

Marketing Governance Framework 2026

Jouw marketingprobleem is niet de strategie, maar de organisatiestructuur. Een playbook voor de Nederlandse C-suite.

Waarom briljante strategieën sneuvelen in een gebroken structuur



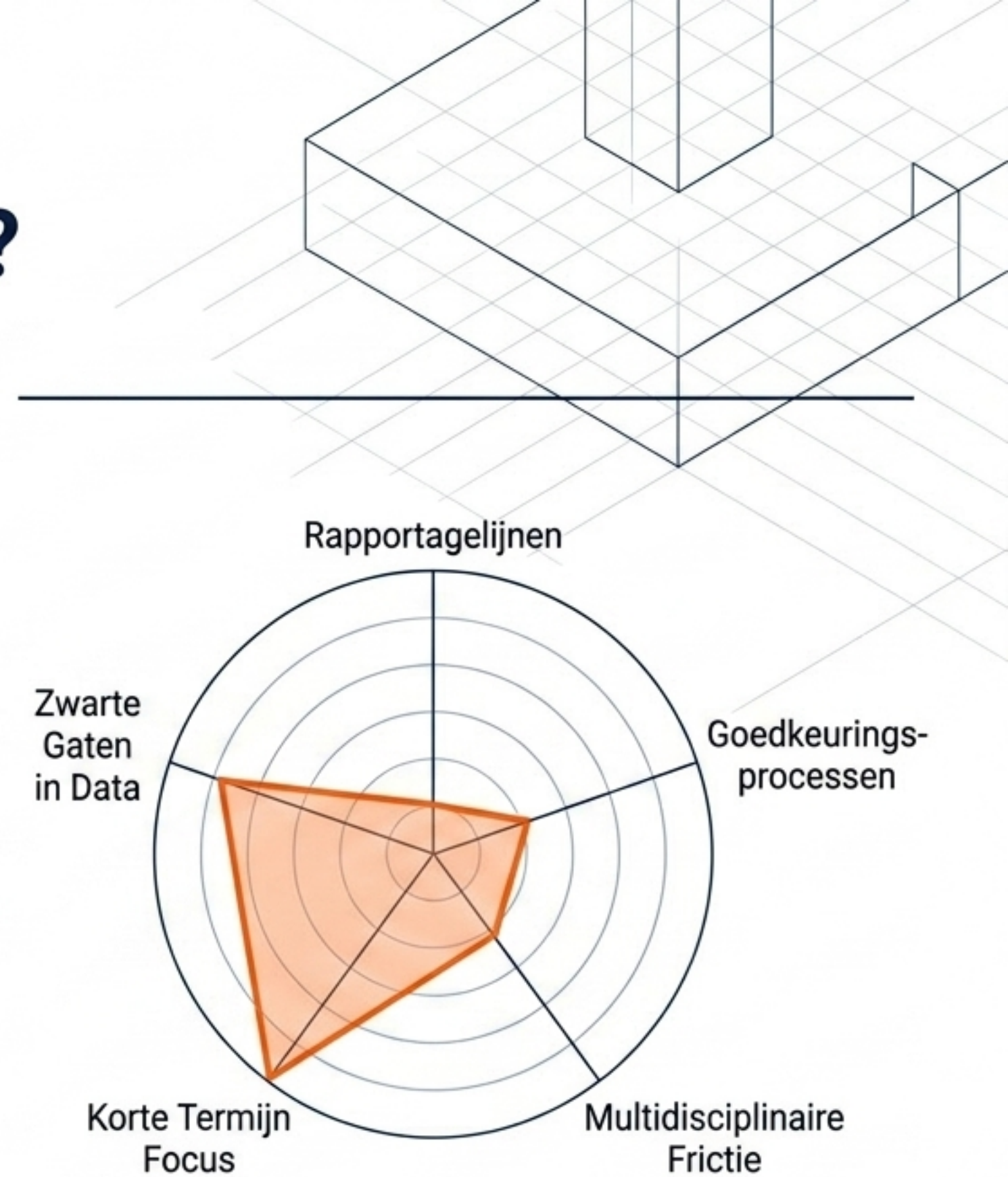
Marketing Dive & The CMO Survey: Merken worstelen niet met hun campagnebrief, maar met organisatiestructuren die uitvoering blokkeren. De grootste uitdagingen zijn het meten van ROI en het bijbenen van nieuwe platforms.

"Marketing is de groeicatalysator. De marketingafdeling en de CMO behoren van rechtswege in de C-suite plaats te nemen, waar strategie wordt bepaald."

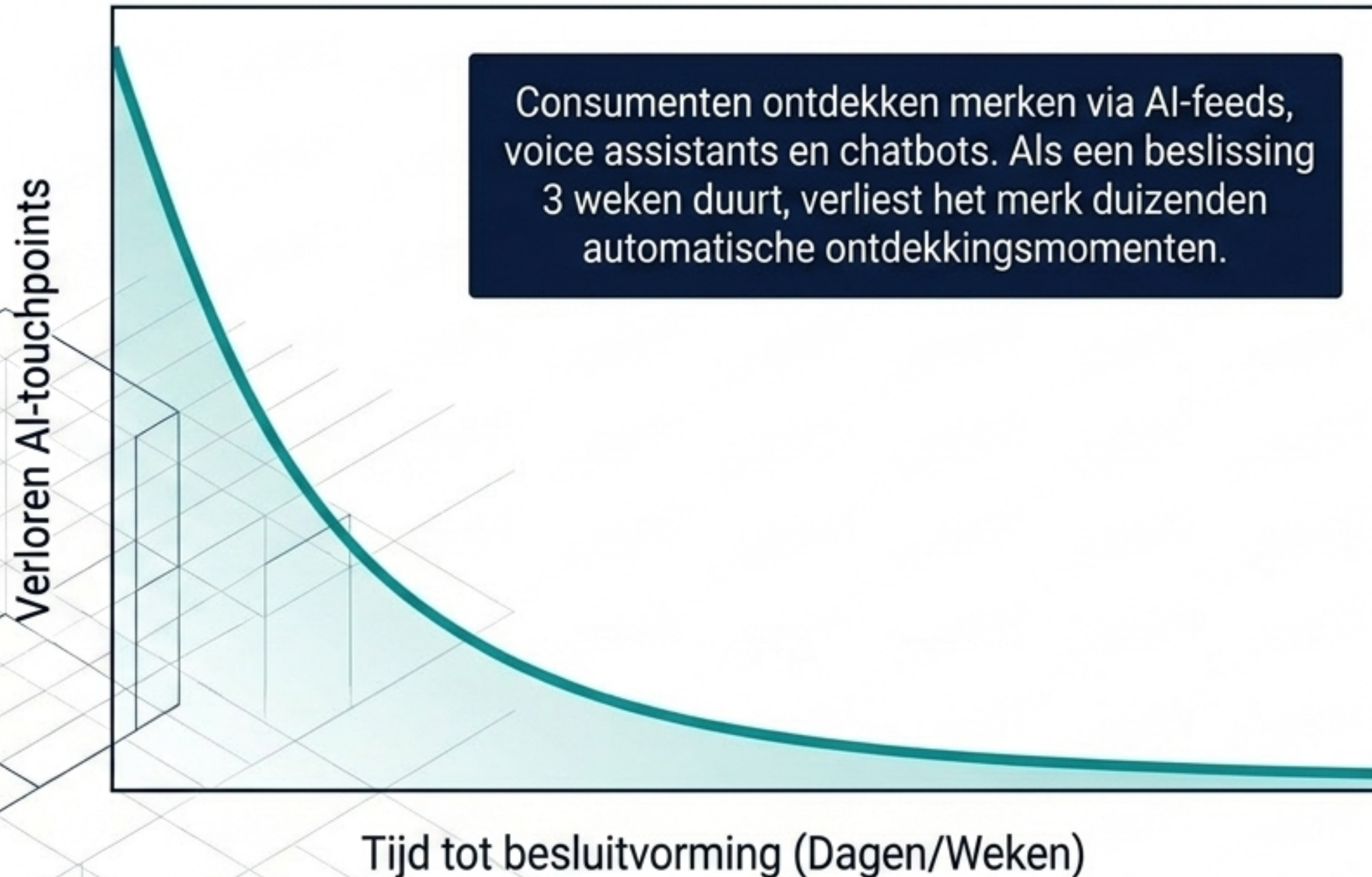
SUMIT VIRMANI, EXECUTIVE VP & CMO, INFOSYS

De Governance Gap Diagnose: Waar loopt jouw organisatie vast?

⚠	Verkeerde Rapportagelijnen: Marketing rapporteert aan sales of IT, niet direct in de C-suite.
⚠	Verlammende Goedkeuringsprocessen: Campagnes wachten weken op een 'go' in plaats van uren.
⚠	Multidisciplinaire Frictie: Branding, performance en PR werken in geïsoleerde silo's.
⚠	Korte Termijn Focus: 76% van de Nederlandse marketeers geeft geen prioriteit aan lange-termijngroei.
⚠	Zwarte Gat in Data: Geen harde, eenduidige ROI-meting over alle kanalen heen.



De AI-Versneller: Waarom trage besluitvorming nu miljoenen kost



Silo's zijn de vijand van snelheid.

"We slopen de silostructuren... CRM is een ramp geworden precies omdat klantenzorg niet alleen een sales- of marketingaangelegenheid is. Als je echt om je klant geeft, móet het hele bedrijf dat doen."

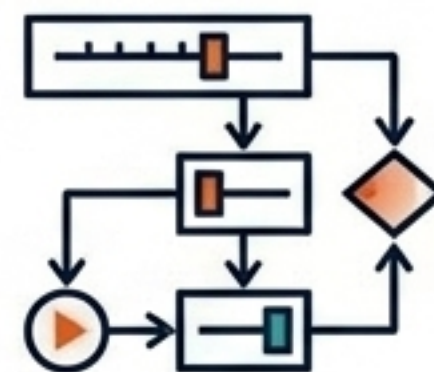
JENSEN HUANG – CEO, NVIDIA

Het Marketing Governance Framework 2026



Pijler 1: Besluitvorming (Autonomie & Snelheid)

Het platter maken van de organisatie en het verlagen van het beslissingsmandaat.



Pijler 2: Budget Governance (Transparantie & Controle)

Dynamische budgetallocatie ter vervanging van starre jaarbudgetten.



Pijler 3: Verantwoordelijkheid (OKR's & Eigenaarschap)

Van afdelingsdoelstellingen naar geïntegreerde klantreisdoelen.



Pijler 4: Performance Metingen (Eén Waarheid)

Gecentraliseerde dashboards ter voorkoming van data-discussies.

Pijler 1: Van hiërarchisch wachten naar gedecentraliseerde besluitvorming

Beslissing	C-Suite	Marketing Dir.	Squad Lead	Specialist
Campagne Lancering	I	I	A	R
Tech Stack Aankoop	C	A	R	C
A/B Test Goedkeuring	-	I	C	A

R = Responsible, A = Accountable (Beslisser), C = Consulted, I = Informed

Transformatie

VAN

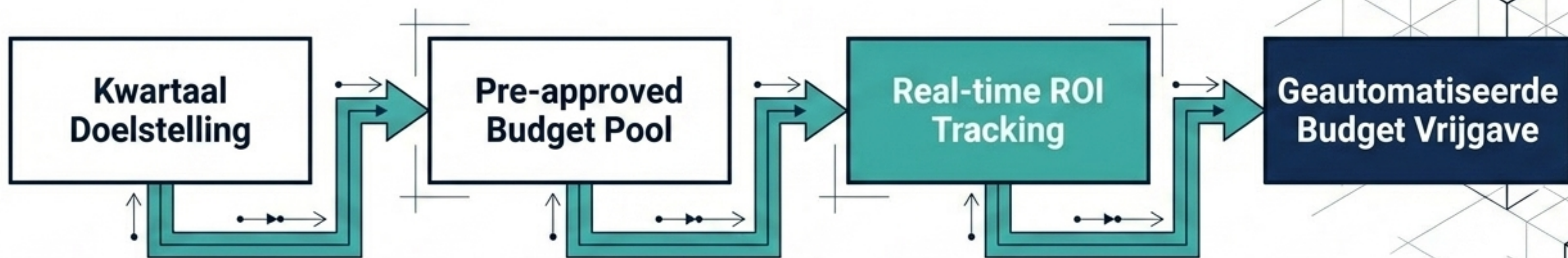
Ad-hoc goedkeuring via 4 managementlagen.



NAAR

Duidelijke mandaten. Degenen die het dichtst bij de klant staan, drukken op de knop.

Pijler 2: Budget Governance zonder bureaucratistische verlamming



Quarterly Budget Reviews

Vervang de trage jaarlijkse cyclus.

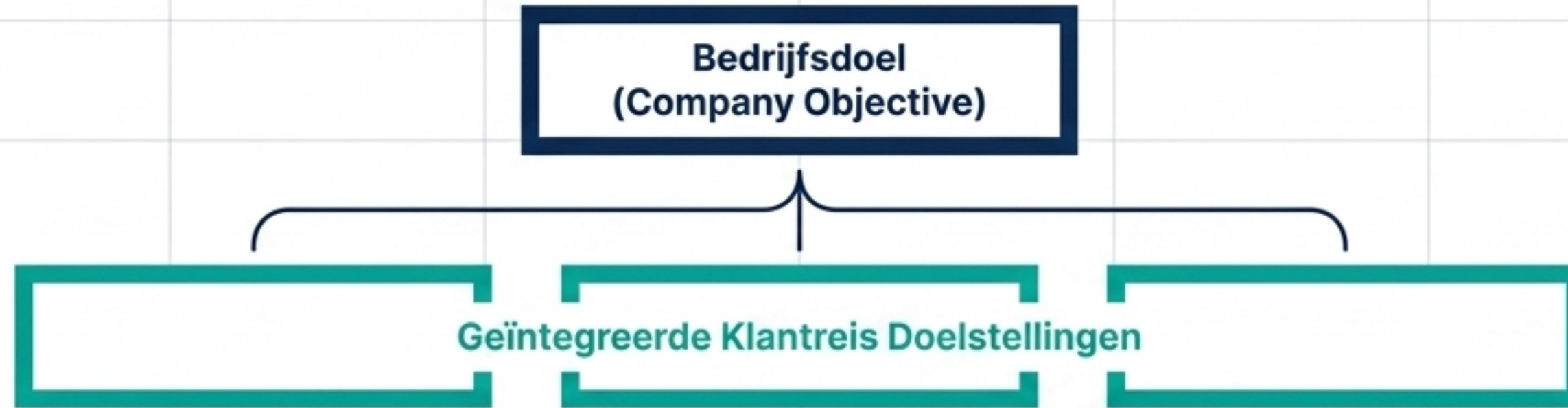
Voorwaardelijke Vrijgave

Budget is niet gegarandeerd, maar gekoppeld aan vastgestelde prestatiekaders (ROI-tracking).

Snelheid Behouden

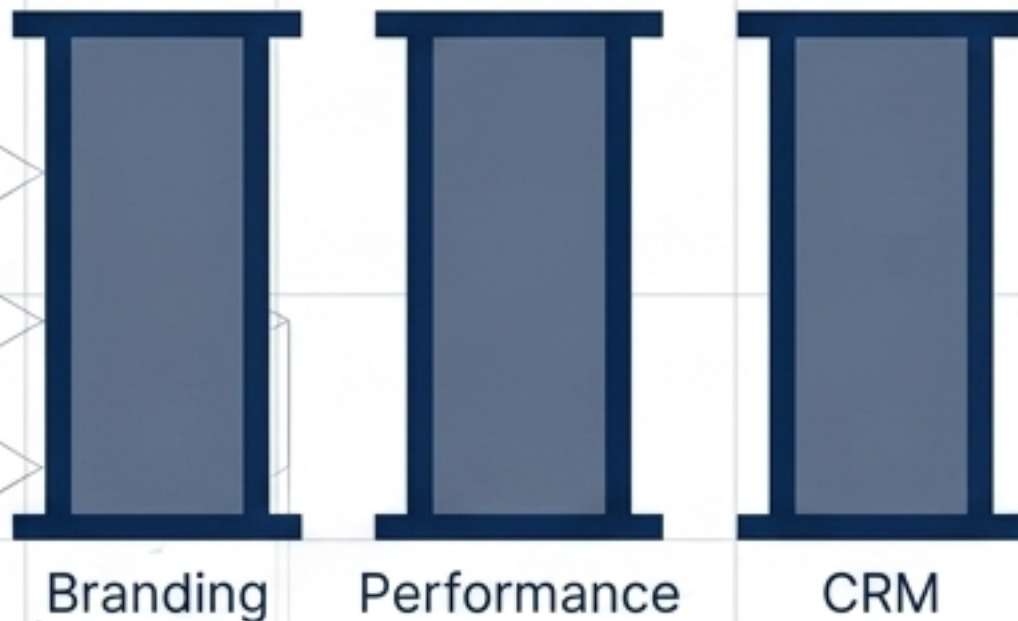
Elimineer de noodzaak voor C-level handtekeningen voor mid-campagne optimalisaties.

Pijler 3: Geïntegreerde verantwoordelijkheid via cross-functionele OKR's



Van Silo naar Squad

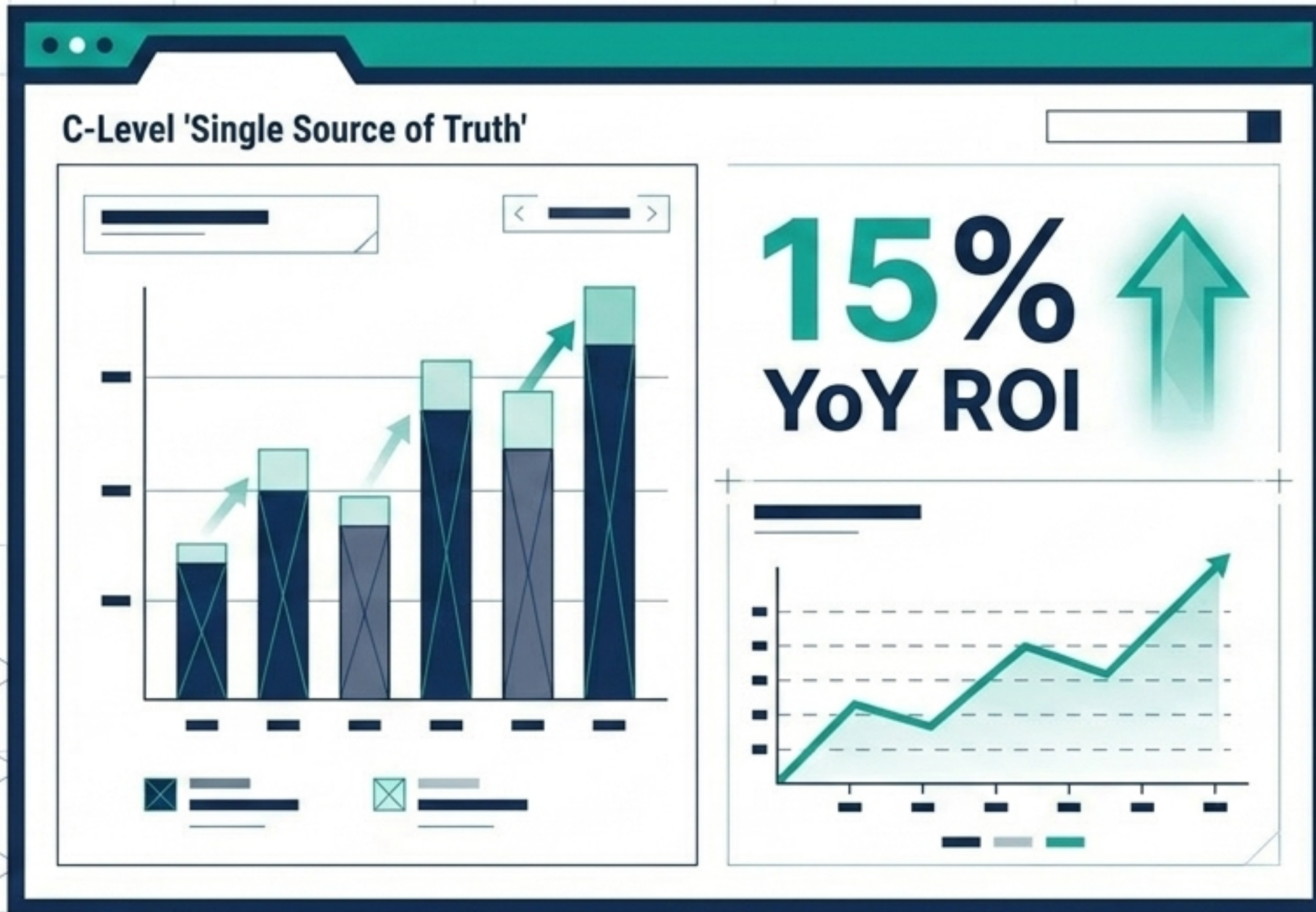
Verkeerd (Verticaal)



Goed (Horizontaal)



Pijler 4: Eén gecentraliseerde waarheid voor performance



Elimineer Vanity Metrics

Focus uitsluitend op metrics die correleren met bedrijfsresultaat.

Standaardisatie

Dezelfde definities voor conversie en attributie over alle afdelingen.

Real-time Inzicht

Geen maandelijkse PDF-rapporten meer, maar live data die snelle besluitvorming voedt.

De Nederlandse Context: Hoe koplopers hun structuur inrichten



Coolblue



Obsessieve data-gedreven governance. Volledig georganiseerd in multidisciplinaire domeinteamen die autonomie hebben over hun eigen klantreizen.

bol.com

bol.com



Gecentraliseerde tech-infrastructuur gecombineerd met extreem gedecentraliseerde executiekracht in de marketingteams.

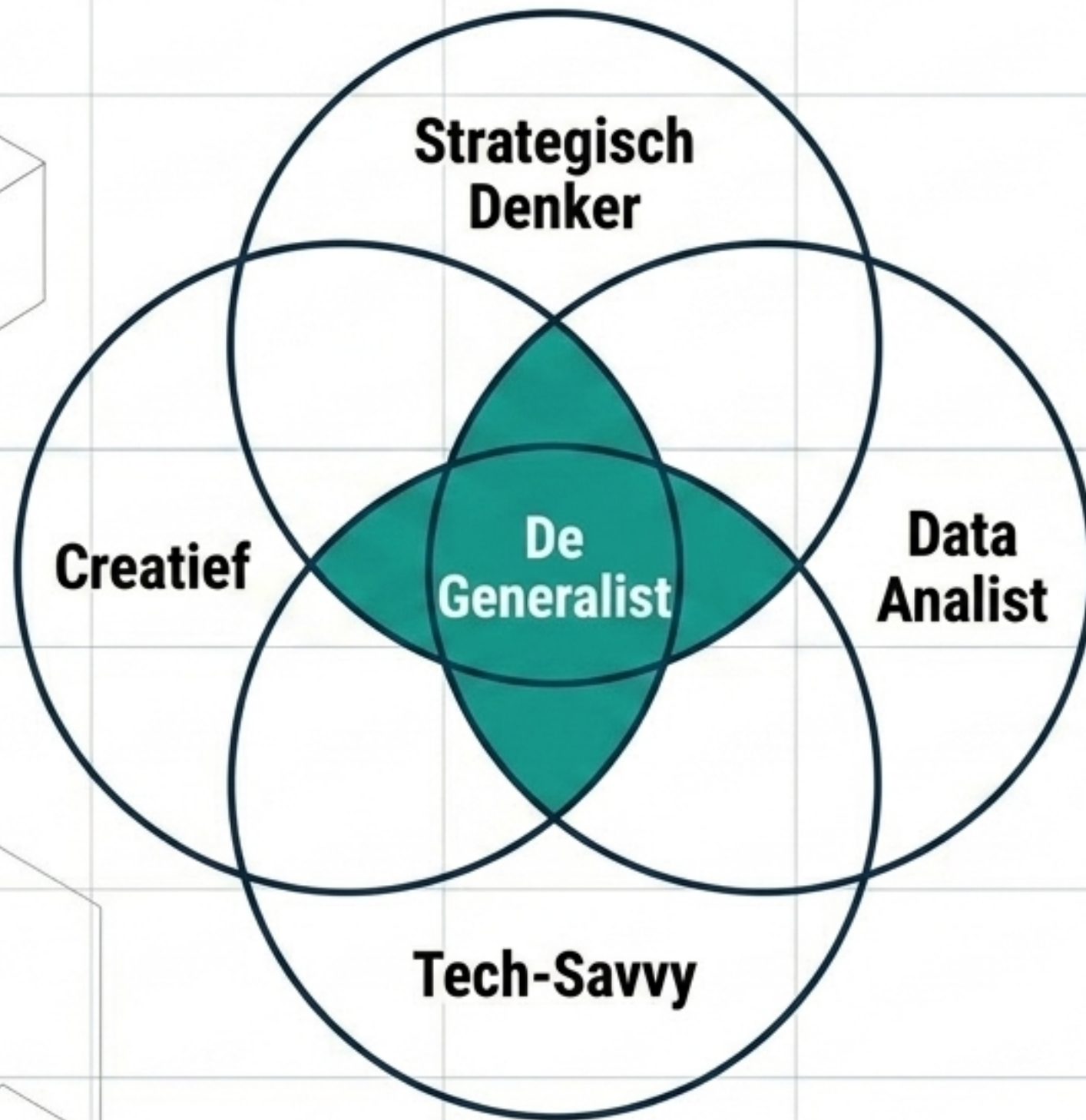


ABN AMRO



Succesvolle integratie in de C-suite. Strikte compliance kaders (governance) gecombineerd met agile marketing squads voor wendbaarheid.

Talent: De motor achter effectieve governance is de nieuwsgierige generalist



Stop met zoeken naar specialisten

in één domein. Zoek brede generalisten die comfortabel zijn met onzekerheid.

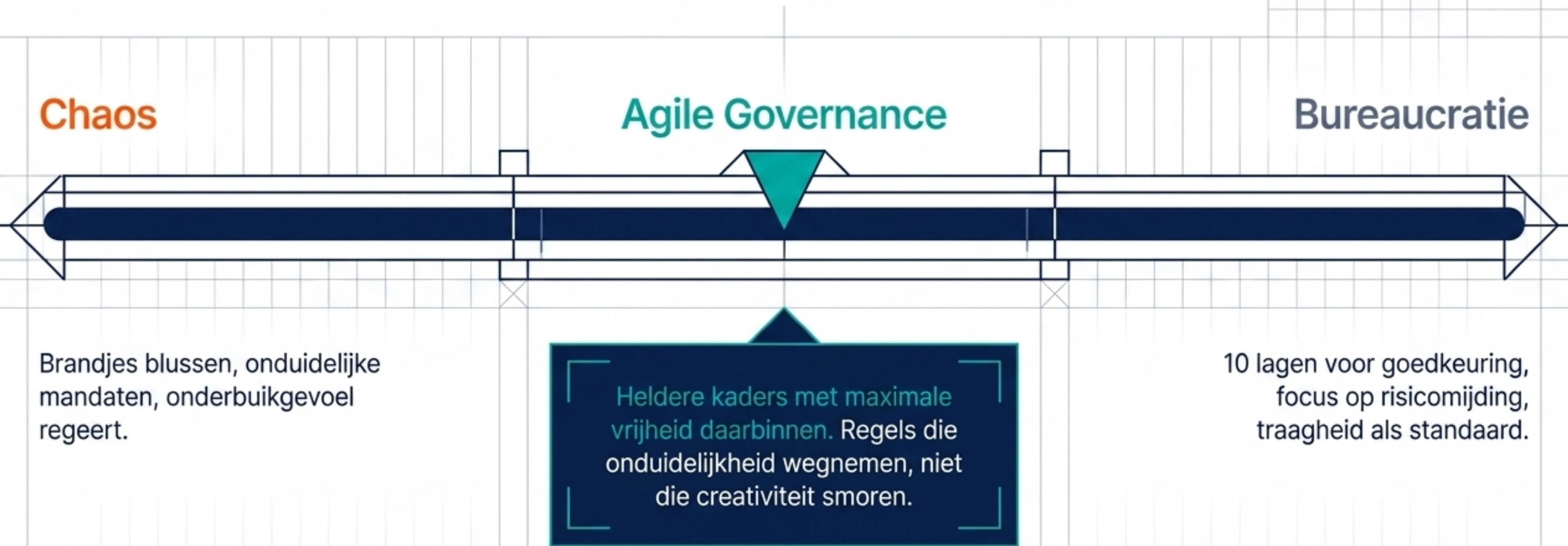
Marketing moet aantrekkelijk

worden voor product managers, data analisten en ontwikkelaars.

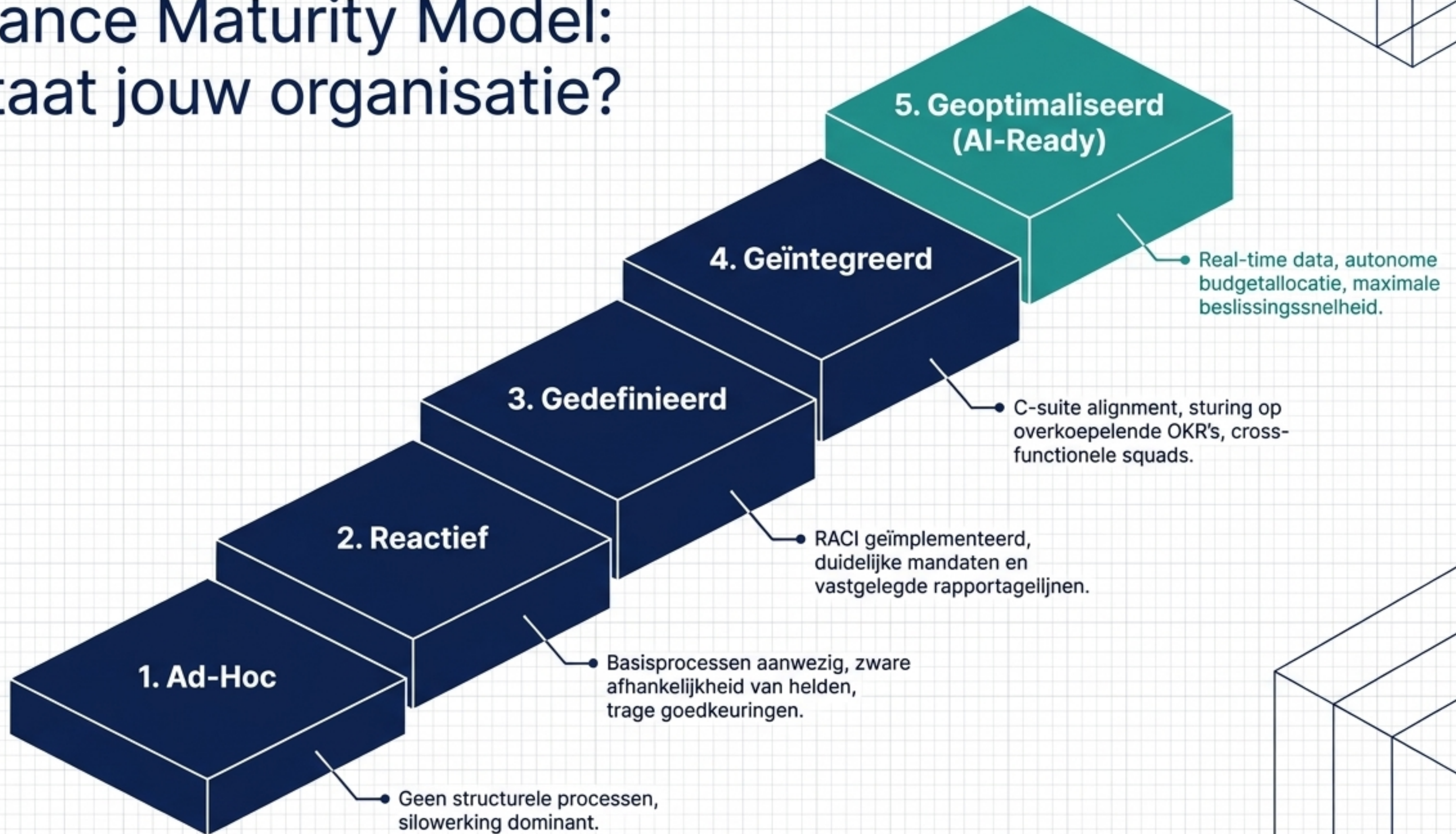
Creëer een cultuur waar

experimenteren mag: leiderschap stuurt op vertrouwen (governance), niet op controle (micromanagement).

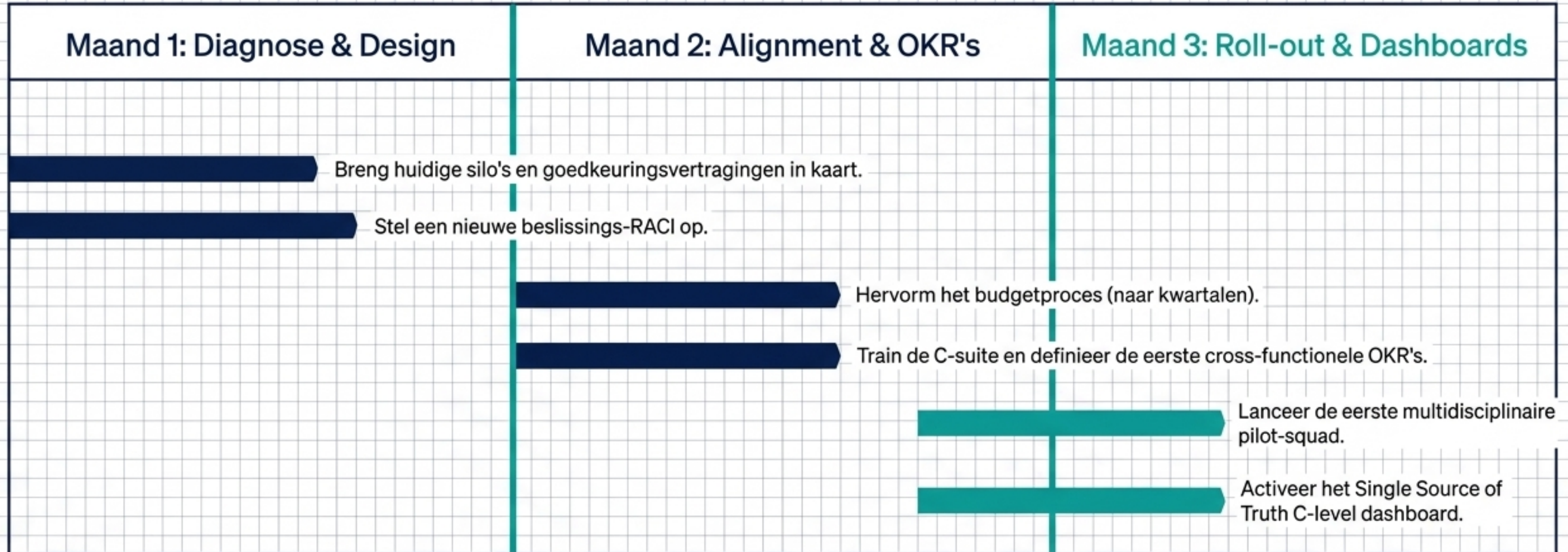
Do's & Don'ts: Het spectrum van effectieve besturing



Governance Maturity Model: Waar staat jouw organisatie?



De 90-Dagen Roadmap: Van pijnpunt naar platform



Jouw Actieplan: 5 stappen voor maandagochtend

1	Plan een structuur-audit (geen zoveelste strategie-sessie).
2	Eis die rechtmatige plek op in de C-suite.
3	Identificeer de top 3 processen die door AI-snelheid versneld móéten worden.
4	Sloop één silo door één multidisciplinaire squad te starten.
5	Eis één centraal performance dashboard.

De Investing

Tijd in veranderingstrajecten, budget voor data-infrastructuur en training van generalisten.

Het Rendement

Exponentiële versnelling in executie, zero waste in mediabudget, en het winnen van de strijd om de AI-klant. De structuur is eindelijk klaar voor de strategie.