



Audify

**“Turn on, plug in
unlock, process
then just go”**

**Morrissey- Wide to Receive
1997**



25 audio ideeën X 25 minuten

Utrecht, 12 juni 2025

Liedewij Hentenaar

Directeur Audify



Audify

Horen = herinneren.

De onzichtbare
kracht van audio in
merkactivatie.

12 juni 2025 | Roel Willemsen



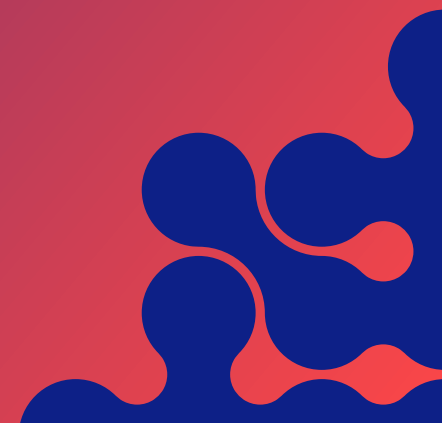


Hoe klinkt aardbeienyoghurt?





Meest gehoorde drempel:
Ik wil mijn product laten zien, maar
dat kan niet bij audio.





Is dat wel zo?





VAN ONDERBUIK NAAR ONDERBOUWD

Neuromarketing onderzoek
toont aan dat audio wel
degelijk visuele impact
heeft.



FMCG-MERKEN

 **head & shoulders**

 **merci**

 **Chocomel**

 **DOUWE EGBERTS**

 **PURINA felix**

 **Yakult**

 **Robijn**

VS

OVERIGE MERKEN

 **Ben essent**

 **NCOI**
OPLEIDINGEN

 **Sunweb**

 **BASIC-FIT**

 **GOOSSENS**
eindelijk thuis

 **VATTENFALL**





INSIGHT 1



**Visual Transfer Effect =
aangetoond!**

INSIGHT 2

Herkenbare merkassets versterken het effect.

Soundlogo's, voice-overs, slogans, etc.





INSIGHT 3

FMCG-merken
profiteren nóg sterker
van het visual
transfer effect.





INSIGHT 4

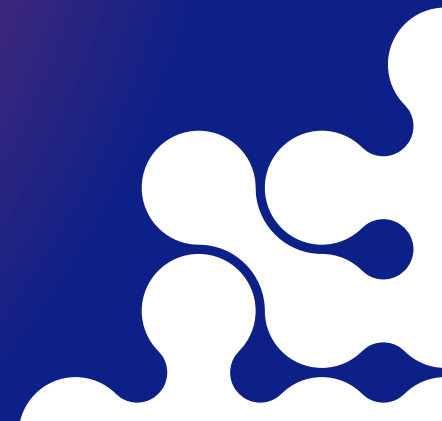
Het toevoegen van 3 tot 4 radiocontacten bovenop een tv-campagne zorgt voor optimale merkherkenning.





INSIGHT 5

Sonic branding zit diep verankerd in ons
collectieve geheugen.





Meer weten?



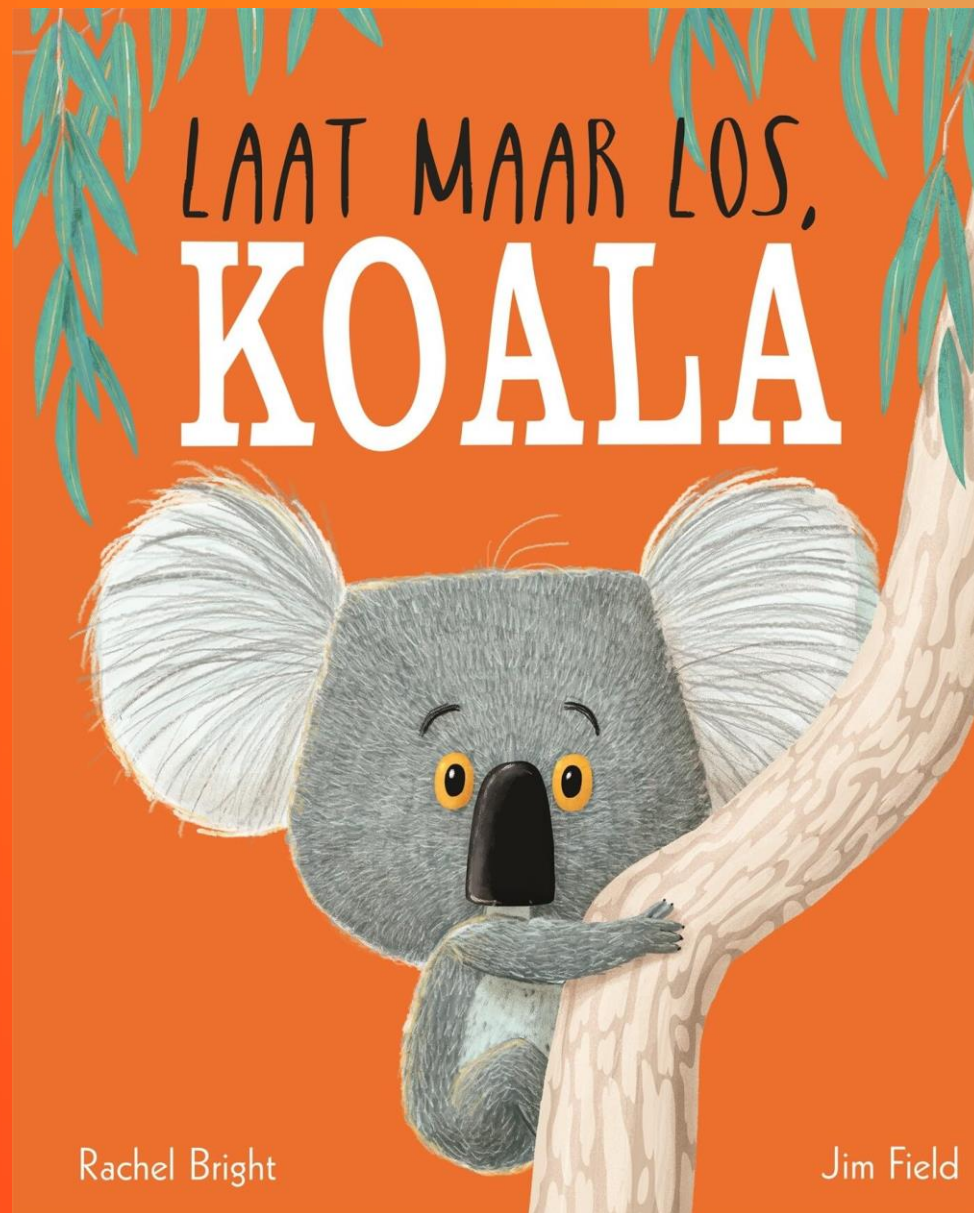


Even voorstellen...



Daan Brands

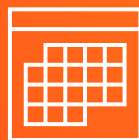
Podcast Consultant Mediahuis
06 86201421
daan.brands@mediahuis.com







**10 Cases &
Merken**



**1.5 jaar
onderzoek**



**Impact &
Creatie**

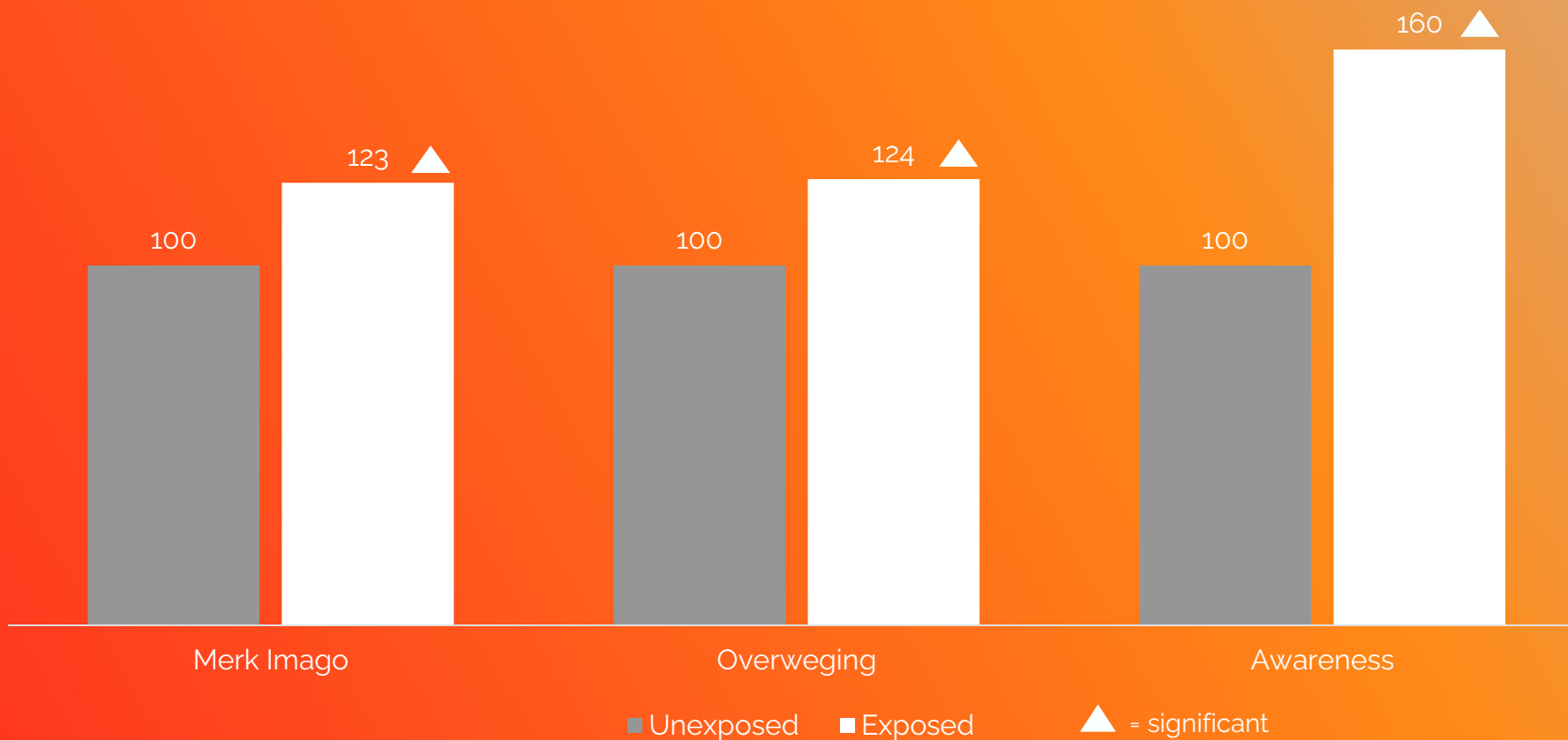


**200 Podcast-
titels**



**25M+
Prerolls**

Impact met podcast prerolls



5 tips voor de perfecte podcast preroll

Wat is ook alweer een podcast preroll?

Tip #1: Houd het kort en to the point

**Tip #2: Start met het
merk in de eerste 4
seconden**

Tip #3: Werk met audioherkenning: vaste stem, jingle of audiologo

Tip #4: Sluit aan bij de podcast én doelgroep

**Tip #5: Volg een heldere
opbouw: trigger > merk >
actie**



Daan Brands

Podcast Consultant Mediahuis
06 86201421
daan.brands@mediahuis.com



Scan voor contactgegevens





BRENDA KOMPIER

PROJECTLEIDER ONDERZOEK



HERHALING IS BELANGRIJK

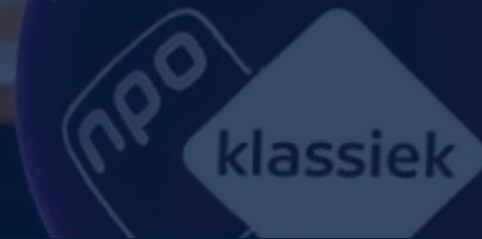
A woman with dark hair and bangs is smiling and raising her right arm in a radio studio. In the background, there is a large banner with the text 'Er is maar één' and a logo for 'npo radio 2'. A professional microphone is visible on the left. In the foreground, there is a desk with a microphone, a can of 'New Party' energy drink, and a small cup.

BOODSCHAPOVERDRACHT: MINIMAAL 3 CONTACTEN

A professional broadcast microphone with a black foam windscreen. It features two logos: a white 'NPO' logo on the left and a green '3FM' logo on the right. The microphone is mounted on a stand with a boom arm. The background is a blurred green and blue pattern.

NA 10 CONTACTEN: BOOST MET TAG-ON

**KOOPGEDRAG:
MINIMAAL 5 CONTACTEN**

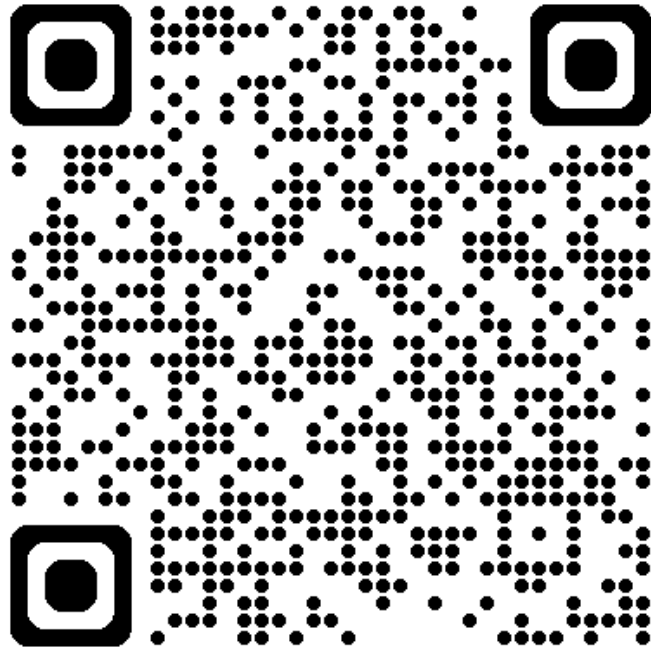


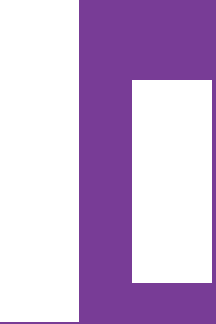
The background of the slide is a dark, blue-tinted photograph of a person's profile, wearing glasses and holding a smartphone. The phone's screen displays a collage of images, including a yellow 'radio 5' logo and a portrait of a man. The overall mood is professional and tech-oriented.

KOOPGEDRAG: EFFECTEN BLIJVEN TOENEMEN

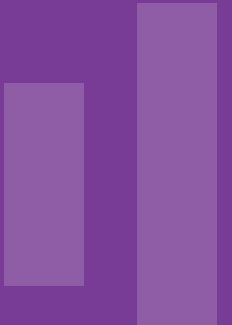
DE MAGIE VAN HERHALING

DOWNLOAD WHITEPAPER:





De onbenutte kracht van soundlogo's



Nieuw soundlogo onderzoek

**Soundlogo: kort,
onderscheidend
audiofragment dat
een merk
vertegenwoordigd**

**Belangrijk voor een
goede radio
commercial**

**Beste positie voor
soundlogo in
commercial?**

**Samen met  SONIC BRANDING
6 verschillende
versies gemaakt van
radio commercials**



Twee methoden:

Kwantitatief
online vragenlijst



Neurotest
hersenenactiviteit



1. Verwerken van informatie in commercial makkelijker met soundlogo aan het begin



Neurotest

2.

Boodschap overdracht neemt toe met soundlogo aan het begin



Kwantitatief

f

3.

Radio commercial die begint én eindigt met een soundlogo valt meer op en spreekt meer aan



Kwantitatie

f

4.

Mensen ervaren meer verlangen
als de commercial begint én
eindigt met het soundlogo



Neurotest



5.

**90% van radiocommercials heeft
soundlogo alleen op het eind**

Begin je radio commercial met je soundlogo!

En nog beter: begin én eindig met soundlogo



Joris Korver
Senior Insights & Effectiveness Consultant
IPG Mediabrands

Download het rapport



5 INZICHTEN

Zo voorkom je
dat je podcast
een succes
wordt



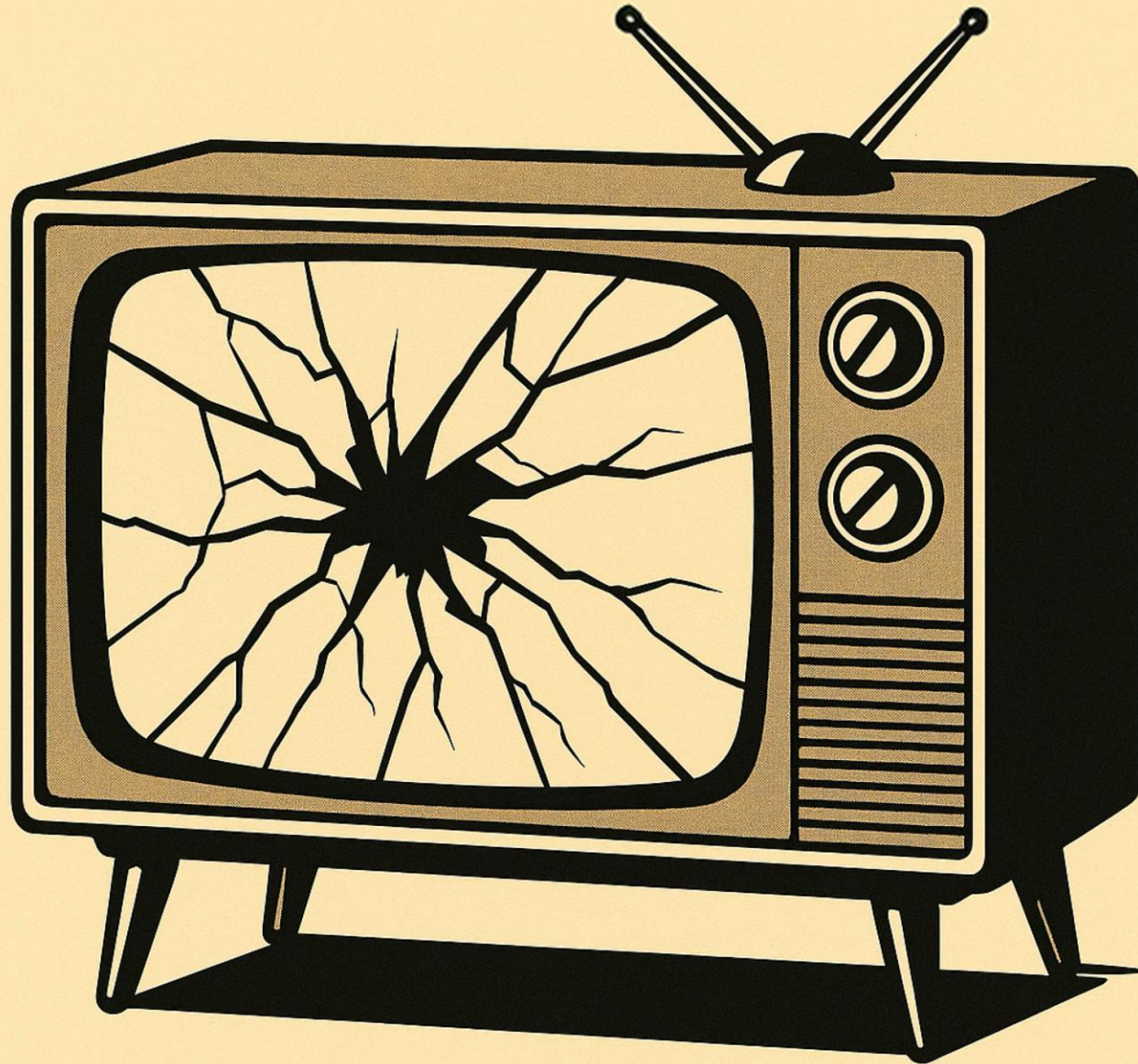
Marvin Jacobs | Creative Director Airborne





#1
Vergeet continuïteit,
maak one-offs





#2

Doe niets
met video



#3

Vermijd distributie via social snippets



DON'T



DO



#4

Kijk uit dat
het geen deel
is van een
geïntegreerde
campagne



#5

Praat zoveel
mogelijk over
je eigen merk
of bedrijf



Meer slechte tips?

Abonneer je dan nu op
mijn nieuwsbrief





Audify

**“It's an Audio World
a world that's reaching out to you,
we make the message known”**

**Audio Adrenaline- it is an Audio World
1992**

Hoe klinkt jouw merk?

