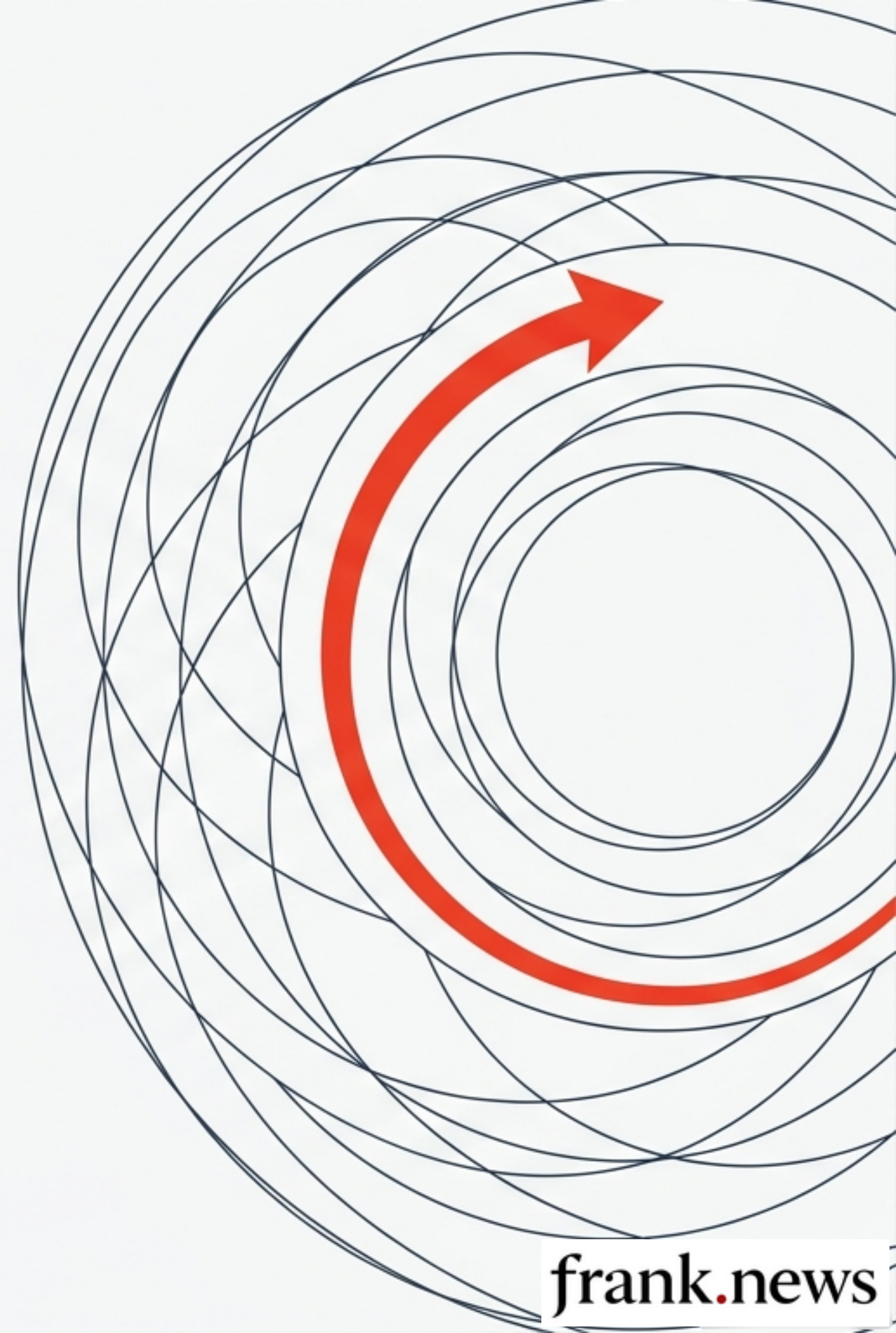


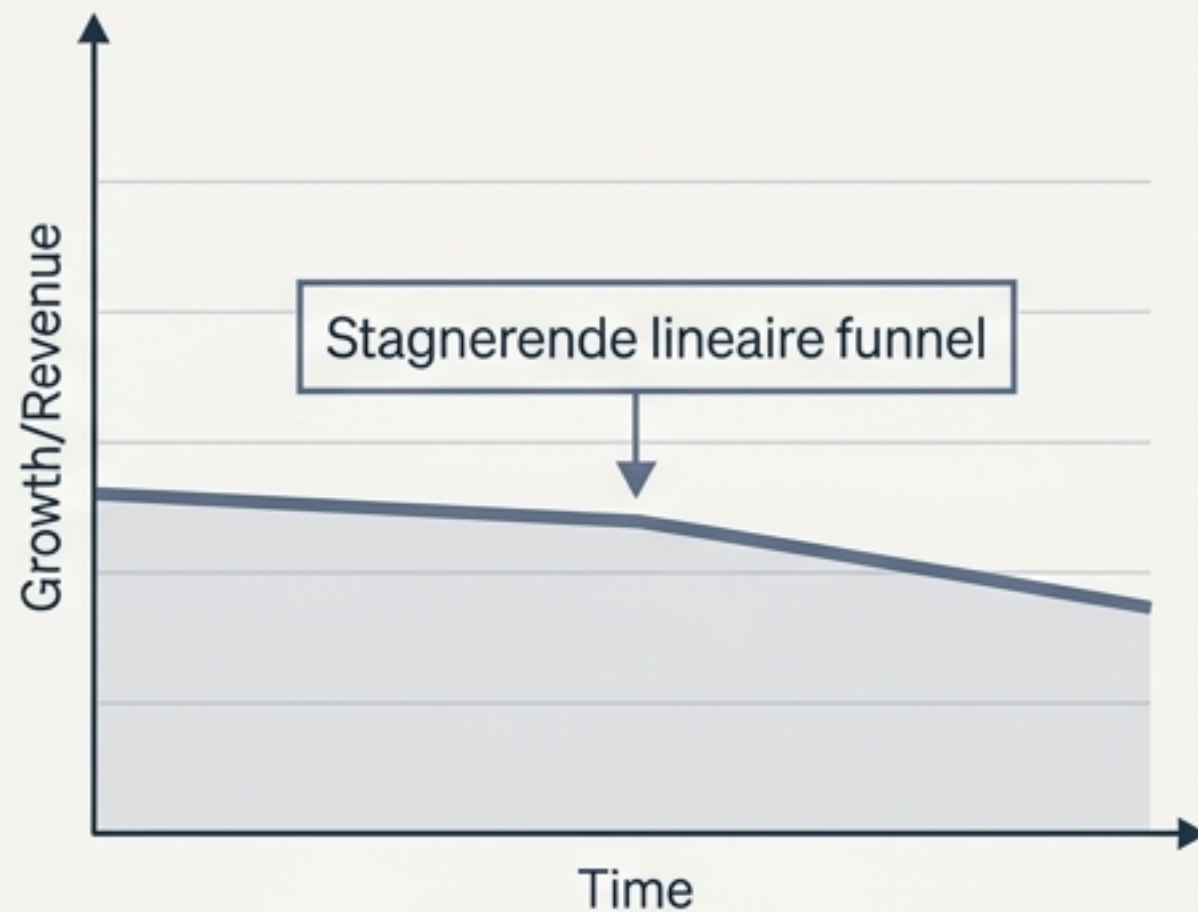
MrBeast Creator Economy Playbook: Van YouTube naar Retail 2026

De nieuwe route naar merkgroei:
Waarom community-first ecosystemen
de traditionele FMCG-funnel verslaan.



De Exponentiële Community Shift

Traditionele FMCG Lanceringen

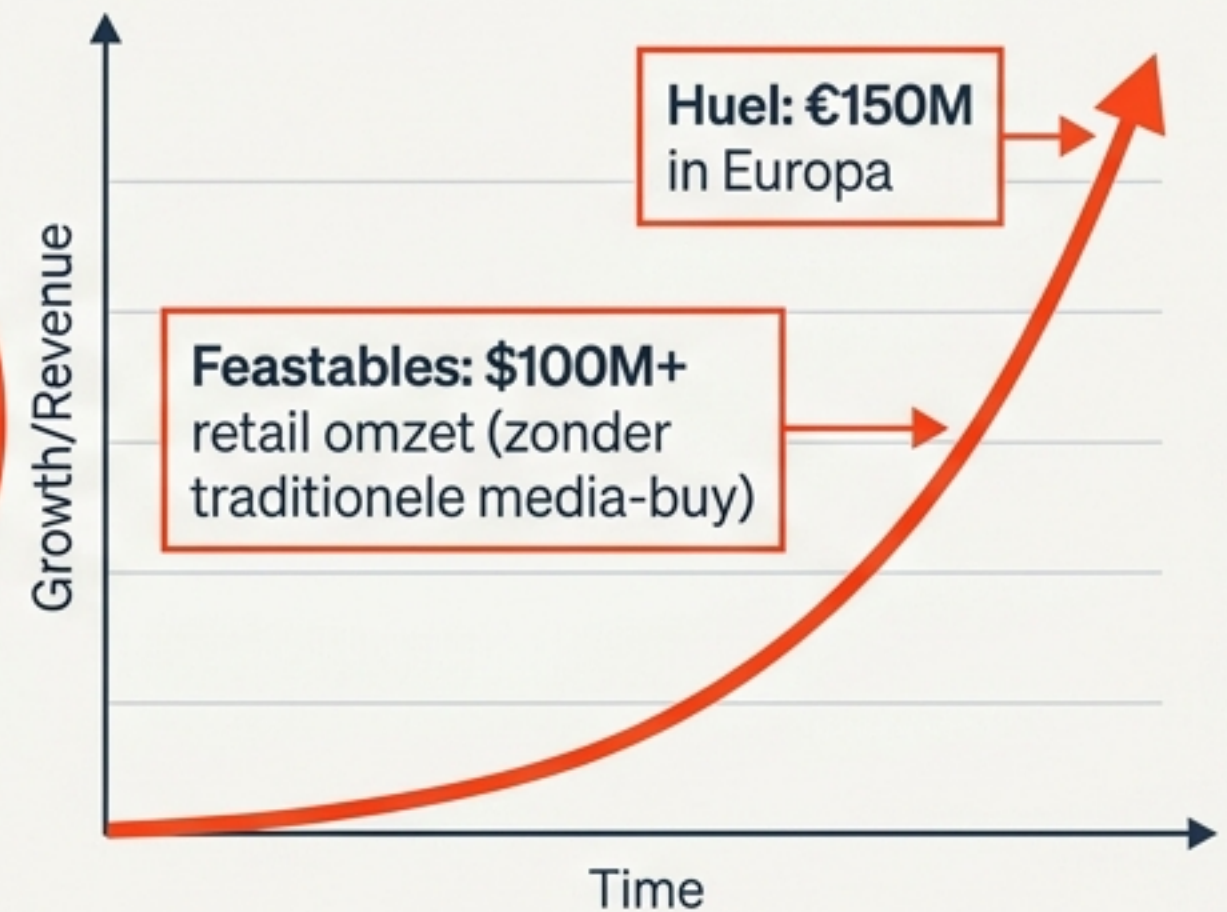


- Hoge mediadruk, dalende ROAS.

**61% van Gen Z
koopt eerder van
creator-merken dan
van legacy merken.**

(Bron: Deloitte 2025)

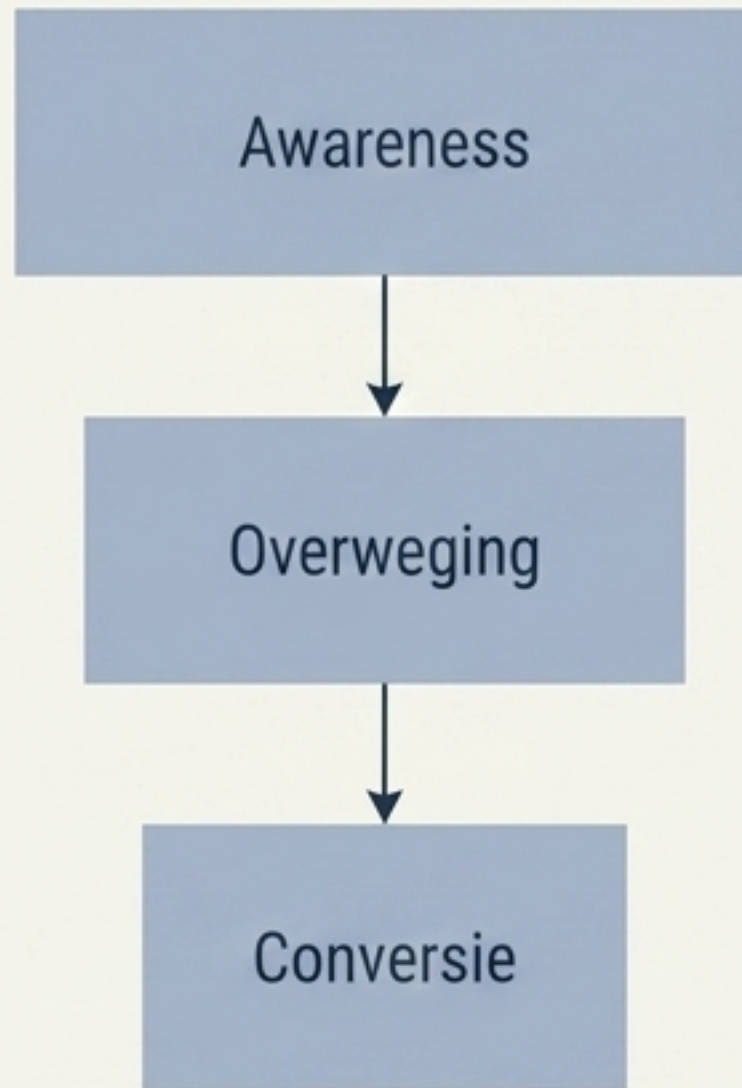
Creator-Gedreven Merken



Takeaway: Consumenten vertrouwen creators méér dan merken. Het traditionele distributievoordeel van corporates wordt geneutraliseerd door organisch bereik.

Van Campagne naar Ecosysteem

Voorheen: De Campagne



- Budget gestuurd
- Seizoensgebonden (kwartaalcycli)
- Scheiding tussen boodschap en aankoop

Nu: Het Ecosysteem



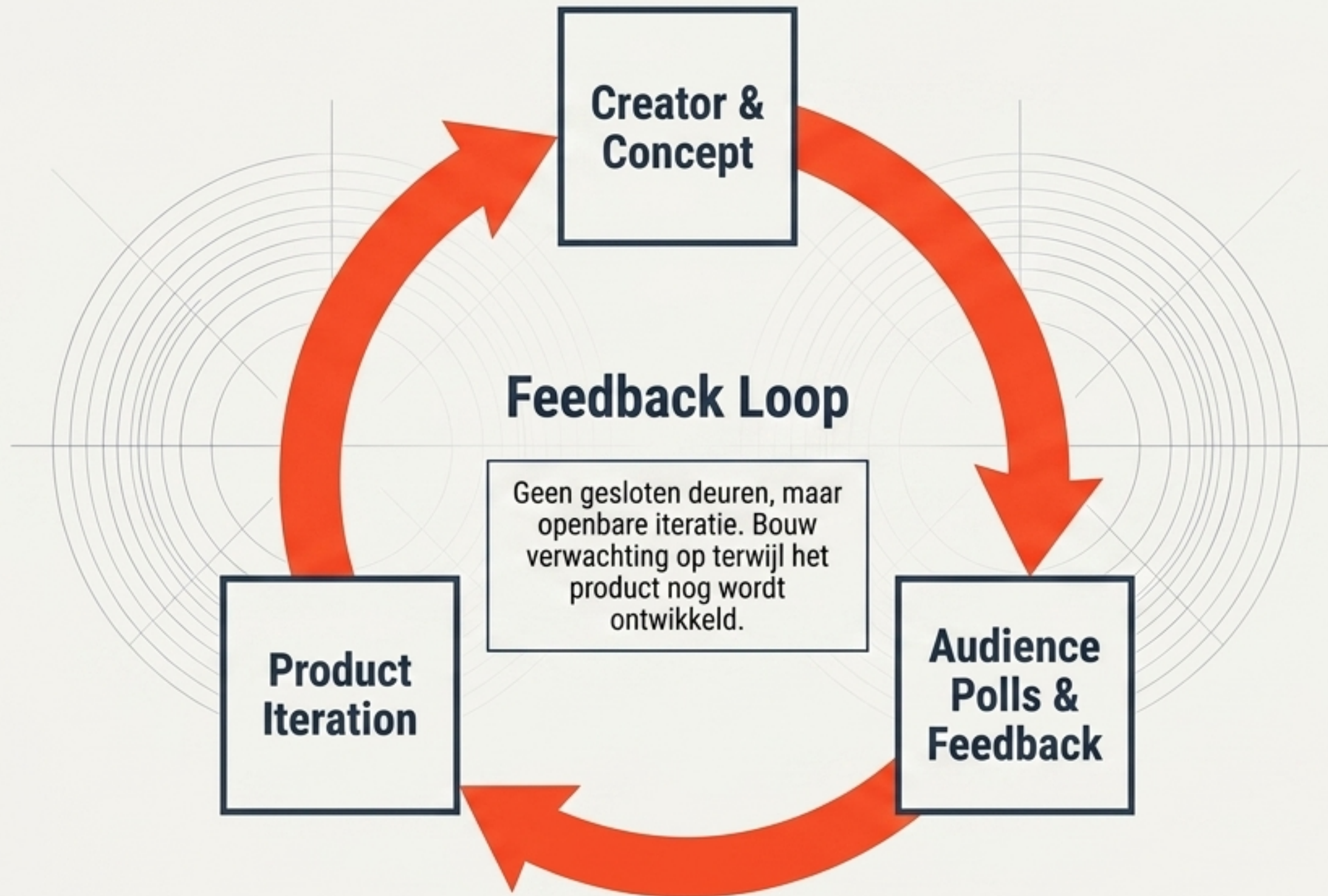
Case: Bazooka Brands 'MomTok' Battle

- Twee creators in een maandenlange sales-wedstrijd.
- Geen harde mediabudgetten.
- Content levert direct organisch bereik en verkoop op.

Het MrBeast Framework: De Blauwdruk



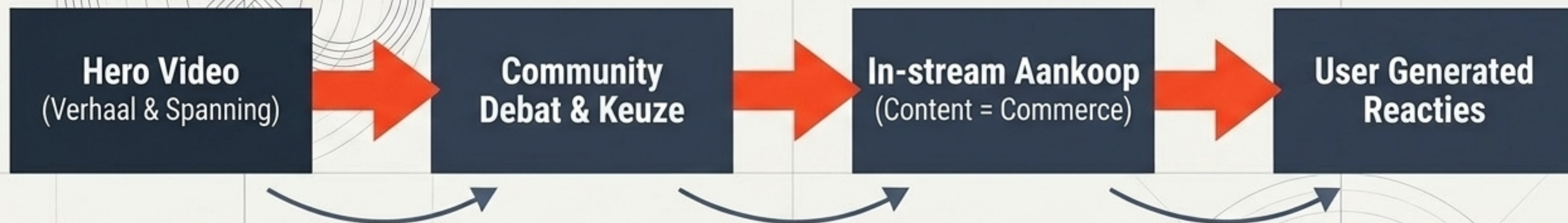
Stap 1 — Community als R&D lab



KPI Scorecard
Harde Validatie Metrics
10.000+ Pre-orders & Waitlist registraties vóór productie
25%+ Organic engagement rate op development content

Stap 2 — Storytelling als distributie

Viraliteits-mechanisme



Strategisch Principe: De content is een doorlopend verhaal met opbouw, spanning en een finale. Geen losse 24-uurs posts.

Voorwaarde voor succes

Eerlijke performance-prikkels voor creators. De community voelt het als de creator écht wil winnen, wat resulteert in organisch bereik zonder media-budget.

KPI Scorecard

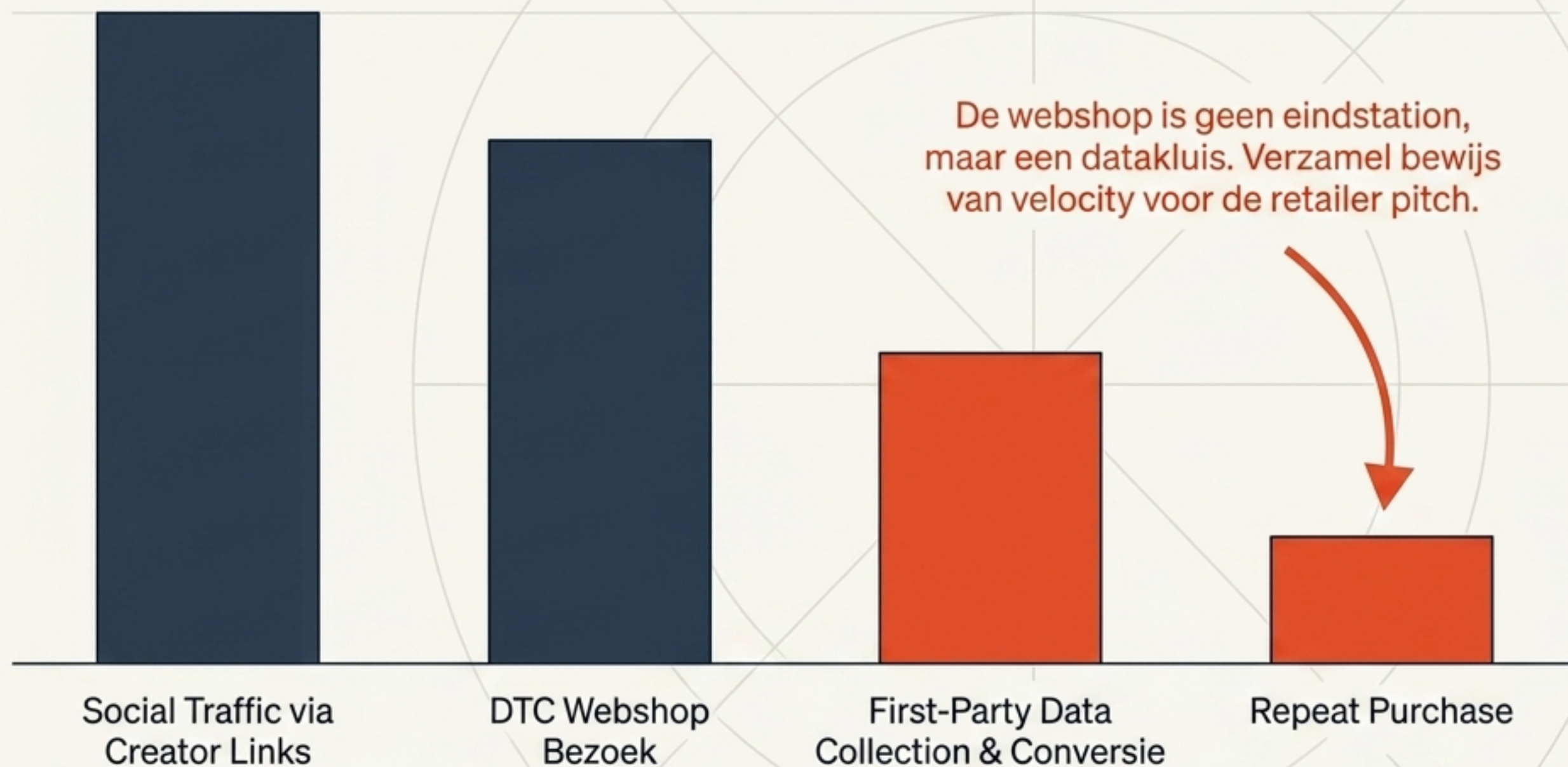
1M+

Organic views
per lancering

15%+

Shareability
(Shares vs. views ratio)

Stap 3 — DTC-first validatie



€500K+

DTC omzet in pilot fase

40%+

Repeat purchase rate

Winstgevend

Direct winstgevende unit economics als bewijslast

Lokale Context: D2C-merken zoals Njie bewijzen dit model door 1-op-1 integratie van trackeerbare sales in organische content.

Stap 4 — Retailer-ready schalen

Gebruik first-party DTC-data om inkoopmacht en prominente schapruimte af te dwingen. Van pop-up naar permanent schap.



KPI Distributie: 500+ fysieke stores binnen 6 maanden

KPI Velocity: 8+ productrotaties per j

frank.news

Stap 5 — Community als groeimachine



KPI dashboard	
70%+	Onder €5
Acquisitie via organic/UGC	CAC (Customer Acquisition Cost) zakt structureel

Nederlandse Marktcontext & B2B Benchmarks



Retail Innovatie-eisen (Jumbo & AH):

Inkopers eisen bewezen rotatie vóór landelijke uitrol.

Shoppable content is niet genoeg; lange-termijn competitiedynamiek is cruciaal.

Benchmark: Tony's Chocolonely & Oatly

Sterk op thema en community-vorming, maar mist vaak de directe, keiharde creator sales-prikkels voor exponentiële omnichannel velocity.

Succes Case

De D2C Succes Case: NAïF

Opgericht door ouders/creators. Bepaalde de product-market fit via een hechte blog-community.

Gebruikte robuuste DTC-data om op te schalen naar 2000+ fysieke retailpunten lokaal.

Creator Partnership Matrix: Build vs. Buy



Randvoorwaarden, Valkuilen & Budgettering

4 Voorwaarden voor Succes

- + Product = Impulsaankoop (snoep, cosmetica, lage drempel)
- + Organische Fit (Community prikt door onnatuurlijke matches)
- + Genereert eigen verhaal/spanning (Geen saai promo-materiaal)
- + Eerlijke prestatie-prikkels voor creators

De Valkuilen

- Verlies van authenticiteit via corporate scripts
- Te vroeg offline opschalen zonder D2C data-bewijs
- De community negeren zodra retail-schaal is bereikt

Gefaseerd Budget



Executive KPI Dashboard

Community Health Score

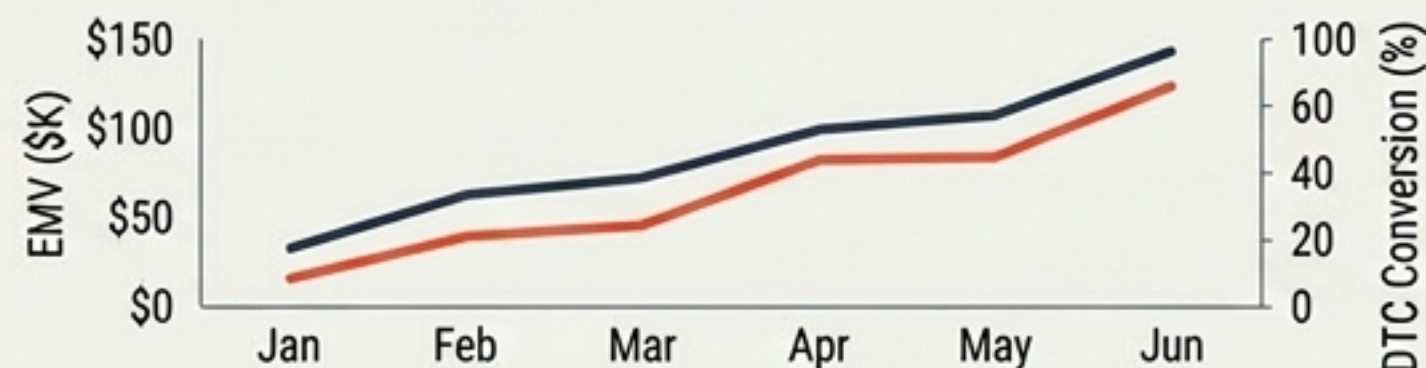


EXCELLENT
9.4/10

Meet organische engagement en kwalitatief sentiment, niet enkel ijdel bereik.

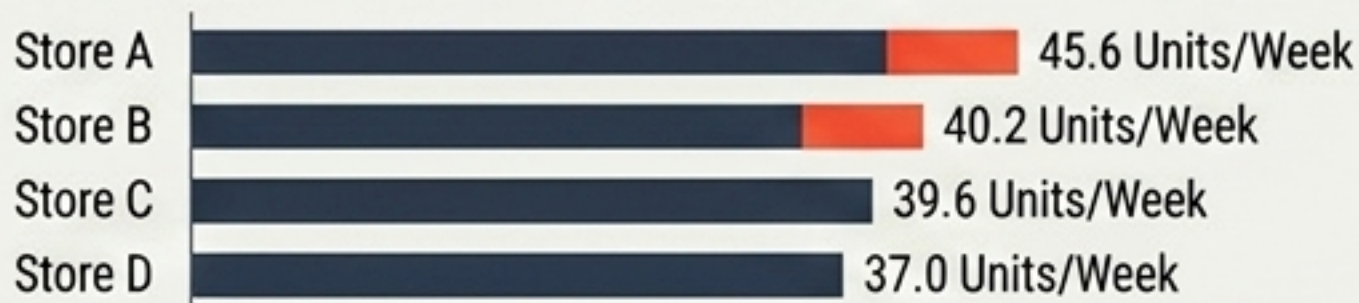


EMV & DTC Conversion



Earned Media Value vs. conversiesnelheid van organische tractie naar direct sales.

Retail Velocity



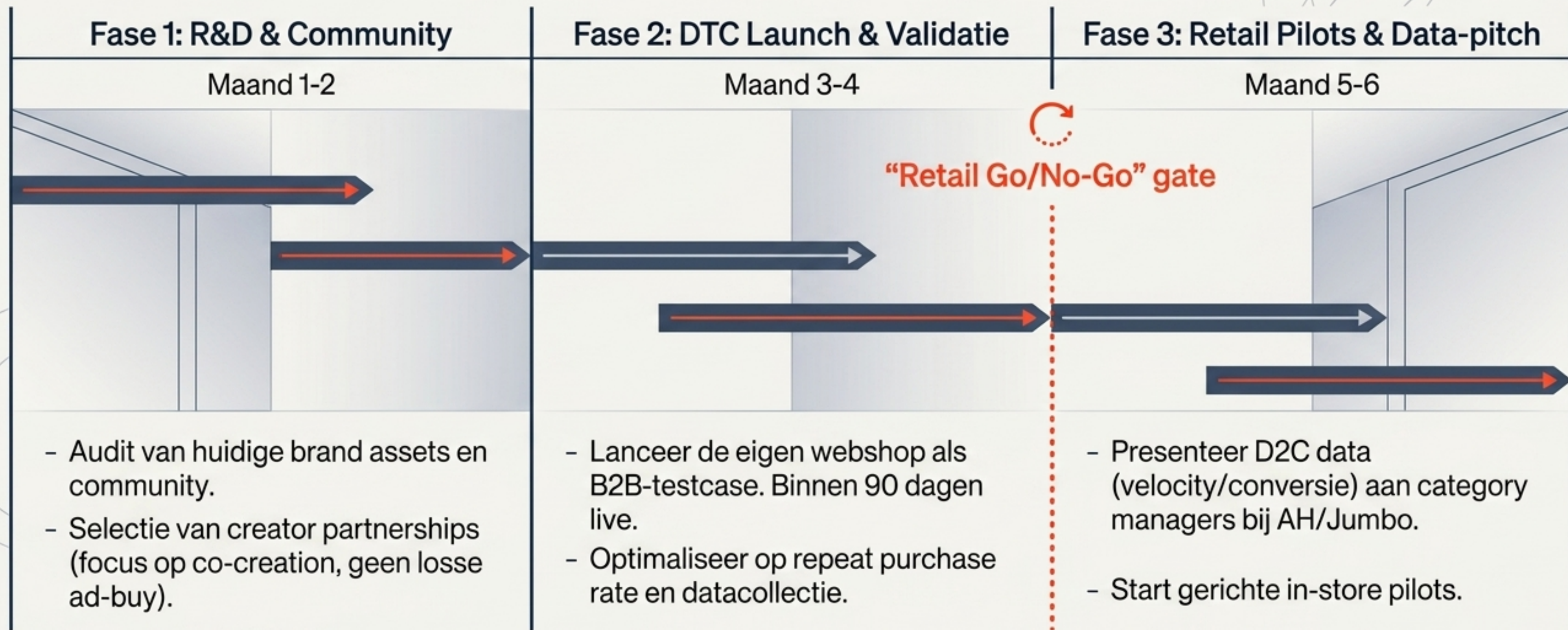
Rotatiesnelheid per winkel per week
(De heilige graal voor supermarktkopers).

CAC : LTV Ratio

€15 ↓ **%** **€150** ↑
CAC **LTV**

Dalende acquisitiekosten via organisch bereik
versus stijgende Lifetime Value

Implementatie Roadmap: Binnen 6 Maanden naar Schapruimte



“Retail Go/No-Go” gate

Samenvatting & Direct Actieplan

5 Key Takeaways

1. Community is leidend, product volgt.
2. Content = Distributie (het nieuwe winkelwagentje).
3. DTC validatie is een harde eis voor B2B succes.
4. Retailruimte dwing je af met data, niet met mediabudget.
5. Authenticiteit fungeert als de hoogste groei-multiplier.

Uw Volgende 3 Stappen

1. **Audit:** Breng huidige community assets in kaart.
2. **Pilot:** Start creator collaboration op een klein, afgebakend assortimentssegment (geen full rebrand).
3. **Build:** Lanceer een afgesloten DTC testcase binnen 90 dagen.

Merken die blijven inkopen op bereik verliezen van merken die investeren in ecosystemen