


# Google AdWords, hoe werkt dat?

paper 11

multimove webworks

mei 2013

www.multimove.nl



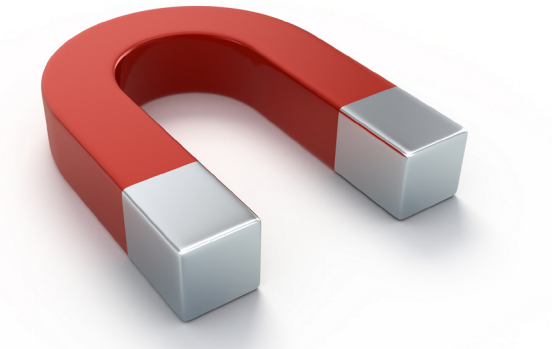




## Adverteren is belangrijk

Snel en gericht adverteren tegen lage kosten! Deze Paper geeft u basistips voor Google AdWords.

# introductie



Snel meer bezoekers krijgen?

Meer verkeer naar onze website. Dat willen we allemaal! Google AdWords is een mooi instrument om dit mee te bereiken.

U kunt uw Google AdWords advertenties specifiek richten op mensen die op zoek zijn naar uw producten of diensten.  Zo trekt u een relevant publiek naar uw website.

In deze Paper vertellen we u alles over het opzetten én draaien van een campagne.

We wensen u veel leesplezier!

Sonja van Breen en Erik Koorman

volg ons!

twitter.com/sonjavanbreen
twitter.com/erikkoorman

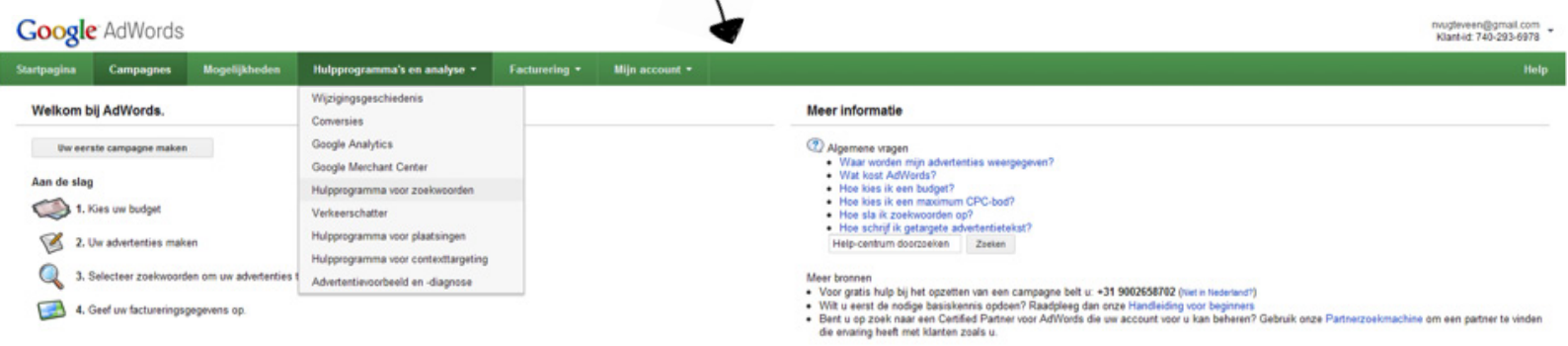
## Inhoud van de Paper


| | |
|---|---|
| Google Adwords uitgelegd | 4 |
| Het opzetten van een campagne | 6 |
| Het draaien van een campagne | 8 |
| Zelf aan de slag | 11 |




Betalen per klik!

Zet zelf een campagne op

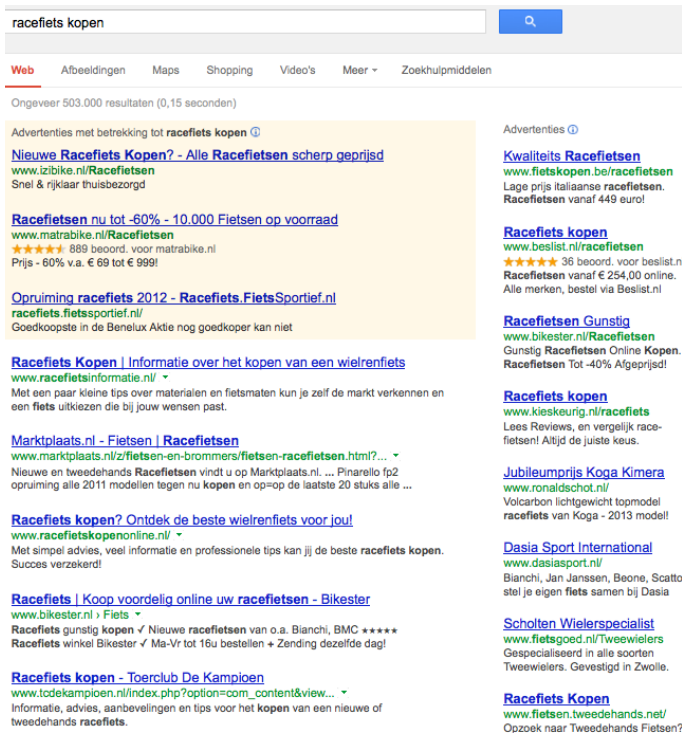


# google adwords uitgelegd

U heeft wel eens van Google AdWords gehoord? We kunnen ons voorstellen dat u niet goed weet wat het nou eigenlijk is en wat u er mee kunt doen. Daarom leggen we het in begrijpelijke taal voor u uit.

Google AdWords is het advertentieprogramma van Google, waarmee u kunt adverteren in de zoekresultaten van Google. Het adverteren gebeurt op basis van zoekwoorden, ook wel keywords genoemd. Dit zijn de woorden of woordcombinaties die men in het zoekveld van Google intypt om iets te zoeken.
Wanneer iemand een zoekwoord in Google heeft ingetypt waar u op adverteert, wordt uw advertentie getoond.

Hiernaast ziet u een voorbeeld van advertenties. De zoekresultaten bovenaan in het gele vlak en rechts in beeld zijn AdWords advertenties. De overige zoekresultaten zijn organische (gratis) zoekresultaten.






## Betalen per klik

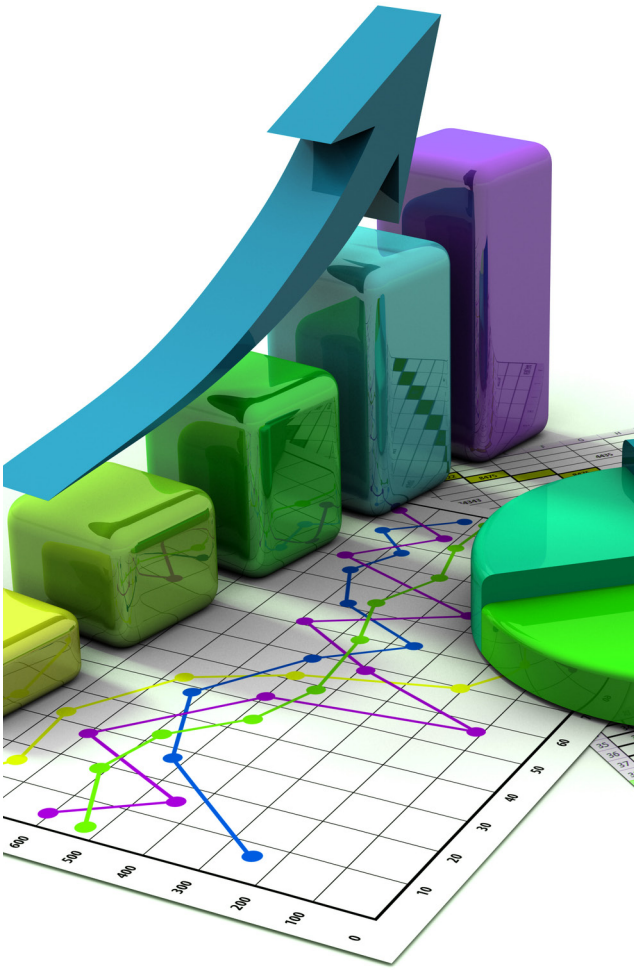
U betaalt aan Google per klik op uw advertentie. Dit wordt ook wel 'cost per click' genoemd. Iemand zoekt in Google op een zoekterm en vervolgens wordt uw advertentie getoond, omdat uw zoekwoord in de zoekopdracht voorkomt. Wanneer diegene op uw advertentie klikt, betaalt u daar een bepaald bedrag voor.
Hoe hoog de kosten per klik zijn, is afhankelijk van de concurrentie op die zoekterm. Het is mogelijk om een maximaal klikbudget in te stellen. Dit voorkomt dat u onverwachts een hoog bedrag moet betalen indien er veel op uw advertenties wordt geklikt.

## Snel resultaat

Google AdWords is een manier om heel snel veel bezoekers naar uw website te krijgen, omdat uw advertentie bovenin de zoekresultaten komt te staan als ze zoeken op zoekwoorden die u zelf van belang vindt voor uw website. En het voordeel is dat u uw bezoekers nauwkeurig kunt 'kiezen'. Door namelijk te adverteren op specifieke zoektermen, weet u dat de bezoekers op zoek zijn naar iets specifieks.

Als u bijvoorbeeld computers verkoopt, heeft het weinig zin om te adverteren op de zoekterm 'computers'. Die zoekterm is te algemeen. Het heeft meer zin om te adverteren op een zoekterm als 'apple macbook pro kopen'. U bent namelijk op zoek naar mensen die de bedoeling hebben om bijvoorbeeld deze laptop te kopen.

Wanneer u dus met de juiste zoektermen adverteert, krijgt u niet alleen snel meer bezoekers op uw website, maar ook relevante bezoekers. Het is natuurlijk van groot belang dat u de bezoekers die u vervolgens op uw website krijgt, ook goed 'opvangt'. Stuur ze naar de pagina waar ze dus blijkbaar interesse in hebben en stuur ze niet allemaal naar uw homepage. Als iemand via de zoekterm 'apple macbook pro kopen' op uw advertentie heeft geklikt, kunt u die meteen naar het webshop gedeelte van uw website sturen. En dan het liefst naar een overzicht van al uw Apple Macbook Pro computers.





## Niet eenvoudig

Het is goed om te weten dat het goed inzetten van Google AdWords niet eenvoudig is. Het is echt een studie op zich en wanneer u hier op een verkeerde manier mee bezig gaat, kan het u erg veel geld kosten. Google heeft bepaalde richtlijnen vastgesteld waarmee u al veel kunt leren over Google AdWords. Met name wat u niet moet doen en waar Google u voor afstraft. Ons advies is om u eerst zeer goed te verdiepen in Google AdWords voordat u er mee begint en niet direct te hard van stapel te lopen.

# het opzetten van een adwords campagne

Een Google AdWords campagne opzetten begint met het bepalen van zoekwoorden en schrijven van advertenties. Houd voordat u begint rekening met de volgende tips:

• Bedenk dat een goede campagne is bedoeld om relevant verkeer te trekken en niet om grote aantallen bezoekers te trekken.

• Grote aantallen bezoekers kosten geld, relevant verkeer zorgt voor conversie en waarschijnlijk ook voor omzet.

• Conversie (bijvoorbeeld een aanvraag of bestelling) is altijd het doel. Meet dat doel ook.

• Het doel meten is enorm belangrijk, zowel voor uw omzet, als voor Google. Hoe meer conversies, hoe vaker een advertentie tevoorschijn komt.







**Het bepalen van zoekwoorden doet u als volgt:**

**Zelf zoekwoorden bepalen:**

• Maak een afweging tussen globale en specifieke zoekwoorden.
Als u alleen BMW's verkoopt, dan kunt u op "BMW z3" of op "auto" adverteren. Bedenk hierbij dat mensen die op "auto" zoeken niet per definitie een BMW z3 willen hebben, maar ook dat "auto" waarschijnlijk een te algemene term is.

• Gebruik gelokaliseerde zoekwoorden om een regionaal publiek aan te spreken.

• Gebruik long tail (specifieke) zoekwoorden: specifieke zoekwoorden leveren relevant publiek op, maar ook een heel specifiek publiek. Dat betekent dat u meer zoekwoorden nodig hebt om meerdere publieksgroepen te bereiken.

**De zoekwoordentool gebruiken:**

• Om zoekwoorden te bepalen, kunt u ook de zoekwoordentool gebruiken. U kunt hier een aantal zoekwoorden invoeren om ideeën op te doen. De zoekwoordentool komt daarbij zelf met suggesties. De kern is om zoekwoorden te vinden die relevant zijn, een lage concurrentie hebben en veel zoekvolume. Dat is lastiger dan u denkt. Zoekwoorden met een lage concurrentie hebben bijvoorbeeld vaak ook een laag zoekvolume.




• Groepeer uw vergelijkbare zoekwoorden in zoekwoordgroepen.

• Met negatieve zoekwoorden kunt u bepaalde zoekwoorden uitsluiten. Negatieve zoekwoorden worden niet getoond in uw advertentie. Als u bijvoorbeeld een product voor vrouwen verkoopt, zou "-man" een negatief zoekwoord kunnen zijn.



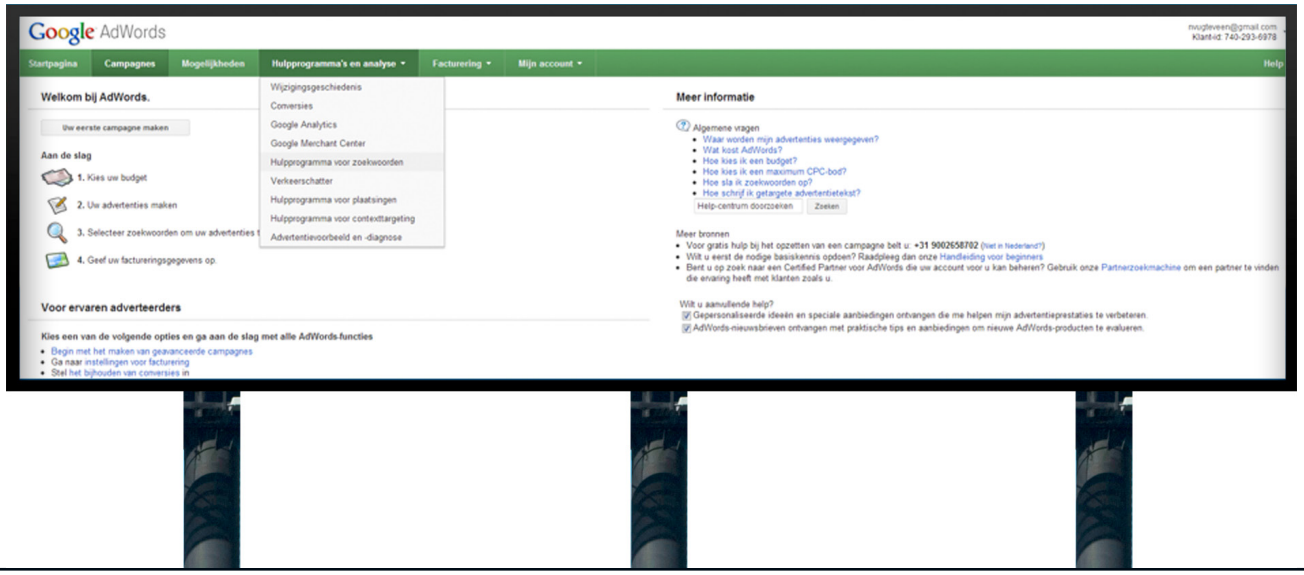
**Gebruik bij het schrijven van uw advertentie de volgende tips:**

• Gebruik een call-to-action, bijvoorbeeld: "bestel nu", "koop…" of "reserveer vandaag nog".

• Laat het zoekwoord terugkomen in de advertentie.

• Zorg dat de advertenties linken naar pagina's over het onderwerp van de advertentie.

• Google geeft uw advertenties scores. Een goede advertentie zorgt voor kliks én conversie. Stel uw advertentie bij als deze een lage score heeft. In het volgende artikel kunt u hier meer over lezen.



# het draaien van een campagne

U heeft uw keywords bepaald en uw advertentieteksten ingevoerd en uw campagne kan live! Dan gaat het nu pas echt beginnen, want Google AdWords is een dynamisch advertentiemedium.

De biedingen en advertenties van uw concurrenten hebben namelijk direct invloed op uw advertenties: als zij opbieden, dalen uw advertenties. Het is dus continu bijsturen en in de gaten houden. Maar waar moet u nu precies op letten en wat zeggen al die cijfers in de AdWords module precies?

## Het begint met positie opbouwen

Het hoogste bod krijgt niet vanzelf de hoogste positie in AdWords. Google kijkt ook naar de kwaliteitsscore van uw advertentie, oftewel, Google bepaalt hoe relevant uw advertentie is ten opzichte van concurrerende advertenties. Let op de volgende punten bij het opbouwen van uw positie:

• In het begin is het zinvol om iets meer te bieden dan u eigenlijk van plan bent. Uw advertentiecampagne is nieuw en moet eerst een positie en wat historie opbouwen voordat de kwaliteitsscore belangrijker wordt.

• Houd de gemiddelde positie in de gaten. Let op: positie 1 en 2 worden vaak fel beconcurreerd door de grootste spelers in de markt.
Daar liggen de klikkosten vaak een stuk hoger dan op positie 3 of 4.

• Het kan dus zinvol zijn om op lagere posities in te zetten. U staat wellicht niet bovenaan, maar de kosten per klik en daarmee de kosten per conversie (bijvoorbeeld een aanvraag of bestelling) kunnen een stuk gunstiger uitpakken dan op een toppositie.

## De kwaliteitsscore controleren

De Google AdWords module kan u inzicht verschaffen in de kwaliteitsscore van uw zoekwoorden. Standaard wordt dit cijfer niet getoond, maar het is dus wel van belang.

De kwaliteitsscore inschakelen doet u als volgt:

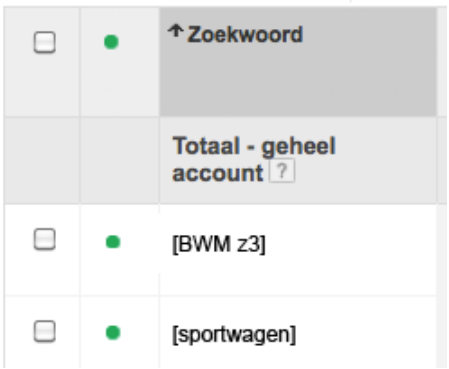
**1.** Klik op het tabblad “Zoekwoorden” en dan boven de grafiek op de knop “Kolommen”.

**2.** Kies vervolgens voor “Kolommen aanpassen”, “Kenmerken” en “Kw.Score” toevoegen.

**3.** Vergeet niet onderaan op “Toepassen” te klikken.

**4.** Er verschijnt nu een extra kolom in uw AdWords module waar een cijfer van 1 tot 10 wordt getoond. Een 1 staat voor de laagste kwaliteitsscore, een 10 voor de hoogste kwaliteitsscore.

Dit cijfer geeft u mooi inzicht in verbeterpunten.
U zou een lage kwaliteitsscore kunnen verbeteren door niet op brede zoekwoorden, maar op specifieke zoekwoorden te adverteren. Voorzie uw zoekwoord daarvoor van blokhaken:




Uw advertentie wordt dan alleen vertoond als iemand naar exact dat woord zoekt. Daarmee bent u dus relevanter en zal uw kwaliteitsscore waarschijnlijk stijgen.

## Doorklikratio

Een ander belangrijk getal om in de gaten te houden is de CTR (click-through-ratio), oftewel de doorklikratio. Dit getal geeft de verhouding aan tussen vertoningen en kliks. Een hoge CTR betekent veel kliks per vertoning en een hoge CTR zal tot een hogere kwaliteitsscore leiden.

Zorg dat u uw campagnes zo inricht dat u óf op het zoeknetwerk (Google.nl en zoekfuncties van Google op andere websites, zogenaamde zoekpartners) óf op het displaynetwerk adverteert (Google advertenties op andere websites dan Google.nl). De CTR op het displaynetwerk ligt namelijk een stuk lager.

Wilt u toch op beide netwerken zichtbaar zijn? Richt dan gewoon twee campagnes in, waarbij u de ene op Google zoeken richt en de andere op het Google Display netwerk.

Zo maakt u voor uzelf goed inzichtelijk wat beter scoort: adverteren op Google zelf of adverteren op sites die Google advertenties vertonen.





## Check regelmatig hoe uw campagne loopt

Zoals gezegd hebben acties van concurrenten impact op uw campagne, dus bekijk regelmatig hoe uw campagne er bij staat.

Let hierbij op de volgende punten:

• Bekijk of er slecht presterende groepen zijn.

• Ga na of er advertenties zijn afgekeurd.

• Wellicht zijn er meldingen van Google waar u actie op moet ondernemen.

• Zoek af en toe zelf eens via Google op uw eigen naam of zoekwoorden die u inkoopt en kijk hoe concurrenten hun advertentieteksten opstellen. Daar kunt u wellicht van leren.

• Het kan zomaar dat een concurrent adverteert op uw naam! Dat mag, zolang u daar zelf geen stokje voor steekt. Als uw naam een geregistreerde handelsnaam is, dan kunt u die bij Google claimen. Anderen kunnen dan alleen nog op uw naam adverteren als u toestemming geeft. De moeite meer dan waard.

## Blijf testen en proberen: het kan altijd beter!

Uw AdWords campagne kan continue worden verbeterd, maar daarvoor moet u wel blijven testen. De gemakkelijkste test is om twee advertenties per advertentiegroep toe te passen:

**1.** Kijk welke advertentie de beste CTR en/of de meeste conversies oplevert en zet die voort.

**2.** Zet de slechter presterende advertentie uit.

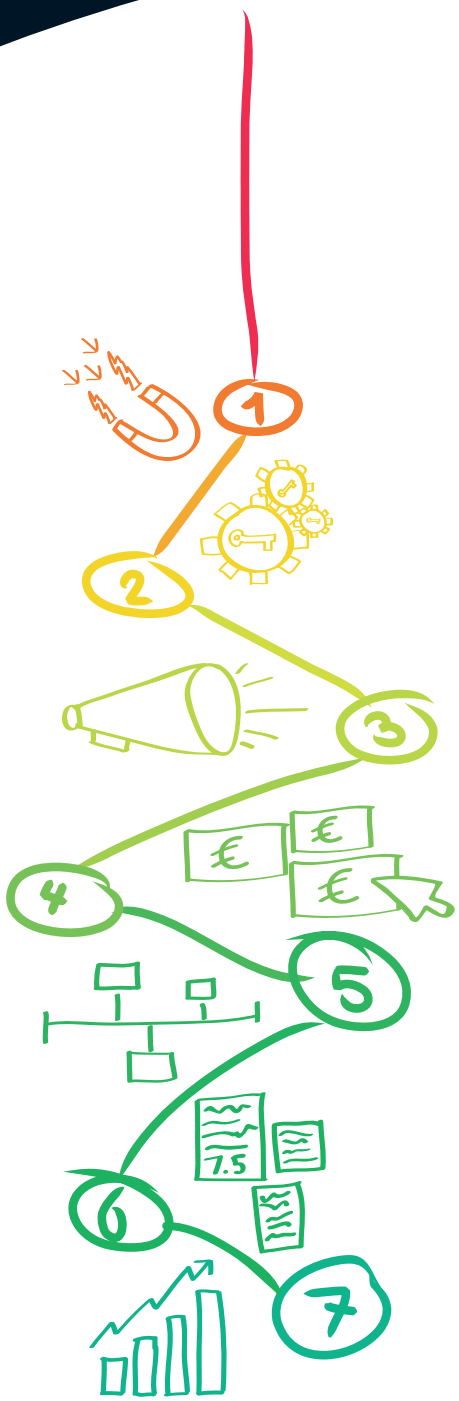
**3.** Zet er vervolgens weer een andere advertentie tegenover. Het kan zomaar dat die wel beter scoort!

**4.** Hetzelfde kunt u doen met zoekwoorden en advertentiegroepen. Denk als uw klant, bedenk waar ze naar zouden kunnen zoeken en maak daar een advertentiegroep voor aan.

**5.** Scoort de advertentiegroep niet, dan kunt u hem net zo makkelijk weer uitzetten.



# tips




## Zelf aan de slag?

Gebruik dan onze volgende tips:

**1.** Bedenk voordat u begint dat een goede campagne is bedoeld om relevant verkeer te trekken en niet om grote aantallen bezoekers te trekken.

**2.** Gebruik de zoekwoordentool om zoekwoorden te vinden die relevant zijn, een lage concurrentie en veel zoekvolume hebben.

**3.** Door te adverteren op specifieke zoektermen, trekt u bezoekers die specifiek op zoek zijn naar uw product of dienst.

**4.** Stel een maximaal klikbudget in om te voorkomen dat u onverwachts een hoog bedrag moet betalen indien er veel op uw advertenties wordt geklikt.

**5.** In het begin is het zinvol om iets meer te bieden dan u eigenlijk van plan bent.
Uw advertentiecampagne is nieuw en moet eerst een positie en wat historie opbouwen.

**6.** Voeg de kolom voor het meten van de kwaliteitsscore van uw zoekwoorden toe in de Google AdWords module.
Dit cijfer geeft u inzicht in eventuele verbeterpunten.

**7.** Blijf uw Google AdWords campagne testen.
De gemakkelijkste test is om twee advertenties per advertentiegroep toe te passen en de slechter presterende advertentie uit te zetten. Zet vervolgens weer een nieuwe advertentie tegenover de beter presterende variant.

# **over** multimove

Sinds 1998 is Multimove hét internetbureau voor effectieve en creatieve internetprojecten en internetmarketing. Al ruim 15 jaar is Multimove dus sterk in het realiseren en beheren van digitale communicatietoepassingen.

De Multimove Papers verschijnen 2 keer per jaar en gaan iedere keer over een actueel onderwerp. We willen hiermee onze relaties kennis en tools geven over het optimaal inzetten van internet voor hun organisatie.






## Wilt u de Paper 2 maal per jaar gratis en automatisch ontvangen?

Meld u dan aan via onze website:
www.multimove.nl/paper

of stuur een e-mail naar:
paper@multimove.nl

Zo hoeft u nooit een Paper te missen!

Een eerdere Paper inzien? Ga naar onze website of scan met uw smartphone de QR-code hiernaast.

**contact**

Multimove webworks
Modem 22C
7741 MJ Coevorden

**t** 0524 592930
**e** info@multimove.nl
**i** www.multimove.nl