

A couple is seen from behind, sitting on a rocky cliff edge. They are looking down at a map or document they are holding together. The man on the left has a large backpack. They are overlooking a vast ocean under a bright, hazy sky where the sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The right side of the image is overlaid with a solid blue gradient.

# *GEN Z BREEKT DE MARKETING FUNNEL*

*HOE SPEEL JE HIER OP IN ALS BEDRIJF?*

# VAN AIDA MODEL

Awareness

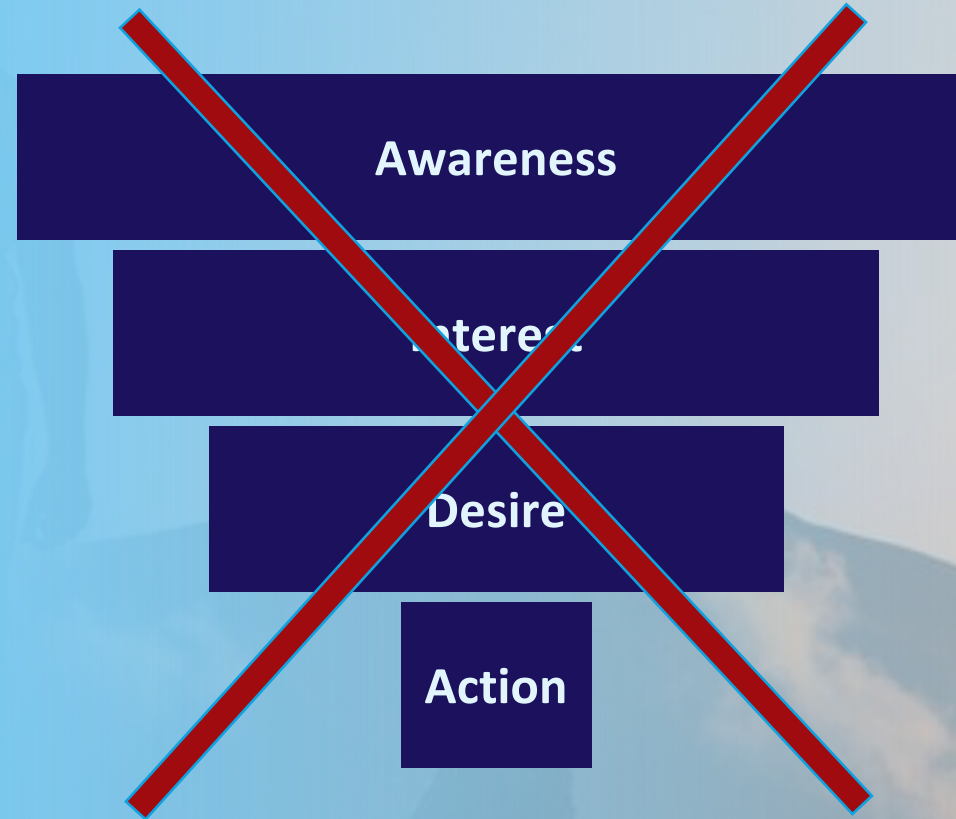
Interest

Desire

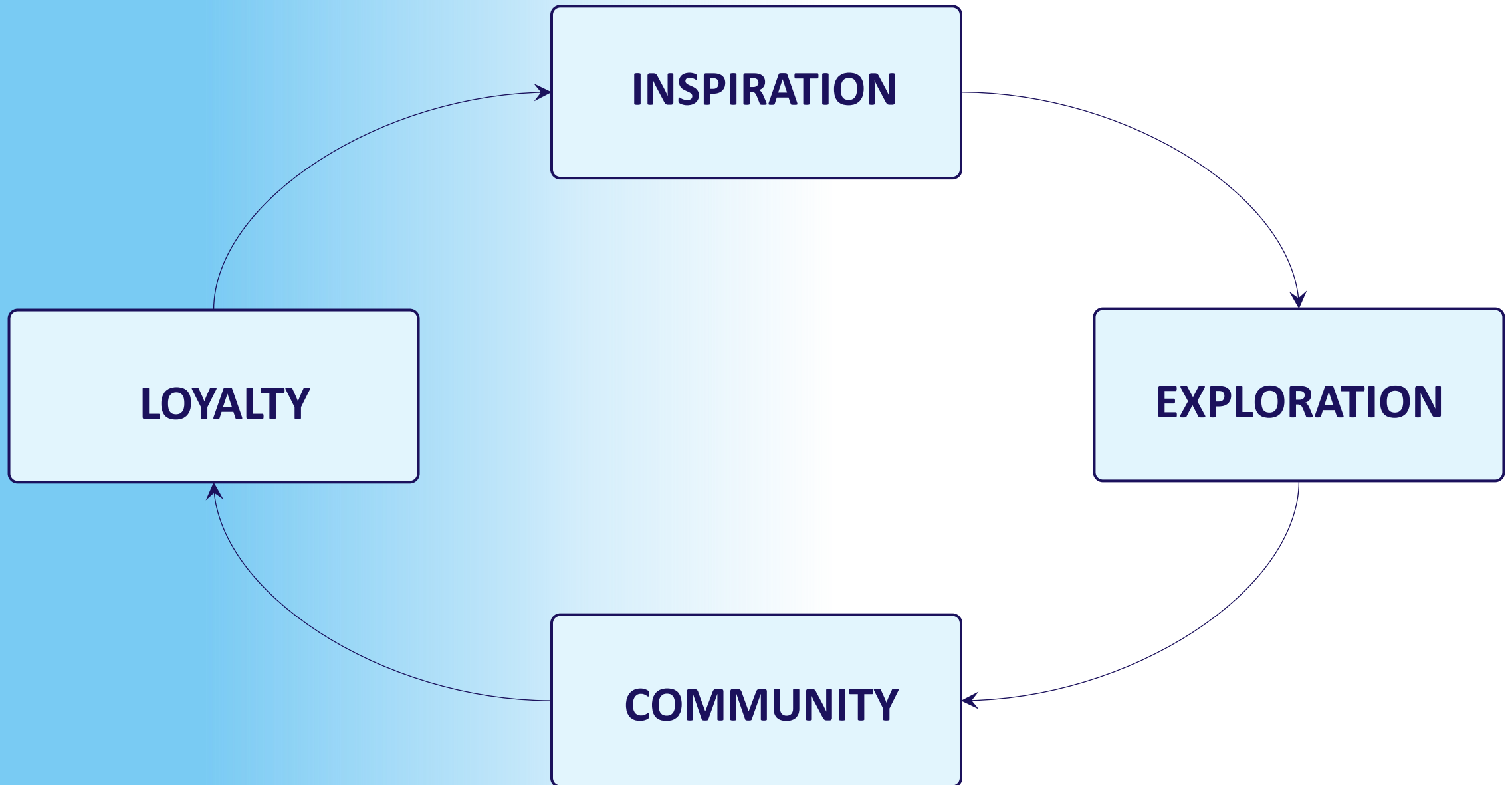
Action



# NAAR CYCLUS









# INSPIRATION



# THE DIGITAL NATIVES



# WHERE



*Instagram*



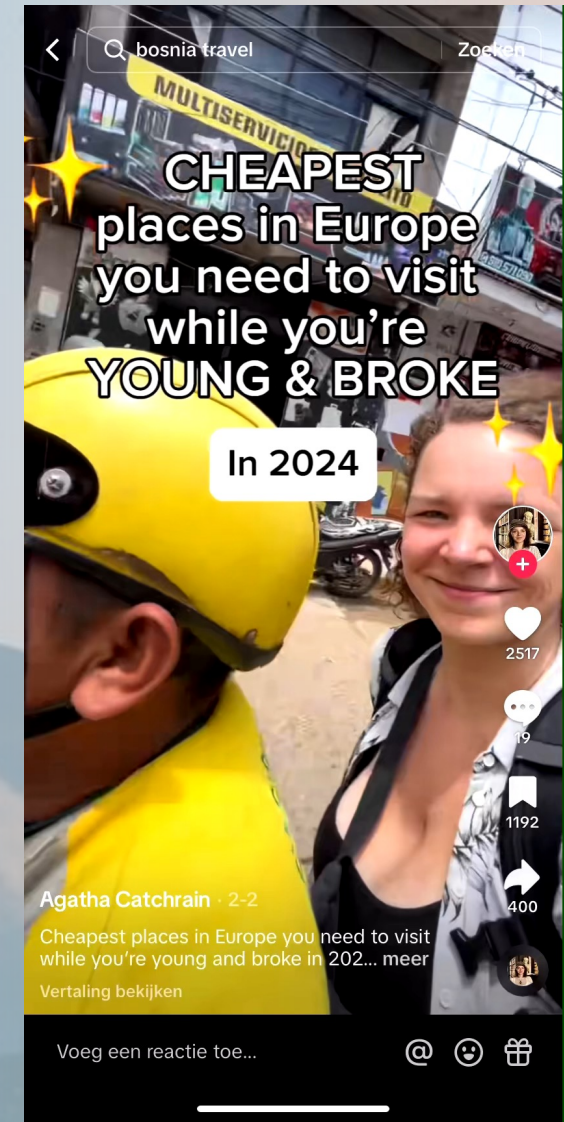
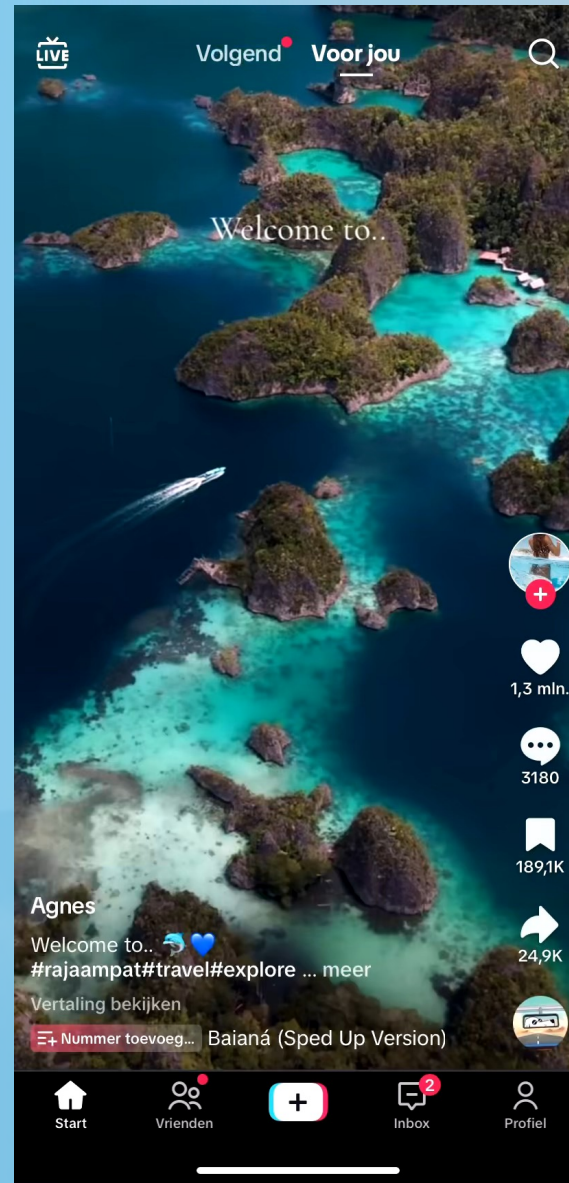
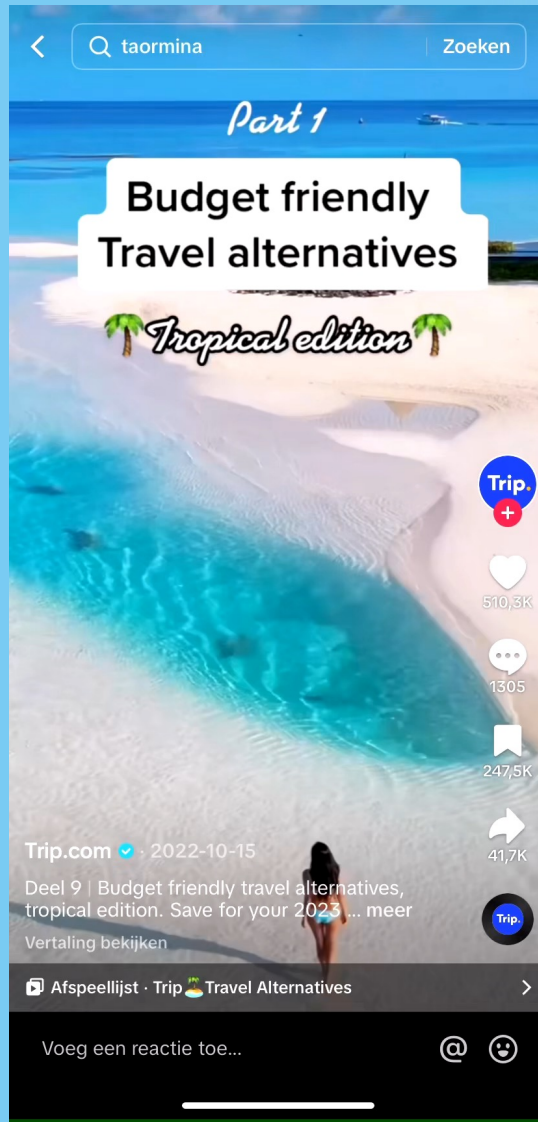
*Tik Tok*



*YouTube*







# EXPLORATION





## Gen Z:

- *Frictieloze interactie*
- *Authenticiteit*

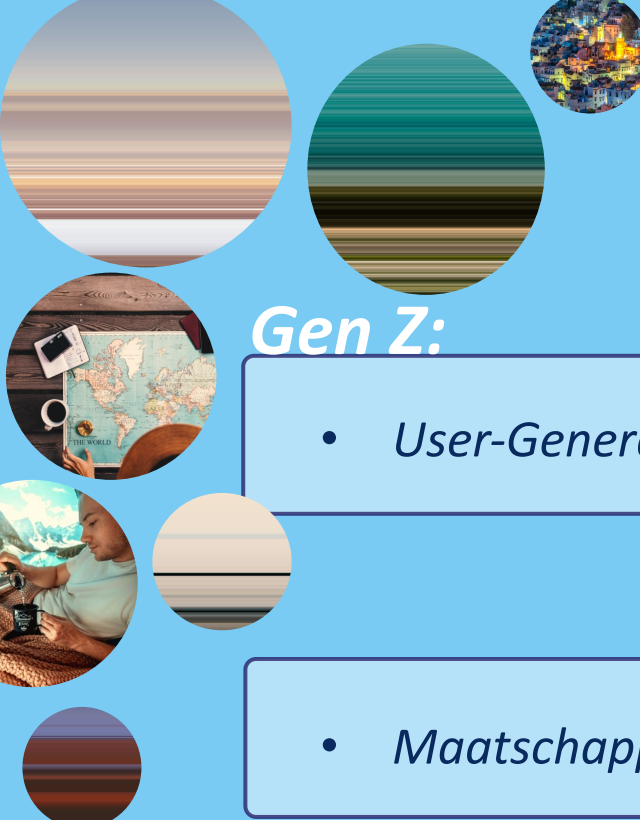
### Aankoop ontmoedigen:

- *Geen onafhankelijke informatie of beoordelingen kunnen vinden over een merk of product **(46%)***
  - *Tijdgebonden aanbiedingen krijgen voordat ze klaar zijn om te kopen **(44%)***
  - *Te veel gesponsorde/promotieposts of advertenties zien **(43%)***
- 

COM







## Gen Z:

- *User-Generated Content*

- *Maatschappelijke verantwoordelijkheid & Duurzaamheid*

- *Coolle merken voor 84%*



**LOYALTY**

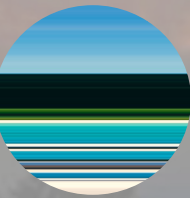
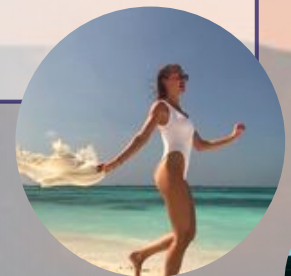
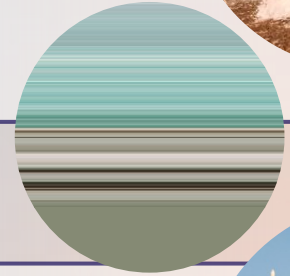


## Gen Z:

- *Snelle Informatie en Besluitvorming*

- *Herhaalaankopen VS. Merkrelaties*

- *Content Creators en Prosumenten*



# TUI Customer Journey vs Gen Z





Trends

INSPIRE  
TO BOOK

PREPARE  
TO GO

TRAVEL TO  
DESTINATION

TRANSFER

ACCOMMODATION  
EXPERIENCE

ON-HOLIDAY  
SERVICE

TUI  
EXPERIENCE

TRANSFER

TRAVEL  
HOME

POST-HOLIDAY  
SERVICE

Wat is  
belangrijk?

Socials

Reisbureau

Authenticiteit



Vakanties

Vliegtickets

Cruises

≡ Meer reizen

Vind jouw ideale vakantie

Vakantietype

Geen voorkeur



Bestemming

Geen voorkeur



Wanneer?

Geen voorkeur



Wie?

2 volwassenen



Zoeken



**Boek nu betaal later**  
Geen aanbetaling op alle vakanties



**Zonvakanties**



**De beste Last Minutes**  
Boek nu zonder aanbetaling



**All Inclusive**

Zomervakantie >

Last Minute >

Stedentrips >

Autovakanties >

Verre reizen >

Rondreizen >

Wintersport >

TUI Sports >

Busreizen >

TUI Deals >

Feedback



# STERKE MERKEN

UPFRONT

## UPFRONT

Upfront staat bekend om zijn transparante aanpak en sterke klantbetrokkenheid. Ze hebben een aantal strategieën die goed werken:

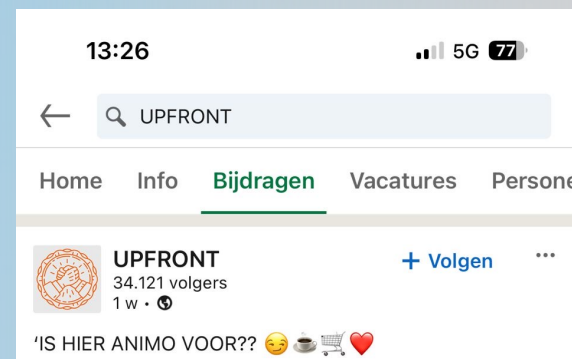
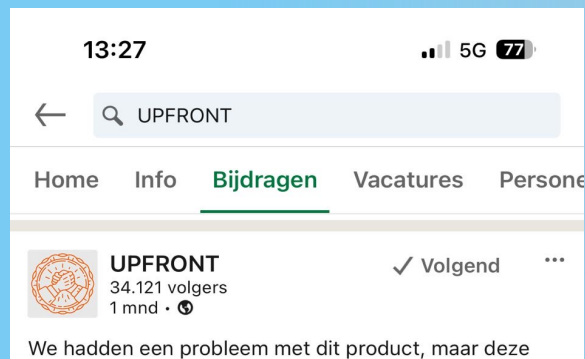
1. **Transparante Prijsstructuur:** Upfront deelt duidelijk hun kostenstructuur en waar elke euro naartoe gaat. Dit bouwt vertrouwen op bij klanten.
2. **Eerlijke Communicatie:** Ze zijn open over hun productieprocessen, leveranciers en materialen, wat helpt om een authentieke band met de klant op te bouwen.
3. **Community Engagement:** Upfront betreft hun klanten actief bij het merk via sociale media, feedbackrondes en co-creatie sessies.

### Wat bedrijven kunnen leren van Upfront:

- **Wees transparant:** Deel eerlijke en gedetailleerde informatie over je producten, diensten en prijsstructuur.
- **Communiqueer openlijk:** Geef klanten een kijkje achter de schermen van je bedrijfsvoering.
- **Betrek je klanten:** Gebruik sociale media en andere kanalen om klanten actief te betrekken en te luisteren naar hun feedback.







## Wat kost het ons om te maken?

**€14,47**

\*totale productieprijs  
per stuk

**€13.83**

Productie

Onder productie behoren de  
kosten voor het produceren en  
ompakken van producten.

**€0.63**

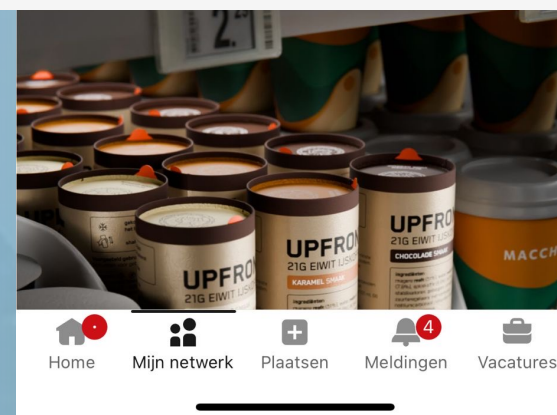
Verpakking

Onder verpakking behoren de  
kosten voor de zakken, potten,  
omdoosjes, glas, folie, deksels  
en scoops.

**€0.01**

Transport

Onder transportkosten  
behoren de kosten voor het  
vervoer en de pallets.





# STERKE MERKEN



## PATAGONIA

Patagonia is een merk dat duurzaamheid en ethische bedrijfsvoering hoog in het vaandel heeft staan.

1. **Duurzaamheid:** Ze communiceren duidelijk over hun milieuvriendelijke productieprocessen en zetten zich in voor duurzaamheid.
2. **Activisme:** Patagonia moedigt klanten aan om actief betrokken te zijn bij milieuactivisme en gebruikt een deel van hun winst om milieuprojecten te ondersteunen.
3. **Product Transparantie:** Elk kledingstuk heeft een duidelijke beschrijving van de herkomst van de materialen en de impact op het milieu.

### Wat bedrijven kunnen leren van Patagonia:

- **Prioriteer duurzaamheid:** Wees transparant over je duurzaamheidsinspanningen en de impact van je producten.
- **Ondersteun een groter doel:** Betrek je klanten bij een maatschappelijk doel dat aansluit bij je merkwaarden.
- **Wees eerlijk over je materialen:** Geef gedetailleerde informatie over de herkomst en productie van je producten.



Take Action Start a Repair

Shipping Information ▼

Shop Activism Sports Stories

patagonia®

Collections > New Arrivals

# New Arrivals

Our newest products are here. You'll find natural hues, sleek tones and boisterous designs. Each product is thoughtfully crafted and everything, as always, is built to last a long time.



Find out about [events](#) happening in your area



Sign [petitions](#) supporting issues you care about



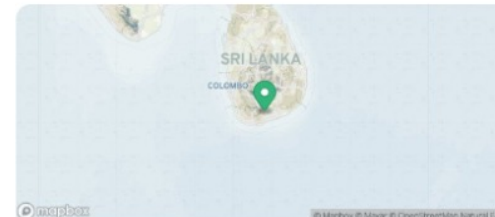
Have a skill that an organization is looking for? Find out how to [volunteer](#) your time



[Donate](#) money to local causes.

How it's made

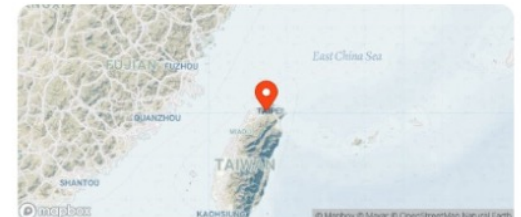
Where it's made



MAS Active  
(Pvt) Ltd. -  
Asialine

Learn More

Factory



Eclat Textile  
Co., LTD

Learn More

Mill

# STERKE MERKEN

## WARBY PARKER

### WARBY PARKER

Warby Parker is een brillenmerk dat bekend staat om zijn innovatieve benadering van klantbeleving, transparantie, en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

1. **Thuis Probeer Programma:** Warby Parker biedt klanten de mogelijkheid om vijf brillen thuis uit te proberen voordat ze een aankoop doen. Dit maakt het voor klanten gemakkelijker om een weloverwogen keuze te maken en verhoogt de klanttevredenheid.
2. **Transparante Prijsstelling:** Warby Parker communiceert duidelijk over de kosten van hun brillen en hoe ze erin slagen om hoogwaardige producten tegen betaalbare prijzen aan te bieden.
3. **Buy a Pair, Give a Pair:** Voor elke verkochte bril doneert Warby Parker een bril aan iemand in nood. Dit programma benadrukt hun maatschappelijke betrokkenheid en trekt klanten aan die waarde hechten aan sociale verantwoordelijkheid.

#### Wat bedrijven kunnen leren van Warby Parker:

- **Bied flexibiliteit aan klanten:** Een thuis probeer programma of een vergelijkbare service kan de klanttevredenheid aanzienlijk verhogen.
- **Wees transparant over je prijzen:** Duidelijke communicatie over prijsstructuren bouwt vertrouwen bij klanten.
- **Ondersteun een goed doel:** Maatschappelijke verantwoordelijkheid kan een sterke aantrekkingskracht hebben op klanten en hun loyaliteit vergroten.



## HISTORY

---

Warby Parker was founded with a mission: to inspire and impact the world with vision, purpose, and style.

We're constantly asking ourselves how we can do more and make a greater impact—and that starts by reimagining everything that a company and industry can be. We want to demonstrate that a business can scale, be profitable, and do good in the world—without charging a premium for it. And we've learned that it takes creativity, empathy, and innovation to achieve that goal.

- *Opgericht door studenten*
- *1 dominant bedrijf*
- *We believe that everyone has the right to see.*
- *Buy a pair, give a pair*



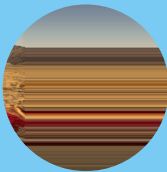


# STERKE MERKEN

- *Transparantie*
- *Klantbetrokkenheid*
- *Duurzaamheid*
- *Maatschappelijke Verantwoordelijkheid.*



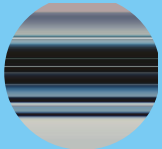
# BULLSHIT RADAR



*Wees Authentiek*



*Maatschappelijke Verantwoordelijkheid*



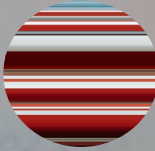
*Transparantie in Bedrijfsvoering*



*Directe en Persoonlijke Interactie*



*Echte Verhalen en Gebruikerservaringen*



*Innovatieve en Interactieve Content*



***THANK YOU***

