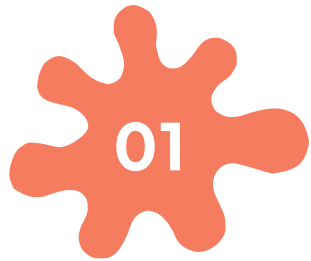




Maak jouw Google Ads campagne relevanter

10 Do's & Don'ts



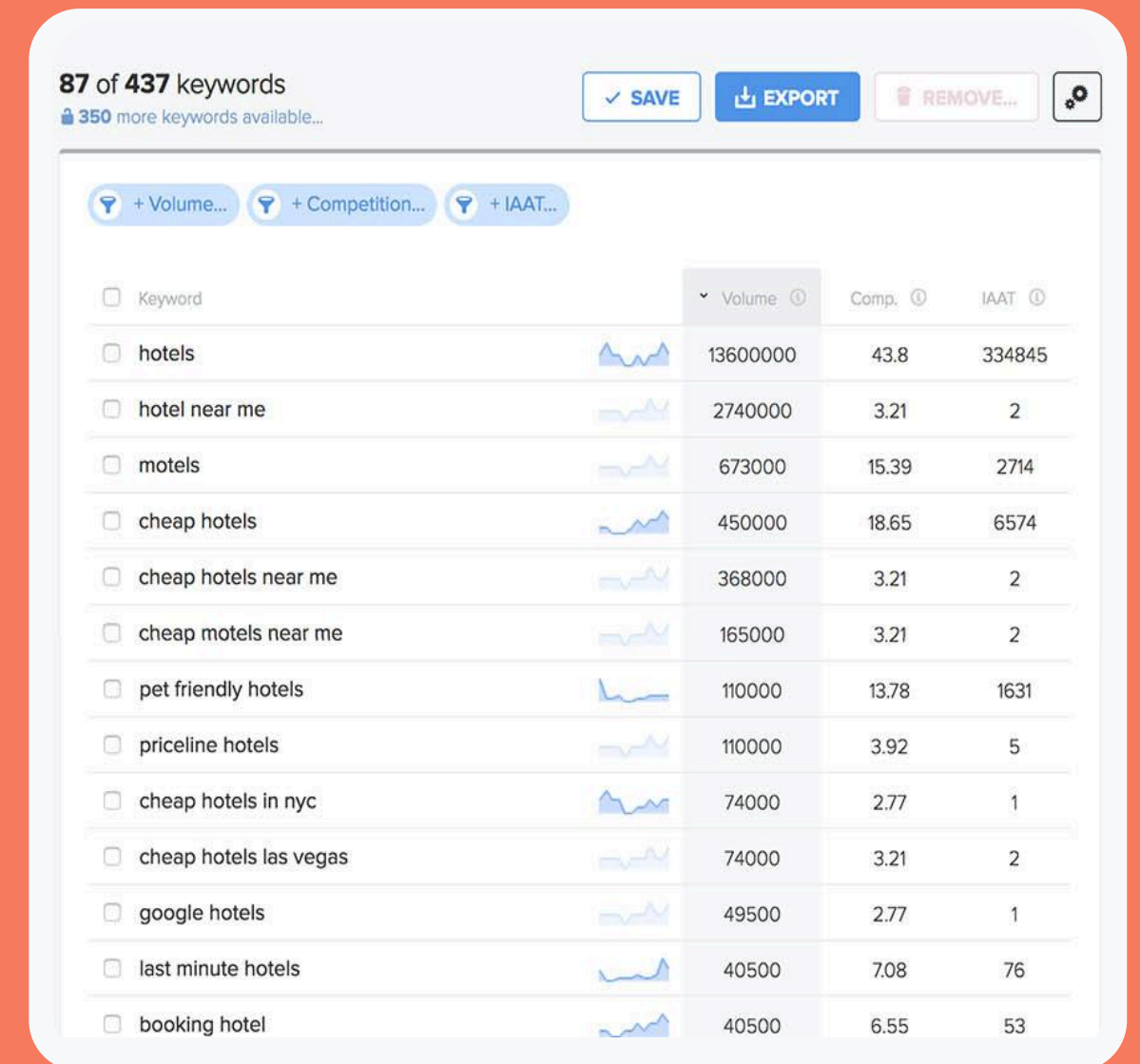
Ken je zoekwoorden

Net zoals voor je SEO, is de keuze van de juiste zoekwoorden ook belangrijk bij je Google Ads. Zonder de zoektermen die jouw doelgroep gebruikt te implementeren, zullen je Google advertenties niet veel opleveren.

Enkele belangrijke factoren waar je rekening mee moet houden, zijn: relevantie van een zoekwoord, CPC van het zoekwoord en zoekvolume.

DO: Zorg dat je inzicht hebt in je zoekwoorden.

DON'T: Geef geen willekeurige zoekwoorden in zonder onderzoek te doen.





Kies de juiste biedstrategie

Google biedt verschillende biedstrategieën aan. Hoewel 'Maximize Conversions' het meeste wordt gekozen, is die niet goed voor elke campagne.

DO: Doe aan online research om er zeker van te zijn welke biedstrategie het beste werkt voor je campagne. Je kan die ook voor enkele dagen testen en goed in de gaten houden of die goed werkt. Pas ze aan als ze niet werken. Meten is weten!

DON'T: Kies niet zomaar een biedstrategie zonder te weten wat die doet met je campagnes. Betalen voor nutteloze leads wilt niemand.



Maximize Conversions

Drive as many conversions as possible within your specified budget. (coming soon to Display!)¹



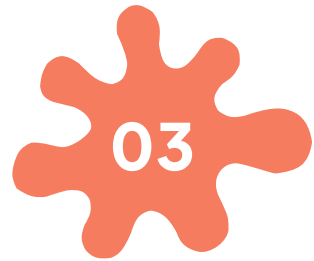
Target CPA

Attain as many conversions as possible, while maintaining your target CPA



Target ROAS

Get the highest conversion value possible at your target return on ad spend (ROAS)

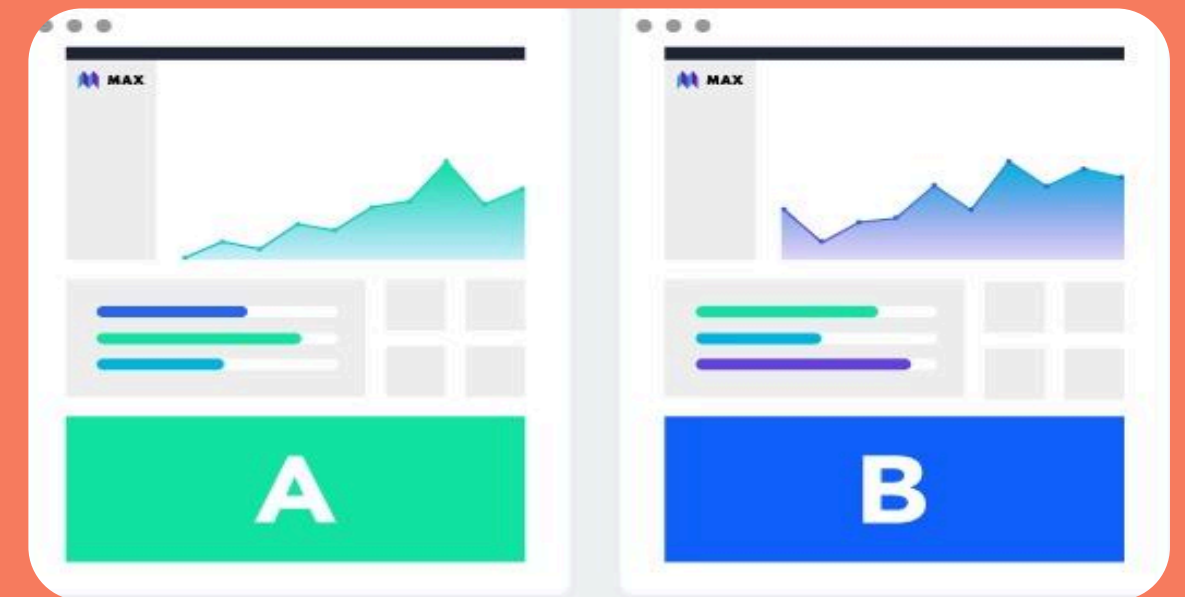


Testen...

Je kan een top campagne zelden vanaf de eerste keer opzetten. Ondanks een heel goed vooronderzoek, blijft de kans groot dat campagnes verbeterd moeten worden om betere resultaten te behalen.

DO: Hou de gegevens van Google Ads goed in de gaten en zorg dat je je account gekoppeld hebt aan Google Analytics. Daar vind je nog meer nuttige data die kan helpen je ads te verbeteren.

DON'T: Maak je advertenties nooit op 5 minuten en laat ze nooit lopen voor een hele maand zonder aanpassingen. Geloof ons, je zal je gewenste resultaten niet behalen.





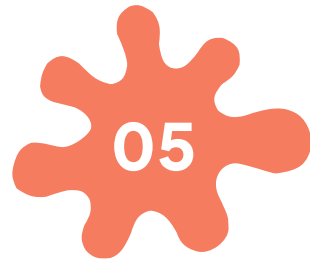
Gedetailleerde targeting

Google biedt de mogelijkheid om zeer gedetailleerd te targeten. Zo kan je op basis van interesses en locaties targeten, maar ook remarketing doelgroepen instellen.

DO: Een goede tip is twee advertenties opstellen. Als eerste een Search Campagne, waarbij je bepaalde data verzameld van gebruikers. Aan de hand van deze data, maak je een Display Campagne om aan remarketing te doen. Zo blijf je online zichtbaar voor je klanten.

DON'T: Hou je doelgroep nooit te algemeen. Zo krijg je alleen maar nutteloze leads/conversies.



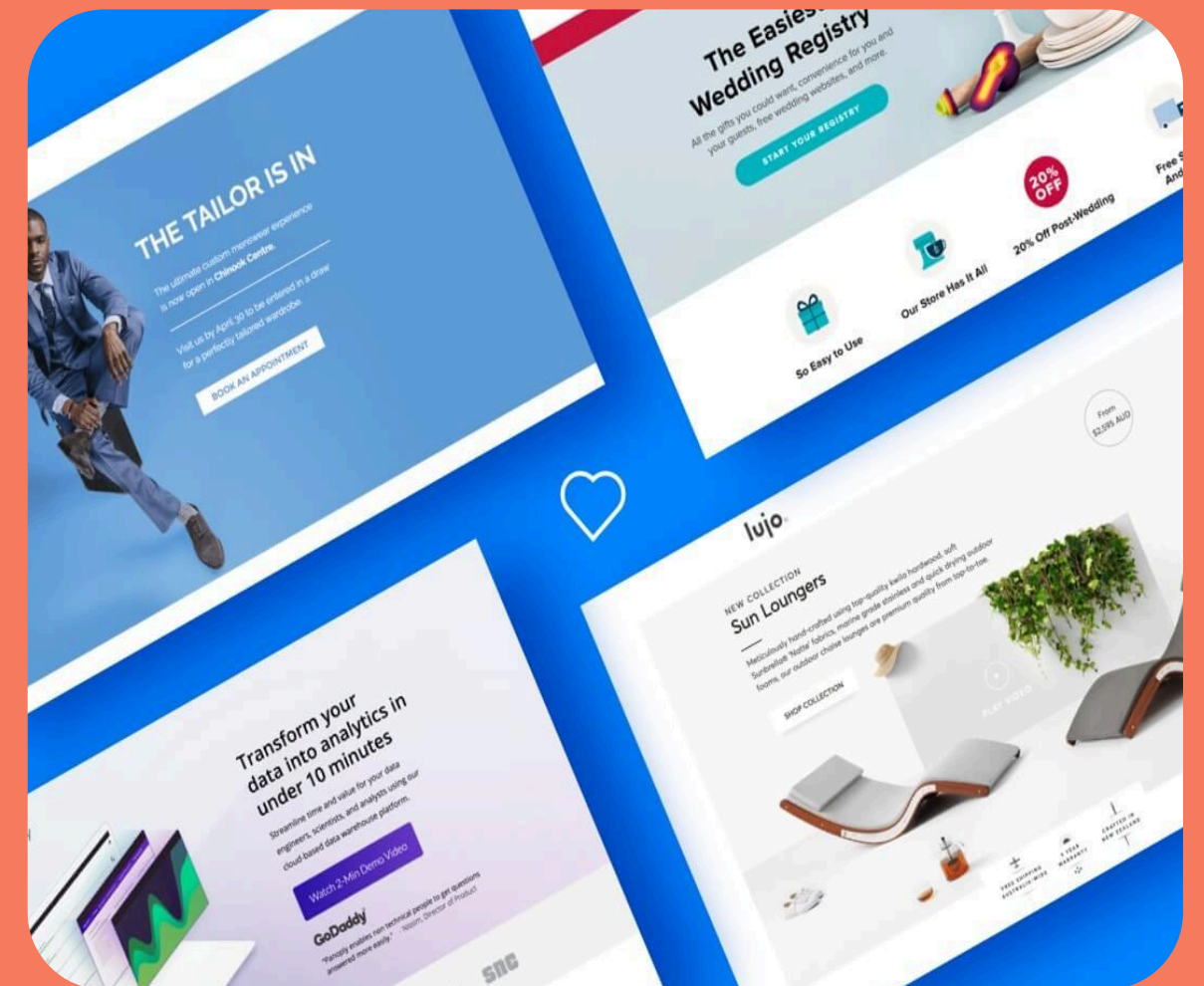


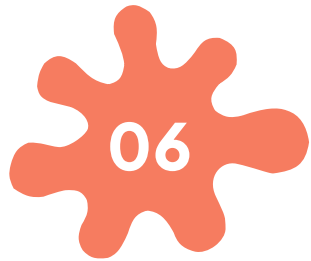
Kies een relevante landingspagina

Een webpagina kan ervoor zorgen dat de gebruiker geboeid is en enige tijd doorbrengt op je website, of dat hij afhaakt na 3 seconden. Kies voor elke advertentie de geschikte landingspagina.

DO: Als je voor een bepaalde service of product extra conversies wilt, is het een goed idee om hiervoor een aparte landingspagina te maken. Daarop kan je dan duidelijk de voordelen voor de klant vermelden en meer conversies binnenhalen.

DON'T: Laat niet al je ads naar je homepage leiden. Dan krijg je namelijk minder conversies.



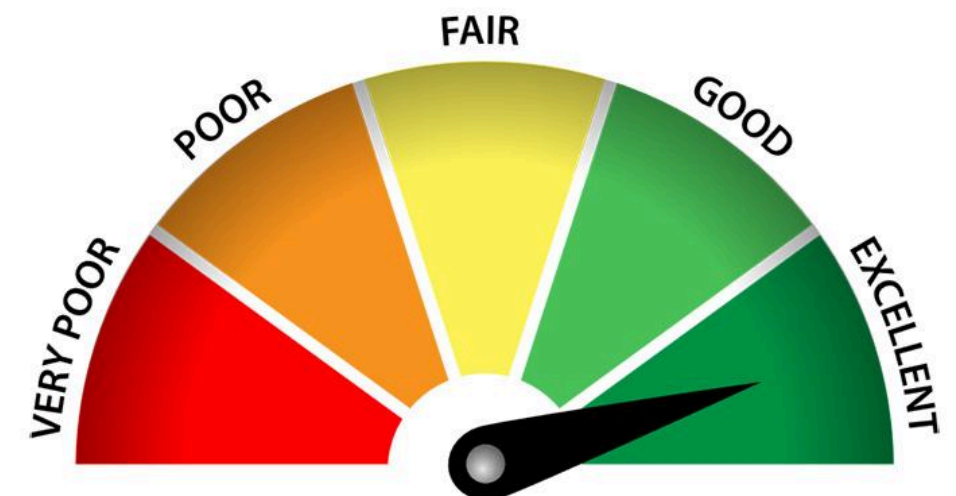


Verhoog de 'Quality Score'

Google geeft per advertentie een kwaliteitscore aan. Dit wordt berekend op basis van de user experience op de landingspagina, keyword relevantie en de verwachte click-through-rate.

DO: Zorg ervoor dat je landingspagina helemaal geoptimaliseerd is. Niet enkel voor computer, maar zeker ook voor mobile users.

DON'T: Pas je advertenties niet maar één keer aan. Je moet ze regelmatig bijsturen. Zoekwoorden veranderen namelijk om de zoveel tijd wel eens.



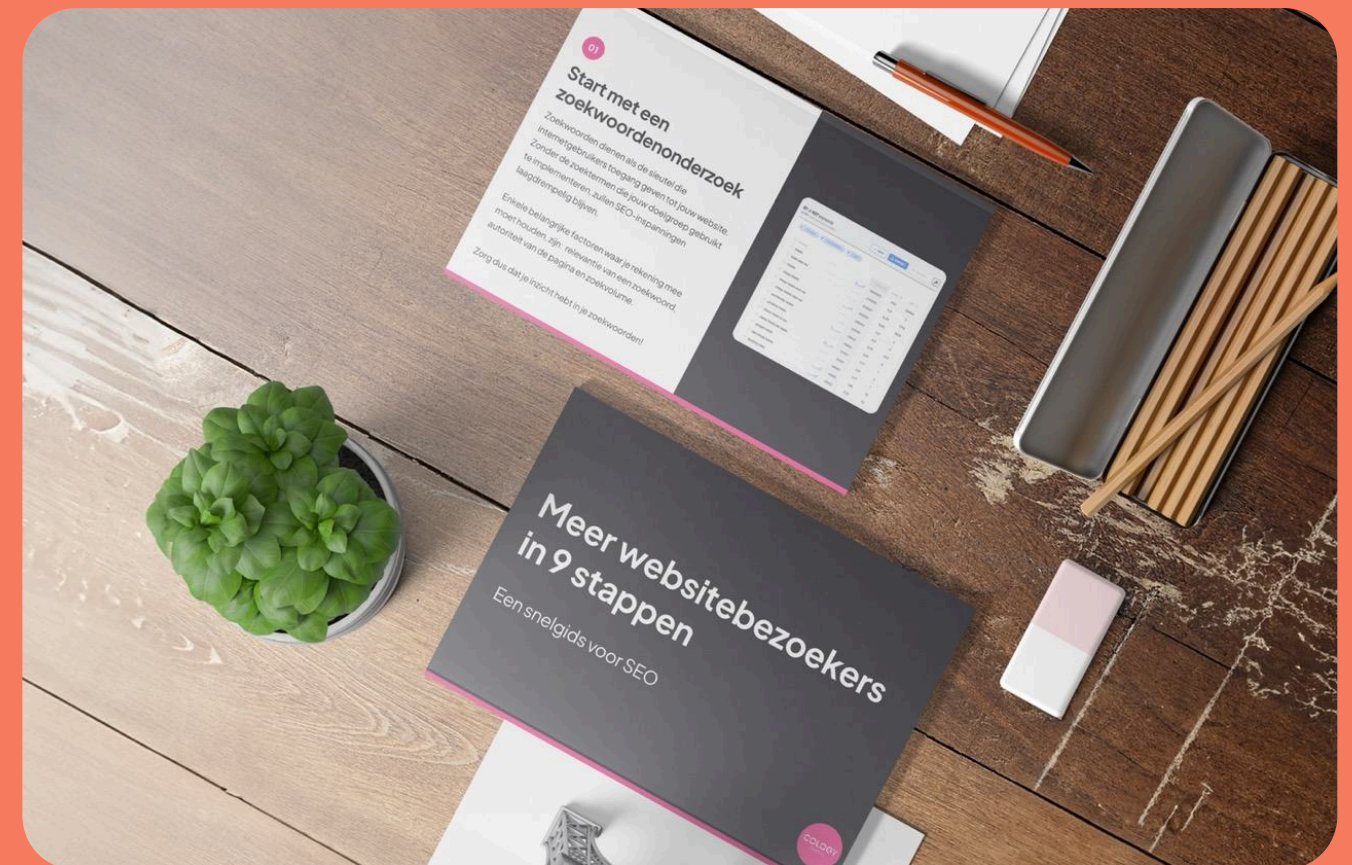


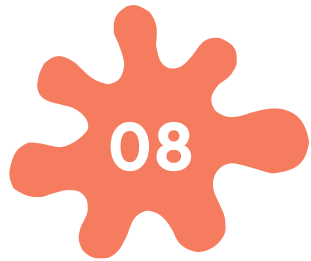
Goede SEO score

Hoe beter de SEO is op je landingspagina, hoe beter mensen begrijpen wat je bedrijf doet. Zo gaan je klanten sneller overgaan tot een conversie. Het is ook zo dat hoe beter de SEO van je website, hoe relevanter je landingspagina is.

DO: Gebruik onze gratis whitepaper om je website's SEO te verbeteren. Download hem hier!

DON'T: Je mag niet zomaar teksten op je website schrijven waarvan je denkt dat ze goed zijn. Een klein onderzoek is van belang. Je website is je belangrijkste online medium.





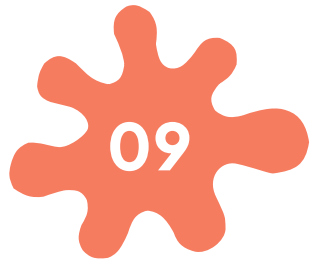
Re-marketing

Je kan mensen op verschillende manieren opnieuw bereiken met je advertenties. Door alles goed te koppelen met behulp van Google Tag Manager en via andere kanalen, zoals je social media, kan iedereen overal gevonden worden.

DO: Kies ook het juiste kanaal voor je remarketingdoelgroep. LinkedIn is voor de professionele doelgroep en Instagram is eerder voor een jongere doelgroep.

DON'T: Vergeet nooit aan remarketing te doen. Je wilt niet uit de ogen van potentiële klanten verdwijnen.



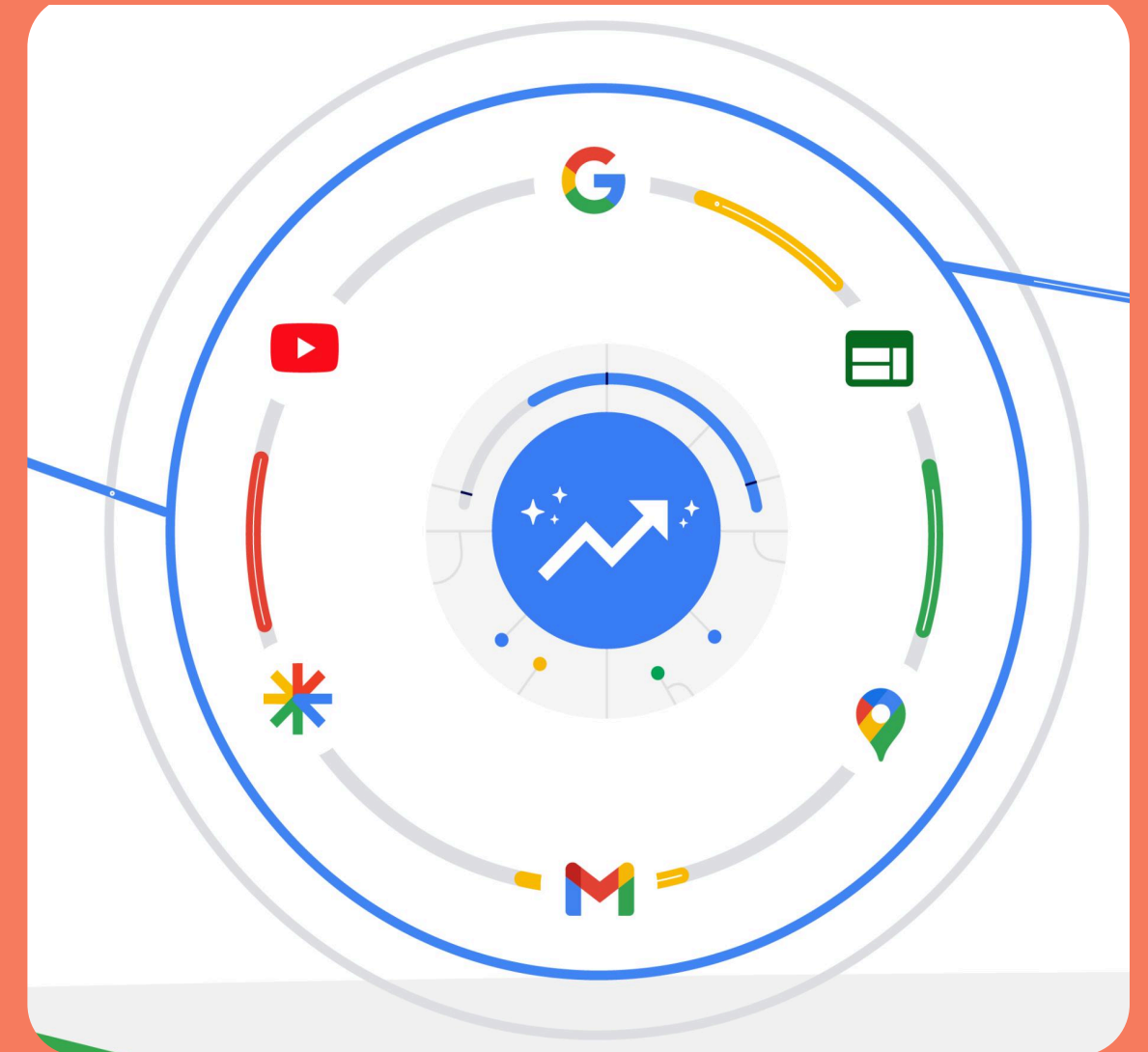


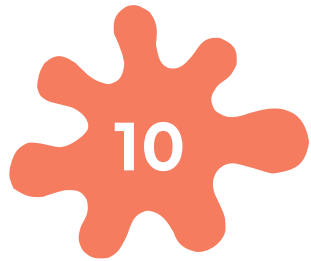
Performance Max

De nieuwe campagnesoort van Google Ads zorgt ervoor dat je meer klikken, maar ook meer bereik krijgt/ behaalt voor een lager budget. Zo maakt het gebruik van een combinatie van een Search en Display campagne.

DO: Zorg voor goede koppen en beschrijvingen die bij je bedrijf passen. Gebruik ook geschikte afbeeldingen en video's die bij de advertentie passen.

DON'T: Gebruik nooit maar één afbeelding, één kop, één beschrijving, één... Je snapt het wel. Je moet van elk onderdeel best zoveel mogelijk opties toevoegen.



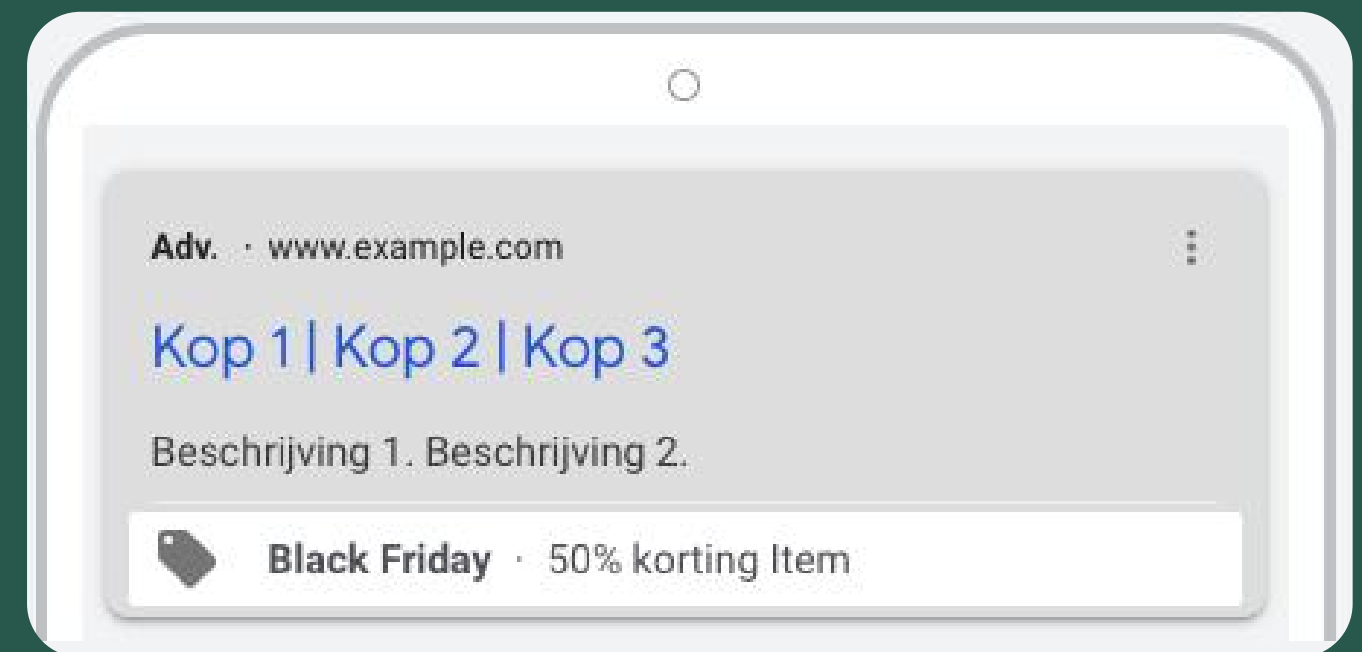


Gebruik de promotie-extensie

Mensen houden nu eenmaal van promo's. Stel dat je advertentie bovenaan wordt getoond, waarbij een promotie wordt weergegeven, geeft dat een extra reden om erop te klikken.

DO: Je kan die op elk moment gebruiken, maar mensen zoeken vooral voor promoties rond specifieke periode's. Zoals Black Friday, Valentijn, Kerstmis...

DON'T: Verleid mensen niet door valse promoties toe te voegen. Dat kan leiden tot een verwijdering van je Google Ads account.

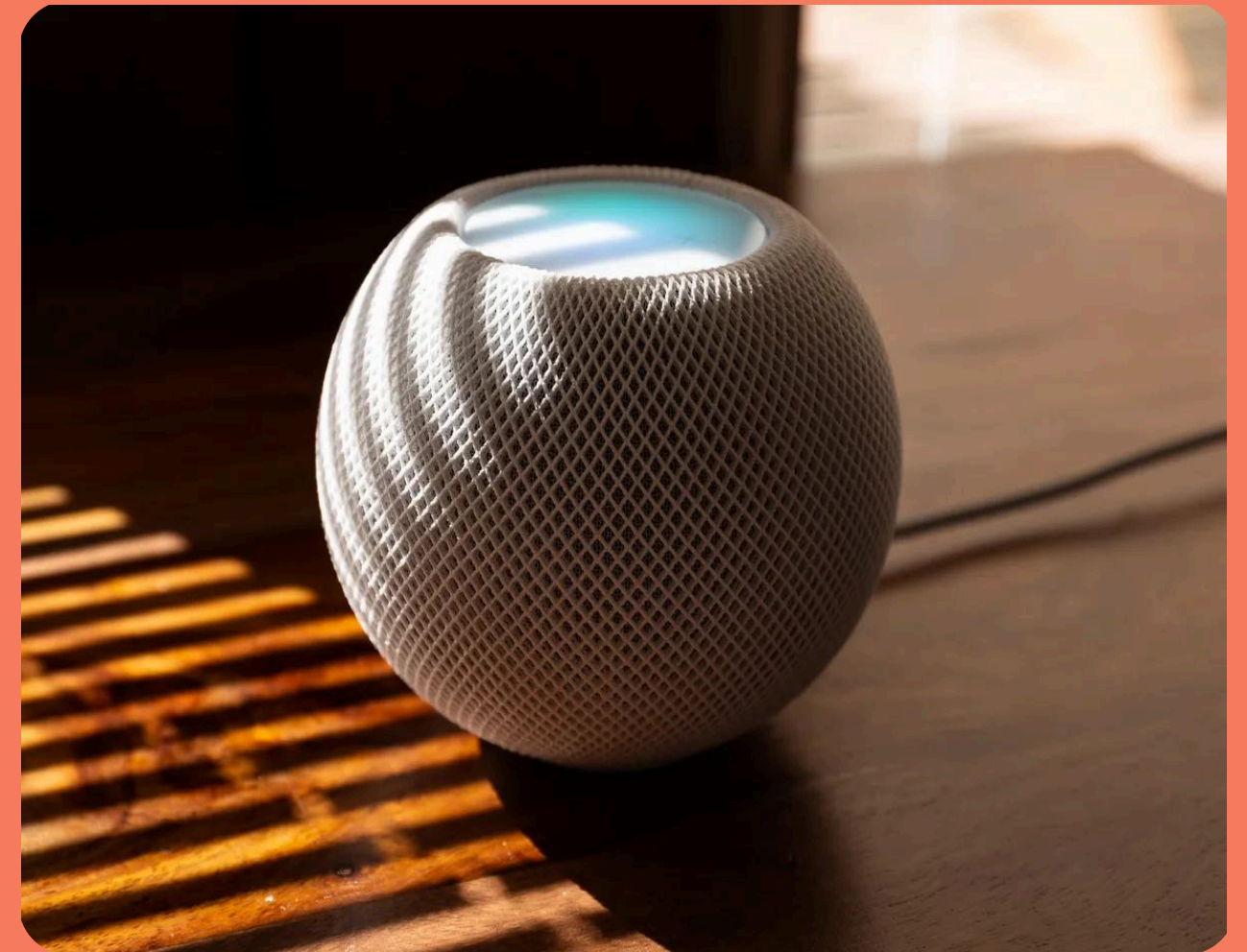


Extra tip: Voice search

Dankzij alle smarthome-apparaten komt 'Voice Search' meer en meer voor. Aangezien dat een opkomende trend is, kan je daar best rekening mee houden wanneer je je advertentie opstelt.

Hoe kan je ervoor zorgen dat je website goed scoort op Voice Search?

1. Je analyseert vanuit je advertentie account of je gevonden wordt door middel van voice search;
2. Zoek op welke zoekwoorden mensen gebruiken wanneer ze je hier vinden.
3. Voeg deze toe aan je advertentie en kijk ook goed naar negatieve zoekwoorden.
4. Optimaliseer je landingspagina met de juiste zoekwoorden.





Dank voor het lezen!

Jouw marketingkennis groeit elke dag.

Ontdek onze video-masterclasses, exclusieve lessen en community die je marketing naar een hoger niveau tillen.

[Meer bekijken](#)



MARKETING
SHelf