

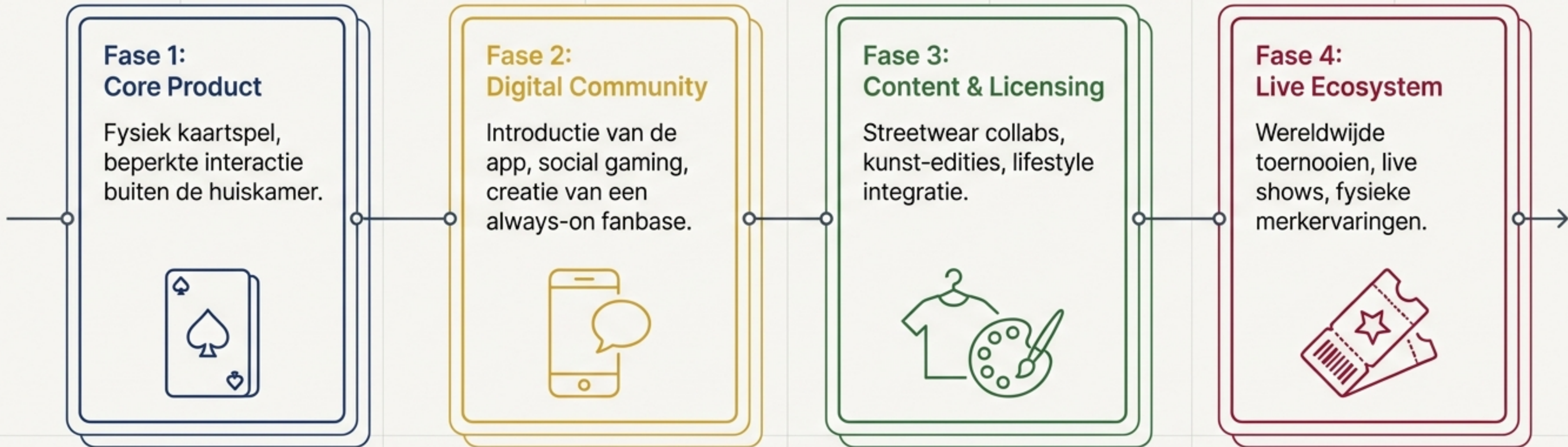
Van Product naar Experience: De Uno Entertainment Strategie

Een strategisch playbook voor Nederlandse CMOs over de transformatie van statische producten naar schaalbare entertainmentplatforms.

Vertrouwelijk Strategiedocument



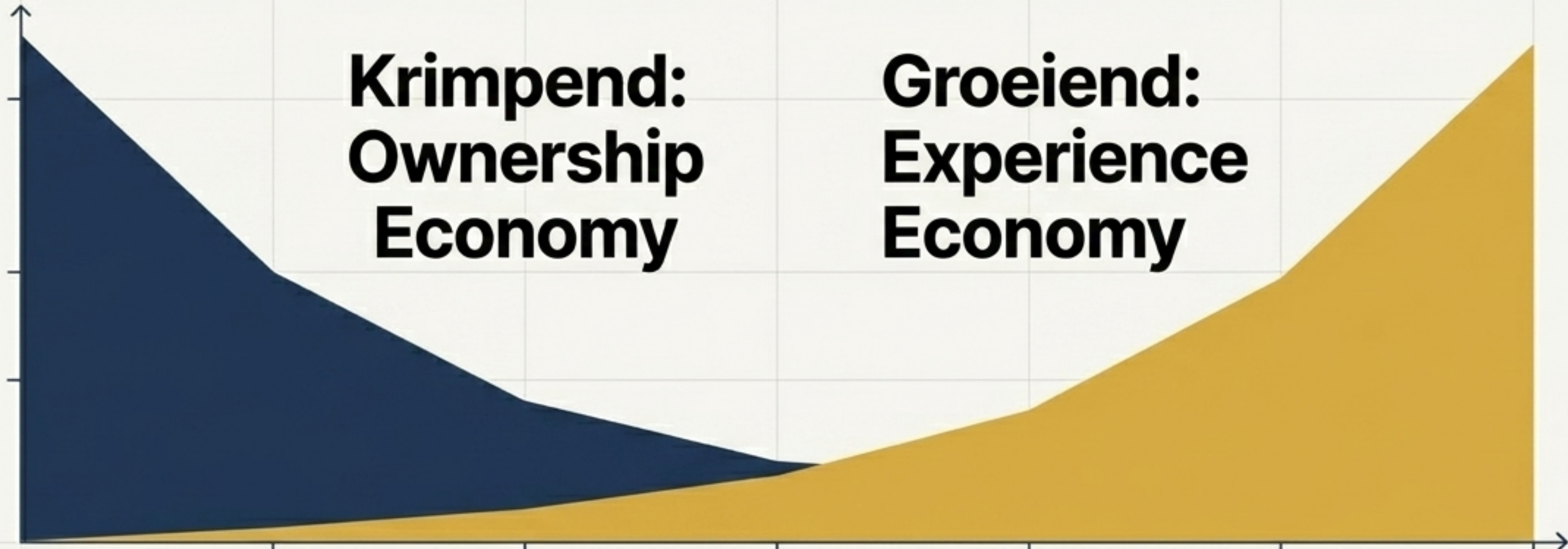
De evolutie van een €10 kaartspel naar een miljoenenplatform



Takeaway: De waarde zit niet meer in het karton, maar in de intellectuele eigendom (IP) en de community eromheen.

Consumentengedrag in 2026 eist een verschuiving van bezit naar beleving

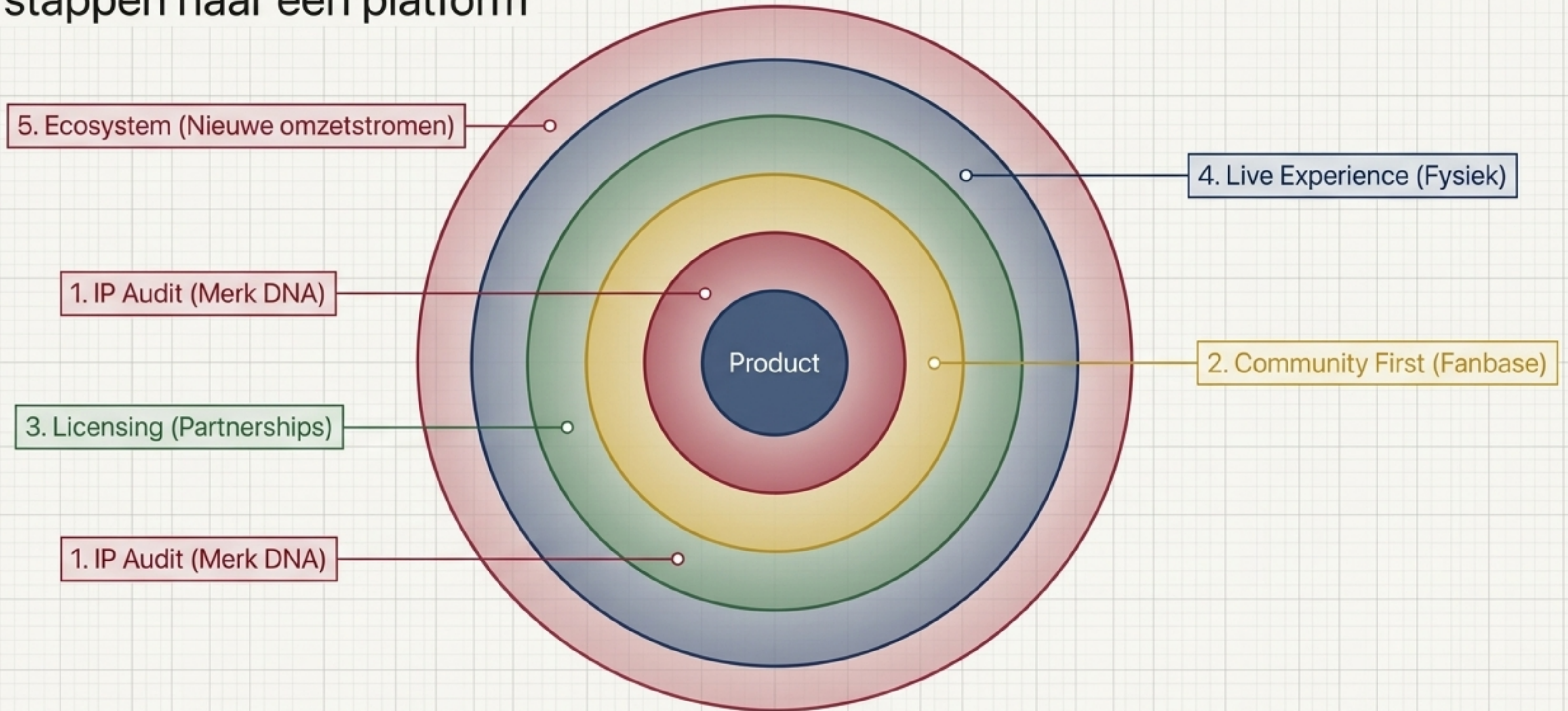
NL Markt Context: Hoog digitaal adaptatievermogen, maar grote behoefte aan fysieke connectie na schermmoeheid.



Productloyaliteit daalt: consumenten wisselen sneller van merk bij puur transactionele relaties.

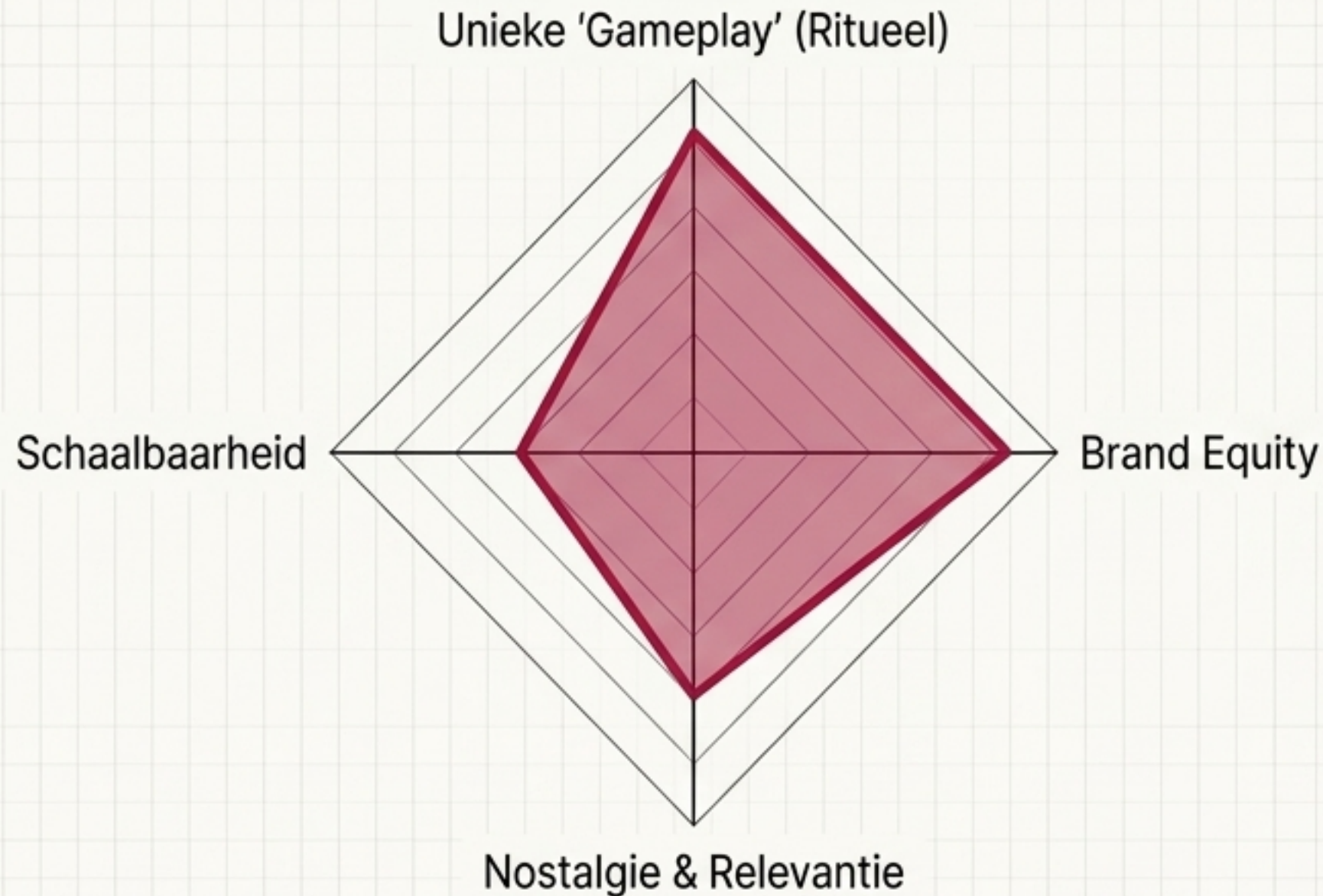
Experience spend stijgt: budgetten verschuiven van fysieke goederen naar memorabele evenementen en community-gedreven merken.

Het Experience Transformation Framework: 5 stappen naar een platform



Succesvolle transformatie slaat nooit een ring over. De kern moet solide zijn voordat je schaalt naar buiten.

Stap 1: Audit je merk-DNA op onbenut entertainment potentieel



Vind jouw 'Gameplay'

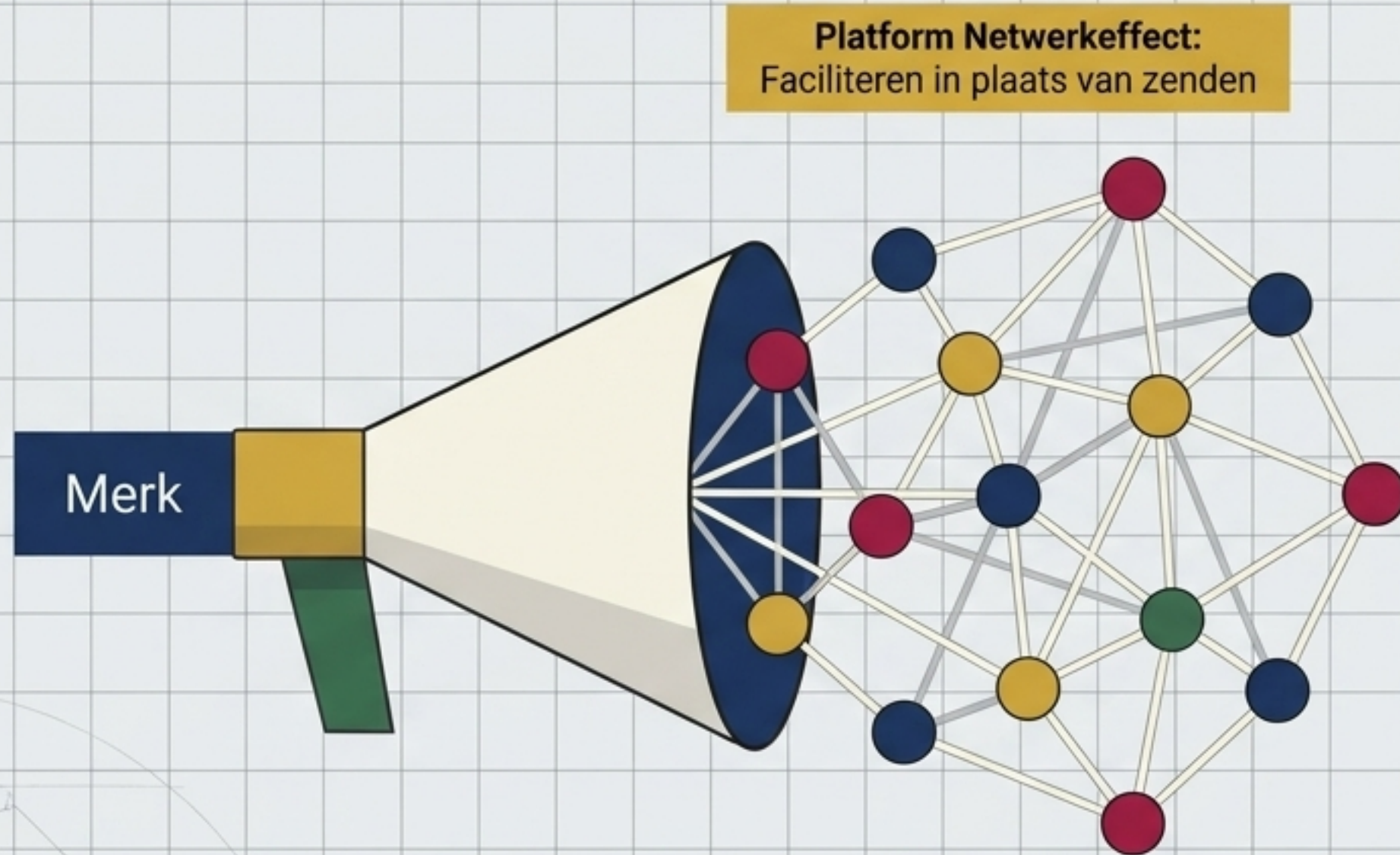
Welk ritueel voert de consument uit met jouw product? Bij Uno was dit het competitieve aspect en de beruchte 'Reverse' kaart.

Brand Equity KPI

Meet de diepe emotionele connectie en loyaliteit, niet alleen de oppervlakkige merkbekendheid.

Actie: Een meedogenloze evaluatie van wat jouw merk iconisch maakt, zónder het product zelf te tonen.

Stap 2: Bouw een geëngageerde fanbase ruim vóór commercialisatie

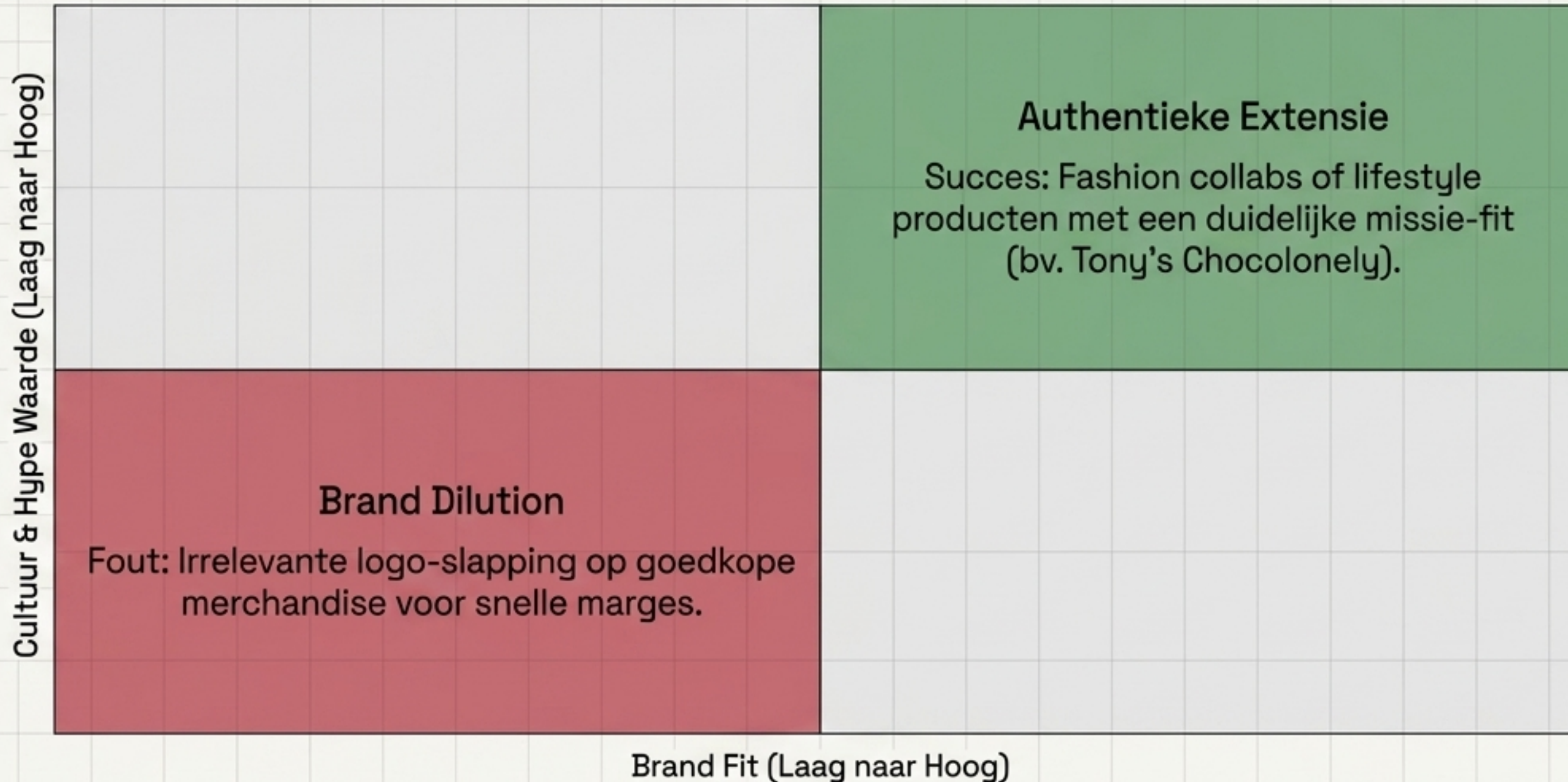


Eigenaarschap: Geef de community ruimte om de regels van het merk te buigen (zoals Uno's 'huisregels' op social media).

KPI Focus: Stuur op Engagement Rate en organische Community Groei, niet op directe conversie.

NL Dynamiek: Gebruik niche communities op Discord of TikTok als testvijvers voordat massamedia wordt ingezet.

Stap 3: Ontwikkel een selectieve licensing strategie voor kredibele extensies



De Gouden Regel: Een partner moet toegang bieden tot een nieuwe subcultuur, niet alleen een nieuw distributiekanaal. Licenties zijn een middel voor culturele penetratie.

Stap 4: Vertaal digitaal IP naar fysieke experiences via Nederlandse infrastructuur



Geavanceerde Infrastructuur

Nederland bezit de meest volwassen event- en festivalinfrastructuur (nalatenschap van ID&T, ADE).

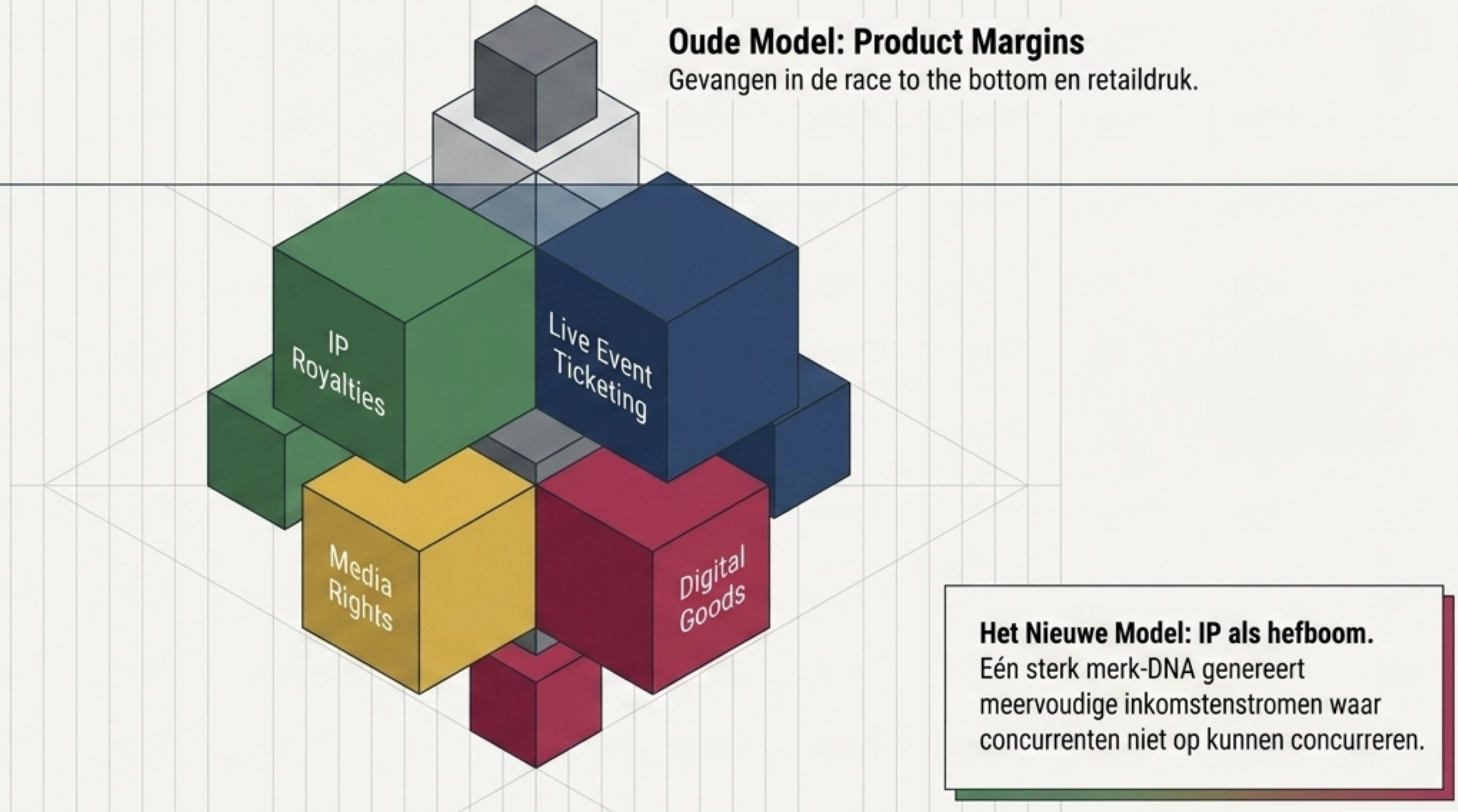
De Wereldwijde Testcase

Gebruik deze compacte, volwassen markt als de ultieme proeftuin voor wereldwijde live brand experiences.

Het Live Ecosysteem

Van tijdelijke activiteiten naar permanente arena's: pop-up retail, live toernooien (Ziggo Dome) en immersive spaces (Fabrique des Lumières).

Stap 5: Revenue diversificatie verschuift de focus van marge naar royalty



Welke Nederlandse productmerken zijn klaar voor de experience-extensie?

Food & Beverage

Rituelen rondom consumptie. Enorme kansen voor immersive dining, verkoop van lifestyle merch en het hosten van eigen merk-festivals.

Retail & Fashion

Van winkelpad naar community clubhuis. Transformatie van puur transactionele ruimtes naar fysieke, culturele ontmoetingsplekken.

Gaming & Tech

Digitaal bezit vertalen naar fysieke samenkomsten. Creëren van lokale e-sports hubs en live storytelling evenementen.

De spelregels: Oud productdenken versus de nieuwe platform-mindset

Old Mindset	Platform Mindset
Geforceerde partnerships gericht op volume.	Authentieke IP-alignments gericht op cultuur.
Te snelle commercialisatie van het publiek.	Community ownership verankeren vóóordat je verkoopt.
Core product verwaarlozen voor de hype.	De experience versterkt de verkoop van het core product.
Marketing uitsluitend als kostenpost.	IP-extensies als zelfstandige winstcentra.

De Implementatie Roadmap: Van plan naar ecosysteem in 36 maanden

Jaar 1 (Fundering)

Jaar 2 (Test & Leer)

Jaar 3 (Schaalsprong)

IP audit, brand DNA definitie, opzetten van community listening en digitale fanbase.

Eerste selectieve licensing deals, kleine pop-up experiences en collabs in Nederland.

Live experience pilots, grootschalige event partnerships, integratie nieuwe revenue streams.

Takeaway: Geleidelijke opschaling voorkomt merkverwatering en spreidt het financiële risico.

Het nieuwe meten: Een cockpit voor IP- en community prestaties
Modular Playbook

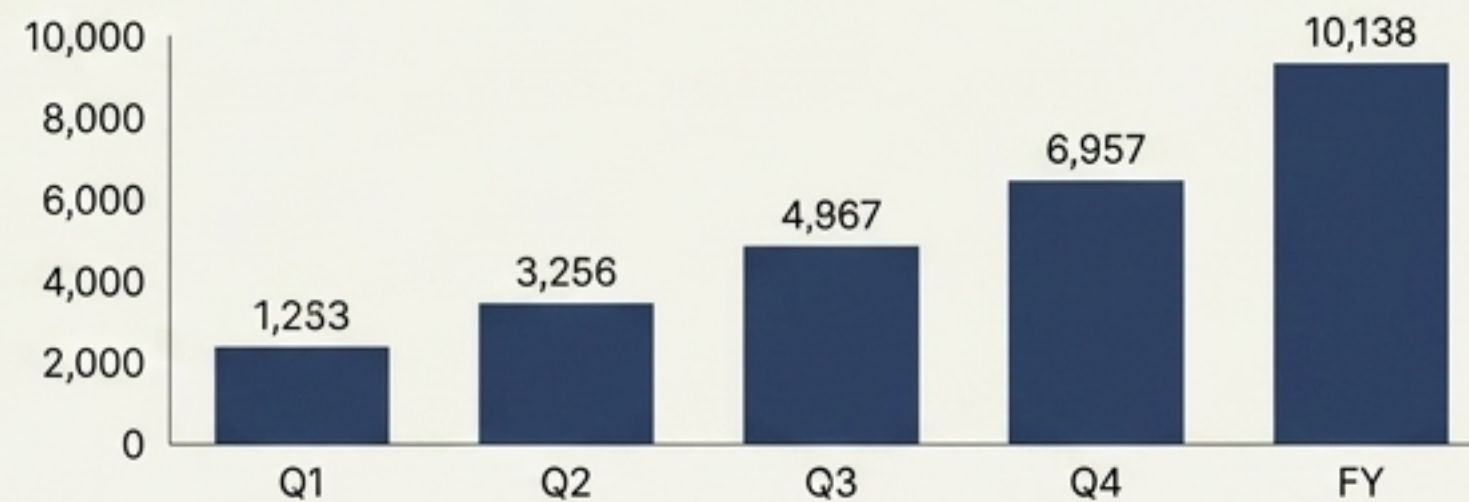
Brand Health



88/100

Sentiment-analyse en culturele relevantie-score.

Earned Media Value



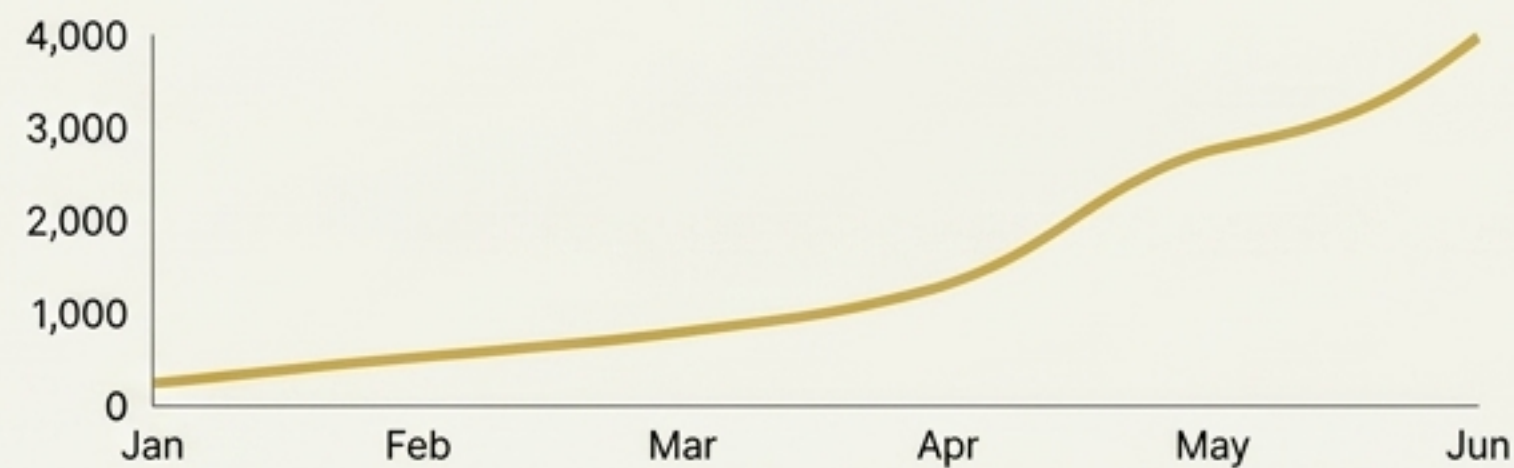
Waarde gecreëerd door user-generated content en PR.

Event Attendance

15,000+ ↑

Fysieke opkomst, terugkeer-ratio's en dwell-time.

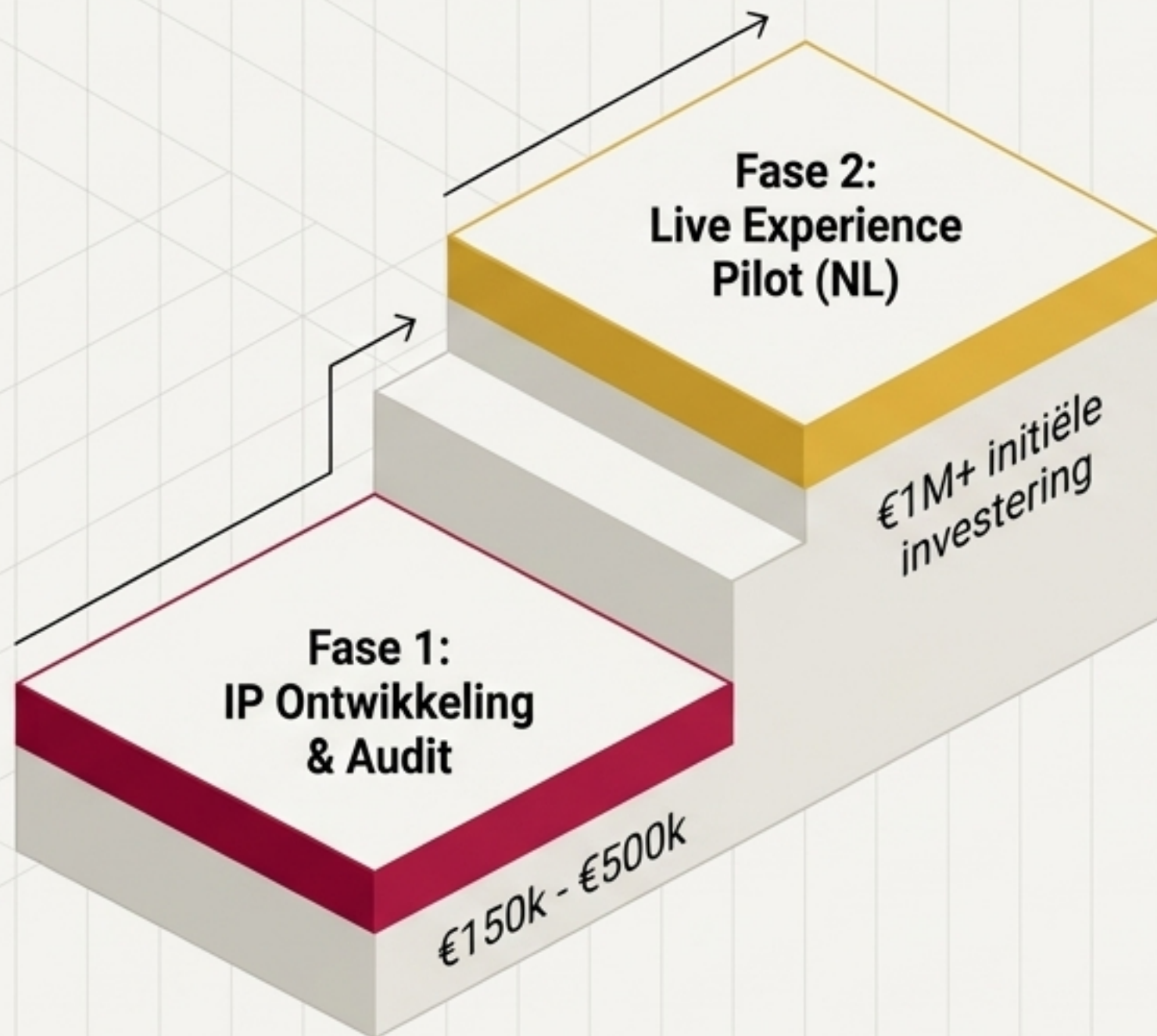
Licensing Revenue



Groei van niet-product gebonden omzet.

Investering en risicobeheersing voor de Nederlandse markt

Budget Richtlijnen



Risico's & Mitigatie



Risico: Brand dilution.

Mitigatie: Extreem strikte curatie van partners en behoud van authentieke brand fit.



Risico: Operationele complexiteit.

Mitigatie: Werk exclusief met gespecialiseerde bureaus uit het geavanceerde Nederlandse event-ecosysteem.

Samenvatting & Jouw actieplan voor de komende 30 dagen

1.	Community is het fundament.
2.	Zoek culturele, authentieke extensies.
3.	Schaal geleidelijk, forceer niet.
4.	Focus op IP-waarde en Brand Equity.
5.	Denk als een ecosysteem, niet als een kanaal.

