



SEARCH ENGINE  
MARKETING PROFESSIONALS

**WEBWINKEL VAKDAGEN**

Vakbeurs voor verkoop, verzending, betaling en marketing

# Zoekmachinemarketing strategie

## Voor webwinkels

# Introductie

---

- Wolter Tjeenk Willink
- Oprichter Traffic Builders zoekmachinemarketing BV
  - Zoekmachine-optimalisatie
  - Zoekmachine-adverteren
  - Conversie-optimalisatie
- Onderscheidende waarden:
  - Structurele aanpak
  - Marketinggedreven
  - Resultaatgericht (o.a. performance-based dienstverlening)

# Agenda

---

- Trends in zoekmachinemarketing
- Wat/hoe/waarom zoekt uw potentiële klant?
- Outline zoekmachinemarketing strategie

# Trends in zoekmachinemarketing

**Tabel 2. Personen met internetgebruik en elektronisch winkelen**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	<i>x mln</i>					
Internetgebruikers totaal <sup>1)</sup>	8,9	9,2	9,8	10,7	10,9	11,3
W.V.						
Elektronisch winkelen <sup>2)</sup>	3,6	4,2	5,1	5,9	6,6	7,5
W.V.						
Frequente E-shoppers <sup>3)</sup>	1,9	2,2	2,9	3,9	4,5	5,3
	<i>in % internetgebruikers</i>					
Elektronisch winkelen	40	45	52	55	61	66
Frequente E-shoppers	21	24	30	36	41	47

1) Personen van 12-74 jaar met internetgebruik

2) Internetgebruikers van 12-74 jaar die ooit goederen hebben besteld of gekocht via internet

3) Internetgebruikers van 12-74 jaar met online aankopen in de afgelopen 3 maanden

**Bron: CBS.**

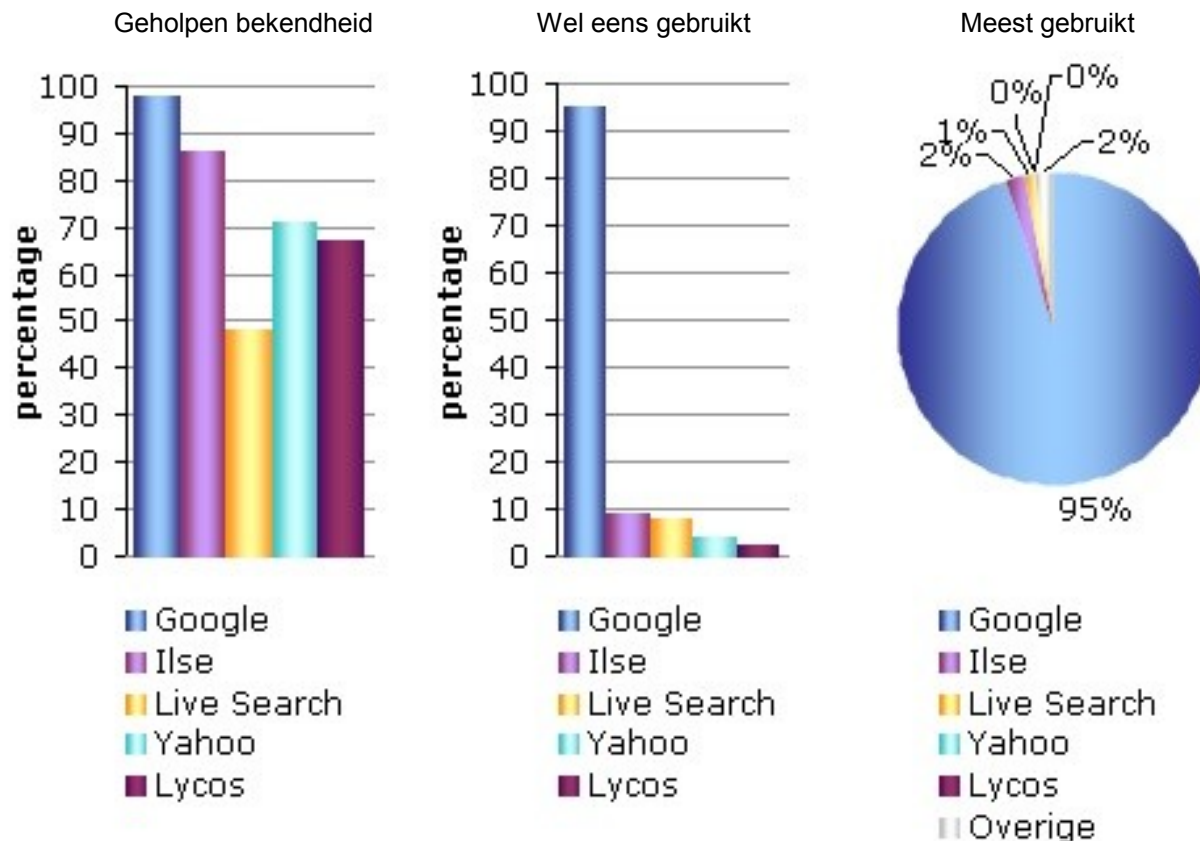
# Trends in zoekmachinemarketing

Tabel 3. Activiteiten van internetgebruikers

	2005	2006	2007
	% internetgebruikers <sup>1)</sup>		
<b>Communicatie</b>			
e-mailen	92	93	94
telefoneren via internet	6	12	26
anders, bijvoorbeeld chatten	40	40	35
<b>Informatie en vermaak</b>			
zoeken naar informatie over goederen en diensten	87	88	89
spelen of downloaden van spelletjes, afbeeldingen of muziek	50	55	56
gebruikmaken van diensten in de reisbranche	49	50	54
downloaden of lezen van kranten of nieuwsbladen	35	43	45
downloaden van software	27	31	34
luisteren naar radio of kijken naar televisie	26	35	42
solliciteren of het zoeken naar een baan	19	22	21

# Trends in zoekmachinemarketing

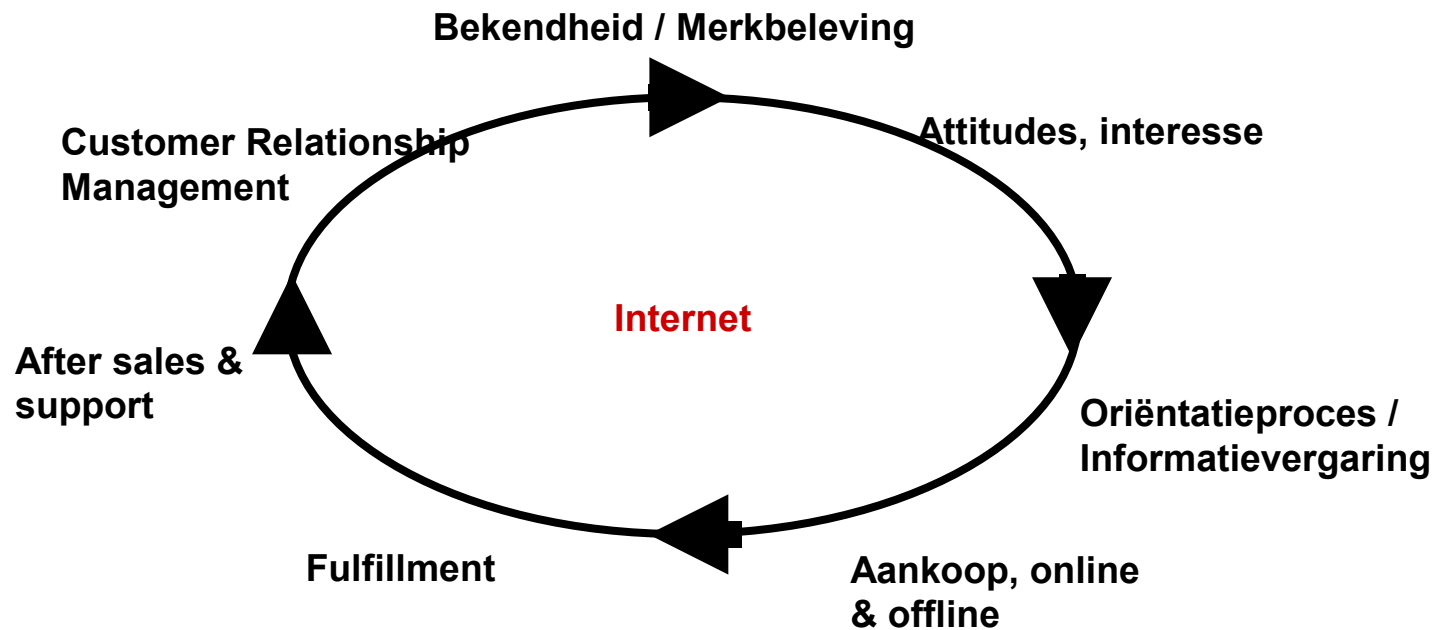
## Marktaandeel zoekmachines in Nederland



Bron: Checkit  
Search engine monitor sept'07

# Trends in zoekmachinemarketing

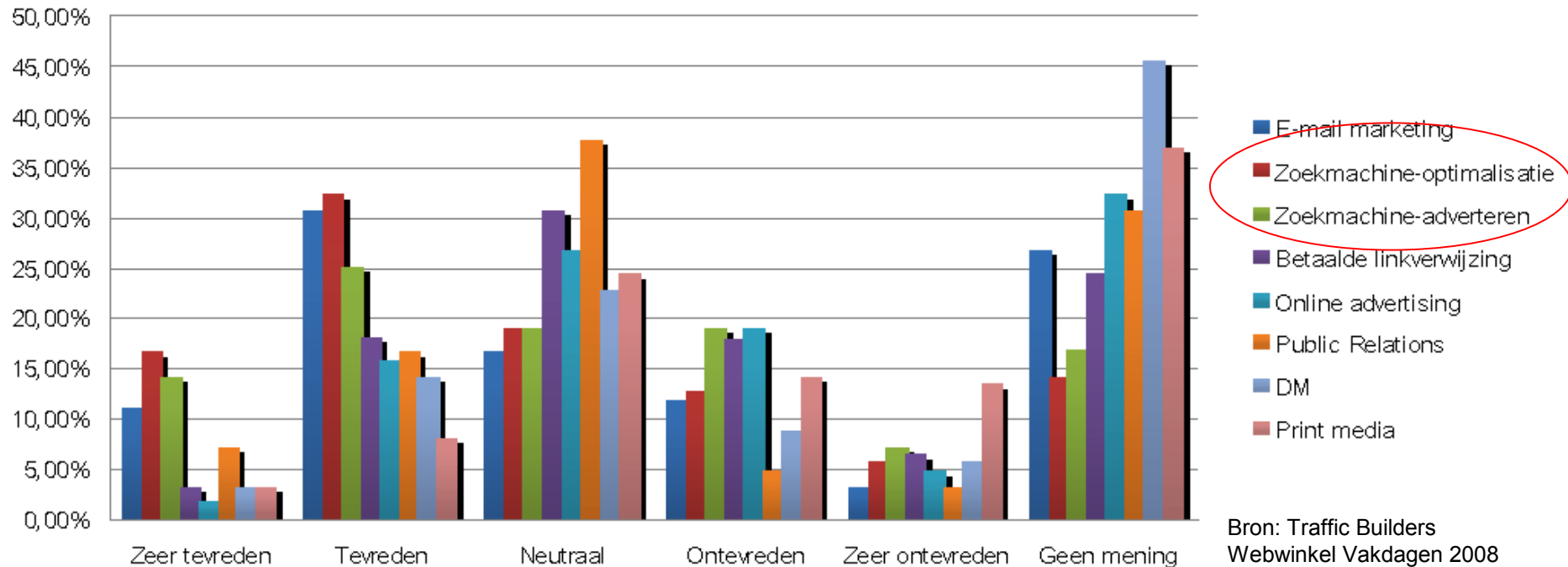
## Internet als onderdeel van ons koopproces



# Trends in zoekmachinemarketing

Over welke online marketing methoden zijn uw concurrenten tevreden?

## Tevredenheid bijdrage Return on Investment



Bron: Traffic Builders  
Webwinkel Vakdagen 2008

# Trends in zoekmachinemarketing

---

Belangrijke feiten omtrent zoekgedrag:

- 32% zoekt op 2 woorden per zoekopdracht
- 27% zoekt op 3 woorden per zoekopdracht
- Slechts 15% zoekt op 1 woord per zoekopdracht
- Ruim 14% zoekt op maar liefst 4 woorden

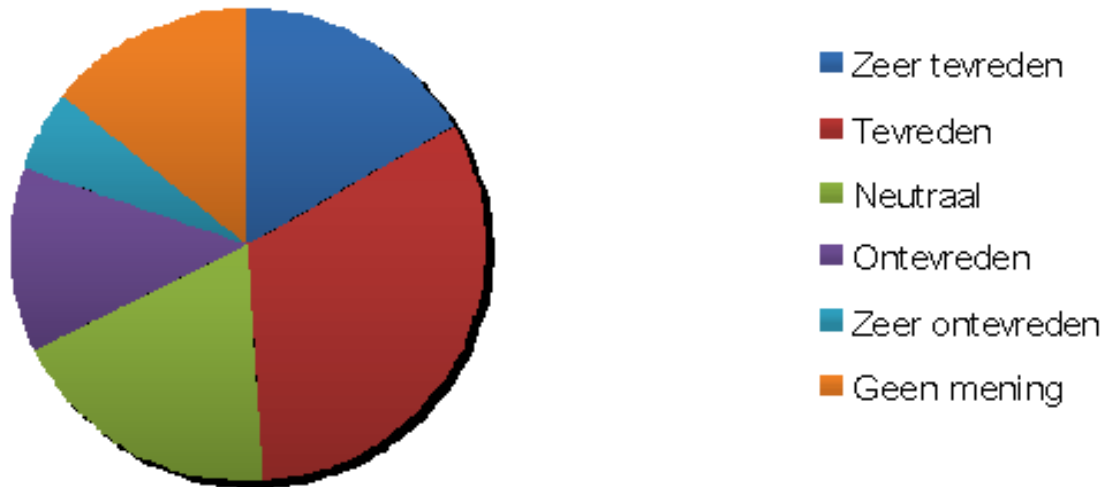
Ruim 25% van alle zoekopdrachten in Google.nl op een willekeurige dag zijn NIEUW!

Bronnen: OneStat 2007,  
Google 2007

# Trends in zoekmachinemarketing

Over welke online marketing methoden zijn uw concurrenten tevreden?

## Zoekmachine-optimalisatie



Bron: Traffic Builders  
Webwinkel Vakdagen 2008

# Trends in zoekmachinemarketing

Over welke online marketing methoden zijn uw concurrenten tevreden?

Zoekmachine-optimalisatie

Zoekmachine-adverteren



- Zeer tevreden
- Tevreden
- Neutraal
- Ontevreden
- Zeer ontevreden
- Geen mening

Bron: Traffic Builders  
Webwinkel Vakdagen 2008

# Trends in zoekmachinemarketing

---

## Conclusies:

- We kopen meer producten/diensten online
- Het hele koopproces verschuift steeds meer naar online
- Bij elke fase in het koopproces hoort ander zoekgedrag
- Vrijwel oneindig groot zoekpotentieel
- Maar...

## Hoe bereikt u uw potentiële klant:

- In de juiste fase?
- Met de juiste content?

# Wat/hoe/waarom zoekt uw klant?

Aankoopproces	Aantal keywords	Zoekvolume	Marketing-doelstelling	Conversie %	Voorbeeld
Awareness	Laag	Erg hoog	Merkondersteuning & naamsbekendheid	Erg laag	Camera
Onderzoek/vervullen Informatiebehoefte	Relatief hoog, Afhankelijk van branche	Hoog	“Top of mind” van prospect worden	Laag	Digitale camera
Aankoopintentie/ “Shoppen”	Relatief hoog, Afhankelijk van branche	Gemiddeld	Concurreren op meer concurrentie-Intensieve keywords	Gemiddeld	Aanschaf digitale camera
Aankoop	Relatief laag, Afhankelijk van branche	Laag	Omzet genereren, Deal sluiten	Hoog	Digitale camera Canon A430

# Outline zoekmachinemarketing strategie

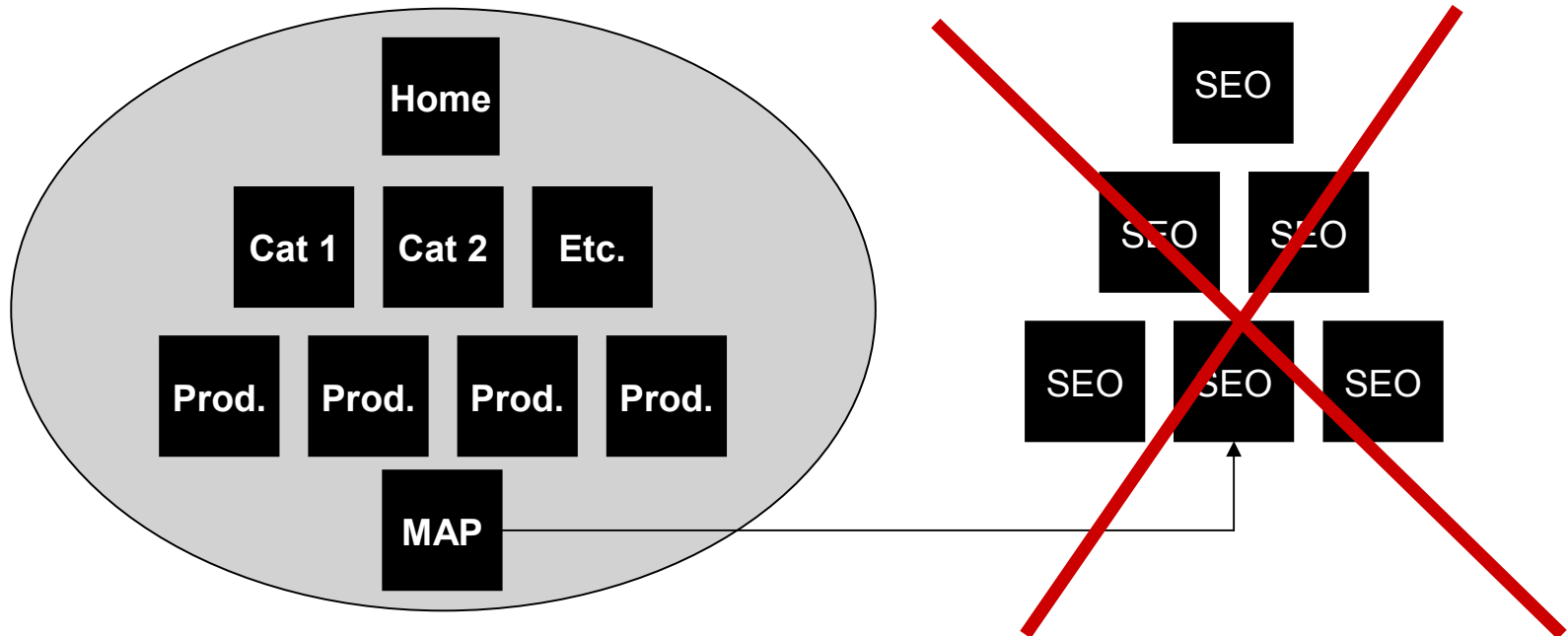
---

## Aanpak:

- Investeer in een gedegen keyword analyse
- Zet een brede campagne op in Adwords: test
- Kies voor structurele optimalisatie van uw webwinkel

# Outline zoekmachinemarketing strategie

## Structurele optimalisatie



# Outline zoekmachinemarketing strategie

Structurele optimalisatie bestaande content:

- Productcategorie-omschrijvingen
- Productomschrijvingen
- Search of tag clouds
- XML product (RSS) feeds
- Gerelateerde producten

The screenshot shows a search engine results page for the query "search engine optimization". The top section, titled "Products tagged 'search engine optimization'", displays five book covers: "Search Engine Optimization: An Insider's Guide", "Search Engine Visibility", "The Ultimate Guide to Electronic Marketing for Small Business", "Search Engine Optimization for Dummies", and "Search Engine Marketing, Inc.". Below the books is a "See all 19 products..." link. The middle section, titled "'search engine optimization' Forum", includes a "Start a new discussion" button and a "Share your own customer images" button. The bottom section, titled "Products tagged 'search engine optimization' are also tagged", lists related tags: "adsense advertising adwords blogging business ebiz google internet internet marketing marketing marketing online search search engine search engine marketing search engines sem SEO web web design web marketing". A red oval highlights this list of tags. A "See all 179 tags..." link is also present.

# Outline zoekmachinemarketing strategie

---

- Investeer in een gedegen keyword analyse
- Zet een brede campagne op in Adwords: test!
- Kies voor structurele optimalisatie van uw webwinkel
- Link building: focus op kwaliteit/autoriteit, géén kwantiteit
- Benut synergievoordelen:
  - SEA > SEO
  - PR > link building
  - Affiliate marketing > link building
  - Klantenservice, interne zoekopdrachten > nieuwe keywords
  - Etc.
- Voeg niet-productgerelateerde content toe

# Outline zoekmachinemarketing strategie

---

- Beperkt budget? Test Yahoo Search Marketing
- Testen kost tijd: wees geduldig!
- Blijf meten, analyseren, verbeteren: continue
- Zelf doen of uitbesteden?

# Outline zoekmachinemarketing strategie

---

Eigenwijs en toch eerst zelf proberen?

Dan liever goed voorbereid:

- Kennisbank: [www.traffic-builders.com/kennisbank](http://www.traffic-builders.com/kennisbank)
- TBlog: [www.traffic-builders.com/tblog](http://www.traffic-builders.com/tblog)

Vragen of advies op maat? Bezoek onze stand!

# Outline zoekmachinemarketing strategie

Meten, analyseren, bijsturen: continue!

## Belangrijke metrieke meten van SEM activiteiten

