

Emotionele Marketing Effectiviteit Playbook 2026

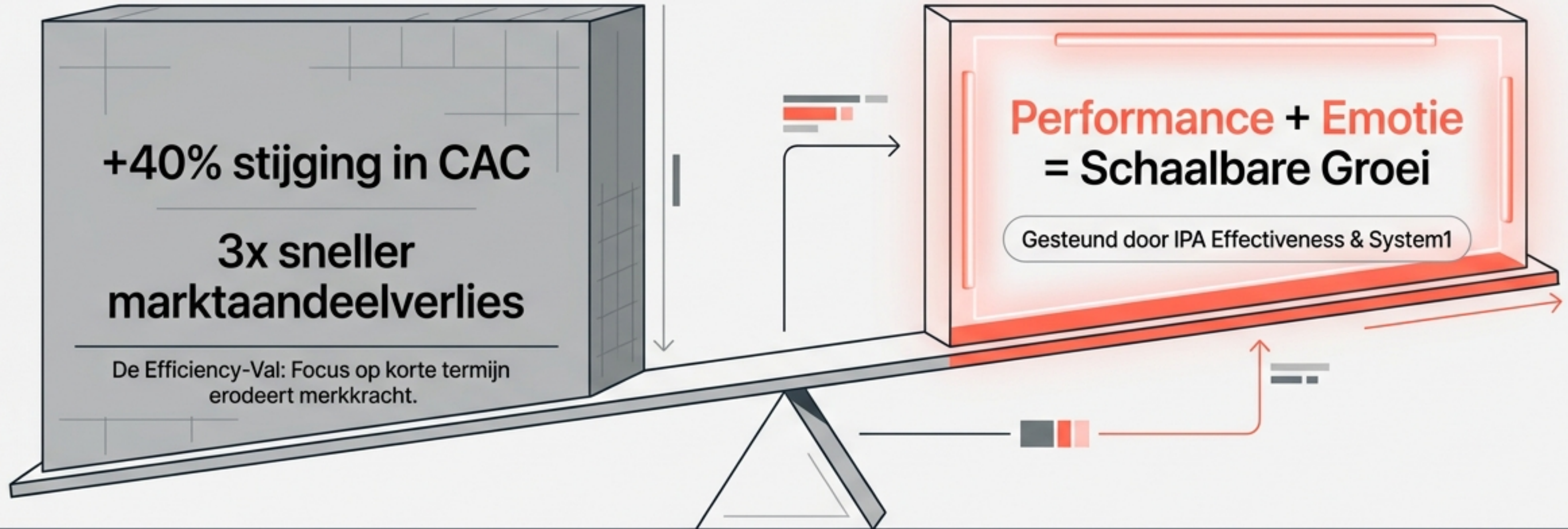
Van Gut Feeling naar Meetbare
Business Impact

**Een strategische gids voor
Nederlandse CMO's om de
CAC-spiraal te doorbreken.**

Mei 2026 | Kennisgroep Emotie & Effectiviteit

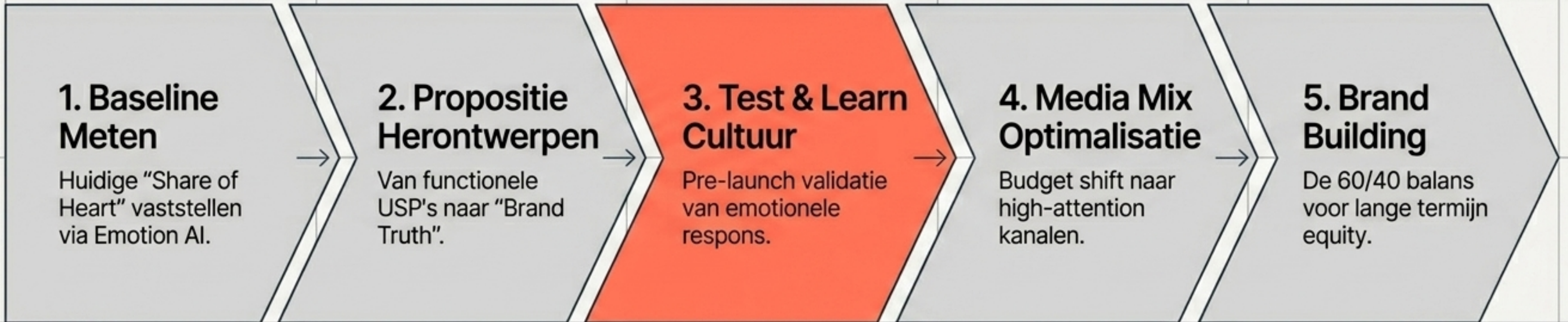


De Nederlandse markt is verzadigd door performance-only marketing; merken die emotie negeren zien hun acquisitiekosten (CAC) met 40% stijgen.



“Consumenten kopen geen algoritmes, ze kopen gevoel. Technologie is slechts het distributiekanaal. — Behavio Research 2026

Een bewezen 5-stappen aanpak om emotie te kwantificeren, testen en strategisch te schalen voor maximale ROI.



Elke stap bevat harde KPI's. Geen implementatie zonder meetbaarheid.

Stap 1: Meet eerst de huidige 'Share of Heart' — zonder emotionele nulmeting is effectiviteit en sturing onmogelijk.

De Methode

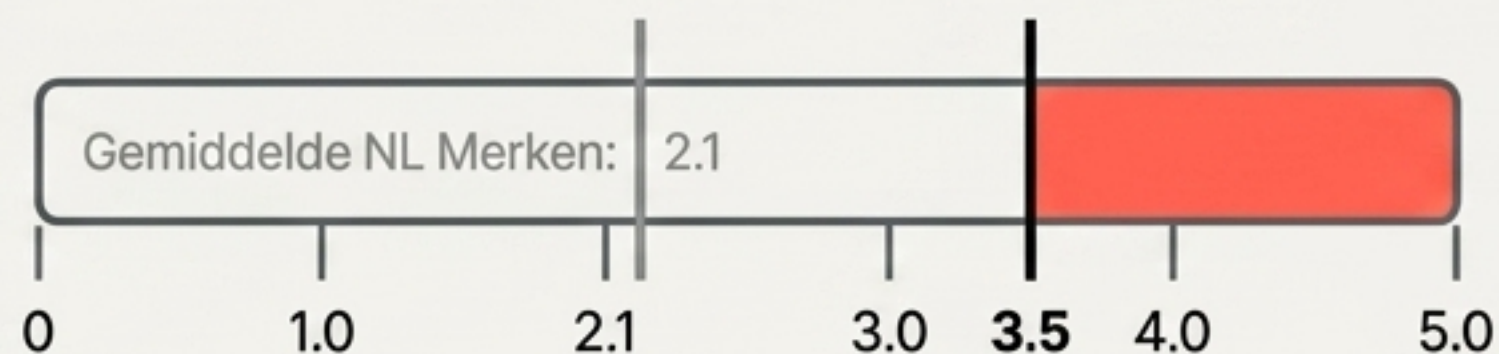
INPUT: Bestaande brand assets
(Video, Display, Audio)

PROCESSING: System1 Star Rating
+ Facial Coding (Affectiva) +
Biometrics (Neurons)

OUTPUT: Gekwantificeerde
emotionele resonantie

De KPI

**Target KPI: Emotionele
Impact Score > 3.5 / 5.0**



Nederlandse merken scoren gemiddeld slechts 2.1 op
baseline-metingen zonder bewuste emotiestrategie.

Stap 2: Shift van rationele USP's naar een emotionele 'Brand Truth' die resoneert met de primaire behoeften.

OUD: Feature Gedreven

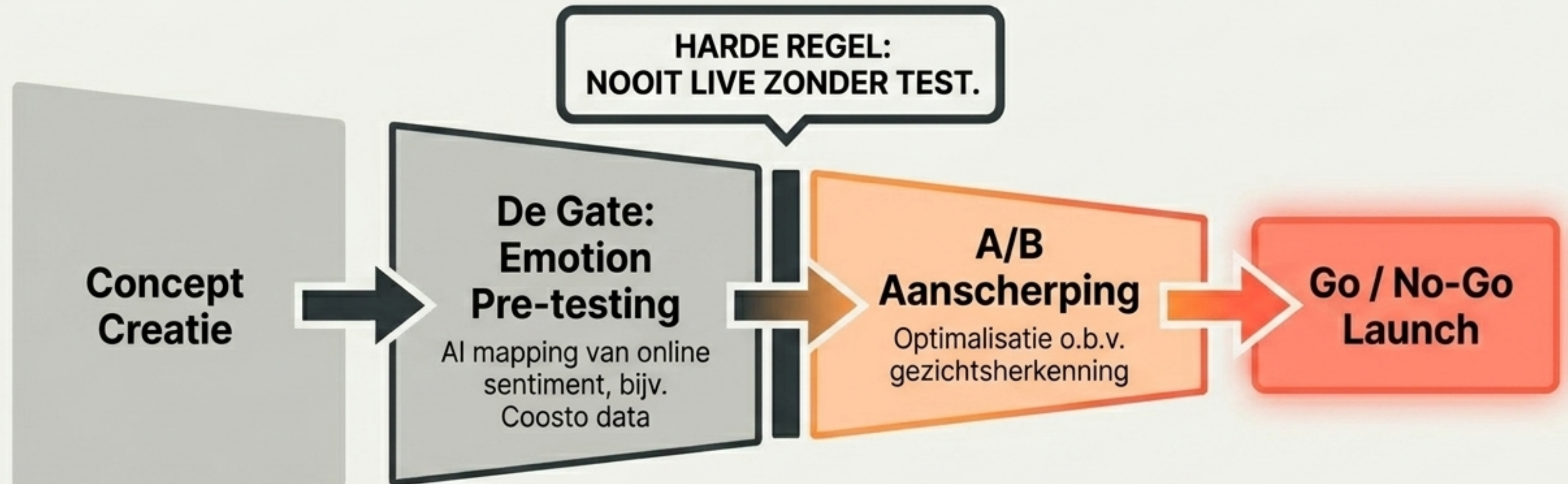
- **Focus:** Rationele USP's (Snelste levertijd, Laagste prijs)
- **Effect:** Hoge prijsgevoeligheid, nul loyaliteit, hoge churn

NIEUW: Emotie Gedreven

- **Methodiek:** Jobs-to-be-Done (JTBD) + Archetypen
- **Voorbeeld:** We leveren geen software, we leveren ondernemersvrijheid.
- **Effect:** Emotionele lock-in, hogere marges

TARGET KPI: Stijging van de Brand Love Index met 15%+

Stap 3: Valideer emotie pre-launch: voorkom de 'fake emotie' valkuil door elk asset te onderwerpen aan AI-testing.



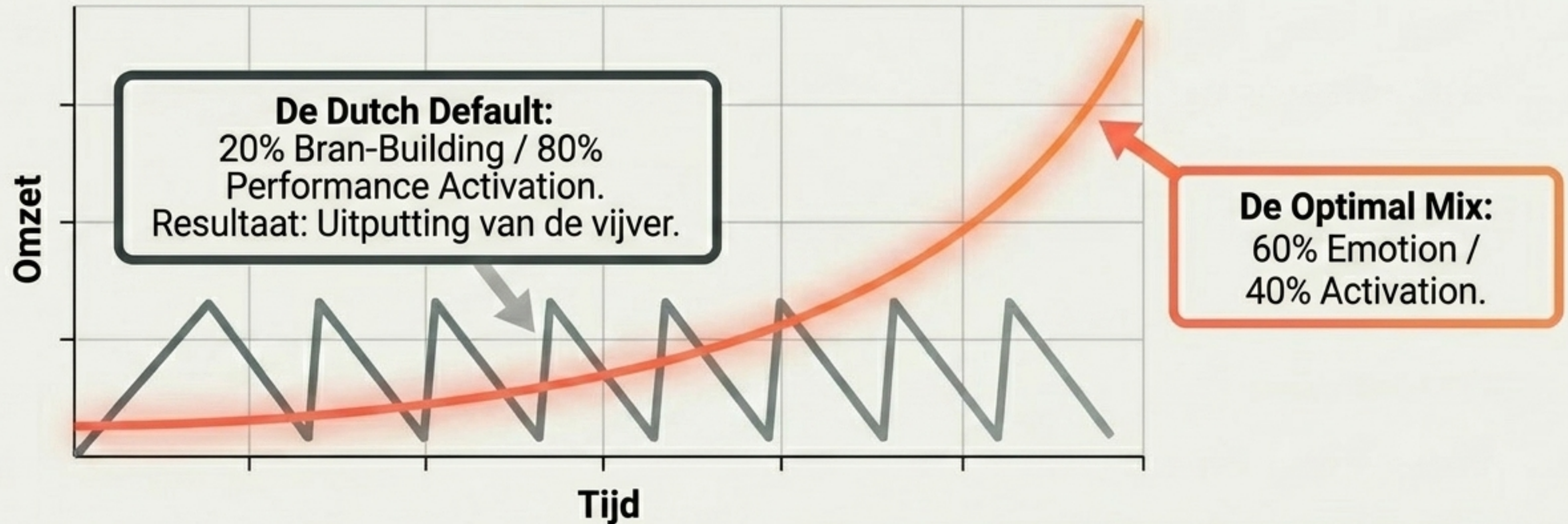
TARGET KPI: 80% van alle creatieve assets pre-getest vóór de media-inkoop start.

Stap 4: Emotionele assets vereisen specifieke distributie; verschuif budget naar high-attention kanalen.

Kanaal Effectiviteit vs. Aandacht (Nederlandse Benchmarks)

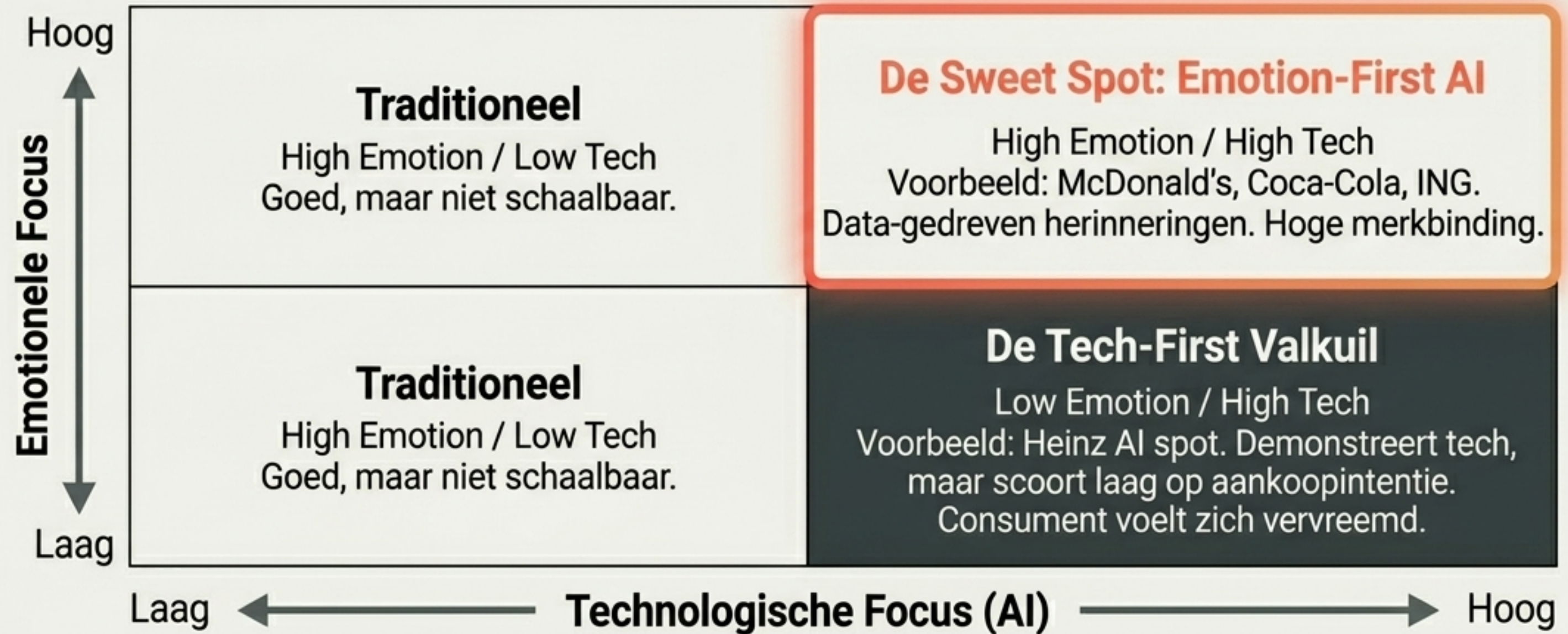


Stap 5: Het borgen van de 60/40 balans tussen merkbouwende emotie en kortetermijn activatie is cruciaal.



TARGET KPI: Aantoonbare 'Brand Equity' groei (gemeten in base sales) jaar-op-jaar.

In de Nederlandse context wint authentieke emotie het altijd van pure technologische AI-executie.



“Gebruik AI om emotionele verhalen efficiënter te vertellen, niet als het verhaal op zich.” – Behavio Research

Vermijd de valkuilen van generieke emotie en geforceerde 'sadvertising' zonder duidelijke link naar het product.

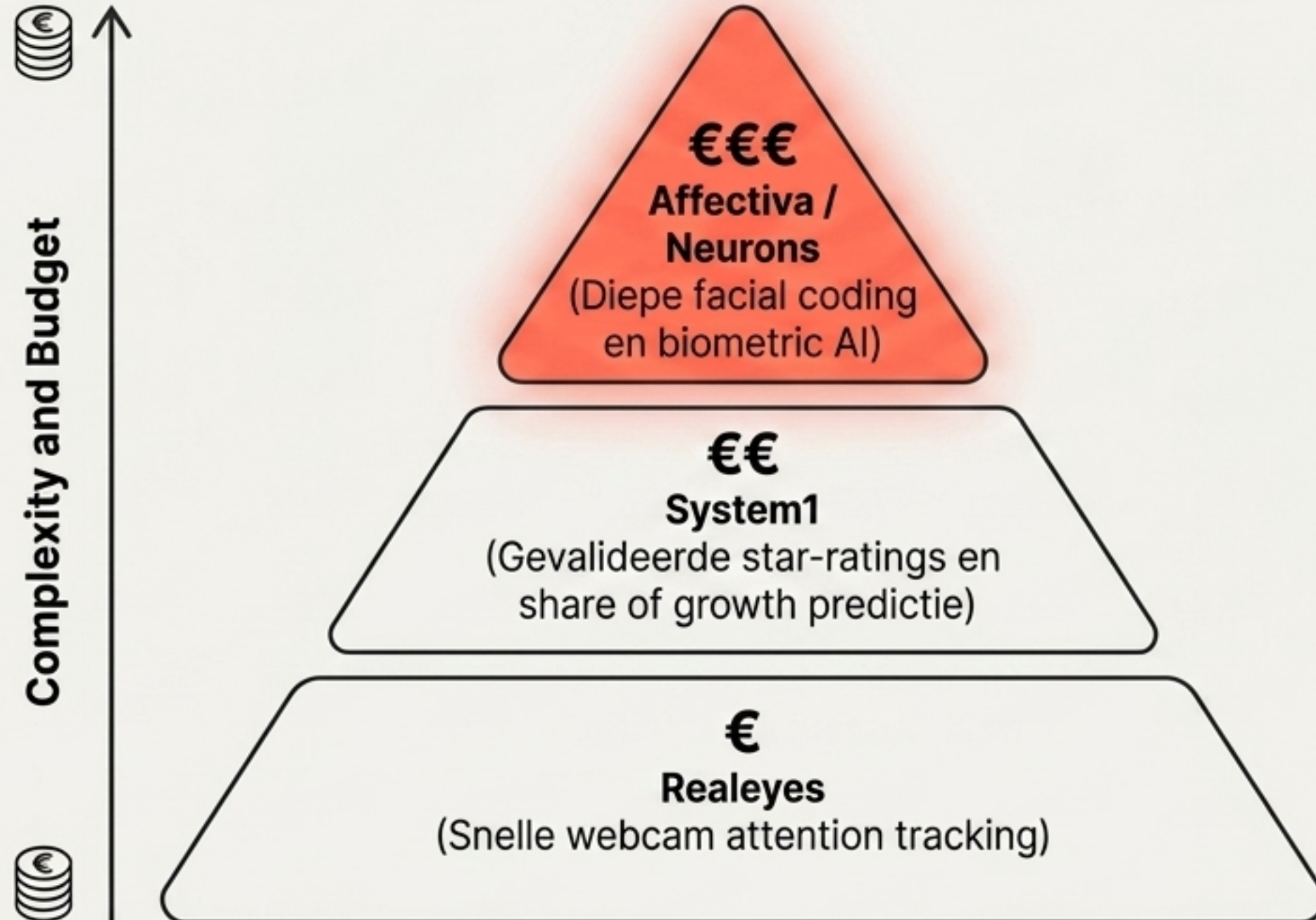
DON'TS (De Valkuilen)

- ✘ **Fake Emotie:** Tranentrekkers maken zonder relevantie voor de categorie.
- ✘ **Tech-Fetisjisme:** Al zichtbaar maken ten koste van de menselijke maat.
- ✘ **Inconsistente Tone-of-Voice:** Warme tv-spot afwisselen met agressieve retargeting banners.

DO'S (De Succesformule)

- ✓ **Authentieke Verhaallijnen:** Maak processen automatisch, hou het verhaal handmatig (Case: Moneybird).
- ✓ **Cocreatie:** Geef consumenten de ruimte om eigen humor/emotie toe te voegen.
- ✓ **Nederlandse Fit:** Directheid gecombineerd met warmte (Cases: Jumbo, Bol, Coolblue).

Emotionele pre-testing vergt een upfront investering, maar levert een 2-3x hogere ROI op de mediabudgetten.



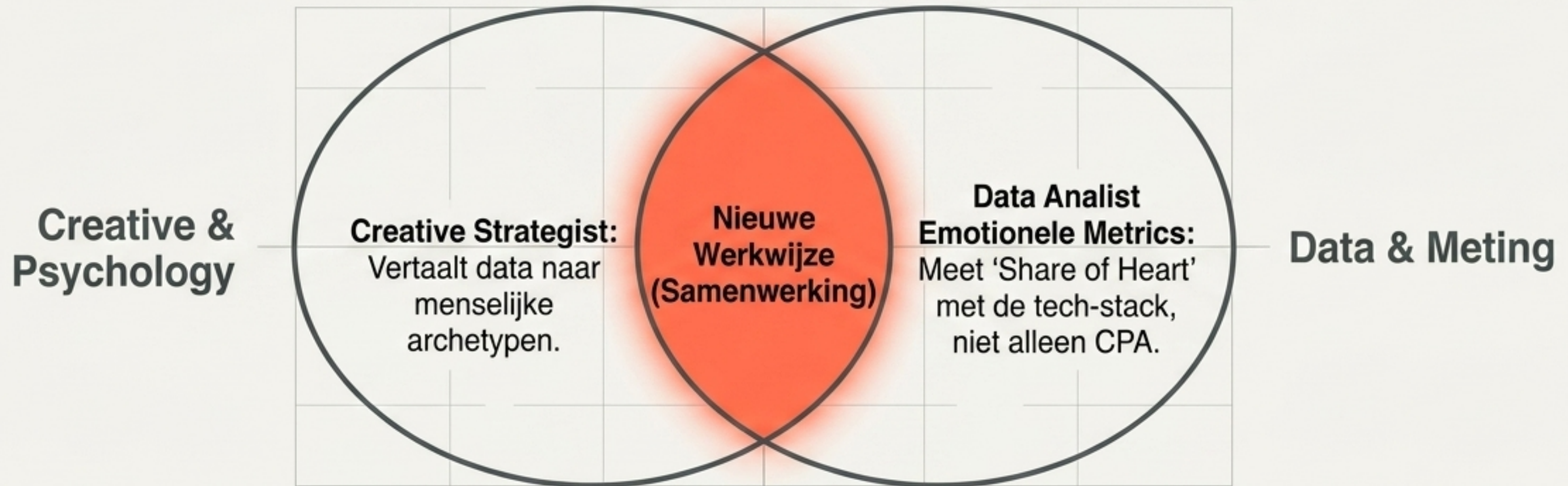
Budget Rule of Thumb

- Investeer **€5K - €15K** per campagne aan pre-testing.
- Reserveer **+20%** meer budget voor creatieve ontwikkeling.

Business Case

Voorkomt verspilling van een mediamix van €250K+ op content die emotioneel 'plat' slaat. **Terugverdientijd is vaak al in de eerste campagneweek bereikt.**

Transformeer het marketingteam: balanceer data-fetisjisme met diep psychologisch inzicht en creatieve strategie.



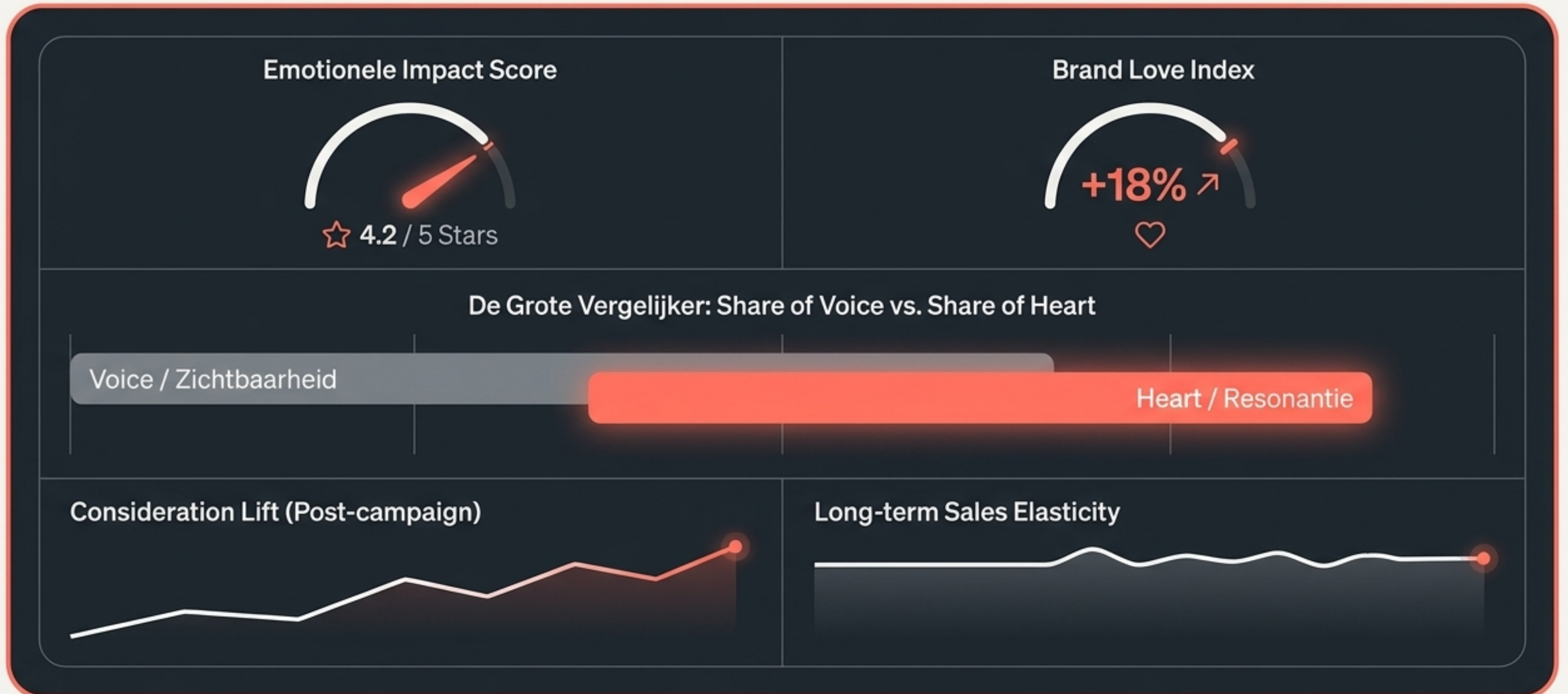
Oude Briefing

Lever 3 video's over functie X voor doelgroep Y.

Nieuwe Briefing

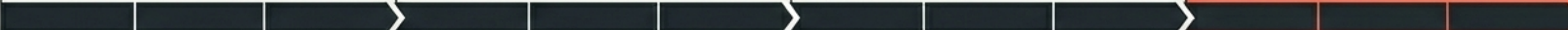
Ontwerp een campagne die emotie Z oproept, pre-test dit met AI, en stuur bij tot de impact score >3.5 is.

Meet holistisch: van Emotionele Impact Score op campagneniveau tot Long-Term Sales Elasticity op merkniveau



Een direct uitvoerbaar 4-weken actieplan om van theorie naar de eerste emotie-gedreven campagne te gaan.

Week 1: Nulmeting	Week 2: Creative Workshop	Week 3: Testing & AI Pilot	Week 4: Launch & Iteratie
Selecteer top 3 assets van afgelopen jaar. Haal door System1. Bepaal het gat.	Herontwerp de propositie voor de komende campagne. Focus op de 'Brand Truth'.	Selecteer test tool (bijv. Realeyes). Test 3 concept-varianten van de nieuwe campagne.	Lanceer de best scorende variant met budget-focus op Video/Social. Meet de uplift in ROAS.



Emotie is niet soft, het is de hardste driver voor commercieel succes. Start morgen met de executie.

Executive Samenvatting

- 1. Emotie is meetbaar en voorspelbaar.**
- 2. Performance en emotie versterken elkaar (60/40).**
- 3. De Nederlandse cultuur belooft authentieke warmte; straf tech-fetisjisme af.**
- 4. Pre-testen met AI is niet optioneel, het is een hygiënefactor.**
- 5. Lange termijn 'Share of Heart' verlaagt acquisitiekosten.**

De Eerste 3 Stappen voor CMO's

1. Meet direct de huidige emotionele baseline van uw top-campagnes.

2. Train het performance team in emotionele strategie en de juiste tech-stack.

3. Draai binnen 30 dagen één testcampagne volgens dit playbook.