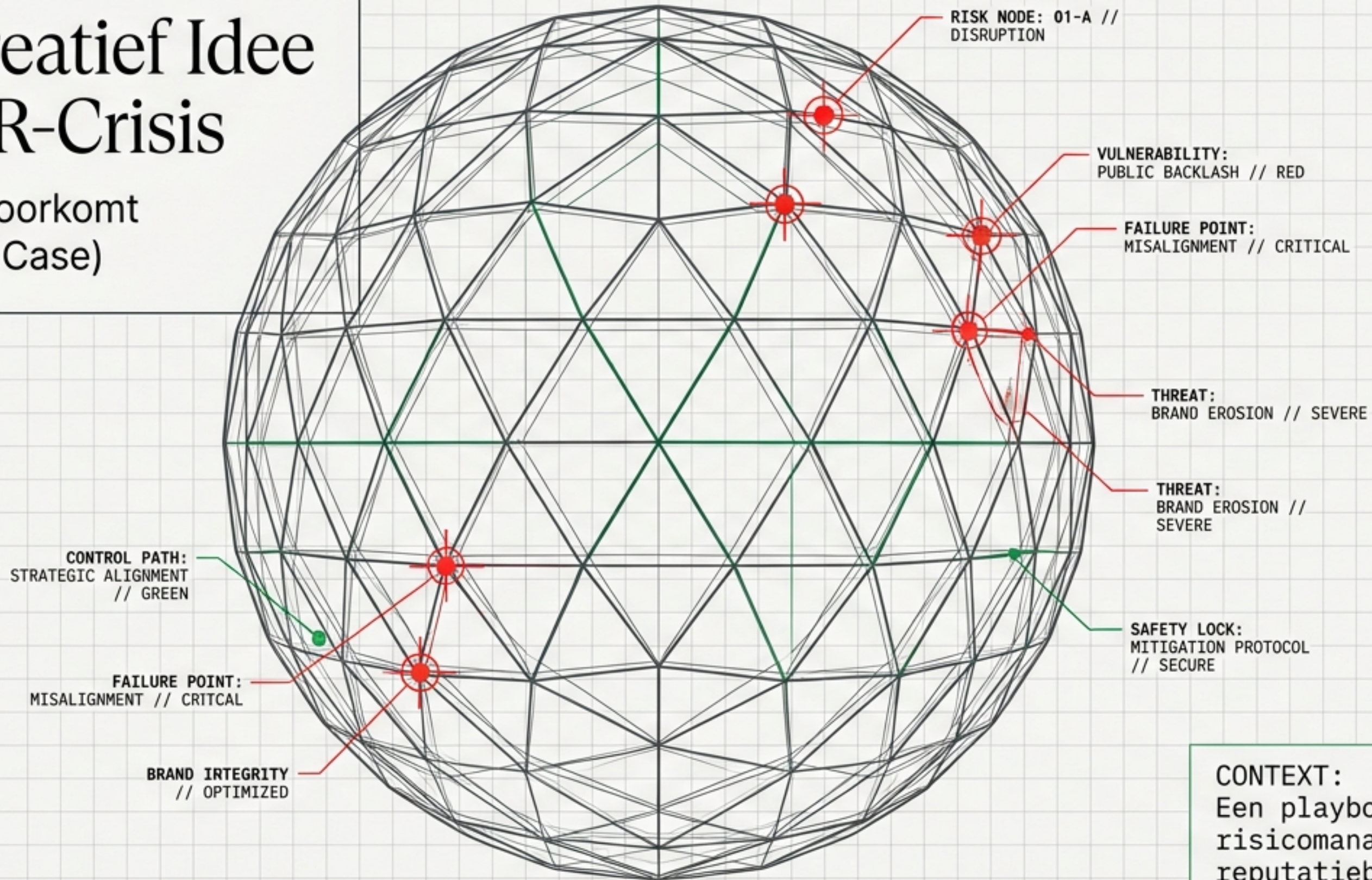


# Van Creatief Idee naar PR-Crisis

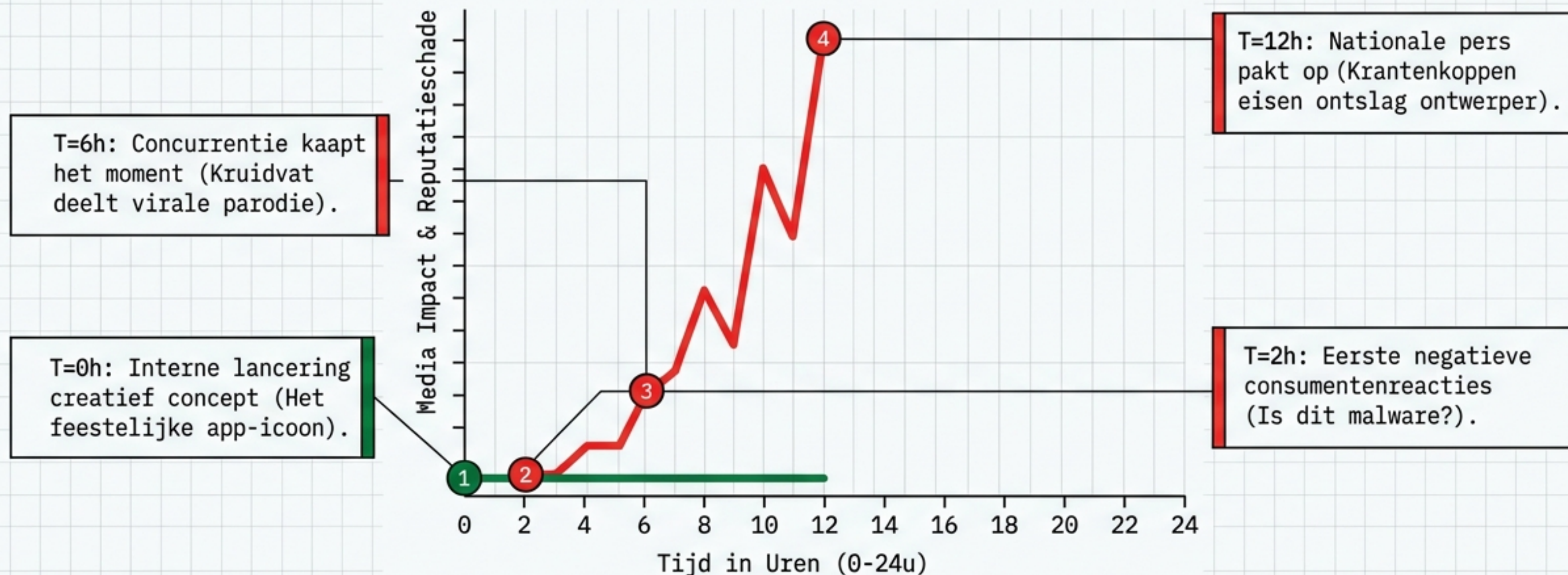
Hoe je dit voorkomt  
(De Spotify Case)



**CONTEXT:**  
Een playbook voor  
risicomanagement en  
reputatiebehoud.

# De Snelheid van Reputatieschade in het Social Media Tijdperk

## Escalatie-Curve



**KERNINZICHT:** De buffer tussen een operationele fout en een nationale reputatiecrisis is gereduceerd van dagen naar uren. Preventie vereist een systematische filter voor lancering.

# De Nederlandse Realiteit: Reputatieschade is Dichtbij

Hersteltijd na PR-Crisis (Schatting in Maanden)

Nationale Supermarkten  
(AH / Lidl)

■ 3-6 Maanden  
Na misplaatste prijs-  
of productcampagnes.

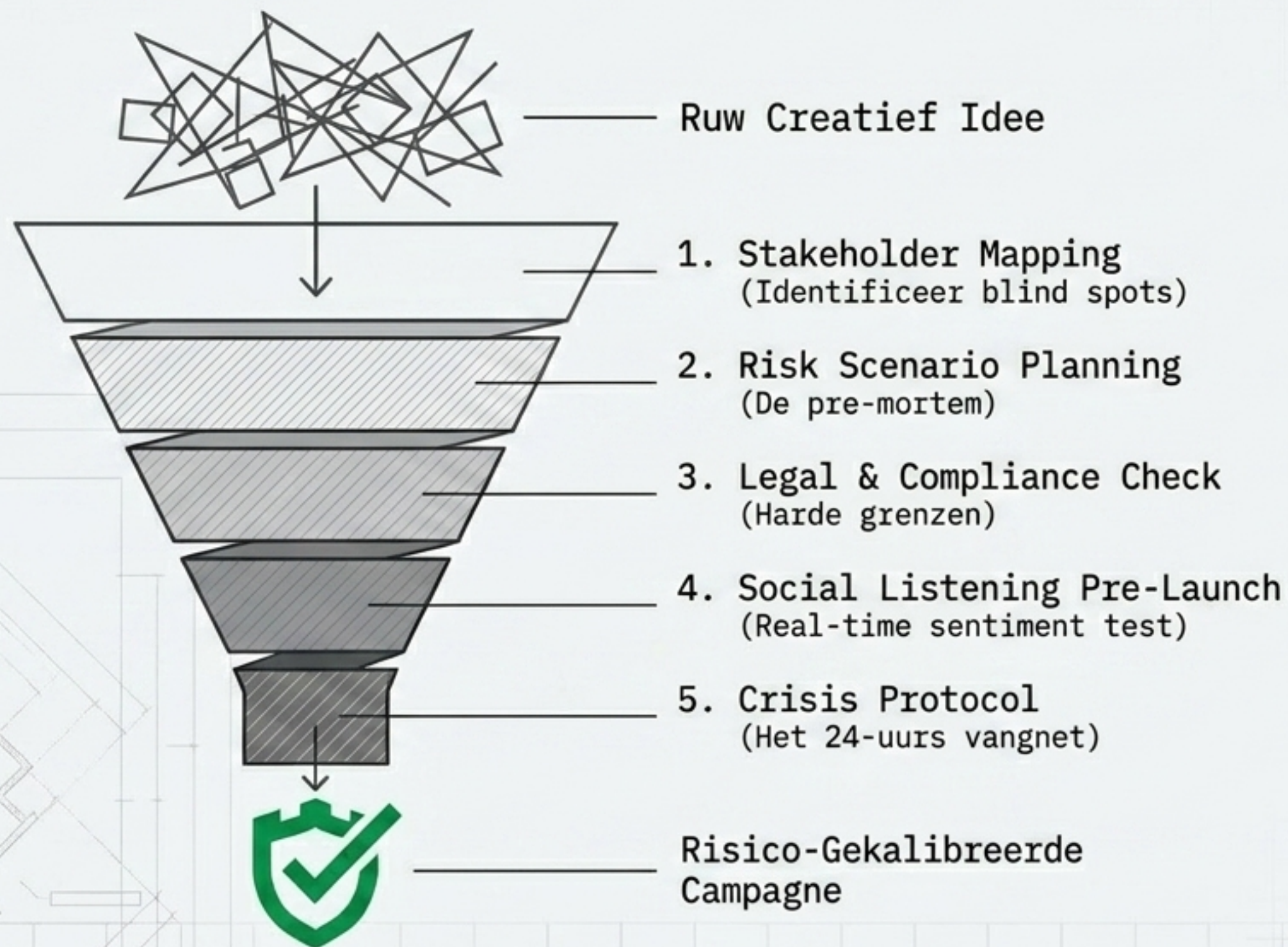
Tech & E-commerce  
Spelers

■ Direct verlies van  
app-engagement &  
stijging servicekosten.

## De Illusie van Vrije Publiciteit

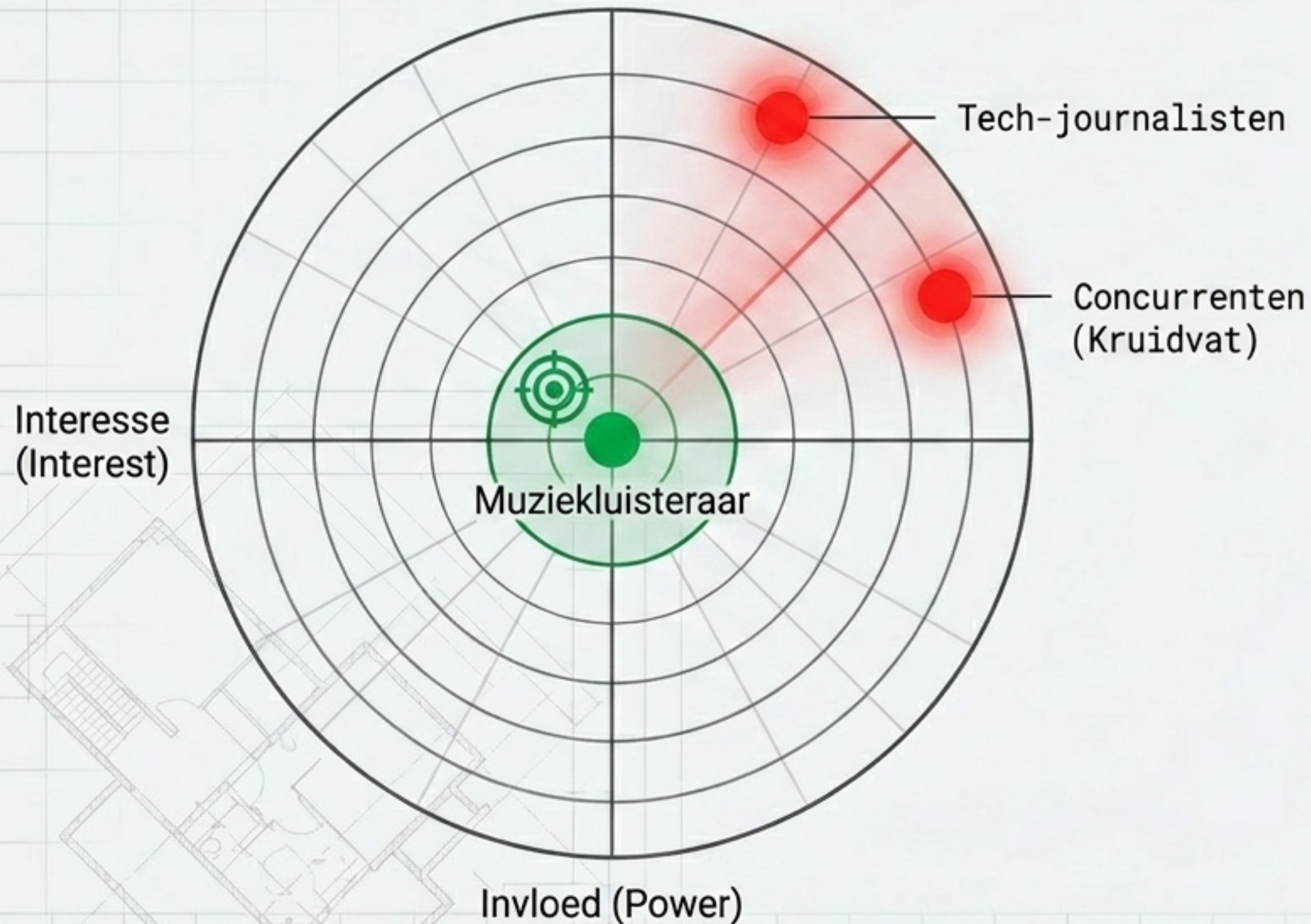
Er bestaat wel degelijk  
'slechte publiciteit'. Een  
PR-stunt die de  
merkidentiteit ondermijnt,  
richt structurele schade  
aan die de  
tijdelijke media-aandacht  
ruimschoots tenietdoet.

# Het PR Risk Framework: Een 5-Stappen Preventiemodel



**PARADIGMA SHIFT:** Dit model vernietigt geen creativiteit; het functioneert als een vangrail die innovatie veilig naar de markt brengt.

# Stap 1: Stakeholder Mapping Voorbij de Doelgroep



## De Spotify Fout

Focus lag enkel op de feestvierende gebruiker. De radar miste: **Tech-pers** (zagen de discobal als malware) en **Concurrentie** (kaapten de negatieve buzz binnen 24 uur).

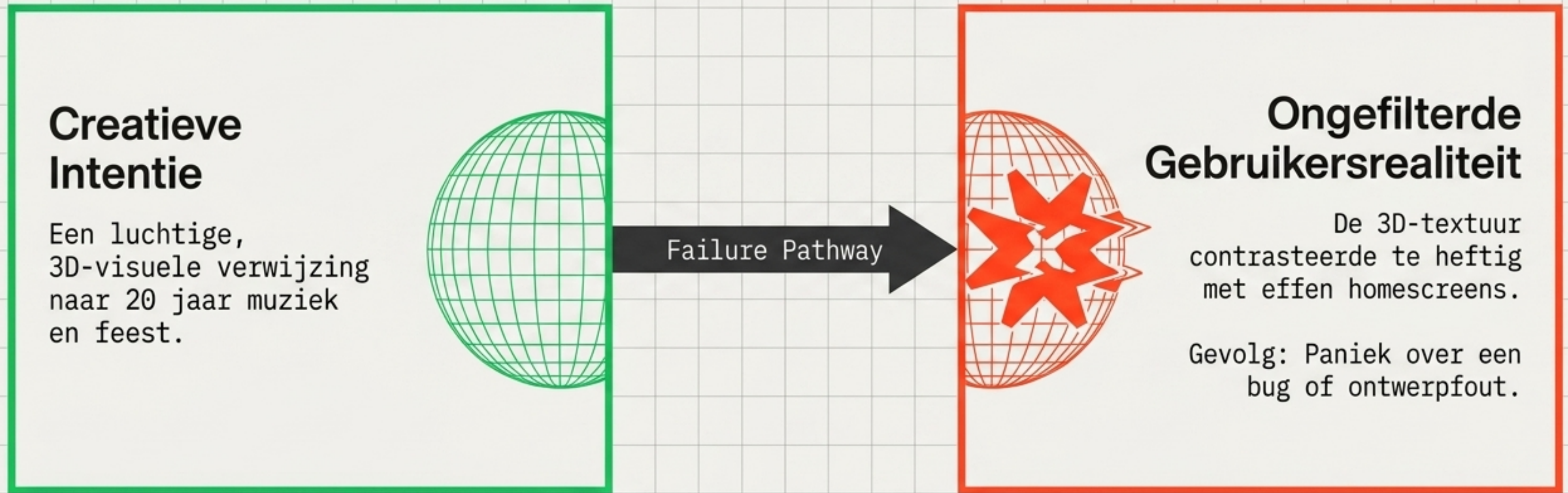
## Tool

**Stakeholder Matrix:** Plot randgroepen, activisten en media.

## KPI Dashboard Element

**Volledigheid analyse** (Target: 100% periferie in kaart).

# Stap 2: Risk Scenario Planning & De Pre-Mortem



## Tool

Gestructureerde Pre-Mortem Sessie: "De campagne is vandaag gelanceerd en gigantisch gefaald. Waarom?"

## KPI Dashboard Element

Aantal risicoscenario's doorlopen (Target: Minimaal 5 geplot).

# Stap 3: Legal, Compliance & Merk-Toegankelijkheid

## Compliance Checklist



**Merkidentiteit:** Voldoet de afwijking aan de beschermde visuele identiteit? (Spotify brak met jarenlang minimalisme).



**Toegankelijkheid:** Voldoet het design aan UI/UX standaarden voor visuele rust?



**Intellectueel Eigendom Check.**

## De Spotify Context

Merkidentiteit is een contract met de gebruiker. Een visuele breuk zonder duidelijke functionele of emotionele waarde wordt door de consument afgestraft als een operationele fout.

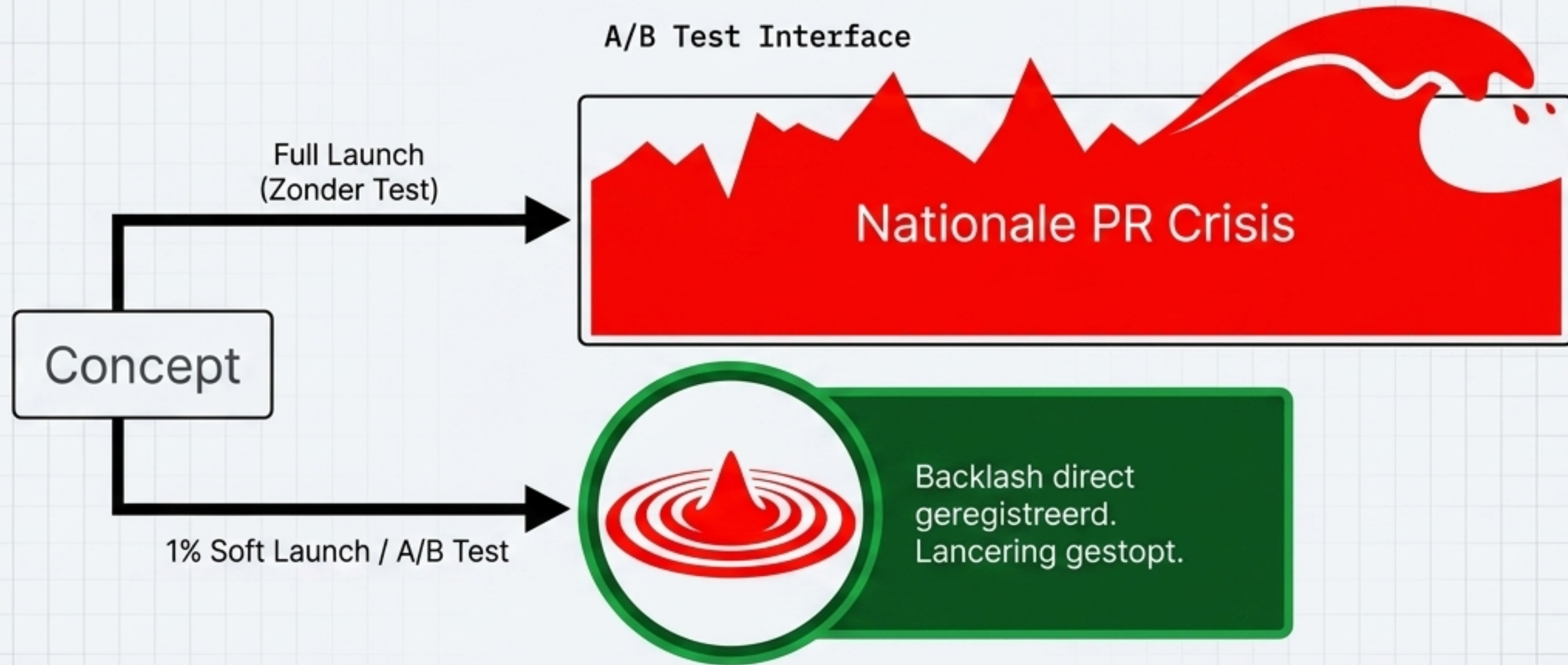
### Tool

Checklist Publieke Ruimte & Intellectueel Eigendom.

### KPI Dashboard Element

Compliance sign-off (Verplicht voor lancering).

# Stap 4: Social Listening Pre-Launch Voorkomt Verrassingen



## Context

Een test bij slechts 1% van de gebruikers had de 'lelijk icoon'-backlash direct voorspeld. Behandel marketing als software-uitrol.

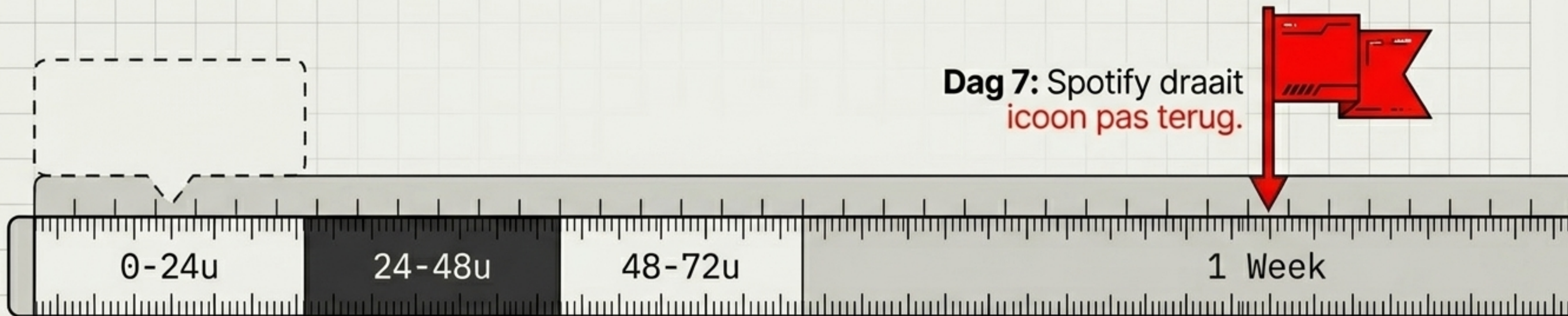
## Tool

Social listening setup & gefaseerde uitrol.

## KPI Dashboard

Sentiment score threshold (Lancering stopt bij <60% positief sentiment in testgroep).

# Stap 5: Het Crisis Protocol en Responstijd



## De Pijn

Door een responstijd van een week sneeuwden de échte jubileumactiviteiten (concerten, historische hitlijsten) volledig onder in de media.

## De Oplossing

- **Tool:** Response playbook met geautoriseerde beslissingslijnen voor 0, 24 en 72 uur.
- **KPI Dashboard Element:** Response time (Target: Eerste officiële communicatie <4 uur).

# Lokale Context: Waarom Nederlandse Merken Slagen of Falen

	1. Stakeholders	2. Scenario	3. Legal	4. Listening	5. Protocol
Efteling	●		●		○
HEMA	◐	○	◐		
Coolblue			◐	●	●

DIAGNOSTISCH INZICHT: Consequente toepassing van het framework correleert 1-op-1 met succesvol reputatiebehoud in de Benelux. Coolblue excelleert door real-time sentiment anticipering, Efteling door waterdichte stakeholder communicatie.

# Do's and Don'ts: De Grens Tussen Innovatie en Vervreemding

## Risk-Reward Matrix

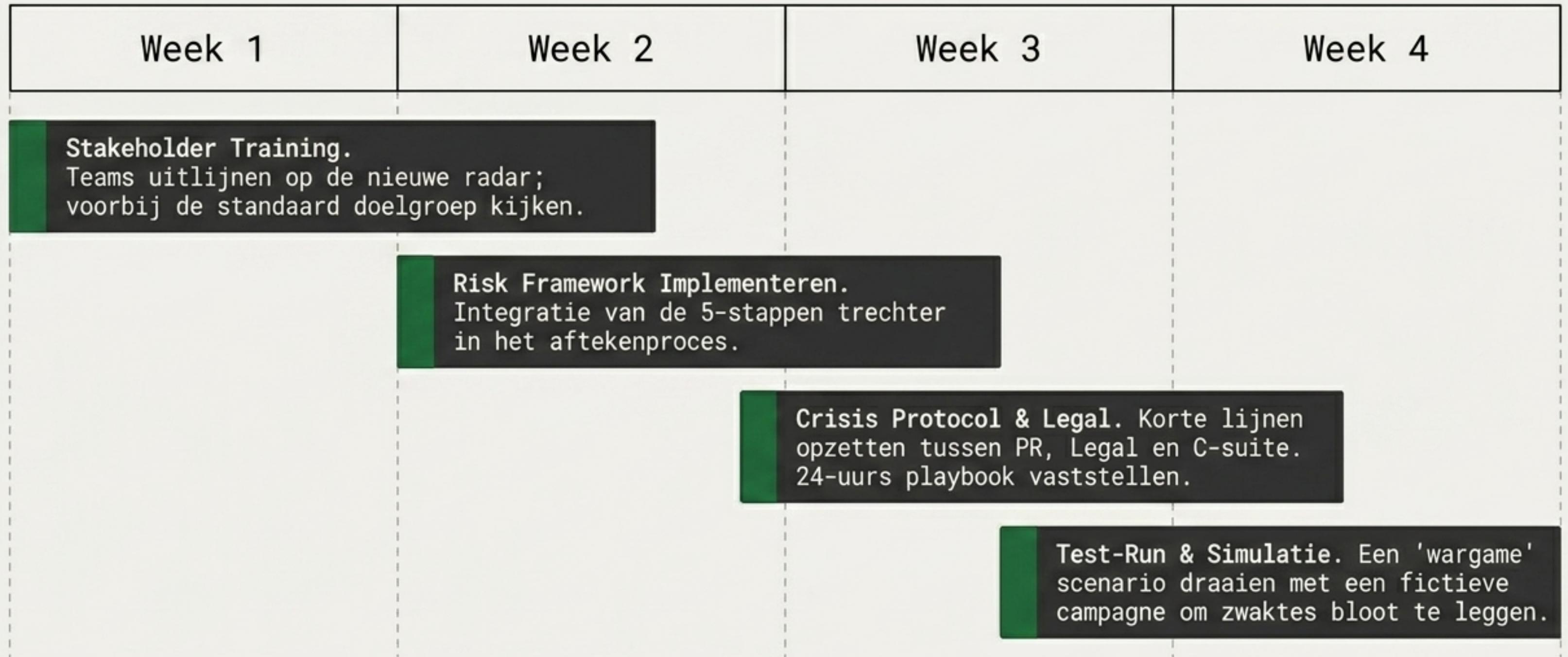


## Strategische Valkuilen (Vermijd):

- **Creative tunnel vision:** Verliezen van het consumentenperspectief.
- **Echo chamber effect:** Interne goedkeuring verwarren met extern enthousiasme.
- **Underestimating public space:** Merkidentiteit is een onaantastbaar contract met de gebruiker.

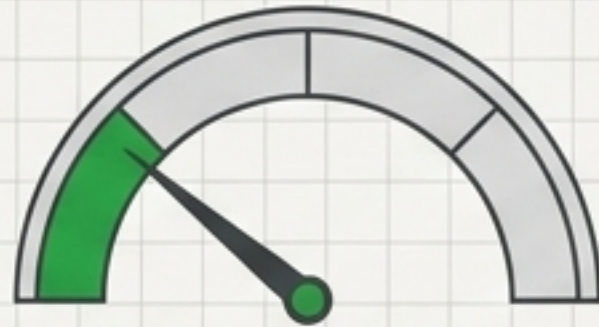
*"Brands miss the need to present core values in relevant ways." - Robert Iger*

# Implementatie Roadmap: Van Kwetsbaar Naar In Control



# Sturen op Data: Het PR Risk KPI Dashboard

## Risk Score



22% - Laag Risico

Real-time beoordeling aankomende campagnes.

## Stakeholder Coverage



Zichtbaarheid geëngageerde perifere groepen.

## Response Readiness



# 2.5 UUR

Huidige theoretische reactietijd op basis van protocollen (Doel: <4u).

## Sentiment Tracking



Pre-launch A/B test data in één oogopslag.

# Budget Richtlijnen: Investeren in Preventie

Risk Assessment Tools (Software voor sentiment analyse)	€5.000 - €8.000
Legal Review & Retainer (Toetsing publieke ruimte)	€3.000 - €7.000
Crisis Simulatie (Jaarlijkse wargaming stress-test)	€10.000
<b>Totale Jaarlijkse Investering:</b>	<b>€18K - €25K</b>

**ROI CONTEXT:** Deze preventiekosten zijn een fractie van de financiële impact van wekenlange reputatieschade en volledig verspilde mediabudgetten (zoals bij de onzichtbaar geworden Spotify jubileumcampagne).

# De 5 Onbuigzame Regels voor Reputatiebehoud

**1** Altijd een Stakeholder Map (Kijk verder dan de klant).

**2** Altijd een Pre-Mortem (Plan bewust voor de mislukking).

**3** Altijd een Legal Check (Ken de harde juridische en visuele grenzen).

**4** Altijd Social Listening (Test theorieën in de realiteit met soft-launches).

**5** Altijd een 24-uurs Response Protocol (Snelheid staat gelijk aan controle).

# Actieplan: Direct Volgende Week Starten

## 1. AUDIT

Voer een retrospectieve risk-audit uit op uw laatste grote campagne. Waar zaten de blinde vlekken?

## 2. IMPLEMENTEER

Integreer de Stakeholder Matrix in de standaard briefing-templates voor alle Q2 campagnes.

## 3. TRAIN

Plan een crisis response simulatie met het kernteam om het echo-chamber effect te doorbreken.

**CONSISTENTIE IN PROCES IS DE BESTE VORM VAN MERKBESCHERMING.**