

VAN STAGNATION NAAR GROEI: BRAND COMEBACK PLAYBOOK 2026

Waarom gevestigde merken nu een fundamentele strategische herbezinning nodig hebben (en hoe dit te orchestreren).



CONFIDENTIAL STRATEGY BLUEPRINT

HET VERWAARLOZEN VAN DE MERKKERN VOOR KORTE-TERMIJN CONVERSIE LEIDT TOT EXPONENTIËLE WAARDE-EROSIE.

THE NIKE EFFECT

AUTOPSY DASHBOARD



DIAGNOSE: NIKE STELDE DE VERKEERDE VRAAG: 'HOE VERKOPEN WE MEER VIA DTC?' IN PLAATS VAN 'HOE BLIJVEN WE BEGEERD?'

EEN SUPER CLIO AWARD WINNEN STAAT NIET GELIJK AAN COMMERCIEEL HERSTEL. CAMPAGNES REPAREREN GEEN KAPOTTE FUNDAMENTALS.

3 WAARSCHUWINGSSIGNALLEN NL MARKT



VOLUME-KRIMP
(OMZETDALING ONDANKS INFLATIECORRECTIE)

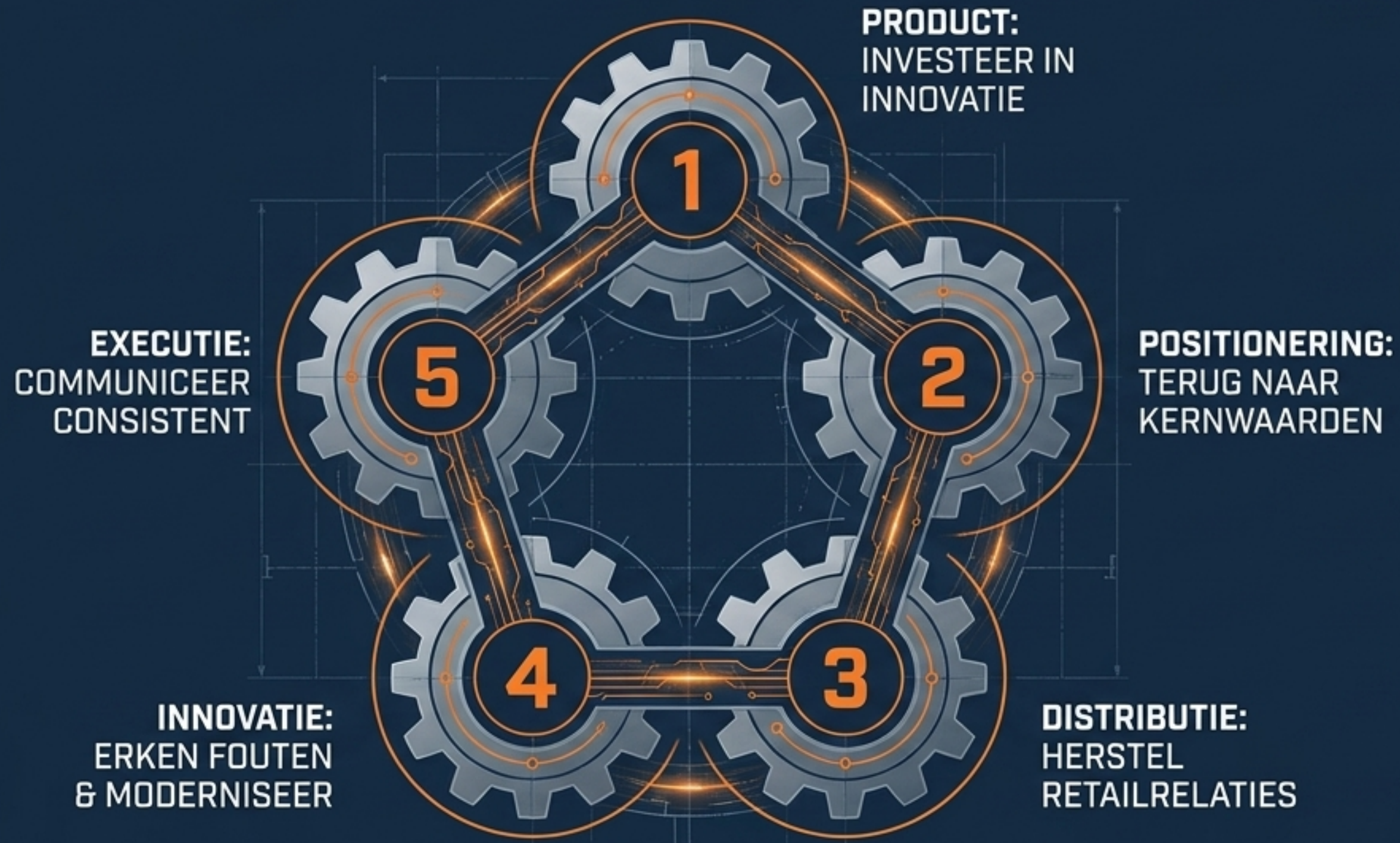


MARKTAANDEEL VERLIES
(AAN NICHE-INNOVATORS)



VERHOOGDE PROMOTIEDRUK
(AFHANKELIJKHEID VAN KORTINGEN)

SUCCESSVOLLE TURNAROUNDS VEREISEN GELIJKTIJDIGE INTERVENTIE OP 5 PIJLERS, BEWEZEN DOOR RECENTE COMEBACKS



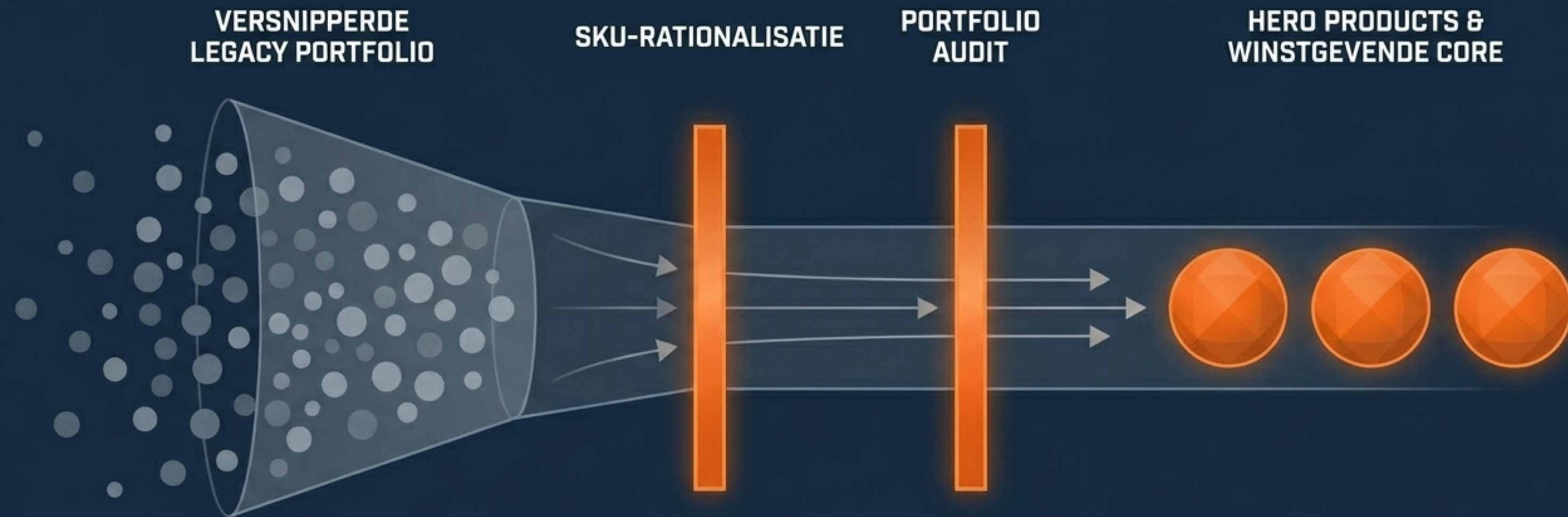
DUTCH BENCHMARKS

RITUALS: PREMIUM HERPOSITIONERING VANUIT WELZIJN.

G-STAR: RIGOUREUZE TERUGKEER NAAR DE DENIM-CORE.

HEMA: KWALITEITSTRANSFORMATIE WEG VAN DE PRIJS-RACE.

SANERING IS GROEI. BRENG DE FOCUS MEEDOGENLOOS TERUG NAAR CORE STRENGTHS EN ICONISCHE 'HERO' PRODUCTEN.



WAT

Verwijder historische ballast die marge en merkhelderheid verwatert.

HOE

Datagedreven audit om de 80/20 winstmakers te identificeren.

KPI'S

Portfolio Efficiency Ratio | Hero Product Sales %

AUTHENTICITEIT KUN JE NIET FAKEN; HERVIND DE ORIGINELE MERKIDENTITEIT IN PLAATS VAN TE JAGEN OP VLUCHTIGE TRENDS.

TREND CHASING

ALGORITME-GEDREVEN

KORTETERMIJN FOCUS

CONVERSIE-GEOBSEDEERD

RESULTAAT: ERODEERT VERTROUWEN,
INWISSELBAARHEID.

AUTHENTIC CORE

WAARDE-GEDREVEN

LANGETERMIJN FOCUS

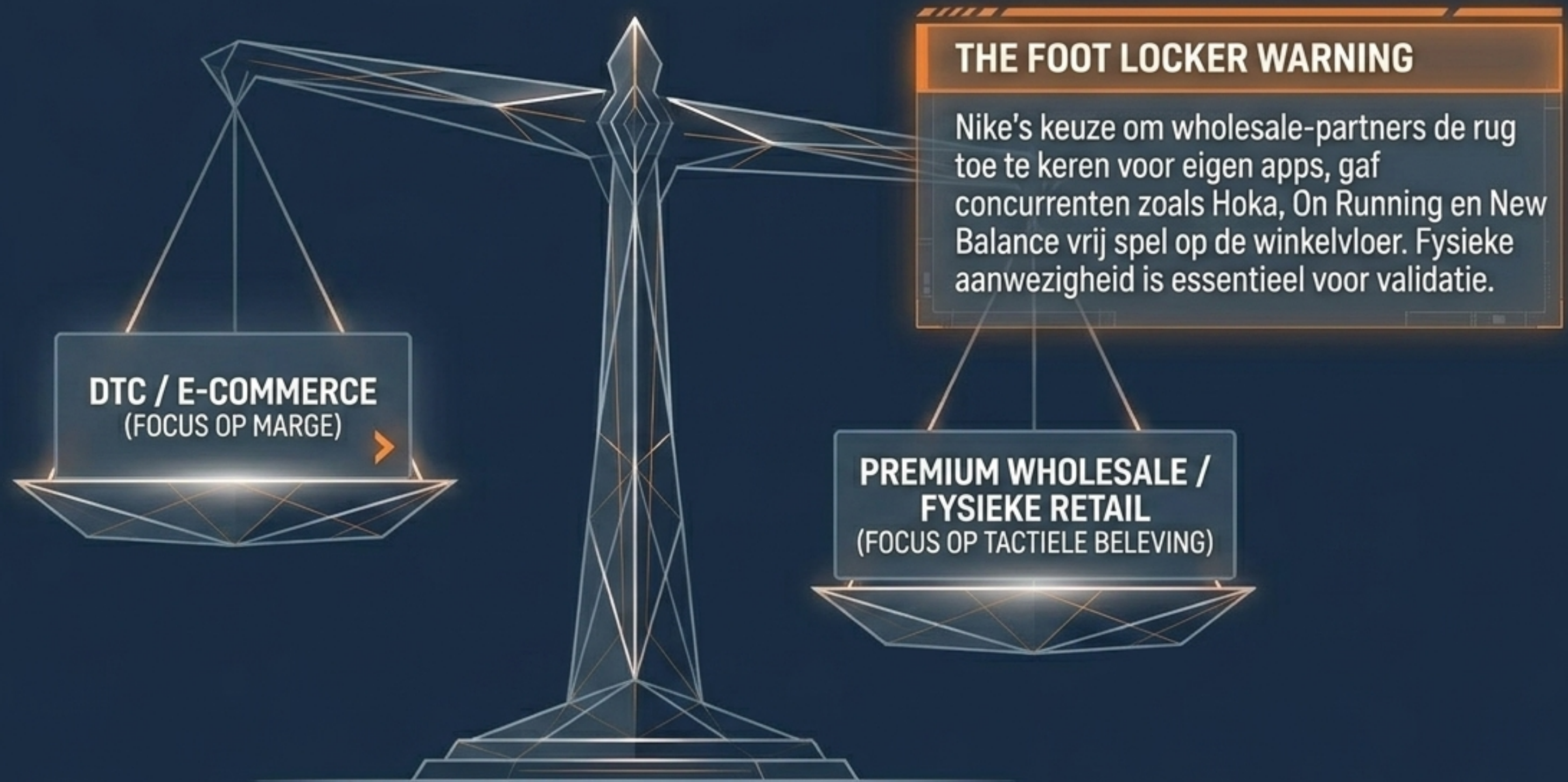
CULTUUR-GEOBSEDEERD

RESULTAAT: BOUWT STRUCTURELE
LOYALITEIT EN PRIJSZETTING SMACHT.

'De essentie van een brand mag nooit verloren gaan... authenticiteit is wat trust en loyalty werkelijk opbouwt.'
— Ignacio Alvarez, CEO Popular Inc.

HOE: Brand archetype mapping & positioning statement refresh. | **KPI'S:** Brand Health Score | (Un)aided Awareness.

FYSIEKE DISTRIBUTIE IS GEEN KOSTENPOST, MAAR EEN CRUCIAAL ONDERDEEL VAN DE PREMIUM MERKBELEVING.



HOE: CHANNEL PROFITABILITY ANALYSE, PARTNER SELECTIE CRITERIA AANSCHERPEN, EXCLUSIVITEITSTRATEGIE. | KPI'S: CHANNEL MIX % | MARGE PER KANAAL.

MERKWAARDE ZONDER PRODUCTINNOVATIE IS EEN LEGE BELOFTE; CONSUMENTEN PRIKKEN DAAR DIRECT DOORHEEN.

INNOVATIE PIJPLIJN



Diagnostic Call-out

DE VALLEI DES DOODS

Te lang leunen op legacy-modellen kost innovatie-leiderschap. Een award-winnend creatief bureau is geen vervanging voor producten die de markt daadwerkelijk verrassen.

EEN SUBLIEME STRATEGIE FAALT BIJ GEBREKKIGE EXECUTIE; MERKBELEVING MOET VLEKKELOOS CONSISTENT ZIJN OVER ELK TOUCHPOINT.



HOE: Brand book update, stringente employee enablement. || **KPI'S:** NPS (Net Promoter Score) | CSAT per touchpoint.

TURNAROUND-MANAGEMENT IS EVENZEER BEPALEN WAT JE STOPT, ALS WAT JE START.

ANTIDOTE MATRIX

DON'T ❌

DO ✅

Paniekreacties & structurele overpromotie om volume te redden.

Vroege stagnatiesignalen objectief erkennen & bouwen op de lange termijn.

Trendjagen & je historische merkidentiteit opofferen voor Gen-Z relevantie.

Vasthouden aan de absolute merkkern & opereren vanuit diepe consument-centriciteit.

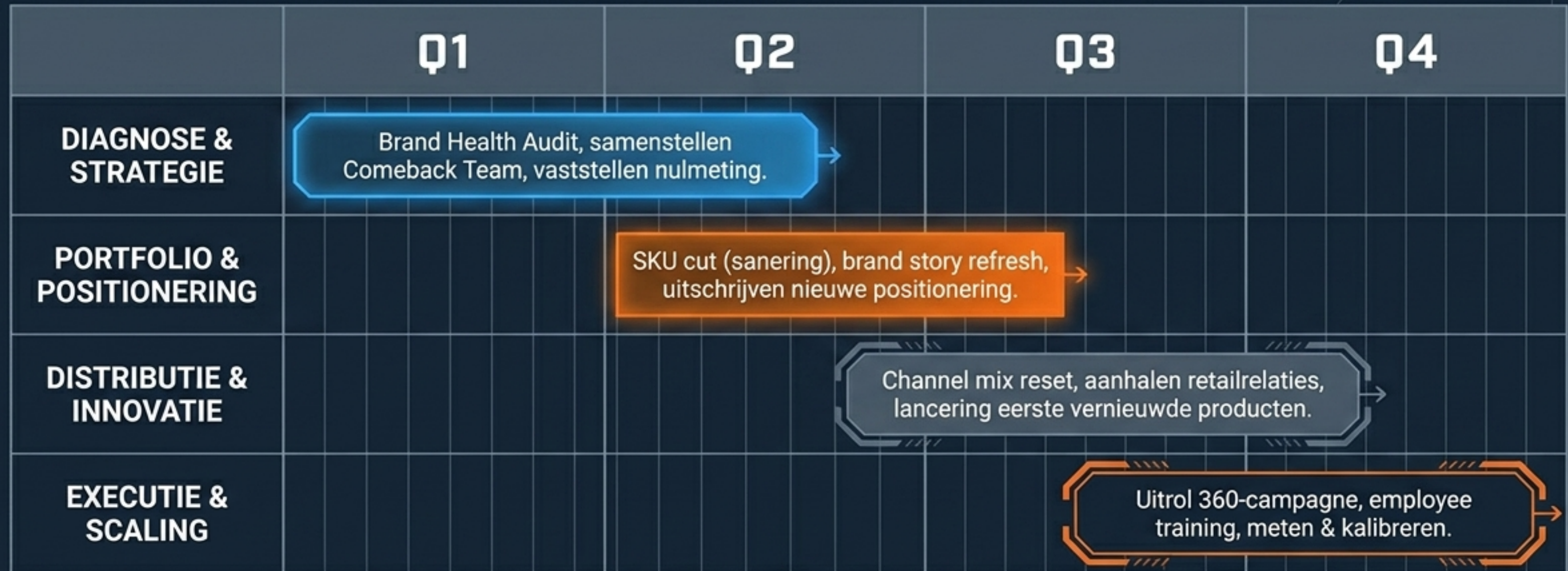
Vijftien initiatieven tegelijkertijd halfslachtig uitvoeren.

Meedogenloos focussen op de 3 initiatieven die 80% van de impact drijven.

Een briljante strategie bedenken en de vloer-executie onderschatten.

De volledige organisatie en retailvloer meenemen in de 'waarom'.

SUCCESVOL HERSTEL IS EEN MARATHON VAN 12 MAANDEN, GEEN SPRINT VAN EEN KWARTAAL.



INZICHT

Merkherstel vergt uithoudingsvermogen. Communicatie start in Q2, maar financiële impact volgt pas in Q4.

STUUR OP METRICS DIE MERKGEZONDHEID ÉN FINANCIËLE PRESTATIES BALANCEREN.

OMZET GROEI %



MARKTAANDEEL



BRAND EQUITY SCORE



CUSTOMER LIFETIME VALUE (CLV)



CHANNEL PROFITABILITY



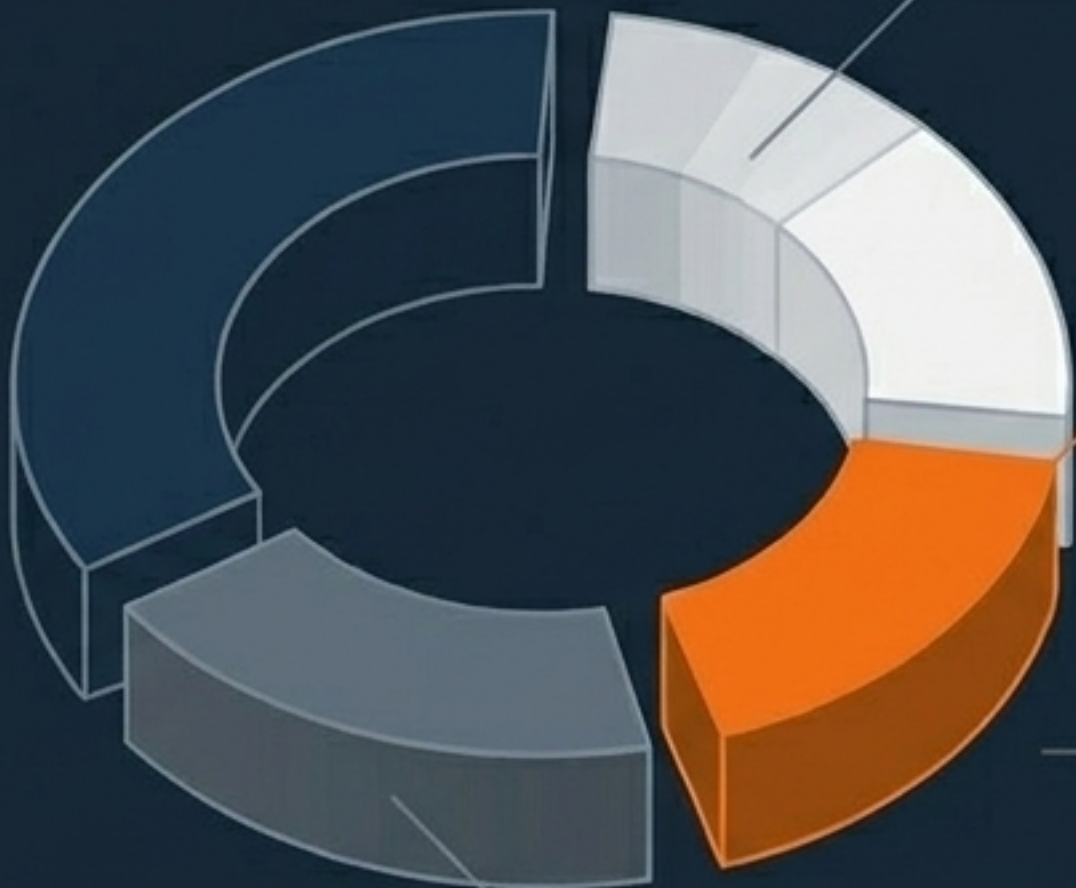
INNOVATION PIPELINE HEALTH



LET OP:

Het gevaar is sturen op uitsluitend performance marketing (ROI) ten koste van Brand Equity. Dit dashboard bewaakt beide.

TURNAROUNDS VEREISEN STRATEGISCHE HERVERDELING VAN MIDDELEN, NIET ALLEEN KOSTENBESPARINGEN.



30-40%: PRODUCT DEVELOPMENT & INNOVATIE (De fundering fixen).

Focust op het keraanbod verbeteren en nieuwe, innovatieve oplossingen creëren.

15-25%: MARKETING & REBRANDING (De creatieve vertaalslag).

Herpositionering van het merk en het ontwikkelen van een overtuigend nieuw verhaal.

20%: RETAIL EXPERIENCE (Fysieke kanalen, winkelvloer training).

Optimaliseren van fysieke verkooppunten en het trainen van medewerkers voor een superieure klantervaring.

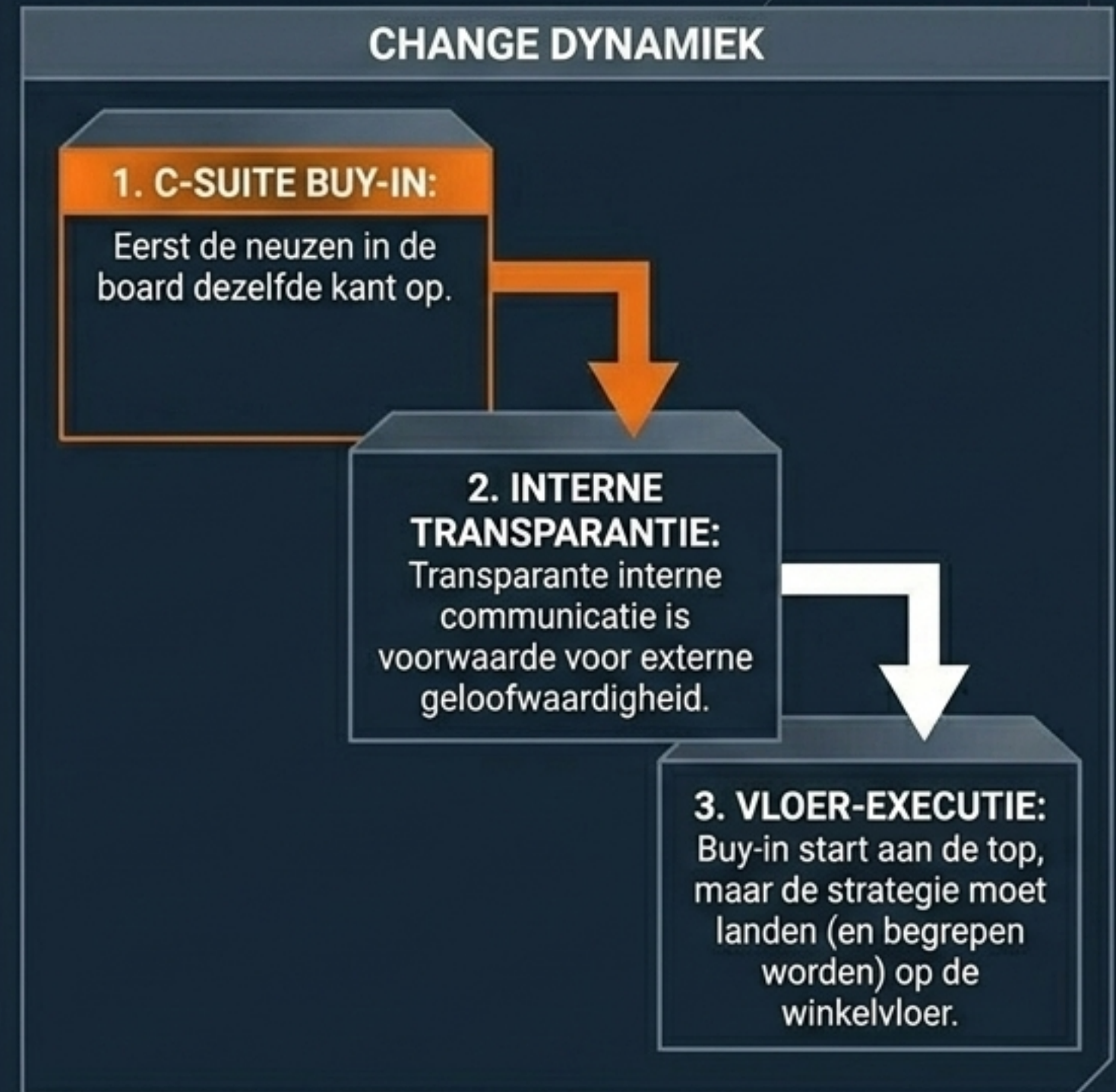
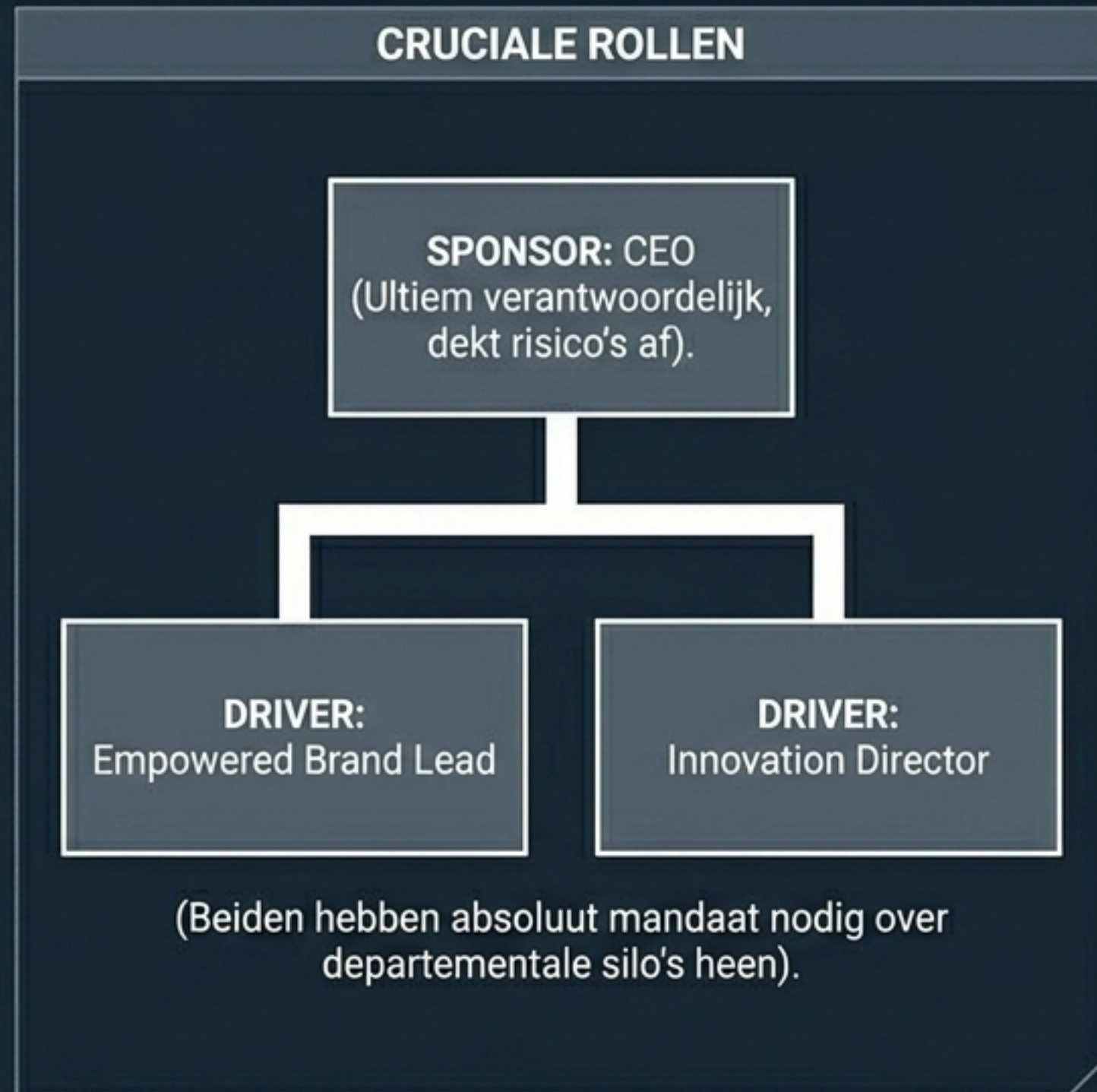
15%: CONSUMER RESEARCH (Objectieve data & co-creatie).

Verzamelen van marktinzichten en het betrekken van klanten bij het ontwikkelingsproces.

INVESTERINGSBANDBREEDTE

Voor midsize brands in de Nederlandse markt eist een serieuze turnaround een additionele of herverdeelde investering van €500k tot €2M om momentum te doorbreken.

EEN MERK RESET IS EEN ORGANISATIE RESET; ZÓNDER INTERN DRAAGVLAK STERFT DE STRATEGIE IN DE DIRECTIEKAMER.



DE ESSENTIE: 5 ONGESCHREVEN REGELS VOOR EEN SUCCESVOLLE MERK COMEBACK.

1

Stagnatie eist een fundamentele herbezinning op de kern, geen tactische performance-marketing fixes.

2

Merkidentiteit is je absolute anker; hypes en vluchtige trends zijn passanten.

3

Productkwaliteit en innovatie moeten de belofte waarmaken, anders is marketing slechts fictie.

4

Distributie maakt of breekt perceptie; negeer de kracht van fysieke premium wholesale nooit.

5

Consistente, meedogenloze executie op de vloer wint altijd van een perfecte theorie op papier.

MOMENTUM CREËREN START MAANDAG: DE VOLGENDE 3 STAPPEN.

TREDE 1: WEEK 1-2

TREDE 1: WEEK 1-2
Voer een objectieve Brand Health Audit uit. Definieer de nulmeting. Waar bloedt het merk precies (volume, perceptie, distributie)?

TREDE 2: WEEK 3

TREDE 2: WEEK 3
Formeer het Comeback Team. Stel een cross-functionele, dedicated taskforce samen met direct mandaat vanuit de C-suite.

TREDE 3: WEEK 4

TREDE 3: WEEK 4
Plan de 'Strategic Reset' board sessie. Confronteer de leadership board met de autopsie en committeer budget voor de 12-maanden roadmap.

Gereed om de comeback in gang te zetten? Boek een consult.