

# Inhoud

1	De basis van zoekmachine-adverteren	1
	<b>Waarom een boek over SEA?</b>	<b>2</b>
	<b>De belangrijkste afkortingen</b>	<b>2</b>
	Cost Per Action / Acquisition (CPA)	3
	Cost Per Click (CPC)	3
	Cost Per Mille (CPM)	3
	Click Through Ratio (CTR)	3
	Pay Per Click (PPC)	4
	Return On Ad Spend (ROAS)	4
	Search Engine Advertising (SEA)	4
	<b>Een korte geschiedenis</b>	<b>4</b>
	De dominantie van Google AdWords	5
	<b>Advertenties herkennen: tekstadvertenties</b>	<b>5</b>
	Tekstadvertenties op Google.nl	5
	Tekstadvertenties op Bing.com	8
	Tekstadvertenties buiten de zoekmachines	8
	<b>Advertenties herkennen: beeldadvertenties</b>	<b>10</b>
	<b>Advertenties herkennen: productadvertenties</b>	<b>10</b>
	<b>SEA tegenover SEO</b>	<b>11</b>
	<b>Wat u kunt na het lezen van dit boek</b>	<b>11</b>
	<b>Opdracht: bepaal uw doel met SEA</b>	<b>12</b>

<b>2</b>	<b>Accountinstellingen</b>	<b>13</b>
	<b>Aanmaken account</b>	<b>14</b>
	Uw eerste campagne	14
	Facturering en een promotiecode inzetten	18
	Controleren en aan de slag	18
	<b>Biedstrategieën</b>	<b>19</b>
	Handmatig bieden	19
	Geautomatiseerde biedstrategieën	20
	<b>Opdracht: doelen en biedstrategie</b>	<b>20</b>
<b>3</b>	<b>Winnende advertentieteksten</b>	<b>21</b>
	<b>Opbouw van de tekst</b>	<b>22</b>
	<b>De titel(s) van de advertentie</b>	<b>23</b>
	Keyword insertion	23
	Vraagstelling	24
	<b>De beschrijvingsregels</b>	<b>25</b>
	<b>Veelgemaakte fouten</b>	<b>27</b>
	<b>Opdracht: schrijf uw advertenties nu zelf</b>	<b>27</b>
<b>4</b>	<b>Advertentieplanning</b>	<b>29</b>
	<b>Wat advertentieplanning is</b>	<b>30</b>
	<b>Advertentieplanning inschakelen</b>	<b>31</b>
	<b>Tijden bepalen dankzij Google Analytics</b>	<b>32</b>
	<b>Praktijkcase: Vakantiehuiswinkel</b>	<b>33</b>
	<b>Opdracht: wanneer kopen uw klanten?</b>	<b>34</b>
<b>5</b>	<b>Zoekwoordtargeting</b>	<b>35</b>
	<b>De verschillende typen zoekwoorden</b>	<b>36</b>
	Brede zoekwoorden	36
	Brede zoekwoorden met modifier	36
	Woordgroepen	37
	Exacte zoekwoorden	37
	Uitsluitingswoorden	37
	<b>Aandachtspunten rondom zoekwoorden</b>	<b>38</b>
	<b>Zoekwoord statistieken</b>	<b>39</b>
	Details	39
	Zoektermen	41
	Kwaliteitsscore	41
	<b>Opdracht: aanpassen van uw eerste campagne</b>	<b>42</b>

<b>6</b>	<b>Advertentie-extenties</b>	<b>43</b>
	<b>Wat zijn advertentie-extensies?</b>	<b>44</b>
	<b>Advertentie-extensies en kosten</b>	<b>45</b>
	<b>Alle advertentie-extensies en hun eigenschappen</b>	<b>45</b>
	Extensies voor sitelinks	45
	Locatie-extensies	46
	Oroepextensies	47
	App-extensies	48
	Recensie-extensies	49
	Highlight-extensies	49
	Extensies voor website-informatie	50
	Prijsexpensies	51
	Rapport 'Geautomatiseerde extensies'	52
	<b>Opdracht: welke advertentie-extensies gaat u inzetten?</b>	<b>52</b>
<b>7</b>	<b>Het belang van landingspagina's</b>	<b>53</b>
	<b>Het begrip landingspagina</b>	<b>54</b>
	<b>Spelregels rondom landingspagina's</b>	<b>55</b>
	De 'drie seconden-regel'	55
	Relevantie is de sleutel	56
	Snelle laadtijd	57
	Call-to-action	59
	Leid me niet af!	59
	Gebruik vertrouwenselementen	60
	Blijf boven de vouw	60
	Testen, testen en testen	60
	<b>Opdracht: analyseer uw landingspagina's</b>	<b>61</b>
<b>8</b>	<b>Display Network &amp; Remarketing</b>	<b>63</b>
	<b>Wat is het Display Network?</b>	<b>64</b>
	Redenen om het Display Network in te zetten	64
	<b>Uw eerste Display Networkcampagne</b>	<b>65</b>
	<b>Targeting binnen Displaycampagnes</b>	<b>68</b>
	<b>Remarketing</b>	<b>69</b>
	Een remarketingcampagne opzetten	70
	Een remarketinglijst maken	71
	Remarketing targeting instellen via het tabblad Display Network	73
	<b>Praktijk case: Parfumlux</b>	<b>74</b>
	<b>Opdracht: uw remarketingcampagne</b>	<b>75</b>

<b>9</b>	<b>Videoadvertenties</b>	<b>77</b>
	<b>De soorten videoadvertenties op YouTube</b>	<b>78</b>
	InStream-advertenties	78
	Advertenties met video-discovery	79
	<b>Videocampagnes maken</b>	<b>80</b>
	De drie typen campagnes	81
	Kies uw netwerken	81
	Kies de apparaten	82
	Advertentiegroepen	82
	<b>De targeting binnen YouTube</b>	<b>84</b>
	<b>Uw YouTube-kanaal koppelen</b>	<b>86</b>
	<b>Video's bewerken</b>	<b>86</b>
	<b>Praktijk case: DGOC</b>	<b>88</b>
	<b>Opricht: uw videomarketing?</b>	<b>89</b>
<b>10</b>	<b>Mobiele advertenties</b>	<b>91</b>
	<b>Mobiel wordt leading</b>	<b>92</b>
	<b>Soorten mobiele advertenties</b>	<b>92</b>
	Tekstadvertenties	93
	Beeldadvertenties	95
	HTML5-advertenties	95
	Alleen bellen-advertenties	95
	Adverteren in apps	95
	<b>Universele app-campagnes</b>	<b>96</b>
	Wat zijn universele app-campagnes?	96
	Een universele app-campagne aanmaken	96
	<b>Google Play Developer Console</b>	<b>97</b>
	<b>Aparte of gemixte campagnes?</b>	<b>98</b>
	<b>Opricht: uw mobiele strategie</b>	<b>98</b>
<b>11</b>	<b>Google Shopping</b>	<b>99</b>
	<b>Winkelen op Google?</b>	<b>100</b>
	<b>Google Merchant Center</b>	<b>102</b>
	<b>Productenfeeds</b>	<b>103</b>
	<b>Een Google Shopping-campagne opzetten</b>	<b>103</b>
	Extra opties	106
	<b>Uw Google Shopping-campagne optimaliseren</b>	<b>107</b>
	Benchmarkcijfers gebruiken	108
	<b>Praktijk case: Bascom</b>	<b>109</b>
	<b>Opricht: uw Google Shopping-campagne?</b>	<b>111</b>

<b>12</b>	<b>Hulpprogramma's van Google</b>	<b>113</b>
	Zoekwoordplanner	114
	Displayplanner	116
	Advertentievoorbeeld en -diagnose	118
	Google Analytics	119
	Google Merchant Center	119
	Conversies	119
	Toeschrijving	120
	Wijzigingsgeschiedenis	122
	Dimensies	122
	Opdracht: controleer uw instellingen	124
<b>13</b>	<b>AdWords Editor &amp; Automatisering</b>	<b>125</b>
	<b>Wat is AdWords Editor?</b>	<b>126</b>
	Beheer van meerdere accounts	127
	<b>Functies binnen AdWords Editor</b>	<b>127</b>
	<b>Zoek naar de ideale mix</b>	<b>129</b>
	<b>Automatisering binnen Google AdWords</b>	<b>129</b>
	Automatische biedstrategieën	129
	Bulkbewerkingen	131
	Regels maken binnen videoadvertenties	133
	Tools van externe partijen	135
	<b>Opdracht: hoe gaat u tijd besparen?</b>	<b>135</b>
<b>14</b>	<b>Metten is weten</b>	<b>137</b>
	<b>De koppeling tussen Google AdWords en Google Analytics</b>	<b>138</b>
	<b>Statistieken in Google AdWords en Google Analytics</b>	<b>139</b>
	Verschillen in statistieken	139
	Conversie-attributie binnen Google Analytics	140
	Videocampagnes analyseren	141
	<b>Labels binnen Google AdWords</b>	<b>142</b>
	<b>Concepten &amp; Experimenten</b>	<b>143</b>
	<b>Het KPI-optimalisatiemodel</b>	<b>144</b>
	<b>Opdracht: wat zijn uw belangrijkste cijfers?</b>	<b>145</b>

## Inhoud

15	<b>Bing Ads</b>	147
	<b>Van start met Bing Ads</b>	148
	<b>Praktijkcase</b>	151
	<b>Opdracht: aan de slag met Bing Ads!</b>	153
16	<b>Trends en ontwikkelingen</b>	155
	<b>2016 en daar voorbij</b>	156
	<b>Online hulpbronnen</b>	157
	<b>Tools van uw auteur</b>	157
	<b>U bent aan zet!</b>	158
	<b>Index</b>	159

# De basis van zoekmachine-adverteren

**Z**oekmachine-adverteren is een van de meest klassieke manieren van online marketingvormen. Waar velen zich telkens op weer een nieuwe techniek storten, de ene succesvoller dan de andere, blijkt keer op keer dat betaald adverteren in de zoekmachines ook vandaag de dag nog tot verbluffende resultaten kan leiden. Gebruik zoekmachine-adverteren in de marketingmix, juist nu.

U leert in dit hoofdstuk:

*Waarom er nu nog een boek over SEA verschijnt.*

*De belangrijkste afkortingen rondom zoekmachine-adverteren.*

*Het herkennen van zoekmachine-advertenties op allerlei plaatsen.*

*SEA tegenover SEO.*

*Wat u kunt als u dit boek gelezen hebt.*

## Waarom een boek over SEA?

Een vraag die mij tijdens het schrijven van dit boek regelmatig werd gesteld was de waaromvraag. Waarom zou er nu nog een boek moeten verschijnen over een onderwerp als zoekmachine-adverteren? Het antwoord is verassend simpel. Het was er nog niet. Meer dan vijf jaar geleden verscheen er voor het laatst een editie van het *Handboek Zoekmachinemarketing*. Hierin werden zowel SEA als SEO uitgebreid behandeld. Vijf jaar later is er enorm veel veranderd en is het hoog tijd voor een update in de vorm van een nieuw boek volledig gewijd aan het onderwerp betaald adverteren binnen zoekmachines.

Met dit boek wil ik bovendien een statement maken naar alle mensen die roepen dat zoekmachine-adverteren te duur is omdat iedereen tegen elkaar zou opbieden. Mijn antwoord hierop is dat dit niet waar is. Natuurlijk zijn er uitzonderingen of markten waarin de concurrentie bereid is meer te betalen per klik dan er mogelijkwijs uit een verkoop kan voortvloeien, puur en alleen om boven de concurrentie te staan. In 99,9% van de gevallen is dit simpelweg niet waar. Als de campagne niet tot de gewenste resultaten heeft geleid, werd deze niet goed genoeg uitgevoerd. Na het lezen van dit boek en het opvolgen van de adviezen zal dat probleem in elk geval verholpen zijn.

## De belangrijkste afkortingen

Binnen de online marketingwereld worden vele begrippen gebruikt in de vorm van afkortingen en ze lijken vaak ook nog op elkaar. Daarom is het goed om te beginnen met een overzicht van de afkortingen die wij vaak tegenkomen binnen het speelveld van zoekmachine-adverteren en die ook regelmatig in het boek worden gebruikt.

De afkortingen:

CPA	Cost Per Action / Acquisition
CPC	Cost Per Click
CPM	Cost Per Mille
CTR	Click Through Ratio
PPC	Cost Per Click
ROAS	Return On Adspend
SEA	Search Engine Advertising



### Cost Per Action / Acquisition (CPA)

Bij CPA spreken we over kosten per actie of acquisitie. Dat wil zeggen dat u een prijs betaalt per gerealiseerd doel. Dat kan een inschrijving zijn, een klik, een verkoop, een download of het bereiken van een bepaalde pagina. Het is binnen Google AdWords dan ook mogelijk om een te realiseren doel-CPA in te stellen. U betaalt dan nog steeds voor elke klik, maar het algoritme van Google AdWords doet zijn best om binnen de gestelde voorwaarden resultaten te produceren.

### Cost Per Click (CPC)

Binnen zowel Bing Ads als Google AdWords betaalt u in het overgrote deel van de campagnes voor elke klik die u realiseert. Dit staat voor CPC. Het advertentiemodel van deze diensten kent daarom veel minder risico's dan andere vormen van online of offline adverteren.

### Cost Per Mille (CPM)

Bij een klein deel van de campagnes worden ook de CPM kosten weergegeven. Dit zijn de kosten per duizend vertoningen. Ook hier geldt dat u alsnog betaalt voor elke klik, maar voor het gemak en de vergelijking met andere vormen van display-adverteren worden de kosten omgerekend in kosten per duizend vertoningen. Zo kunt u de gemaakte kosten binnen een SEA-campagne goed vergelijken met de kosten van een klassieke banner campagne voor een vast CPM-tarief.

### Click Through Ratio (CTR)

Het begrip Click Through Ratio is een begrip dat u vaak zult tegenkomen. Het gaat hierbij om het percentage mensen dat doorklikt na het zien van de advertentie. Het CTR-percentage is ook een graadmeter voor de kwaliteit van uw advertentie. Hoe hoger het percentage, hoe relevanter uw advertentie wordt gezien.

De rekendom om het CTR-percentage van een advertentie of zoekwoord te berekenen:

$$\text{CTR} = (\text{aantal klikken} / \text{aantal weergaven}) * 100$$

Een voorbeeld:

Uw advertentie heeft 1.000 weergaven en er is 25 keer op geklikt. Het CTR-percentage wordt dan:  $(25 / 1.000) * 100 = 2,5 \%$ .

### Pay Per Click (PPC)

Pay Per Click staat voor het betalen per klik. Het is de brede omschrijving van de vorm van adverteren die zo kenmerkend is voor zoekmachine-adverteren.

### Return On Ad Spend (ROAS)

Bij het begrip Return On Ad Spend gaat het om het percentage omzet dat wordt gerealiseerd tegenover de kosten binnen een campagne. Kortom, hoeveel geld gaat er in een advertentie zitten en hoeveel komt daar uit in de vorm van een percentage.

De ROAS-formule:

$$\text{ROAS} = (\text{verkoop opbrengst} - \text{advertentiekosten}) / \text{advertentiekosten} * 100$$

Een voorbeeld:

U spendeert 500 euro aan advertentiekosten en realiseert hiermee een verkoopopbrengst van 1.750 euro. Het ROAS-percentage wordt dan:  $(1.750 - 500) / 500 * 100 = 250\%$ .

### Search Engine Advertising (SEA)

Het basisbegrip SEA staat voor zoekmachine-adverteren. Het is de verzamelnaam voor alle vormen van adverteren binnen zoekmachines.

## Een korte geschiedenis

Bij Pay Per Click-adverteren denken we allemaal direct aan Google. Hoewel Google nu de dominante marktspeler is, was het niet het eerste bedrijf dat actief werd binnen deze branche. Het begon allemaal in 1996 met Planet Oasis, een desktopapplicatie van het bedrijf Packard Bell. In 1998 volgde GoTo.com met een PPC-systeem in combinatie met een zoekmachine. Het bedrijf veranderde zijn naam in Overture en werd enkele jaren later overgenomen door Yahoo. Pas in oktober 2000 lanceerde Google het product AdWords.

In Nederland zijn er in 2016 twee partijen voor PPC-adverteren binnen zoekmachines. Dat zijn uiteraard Google AdWords van Google en BingAds van Microsoft. Bing is sinds 2010 de zoekmachine die wordt gebruikt binnen zowel Microsoft als Yahoo en heeft daarmee wereldwijd een behoorlijk marktaandeel. In Nederland blijft het marktaandeel beperkt, maar na de lancering van Windows 10 is het aantal gebruikers significant toegenomen.

## De dominantie van Google AdWords

Adverteren binnen de zoekmachines in Nederland betekent adverteren met Google AdWords. In ons land is de dominantie van Google enorm en is er geen andere zoekmachine meer met een significant marktaandeel. Alleen Bing van Microsoft speelt nog enige rol van betekenis. Zeker nu vele computers de update hebben gekregen naar Windows 10 en daarmee de nieuwe browser van Microsoft, Edge, zijn intrede heeft gedaan. Uiteraard zit Bing daarin ingebakken als standaardzoekmachine.

## Advertenties herkennen: tekstadvertenties

SEA-advertenties zijn er in vele soorten en maten daarom is het goed om even stil te staan bij waar u deze tegen kunt komen en hoe ze er dan uitzien. We beginnen bij de klassieke tekstadvertenties binnen de zoekresultaten. We hebben gezocht op de term ‘vliegticket Barcelona’.

### Tekstadvertenties op Google.nl

Tekstadvertenties zijn er binnen Google in vele verschillende vormen en maten en met allerlei verschillende toeters en bellen. In dit boek komen ze allemaal voorbij en we beginnen hier met het herkennen van advertenties.

Google vliegticket barcelona

Alle Vluchten Afbeeldingen Maps Shopping Meer Zoekhulpmiddelen

Ongeveer 150.000 resultaten (0,61 seconden)

**Vliegtickets Barcelona - CheapTickets.nl**  
[www.cheaptickets.nl/Barcelona](http://www.cheaptickets.nl/Barcelona)  
 4.0 ★★★★★ beoordeling voor cheaptickets.nl  
 Alle Vliegtickets naar Barcelona Beste Deal? Barcelona vanaf €26,-

Vlieg vanaf Amsterdam Amsterdam (AMS) - Barcelona (BCN) Vlieg vanaf Schiphol  
 Vlieg vanaf Brussel Brussel (BRU) - Barcelona (BCN) Vlieg vanaf Zaventem

**Ticket Barcelona v.a. €39 - Vliegticket naar Barcelona**  
[www.wtc.nl/Barcelona](http://www.wtc.nl/Barcelona)  
 Speciale Deals op WTC.nl  
 World Ticket Center - Sinds 1983 - NR 1 van NL - Ruim 50 Reisspecialisten

**Barcelona Vluchten - airberlin.com**  
[www.airberlin.com/Barcelona](http://www.airberlin.com/Barcelona)  
 Vlieg non-stop van Düsseldorf naar Barcelona alleen met airberlin.com!

Vluchten van Düsseldorf, Duitsland (DUS) naar Barcelona, Spanje (BCN)  
[www.google.nl/flights](http://www.google.nl/flights)

Düsseldorf, Duitsland (DUS)		Barcelona, Spanje (BCN)	
ma 15 februari	za 20 februari		
Rechtstreeks	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eurowings 2u 10m vanaf € 80</li> <li>Vueling 2u 10m vanaf € 90</li> <li>Iberia 2u 10m vanaf € 112</li> </ul>		
Aansluitende vluchten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Air France 4u 45m+ vanaf € 161</li> <li>Swiss 4u 0m+ vanaf € 187</li> <li>Andere 3u 40m+ vanaf € 187</li> </ul>		

Meer vluchresultaten van Google »

Goedkope vliegtickets Barcelona v.a. € 72 | CheapTickets.nl  
<https://www.cheaptickets.nl/vliegtickets/spanje/barcelona>  
 Genieten in prachtig Barcelona? Boek nu de goedkoopste vliegtickets naar Barcelona!  
 / Ontdek meer over / Beste deal / 3 ERN 00% korting / Nu € 1 van NL

**Advertenties**

**Vliegticket Barcelona**  
[www.vliegtickets.nl/Barcelona](http://www.vliegtickets.nl/Barcelona)  
 3.6 ★★★★★ beoord. van adverteerder  
 Vind uw retourticket al vanaf €58.  
 Laagste Prijs van NL met Air Miles!

**TUIfly Vliegtickets**  
[www.tui.nl/Vliegtickets](http://www.tui.nl/Vliegtickets)  
 4.3 ★★★★★ beoordeling voor tui.nl  
 Voordelige vliegtickets met TUIfly.  
 Boek veilig & snel op TUI.nl.

**Vlucht naar Barcelona**  
[www.skyscanner.nl/Barcelona](http://www.skyscanner.nl/Barcelona)  
 Zoek je vliegticket naar Barcelona Bij Skyscanner. Boek vandaag nog!

**Vluchten vanuit Brussel**  
[www.brusselsairlines.com/Spanje](http://www.brusselsairlines.com/Spanje)  
 Vlieg naar Madrid, Malaga, Bilbao met Brussels Airlines! Boek nu hier

**Vliegtickets Barcelona**  
[www.budgetair.nl/Barcelona](http://www.budgetair.nl/Barcelona)  
 Vind alle Vliegtickets Barcelona Het Goedkoopst op BudgetAir.nl!

**Vliegtickets Barcelona**  
[www.tix.nl/Barcelona-Vliegtickets](http://www.tix.nl/Barcelona-Vliegtickets)  
 4.2 ★★★★★ beoordeling voor tix.nl  
 De prijsvichter van NL = TIX.nl  
 De beste deals, maar dan nog beter

**Vliegtickets Barcelona**  
[www.vliegwinke.nl/Barcelona](http://www.vliegwinke.nl/Barcelona)  
 Vanaf €64 bij Vliegwinke!  
 Boek uw Ticket direct online!

**Afbeelding 1.1** Het zoekresultaat om de term ‘vliegticket Barcelona’ begin 2016.

Tot voor kort zag een zoekresultaat op de term ‘vliegticket Barcelona’ er zo uit als in de afbeelding. De eerste drie resultaten aan de linkerkant van het scherm zijn klassieke tekstadvertenties, evenals de zeven boven de vouw zichtbare advertenties aan de rechterkant van het scherm. Daarnaast is ook het resultaat te zien vanuit Googles eigen systeem Google Flights, wat ook Google-advertenties zijn. Alleen het resultaat links onderin is een organisch zoekresultaat, kortom een resultaat waarvoor de website-eigenaar niet hoeft te betalen als erop wordt geklikt.



### Momentopname

Elk screenshot van een zoekresultaat is een momentopname en kan afwijken van hoe het zoekresultaat er bij u nu uitziet.

In februari 2016 voerde Google wereldwijd een update door met veel impact. De rechterkolom, die alleen nog werd weergegeven op desktop en laptop, werd volledig afgeschaft. Hierdoor zien de resultaten er nu heel anders uit.

Google vliegticket barcelona

Alle Vluchten Afbeeldingen Maps Shopping Meer Zoekhulpmiddelen

Ongeveer 151.000 resultaten (0,58 seconden)

**Ticket Barcelona v.a. €39 - WTC.nl**  
Advv [www.wtc.nl/Barcelona](http://www.wtc.nl/Barcelona)  
Alle vliegtickets in 1 overzicht. Extra stoelen ingekocht. Op = Opt

**Vliegtickets Barcelona - CheapTickets.nl**  
Advv [www.cheaptickets.nl/Barcelona](http://www.cheaptickets.nl/Barcelona)  
4,1 ★★★★★ beoordeling voor cheaptickets.nl  
Jouw Beste Deal op CheapTickets.nl. **Vliegtickets Barcelona**. Boek nu!  
9000+ Bestemmingen · 800+ Airlines · 2.500.000+ Klanten  
Eindhoven - Barcelona - Amsterdam - Barcelona - Beste Deals Barcelona

**Vliegtickets Barcelona - Boek nu uw Vlucht va €98**  
Advv [www.klm.com/Barcelona](http://www.klm.com/Barcelona)  
(+€10/boeking). Boek nu bij KLM!  
Beste personeel - Slecht weer? Reken op ons - 24/7 social media service  
Destinations: New York, Bali, Curacao, Lima, Paramaribo, Londen, Jakarta, Madrid, B...  
Word Flying Blue Member - KLM Surf Hotspots - Al onze Bestemmingen

**Vliegticket Barcelona - Vind uw retourticket al v.a. €44**  
Advv [www.vliegtickets.nl/Barcelona](http://www.vliegtickets.nl/Barcelona)  
Extra Lage Tarieven - Boek nu!  
Services: Alle Airlines Vergelijken, Hotel en Autohuur, Parkeer- & Taxi Service  
Vind de Laagste Tarieven - Boek Nu met Air Miles - Alle Bestemmingen

Vluchten van Düsseldorf, Duitsland (DUS) naar Barcelona, Spanje (BCN) Gesponsord

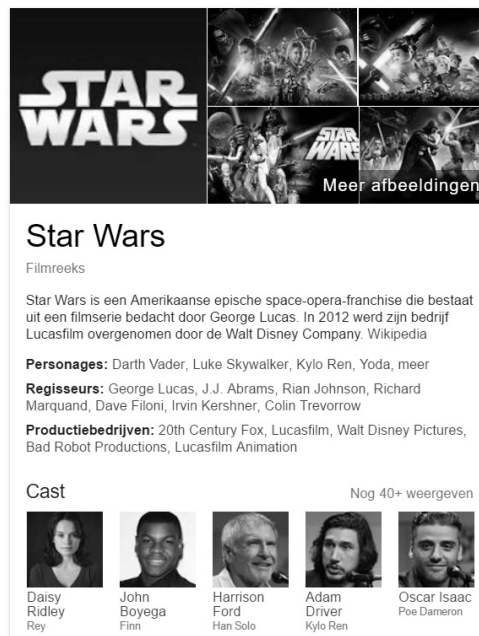
[www.google.nl/flights](http://www.google.nl/flights)

Düsseldorf, Duitsland (DUS) Barcelona, Spanje (BCN)

**Afbeelding 1.2** Het zoekresultaat na de update van Google.

Zoals in de afbeelding te zien is, staan er nu bij veel commerciële zoekopdrachten vier advertenties bovenaan in plaats van drie. Doordat de rechterkolom verdwenen is, zijn er minder advertentieposities direct zichtbaar. In dit voorbeeld zien we ook dat het resultaat van Google Flight lager op de pagina komt te staan en dat er boven de vouw geen organische zoekresultaten meer te vinden zijn. Kortom, alles wat u nu nog ziet zijn advertenties.

De rechterkolom is niet helemaal verdwenen. Afhankelijk van uw zoekopdracht komt u daar nu resultaten tegen uit Google Shopping of een kennispaneel, waarbij de invulling zeer dynamisch kan zijn.



**Afbeelding 1.3** Een voorbeeld van een kennispaneel bij de zoekterm *Star Wars*.

De impact van deze drastische wijziging van Google is in de praktijk beperkt gebleven. De CPC-tarieven zijn niet opvallend veel omhoog geschoten, waarvoor wel angst was. De advertenties die voorheen in de rechterkolom werden weergegeven genereerden toen al een zeer beperkt aantal klikken. Vele van deze adverteerders zijn niet in actie gekomen door hogere biedingen te plaatsen om zo het verlies in weergaven op te vangen.

### Tekstadvertenties op Bing.com

Bij Bing zien we dat de rechterkolom alleen wordt gebruikt voor het geven van suggesties van vergelijkbare zoekopdrachten. De eerste vier zoekresultaten zijn advertenties, daarna komen de organische resultaten. Wanneer wij door zouden scrollen naar beneden, zouden wij daar nog twee tekstadvertenties te zien krijgen. Door de update van Google zijn de resultaten van Google meer gaan lijken op die van concurrent Bing.

The screenshot shows a Bing search results page for the query 'vliegticket barcelona'. The search bar at the top contains the text 'vliegticket barcelona' and a magnifying glass icon. Below the search bar are navigation tabs for 'Web', 'Images', 'Videos', 'Maps', 'News', and 'Explore'. The main content area displays 270,000 results. The first four results are advertisements:

- vliegticket barcelona - Vlieg ook goedkoop naar Barcelona.** Ad - SchipholTickets.nl/Barcelona. Vlieg ook goedkoop naar Barcelona. Boek via onze award winnende site. Alle luchthavens Vertrek België/Duitsland. Vliegtickets Vergelijken Huurauto Boeken.
- Vliegtickets Barcelona - Boek nu uw Vlucht va €99.** Ad - KLM.com/Barcelona. Boek nu uw Vlucht va €99. (+€10/boeking). Boek nu bij KLM!
- Vliegticket Barcelona - Vliegticket Barcelona al va €30.** Ad - Transavia.com/Vliegticket-Barcelona. Vliegticket Barcelona al va €30. Bij ons géén boekings toeslag! Stedentrips Ruim 100 topbestemmingen. Zomerschema 2016 nu live. Beheer hier je boeking.
- Vliegticket Barcelona | Vliegwinkel.nl** Ad - Vliegwinkel.nl/Barcelona. Alle Vliegtickets naar Barcelona Al 27 jaar de Goedkoopste Tickets! Vlieg vanaf Amsterdam Vlieg vanaf Eindhoven. Vlieg vanaf Rotterdam Vlieg vanaf Maastricht. Vlieg vanaf Groningen Betaal Veilig met iDeal.

On the right side, there is a 'Related searches' section with the following items: Vliegen Barcelona, Vliegticket Naar Barcelona, Barcelona Vliegticket Hotel, Vliegticket Barcelona Spanje, Vliegticket Barcelona Rotterdam, Transavia, Ryanair, and Vliegtickets.

Below the advertisements, there are several organic search results, each with a 'Translate this page' link:

- Vliegtickets Barcelona vanaf 44 euro | ...** Translate this page. www.vliegtickets.nl/bestemmingen/europa/spanje/barcelona. Boek nu uw vliegtickets naar Barcelona en geniet van de stad van Gaudi, tapas en mediterrane temperaturen. Vergelijk hier alle vliegtickets naar Barcelona!
- Vliegtickets Barcelona | Klantwaardering ...** Translate this page. www.schipholtickets.nl > Vliegtickets > Spanje. Uw goedkope vliegtickets Barcelona boekt u veilig en snel bij SchipholTickets. Hier kunt u prijzen vergelijken van alle luchtvaartmaatschappijen, ook de goedkoopste.
- Goedkope vliegtickets Barcelona - WTC.nl** Translate this page. www.wtc.nl/europa/spanje/barcelona. Goedkope vliegtickets Barcelona - Vergelijk en boek je tickets bij WTC.nl - Vlieg naar Barcelona met de vliegticketspecialist: WTC.nl - World Ticket Center

**Afbeelding 1.4** Een voorbeeld van tekstadvertenties op Bing.com.

### Tekstadvertenties buiten de zoekmachines

Ook buiten de zoekresultaten zelf komt u tekstadvertenties tegen. Dit verloopt veelal via het Display Network van Google AdWords. U kunt het zo gek niet bedenken of u komt zonder het door te hebben advertenties vanuit dit netwerk tegen. Elke website eigenaar kan zich bij Google aanmelden en na goedkeuring ook advertenties vertonen middels de tool Google AdSense. Dit is het platform van Google voor website eigenaren, ook wel publishers genoemd. De afbeeldingen laten twee voorbeelden zien.

MARKTPLAATS.NL Homepagina Inloggen Mijn Marktplaats Help en Info Veilig handelen

Plaats advertentie wasmachine Alle groepen... Alle afstanden... Zoek

Zoek in titel en beschrijving



Heel Marktplaats ► 1.626 resultaten voor 'wasmachine'

Verwante zoektermen: wasdroger, wasmachine miele, wasmachine gebruikt, wasmachine bosch, wasmachine aeg, wasmachine bovenlader, droger, iphone 5s, wasmachine nieuw, gratis

Verfijn resultaten

Prijs van/tot

van tot

Groep en Rubriek

Witgoed en Apparatuur

Wasmachines (1.398)

Overige Witgoed en

Apparatuur (5)

Onderdelen en Toebehoren

(31)

Wasdrogers en Centrifuges

(2)

meer...

Huis en Inrichting

Caravans en Kamperen

Diversen

Doe-het-zelf en Verbouw

Kinderen en Baby's

Audio, Tv en Foto



Bewaar deze zoekopdracht en ontvang nieuwe resultaten per e-mail. Nu ook voor het bewaren van uitgebreide zoekopdrachten.

Bewaren

Advertenties gerelateerd aan wasmachine



Test: wasmachines

www.consumentenbond.nl/wasmachines

Getest op o.a. schoonwassen, geluid en prijs. Vergelijk de resultaten!

Profiteer van Voordelen Beste wasmachine

Wasmachine kopen: tips Wasmachines vergelijken



Wasmachines Online

www.panasonic.com/wasmachines

Ontdek de zuinige wasmachines van Panasonic met Inverter technologie!

Lijst

Foto's

Sorteer op

Datum (nieuw-oud)



VOL Automatische Miniwasser 3.5 kg

wasgoed. Lees het hier!

Wast net als de normale wasautomaat helemaal automatisch, voorwas, hoofdwas, spoelen, centrifugeren.

Als u deze machine in werkelijk ...

Nieuw

€ 129,00 MegaMove/BROY...

Vandaag Heel Nederland

Bezoek website

**Afbeelding 1.5** De tekstadvertenties boven de zoekresultaten binnen Marktplaats.nl zelf worden geserveerd door Google.

Weeronline

Home Actueel Wereldweer Sport & Recreatie Gezondheid Nieuws Widgets Mijn Plaatsen 1 Bij 'Breda' of 'Frankrijk'

Online WiFi Service WiFi bereik uitbreiden Verbeter uw WiFi XS4ALL

Het is vandaag geheel bewolkt en er valt regen in Venlo (Wijzig standaardlocatie)

Vandaag 3° 8° 12+ 6 Morgen 8° 13° 5

Uitgebreide weersverwachting voor Venlo

Buienverwachting in Venlo

Bekijk de regenradar voor Venlo

Korting op Brandstof » Minimaal 6 cent Korting per Liter Brandstof met de Total Tankkaart!

Weerbericht Nederland: Vanuit het westen regen

Radar Weer Wind Satelliet Weercijfer

13:20u

Weeronline zondag 31 jan 13:20

**Afbeelding 1.6** De advertentie links onderin bij Weeronline.nl is ook een tekstadvertentie vanuit het Google-advertentiesysteem.

## Advertenties herkennen: beeldadvertenties

De meest voorkomende vorm van advertenties naast tekstadvertenties zijn de beeldadvertenties, ook wel bekend als banners. Natuurlijk zijn het niet alleen de zoekmachines die deze vorm van advertenties aanbieden. Beeldadvertenties kunt u overal tegenkomen. Binnen Google AdWords worden drie soorten beeldadvertenties gebruikt:

**Niet-bewegende beeldadvertenties** Deze zijn beschikbaar in vijftien formaten waarbij de afbeelding moet worden aangeleverd in een van de ondersteunde bestandstypen, te weten JPEG, JPG, PNG of GIF.

**Bewegende beeldadvertenties** Bij de bewegende beeldadvertenties wordt alleen het formaat GIF ondersteund. Dezelfde vijftien formaten zijn hier van toepassing.

**HTML5-advertenties** Deze advertenties worden gebruikt om dynamische content weer te geven, zoals producten die men eerder heeft gezien (remarketing).

## Advertenties herkennen: productadvertenties

Productadvertenties komt u tegen binnen de zoekresultaten van Google onder de noemer Google Shopping-resultaten. Bij dit type advertenties wordt direct een afbeelding van een product getoond, samen met de prijs van het product en naam van de adverteerder. Daarnaast is het ook mogelijk om Google Shopping rechtstreeks te bezoeken via [google.nl/shopping](http://google.nl/shopping).

The screenshot shows a Google search for 'stofzuiger kopen'. The search bar is at the top with the text 'Google stofzuiger kopen'. Below the search bar, there are navigation tabs: 'Alle', 'Shopping', 'Afbeeldingen', 'Nieuws', 'Video's', 'Meer', and 'Zoekhulpmiddelen'. The search results are displayed on a white background. On the left, there are several text-based search results from 'stofzuigerstore.nl' and 'www.kieskeurig.nl'. On the right, there is a 'Google Shopping-resultaten' section titled 'Google Shopping-resultaten voor stofzuiger k... Gesponsord'. This section contains a grid of product listings, each with a small image of a vacuum cleaner, the brand name, model number, and price. The products listed include: Bestron stofzuiger (€ 39,00), Bestron Abg108ste (€ 35,53), Nilfisk VP 300 EU Stofzuiger (€ 159,00), Miele Stofzuiger Intertoy (€ 29,99), Siemens VS06C101 (€ 66,00), Bosch MoveOn BGL35MOV20 (€ 99,00), Numatic ProVac (€ 179,00), and Bestron ABG25R8SE (€ 39,00). At the bottom of the shopping results, there is a small 'Advertentie' label and a link to 'www.consumentenbond.nl/stofzuiger'.

**Afbeelding 1.7** In dit voorbeeld zien wij de Google Shopping-resultaten aan de rechterkant binnen de zoekresultaten op de term 'stofzuiger kopen'.



## SEA tegenover SEO

Voordat we echt de diepte in gaan is het goed om nog even de relatie te leggen tussen SEA en SEO (Search Engine Optimization). Bij SEO gaat het om alles wat u kunt doen om beter gevonden worden in de natuurlijke zoekresultaten van de zoekmachines. Bij SEA gaat het alleen om de betaalde plaatsingen binnen het netwerk van de zoekmachines. Activiteiten op het gebied van SEO hebben effect op de langere termijn in de vorm van een stijging in het aantal bezoekers naar uw website. Activiteiten op het gebied van SEA hebben effect op de korte termijn. U kunt binnen één uur een campagne lanceren en bezoekers op uw website hebben.

SEA en SEO lijken in zoverre op elkaar dat met name tekstadvertenties nauwelijks te onderscheiden zijn van natuurlijke zoekresultaten en uiteraard door het feit dat beide takken van sport ertoe lijden dat u meer verkeer vanuit zoekmachines naar uw website zult trekken. Buiten dat echter is het belangrijk om vast te stellen dat SEA en SEO echt twee compleet verschillende takken van sport zijn met beide hun eigen werkwijzen en strategieën.

## Wat u kunt na het lezen van dit boek

Na het lezen van dit boek en het opvolgen van de tips en adviezen bent u in staat om op professionele wijze SEA-campagnes op te stellen, uit te voeren en te optimaliseren. U bent bovendien voorbereid om de Google AdWords-examens succesvol af te leggen, waarmee u uw expertise kunt onderstrepen. Deze examens zijn:

- AdWords Fundamentals
- Search Advertising
- Display Advertising
- Video Advertising
- Shopping Advertising
- Mobile Advertising



### Google Partners

Voordat u een examen kunt afleggen bent u verplicht om u aan te sluiten bij Google Partners.

---

## Opdracht: bepaal uw doel met SEA

Voordat u verder gaat met lezen is het belangrijk om vast te stellen wat uw doel is met SEA. Waar wilt u SEA voor gaan inzetten en wat wilt u ermee bereiken? Gaat het om online omzetverhoging? Maak dan een SMART-doelstelling waarin u aangeeft wat het effect van SEA op uw online omzet moet zijn. SMART staat voor Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgeboden.