

# Van Logo naar Loyalty

## F1 Sponsoring als Community Strategie

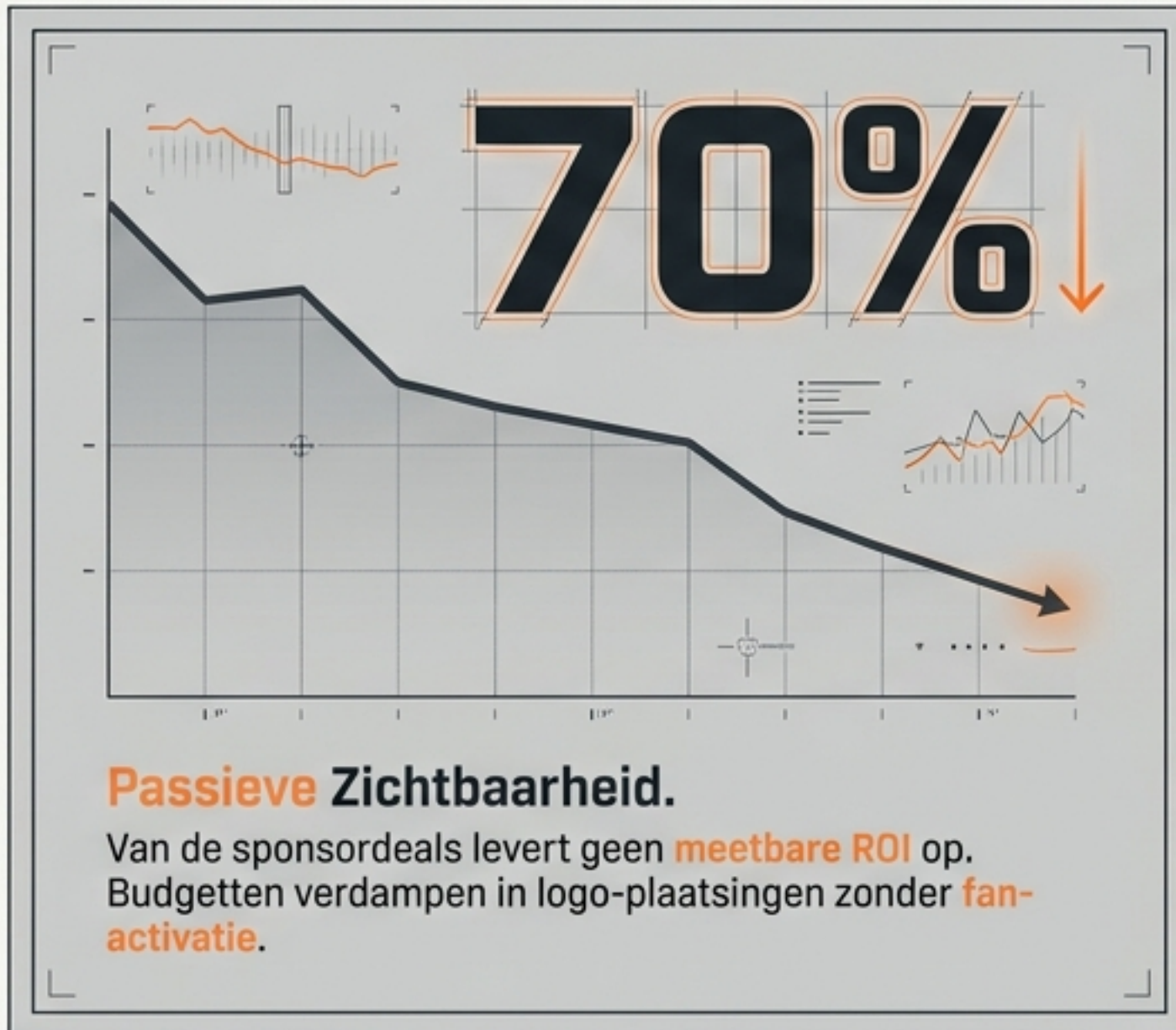
Waarom passieve merkzichtbaarheid verspild budget is in 2026 — Een playbook voor maximale ROI uit sportsponsoring via fan engagement.



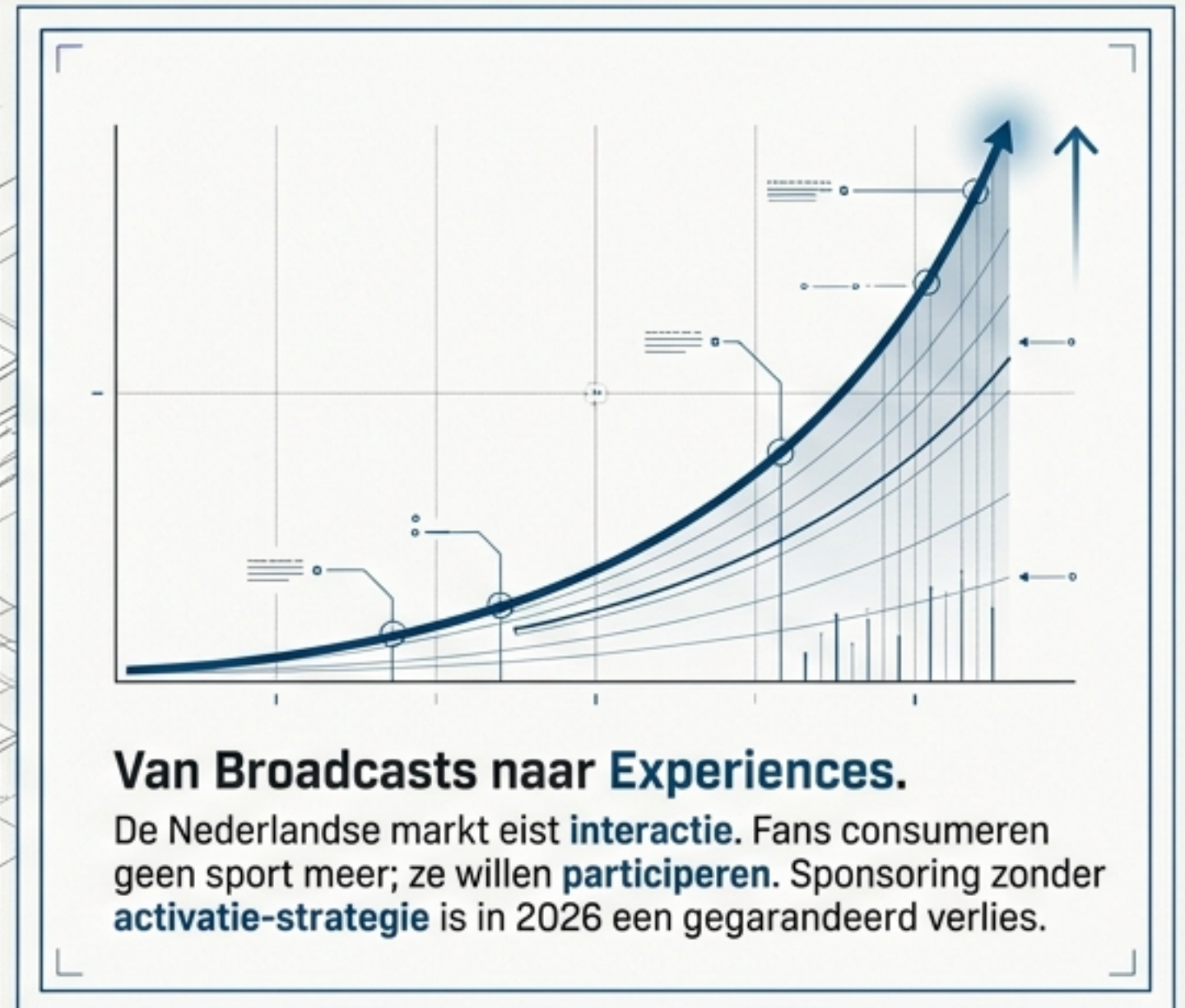
Executive Briefing

# DE ROI CRISIS: WAAROM HET TRADITIONELE SPONSOR-MODEL FAALT

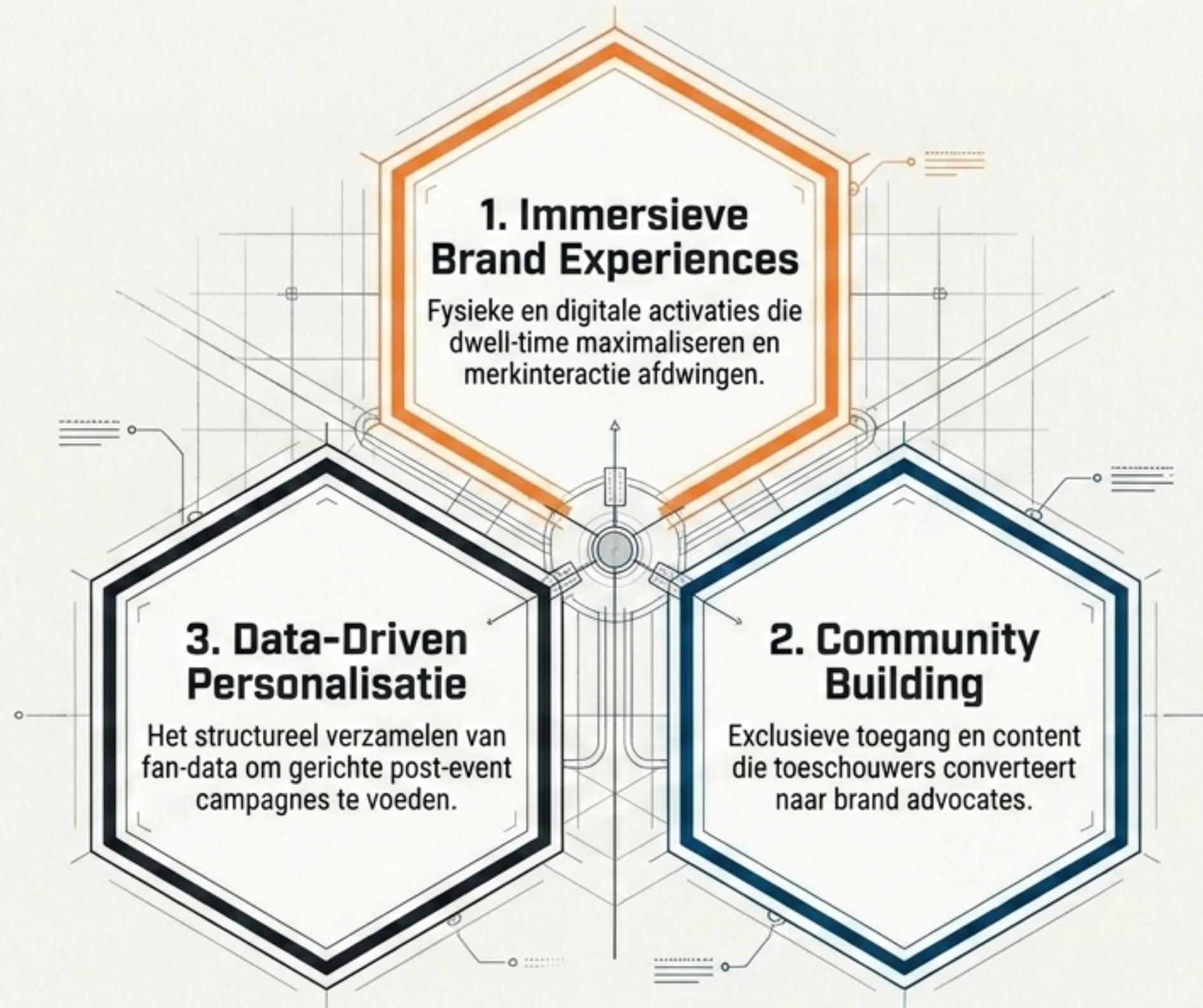
## DE PIJN



## DE VERSCHUIVING

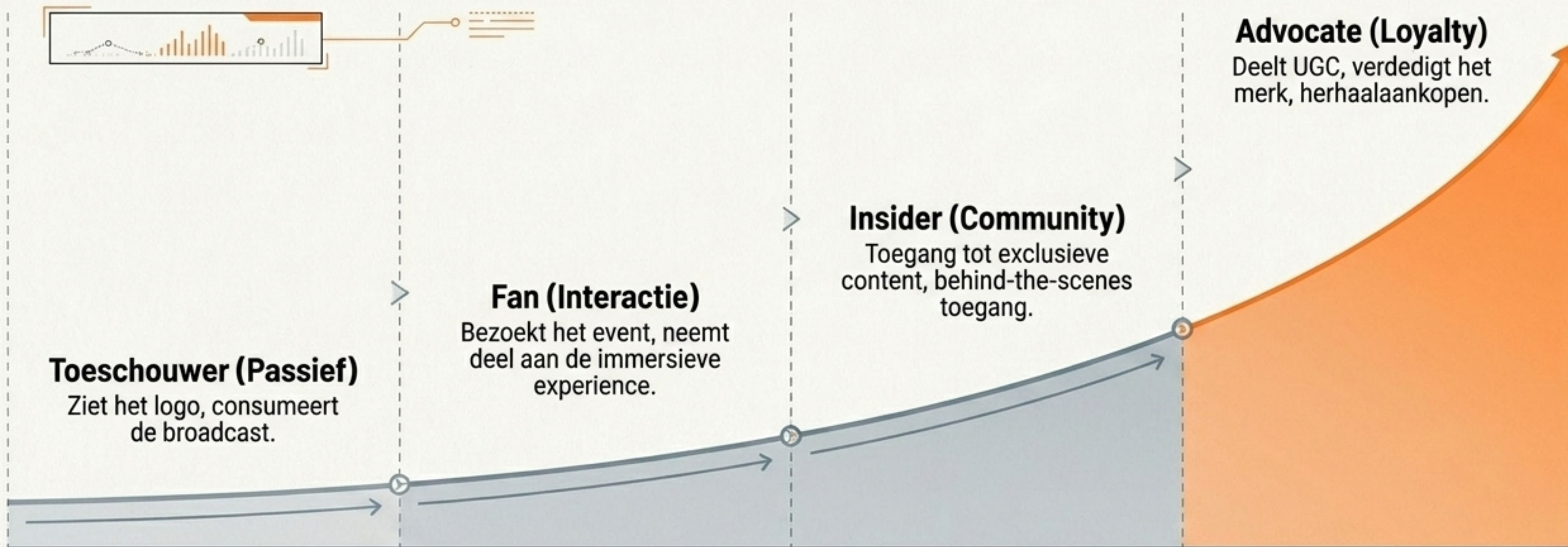


# Het Velo x McLaren Framework





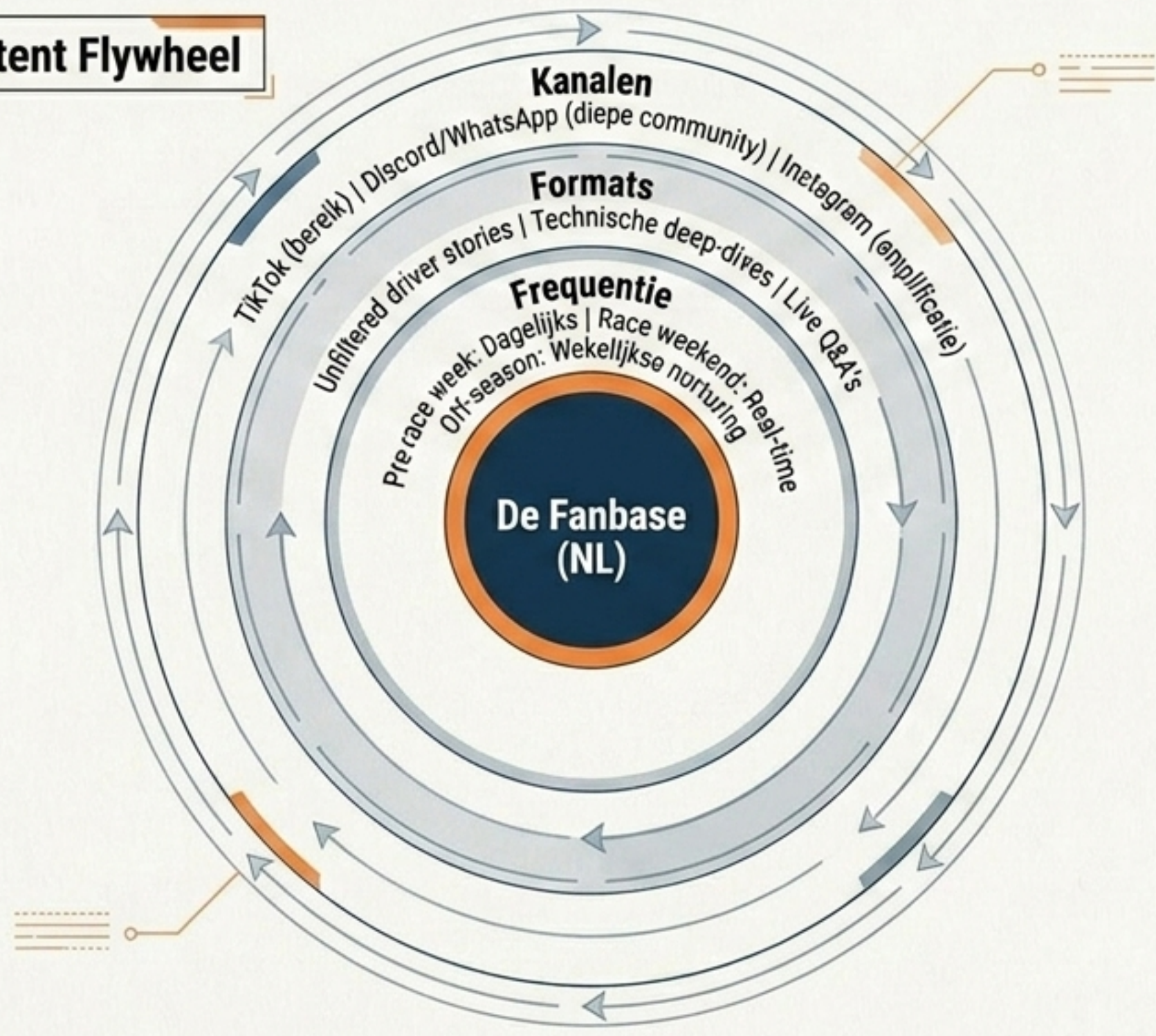
# Pijler 2: Transformeer Fans naar Brand Advocates



**Kernboodschap:** Exclusiviteit en insider access zijn de brandstoffen voor deze transitie.

# Tactische Executie: De 'Behind-the-Scenes' Content Engine

## Content Flywheel



### Authenticiteit als Versneller

Nederlandse fans prikken door PR-praatjes heen. Authentic storytelling wint altijd van gepolijste commercials.

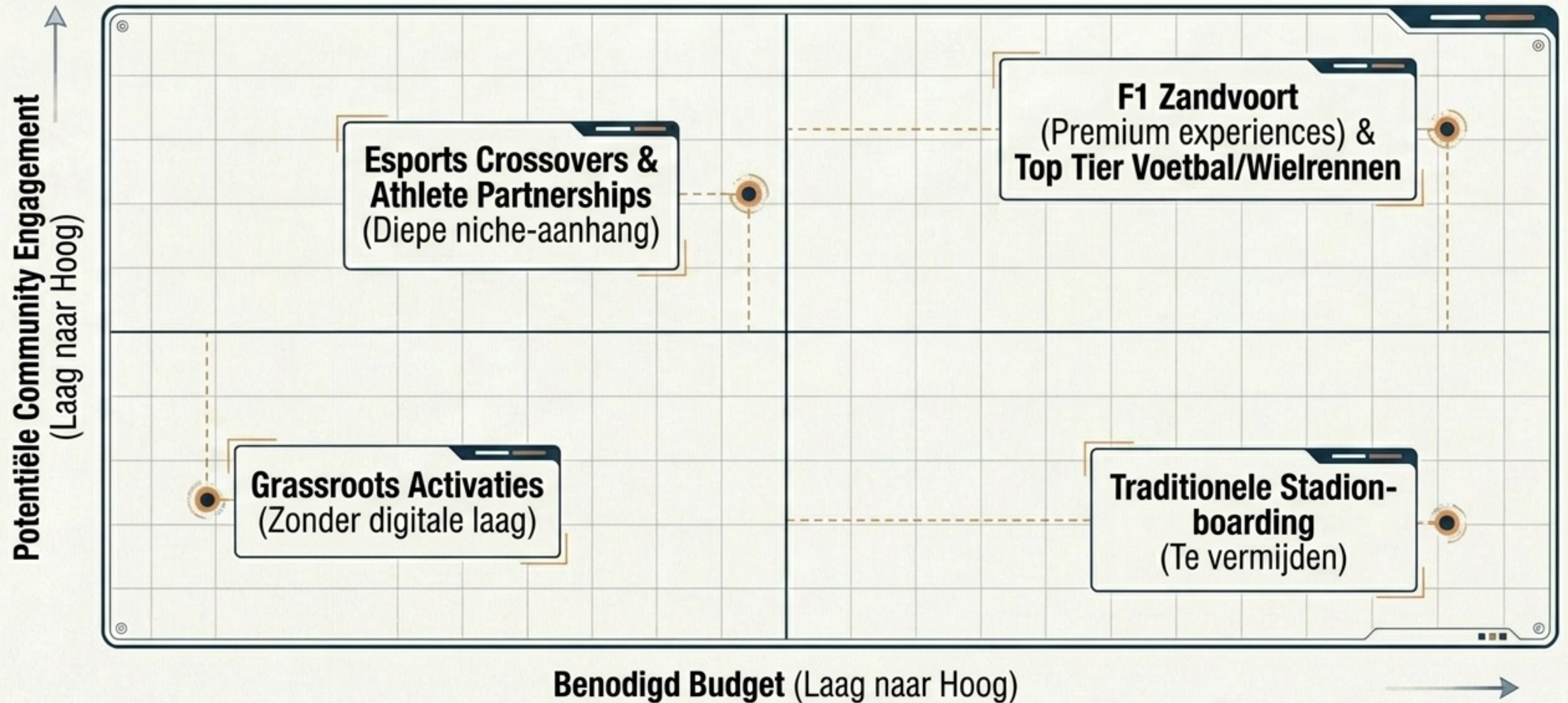
# Pijler 3: Data-Driven Personalisatie als Nieuwe Standaard

## Data Circuit



In 2026 is data het meest waardevolle sponsorship asset. Een activatie zonder **data-capture** strategie is slechts een duur feestje.

# Kansenmatrix: De Nederlandse Sponsoring Context



# Paradigma Shift: Traditie vs. Fan-First Sponsoring

## Het Oude Model (Don'ts) ✘

### Focus

Logo-dumping en passieve merkzichtbaarheid.

### Executie

Eénmalige stunts zonder follow-up.

### Amplificatie

Massa-media inzet rondom het event.

### Validatie

Geen meetstrategie of negeren van community feedback.

## Het Nieuwe Model (Do's) ✔

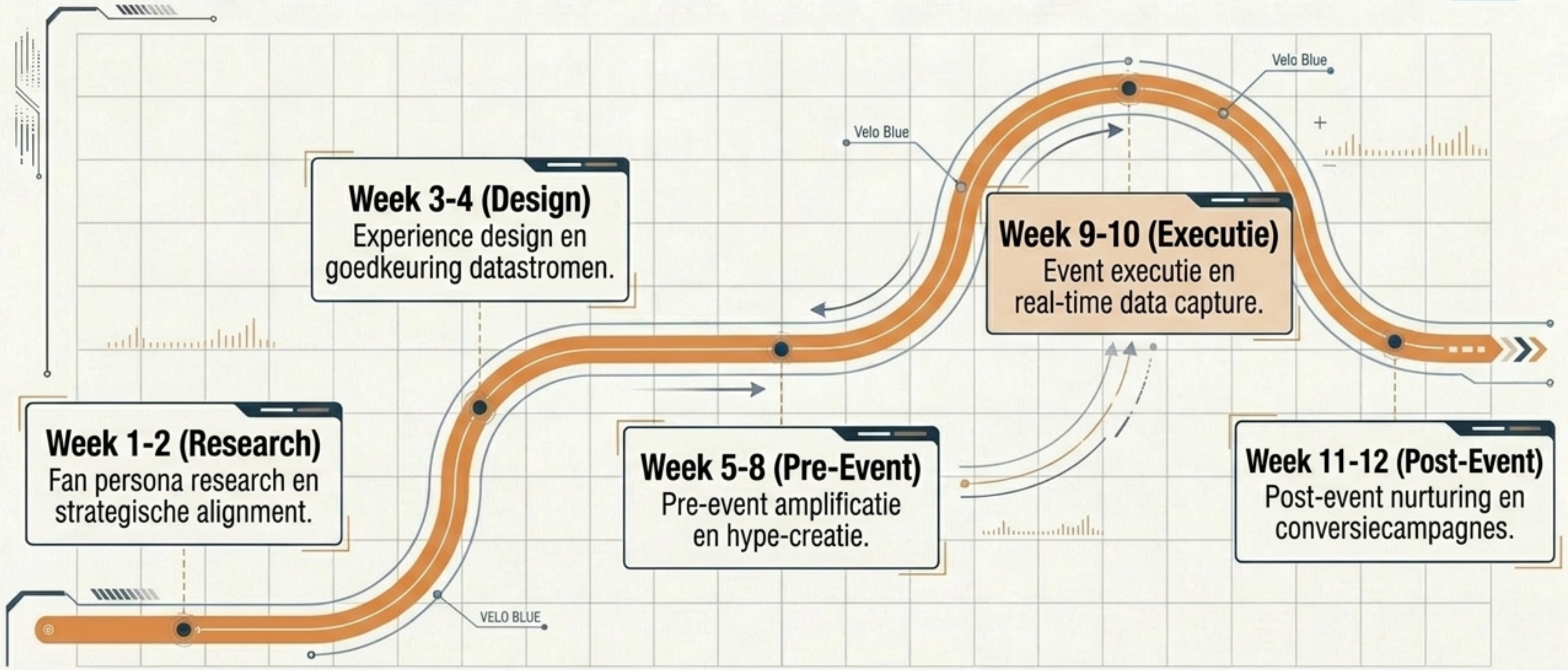
Authentic storytelling en fan-first denken.

Cross-channel amplificatie en continue community interactie.

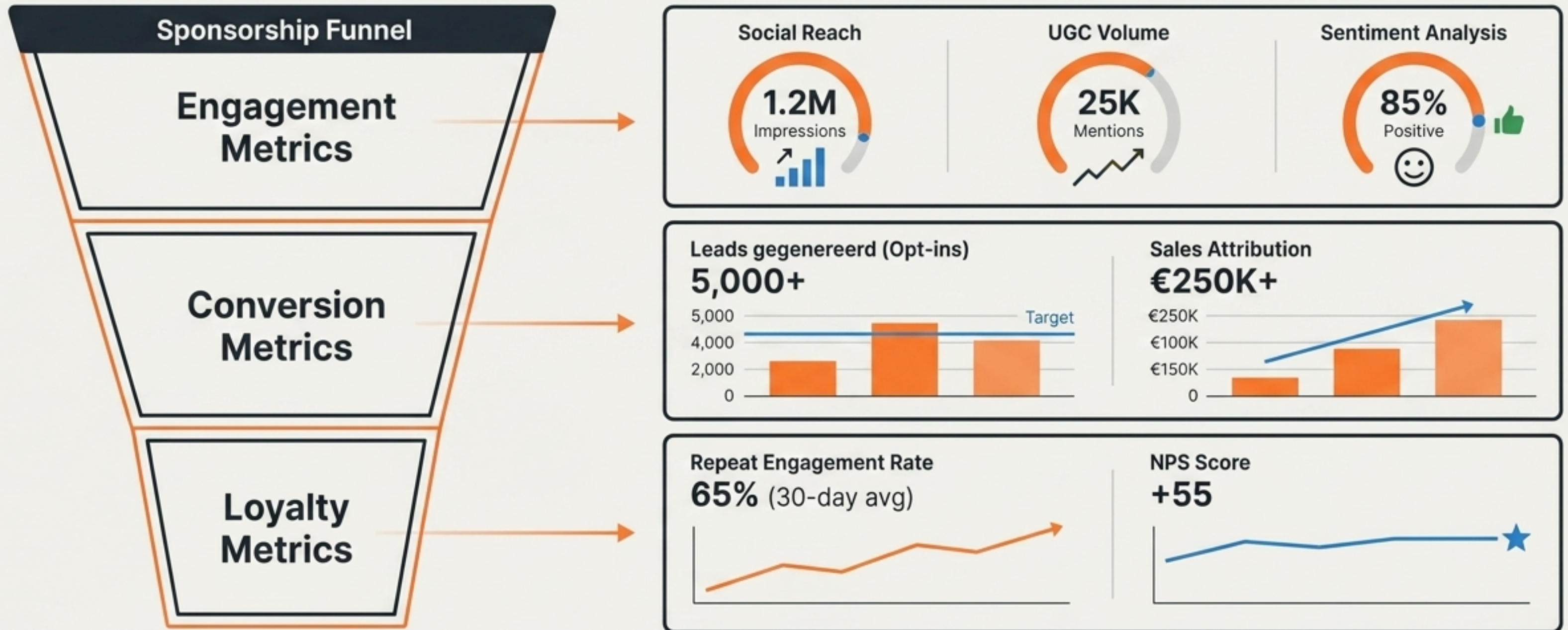
Influencer partnerships specifiek binnen de fanbase.

Data-gedreven ROI mapping via first-party data.

# Implementatie Roadmap: Van Concept naar Podium



# Measurement: Het Telemetry Dashboard



**Regel 1:** Koppel altijd één harde conversie-metric aan elke fysieke activatie.

# Investering: Budget Benchmarks (2026)



# Executive Summary: 5 Takeaways voor 2026

**1**

Fans willen  
participeren,  
niet enkel  
consumeren.

**2**

Exclusiviteit  
creëert de  
hoogste  
merkwaarde.

**3**

Data is het  
nieuwe en  
meest lucratieve  
sponsorship  
asset.

**4**

Een Community  
bouwen is  
krachtiger dan  
een Campagne  
lanceren.

**5**

Authenticiteit  
wint altijd van  
massaal  
bereik.

# Actieplan: De Volgende 3 Stappen



**Stap 1: Audit & Diagnose (Direct)**

Audit huidige sponsordeals. Beoordeel ze kritisch op hun daadwerkelijke engagement-potentieel en kill 'logo-only' contracten.



**Stap 2: Selecteer Pilot (Korte termijn)**

Identificeer 1 specifiek pilot-event voor een immersieve activatie in Q2 2026 om de ROI business case intern te bewijzen.



**Stap 3: Mobiliseer Team (Lange termijn)**

Bouw een cross-functioneel team bestaande uit Marketing, Sales én Data-analisten voor sluitende sponsoring ROI tracking.

DE RACE OM DE FAN VAN 2026 IS AL BEGONNEN.