



# QuickScan

Vanzelfsprekend:

- ✓ Optimaal rendement
- ✓ Betere naamsbekendheid
- ✓ Meer leads
- ✓ Meer omzet



Google partner  
met een 9,6



Google Success  
Story 2013



100+ tevreden  
klanten



40 jaar ervaring met  
marketing communicatie

## Over Team Nijhuis

Is het niet **vanzelfsprekend** dat uw AdWords account optimaal rendement, een betere naamsbekendheid en meer leads en omzet oplevert? Voor ons wel. Toch blijkt uit onze QuickScans dat in 9 van de 10 gevallen een AdWords account meer resultaat kan opleveren voor dezelfde of zelfs minder investering.

Online marketing gaat verder dan alleen kennis van AdWords, het gaat om kennis over het in markt zetten van uw bedrijf. En dát doen wij al meer dan 40 jaar. In begrijpelijke taal, geen blabla.

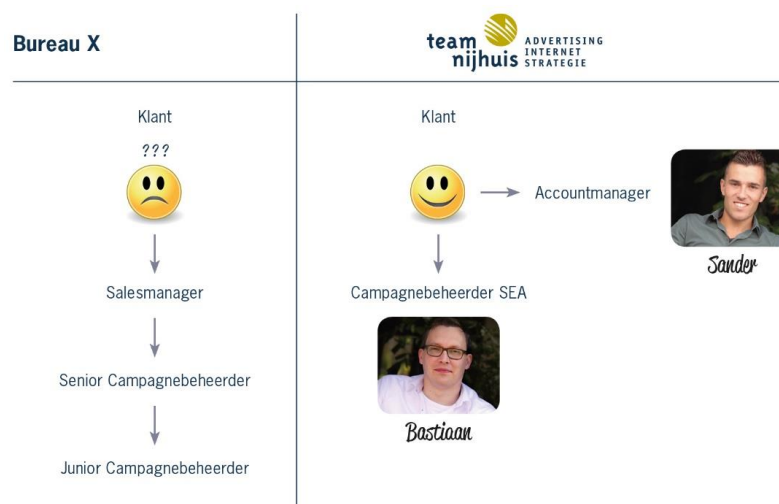
### Team Nijhuis facts:

- Bureau voor merkcommunicatie
- Sinds 1973
- Gevestigd in Borne, Tiel en Steinfurt (D)
- 30+ vakspecialisten

## Onze werkwijze

We kiezen altijd voor een persoonlijke aanpak. Uw eigen contactpersoon is óók uw campagnebeheerder. Dat betekent dat u rechtstreeks kan schakelen met de beheerder van uw AdWords account. Wat zijn uw voordelen?

- Al uw eigen input komt rechtstreeks bij één van onze campagnebeheerders, geen ruis op de lijn waardoor belangrijke informatie verloren gaat.
- Op regelmatige basis een persoonlijk gesprek over prestaties en mogelijkheden van uw account.
- Uw campagnebeheerder kent uw dienstverlening, product en bedrijf door en door.



## Maak kennis met ons team

Als marketing- en communicatiespecialisten hebben we ons vak de afgelopen decennia enorm zien veranderen. En ons vak is er alleen maar mooier en beter op geworden. Onze vakspecialisten voelen zich als een vis in het water met alle nieuwe mogelijkheden op het gebied van online marketing.

Daarnaast doet het ons pijn om elke dag te zien dat 90% van de AdWords accounts méér resultaat op kunnen leveren. Twijfel over uw eigen AdWords account? Geen angst. Het is onze missie om het meest maximale uit elke AdWords campagne te halen, of u nou klant bij ons bent of niet. In dit heldere rapport koppelen wij onze bevindingen aan u terug. 80% wordt klant bij Team Nijhuis bij het zien van onze bevindingen. Niet voor niets...

## Wat Google van ons vindt

*" Team Nijhuis neemt haar klanten serieus en denkt echt mee in het opzetten van strategische marketing in de meeste brede zin. Als er een nieuwe AdWords campagne zit aan te komen van Team Nijhuis heb ik altijd direct veel zin in het ondersteunen hiervan. In samenwerking met ons zorgt Team Nijhuis voor kwalitatief hoogstaande campagnes die welhaast altijd goede resultaten opleveren. Ik zou zonder moeite Team Nijhuis aanbevelen aan bevriende of bekende ondernemers voor online marketing activiteiten. "*

Jango van Dun  
Google Nederland



### AdWords Team



Luuk Rouwhorst



Marije Paus



Bram Lucas



Sander Noordink



Nicole Barink



Bastiaan Visser



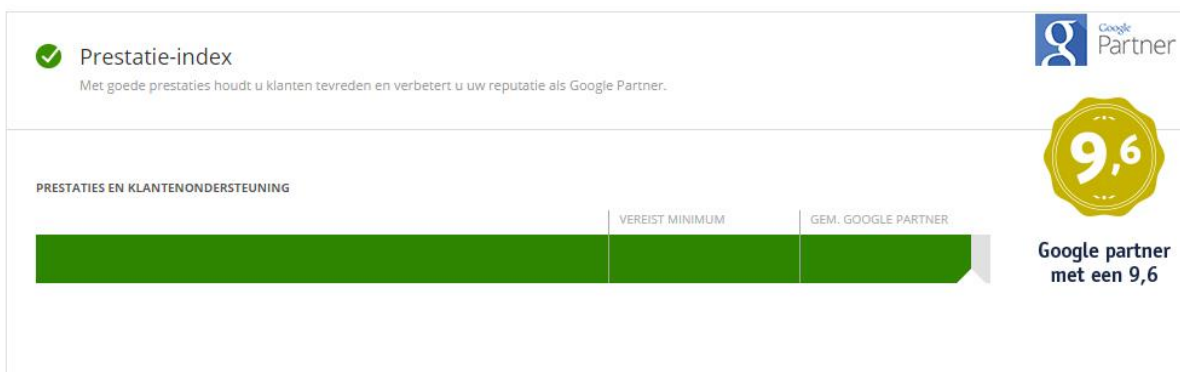
Bart Brager



Stéphanie Balk



Bob Meijer



Google partner met een 9,6



Google Success Story 2013



100+ tevreden klanten



40 jaar ervaring met marketing communicatie



## QuickScan AdWords account voor **BEDRIJFSNAAM**

In deze QuickScan behandelen we uw huidige AdWords campagne en laten we zien of u het optimale uit uw campagne haalt. Per onderdeel reiken we praktische verbeterpunten aan om uw AdWords campagne naar een hoger niveau te tillen. Het adviesrapport is gratis en u bent uiteraard geheel vrijblijvend om al dan niet met ons samen te werken.

### H1. Campagnestructuur

Een goed gestructureerde campagne is van groot belang en bepaalt voor een groot gedeelte uw toekomstige succes met de inzet van Google AdWords. Een optimale structuur bevat per productgroep en/of dienst advertentiegroepen met hieraan gerelateerde zoekwoorden. Zo kunnen specifieke advertentieteksten worden geschreven die leiden naar relevante bestemmingspagina's.

Dit komt ten goede aan de kwaliteitsscore en het doorklikpercentage van uw zoekwoorden wat resulteert in lagere kosten per klik. Daarnaast dient een campagnestructuur dusdanig te zijn ingericht dat deze makkelijk uitbreidbaar is.

Uw campagnestructuur is niet goed gestructureerd. De campagnes bestaan ieder uit slechts één advertentiegroep. In de regel is het aan te raden om uw campagne te structureren aan de hand van uw siterstructuur waarin uw productgroepen zijn onderverdeeld in aparte advertentiegroepen met hieraan gerelateerde zoekwoorden. Een mogelijke campagne structuur ziet er globaal als volgt uit :

Account	Search Campagne 1	Advertentiegroepen
	Producten	Balenpersen
		Shredders
		Perscontainers
		Afvalpersen
		Horizontale kanaalbalenpers
		Afbindmateriaal
		ProfiPack
		Specials

Account	Search Campagne 2	Advertentiegroepen
	Occasions	DIXI Balenpersen
		HSM
		Bergmann Occasion
		Containerpers
		Orwak Tweekamerpers
		Stautmann Occasion
		Schleicher Archiefvernietiger
		PacMaster Shredder
		MacFab
		Bramidan Balenpers
		Bammens Afvalcontainer

Door deze campagnestructuur aan te houden kan gericht geadverteerd worden met specifieke zoekwoorden. Daarnaast kunnen we specifieke advertentieteksten schrijven waardoor de kans vele malen groter is dat de klant uiteindelijk overgaat tot conversie.

Momenteel adverteert u met twee campagnes binnen dezelfde campagne zowel in het zoek- als displaynetwerk. Ons advies is om afzonderlijke zoek- en display campagnes op te starten. Zo kunt u veel gericht en relevanter adverteren en zijn de prestaties beter meetbaar. Daarnaast kunt u specifiekere advertentiegroepen maken met relevante advertentieteksten.

### H1.1 Zoekwoorden

Zoekwoorden dienen gegroepeerd te worden binnen één specifieke advertentiegroep. Daarnaast dient goed nagedacht te worden over het zoekwoordtype dat u inzet aangezien u geen irrelevant verkeer naar de website wilt leiden en bij een relatief klein budget alleen waardevolle bezoekers op uw website wilt.

Uw campagne is te breed opgezet. Dit houdt in dat de zoekwoorden hoofdzakelijk breed zijn toegevoegd waardoor u veel matches krijgt binnen de zoekresultaten. Zo krijgt u veel irrelevant verkeer op uw website zonder koopintentie waardoor u onnodig hoge kosten maakt. De concurrentie op brede zoekwoorden is namelijk groot waardoor u relatief veel betaalt per klik. Dit geld kunt u beter besteden aan het optimaliseren van uw AdWords campagne. Ons advies is om alleen relevante meerdere zoekwoorden worden er tegen lagere kosten hogere posities bereikt.

Zoekwoord	Zoekwoord type	Klikken	CTR	Kosten	Gemiddelde positie	Kwaliteitscore
recycling	broad	3739	0,23%	€ 3.810,34	4,1	1
balenpers	broad	1538	0,53%	€ 851,75	4,1	1
shredders	broad	1175	0,56%	€ 331,34	5,4	1
persen	broad	1985	0,31%	€ 901,82	3,3	1
shredder	broad	442	0,43%	€ 613,86	2,8	1
balenpersen	broad	261	0,70%	€ 158,56	2,7	2
vatenpers	broad	144	3,86%	€ 25,38	3,4	1
dixi	broad	61	0,15%	€ 52,32	3	2
papierrecycling	broad	60	0,35%	€ 25,33	5,1	1

Bovenstaande voorbeelden laten zien dat uw campagne veel te breed is opgezet. Zo adverteert u met het brede zoekwoord **'recycling'**. U adverteert echter ook op meervoudsvormen, varianten en synoniemen. Hierdoor is de kans groot dat u bezoekers bereikt en naar de website leidt die geen duidelijke koopintentie hebben maar bijvoorbeeld op zoek zijn naar **'metaal recycling'**. Neem bijvoorbeeld het zoekwoord **'dixi'**. Het kan goed zijn dat zoekers op zoek zijn naar het huren van een openbaar toilet en dit terwijl u balenpersen verkoopt.



## H1.2 Uitsluitingszoekwoorden

Door uitsluitingszoekwoorden toe te voegen bereikt u exact de juiste doelgroep en voorkomt u dat er irrelevant verkeer naar uw website wordt geleid. We zien bijvoorbeeld dat u gevonden wordt of in het verleden bent gevonden op **alfa romeo** en **high**. Niet alleen is de kans miniem dat deze bezoekers gaan converteren, ze zorgen ook voor onnodig hoge kosten. Ons advies is om niet relevante termen uit te sluiten zodat u alleen geld uitgeeft aan bezoekers die waardevol zijn voor uw organisatie.

Irrelevante zoekwoord	Zoekwoord type	CTR	Klikken	Kosten
alfa romeo	phrase	0,040%	299	€ 203,89
high	broad	1,200%	101	€ 68,71
high school musical	broad	0,230%	75	€ 45,16
alfa romeo onderdelen	phrase	0,070%	58	€ 37,30
alfa laval benelux bv	phrase	6,830%	30	€ 34,39
alfa laval groningen bv	phrase	6,870%	32	€ 29,59
alfa laval benelux	phrase	3,230%	16	€ 23,65
scrap	broad	0,100%	23	€ 20,58
alfa romeo autos	phrase	0,050%	33	€ 17,18
scrap yards	broad	3,460%	14	€ 16,16

## H1.3 Kwaliteitscores zoekwoorden

Uw advertenties worden momenteel nauwelijks weergegeven omdat uw zoekwoorden slechte kwaliteitsscores hebben. Dit is geheel logisch aangezien uw advertentiegroepen niet opgesplitst zijn en deze geen relevante advertentieteksten bevatten. De landingspagina's zijn niet relevant voor de zoekopdracht van de zoeker. De advertenties leiden namelijk in alle gevallen naar de homepage. Het is namelijk vele malen relevanter wanneer het zoekwoord '**balenpers dixi 4s**' leidt naar bestemmingspagina over desbetreffend product.

## H1.4 Keyword Insertion

Advertentieteksten bevatten momenteel **geen** 'Keyword insertion'. Ons advies is om dit toe te voegen om de relevantie van de teksten te verhogen.

## H1.5 Advertentieteksten

De advertentieteksten zijn van een beduidend laag niveau. De USP's van BEDRIJF komen niet terug in de advertentieteksten en de teksten bevatten geen call to action. Daarnaast wordt er niet actief gebruik gemaakt van hoofdlettergebruik. De zoekwoorden in de advertentiegroep komen niet terug in de advertentietekst. Dit verhoogt niet alleen het doorklikpercentage maar verbetert tevens uw kwaliteitsscore en zorgt voor hogere gemiddelde posities.

We adviseren altijd om per advertentiegroep drie advertentieteksten te schrijven zodat u kunt rouleren en naar verloop van tijd de minst presterende teksten kunt herschrijven. Indien u de eerder aangegeven campagnestructuur in acht neemt, is een geoptimaliseerde advertentieteksten met hoge relevantie :



#### Voorbeeld advertentietekst 1

Balenpers Kopen?  
Groot Assortiment Dixi Balenpersen  
Direct uit Voorraad Leverbaar!  
Bedrijfsnaam.nl/Balenpers

#### Voorbeeld advertentietekst 2

{Keyword:Perscontainer Kopen?}  
Geschikt voor Grote Hoeveelheden  
Afval. Benieuwd naar Mogelijkheden?  
Bedrijfsnaam.nl/Perscontainer

### H1.6 Sitelinks

Er zijn geen sitelinks toegevoegd op campagne en/of advertentiegroep niveau. Sitelinks geven zoekers de mogelijkheid om direct door te klikken naar landingspagina's die voor de zoeker relevant kunnen zijn. We voorzien sitelinks altijd van de belangrijkste zoekwoorden zodat de zoeker nogmaals de bevestiging krijgt dat de advertentie echt relevant is. Ons advies is om sitelinks toe te voegen op advertentiegroep niveau wanneer de advertentiegroepen zijn uitgesplitst.

#### AdWords Uitbesteden? - TeamNijhuis.nl

Adv. [www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden](http://www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden) ▾ 053 750 0090

Tip : **AdWords** Bureau SuccesStory Duidelijke Taal. Géén BlaBla. Bell!

AdWordsbureau Successtory · 9.4 Prestatie Score · 100+ Tevreden klanten

[Gratis Kennissessies?](#) - [Gratis QuickScan?](#) - [AdWords Uitbesteden?](#)

### H1.7 Highlight extenties

Uw advertentie bevat momenteel geen highlight extensies. Deze worden onder uw advertentie vertoond en stellen u in staat om uw unique selling points weer te geven aan potentiële klanten. In de praktijk zien we dat advertenties met highlight extensies aanmerkelijk hogere doorklikpercentages behalen. U heeft binnen **geen** campagne highlight extensies toegevoegd.

#### AdWords Uitbesteden? - TeamNijhuis.nl

Adv. [www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden](http://www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden) ▾ 053 750 0090

Tip : **AdWords** Bureau SuccesStory Duidelijke Taal. Géén BlaBla. Bell!

AdWordsbureau Successtory · 9.4 Prestatie Score · 100+ Tevreden klanten

[Gratis Kennissessies?](#) - [Gratis QuickScan?](#) - [AdWords Uitbesteden?](#)





## H1.8 Oproepextenties

Geen van uw campagnes bevatten oproepextensies. Hiermee kunnen zoekers u direct bellen vanuit de advertentie. Het telefoonnummer verschijnt namelijk onder de advertentie. In de praktijk zien we dat hier veel conversie uit voort komt. U kunt een potentiële klant aan de telefoon immers vele malen makkelijker direct transformeren tot klant dan wanneer deze een contactformulier heeft ingevuld.

### AdWords Uitbesteden? - TeamNijhuis.nl

Adv. [www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden](http://www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden) ▾ 053 750 0090

Tip : AdWords Bureau SuccesStory Duidelijke Taal. Géén BlaBla. Bel!  
AdWordsbureau Successtory - 9.4 Prestatie Score - 100+ Tevreden klanten  
Gratis Kennissessies? - Gratis QuickScan? - AdWords Uitbesteden?

## H1.9 Zichtbare URL

### Adwords Uitbesteden - TeamNijhuis.nl

Adv. [www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden](http://www.teamnijhuis.nl/AdWords-Uitbesteden) ▾

Tip : AdWords Bureau SuccesStory Duidelijke Taal. Géén BlaBla. Bel!  
AdWordsbureau Successtory - 9.4 Prestatie Score - 100+ Tevreden klanten  
AdWords Uitbesteden? - Gratis QuickScan? - Gratis Kennissessies?

Dankzij de zichtbare URL krijgen gebruikers een idee van waar ze terecht komen als ze op uw advertentie klikken. U kunt hierin zoekwoorden terug laten komen die ingezet worden. Dit zal ervoor zorgen dat het doorklikpercentage (CTR) verhoogd wordt. Ook zal de kwaliteitsscore hierdoor verbeteren.

## H1.10 Veilinggegevens

Veilinggegevens geven een belangrijke indicatie in welke mate uw advertenties deel hebben genomen aan de advertentieveiling. Dit wordt inzichtelijk gemaakt door het percentage ontvangen vertoningen te vergelijken met het totale aantal vertoningen waarvoor de advertenties in aanmerking konden komen. Veilinggegevens geven daarnaast inzicht in gemiddelde positie van uw advertentie t.o.v. de concurrent. U krijgt een goed beeld van de relevantie en kwaliteit van uw advertenties. Uw advertenties werden in **47%** van alle veilingen vertoond op een gemiddelde positie van **3,1**. In **29,5%** van de veilingen verscheen uw advertentie bovenaan de pagina.

## H1.11 Advertentiegroepen

Het is belangrijk dat u bezoekers leidt naar een relevante bestemmingspagina. Niet alleen is de kans groter dat bezoekers converteren, het komt tevens ten goede aan de algehele kwaliteit van uw campagne (kwaliteitsscore, CTR, etc.).

Algemene verbeterpunten m.b.t advertentiegroepen:

- Door de campagne verder op te splitsen in specifiekere advertentiegroepen bereikt u beter uw doelgroep. U kunt namelijk specifiekere advertentieteksten schrijven en bezoekers leiden naar relevantere bestemmingspagina's. Dit verhoogt de kans op conversies aanzienlijk.





### H1.12 Mobiele advertentiegroepen

Gezien u in het bezit bent van een mobiele website raden we aan om in iedere advertentiegroep een mobiele advertentiegroep aan te maken. Zo kunt u mobiele zoekers een optimale gebruikerservaring bieden op de website van bedrijfsnaam.

## H2. Campagne instellingen

- U richt zich op heel Nederland.
- Er is geen negatieve bodaanpassing ingesteld op mobiele apparaten.

Campagne instellingen worden vaak op de verkeerde manier ingesteld waardoor veel onnodige kosten worden gemaakt. Met campagne instellingen kunt u, uw advertenties precies richten op de doelgroep die u wilt bereiken. Daarnaast is het belangrijk om conversies bij te houden en de koppeling te maken met Google Analytics. Door dit te doen verzamelt u data en kan uw campagne beter geoptimaliseerd worden waardoor u echt aandacht kunt geven aan de groepen die optimaal renderen.

Conversie pixel – geïmplementeerd / **onjuist geïmplementeerd** / niet geïmplementeerd  
Analytics script - geïmplementeerd / **onjuist geïmplementeerd** / niet geïmplementeerd  
Analytics koppeling - **geïmplementeerd** / onjuist geïmplementeerd / niet geïmplementeerd  
Remarketing tag - geïmplementeerd / **onjuist geïmplementeerd** / niet geïmplementeerd

### H2.1 Advertentieplanning

Er is momenteel nog **geen** advertentieplanning ingesteld. Door dit te doen kan er agressiever worden geboden op zoekwoorden die op een bepaald moment(tijd, dag) goed converteren. Dit wordt gedaan aan de hand van data gegenereerd over een langere periode.

### H2.2 Budget

Campagnes zijn allen beperkt door budget. Hierdoor worden dagelijks klikken misgelopen en dus converterende bezoekers. Door de campagne te optimaliseren verwachten we tegen lagere kosten betere gemiddelde posities te behalen.



### H3. Landingspagina's

Het is noodzakelijk dat de bezoeker een optimale ervaring wordt aangeboden op de landingspagina. Voor de kwaliteit van uw campagne en de kans op conversie is het aan te raden om per advertentiegroep een specifieke landingspagina in te stellen. Bezoekers verwachten namelijk dat een landingspagina exact hetgeen weergeeft wat in de advertentie beloofd is. Gezien de campagnes slechts één of enkele advertentiegroepen bevatten, wordt al het verkeer naar enkele pagina's geleid.



- Bureau voor merkcommunicatie
- 25 vakspecialisten
- Gevestigd in Borne & Tiel
- Lees meer in ons gratis [casebook](#)




- Prestatiescore AdWords 9,4
- Drager van de titel 'Google Bureau Successory'
- Eén van de beste Google AdWordsbureaus
- Bezoek onze [kennissessies](#)

## Google AdWords uitbesteden?

Bel Team Nijhuis op 074-750 78 65

Het is tijd voor een ander geluid. Begrijpelijke taal, geen blabla. Team Nijhuis.

**Informatie over Google AdWords uitbesteden (video)**

Meer weten over het uitbesteden van Google AdWords? Bekijk onze video!



**Eén van onze specialisten spreken of meer lezen over het uitbesteden van Google AdWords?**  
Bekijk [hier](#) meer informatie of bel 074-750 78 65

Op zoek naar meer informatie, referenties, interessante voorbeelden of advies? Delen is vanzelfsprekend. Vraag ons gratis [CaseBook 'Succesvol](#)

### Google AdWords uitbesteden start met onze QuickScan!

U wilt graag weten of het uitbesteden van AdWords voor u rendabel is. Wegen de kosten af tegen opbrengsten? Bij Team Nijhuis vinden we rendement vanzelfsprekend. AdWords uitbesteden is een investering, geen kostenpost. Hier geven we u graag inzicht in. Vraag vrijblijvend een QuickScan aan voor uw bedrijf en krijg:

- Inzicht in kosten versus opbrengsten
- Overzicht van kansen die u nu laat liggen
- 9 van de 10 accounts kan meer resultaat opleveren
- Een vrijblijvend persoonlijk adviesgesprek

**Voornaam**

**Achternaam**

**E-mailadres**

**Telefoonnummer**

Voorbeeld van een landingspagina van Team Nijhuis



Google partner met een 9,6



Google Success Story 2013



100+ tevreden klanten



40 jaar ervaring met marketing communicatie