

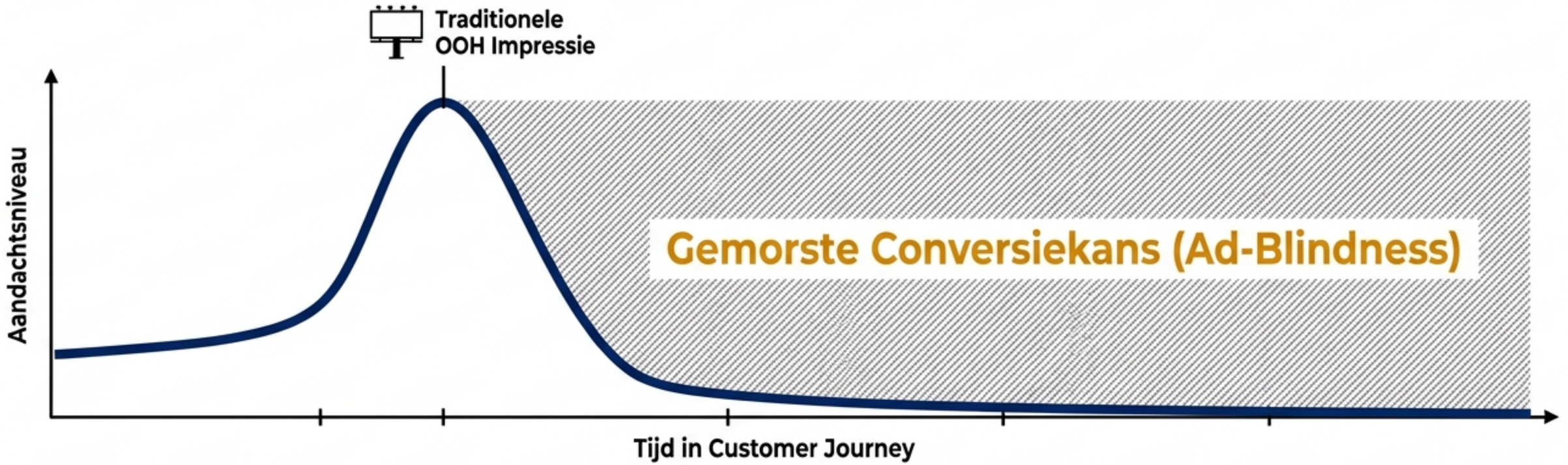
Van Billboard naar Gedrag: OOH als Interventie-instrument

Een Playbook voor de Nederlandse CMO: Hoe u Out-of-Home in 2026 transformeert van passieve impressies naar meetbare gedragsbeïnvloeding.

frank.news

Waarom traditioneel ‘impressie-denken’ waarde vernietigt in 2026

Aandacht is gefragmenteerd. In 2026 vereist OOH geen zichtbaarheid, maar een transactie van waarde.



HET OUDE OOH	HET NIEUWE OOH
Focus: Broad Reach & Zichtbaarheid	**Focus:** Specifieke Gedragsactie
Metric: CPM (Cost Per Mille)	**Metric:** CPS (Cost Per Scan) & Footfall
Rol in Funnel: Top-funnel Awareness	**Rol in Funnel:** Fysieke Interventie
Risico: Wasted Spend & Genegeerd worden	**Voordeel:** Direct Meetbare

frank.news

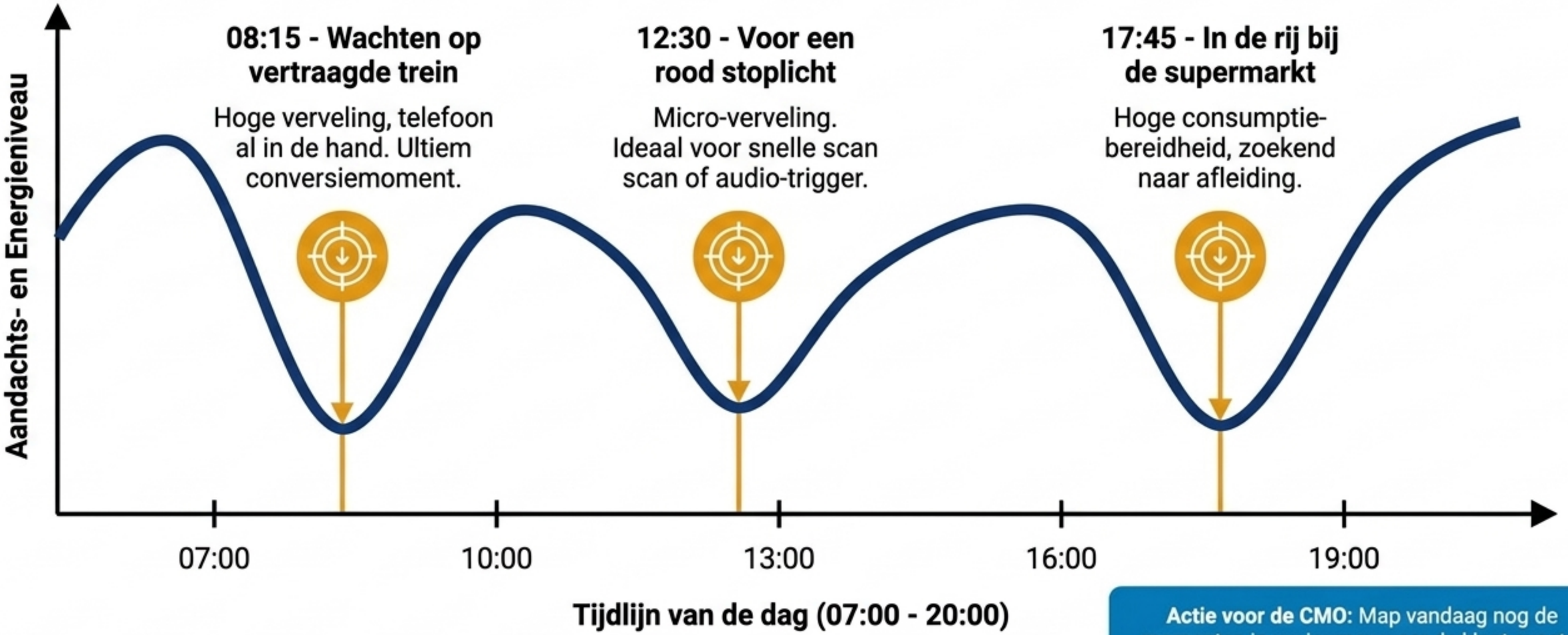
Het 5-Pijler Interventie Framework

De architectuur voor gedragsbeïnvloedende Out-of-Home campagnes.



Principe 1: Identificeer ‘Boring Moments’ in de Customer Journey

Boredom Mapping Curve



Actie voor de CMO: Map vandaag nog de momenten in uw journey waar de klant exact 2 minuten stilstaat. Dit zijn uw

frank.news

Principe 2: Van ‘Zie Ons’ naar ‘Doe Dit Nu’

PASSIEF (Zenden)



Genegeerd. Zendt alleen zender-informatie. Biedt de gehaaste reiziger geen enkele reden tot actie.

ACTIVEREND (Interventie)

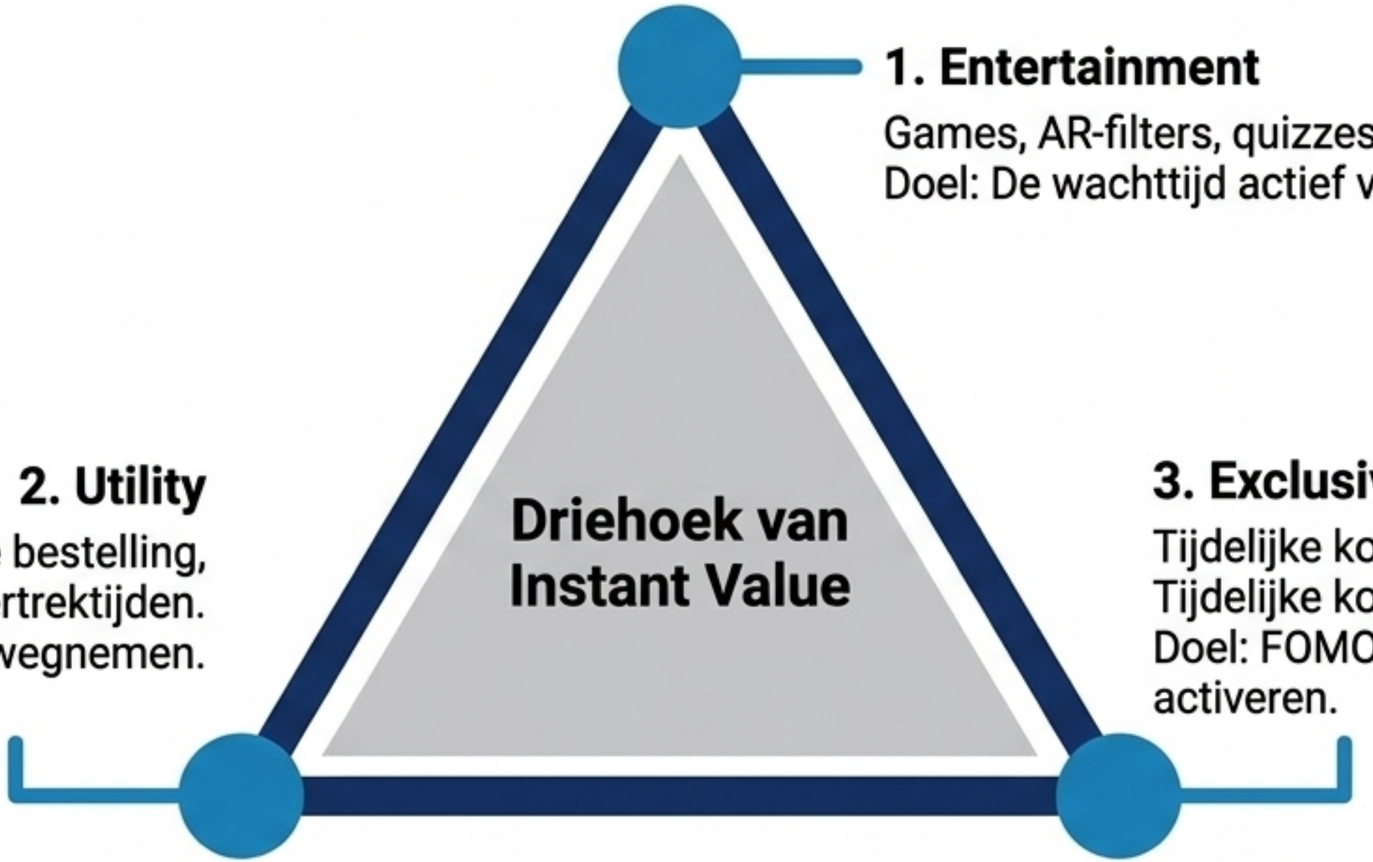


Engagement. ‘Thumb-stopping’ design in de echte wereld. Lost directe verveling op en zet aan tot fysieke actie.

frank.news

Principe 3: Beloon directe actie in het moment

Zonder directe beloning (binnen 10 seconden) faalt de interventie. Koppel de scan aan de dopamine-loop.



1. Entertainment

Games, AR-filters, quizzes.
Doel: De wachttijd actief verzachten.

2. Utility

Navigatiehulp, snelle bestelling, live vertrektijden.
Doel: Dagelijkse frictie wegnemen.

3. Exclusivity

Tijdelijke korting, secret menu via
Tijdelijke korting, secret menu via scan.
Doel: FOMO (Fear Of Missing Out) activeren.

De Gouden Regel: Als de consument de beloning niet binnen 10 seconden na de interactie voelt, breekt de journey af.

frank.news

Principe 4: De Tech-Stack voor een Naadloze Brug

Frictie is de vijand. Elimineer barrières tussen het fysieke scherm en de digitale portemonnee.

GEEN APP DOWNLOADS!
Verplichte downloads doden 80% van de conversie.

Hardware



Dynamisch DOOH Scherm.
Triggers op basis van tijd, weer of lokale drukte (API-gestuurd).

The Bridge

Dynamische, overgedimensioneerde QR-code of NFC tap.
Scannable vanaf 3 meter afstand, zelfs in fel zonlicht.

Software

Web-native omgeving
(Web-AR, HTML5).

Action

1-Click conversie via Apple Pay, iDeal, of naadloze agenda-integratie.

frank.news

Principe 5: KPI's verschuiven van 'Reikwijdte' naar 'Rendement'

OOH behoort niet langer in het branding-potje. Stuur op harde performance data.

Engagement Rate



Scans per vertoning. Benchmark (Randstad): 0.5% - 2.5% bij hoge context-relevantie.

Conversion Rate



Acties voltooid ná de scan (bijv. proefrit geboekt of e-mail achtergelaten).

Footfall Lift



Aantoonbare **toename** in **fysieke winkelbezoekers**, gemeten via mobiele locatiedata na DOOH-blootstelling.

Sentiment Lift



Directe **meetbare merkwaardering** gemeten via frictieloze post-scan micro-surveys.

frank.news

Realiteiten en Benchmarks in Nederland (2026)

De infrastructuur is volwassen. De Nederlandse pDOOH markt is klaar voor hyper-contextuele schaalbaarheid.

100%

Programmatic Infrastructuur

De dekking van programmatic DOOH (pDOOH) is exponentieel gegroeid. Exploitanten zoals JCDecaux, Global en Ocean Ocean Outdoor bieden nu een fijnmazige, landelijke dekking, met een zwaartepunt in de Randstad.

€ 0,85

Cost-per-Scan (CPS) Benchmark

Bij hoge context-relevantie varieert de engagement rate tussen 0.5% en 2.5%.
De Cost-per-Scan concurreert inmiddels direct met mobiele social media ads in stedelijke gebieden.

Real-time

Hyper-Targeting Mogelijkheden

Day-parting (spits versus daluren) en real-time weather-triggering maken het mogelijk om interventies naadloos aan te passen aan de exacte fysieke realiteit van de voorbijganger.

frank.news

Case Study: Hoe lokale context macro-gedrag stuurt

Heineken ‘Europe’s Living Rooms’ Onderzoek (2026)



Context

Economische Verschuiving: Amerikaanse importheffingen dwingen merken naar Europa. Generieke pan-Europese ad-spend faalt. Lokale verankering is essentieel voor rendement.

De Data

Harde Cijfers: 35% van de Europeanen kiest een reisbestemming specifiek voor de lokale bar- en kroegcultuur, niet voor de generieke skyline. Horeca bepaalt welke wijken men bezoekt en de verblijfsduur.

De Les voor pDOOH

De OOH Strategie: OOH moet functioneren als de buurtkroeg. Hyper-lokaal geworteld, contextueel logisch, en direct aanzettend tot fysieke actie. Mensen zoeken sfeer en lokale context, geen generieke zendingsdrang

frank.news

Playbook Toepassingen Buiten FMCG

Hoe het interventie-framework schaalt over verschillende sectoren.



RETAIL

Winkelstraat-vermoeidheid.

QR op DOOH voor 15% in-store korting, een meedogenloos aftellend op een 10-minuten timer.



TRAVEL

Koude ochtendspits op NS-station.

Prikkelende Prikkelende zonnige visual -> directe scan voor het boeken van een zonnige weekend-getaway.



FINANCE

Wachten bij de bushalte.

Boring moment wordt ingevuld: “Speel de 1-minuut hypotheek-quiz” -> plan direct een belafspraak.



AUTOMOTIVE

Wachten bij een transferium.

Web-AR filter waarmee je via je telefoon de nieuwe auto virtueel op het plein voor je ziet staan.



B2B

Schiphol executive lounges.

Waarde-uitwisseling voor vertrek: “Download de industry whitepaper via QR voordat uw vlucht boardt.”

frank.news

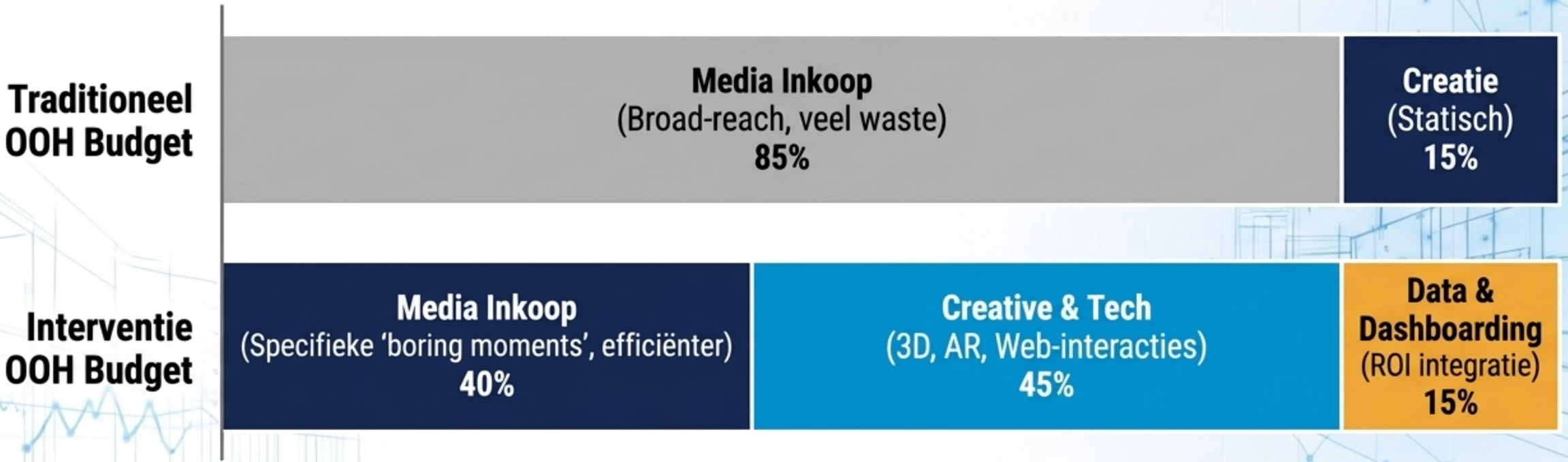
Vermijd de ‘Digital Bridge to Nowhere’: 4 Kritieke Valkuilen

DON’T (De Valkuil)	DO (De Oplossing)
Merk-narcisme: ‘Lees hier alles over onze rijke 100-jarige historie.’	Consumenten-focus: ‘Wat levert deze scan u op dít exacte moment op?’
QR-code op een snelweg-billboard bij 100 km/u (Gevaarlijk en fysiek onmogelijk).	Focus op voetgangerszones, NS-perrons, en langdurige wachtgebieden.
De scan vereist een verplichte app-download of een lange account-creatie.	Frictieloze Web-native interacties (WebAR / HTML5) die in de browser draaien.
Complexe, kleine QR-codes op sterk reflecterende schermen in direct zonlicht.	Dynamische, high-contrast, oversized QR-codes die scannable zijn vanaf 3 meter

frank.news

De Business Case: Investering vs. Verwacht Rendement

Realistische budgetrichtlijnen voor een gedragsbeïnvloedende pilot (Range: €50k - €250k).



Key Insight: Het budget verschuift fundamenteel van pure media-inkoop naar technische creatie. De initiële productiekosten stijgen, maar resulteren in een superieure Cost-per-Action (CPA) en direct meetbare ROI.

frank.news

Uw roadmap naar de eerste activerende OOH-pilot

Van strategie naar go-live in 4 iteratieve sprints.

Week 1: Analyse

Customer Journey Mapping.

Identificeer de 3 belangrijkste fysieke 'boring moments' (wacht-momenten) van uw specifieke doelgroep.

Week 2: Creatie

Interventie-concept ontwikkelen.

Koppel het gewenste gedrag (Behavior) strak aan een directe, kortstondige beloning (Gratification).

Week 3: Tech & Setup

Bouwen van de Phygital Bridge

Ontwikkeling van frictieloze mobiele landingspagina's, dynamische QR-generatie en tracking pixels.

Week 4: Go-Live & Leer

Lancering via pDOOH netwerken.

Start real-time dashboard monitoring en begin A/B testen op basis van werkelijk scan-gedrag.

frank.news

Key Takeaways & Actieplan voor Maandag

De 5 Strategische Pijlers

1. **Gedrag > Zichtbaarheid:** OOH moet gedrag veranderen, niet alleen zichtbaar zijn.
2. **Context is Koning:** Lokaal gedrag (zoals de buurtkroeg) stuurt macro-beslissingen. Verveling is uw grootste kans.
3. **De Phygital Bridge:** Maak de connectie tussen scherm en smartphone naadloos. Geen apps.
4. **Meet Conversie:** Reken OOH af als performance kanaal, nooit meer puur op impressies.
5. **Start Klein:** Lanceer een pilot, leer snel van de data, en schaal wat bewezen werkt.

Uw Volgende 3 Stappen

01 Map uw journey
Identificeer de 'boring moments' van uw klant. Waar staan zij exact 2 minuten stil?

02 Audit uw OOH
Beoordeel uw huidige uitingen: zenden ze alleen passieve informatie, of activeren ze de klant?

03 Start de Pilot
Selecteer één test-locatie en lanceer binnen 30 dagen een gedragsinterventie-pilot.

frank.news