



Yellowlab SEA Checklist



Online marketing

SEA is een onderdeel van online marketing. Onder online marketing vallen kortweg alle digitale activiteiten die een bedrijf in kan zetten om marketingdoelstellingen te bereiken. Doordat steeds meer bedrijven, producten en mensen op meerdere manieren met het internet verbonden zijn, wordt de scheiding tussen traditionele marketing en online marketing steeds vager.

Onder online marketing vallen, onder andere:

- **SEA**
- SEO
- Social media
- Conversie optimalisatie
- E-mail marketing
- Webdesign
- Affiliate marketing

Yellowlab kan ondersteuning bieden bij het uitdenken en ontwikkelen van de online marketingactiviteiten van uw bedrijf. Of het nu gaat om het schrijven van content, het verhelpen van technische problemen of het compleet uitbesteden van uw online marketingplannen.



Wat is SEA?

“Onder Search Engine Advertising wordt het tegen betaling plaatsen van advertenties boven en naast de natuurlijke zoekresultaten verstaan. De advertentie wordt vertoond als een zoekmachine gebruiker een aan de advertentie gekoppeld woord of woordgroep intypt. De adverteerder betaalt alleen voor de zoekmachine gebruikers die op een van zijn advertenties klikken. De advertenties verwijzen naar een webpagina van de adverteerder.

Bij Search Engine Advertising kunnen drie doelstellingen worden onderscheiden. Ten eerste zo veel mogelijk vertoningen (bereik) genereren, ten tweede zo veel mogelijk clicks realiseren en tot slot zo veel mogelijk conversies realiseren. Een conversie kan bijvoorbeeld bestaan uit een informatieaanvraag, een aanmelding of een aankoop. Elke doelstelling heeft zijn eigen strategie.”

Bron: Wikipedia

Yellowlab BV
Biltstraat 156
3572 BN Utrecht

Ongeveer 717.000 resultaten (0,42 seconden)

Nummer 1 in Leren Hoekbanken | Altijd hoge kortingenwww.seatsandsofas.nl/

4,4 ★★★★★ beoordeling voor seatsandsofas.nl

Ruim assortiment en altijd scherpe acties. Vind hier uw perfecte leren hoekbank!

Hoekbanken · Megastores · 7 Zekerheden · Folder Aanbiedingen · Gratis Cadeau artikel · Collectie

Nieuwegein · 3 locaties in de buurt

Robuuste Leder Hoekbanken | Breed Scala Robuuste Meubelswww.robustetafels.nl/

Proefzitten op uw Nieuwe bank? Kies Online uw Bank en kom langs in de Showroom. Kom Langs bij Dé Industriële Woonwinkel van Nederland. Wij staan graag voor u klaar! Showroom in Hardinxveld.

Alle leren bankstellen · 3 Showrooms in Nederland · Neem direct contact op

IKEA Lederen hoekbanken | Comfortabel en ruime keuze | IKEA.comwww.ikea.com/hoekbanken

Hoekbank kopen voor je woonkamer? Wij bieden hoekbanken in alle soorten en maten. Grote collectie banken. Zeer groot assortiment. Tot 10 jaar garantie. Laat je online inspireren.

Lederen Hoekbanken? | Profiteer van de Beste Prijs | ProntoWonen.nlwww.prontowonen.nl/

Bekijk onze Grote Collectie Mooie Banken. Bezoek Pronto Wonen of Shop Online! Jij wilt toch ook...

Lederland | Leren hoekbanken<https://www.lederland.nl/nl/leren-hoekbanken>

Lederland heeft de grootste keuze in échte bovenhuidslederen hoekbanken.

Leren hoekbank kopen? Unieke modellen in 40 kleuren ...<https://www.robustetafels.nl/> Leren Banken · Hoekbanken

Leren hoekbanken in topkwaliteit geschuurd leer. Uw leren hoekbank wordt gratis bezorgd en gemonteerd. Bezoek onze showrooms in Hardinxveld en Utrecht!

Hoekbank kopen voor je woonkamer? | Goossens<https://www.goossenswonen.nl/> Wonen · Bankstellen

★★★★★ Beoordeling: 8,5/10 - 193 stemmen

Hoekbanken in alle soorten en maten. Bij Goossens vind je hoekbanken in vele uitvoeringen stof en leer! ✓ Kwaliteit hoekbanken, voor een verrassend scherpe ...

leren hoek... bekijken

Gesponsord

IKEA - Hoekbank, 5-zit... € 1.119,00 IKEA Van Google	MADE Hoekbank Met Hoek... € 1.999,00 MADE.com Goo... Van Google	HACO - Hoekbank Belf... € 999,00 Haco Van Dept
Bankstel Lederen Luzy Africa € 1.109,00 Table du Sud Van Kiesproduct	Hoekbank Flesk € 949,99 home24.nl Gratis verzending Van beslist.nl	Wehkamp.nl Hoekbank... € 799,20 Wehkamp ★★★★★ (11) Van Kiesproduct

Ongeveer 290.000 resultaten (0,46 seconden)

eetstoel bekijken

Kave Home vorme stoel... € 95,00 Kave Home ★★★★★ (7) Van Google	HACO - Eetkamerstoel... € 69,00 Van Dept	Kave Home vorme draai... € 95,00 Kave Home ★★★★★ (7) Van Google	Luxe bureaustoel Cognac... € 199,00 Bureaustoel... ★★★★★ (7) Van Productivity	Design Meubels Eetkamerstoel... € 85,00 4UDesign.nl Gratis verzending Van beslist.nl
--	---	--	--	---

Eetstoel nodig? | Nieuwe Stoelen Snel in Huis? | Klantwaardering van 8,5www.prontowonen.nl/

Shop voor de Beste Prijs bij Pronto Wonen. Bekijk ons Ruime Assortiment Online! Een groot deel van onze collectie is binnen zeer korte tijd of uit voorraad leverbaar! COVID alert.

Grootste Aanbod Eetstoelen | Nu tot 70% Korting | zlmmaxx.nlwww.zlmmaxx.nl/Eetstoelen/Topkwaliteit

Uitgebrede collectie Eetstoelen. Bezoek Nederland's grootste Woonwinkel!

Afbeeldingen van eetstoel

Meer afbeeldingen voor eetstoel

Eetstoel kopen? Laagste Prijsgarantie | Profijt Meubel<https://www.profiitmeubel.nl/> Stoelen

★★★★★ Beoordeling: 8,4/10 - 9.550 stemmen

Eetstoel kopen tegen de laagste prijs? Profijt Meubel heeft verschillende armstoelen voor iedere woonkamer!

✓ Laagste prijsgarantie ✓ Snel leverbaar.

Eetstoel kopen? Van moderne tot landelijke eetstoelen! - IN-HOUSE<https://www.in-house.nl/interieureetstoel>

Op zoek naar goede eetstoelen? Van landelijke tot moderne stoelen voor elk interieur! ✓ Top eetstoelen ✓ Leer & stof ✓ Laagste prijs ✓ Persoonlijk maatwerk.

≥ Vind eetstoelen in Huis en Inrichting op Marktplaats.nl<https://www.marktplaats.nl/huis-en-inrichting/eetstoelen?term=query%eetstoelen...>

Eetstoel Stephan Cognac Eetkamerstoel Keukenstoel

VOORRAAD - Grootste woonwinkel van nederland!

Vragen? 0172-609060 - Veilig betalen - 5 jaar ...

SEA resultaten, zijn de resultaten die direct bovenaan de zoekresultaten worden getoond.

SEA Checklist

Wanneer wij jouw Google Ads account evalueren, maken wij gebruik van een SEA Checklist. Op elk onderdeel beoordelen wij de instellingen van jouw Google Ads en Shopping campagnes. Op basis van onze bevindingen krijg jij een concreet SEA advies om jouw campagnes te optimaliseren. Wij controleren dan altijd de volgende punten:

Search:

- ☐ Campagne type
- ☐ Campagne instellingen
- ☐ Bodaanpassingen
 - ☐ Planning
 - ☐ Locaties
 - ☐ Apparaten
 - ☐ Doelgroepen
 - ☐ Demografie
- ☐ Zoekwoorden
 - ☐ Zoekwoorden instellen
 - ☐ Uitsluiten
 - ☐ Kwaliteitsscore
- ☐ Advertenties
- ☐ Extensies
- ☐ Campagnestructuur

Shopping:

- ☐ Campagne instellingen
- ☐ Bodaanpassingen
 - ☐ Planning
 - ☐ Locaties
 - ☐ Apparaten
 - ☐ Doelgroepen
 - ☐ Demografie
- ☐ Zoektermen
 - ☐ Uitsluiten
- ☐ Campagnestructuur
- ☐ Biedingen

Yellowlab SEA Checklist

Search:

- ☐ Campagne type
- ☐ Campagne instellingen
- ☐ Bodaanpassingen
 - ☐ Planning
 - ☐ Locaties
 - ☐ Apparaten
 - ☐ Doelgroepen
 - ☐ Demografie
- ☐ Zoekwoorden
 - ☐ Zoekwoorden instellen
 - ☐ Uitsluiten
 - ☐ Kwaliteitsscore
 - ☐ Biedingen
- ☐ Advertenties
- ☐ Extensies
- ☐ Campagnestructuur

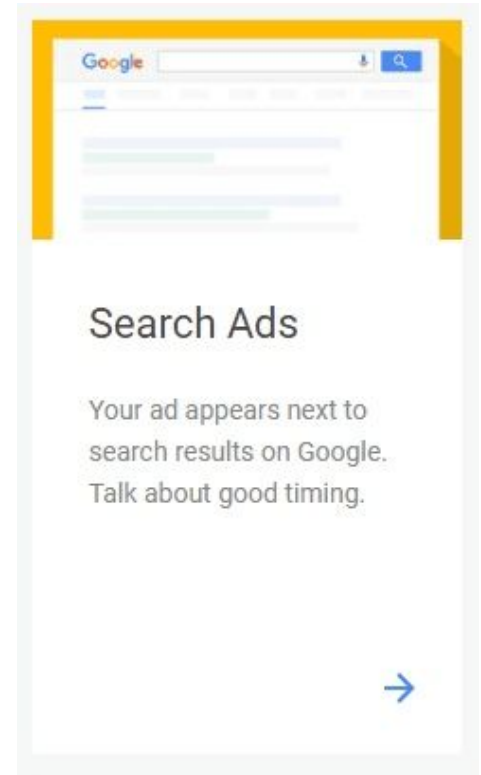
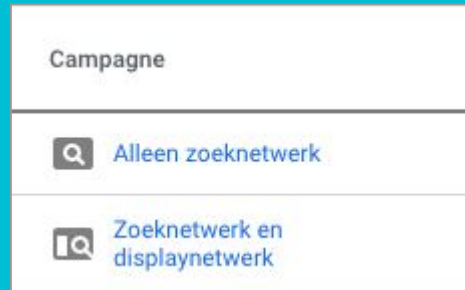


Search - Campagne Type

Tijdens het aanmaken kan je een campagnetype selecteren, zoals zoeknetwerk, Display Netwerk, Shopping of Video. Je krijgt aanbevelingen te zien voor functies en instellingen die je kunnen helpen om de doelstellingen van jouw campagne te bereiken. Vergeet niet dat alle campagne-instellingen en functies beschikbaar zijn, ongeacht het doel van de campagne. Je kunt ervoor kiezen om geen doel te nemen en deze is ook op een later moment te wijzigen.

Wij komen het helaas nog regelmatig tegen dat de campagnes bedoeld voor het zoeknetwerk zijn aangemaakt als Zoeknetwerk met Display select. Dan wordt je search advertentie ook getoond in het display netwerk. In het overzicht ziet dat er zo uit als de afbeelding hieronder.

Omdat Ads in het displaynetwerk vaak slechtere resultaten laat zien, raden wij altijd aan om te kiezen voor 'alleen zoeknetwerk'.



Search - Campagne Instellingen

Bij de campagne instellingen staan een aantal interessante instellingen om na te lopen, wij behandelen de belangrijkste:

Netwerken: Hier kan je de netwerken instellen en uitschakelen, zoals het eerdergenoemde display netwerk.

Locaties en talen: De advertenties in jouw campagne komen in aanmerking voor weergave aan klanten binnen de gekozen geografische locaties of aan klanten die jouw gekozen taal als browsertaal hebben ingesteld.

Kies in Nederland altijd voor de locatie 'Nederland' en als talen Nederlands en Engels, want veel Nederlanders hebben hun browser op Engels ingesteld.

Conversies: Sinds kort kan je per campagne een conversie actie instellen. Een campagne gericht op winkelbezoek daar wil je natuurlijk een andere conversie instellen dan een webshop transactie.

Campagnenaam	SEA nieuwe leads landelijke targeting	
Campagnestatus	● Ingeschakeld	
Doel	Geen doel geselecteerd	
Netwerken	Zoeknetwerk van Google, Zoekpartners	
Locaties	Drenthe, Nederland (provincie) + nog 11	
Talen	Nederlands	
Budget	€ 25,00/dag	
Bieden	CPC (verbeterd)	
Start- en einddatum	Startdatum: 25 april 2019	Einddatum: Niet ingesteld
Conversies	Instelling voor conversies op accountniveau (conversieacties op websitegegevens)	
Advertentieroulatie	Optimaliseren: voorrang geven aan de best presterende advertenties	
URL-opties voor campagne	Geen opties ingesteld	
Instelling voor dynamische zoekadvertenties	Geautomatiseerde zoektargeting en aangepaste advertenties	
IP-uitsluitingen	Geen uitsluitingen ingesteld	

Search - Campagne Instellingen

Advertentieroulatie: Wil je aan de slag om de advertentieteksten goed te testen? Kies dan voor 'Niet optimaliseren: rouleer advertenties voor onbepaalde tijd' zodat je goede data krijgt die je kunt vergelijken. Heb je hier de tijd niet voor? Kies dan voor 'Optimaliseren: voorrang geven aan de best presterende advertenties'.

Budget: Stel handmatig de biedingen in voor klikken op de advertenties of laat Google Ads dit voor jou doen. Afhankelijk van het campagnetype worden mogelijk extra biedopties weergegeven waaruit je kunt kiezen.

Biedstrategieën: Een complex onderwerp, te complex om uitgebreid in de checklist te behandelen. We hebben wel enkele tips:

- Ga je voor Conversies maximaliseren of conversiewaarde, hou dan wel het rendement in de gaten.
- Kies je voor klikken maximaliseren, stel een maximumbod in op basis van kosten per klik.
- CPA als doel gaat om kosten per verkoop en ROAS als doel gaat voor rendement op kosten.
- Wil je sturen op zo veel mogelijk vertoningen (doelvertoningspercentage)? Stel ook het limiet in voor de maximum CPC (kosten per klik).
- Een handmatige CPC kan nog steeds goed werken, mits je de tijd hebt om zelf de biedingen bij te houden. Als je hierop overschakelt, krijg je een waarschuwing van Google dat het tot slechte prestaties kan leiden. Hecht hier niet te veel waarde aan.



Search - Bodaanpassingen

Door bodaanpassingen in te stellen, kan je ervoor zorgen dat advertenties vaker of minder vaak worden weergegeven.

Een klik kan bijvoorbeeld meer waard zijn als die afkomstig is van een smartphone, vanuit een specifieke locatie of wanneer er op een bepaald tijdstip van de dag wordt geklikt. Waar kun je bodaanpassingen op doen? Wij bekijken dan vaak de volgende onderwerpen:

Apparaten: Je kan de cpc verlagen of verhogen voor de apparaten desktop, mobiel en tablet. Is het volume heel hoog op mobiel maar de verhouding tussen de conversiewaarde en kosten juist laag? Plaats dan een negatieve bodaanpassing. Scoort een apparaat veel beter? Verhoog dan het bod met een bodaanpassing.

Een optie is ook om aparte mobiele campagnes aan te maken. Maak 2 dezelfde campagnes aan, waarbij je de een 100% verlaagd op mobiel (deze wordt dan alleen op desktop getoond), de andere kan je dan 100% verlagen op desktop.

Locaties: Probeer je locaties ook verder op te splitsen. Adverteer je alleen in Nederland? Stel dan niet Nederland in als enige locatie, maar splits dit in bijvoorbeeld de provincies. Zo kan je meer uit je budget halen, door per provincie je bod aan te passen.

Voorbeeld

U biedt duikvakanties op Curaçao aan en het maximum CPC-bod van uw bestaande advertentiegroep is € 1,00. U heeft gepland dat uw advertentie op dinsdag tussen 20:00 en 23:00 uur wordt weergegeven. U besluit een bodaanpassing in te stellen van +10% op dinsdagen tussen 20:00 en 22:00 uur. Uw maximumbod voor die periode is dus € 1,00 x (+10%) = € 1,10.

Omdat veel mensen die mogelijk geïnteresseerd zijn in uw duikvakanties, in Amsterdam wonen, besluit u voor Amsterdam een extra aanpassing van +20% in te stellen. Uw resulterende maximumbod voor een zoekopdracht die plaatsvindt op dinsdag om 21:30 uur bij een potentiële klant in Amsterdam, is € 1,32. Dit werkt dan als volgt:

Startbod: € 1,00

Aanpassing voor dinsdag, tussen 20:00 en 22:00 uur: € 1,00 x (+10%) = € 1,10

Aanpassing voor Amsterdam: € 1,10 x (+20%) = € 1,32

Maximumbod voor dinsdag, tussen 20:00 en 22:00 uur in Amsterdam: € 1,32

Bodaanp.
+10% 
+5% 
-5% 

Search - Bodaanpassingen

Planning: Standaard staat de advertentieplanning op alle dagen, alleen dat zorgt er nog niet voor dat je ook bodaanpassingen kunt doen. Voeg bijvoorbeeld elke dag van de week toe, zodat je later per dag (of eventueel zelfs per dagdeel) een bodaanpassing kan doen.

Campagnes kunnen in het weekend bijvoorbeeld heel anders presteren.

Demografie: De cijfers zijn beschikbaar en je kunt direct een bodaanpassing plaatsen. Kijk naar de verschillen in leeftijd en geslacht, en plaats een bodaanpassing waar nodig om een bepaalde leeftijdsgroep te bereiken die goed converteert.

Doelgroepen: Er zijn niet standaard doelgroepen gekoppeld aan je campagne. Het kan heel waardevol zijn om dit wel te doen. Je kunt kiezen voor verschillende doelgroepen die je zelf vult op basis van voorwaarden, bijvoorbeeld:

- heeft de /cart pagina bereikt
- heeft meerdere pagina's bekeken

Een andere mogelijkheid is om de doelgroepen te gebruiken die al bekend zijn, zoals ouderlijke status, hoogste opleiding of de specifieke in market doelgroepen die heel diep ingaan op interessegebieden.

Let op, stel de doelgroepen in op Observatie als je bodaanpassingen wilt doen. Als je kiest voor targeting dan bereik je alleen nog die doelgroepen en wordt het bereik ineens een stuk kleiner.



Search - zoekwoorden instellen

Met zoektypen voor zoekwoorden bepaal je welke zoekopdrachten jouw advertenties in Google triggeren. Je kunt bijvoorbeeld 'breed zoeken' gebruiken om jouw advertentie weer te geven aan een bredere doelgroep en 'exact zoeken' als je vertoond wilt worden op een specifieke zoekterm.

Volledig breed zoeken raden wij niet aan, maar gebruik een combinatie van exact zoeken, en de Modifier voor breed zoeken of woordgroepen.

Exact: Exacte overeenkomsten van de term of sterk gelijkende varianten van die exacte term met dezelfde betekenis. Stel deze in met het zoekwoord of meerdere zoekwoorden in te sluiten tussen de haken: [zoekwoord].

Modifier voor breed zoeken: Alle termen met een plusteken (+zoekwoord) in willekeurige volgorde. Er kunnen extra woorden vóór, na of tussen de termen worden weergegeven.

Woordgroep: "Zoekwoord" komt overeen met de woordgroep (of sterk gelijkende varianten van de woordgroep) met extra woorden ervoor of erna.

[spijkerbroek]
[jeans]
Match: 'Spijkerbroek'

+spijkerbroek
+jeans
Match: 'Levi's jeans'

"jeans"
Match: 'Lichtblauwe denim jeans'

Search - zoekwoorden uitsluiten

Met uitsluitingszoekwoorden kun je termen uitsluiten van de campagnes, zodat je alleen zoekwoorden gebruikt die belangrijk zijn voor jouw klanten.

Door de zoekwoorden specifiek in te stellen wordt je minder getoond op minder relevante termen, en hoef je dus minder vaak zoektermen uit te sluiten.

Toch adviseren we om de lijst met zoektermen regelmatig na te lopen, en alle zoektermen die niet relevant zijn uit te sluiten. Dan wordt de advertentie nooit meer getoond op die termen.

Komen bepaalde zoektermen terug in diverse campagnes, en zijn ze nooit relevant? Dan kan je ook een lijst met uitsluitingszoekwoorden maken en deze koppelen aan alle of de gewenste campagnes.

Zo kan je bijvoorbeeld in jouw webshop voor schoenen de termen 'Nike' of 'Adidas' uitsluiten als je deze merken niet aanbiedt.



Search - Kwaliteitsscore

Per ingesteld zoekwoord kun je de kwaliteitsscore bekijken. De kwaliteitsscore is bedoeld om je een algemene indruk van de kwaliteit van jouw advertenties te geven. De kwaliteitsscore van 1-10 die voor elk zoekwoord in jouw account wordt gerapporteerd, is een schatting van de kwaliteit van de advertenties en de bestemmingspagina's die door de advertenties worden geactiveerd.

De kwaliteitsscore bepaalt ook deels de advertentiepositie, en ook de cpc. De kwaliteitsscore bepaalt dus of je 'korting' krijgt op je cpc, of juist extra moet betalen.

Bij de ingestelde zoekwoorden kun je de volgende kolommen oproepen: Kwaliteitsscore, Ervaring op bestemmingspagina en Advertentierelevantie.

Is de kwaliteitsscore te laag? Dan staat de reden in de overige 2 kolommen. Bij een lage advertentierelevantie dien je de zoekwoorden in de advertenties te verwerken, zowel in de kop als in de beschrijving. En bij een lage score op de bestemmingspagina dien je een betere url in te voeren die relevanter is bij het zoekwoord.

Impact of Quality Score on CPC

If QS is:	Your CPC vs QS=7 is:	
10	Discounted by:	30.00%
9	Discounted by:	22.20%
8	Discounted by:	12.50%
7	-	
6	Increased by:	16.70%
5	Increased by:	40.00%
4	Increased by:	75.00%
3	Increased by:	133.30%
2	Increased by:	250.00%
1	Increased by:	600.00%

Search - Advertenties + Extenties

Advertenties: Zorg er voor dat er altijd 3 advertenties zijn gevuld per advertentiegroep. Twee uitgebreide advertenties gevuld met 3 koppen en 2 beschrijvingen en een RSA (responsive search ads).

Extensies: Zorg dat zoveel mogelijk extensies gevuld zijn, Google gaat dan zelf wel op zoek naar de best presterende combinaties.
Vul ook genoeg opties in per extensies, vul bijvoorbeeld liever 8 verschillende Highlight extensies omdat Google er 4 tegelijk kan tonen en dan op zoek kan gaan naar de beste combinaties.

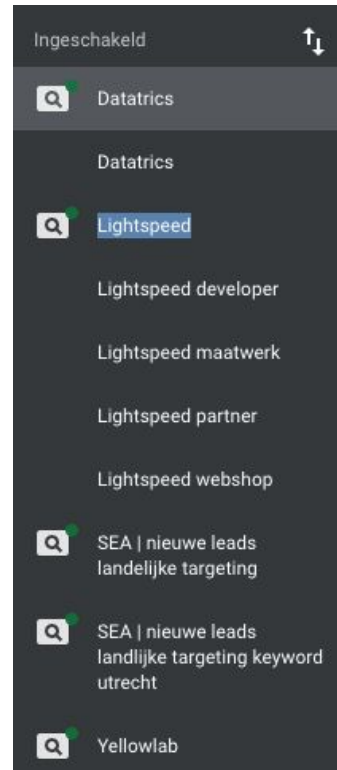
☐	Ad	Status	Ad type ↓
☐	Car Accident Lawyers Motor Vehicle Accident Lawyers Car & Truck Accident Lawyers +12 more Motor-Vehicle/Injury-Lawyers Call Us Today to Talk to a Lawyer and Learn About Your Case. At Kimball Law, We Love the Law and Using It To... View assets details		Responsive search ad
☐	Car Accident Lawyers Get Compensation You Deserve Call for Free Consultation Motor-Vehicle/Injury-Lawyers Our Lawyers Have Over 40 Years Trial Experience and Dealing with Insurance Companies. Call Now for Free Advice and No Obligation to Hire. No Fees without Compensation For You.		Expanded text ad
☐	Car & Truck Accident Lawyers Serving all of Nova Scotia We Go the Distance Car-Accident/Lawyers-NS At Kimball Law, We Love the Law and Using It To Help People, Not Businesses or Insurers. Call Us Today to Talk to a Lawyer and Learn About Your Case.		Expanded text ad

Search - Campagnestructuur

Het bouwen van een goede campagnestructuur is tijdsintensief, maar zeker de investering waard. De voordelen van een goede campagnestructuur zijn:

- De juiste ads aan de juiste bezoekers tonen
- Gemakkelijker accountbeheer
- Betere controle over budgetten
- Sneller en beter campagnes uitbreiden

Met een juiste campagnestructuur, waarin er genoeg advertentiegroepen zijn kun je de zoekwoorden per advertentiegroep in de advertenties verwerken. Op die manier haal je ook de juiste kwaliteitsscore.

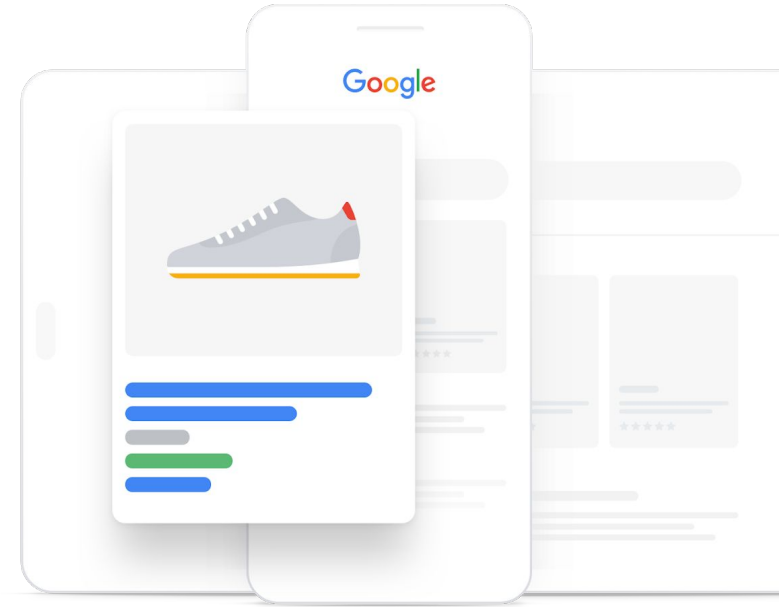


Yellowlab SEA Checklist

Shopping

Campagne instellingen

- ☐ Bodaanpassingen
 - ☐ Planning
 - ☐ Locaties
 - ☐ Apparaten
 - ☐ Doelgroepen
 - ☐ Demografie
- ☐ Zoektermen
 - ☐ Uitsluiten
- ☐ Campagnestructuur
- ☐ Biedingen



Shopping - Campagne Instellingen

Bij de campagne instellingen staan een aantal interessante instellingen om na te lopen, wij behandelen de belangrijkste:

Budget: Stel handmatig de biedingen in voor klikken op de advertenties of laat Google Ads dit voor jou doen. Afhankelijk van het campagnetype worden mogelijk extra biedopties weergegeven waaruit je kunt kiezen.

Biedstrategieën: Een complex onderwerp, te complex om uitgebreid in de checklist te behandelen. We hebben wel enkele tips:

- Kies je voor klikken maximaliseren, stel een maximumbod in op basis van wat één klik mag kosten.
- Doel ROAS gaat voor een doel rendement.
- Handmatige cpc kan nog steeds goed werken, mits je de tijd hebt om zelf de biedingen bij te houden. Als je hierop overschakelt, krijg je een waarschuwing van Google dat het tot slechte prestaties kan leiden. Hecht hier niet te veel waarde aan.

Instellingen voor Shopping-campagne

Campagnenaam	BE Shopping Hoog	▼
Campagnestatus	Ingeschakeld	▼
Doel	Sales	▼
Merchant Center en Service voor prijsvergelijking		▼
Land van verkoop	België	

▼ Aanvullende instellingen

Bieden en budget

Bieden	Handmatige CPC	▼
Budget	€ 10,00/dag	▼
Campagneprioriteit	Hoog	▼

Targeting

Netwerken	Zoeknetwerk van Google, Zoekpartners, Display Netwerk		▼
Locaties	België (land) + nog 2		▼
Start- en einddatum	Startdatum: 7 november 2018	Einddatum: Niet ingesteld	▼

▼ Aanvullende instellingen

Shopping - Campagne Instellingen

Productfilter: Wil je een aparte campagne voor bijvoorbeeld een merk? Via de productfilter kan je dan filteren op o.a. een merk.

Locaties: De locatie die je target komt vanaf de feed en de instelling land van verkoop. Je kunt nog steeds de locaties splitsen, om daar later de bodaanpassingen op te doen.

Productfilter

Gebruik een filter om producten met bepaalde kenmerken te kiezen die kunnen worden geadverteerd in deze campagne

☐ Geen filter: adverteren voor alle producten in land van verkoop (aanbevolen)

☒ Filter: alleen adverteren voor producten die aan al uw vereisten voldoen

Merk

is

Geef een waarde op

scherjon312

sixton peak303

druppies300

metabo290

berg288

gevavi287

emma276

bruder271

Producten in de buurt

Uitgeschakeld

URL-opties voor campagne

Geen opties ingesteld

Bieden en budget

Shopping - Bodaanpassingen

Door bodaanpassingen in te stellen, kan je ervoor zorgen dat advertenties vaker of minder vaak worden weergegeven op basis van waar, wanneer en hoe mensen zoeken.

Een klik kan bijvoorbeeld meer waard zijn in een bepaalde regio of vanaf een bepaald apparaat of een specifiek tijdstip. Waar kun je bodaanpassingen op doen? Wij bekijken dan vaak de volgende onderwerpen:

Apparaten: Je kan de cpc verlagen of verhogen voor de apparaten desktop, mobiel en tablet. Is het volume heel hoog op mobiel maar de verhouding tussen de conversiewaarde en kosten juist laag? Plaats dan een negatieve bodaanpassing. Scoort een apparaat veel beter? Verhoog dan het bod met een bodaanpassing.

Een optie is ook om aparte mobiele campagnes aan te maken. Maak 2 dezelfde campagnes aan, waarbij je de een 100% verlaagd op mobiel (deze wordt dan alleen op desktop getoond), en de andere 100% verlagen op desktop.

Locaties: Probeer je locaties verder op te splitsen. Adverteer je alleen in Nederland? Stel dan niet Nederland in als enige locatie, maar splits dit in bijvoorbeeld de provincies. Op die manier kan je bodaanpassing plaatsen per provincie, waar we toch vaak verschil in de resultaten zien, om nog meer uit je budget te halen.

☐ Targetlocatie

Totaal: locaties 

☐ 15,0 km rondom Den Haag

☐ Noord-Brabant, Nederland

☐ Noord-Holland, Nederland

☐ Zuid-Holland, Nederland

☐ Zuid-Holland, Nederland

☐ Zuid-Holland, Nederland

☐ Gelderland, Nederland

☐ Nederland

Shopping - Bodaanpassingen

Planning: Standaard staat de advertentieplanning op alle dagen, alleen dat zorgt er nog niet voor dat je ook bodaanpassingen kunt doen. Voeg bijvoorbeeld elke dag van de week toe, zodat je later per dag (of eventueel zelfs per dagdeel) een bodaanpassing kan doen.

Prestaties kunnen op verschillende dagen of tijdstippen totaal anders zijn.

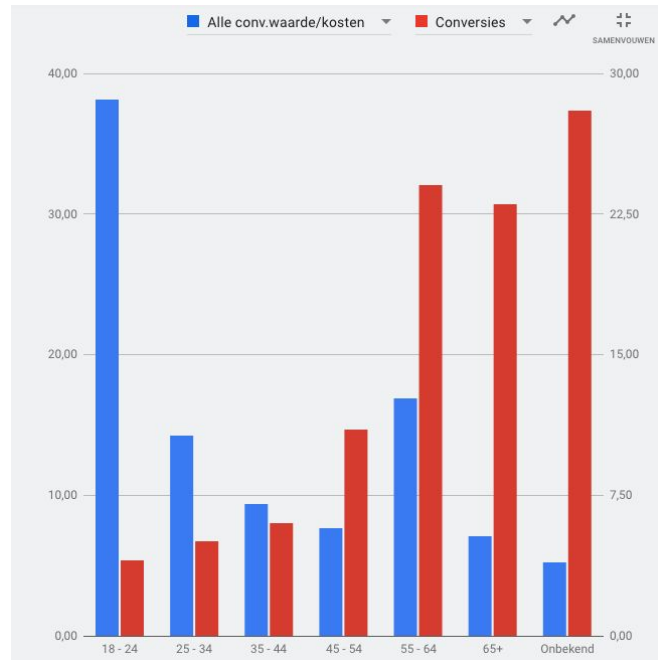
Demografie: De cijfers zijn beschikbaar en je kunt direct een bodaanpassing plaatsen. Kijk naar de verschillen in leeftijd en geslacht, en plaats een bodaanpassing waar nodig.

Doelgroepen: Er zijn niet standaard doelgroepen gekoppeld aan je campagne. Het kan heel waardevol zijn om dit wel te doen. Je kunt kiezen voor de doelgroepen op basis van voorwaardes:

- Heeft de /cart pagina bereikt
- Heeft meerdere pagina's bekeken

Een andere mogelijkheid is om de doelgroepen te gebruiken die al bekend zijn, zoals ouderlijke status, hoogste opleiding of de specifieke in market doelgroepen die heel diep ingaan op interessegebieden.

Let op, stel de doelgroepen in op Observatie als je bodaanpassingen wilt doen. Als je kiest voor targeting dan bereik je alleen nog die doelgroepen en wordt het bereik ineens een stuk kleiner.



Shopping - zoekwoorden uitsluiten

In shopping kun je dus geen zoekwoorden instellen waar je op gevonden wordt, maar je kunt nog steeds zoektermen uitsluiten.

Wij adviseren wel om de zoektermen lijst regelmatig na te lopen, en alle zoektermen die niet relevant zijn uit te sluiten. Dan wordt de advertentie nooit meer getoond op die termen.

Komen bepaalde zoektermen terug in diverse campagnes, en zijn ze nooit relevant? Dan kan je ook een lijst met uitsluitingszoekwoorden maken en deze koppelen aan alle of de gewenste campagnes.

Opties voor zoekwoorden	Toegevoegd/uit ↑
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten
Exacte zoekwoorden	 Uitgesloten



WAAROM YELLOWLAB

- ✓✓ Klantwaardering: 9,0
- ✓✓ Onze klanten bevelen ons aan
- ✓✓ Wij zijn eerlijk en direct
- ✓✓ Winnaars Thuiswinkel Awards 2011
- ✓✓ Focus op resultaat
- ✓✓ Google Premier Partner
- ✓✓ Premium partner Lightspeed
- ✓✓ Visual Website Optimizer Certified Partner
- ✓✓ Thuiswinkel.org business partner
- ✓✓ Datatrics Certified Partner



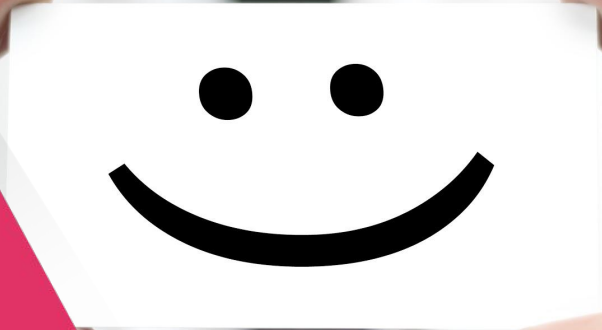
**“Prettig om samen te
werken met Yellowlab.”**

- Maria Smit - Van Gogh Museum

**“Denken met je mee.
Hebben zeer veel kennis in huis.
Je bent geen nummer.
Kortom een verlichting om
mee samen te werken.”**

- Jeroen Blauwenberg - Keukenloods

95% VAN ONZE KLANTEN
BEVEELT ONS AAN



**“Meer resultaat behaal je door
inzicht te krijgen”**

- Jeroen Cloosterman, Yellowlab -