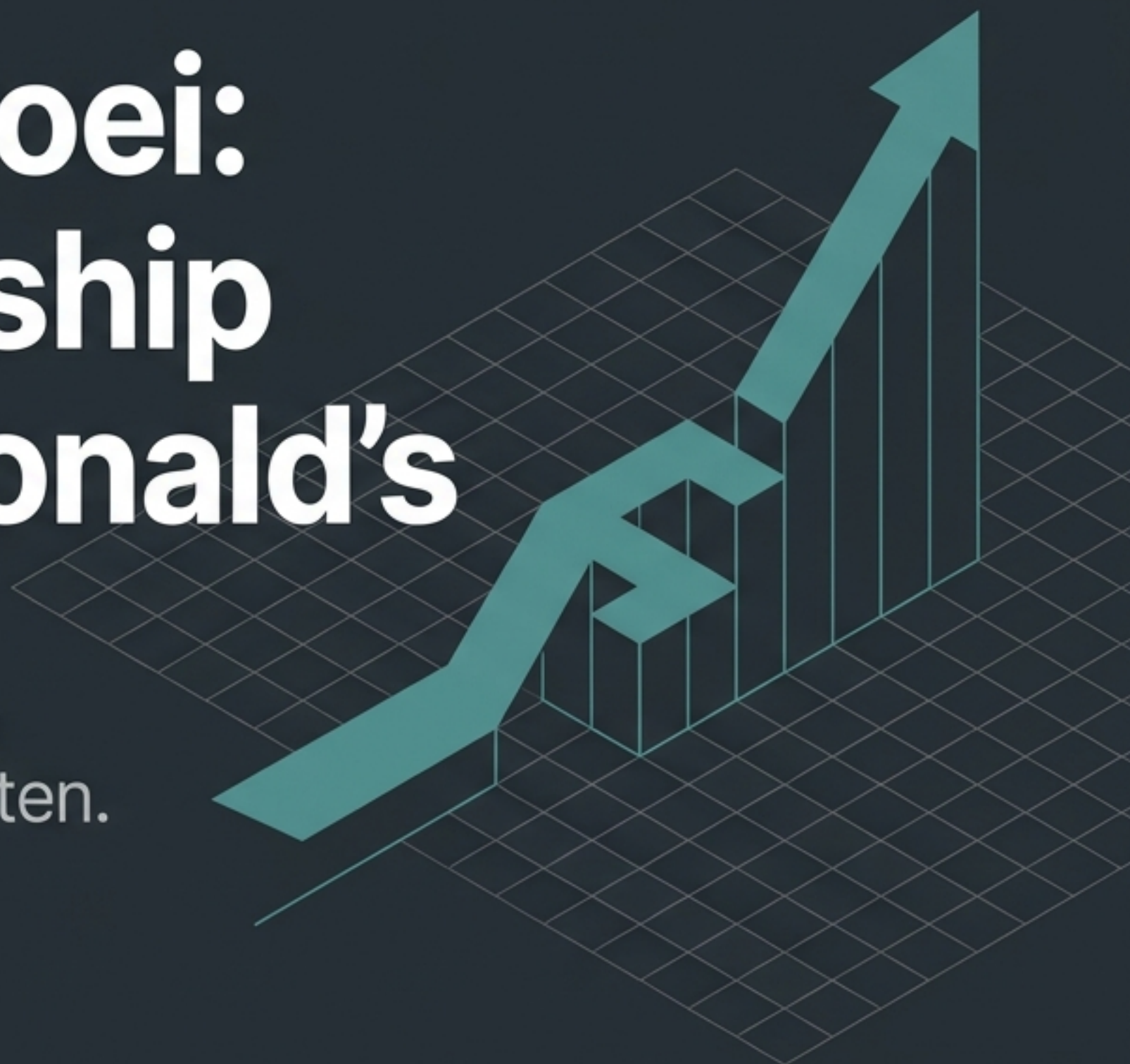


Van Crisis naar Groei: Marketing Leadership Lessons van McDonald's

Een blueprint voor Nederlandse CMO's:
Waarom marketing-gedreven leiderschap
cruciaal is in verzadigde en volatiele markten.



De McDonald's US Transformatie: Symptomen van een structureel groeiplafond

Symptomen

Traagste kwartaalgroei in meer dan een jaar (Q2 2026)



Aanzienlijk **verlies van marktaandeel** aan agile concurrenten



Plotselinge leiderschapswissel: US President Joe Erlinger vervangen door 26-jarige veteraan Skye Anderson

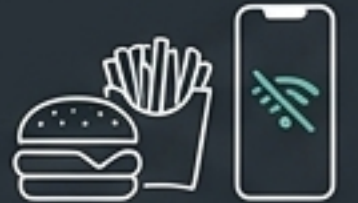


Root Causes

Verzadigde markt: 13.000+ locaties maakt organische groei onmogelijk



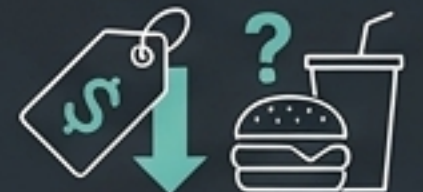
Verouderde propositie: **Gebrek aan digitale innovatie** en **menu-integratie**



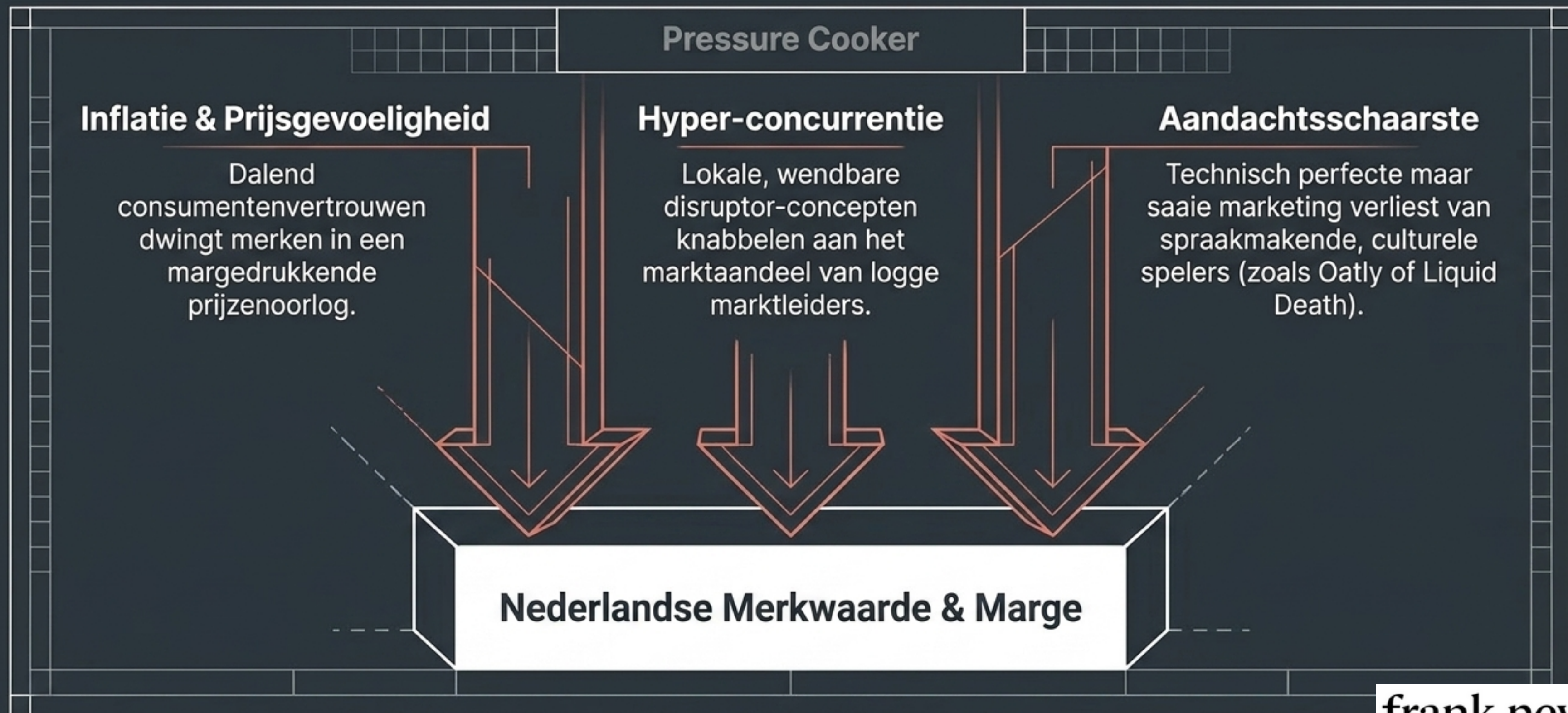
Attention Deficit: Vasthouden aan **'veilige' nostalgische reclames** in plaats van **culturele relevantie**



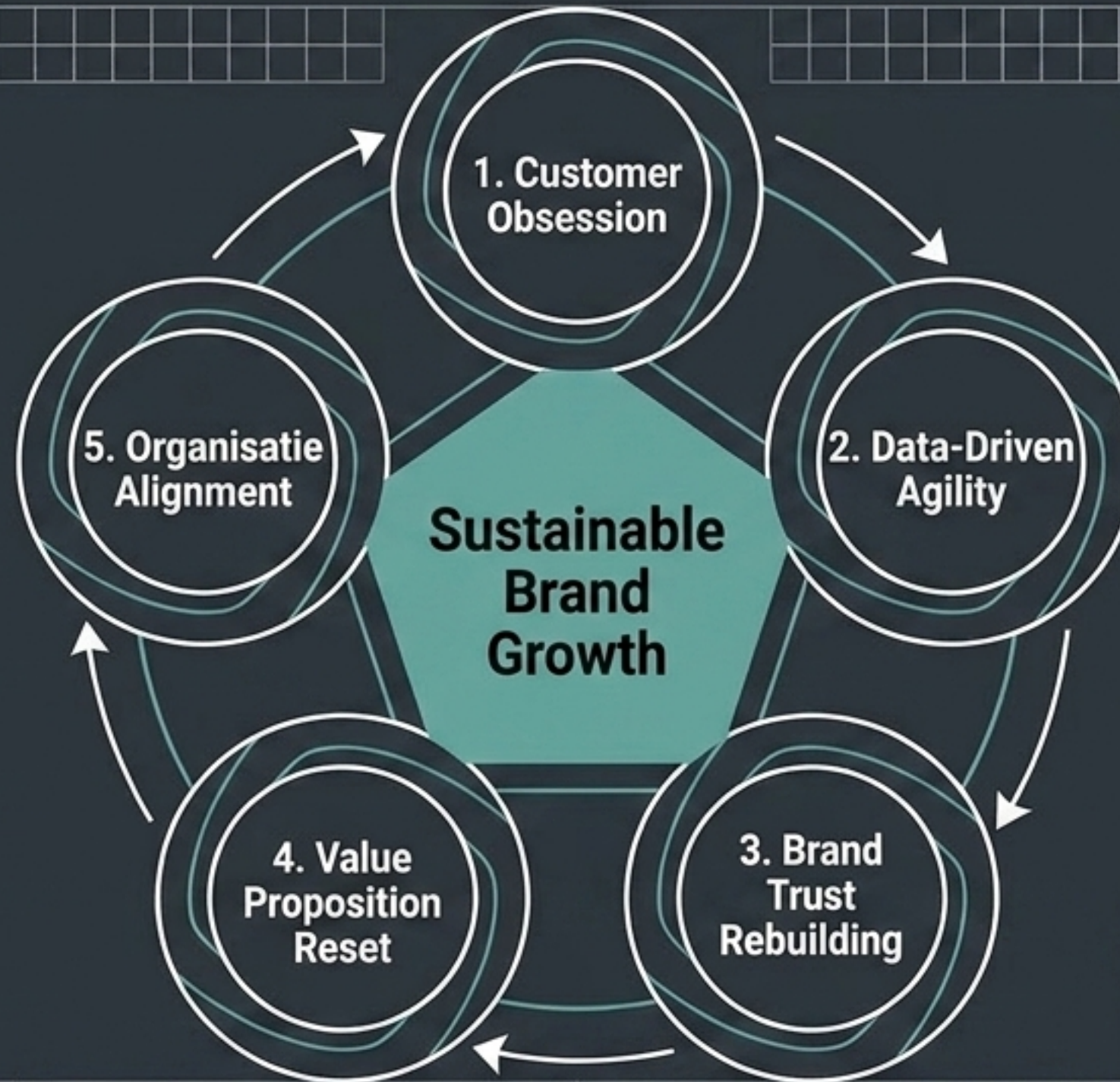
Premiumisatie gap: Kwetsbaar voor prijsgevoeligheid door **gebrek aan perceived value**



De 'Fast-Food Perfect Storm' waait ook door het Nederlandse merklandschap



Het Turnaround Framework: 5 principes voor marketing-gedreven crisis management



Een nieuw gezicht aan de top creëert slechts tijdelijk momentum. Duurzame groei vereist een reset van deze vijf pijlers.

Principe 1: Van incrementele product-focus naar meedogenloze klantobsessie

De oude manier: Focus op incrementele variaties van hetzelfde product (valkuil van de categorie)

De shift: Diepe etnografische segmentatie en frictieloze CX (integratie van digitaal, beleving en menu)

De nieuwe standaard:
Behoeften voorspellen vóórdát de klant ze articuleert

Kritieke Turnaround KPI's



Real-time
NPS

68
+4 pts



Customer
Retention
Rate

84%
YoY +12%

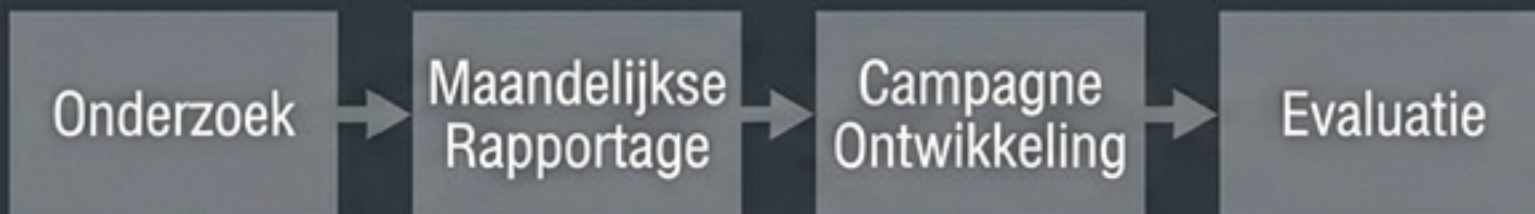


Share of
Wallet

42%
Target: 55%

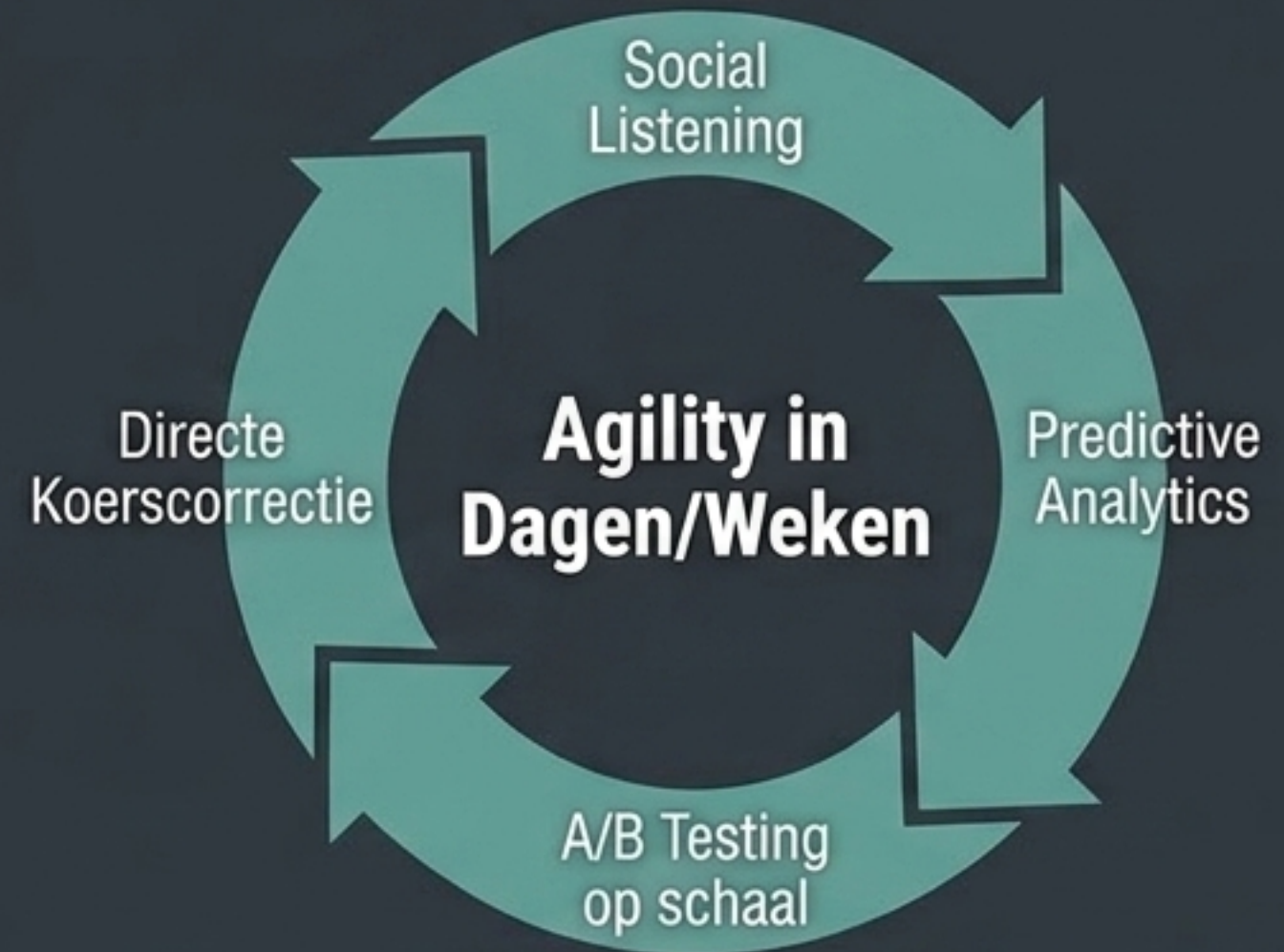
Principe 2: Wendbaarheid door real-time data en decentrale besluitvorming

Oude Cyclus



Snelheid: Gemeten in maanden.
Gevolg: Marktaandeel verlies.

Agile Cyclus



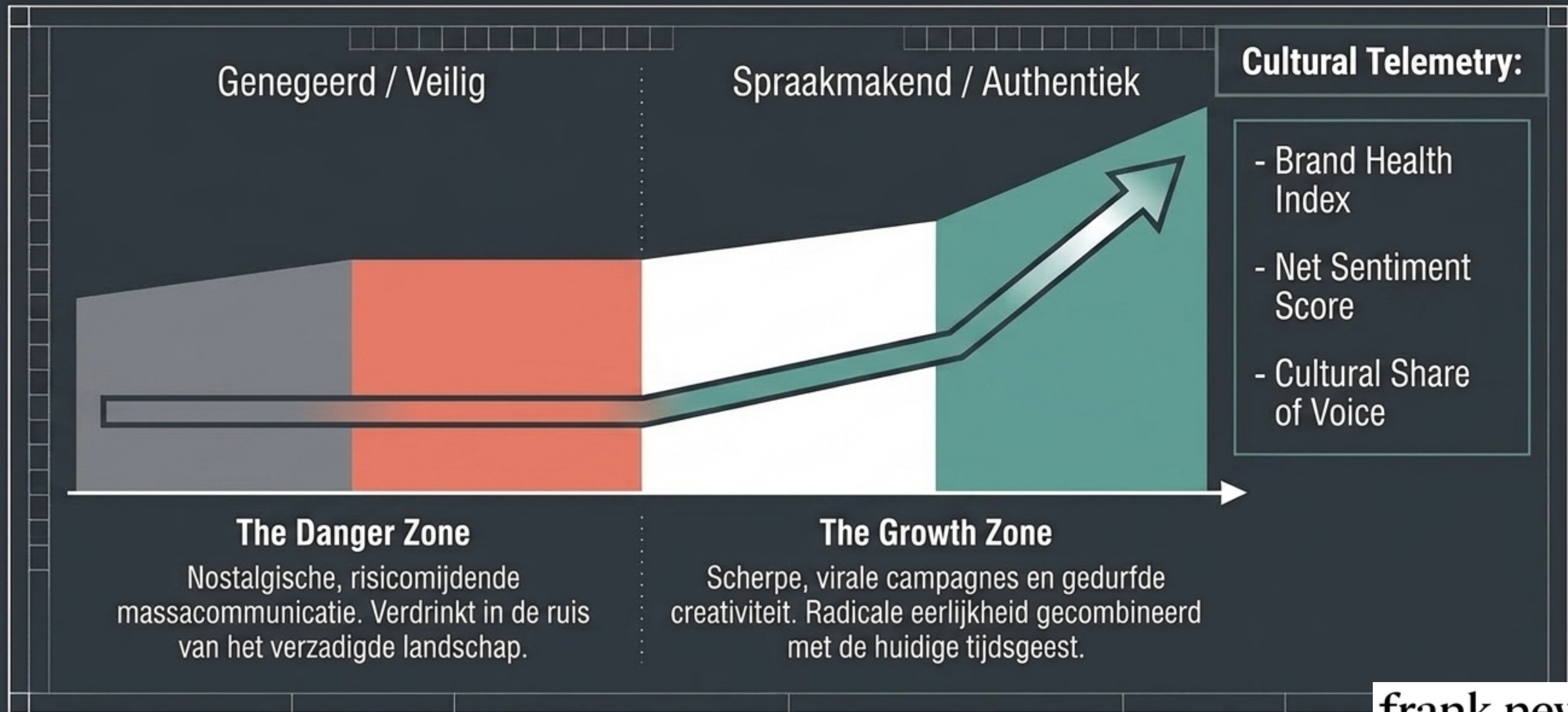
Executie Metrics:

Time-to-insight

Campaign Response Time

Market Share Recovery trajectory

Principe 3: Merkvertrouwen herbouwen door transparantie en culturele relevantie



Principe 4: De Value Proposition Reset: Herkalibratie van prijs en gepercipieerde waarde

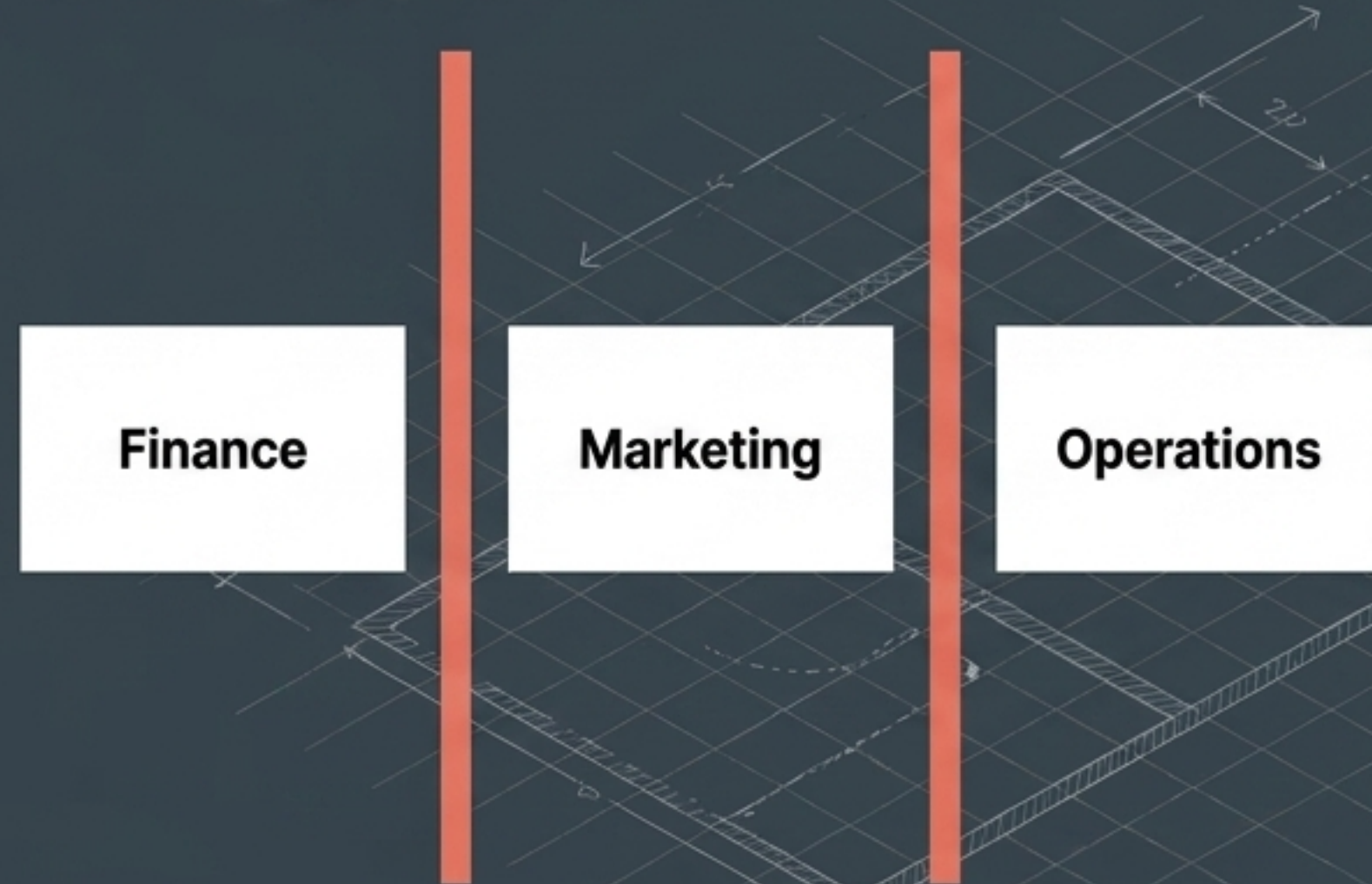


Principe 5: Marketing als strategische driver, verankerd in de hele keten

Metrics:

Cross-functional project velocity |
Time-to-market voor innovaties

Voorheen: De Silo



Marketing als geïsoleerd eiland van communicatie.

Nu: De Hub



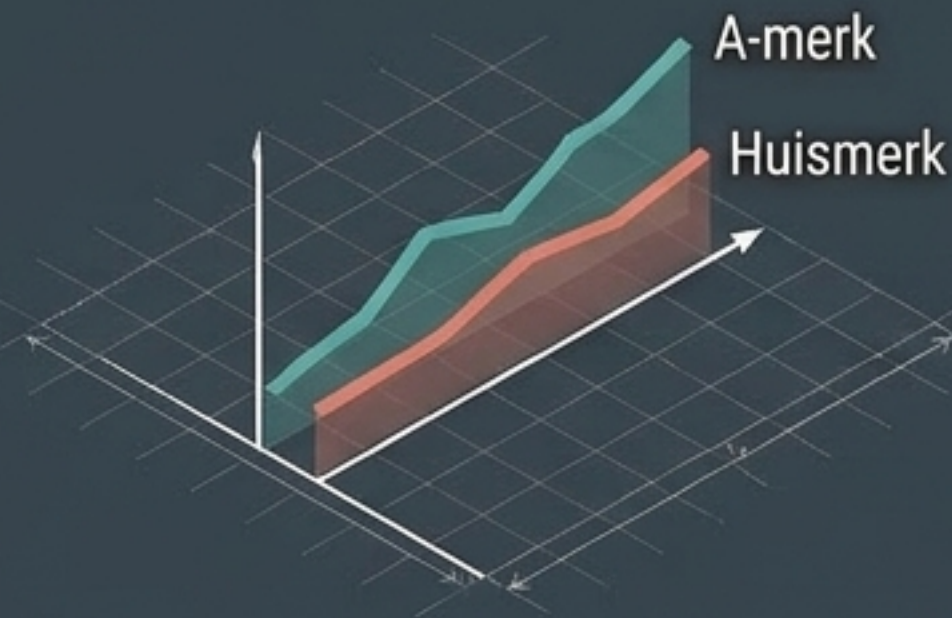
Marketing in het hart van de organisatie met cross-functioneel mandaat.



Inzicht: Dat de nieuwe McDonald's US president (Skye Anderson) uit operations komt, bewijst dat marketing en operatie naadloos moeten fuseren voor een turnaround.

Lokale Realiteit: Overdraagbare patronen voor de Nederlandse markt

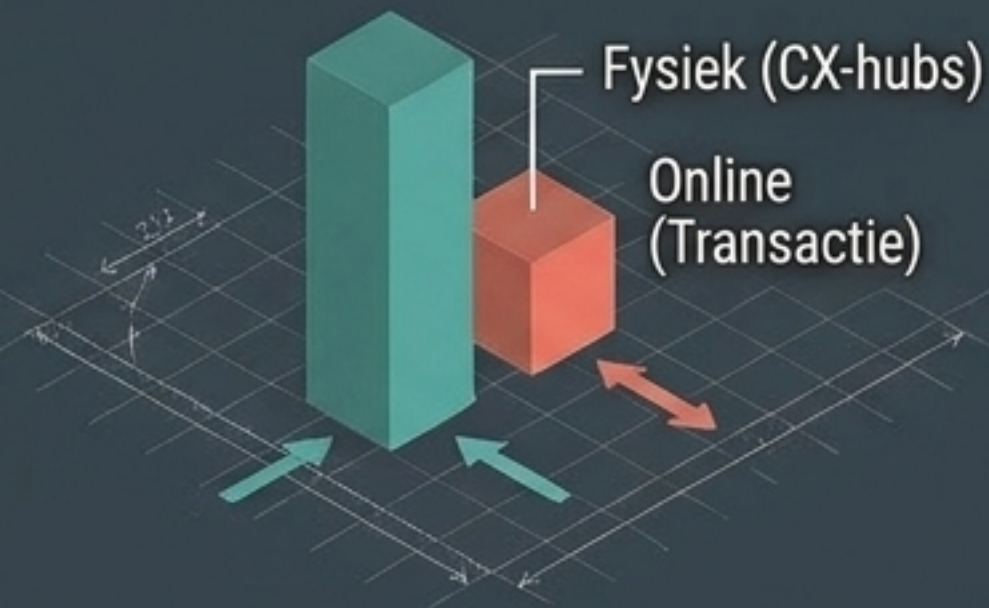
FMCG (A-merk vs Huiskmerk)



Strijd om de schapruimte.

Oplossing: Waardepropositie verhogen via verpakkingssinnovatie en merkbeleving, in plaats van destructief mee te gaan in prijsverlagingen.

Retail (Online vs Fysiek)



Aandachtsschaarste overwinnen.

Oplossing: Fysieke winkels transformeren naar naadloze CX-hubs, gedreven door hyper-lokale consumentendata en frictieloze service.

Hospitality



Strijd om de premium consument.

Oplossing: Cultuurgedreven merkactivaties lanceren die het merk een onmisbaar onderdeel maken van de huidige tijdsgeest.

Navigeren door de Crisis: De valkuilen van defensief marketingleiderschap

Cosmetische verandering (slechts het leiderschap vervangen)

Fundamentele propositie-innovatie doorvoeren

‘Veilige’, nostalgische campagnes draaien

Scherpe, cultureel resonante en spraakmakende keuzes maken

Harde data negeren ten faveure van onderbuikgevoel

Predictive analytics en metrics direct koppelen aan creatie

Prijzen verlagen als primair verdedigingswapen

De gepercipieerde waarde (perceived value) agressief verhogen

De 90-Dagen Turnaround Roadmap voor de CMO

Dag 0-30: Triage & Diagnose

Stop de bleeding. Installeer real-time data listening, identificeer de werkelijke root causes (voorbij de symptomen), en breng de concurrentie-agility exact in kaart.

Dag 30-60: Strategie & Alignment

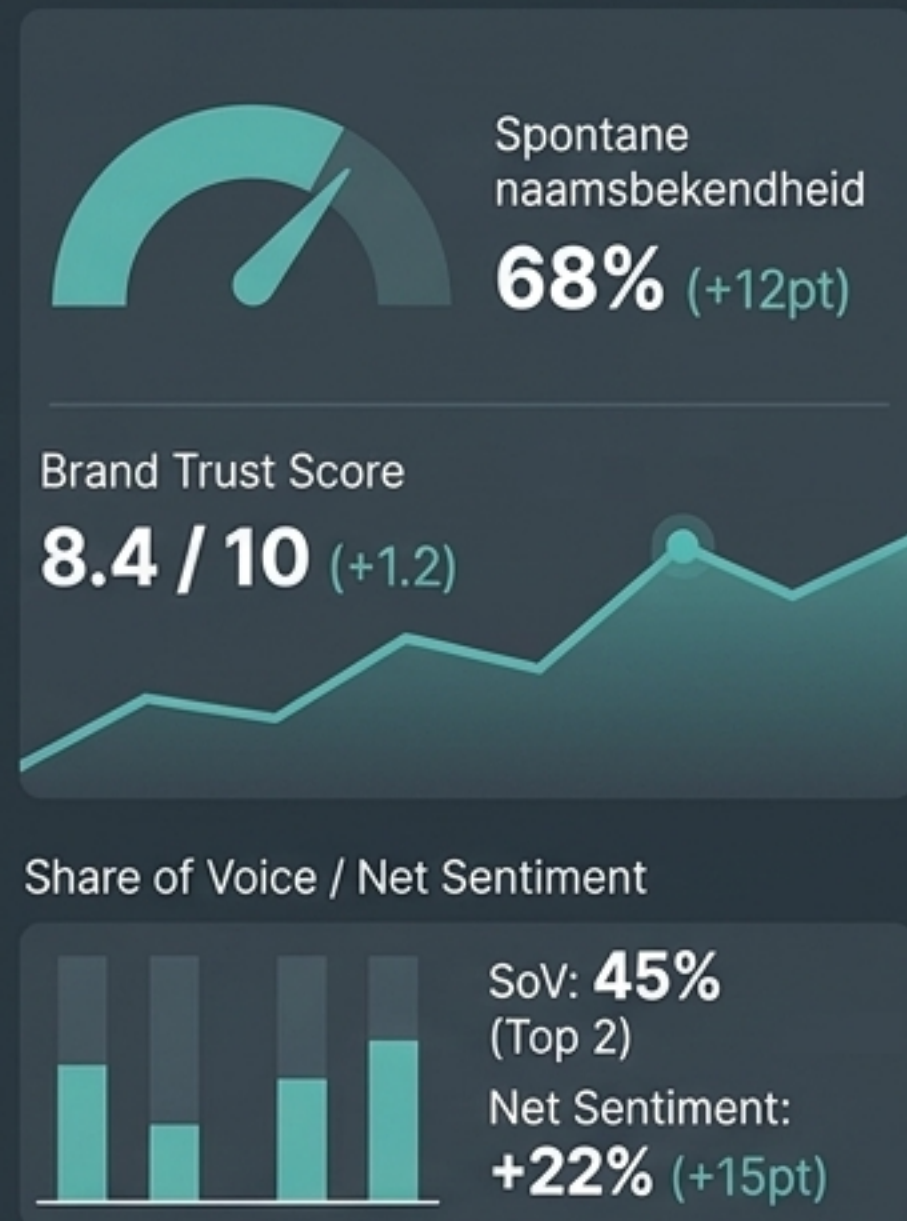
Herdefinieer de value proposition. Claim een cross-functioneel mandaat met Operations en Finance voor gezamenlijke P&L verantwoordelijkheid.

Dag 60-90: Executie & Agility

Lanceer de eerste spraakmakende (geen veilige!) merkactivaties. Installeer rigoureuze short-cycle feedback loops.

Turnaround Telemetry: Het bewijzen van merkherstel en business impact

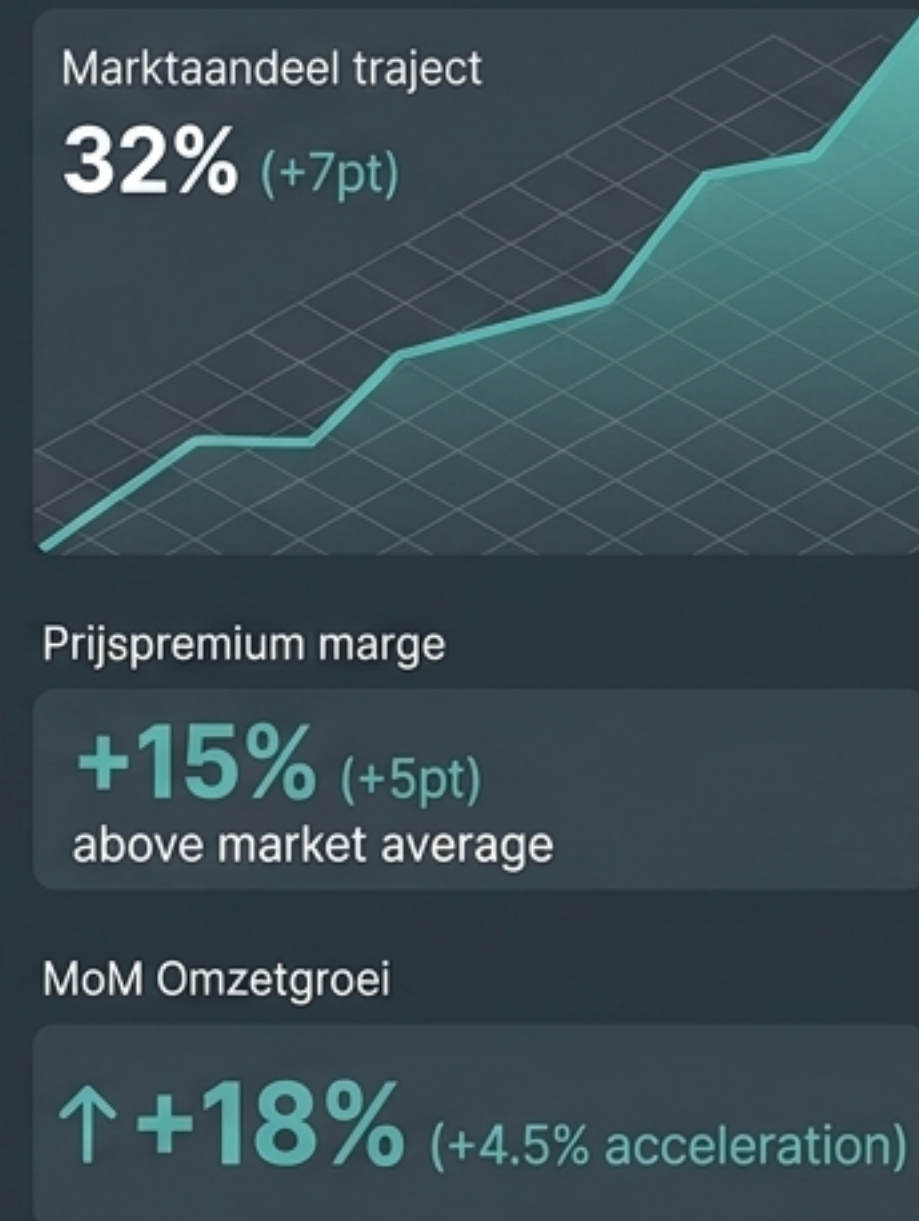
Paneel 1: Brand Health



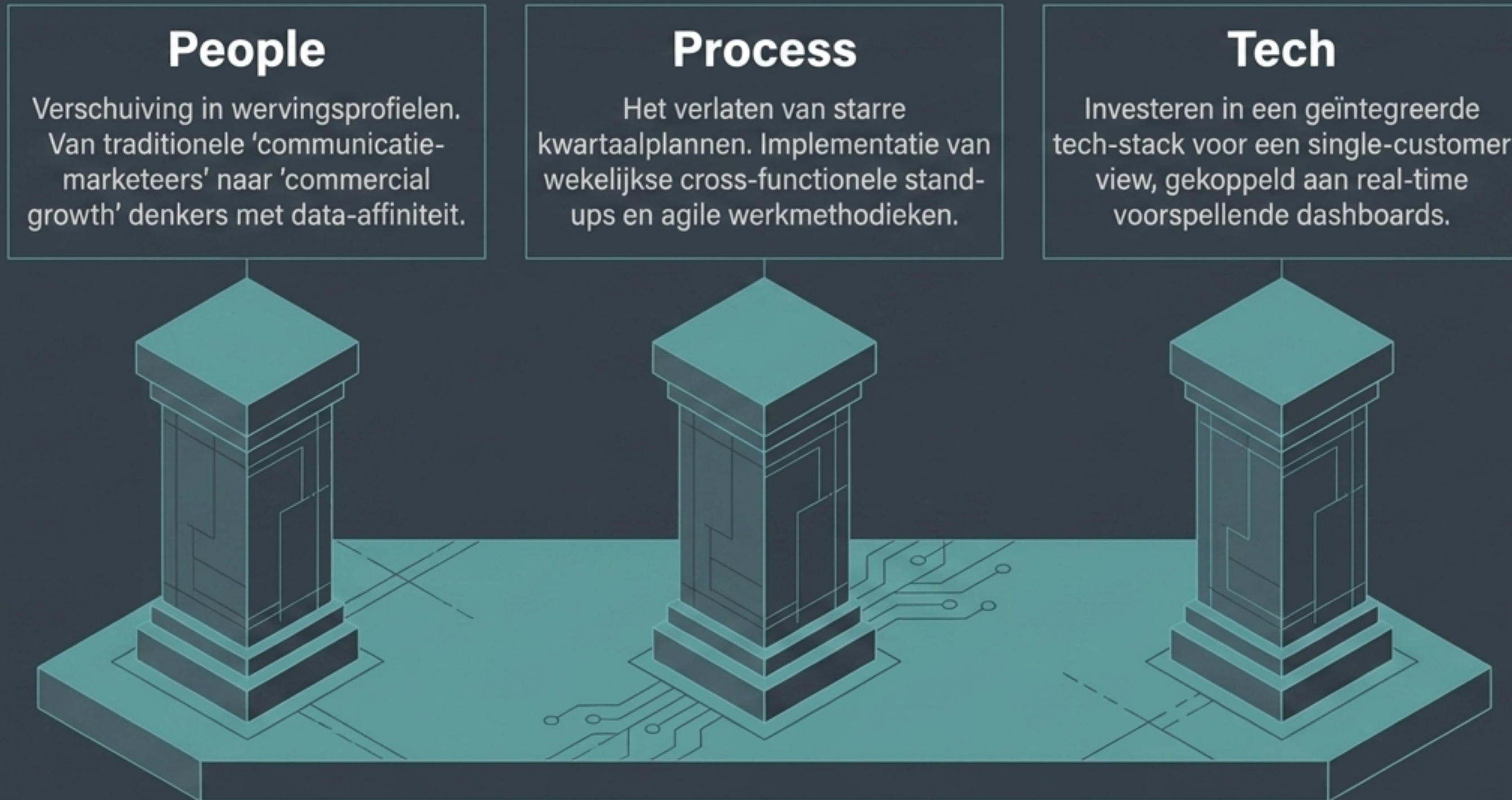
Paneel 2: Customer Metrics



Paneel 3: Business Results



De Fundering: Structuren en skills voor de nieuwe realiteit



Executive Summary & Jouw Mandaat

5 Takeaways

1. Leiderschapswissel is symptoombestrijding zonder strategische reset.
2. Veilig communiceren is het absolute grootste risico.
3. Innoveer waarde, vermijd de destructieve prijzenoorlog.
4. Stuur meedogenloos op cross-functionele agility.
5. Koppel merk-metrics keihard aan business-impact.

Maandagochtend Actieplan

- ☐ **Plan de Diagnose:** Boek een 2-uur durende sessie met Finance en Operations om échte root causes bloot te leggen.
- ☐ **Audit de Cultuur:** Evaluer je laatste 3 campagnes meedogenloos. Waren ze spraakmakend of veilig?
- ☐ **Claim het Stuur:** Definieer jouw 3 meest kritieke 'turnaround' KPI's en leg deze direct voor aan de CEO.