

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Introductie online adverteren</b>	<b>1</b>
	<b>Cijfers</b>	<b>2</b>
	<b>Google</b>	<b>2</b>
	Relevantie	3
	Zoekwoorden	3
	Afrekenmethoden	3
	<b>Zoeknetwerk en partnersites</b>	<b>4</b>
	<b>Advertentietypen</b>	<b>5</b>
	Tekstadvertenties	5
	Google Shopping-advertenties	6
	Displayadvertenties	6
	Videoadvertenties	7
	Gmail ads	7
<b>2</b>	<b>Starten met Google AdWords</b>	<b>9</b>
	<b>Aanmaken account</b>	<b>10</b>
	Promotiecode	13
	<b>Structuur AdWords-account</b>	<b>13</b>
	<b>Dashboard</b>	<b>13</b>
	Datumselectieveld	15
	Alle campagnes	15
	Segmenteren	15
	Filters	16
	Kolommen	17
	Grafiek	17
	Downloaden en exporteren	18
	Best practice dashboard	18

<b>3</b>	<b>Zoekwoordenonderzoek</b>	<b>21</b>
	<b>Voordat u begint</b>	<b>22</b>
	<b>Wat zijn zoekwoorden?</b>	<b>22</b>
	Shorttailzoekwoorden	23
	Longtailzoekwoorden	23
	<b>Stappen zoekwoordenonderzoek</b>	<b>24</b>
	Zoekwoorden vinden	24
	Google AdWords Zoekwoordplanner	24
	Übersuggest	27
	<b>Zoekwoorden categoriseren</b>	<b>29</b>
	<b>Zoekwoorden evalueren</b>	<b>30</b>
	Volume en concurrentie	30
	Relevantie	30
	Zoekwoordopties	31
<b>4</b>	<b>Een campagne maken</b>	<b>35</b>
	<b>Toelichting campagne</b>	<b>36</b>
	<b>Bepalen van de uitgangspunten</b>	<b>36</b>
	<b>Nieuwe campagne aanmaken</b>	<b>36</b>
	Campagnenaam	38
	Type netwerk	38
	Netwerken	39
	Apparaten	39
	Locaties	39
	Talen	40
	Biedstrategie	40
	Standaardbod	41
	Budget	41
	Weergavesnelheid	41
	Advertentie-extensies	42
	<b>Dashboard voor campagnes</b>	<b>43</b>
<b>5</b>	<b>Advertentiegroepen maken</b>	<b>47</b>
	<b>Advertentiegroep</b>	<b>48</b>
	<b>Nieuwe advertentiegroep aanmaken</b>	<b>48</b>
	<b>Naam advertentiegroep</b>	<b>49</b>
	<b>Een advertentie maken</b>	<b>50</b>
	Tekstadvertentie	50
	Dynamische zoekadvertentie	51
	Alleen bellen-advertentie	52
	Redactionele eisen	53
	Verleidelijk	54

	<b>Zoekwoorden</b>	<b>55</b>
	<b>Dashboard Advertentiegroepen</b>	<b>55</b>
	<b>A/B-test</b>	<b>58</b>
	<b>Meer advertenties aanmaken</b>	<b>59</b>
<b>6</b>	<b>Kwaliteitsscore</b>	<b>61</b>
	<b>Positie van de advertentie</b>	<b>62</b>
	Hoogte van uw bod	62
	Kwaliteitsscore	62
	<b>Factoren kwaliteitsscore</b>	<b>62</b>
	<b>Kwaliteitsscore in het dashboard</b>	<b>63</b>
	<b>De impact van kwaliteitsscore</b>	<b>64</b>
	<b>Optimaliseren van de kwaliteitsscore</b>	<b>64</b>
<b>7</b>	<b>Prestaties van advertenties meten</b>	<b>67</b>
	<b>Conversie</b>	<b>68</b>
	<b>Bijhouden conversies instellen</b>	<b>68</b>
	Mogelijkheid 1: AdWords Codefragment genereren, ophalen en plaatsen	69
	Mogelijkheid 2: AdWords koppeling met Google Analytics	71
<b>8</b>	<b>Rapportencentrum</b>	<b>73</b>
	<b>Rapport opstellen</b>	<b>74</b>
	<b>Rapport downloaden</b>	<b>75</b>
	<b>Rapporten aanpassen</b>	<b>77</b>
	<b>drie voorbeeldrapporten</b>	<b>78</b>
<b>9</b>	<b>Landingspagina's</b>	<b>79</b>
	<b>Landingspagina</b>	<b>80</b>
	<b>Optimaliseren</b>	<b>80</b>
	<b>Kwaliteitsscore</b>	<b>82</b>
<b>10</b>	<b>Remarketing</b>	<b>83</b>
	<b>Remarketing opzetten</b>	<b>84</b>
	Toevoegen van een codefragment aan uw website	84
	Het maken van remarketinglijsten per pagina	86
	<b>Remarketing voor beeldadvertenties</b>	<b>87</b>
	<b>Beeldadvertenties maken</b>	<b>92</b>
	Advertenties weergeven die gebaseerd zijn op uw website	92
	Advertenties maken	95

<b>11</b>	<b>Videoadvertenties</b>	<b>97</b>
	<b>Adverteren met video's</b>	<b>98</b>
	<b>Type videoadvertenties</b>	<b>98</b>
	Trueview Instream-videoadvertenties	98
	Trueview In-search-videoadvertenties	99
	Trueview In-keuzelijst-videoadvertenties	99
	Trueview In-display-videoadvertenties	99
	<b>Adwords Koppelen aan YouTube</b>	<b>99</b>
	<b>Videocampagne en advertentie aanmaken</b>	<b>101</b>
	Campagnenaam	101
	Budget	102
	Weergavesnelheid	102
	Type netwerk	103
	Locaties	103
	Talen	104
	Apparaten	104
	Geavanceerde instellingen	104
	<b>Naam advertentiegroep</b>	<b>105</b>
	Advertentie	106
	<b>Bieden</b>	<b>107</b>
	<b>Targeting</b>	<b>107</b>
<b>12</b>	<b>Accountinstellingen</b>	<b>109</b>
	<b>Google AdWords-account</b>	<b>110</b>
	<b>Voorkeuren voor taal en getallen</b>	<b>110</b>
	Autocodering	111
	Instellingen voor meldingen	111
	<b>Toegang tot accounts</b>	<b>112</b>
	<b>Facturering</b>	<b>112</b>
	Transactiegeschiedenis	112
	Factureringsinstellingen	113
	Factureringsprofiel	113
	<b>Tot besluit</b>	<b>114</b>

**Index**

# Introductie online adverteren

**O**nline adverteren is de verzamelnaam van alles wat met adverteren op internet te maken heeft. Als u nieuw bent in het vakgebied online marketing wordt u overspoeld met allerlei afkortingen, zoals SEM, SEA, SEO, CPC en CPM. Ontdek in dit hoofdstuk de vaktermen en de relevante concepten.

U leert in dit hoofdstuk:

*Enkele belangrijke begrippen bij online adverteren.*

*Welke afrekenmethoden Google AdWords biedt.*

*Welke advertentietypen er bestaan.*

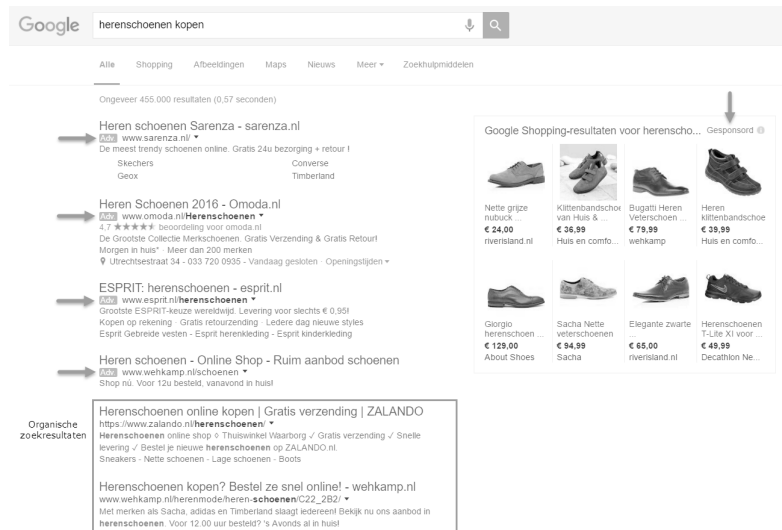
# Cijfers

Volgens een onderzoek van Deloitte is de totale omzet in de Nederlandse online advertentiemarkt in 2015 gegroeid naar 1,5 miljard euro. Dit is een veertenvoudiging van de omzet over de laatste tien jaar. Waar de omzet in tijdschriften en gedrukte media jaar op jaar blijft afnemen, is voorspeld dat de omzet uit online adverteren in 2016 verder zal toenemen met 7,8%. Online adverteren is een onderdeel van de discipline Search Engine Marketing (SEM) of zoekmachinemarketing. SEM bestaat uit twee componenten:

- Search Engine Optimization (SEO) of zoekmachineoptimalisatie;
- Search Engine Advertising (SEA) of zoekmachineadverteren.

# Google

In Nederland concentreert SEM zich vooral op Google, omdat de meeste zoekopdrachten (93%) via Google worden uitgevoerd. De verschillen in Google zijn direct zichtbaar. Boven, onder en rechts van de zoekresultaten vindt u advertenties, de Google AdWords. Deze vermeldingen zijn herkenbaar aan labels als *Advertenties*, *Gesponsord* of *Adv.*



**Afbeelding 1.1** Advertenties en zoekresultaten in Google.

In het midden van de pagina vindt u de normale of organische zoekresultaten. Dit zijn zoekresultaten die op basis van SEO-inspanningen worden getoond en deze maken geen deel uit van Google AdWords. Organische resultaten worden gerangschikt op basis van relevantie voor de zoekopdracht en populariteit.

## Relevantie

Relevantie is misschien wel het belangrijkste woord voor alle SEA- en SEO-inspanningen. Google probeert zoekresultaten te vinden die het meest aansluiten bij onze zoekopdracht. De mate waarin de zoekopdracht overeenkomt met de zoekwoorden op uw webpagina of in uw advertentiecampagne noemt Google relevantie. Relevantie is dus belangrijk als u succesvol wilt zijn in Google.

## Zoekwoorden

Zoekwoorden zijn woorden of woordgroepen die u kiest waarmee uw advertentie kan worden geactiveerd voor weergave. Zoekwoorden zijn dus woorden of woordgroepen die uw product of dienst beschrijven en die overeenkomen met de woorden die mensen gebruiken of die verband houden met de inhoud van de websites die uw klanten bezoeken.

## Afrekenmethoden

De advertenties van Google worden getoond op basis van een veilingprincipe. Zodra een zoekopdracht via Google wordt uitgevoerd, bepaalt Google of uw campagne relevante zoekwoorden bevat. De geschikte advertenties worden vervolgens gerangschikt op basis van *advertentierang*. Een van de onderdelen van de advertentierang is het bod per zoekwoord of zoekwoordgroep.

Bij het uitbrengen van een bod hebt u de volgende mogelijkheden:

- bieden op basis van Cost-per-Click (CPC) of kosten per klik;
- bieden op basis van Cost-per-Mille (CPM) of kosten per duizend vertoningen;
- bieden op basis van Cost-per-Action (CPA) of kosten per actie zoals een aankoop of aanmelding.

## Zoeknetwerk en partnersites

Google bestaat uit veel meer dan alleen de zoekpagina van [www.google.nl](http://www.google.nl). Het totale Google Network bestaat uit twee delen:

- Zoeknetwerk
- Google Display Network

Het zoeknetwerk bestaat uit zoeksites van Google zoals:

- Google Shopping
- Google Maps
- Google Afbeeldingen
- Google Discussiegroepen

Daarnaast heeft Google ook zoekpartners, zoals [Startpagina.nl](http://Startpagina.nl), [Telegraaf.nl](http://Telegraaf.nl) en [Marktplaats.nl](http://Marktplaats.nl). Een zoekpartner biedt net als Google de mogelijkheid om naar informatie te zoeken binnen de desbetreffende website.



Heel Marktplaats > 2.128 resultaten voor 'herenschoenen'  
Verwante zoektermen: herenschoenen 43, heren schoenen 46, herenschoenen 44

**Afbeelding 1.2** Google-advertenties op Marktplaats.nl.



Het Google Display Network (GDN) bestaat uit miljoenen websites buiten het Google-zoeknetwerk waarop uw advertenties getoond kunnen worden. Dit netwerk bevat ook mobiele websites en mobiele apps. Voorbeelden van websites binnen Google Display Network zijn:

- Gmail
- YouTube
- Blogger
- De Telegraaf
- Buienradar
- Themasites door bloggers

Volgens het onderzoeksbureau Comscore (2013) bereikt het Display Network in Nederland 95% van de internetgebruikers wereldwijd en omvat het meer dan 2 miljoen websites van uitgevers, zoals De Telegraaf.

## Advertentietypen

De keuze waar en op welke websites uw advertentie(s) kunnen verschijnen is overweldigend. Hierbij dient u eerst een keuze te maken in het type advertentie. Google onderscheidt de volgende typen:

- tekstadvertenties
- Google Shopping-advertenties
- display- of beeldadvertenties
- videoadvertenties
- Gmail ads

### Tekstadvertenties

Een tekstadvertentie is de standaardadvertentie binnen Google, ook wel gesponsorde link genoemd, omdat de titel van de advertentie gelijk ook de link is naar de webpagina waarvoor wordt geadverteerd.

Herenschoenen online - nelson.nl  
 Adv [www.nelson.nl/herenschoenen](http://www.nelson.nl/herenschoenen) ▼  
 4,6 ★★★★★ beoordeling voor nelson.nl  
 Groot Aanbod **Herenschoenen**. Bekijk nu de nieuwe collectie!  
 Heren Veterschoenen - Sneakers voor Heren - Nelson Winkels - Nelson Blog  
 📍 Deutzstraat 29 - 088 008 8177 - Vandaag gesloten · Openingstijden ▼

**Afbeelding 1.3** Standaardtekstadvertentie.

## Google Shopping-advertenties

Google Shopping-advertenties zijn productvermeldingen met gedetailleerde productinformatie. Hiervoor hebt u ook een Google Merchant Center-account nodig. Google Shopping-advertenties zijn in bijna alle landen beschikbaar, waaronder in Nederland.



**Afbeelding 1.4** *Google Shopping-advertentie.*

## Displayadvertenties

U herkent ze vast wel, banners of display- dan wel beeldadvertenties. De basis van dit type advertentie is een afbeelding in combinatie met tekst. Beeldadvertenties zijn er in vele vormen en maten. U kunt hierbij gebruikmaken van verschillende voorbeelden die Google AdWords u biedt om zelf een unieke banner samen te stellen. Hierbij dient u wel rekening te houden met de afmetingen die Google hanteert (tabel 1.1).

**Tabel 1.1** *Afmetingen van advertenties bij Google AdWords.*

leaderboard (728x90)	small square (200x200)
banner (468x60)	square (250x250)
half banner (234x60)	medium rectangle (300x250)
button (125x125)	large rectangle (336x280)
skyscraper (120x600)	half page (300x600)
wide skyscraper (160x600)	mobile banner (320x50)
small rectangle (180x150)	large leaderboard (970x90)
vertical banner (120 x 240)	

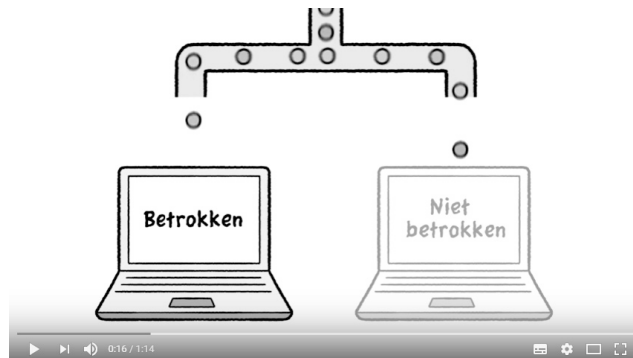


**Afbeelding 1.5** Voorbeeld van een leaderboard beeldadvertentie.

## Videoadvertenties

Dit advertentietype wordt getoond via YouTube of via het Google Display Network. Google maakt hierbij onderscheid in:

- **TrueView InStream** Advertenties worden afgespeeld vóór, tijdens of na video's van YouTube-partners ongeacht hun lengte. Na vijf seconden kan de kijker ervoor kiezen om de advertentie over te slaan.
- **TrueView In-search** Op basis van de zoektermen die de gebruiker heeft opgegeven, komen advertenties hoger op de lijst van zoekresultaten en aanbevelingen voor gesponsorde video's.
- **TrueView In-display** Advertenties worden weergegeven voorafgaand aan long-form-video's van YouTube-partners van tien minuten of langer.
- **TrueView In-slate** Advertenties worden extra onder de aandacht gebracht bij gerelateerde inhoud op het hele Google Display Network.



**Afbeelding 1.6** Uitleg over TrueView-videoadvertenties op <http://goo.gl/EZCs1U>.

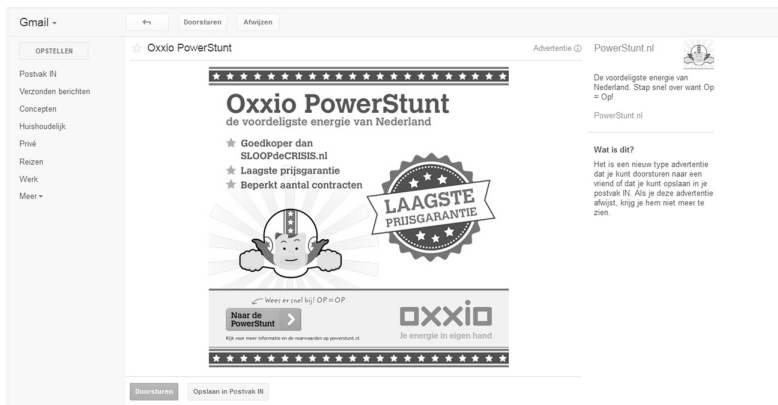
## Gmail ads

Het nieuwste advertentietype van Google AdWords zijn de Gmail ads. Deze advertenties komt u tegen in de reclametab van uw Gmail-omgeving. Met dit advertentietype is het mogelijk om mensen in hun e-mailomgeving te bereiken zonder dat u hiervoor de daadwerkelijke e-mail adressen hebt.

## Hoofdstuk 1 – Introductie online adverteren



**Afbeelding 1.7** Voorbeeld Gmail ads.



**Afbeelding 1.8** Voorbeeld Gmail ads na eerste klik.

Nadat er op de initiële advertentie is geklikt, wordt een vergrote variant van de advertentie geopend, alsof diegene die klikt een reguliere e-mail heeft geopend.

Vervolgens hebben mensen de mogelijkheid om door te klikken naar uw website. Let wel op dat Google de eerste klik op de advertentie in rekening brengt. De vervolgklik naar de website is wel gratis.

Tot zover een korte introductie in online adverteren, specifiek gericht op Google AdWords. In de volgende hoofdstukken leert u hoe u hier zelf mee aan de slag gaat.