

50% van Programmatic Campagnes Faalt: Zo Los Je Het Op

Het Executive Playbook voor
Nederlandse CMO's om
structurele underperformance
te elimineren en budget-waste
te stoppen.

De Nieuwe Norm: Helft van de Investeringen Verdamppt

Nieuw onderzoek bevestigt de harde realiteit: 50% van de programmatic adverteerders behaalt de eigen doelstellingen structureel niet. De kloof tussen technologie en operationele executie is groter dan ooit.

50%

1. Gebrekkige Transparantie

Inkoop via ondoorzichtige tussenschakels zonder supply-chain inzicht.

2. Volume > Kwaliteit

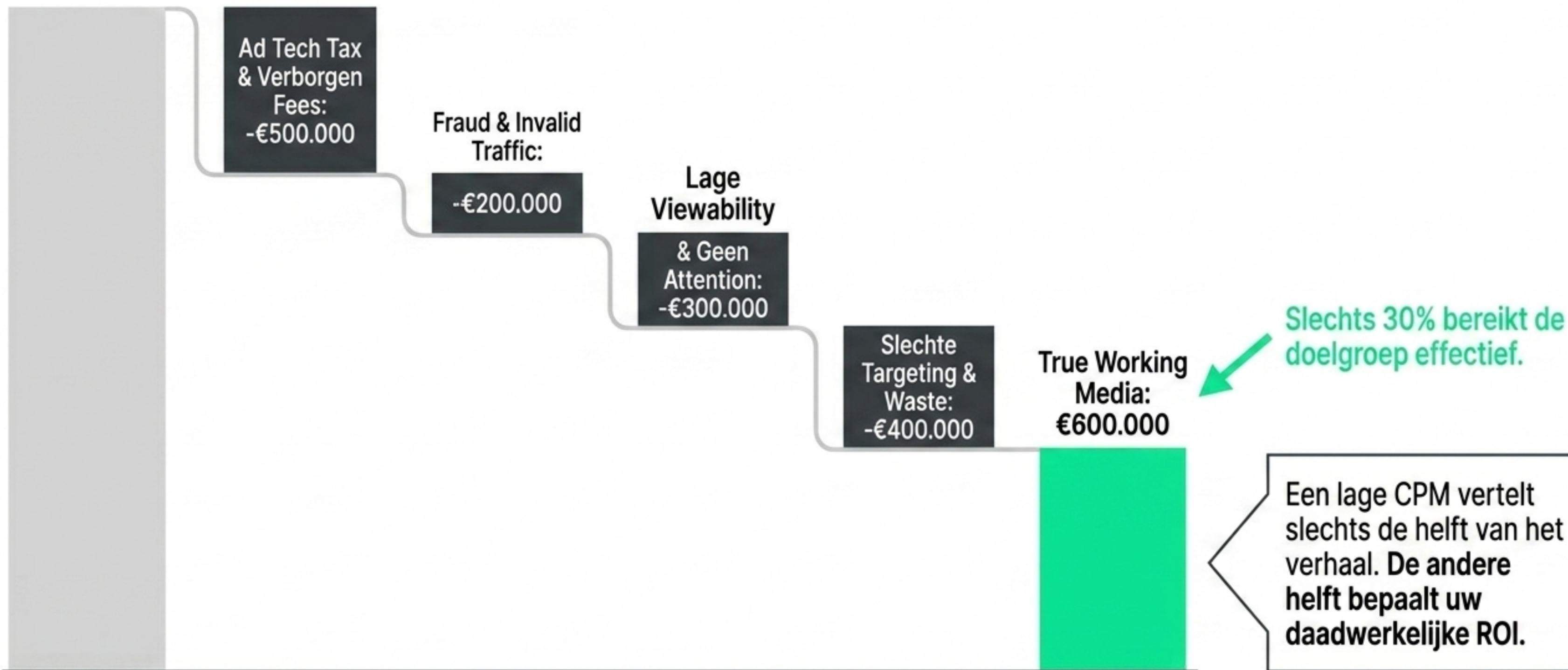
Fixatie op ijdelheidsstatistieken (lage CPM/CTR) in plaats van contextuele relevantie.

3. Autopsie in plaats van Diagnose

Evaluatie gebeurt pas na de campagne, in plaats van real-time optimalisatie.

De Anatomie van Verspilling: Uw €2M Budget in de Black Box

Start Budget:
€2.000.000



Het Performance Framework: 4 Pijlers voor Controle

Pijler 1: Targeting Fix

Van spray-and-pray naar gedrags- en contextuele precisie.

Pijler 2: Creative Excellence

Algoritmische uitservering met strategische, menselijke guardrails.

Pijler 3: Measurement Upgrade

Van last-click autopsie naar real-time incrementality sturing.

Pijler 4: Supply Chain Transparantie

Curated marketplaces en radicale fee-inzichtelijkheid.

Pijler 1: Targeting Fix

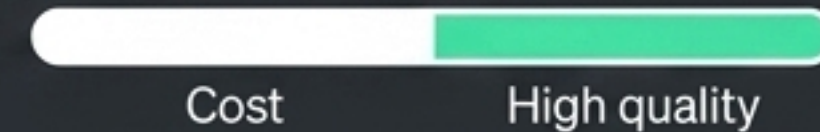
De Strategie



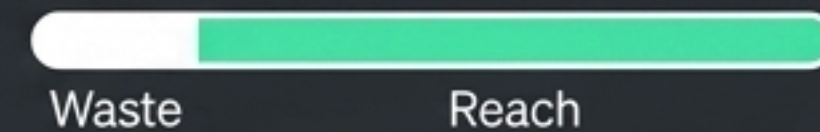
- **Stop Spray-and-Pray:** Volume inkopen leidt tot underperformance.
- **First-Party Activatie:** Eigen data is het enige fundament dat niet door concurrenten gekopieerd kan worden.
- **Contextual Focus:** Plaatsing is belangrijker dan impressies. Bereik is waardeloos zonder kwalitatieve context.

De KPI's

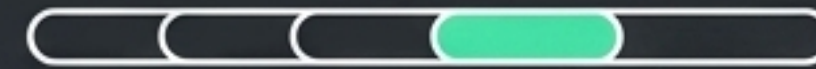
CPM Efficiency: Kostenafweging versus daadwerkelijke kwaliteit.



Reach vs. Waste Ratio: Percentage van impressies dat binnen het Ideal Customer Profile valt.

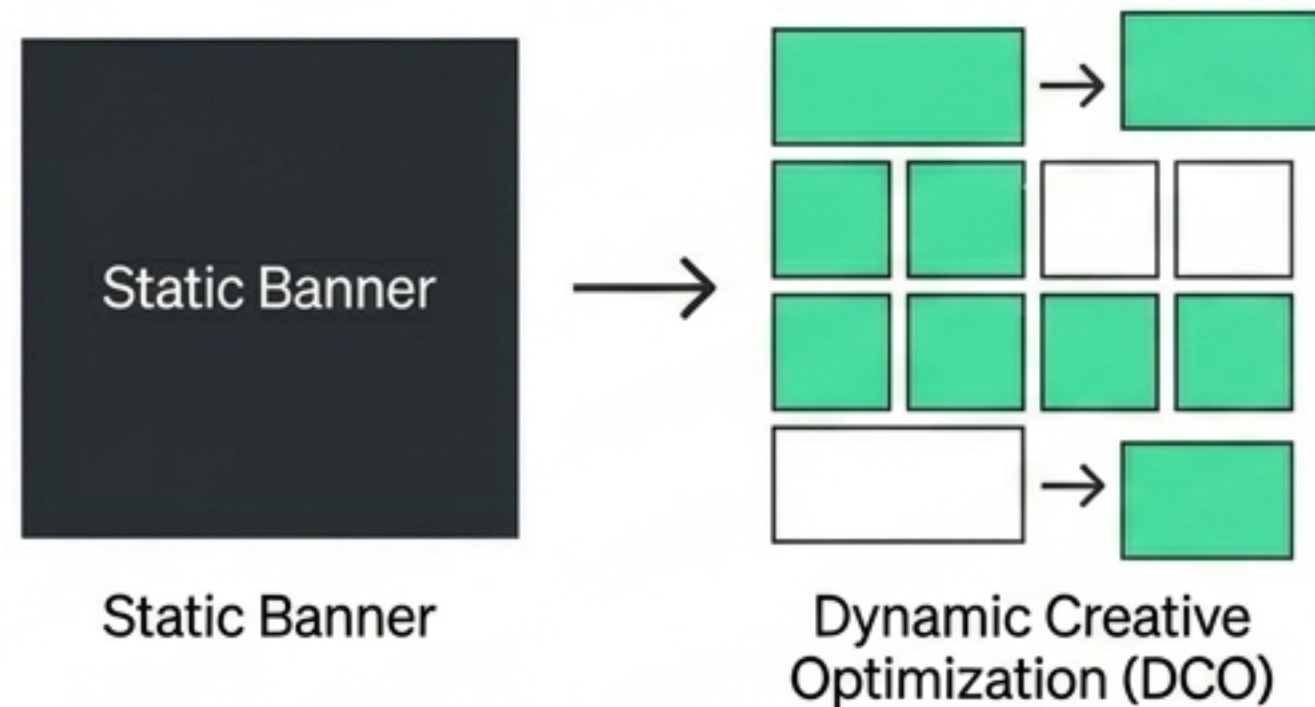


Audience Overlap Analyse: Voorkom dat u tegen uzelf opbiedt over verschillende kanalen.



Pijler 2: Creative Excellence & AI Guardrails

De Strategie



- **One-Size-Fits-All is Dood:** Platform-native formats zijn een vereiste, geen luxe.
- **Dynamic Creative Optimization (DCO):** Real-time aanpassing van de boodschap op basis van context.
- **Het AI-Risico:** Autonome AI optimaliseert voor volume. Stel harde, menselijke strategische guardrails in om merkschade te voorkomen.

De KPI's

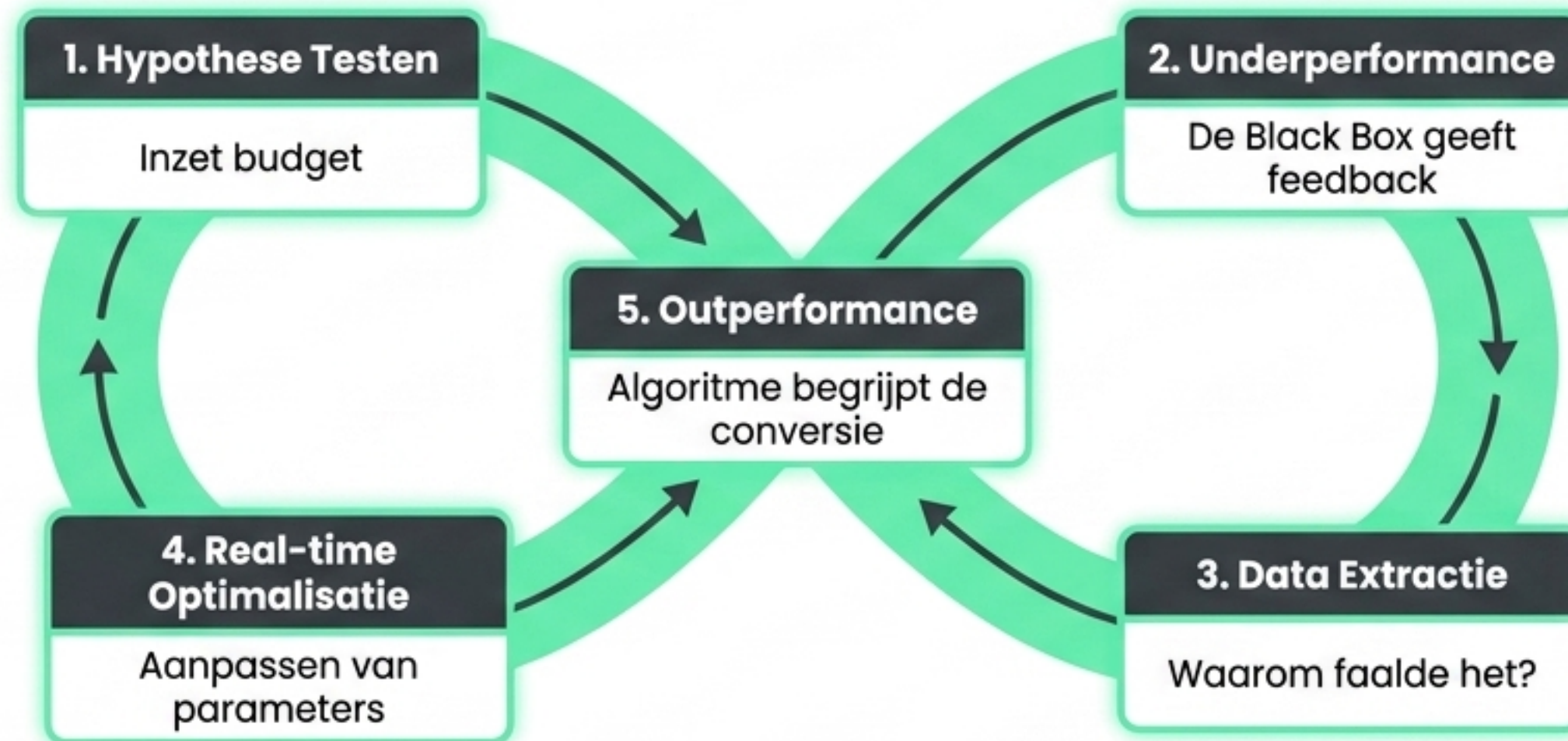
- **Engagement Rate:** Actieve interactie in plaats van passieve impressies.
- **Creative Fatigue Index:** Meetpunt wanneer een uiting stopt met converteren en vervangen moet worden.



- **Format Performance Matrix:** Verhouding tussen productiekosten en platform-ROI.

De Lütke Loop: Risico als Brandstof voor Performance

“Als we onderperformen, levert dat eigenlijk alleen maar meer data op en proberen we het opnieuw. Voor je carrière is het riskanter om niet ambitieus genoeg te zijn.” – Tobias Lütke, CEO Shopify



Campagnes optimaliseren is geen nulsomspel;
het is het trainen van uw eigen algoritme.

Pijler 3: Measurement Upgrade

De Strategie



Beyond Last-Click:

Laatste-klik attributie belooft de verkeerde kanalen.

Einde van de Post-Campagne Autopsie:

Optimaliseer real-time terwijl de budgetten vloeien.

Multi-touch & Incrementality:

Meet de causale lift, niet de correlatie.

De KPI's in Performance Mint

True Incremental ROAS:

Wat was de daadwerkelijke omzet die zonder deze ad niet was gevallen?

Assisted Conversions:

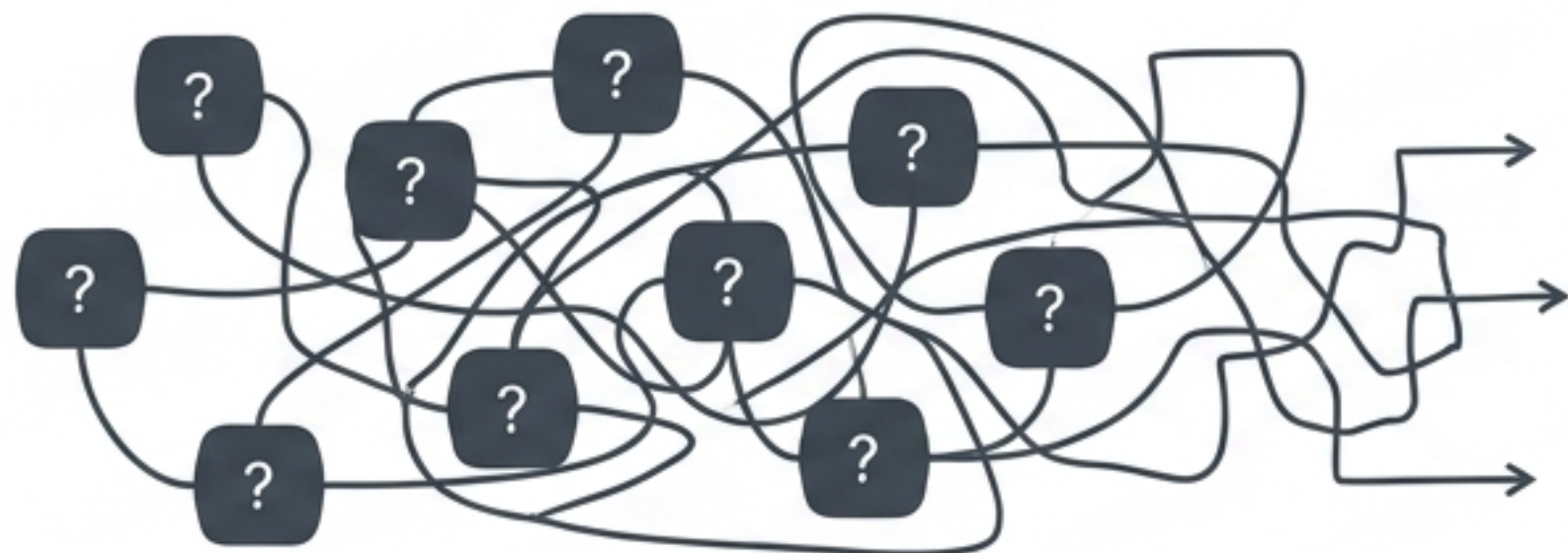
Waardeer de upper-funnel bijdragen.

View-Through Impact:

Meet het onzichtbare effect van merkzichtbaarheid.

Pijler 4: Supply Chain Transparency

Open Exchange Maze



Curated Marketplace Pipeline



Volgens VIA Nederland is de vlucht in Curated Marketplaces de enige route om de wildgroei van het open web te vermijden.

De KPI's & Acties

Supply Path Optimization (SPO)	Fee Structure Audit	Fraud Detection Guardrails
Snijd alle niet-waarde-toevoegende exchanges weg.	Eis transparantie. Wie pakt welk percentage van de euro?	Strikte filters vóór de bieding plaatsvindt.

Nederlandse Marktcontext: Benchmarks & Valkuilen













Retail	Focus op DCO en first-party data. Valkuil: Obsessie met last-click ROAS tijdens piekmomenten.	Benchmark CPM: €3,50 - €5,00
Finance	Brand safety stuurt alles. Valkuil: Te strikte whitelists leiden tot onnodig hoge CPM's.	Benchmark CPM: €8,00 - €12,00
Telecom	Strijd op marktaandeel. Valkuil: Uitsmeren van budget over het open web voor maximaal, maar hol, bereik.	Benchmark CPM: €4,00 - €7,00

Bovenstaande kostennormen vereisen radicale transparantie van uw bureaus.

Do's & Don'ts: De 5 Programmatic Zonden

✗ Don't	✓ Do
✗ Volume KPI's (CPM/CTR) als succes definiëren.	✓ Sturen op Incremental ROAS en View-through.
✗ Blind vertrouwen in autonome AI-generatie.	✓ Heldere strategische guardrails instellen (AI als co-piloot).
✗ Investeren in de Open Exchange wildgroei.	✓ Exclusief inkopen via Curated Marketplaces.
✗ Campagne-evaluatie achteraf (Autopsie).	✓ Wekelijkse real-time optimalisatiesessies.
✗ Black-box fee structuren accepteren.	✓ Een verplichte Supply Path Audit eisen.

Vendor Selectie: Bouw een Stack die Resultaat Levert

Capabilities	Traditioneel Mediabureau	Managed Service DSP	In-House Tech Stack
Data Ownership			
Fee Transparency			
Curation Access			
Agility & Real-Time Setup			

Hybride modellen winnen. Behoud de strategische regie en data binnenshuis, outsource de operationele executie met strikte SLA's.

Budget Reallocatie: Van Underperformers naar Winners

Desinvesteer in:

Open exchanges

Onzichtbare impressies

Made-for-Advertising (MFA) sites

Multi-SSP duplicatie



**Performance
Mint**

Herinvesteer in:

**Premium NL Publisher
direct-buys**

**Contextuele
Data-segmenten**

Brand-lift studies

**Dynamic Creative
productie**

Impact Metric: Verschuif 30% van uw verspilde media spend direct naar werkend mediabudget zonder het totale budget te verhogen.

Het KPI Dashboard: Uw Wekelijkse Control Panel

Targeting Health

Real-time waste ratio & ICP penetration.

Supply Chain Purity

% Spend gealloceerd via directe of curated paden (Doel: >80%).

Creative Fatigue

Waarschuwingen voor creaties die onder de CTR/Engagement baseline zakken.

True Performance

Live Incremental ROAS meter (niet de platform-gemelde ROAS).

Performance is een ecosysteem. Het isoleren van metrics creëert blinde vlekken. Evalueer de samenhang.

30-Dagen Roadmap: Van Black Box naar Clear Glass



3 Stappen voor Morgen

1

1. Bevries Open Exchange Inkoop

Vraag inzicht in de open-web allocatie en pauzeer MFA sites direct.

2

2. Eis de Fee-Structuur

Vraag het exacte percentage dat naar techniek gaat vs. media.

3

3. Shift de KPI

Vervang CPM/CTR door kwalitatief bereik en incrementele lift.