



# GROEIEN MET GOOGLE ADWORDS

## Regelingen, definities en proces

### Samenvatting

In dit document vindt u alle regelingen, definities en het proces van het groeipakket van Bamboe Marketing. Wanneer u akkoord gaat met de bijbehorende offerte gaat u akkoord met regelingen in dit document.

# Proces Google AdWords - Groeipakket

Dit document is een verlenging van de bijbehorende offerte en u gaat akkoord met de regelingen en procedures die staan beschreven in dit document.

## 1 Definities

**Google AdWords:** Het platform waarmee Google het mogelijk maakt om te adverteren op hun zoekmachine en de aangesloten websites die bij het Googlenetwerk horen.

**AdWords budget:** Het budget wat u besteed in Google AdWords.

**Campagne:** Een campagne is een set van advertentiegroepen en advertenties gericht op het zoeknetwerk of het display netwerk van Google. Het zoeknetwerk zijn de resultaten in de zoekmachine, het display netwerk zijn alle websites die aangesloten zijn bij Google.

**Advertentie groep:** Een advertentiegroep zoals de naam impliceert, groepeert advertenties op basis van sleutelwoorden. Via advertentiegroepen kunnen er relevantere advertenties komen en daardoor kunnen de kosten per klik voor nieuwe bezoekers op uw website worden verlaagd.

**Advertentie extensie:** Google AdWords biedt een aantal extra mogelijkheden omtrent advertenties. Zo kan uw telefoonnummer, uw prijzen, uw recensies en nog veel meer toegevoegd worden. Door het toevoegen van extensies zullen uw advertenties beter presteren.

**Doelgroep analyse:** Een doelgroep analyse in het groeipakket wordt gedaan door u vragen te stellen en door tijdens de optimalisatie momenten te ontdekken welke doelgroepen het meest interactie vertonen met de advertenties over uw producten en diensten. Daarnaast wordt in Google Analytics de doelgroep geanalyseerd.

**Zoekwoorden onderzoek:** Een zoekwoorden onderzoek waarbij we producten en diensten van uw bedrijf onderzoeken. Er wordt gekeken welke zoekwoorden interessant zijn op het gebied van relevantie, intentie, populariteit en geschatte winsten.

**Optimalisatie moment:** Het moment waarbij uw AdWords Specialist uw campagne naloopt en de sleutelwoorden, de biedingen en de advertenties controleert en optimaliseert.

**Automatische rapportage:** Via Google AdWords sturen wij naar u wekelijkse rapportages van het resultaat.

**Google Analytics:** Een platform die de interacties op uw website meet en categoriseert. Met Google Analytics kunt u diepgaandere informatie inwinnen over uw doelgroep, uw marketing prestaties, uw doelen en meer.

**Conversie:** Een conversie is een gewenste handeling van een bezoeker, lead of klant. Een voorbeeld van een conversie is een bezoeker op uw website die een contactformulier invult.

**Remarketing:** Wanneer er een advertentie wordt getoond aan een specifieke groep mensen die al eens een advertentie hebben gezien van uw bedrijf of op uw website zijn geweest heet dat remarketing.

**A-B testing:** Het testen van twee verschillende opties op uw website in een bepaalde tijd om te ontdekken wat beter werkt.

## 2 Samenwerking

Wat er van ons verwacht mag worden en wat wij van jullie verwachten. De bottomline? Met positieve communicatie en aandacht voor elkaar, halen we het meeste uit het proces.

### 2.1 Openheid en eerlijkheid

We geloven dat het beste resultaat voortkomt uit een intensieve samenwerking gebaseerd op vertrouwen en eerlijkheid. Gaat iets niet zoals verwacht? Dan spreken we dat naar elkaar uit.

### 2.2 Respect voor elkaars wereldmodel

Iedereen kijkt anders naar een oplossing en het belang daarvan. Wij hechten waarde aan respect voor elkaars wereldmodel, juist dat brengt dichterbij elkaar en stimuleert creativiteit.

### 2.3 Samenwerking

Een voorwaarde voor goed resultaat is dat er sprake is van daadwerkelijke samenwerking. Wij zijn bereid te delen en te geven.

### 2.4 Inzet en toewijding

Als we iets doen, doen we het goed. We zetten ons in en tonen toewijding. We gebruiken onze kennis en ervaring, en nemen verantwoordelijkheid.

### 2.5 Lef om voor vooruitgang te kiezen

Technologie maakt het mogelijk om veel vooruitgang in een relatief korte tijd te boeken. Als digitaal bureau zijn we op de hoogte van de laatste ontwikkelingen. Wij benutten graag de synergie zonder in te leveren in tempo.

### 2.6 Continuïteit in contactpersonen

Andere mensen, andere meningen. We mogen ervan uitgaan dat we beiden zorgen voor continuïteit in contactpersonen zodat het gehele traject door dezelfde teamleden wordt doorlopen.

## 3 Proces

Het proces van het AdWords groeipakket is een cyclus die eindigt op het afgesproken termijn tussen Prepz en Bamboe marketing. De cyclus bestaat uit vier fases.

### 3.1 Voorbereiden

Voor het uitvoeren van een AdWords groeipakket moeten er vooraf een aantal zaken geregeld zijn. Zo is er een Google AdWords en een Google Analytics account nodig en moet het helder zijn wat het doel, het budget en de doelgroep(en) zijn voor uw bedrijf in het afgesproken termijn. Ook moet er worden gekeken naar welke zoekwoorden relevant en interessant zijn om op te adverteren. Ten slotte moeten de conversies worden ingesteld in Google AdWords via Google Analytics en wordt de concurrentie geanalyseerd.

### 3.2 Configureren

De benaming en de algemene instellingen van de campagne moeten worden geconfigureerd en het is noodzakelijk om na te denken over de structuur van de campagnes. Elke campagne bestaat namelijk uit meerdere advertentiegroepen en advertenties.

Daarnaast moeten de volgende zaken worden geregeld indien van toepassing:

- Geavanceerde advertentie extensies.
- Beheren van dubbele keywords
- Automatische rapportage opmaat
- A-B Testing
- Remarketing lijsten
- Geavanceerde bieding strategieën

### 3.3 Optimaliseren

Een groei pakket kent minstens 16 optimalisatie momenten.

1. De eerste is een week na de livegang van de campagne.
2. De tweede is twee weken na de livegang van de campagne.
3. De derde is een maand na livegang van de campagne.
4. De vierde is anderhalve maand na livegang van de campagne
5. De vijfde is twee maanden na de livegang van de campagne
6. Vervolgens vindt er een optimalisatie moment plaats elke maand, mits anders afgesproken.

Tijdens deze momenten optimaliseren wij:

- Het budget
- De biedingen en bieding strategieën
- De sleutelwoorden
- De doelgroep
- De advertenties, advertentie extensies en advertentiegroepen, enzovoort.

### 3.4 Reflecteren

Er zijn minstens twaalf reflectie momenten in het groeipakket. Deze zullen om de 30 dagen plaatsvinden, het proces van het groeipakket eindigt na de laatste reflectie.