



Negatieve trefwoorden starterslijst

Verspil je advertentiebudget niet aan irrelevante klikken



In dit onderdeel leer je werken met negatieve zoekwoorden: termen waarop je bewust niét wil verschijnen. Dat lijkt detailwerk, maar het heeft directe impact op je resultaat. Je vermijdt irrelevante klikken, beschermt je budget en stuurt je campagnes naar mensen met de juiste koopintentie.

De lijst hieronder is bewust breed en bedoeld als startpunt. Je gebruikt ze om snel de grootste "vervuilers" eruit te halen (jobs, gratis info, goedkoopzoekers, verkeerde doelgroep), en daarna verfijn je per sector en per campagne op basis van echte zoektermen.

Belangrijk: dit is geen eenmalige oefening. Zie het als onderhoud. Door wekelijks je zoektermen te reviewen en gericht negatieve zoekwoorden toe te voegen, blijft je campagne scherp en stijgt de kwaliteit van je leads. Deze lijst is bewust breed. Start hiermee en verfijn per sector.

KORTE EXTRA TIP

Een goede vuistregel is deze:

"Sluit alleen uit wat duidelijk niet kan converteren."

Zo hou je je campagne scherp zonder per ongeluk relevante zoekopdrachten te blokkeren.

Jobs / carrière (bijna altijd toevoegen)

Waarom bijna altijd?

Omdat zoekopdrachten rond jobs en opleidingen heel vaak getriggerd worden door je merknaam of dienstnaam. Je betaalt dan voor klikken van mensen die geen klant willen worden, maar een job, stage of info over loon zoeken. Dat vreet budget en vervuult je data.

- job, jobs, vacature, vacatures, werken bij, stage, stages, salaris, loon, opleiding, trainee, sollicitatie, cv,...
- jobstudent, interim, recruiter, HR, aanwerving, werving, functie, werkgever, team, loopbaan

Negatieve zoekwoorden zorgen ervoor dat je advertentiebudget optimaal wordt benut door irrelevante klikken te vermijden. Het doel is simpel: je wilt geen geld verspillen aan zoekopdrachten die niets te maken hebben met je product of dienst, zoals mensen die enkel op zoek zijn naar werk of opleidingsmogelijkheden.

DIY / how-to / informatie (als je leads wil, geen traffic)

Waarom dit toevoegen?

Omdat "informatiezoekers" vaak nog niet klaar zijn om contact op te nemen. Ze zoeken uitleg, stappenplannen

en gratis oplossingen. Als je doel leadgeneratie is, zijn dit meestal dure klikken met lage conversiekans.

- gratis, pdf, handleiding, hoe, how, wat is, betekenis, uitleg, voorbeelden, template (tenzij je net templates aanbiedt), forum, tweedehands,...
- stappenplan, zelf doen, tutorial, cursus (als je geen cursus verkoopt), wiki, forum, pdf download, voorbeeld, definitie, oplossing zelf

Budget shoppers (als je premium bent)

Waarom dit toevoegen?

Als je premium positioneert, wil je niet betalen voor klikken van mensen die primair op "laagste prijs" jagen. Die leads onderhandelen harder, converteren minder, en zorgen vaak voor frustratie aan beide kanten.

- goedkoop, goedkoopste, korting, promotie, deal, coupon, actiecode,...

B2B of B2C filter (kies afhankelijk van je doelgroep)

Waarom dit belangrijk is:

Veel campagnes lekken budget omdat de intentie klopt, maar het type klant niet. Iemand kan perfect "website laten maken" zoeken, maar een particulier is geen match als jij enkel B2B doet. Met negatieve zoekwoorden stuur je dat verkeer weg.

Als je B2B bent, sluit B2C uit:

- particulier, particulieren, consument, thuis, hobby,...

Als je B2C bent, sluit B2B uit:

- groothandel, leverancier, distributeur, partner, reseller, bulk, enterprise,...

GOOD TO KNOW:

Negatieve zoekwoorden maken je campagne niet alleen goedkoper, maar ook slimmer. Let wel op dat je niet te agressief uitsluit. Een woord als gratis, template of opleiding lijkt misschien irrelevant, maar kan in sommige sectoren toch waardevol zijn als je bijvoorbeeld een gratis intake, demo of download aanbiedt. Werk daarom altijd vanuit echte zoektermen en niet alleen vanuit buikgevoel. Wat je vandaag uitsluit, moet nog altijd passen bij je aanbod, positionering en doelpubliek.

Service mismatch (sectorspecifiek aanvullen)

Waarom dit toevoegen?

Je advertentie kan perfect getriggerd worden op relevante woorden, maar de zoeker wil iets dat jij niet aanbiedt. Dan betaal je voor irrelevante klikken en krijg je slechte leads.

Negatieve trefwoorden, snelle visuele starter

Gebruik deze 5 filters om irrelevante klikken snel weg te halen

[Consumenten](#)

Zo werkt het

Doel

- minder verspilld budget
- hogere leadkwaliteit
- duidelijkere campagnedata

Praktische regel

Start breed. Verfijn daarna per sector campagne en editie zoektermen.

J Bijna altijd toevoegen

Jobs / carrière

De zoeker wil werk, geen klant worden.

job, vacature, stage, trainee

werken bij, sollicitatie

I Bij leadgen

DIY / how-to / info

De zoeker wil uitleg of gratis info, geen contact.

gratis, handleiding, tutorial

pdf, uitleg, hoe, wat is

C Bij premium positionering

Budget shoppers

De zoeker focust op de laagste prijs.

goedkoop, korting, deal

coupon, promotie, actiecode

T Kies op doelgroep

B2B / B2C filter

De intentie klopt, maar het type klant niet.

B2B? Negatief: particulier, consument, thuis

B2C? Negatief: reseller, enterprise, groothandel

X Sectorspecifiek aanvullen

Service mismatch

De zoeker wil iets dat jij niet aanbiedt.

reparatie, onderdelen, tweedehands

zelf installeren, gebruikte versie

Werkregel: review wekelijks je zoektermenrapport en voeg elke week 10 nieuwe negatieve trefwoorden toe.

Werkregel: maak een aparte tab "Search terms review" en voeg elke week 10 nieuwe negatieven toe op basis van zoektermen.

Waarom dit werkt:

Negatieve zoekwoorden zijn geen eenmalige setup. Nieuwe zoekopdrachten blijven binnenkomen, zeker als je budget groeit of je broad match gebruikt. Met een vaste routine hou je je campagne scherp.