



SEARCH MARKETING TIPS: TIP 1 VAN 8

Het juiste evenwicht vinden tussen SEO en SEA

Inleiding

Search marketing is niet meer weg te denken uit het online marketinglandschap. Het biedt talloze voordelen ten opzichte van traditionele marketingstrategieën. Je bedrijf promoten op de zoekmachines zorgt voor langdurige zichtbaarheid, merkbekendheid en branding. Er komen ook meer geïnteresseerde websitebezoekers en dus stijgt het aantal verkopen.

Maar een goede marketingstrategie - SEO, SEA of beide - houdt niet op bij het aantrekken van geïnteresseerde bezoekers. Die bezoekers moeten ook iets doen op je website. Ze moeten aangespoord worden om actie te ondernemen. Die actie kan een aankoop zijn, het invullen van een formulier of het inschrijven op een nieuwsbrief. Zo'n actie is een conversie. Attract en convert, dus. Maar hoe krijg je bezoekers zo ver?

Waarom klikken zoveel bezoekers meteen weg als ze op de site komen? Hoe zorg je er voor dat bezoekers een aankoop doen? Om een website te doen werken moet je nagaan waarom een bezoeker wegkijkt. Waarom hij halverwege het aankooptraject opgeeft. Of waarom hij de weg naar het invulformulier niet vindt. Conversion Optimization onderzoekt de usability of gebruiksvriendelijkheid van een website, voert testen uit en optimaliseert. Daardoor gaat het aantal conversies omhoog. En wordt het maximum uit de website gehaald.

Meer weten? Lees de 8 search marketing tips van QueroMedia!

Search marketing bestaat uit 2 aspecten: search optimization (SEO) en search advertising (SEA). Het inzetten ervan, apart of samen, roept bij heel wat marketers vragen op. Welke methode werkt het best?

De voordelen van SEO & SEA

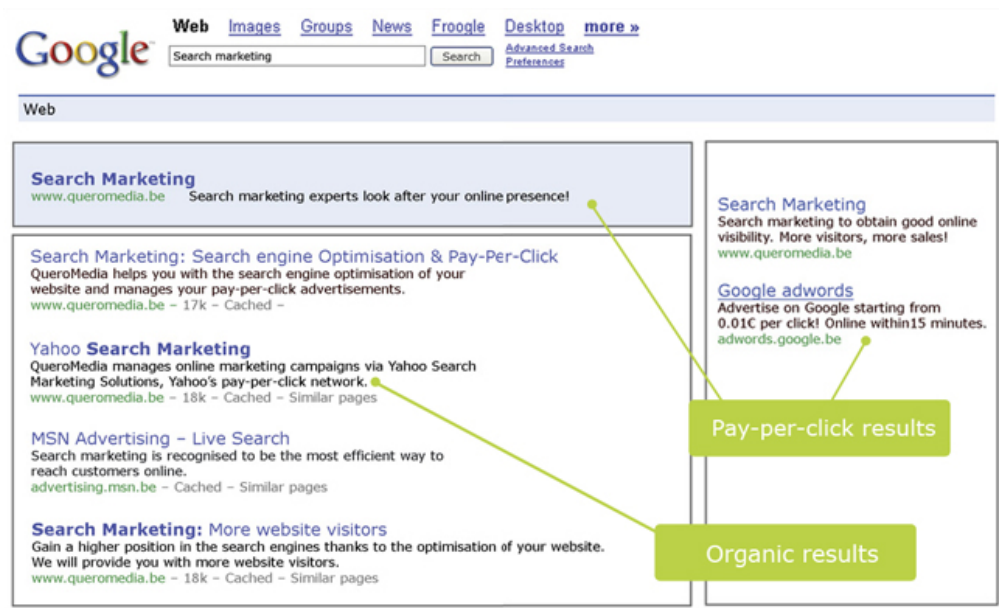
Search Optimization of SEO

Wanneer je een zoekopdracht uitvoert in een zoekmachine verschijnen er

organische resultaten en gesponsorde koppelingen. SEO is er op gericht om een website zo hoog mogelijk te laten scoren in de organische zoekresultaten. De website wordt dan aangepast zodat die zoekmachinevriendelijk wordt. Zo kan de website gemakkelijker gevonden door de indexeringsalgoritmes van de zoekmachines. En door de internetgebruikers. Het effect van SEO is langdurig, maar de resultaten zijn niet onmiddellijk voelbaar. Hoe hoger een website verschijnt in de organische resultaten, hoe gemakkelijker surfers de link aanklikken.

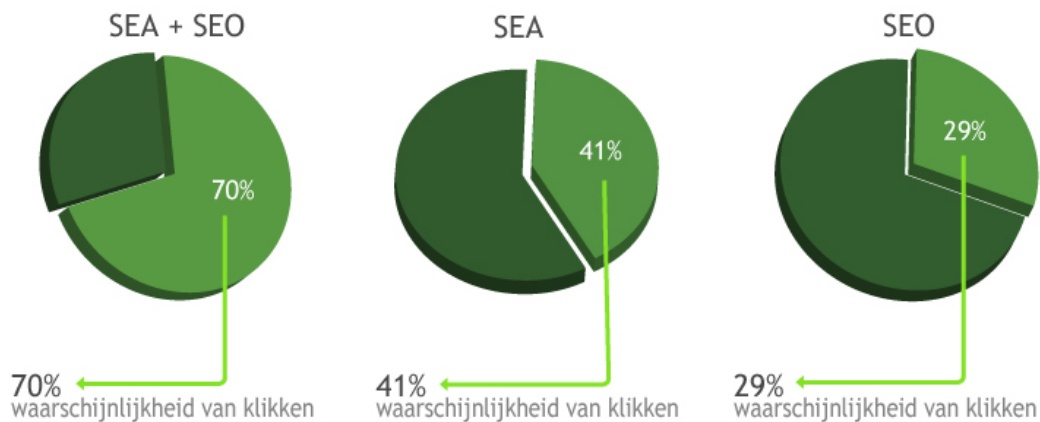
Search Advertising of SEA

SEA is het adverteren op de zoekmachines. De zoekterm die wordt ingetypt in de zoekmachine roept advertentieteksten op die bovenaan en rechts van de resultaten verschijnen. Het grote voordeel? Je betaalt enkel wanneer de advertentie wordt aangeklikt. En er dus een potentiële klant naar de website wordt gebracht. SEA is soms de enige manier om je website in de kijker te krijgen voor zoekwoorden met veel concurrentie. Het is een snelle en effectieve methode om met een beperkt budget meer websitebezoekers te krijgen. In tegenstelling tot SEO is het effect van een SEA campagne meteen voelbaar. De advertenties verschijnen, worden aangeklikt en de bezoekers stromen toe.



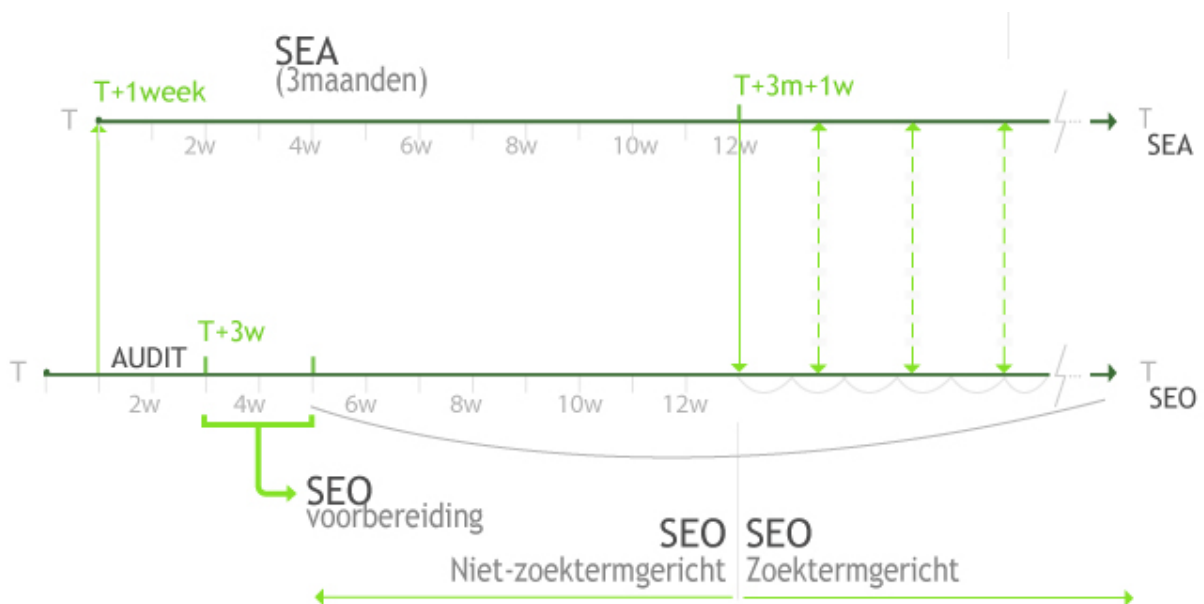
Bereik zoveel mogelijk surfers

SEO en SEA vullen elkaar aan en hebben samen een groter bereik dan apart. In de meeste gevallen is het aan te raden zowel SEO als SEA in te zetten in een search marketing project. Uit onderzoek blijkt immers dat bezoekers gemakkelijker een website verkennen als SEO en SEA samen worden gebruikt, dan als slechts één van beide wordt ingezet. Bedrijven die op de eerste plaats staan in zowel de gesponsorde links als de natuurlijke resultaten hebben 70% kans om aangeklikt te worden. Als er enkel een advertentie tussen de gesponsorde links staat, daalt die kans tot 41%. Als het bedrijf enkel tussen de eerste organische resultaten te vinden is, is de kans slechts 29%.



SEO & SEA integreren

Er zijn verschillende search marketing trajecten mogelijk. In de volgende grafiek wordt het, volgens QueroMedia, ideale optimalisatietraject weergegeven. Aan het begin van elk search marketing project wordt er een audit uitgevoerd. Tijdens deze audit wordt de zoekmachinevriendelijkheid van de website onderzocht en wordt er een zoektermonderzoek uitgevoerd. Vervolgens wordt de optimalisatie voorbereid en wordt van start gegaan met een niet-zoektermgerichte optimalisatie van de website. De website van de klant wordt onderworpen aan een zoektermgerichte optimalisatie van zodra de resultaten van de SEA-campagne beschikbaar zijn en kunnen teruggekoppeld worden naar het SEO-traject.



Inzichten uit de SEA-campagne gebruiken voor SEO

Binnen het optimalisatieproces is er dus een terugkoppeling vanuit de advertentiecampagne. Een SEA-campagne geeft immers snel en efficiënt

belangrijke inzichten die gebruikt kunnen worden bij de websiteoptimalisatie. Zo wordt aangetoond welke zoektermen de meeste bezoekers opleveren en het best converteren. SEA en SEO vullen elkaar aan: informatie van de SEA campagne kan gebruikt worden voor SEO en vice versa.

Conclusie

Het is belangrijk om het juiste evenwicht te vinden tussen SEO en SEA. Deze twee online marketingstrategieën vullen elkaar aan en zorgen samen voor een optimaal resultaat. Met webanalytics tools is het bovendien mogelijk om de vorderingen te volgen en de return on investment te meten.

Deze search marketing tips worden u aangeboden door [QueroMedia](#).



QueroMedia Belgium

Waterfront Researchpark
Galileilaan 18,
2845 Niel
Antwerp, Belgium
T. +32 (0)3 450 82 00
F. +32 (0)3 450 82 01
<http://www.queromedia.be>

QueroMedia Netherlands

WTC H-Toren
Zuidplein 36,
1077 XV Amsterdam,
The Netherlands
T. +31 (0)20 799.7615
F. +31 (0)20 799.7801
<http://www.queromedia.nl>