

76% vs 64%

Nederland leidt social media adoptie (76%) —
tijd voor ROI-gedreven professionalisering

Van experimenteel kanaal naar strategische acquisitiemotor voor
de Nederlandse topmarketeer.

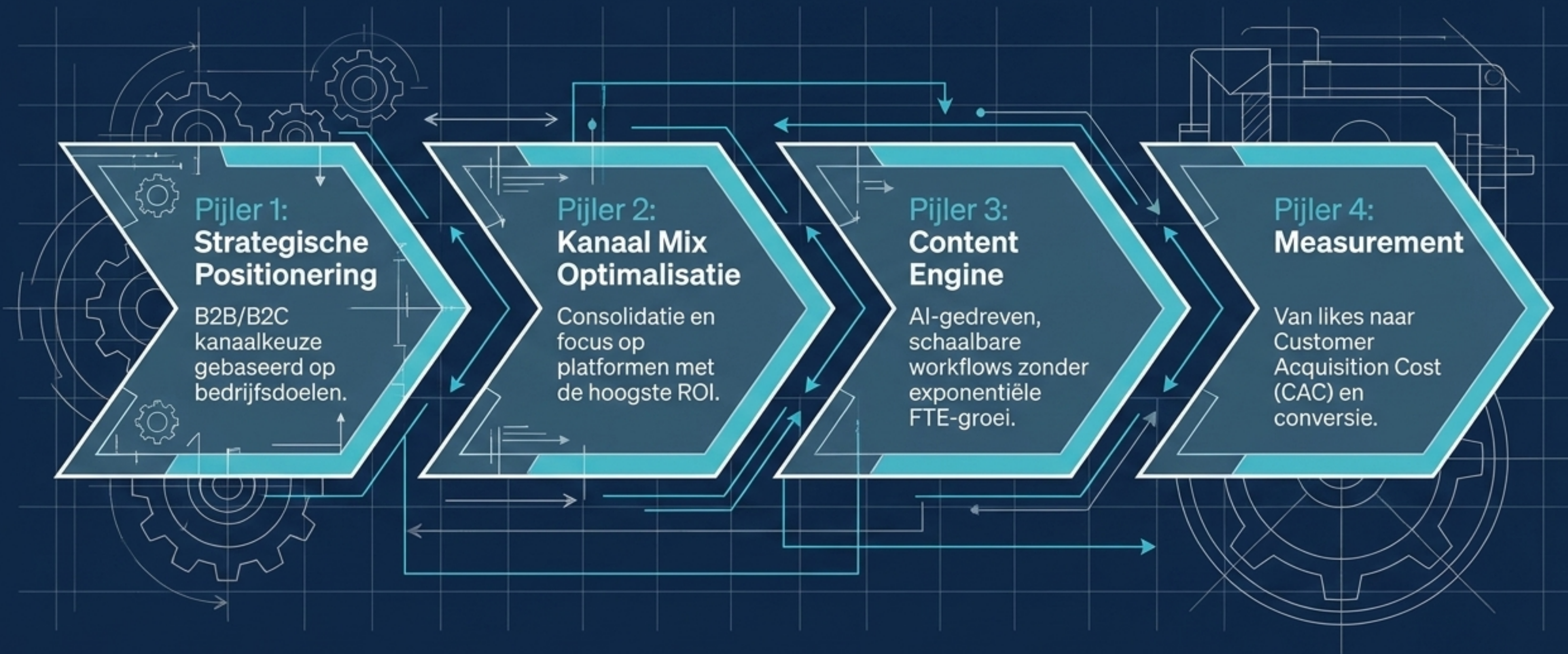
EU-gemiddelde: 64% | Nederland: 76% (en 85% zakelijke inzet)

Hoge adoptie garandeert geen impact: De kloof tussen aanwezigheid en maturiteit

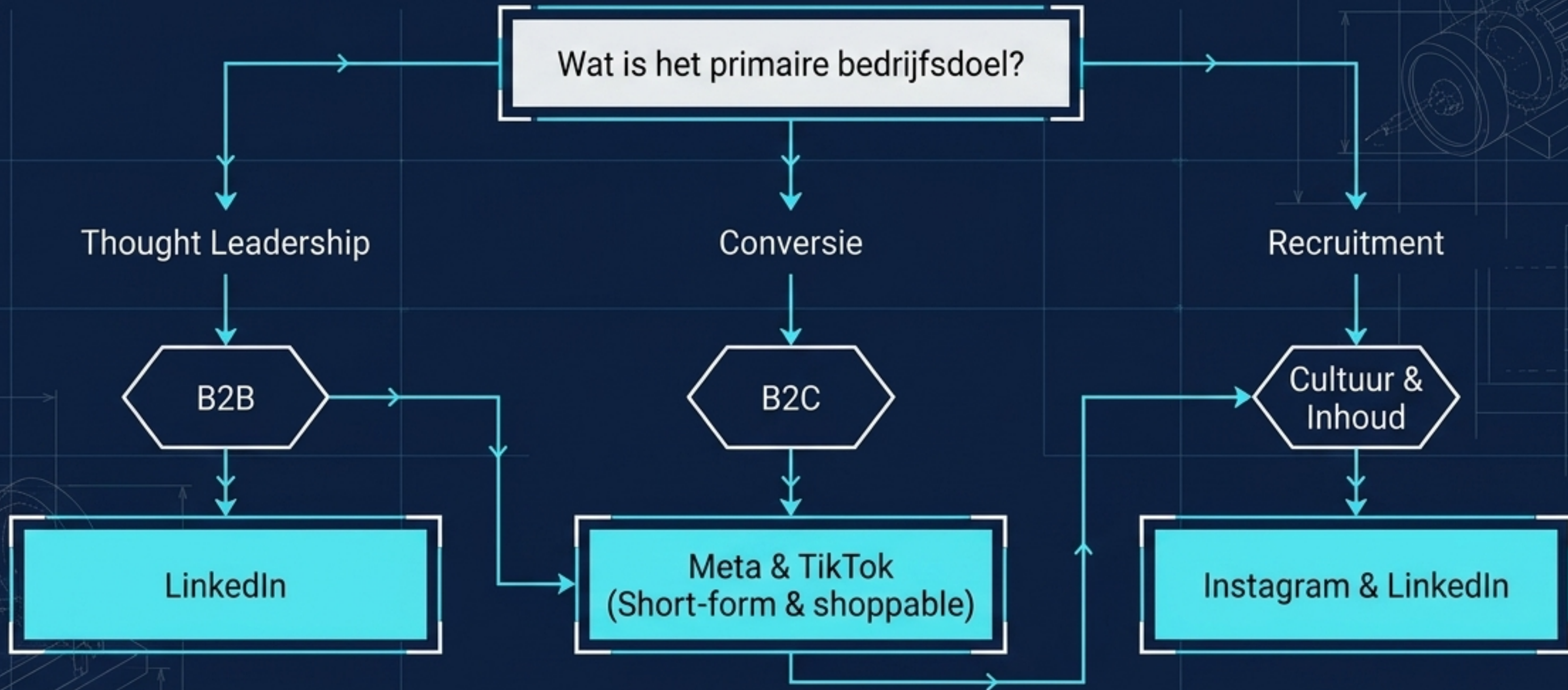


Intensiteit neemt toe, focus verschuift van kwantiteit (bereik) naar de kwaliteit van interactie.

De 'Machinekamer' Blauwdruk: Een 4-pijler model voor schaalbare groei

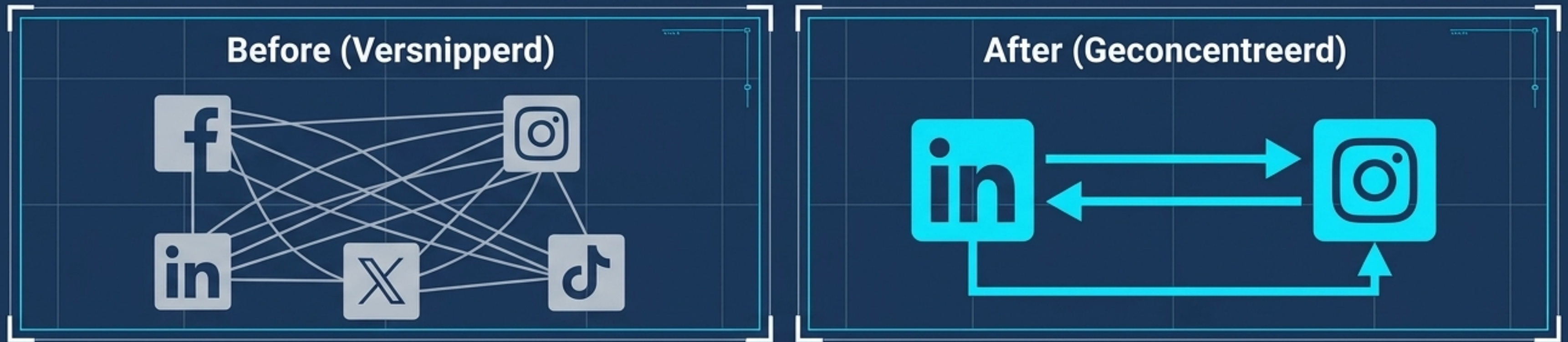


Pijler 1: Laat business value de kanaalmix dicteren via een strakke decision tree



Kies niet het platform, kies de interactie. TikTok/IG voor visuele conversie; LinkedIn voor autoriteit.

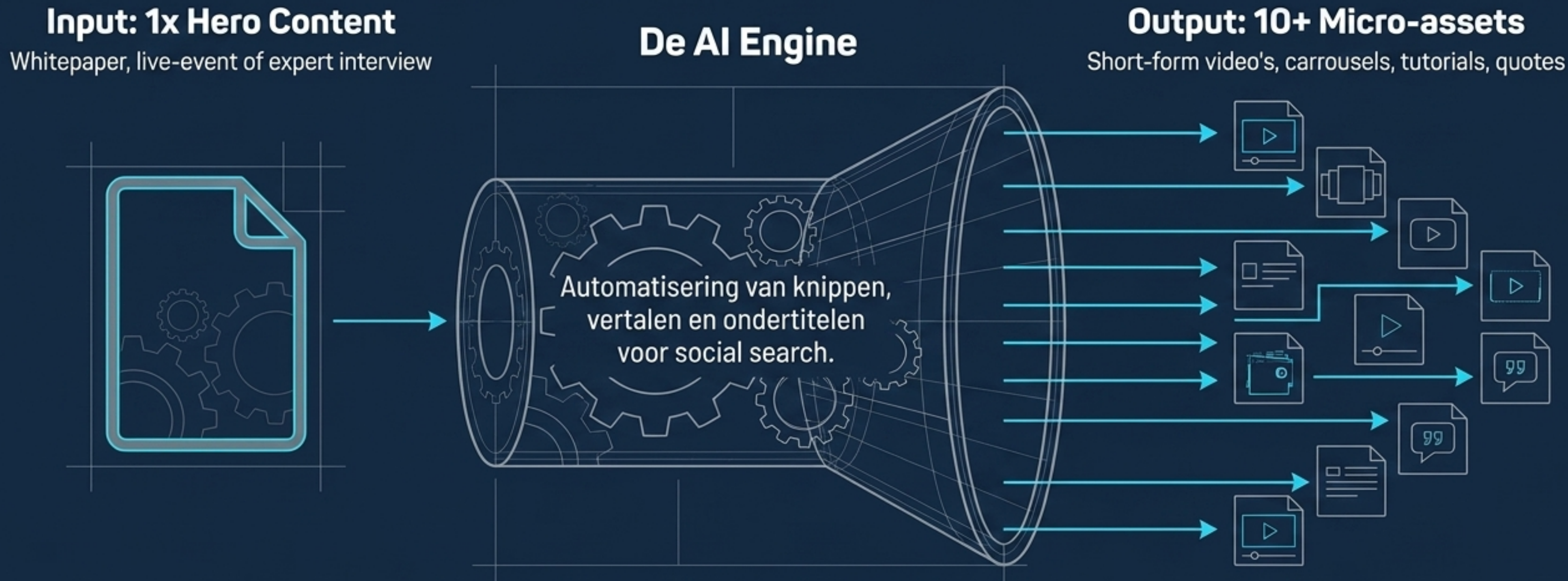
Pijler 2: Stop met 'overal aanwezig zijn' en focus op 2-3 rendabele platformen



Platform	B2B ROI	B2C ROI	Trend
LinkedIn	●	○	Stijgend
Instagram	◐	●	Stijgend
TikTok	○	●	Stijgend
Snapchat / Pinterest	○	◑	Dalend

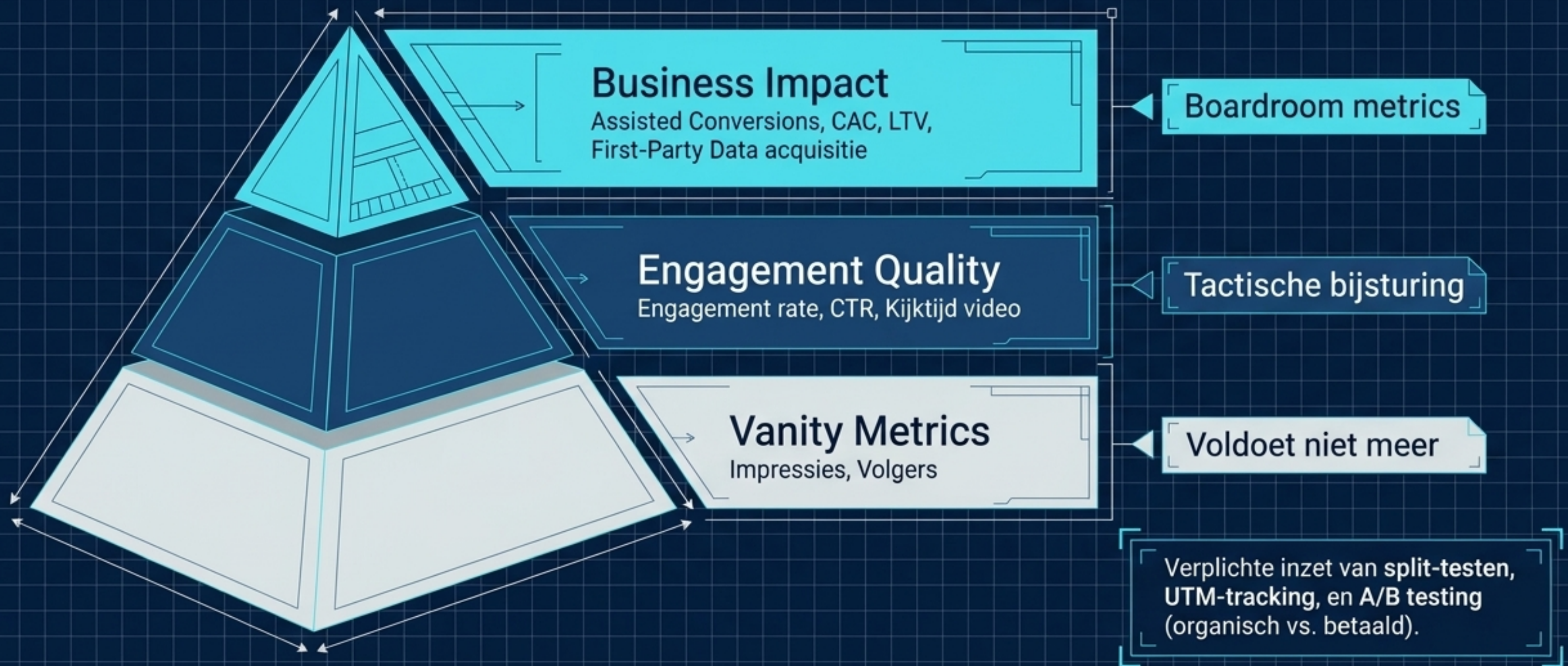
Concentreer mediabudget en productiecapaciteit op de **top-2 presterende kanalen.**

Pijler 3: Transformeer ad-hoc creatie naar een AI-gedreven content engine



Generieke advertenties werken niet meer. Combineer volume via AI met menselijke authenticiteit.

Pijler 4: Verschuif de focus van vanity metrics naar harde business KPI's

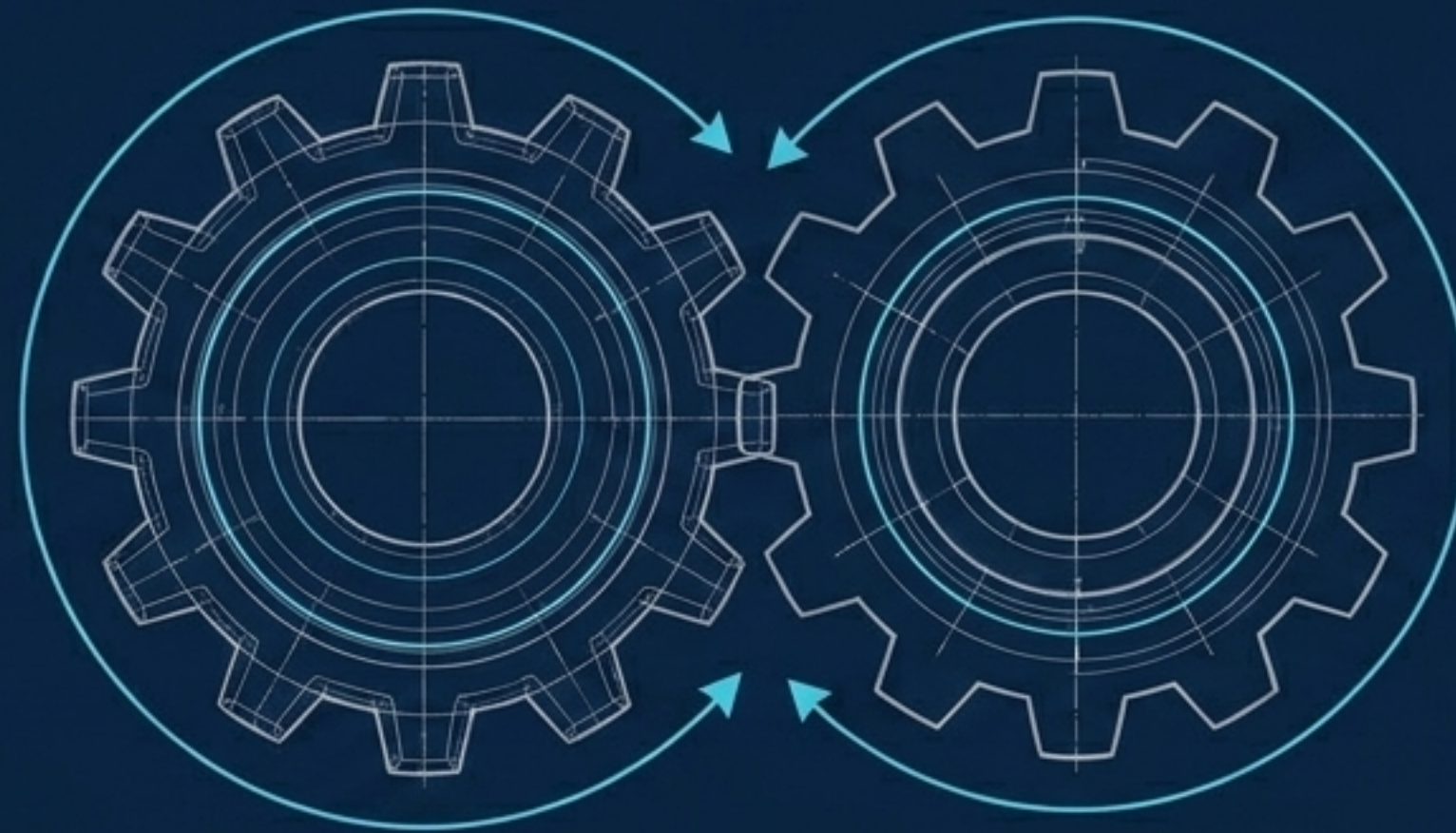


Synthese: Social media is in 2026 de acquisitiemotor voor first-party data

Context: Algoritmes worden onvoorspelbaar en gebruikersgroei vlakt af. Rented reach is eindig.

Social Search

Consumenten gebruiken TikTok en Instagram als zoekmachine. Strategie: Optimaliseer content op zoekwoorden en ondertiteling.



First-Party Data

Gebruik interactie om eigen communities, nieuwsbrieven en gesloten groepen te voeden.

Je optimaliseert niet meer voor het platform, maar gebruikt het platform om onafhankelijkheid te bouwen.

Koplopers in Nederland bewijzen de waarde van gerichte platformstrategieën

IT-bedrijven (90% adoptie)

Focus op complexe B2B-cycli. Winnaars excelleren in thought leadership via LinkedIn en assisted conversions.

Retail (83% adoptie)

Transformatie naar visual commerce. Winnaars integreren naadloos short-form video met directe conversiepaden.

Horeca & Leisure (75% adoptie)

Meester in lokaal, authentiek bereik. Relevantie en echtheid verslaan consequent hoog-geproduceerde brand content.

Best practices per sector zijn direct overdraagbaar via het 4-pijler model.

Do's & Don'ts: Vermijd de 5 meest kostbare valkuilen van grote merken

DON'T (Valkuilen)

- ✗ Van ad-hoc posten
- ✗ Organisch bereik als doel
- ✗ Losse teams en silo's
- ✗ One-size-fits-all content
- ✗ Klapvee en volgers verzamelen

DO (Strategie)

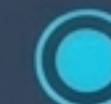
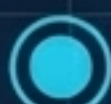
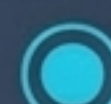
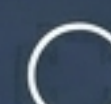
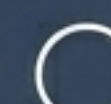
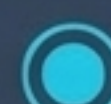
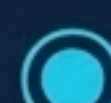
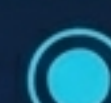
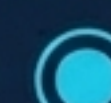
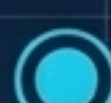
- ✓ Naar een gestuurde content calendar
- ✓ Paid strategie als vliegwiel voor organisch
- ✓ Geïntegreerde marketing, sales & service werkgroep
- ✓ Platform-native formaten (split-test video vs carousel)
- ✓ Kwalitatieve interactie en assisted conversions meten

Doorbeek interne silo's: Een uniform governance model



Regel: Zonder gezamenlijke KPI's verdampt de ROI in de overdracht tussen afdelingen.

Resource Allocatie: Kies het inrichtingsmodel dat past bij uw groeiambitie

Sourcing Matrix	Intern Team	Volledig Bureau	Hybride Model
Schaalbaarheid	  	  	  
Kosten per FTE	  	  	  
Strategische Controle	  	  	  
Executiesnelheid	  	  	  

Het **Hybride Model** scoort het best voor volwassen Nederlandse bedrijven; behoud de strategische controle en first-party data in-house, scale de AI-content engine uit via gespecialiseerde partners.

Implementatie Roadmap: Van ad-hoc aanwezigheid naar meetbare machine in 8 weken

	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8	
	Audit & Strategie								
	Kanaal rationalisatie, stopzetten niet-renderende kanalen.								
			Tooling & AI Workflows						
			Inrichten van de content transformatie pijplijn.						
					Productie & A/B Testing				
					Pilot lanceren met short-form formats, UTM templates configureren.				
							Dashboarding & Optimalisatie		
							Implementeren attributie model, live dashboard integratie.		

Het Executive Dashboard: Stuur wekelijks bij op de 10 metrics die er écht toe doen

Media Spend vs CAC

€45

MoM: +12%
YoY: -5%



LTV / CAC ratio

3.2x

Target: 4.0x
Churn: 2.1%



Totale Assisted Conversions

1,420

Touchpoints: 3.5 avg
Top Channel: LinkedIn

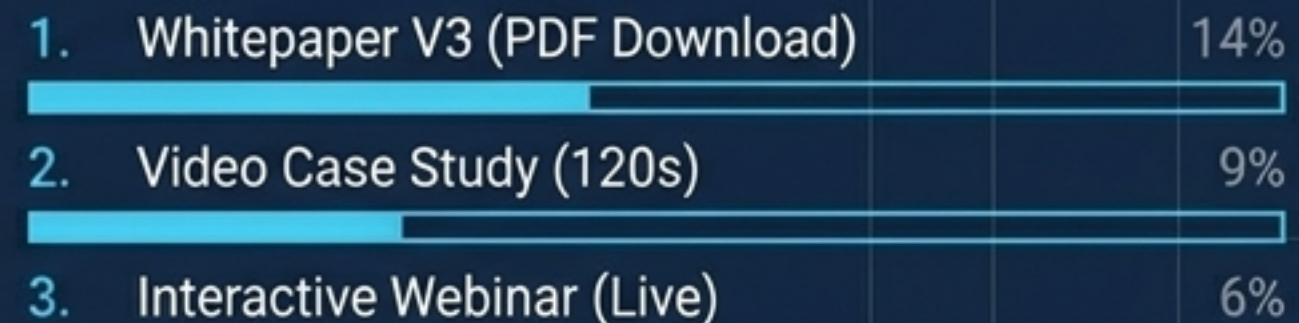


Platform Efficiency

■ CPM ■ CPC ■ Engagement Rate per kanaal



Content Performance



Rapportage cadans: Operationeel team = wekelijks real-time bijsturen | Boardroom = maandelijkse strategische review op basis van first-party data groei.

Executieplan Q2 2025: Drie onmisbare stappen voor direct resultaat

1

Rationaliseer de Kanaalmix (Kill Darlings)

Auditeer huidige kanalen.
Stop direct met investeren in platforms die de afgelopen 6 maanden geen **meetbare assisted conversions** hebben geleverd.



2

Integreer Attributie

Verplicht het gebruik van **UTM-tracking** en zet een dashboard op dat 'engagement' koppelt aan first-party data (nieuwsbrief inschrijvingen / leads).



3

Bouw de AI-Pilot

Start één **hero-content campagne**, gebruik AI om dit om te zetten in 10 platform-native micro-assets, en focus volledig op relevante interactie.

