



**PROSEO**  
VAN KLIK NAAR KLANT

PROSEO BV  
Meer en Duin 24a

2163 HA Lisse

The Netherlands

T +31 (0)252 - 428 323

F +31 (0)252 - 429 787

[info@proseo.nl](mailto:info@proseo.nl)

[www.proseo.nl](http://www.proseo.nl)

## AdWords tips om bezoekers beter te sturen

Deze tips zijn kosteloos gedownload via [www.proseo.nl](http://www.proseo.nl). Bezoek  
[www.proseo.nl](http://www.proseo.nl) voor meer tips.



# Inhoudsopgave

Hulp nodig? .....	3
Inleiding .....	4
1. Zoekwoorden .....	4
1.1 Zoekwoordinstellingen .....	4
1.1.1 Brede zoekwoorden .....	4
1.1.2 Zinsdeel zoekwoorden .....	4
1.1.3 Exacte zoekwoorden .....	5
1.1.4 Uitsluiting zoekwoorden.....	5
1.2 Kwaliteitsscore .....	6
1.3 Zoekwoord URL'S .....	6
2. Advertentieteksten .....	6
Woordenlijst .....	8



## HULP NODIG?

Wil je meer informatie over de diensten van PROSEO of wil je weten wat wij voor jou kunnen betekenen, neem dan gerust contact met ons op per email ([info@proseo.nl](mailto:info@proseo.nl)) of telefoon (0252-428 323).

## WAAROM PROSEO?

Kies voor PROSEO als je op zoek bent naar een zoekmachine marketing specialist.

- ✓ die je goed verder helpt, zonder poespas;
- ✓ die op No cure No pay afspraken met je wil aangaan;
- ✓ en waarbij met je mee wordt gedacht.



## INLEIDING

Via Google AdWords is het mogelijk de advertenties van producten en/of diensten onder de aandacht te brengen van een groot publiek. Binnen het Google AdWords systeem worden continue functies toegevoegd die het mogelijk maken om de doelgroep steeds specifieker te bereiken. Op deze wijze kunnen er meer en goedkopere conversies worden behaald.

## 1. ZOEKWOORDEN

Zoekwoorden zijn de basis van de campagne. De bezoeker toetst deze in binnen de zoekmachine en hierop wordt mogelijk de advertentie getoond. Deze dienen natuurlijk goed aan te sluiten zodat er zo veel mogelijk bezoekers naar de website worden gebracht welke op de website vinden waar zij naar op zoek zijn.

### 1.1 BESPAAR GELD MET ZOEKWOORDINSTELLINGEN

Zoekwoorden kunnen op verschillende wijzen worden ingesteld binnen Google AdWords. De standaard optie is "breed", dit wil zeggen dat indien er wordt geadverteerd op het trefwoord "zoekmachine", de advertentie ook zichtbaar kan zijn op het trefwoord "zoekmachine optimalisatie". Indien iemand op zoek is naar een zoekmachine om iets op te zoeken, bestaat de kans dat deze op de advertentie klikt. Het is mogelijk dit te voorkomen door aan te geven dat enkel op "zoekmachine optimalisatie" geadverteerd mag worden of uit te sluiten dat de advertenties worden getoond indien iemand op trefwoorden zoekt als "de beste". Daarnaast kunnen trefwoorden die voor veel conversies zorgen beter zichtbaar worden gemaakt door bijvoorbeeld de biedingen te verhogen. Voor de meest belangrijke trefwoorden kan een specifieke doelpagina worden gekozen. Door het kiezen van een goed aansluitende landingspagina kunnen de bezoekers direct vinden waar zij naar op zoek zijn.

#### 1.1.1 BREDE ZOEKWOORDEN

Brede zoekwoorden worden getoond als een bezoeker op een deel van het trefwoord zoekt bijvoorbeeld trefwoorden als "tafel kopen" worden getoond indien iemand op "tafel" zoekt.

#### 1.1.2 ZINSDEEL ZOEKWOORDEN

Zinsdeel zoekwoorden worden getoond indien de bezoeker eveneens dezelfde volgorde intoetst bijvoorbeeld trefwoorden als "tafel kopen" wordt enkel getoond indien iemand zoekt die volgorde "tafel kopen" of "eiken tafel kopen".



### 1.1.3 EXACTE ZOEKWOORDEN

“Exacte zoekwoorden” worden enkel getoond indien een bezoeker op deze exacte trefwoorden combinatie zoekt bijvoorbeeld trefwoorden als “eiken tafel kopen” wordt enkel weergegeven indien iemand op “eiken tafel kopen” zoekt.

### 1.1.4 GELD BESPAREN DOOR UITSLUITING VAN ZOEKWOORDEN

“Uitsluiting zoekwoorden” is de optie om trefwoorden uit te sluiten.

Om de campagne meer specifiek te maken kan worden gekeken op welke trefwoorden de advertenties zijn getoond. Dit kan door het tabblad “Zoekwoorden” te selecteren en bij de optie “Zoektermen weergeven” de optie “Alle” te selecteren.

The screenshot shows the Google Ads interface with the 'Zoekwoorden' tab selected. The 'Zoektermen weergeven' dropdown menu is open, showing the 'Alle' option selected. The interface includes a navigation bar with tabs for 'Campagnes', 'Advertentiegroepen', 'Instellingen', 'Advertenties', 'Zoekwoorden', 'Netwerken', and 'Advertentie-extensies'. Below the navigation bar, there are filters for 'Alle behalve verwijderde zoekwoorden', 'Segmenteren', 'Filter', and 'Kolommen'. The main content area shows a table with columns for 'Zoekwoord', 'Campagne', 'Advertentiegroep', 'Status', 'Vertoningen', 'CTR', and 'Gem. CPC'. The 'Zoektermen weergeven' dropdown menu is open, showing the 'Alle' option selected.

Na deze optie worden alle zoektermen weergegeven. Hierbinnen staan ook bijvoorbeeld trefwoorden in combinatie met “gratis”. Aangezien de bezoekers dan verwachten dat alles op de website gratis is, is het wenselijk dat de advertenties niet op deze trefwoorden worden getoond. Deze kunnen vervolgens worden uitgesloten.



## 1.2 KWALITEITSSCORE

De kwaliteitsscore is de waarde die wordt toegekend aan de trefwoorden. Het is vergelijkbaar met de Pagerank van een website. Hoe hoger de kwaliteitsscore is, hoe hoger de advertenties wordt getoond. Indien er twee aanbieders zijn op hetzelfde trefwoord met de zelfde bieding, zal degene die een hogere kwaliteitsscore heeft, boven de andere worden getoond. Er zijn twee factoren die voornamelijk invloed hebben op de kwaliteitsscore.

Voornamelijk is het belangrijk dat de trefwoorden en de advertenties goed op elkaar zijn afgestemd waardoor de advertenties goed aansluiten bij de trefwoorden. Indien de trefwoorden ook nog aan een goede bestemming URL zijn gekoppeld, komt de bezoeker uiteindelijk ook op een goede pagina op de website terecht en zal deze minder snel terugkeren naar Google. Dit heeft een positieve invloed op de kwaliteitsscore en de AdWords campagne in geheel. Indien er voor trefwoorden geen goede landingspagina is op de website, wordt aangeraden deze aan te maken zodat de bezoekers op een voor hun relevante pagina terechtkomen.

## 1.3 GEBRUIK ZOEKWOORD URL'S

Aan een trefwoord kan een bestemming URL's worden toegekend. Indien iemand op de advertentie klikt die getoond wordt door een specifiek trefwoorden waar een bestemming URL aan is gekoppeld, zal de bezoeker naar deze URL worden doorverwezen. Indien deze specifieke bestemming URL is ingesteld, zal deze voor de advertentie ingestelde bestemming URL gaan.

Door per trefwoord een bestemming URL in te stellen kunnen bezoekers naar specifieke pagina's worden verwezen. Voor de trefwoorden die veel bezoekers en conversies opleveren is het mogelijk indien er geen goede specifieke pagina is, om een nieuwe pagina aan te maken die de bezoekers goed aanspreekt. Hierdoor is het mogelijk dat de kwaliteitsscore eveneens toeneemt.

## 2. SCHRIJF PAKKENDE ADVERTENTIETEKSTEN

Probeer de teksten voor de advertenties zo pakkend mogelijk te schrijven, maar probeer te voorkomen dat de massa die niet opzoek is naar de producten en/of diensten veelvuldig op de advertenties klikken. Dit leidt tot voor een lagere CTR en een lagere kwaliteitsscore, daarnaast kost elke klik geld.



Bij het schrijven van de advertenties dient rekening te worden gehouden met de volgende 'beperkingen':

*Titelregel met maximaal 25 tekens*

*Tekstregel met maximaal 35 tekens*

*Tekstregel met maximaal 35 tekens*

Kies een bestemmings URL die gerelateerd is aan de trefwoorden die binnen de advertentiegroep zijn opgenomen. De vraag die hierbij gesteld kan worden is: "Is dit een pagina waar de bezoeker vindt waar hij naar op zoek is?".

Indien dit er meerdere teksten worden geschreven, roteert AdWords de advertenties en wordt de best lopende advertentie vaker getoond. Er zijn diverse insteken hoe de advertenties kunnen worden opgezet:

- Vraag
  - Bent u op zoek naar,...
  
- Antwoord
  - Wij hebben voor u,...
  
- Algemeen
  - ... is uw partner in,...

Eveneens dienen unique selling points worden gebruikt binnen de teksten. Hierdoor worden de teksten aantrekkelijker voor de bezoekers. Indien dit op de bestemming URL dit wordt bevestigd krijgt de bezoeker nog meer het gevoel dat hij op de goede website is beland.



## WOORDENLIJST

<b>Advertentiegroep</b>	Een advertentiegroep is een verzameling trefwoorden en advertenties met een gemeenschappelijk onderwerp.
<b>Bestemming URL</b>	De pagina die de bezoeker te zien krijgt wanneer deze op een advertentie klikt. Deze kan gekoppeld zijn aan de advertentie of aan een specifiek trefwoord.
<b>Campagne</b>	Een campagne bevat diverse advertentiegroepen binnen Google AdWords. Deze advertentiegroepen hebben elk een eigen onderwerp.
<b>Conversie</b>	Een conversie is een registratie van een bezoekers die via AdWords op de website is gekomen en op deze website een bepaalde pagina heeft bezocht of een bepaalde handeling heeft verricht als het inschrijven voor de nieuwsbrief
<b>Conversiecode</b>	De conversiecode is een klein stukje JavaScript die bijhoudt of de bezoeker via AdWords op de website is gekomen en registreert afhankelijk hiervan wel of niet een conversie
<b>Cookie</b>	Een stukje software welke websites meesturen met hun pagina. Hierdoor kunnen tijdelijk bepaalde gegevens worden opgeslagen.
<b>CPC</b>	De gemiddelde kosten die per bezoeker worden gemaakt. Het maximale CPC zijn de maximale kosten die per bezoeker (klik) gemaakt mogen worden.
<b>CTR</b>	Click-through ratio (CTR) is het aantal klikken ten opzichte van het aantal vertoningen van de advertenties.
<b>Doelpagina</b>	De doelpagina is de pagina die bezoekers te zien krijgen wanneer zij zich bijvoorbeeld hebben ingeschreven voor een nieuwsbrief of een bestelling hebben gedaan.



- Kwaliteitsscore** Is de waarde die elk trefwoord krijgt toebedeeld en aangeeft hoe relevant het trefwoord is binnen de advertentiegroep, advertentie en bestemmingspagina. Deze wordt weergegeven op een schaal van 1 tot 10. Hoe hoger deze is hoe beter de campagne zal presteren.
- Klik** Indien er op een advertentie wordt geklikt en de bezoeker wordt doorgestuurd naar de website, spreekt men van een klik (bezoeker).
- Vertoningen** Indien een bezoeker binnen Google op een trefwoord zoekt waarop geadverteerd wordt en de bijbehorende advertentie wordt getoond, dan wordt er gesproken over een vertoning.