

STERCK. is er voor en vooral door ondernemers. In deze PRAKTIJCK delen onze structurele partners hun ervaring met handige tips en praktische weetjes. Thema's die u helpen om uw eigen business te versterken.

HOGER SCOREN IN GOOGLE

Heeft u vandaag al een keer 'gegoogled'? De kans is groot dat u hier voluit 'ja' op antwoordt. 90% van de Belgische internetgebruikers zoekt dagelijks informatie op via het internet en de ideale informatiebron is... Google.

Gery Alfaro ▸

EXTRAATJE voor lezers Sterck. Magazine

Vraag uw advertentievoucher aan via marketing@awali.be en krijg een extra budget van Google van maximum **150 euro!**



PRAK TIJCK

In Google zijn er organische zoekresultaten en betalende zoekresultaten. De organische zoekresultaten worden door Google zelf geselecteerd op basis van de relevantie voor de zoeker/surfer. Hiervoor maken ze gebruik van een algoritme dat regelmatig wijzigt.

De betalende zoekresultaten verschijnen bovenaan en rechts op de zoekpagina. Adverteerders betalen om hier te staan. Het is echter niet zo dat degene die het meest wil betalen, ook meteen bovenaan staat. Google houdt ook rekening met andere factoren zoals de kwaliteitsscore. Die wordt onder meer bepaald door de relevantie van uw opgezette campagne. Hoe beter het plaatje klopt, hoe hoger de kwaliteit van uw advertentie.

Stel dat je bijvoorbeeld zoekt op tennisschoenen en uitkomt op een advertentie van tennisschoenen. Je klikt en komt vervolgens effectief en rechtstreeks op een pagina met tennisschoenen. Dit is 100% relevant en dus van hoge kwaliteit voor Google.

Brengen uw advertenties op?

U betaalt enkel aan Google als er iemand op uw advertentie klikt. Daardoor kan u de clicks perfect aan de kosten relateren. Een websitebezoeker is echter niet altijd de juiste bezoeker. Daarom is het belangrijk dat u bepaalt wat voor u een succes is: een bezoeker moet het contactformulier invullen, een enquête invullen,... Als u dit weet, kan u dit gaan meten dankzij Google Analytics. Dan relateert u uw kosten niet langer aan het aantal clicks maar aan successen.

Opgelet met het Google Display netwerk!

Het Google Display netwerk wordt door veel bedrijven per ongeluk ingezet voor hun campagnes omdat dit standaard ingeschakeld staat. Héél wat bedrijven hebben hier echter al veel geld aan verloren door foutieve instellingen. Bij de zoekfunctie van Google zijn de mensen echt op

BOOST UW VISIBILITEIT

1

Gropeer uw zoekwoorden in thema's en maak hier advertentiegroepen van. Zo kan u de advertentietekst perfect afstemmen op de zoekopdracht.

2

Maak gebruik van advertentie-extensies zoals sitelinks en locaties en zorg ervoor dat uw advertentie net dat tikkeltje meer opvalt dan die van uw concurrent.

3

Stuur de mensen niet naar een algemene websitepagina maar zorg voor een zéér relevante pagina waar ze meteen de juiste informatie kunnen terugvinden.

4

Koppel uw Google Adwords aan uw Google Analytics account en meet de resultaten van uw marketingacties in detail dankzij het instellen van conversies (doelen en e-commerce statistieken)

5

Volg regelmatig uw campagne op en optimaliseer tot de gewenste resultaten worden behaald. Een doorgedreven training of externe ondersteuning kan hierbij een hulp zijn.

zoek naar uw oplossingen als ze uw advertentie zien. Bij Google Display komen ze toevallig in aanraking met uw advertentie omdat uw advertentie getoond wordt op een gerelateerde pagina (ook wel plaatsing genoemd in Adwords).

Mogelijke plaatsingen zijn onder meer de website van het Belang van Limburg, Trends, Knack,... maar evenzeer websites zoals 2ehands.be, marktplaats.nl,... Het Google Display netwerk kan zeer interessant zijn voor branding en remarketing campagnes, maar moet wel doordacht ingezet worden.■