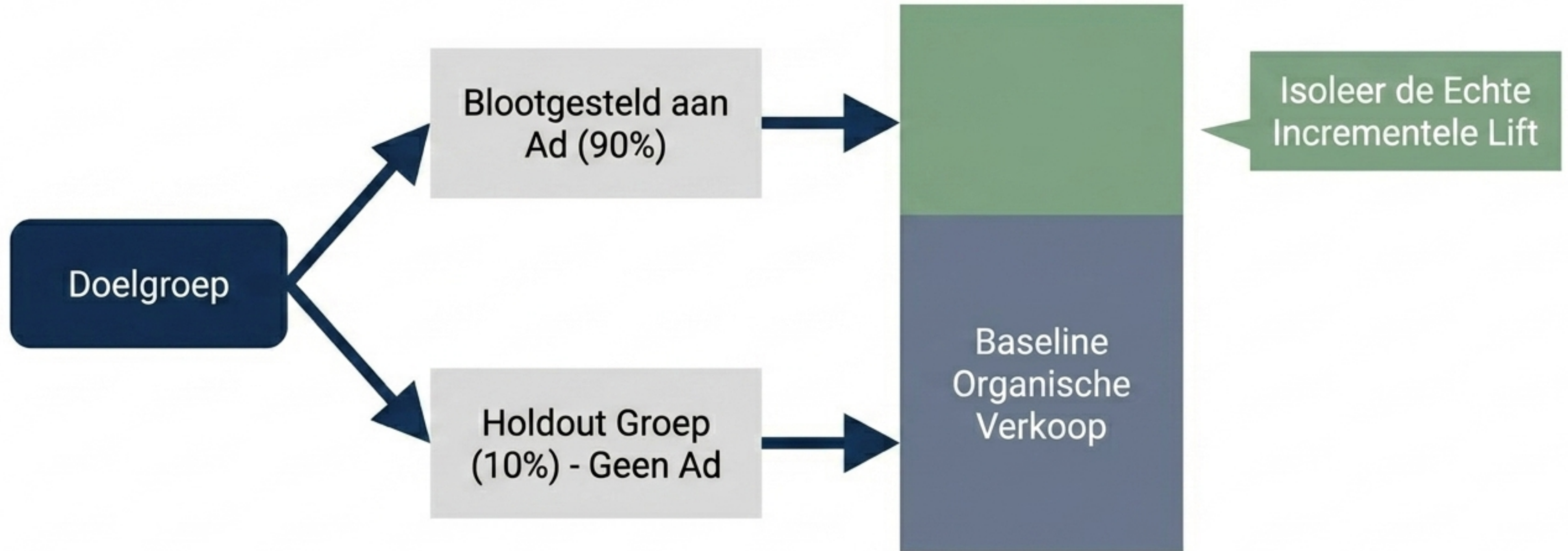


Multi-Touch Attributie (MTA):  
Waardeert de volledige customer journey.



AI-algoritmes optimaliseren biedingen real-time op basis van conversiekans en marge over de volledige touchpoint-keten.

## Stap 4: Test Incrementaliteit met Holdout Groepen



Vergelijk de aankoopdata door middel van geo-testing om de ware impact te scheiden van verkopen die sowieso hadden plaatsgevonden.

## Stap 5: Creëer een Unified Dashboard

Real-Time  
Inzicht

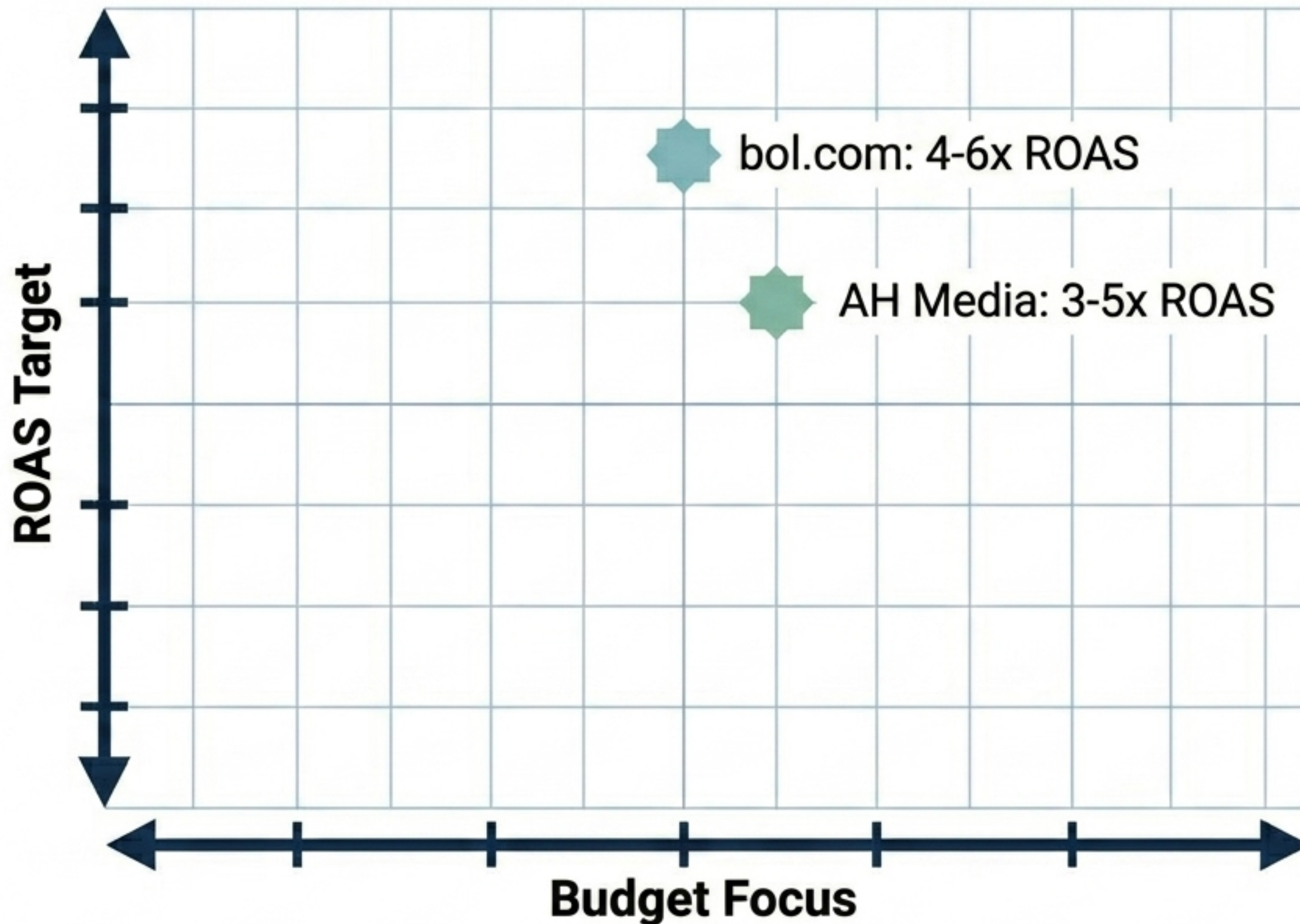
Cross-Platform  
Data

bol.com API |  
AH Media API

**Liquid Budget Allocatie:** Verschuif budget direct naar  
de hoogste incrementele ROAS

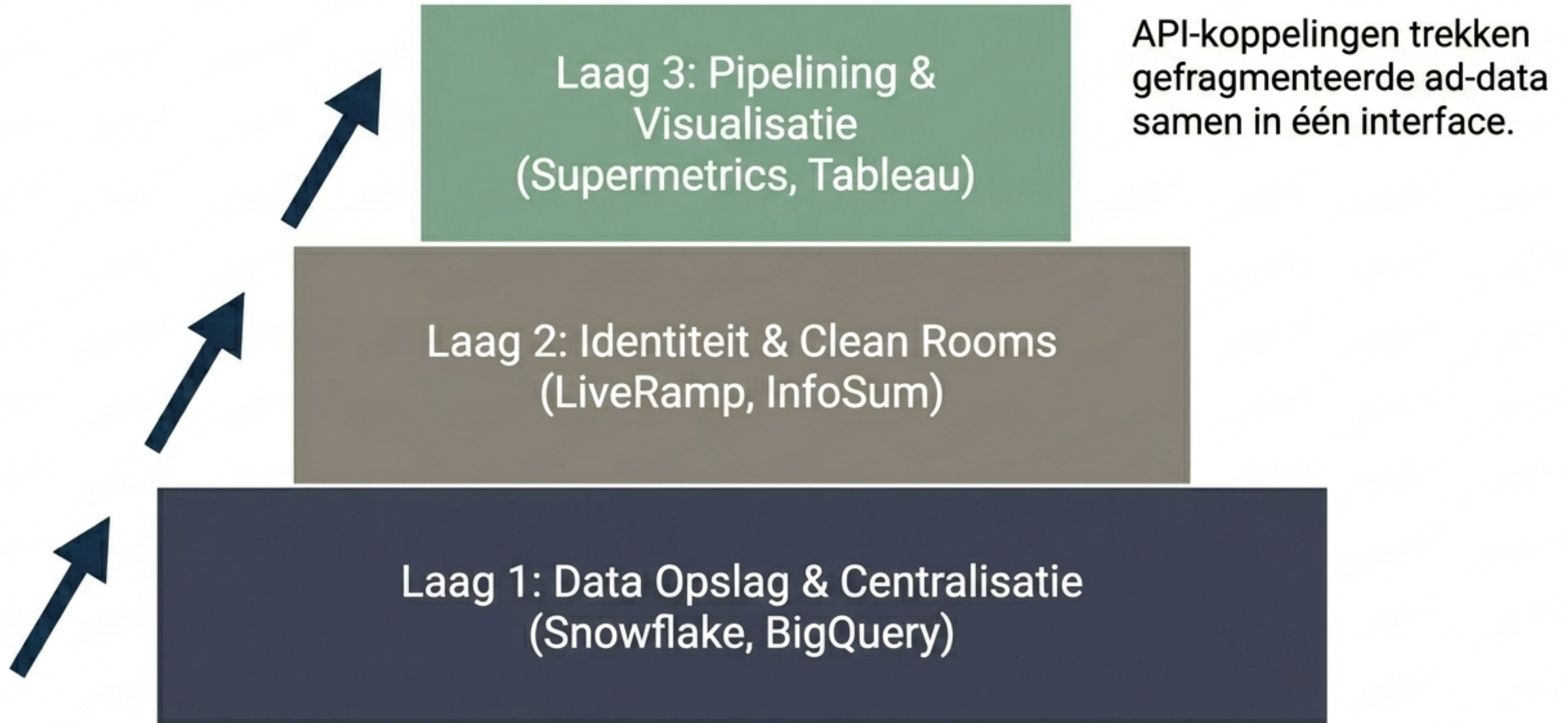
Eén centrale  
overzichtspagina  
elimineert de noodzaak  
om handmatig  
rapportages uit 24  
verschillende walled  
gardens te  
aggregeren.

# Nederlandse Marktcontext: Benchmarks voor 2026



- 55-65% van volwassen budgetten vloeit naar product ads.
- 35-45% wordt gereserveerd voor display en video storytelling.
- 75% van de inkoop verloopt via AI-bidding algoritmes.

# Technology Stack: Architectuur voor de Nederlandse Markt



# Strategische Do's & Don'ts



## Do's

- Investeer in eigen A/B-testing en holdout infrastructuur.
- Train AI-modellen met first-party conversiedata.
- Gebruik display-formaten voor merkbekendheid en storytelling.



## Don'ts

- Blind vertrouwen op platform-gerapporteerde vanity metrics.
- Product ads en display afrekenen op exact dezelfde KPI's.
- Retail media uitsluitend inzetten als lower-funnel margebooster.

# Implementatie Roadmap: Van Black Box naar Dashboard



# KPI Dashboard Template: De 8 Essentiële Metrics

## 1. Incrementele ROAS

De gouden standaard voor werkelijke lift.

## 2. Blended ROAS

Voor cross-platform baseline vergelijkingen.

## 3. Customer Acquisition Cost (CAC)

Kosten per daadwerkelijk nieuwe klant.

## 4. Share of Voice (SOV)

Zichtbaarheidskanaal binnen de categorie.

## 5. Brand Lift

Effectiviteit van upper-funnel campagnes.

## 6. Viewability Rate

Kwaliteit en zichtbaarheid van impressies.

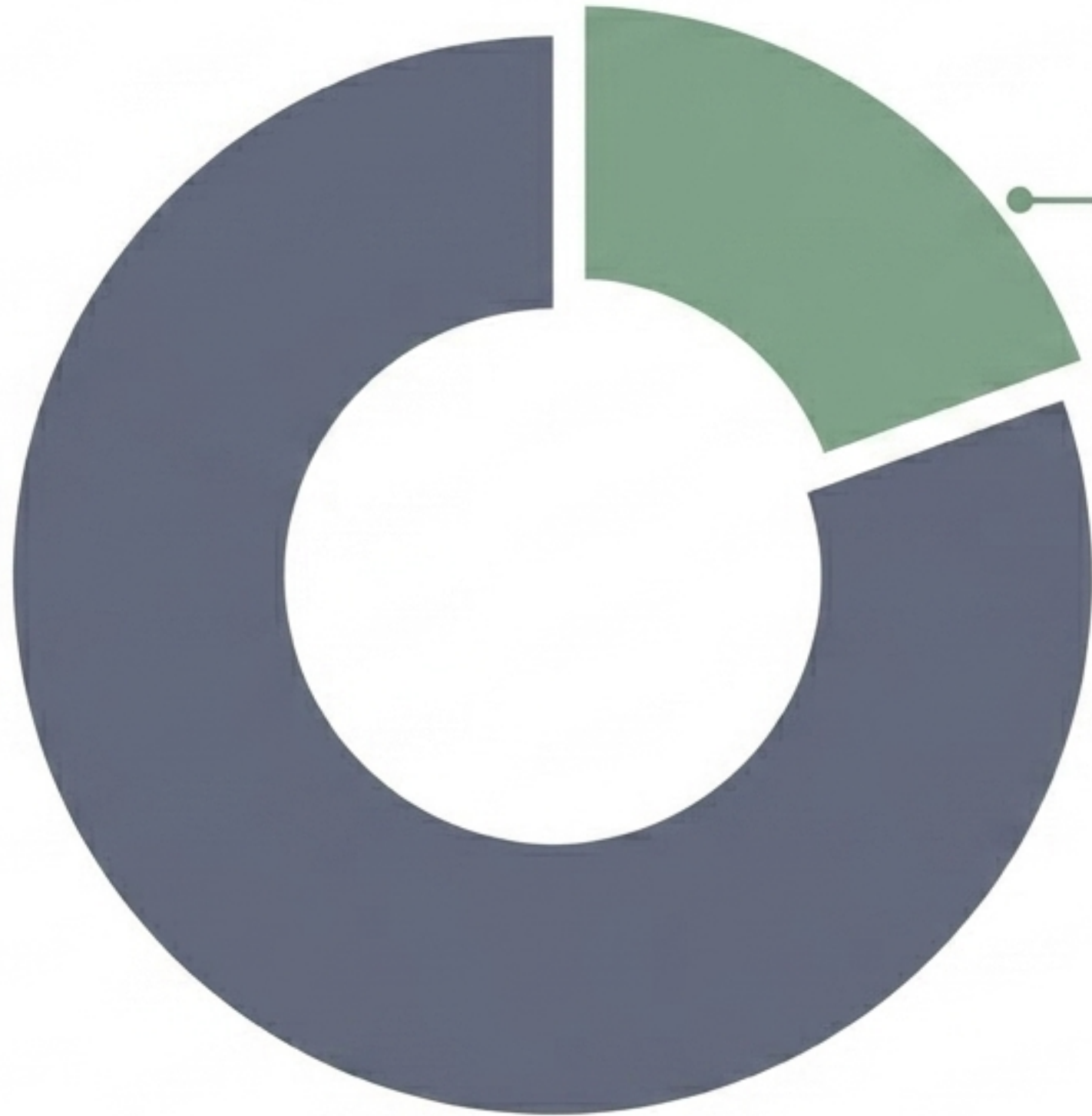
## 7. CLV Impact

Klantwaarde na initiële aankoop.

## 8. AI-Bidding Efficiëntie

Operationele tijdbesparing vs. handmatig.

# Budget Richtlijnen: Financier de Meet-Infrastructuur



**Reserveer 15-20%  
van de spend**

**De nieuwe standaard voor 2026:**  
Verschuif budget van pure media-inkoop naar data clean rooms, testing-testing-infrastructuur en analytisch. De tijdelijke afname in bruto inkoop wordt direct gecompenseerd door vermeden waste en superieure netto netto ROI.

# Samenvatting: 5 Key Takeaways voor 2026

**1. Standardiseer de chaos door strakke funnelsplitsingen.**

**2. Omarm clean rooms voor onafhankelijk data-eigenaarschap.**

**3. Focus compromisloos op incrementaliteit en holdout tests.**

**4. Investeer in een eigen, robuuste meet-infrastructuur.**

**5. Stuur dynamisch op unified, cross-platform ROI.**

# Actieplan: Uw 3 Mandaten voor de Komende 30 Dagen

## 1. Plan een KPI Workshop

Forceer een harde splitsing tussen uw performance- en brand-teams om de nieuwe 2026-standaarden te verankeren.

## 2. Start Tech Vendor Evaluatie

Laat uw data-team direct een business case bouwen voor data clean room oplossingen zoals LiveRamp of InfoSum.

## 3. Selecteer 1 Pilot Retailer

Eis een rigoureuze 10% holdout-test bij bol.com of AH Media tijdens de komende campagne-cyclus om échte incrementele lift te bewijzen.