

Grip op online campagnes

# Efficiënt analyseren

De centrale vraag is: 'hoe hou je als marketeer een goede grip op je geïnvesteerde budget in online marketing activiteiten?'. Het goed meetbaar maken van de marketingacties is essentieel. Zorg niet alleen voor een goed meetplan, maar maak ook de campagneherkomst inzichtelijk door middel van het toevoegen van marketingkenmerken aan de URL. Nadat je de benodigde segmenten hebt aangemaakt kun je daadwerkelijk gaan analyseren en bekijken wat de effecten zijn van de gekozen inkoopstrategie. In dit artikel gaan we hier verder op in. We gebruiken in de voorbeelden Google Analytics, maar uiteraard zijn ook met andere tools soortgelijke analyses mogelijk.

## Combineer herkomstdata

Combineer de herkomstdata met de gedefinieerde conversiedoelen, kijk naar bezoekers die direct na het zien van de landingspagina de website weer verlaten (bounce-rate of weigeringspercentage), vergelijk de tijd dat bezoekers op je website doorbrengen en het aantal pagina's dat wordt bekeken. Het geeft een prima eerste indruk van de kwaliteit van het bezoek, zijn bezoeker geïnteresseerd in de inhoud of het aanbod op uw website? Of hebben ze wellicht per ongeluk op de banner geklikt en verlaten ze direct na het zien van de webpagina de site?

## Conversie en omzetwaarde

Nadat je via bovenstaande rapportage hebt gekeken naar de kwaliteit van het bezoek dat via een online campagne naar je site wordt gestuurd, kun je via de tab 'conversiedoelen' en 'ecommerce' in Google Analytics zien hoe actief de bezoekers zijn. Wordt er daadwerkelijk ook een actie ondernomen op de website (conversiedoel) en wat is eigenlijk de omzetwaarde van deze bezoekers (ecommerce). Conversiedoelen zijn bijvoorbeeld het doen van een aankoop, het inschrijven voor een nieuwsbrief, aanvragen van proefabonnement, maken van een afspraak, het bekijken van een demo etc. Meet daarnaast de microconversies; conversies die een opmaat vormen voor de uiteindelijke boeking, zoals prijsberekening, beschikbaarheidscheck etc. Om naast de aankoopregistratie ook te meten welke producten gekocht zijn en wat de omzet-

Medium	Visits	Bounce Rate
(none)	3,566,673	-21.42%
organic	3,117,498	33.07%
referral	2,277,805	-21.40%
cpc	1,048,670	-8.94%
Email	1,003,857	37.68%
email	281,256	32.80%
Banner	189,416	-87.79%
tekstlink	26,568	-7.95%
CPC	25,196	30.18%
CPC - startpagina.nl	9,424	-7.44%

Segmentatie bounce-rate per herkomstbron vergeleken met het site gemiddelde.

Medium	Visits	Winkelmandje	Catalogus aanvragen	Goal Conversion Rate	Per Visit Goal Value
cpc	3,132	2.59%	0.29%	5.49%	€0.00
organic	2,280	2.63%	0.13%	4.78%	€0.00
(none)	515	5.63%	0.97%	12.23%	€0.00
referral	290	1.38%	0.34%	5.17%	€0.00

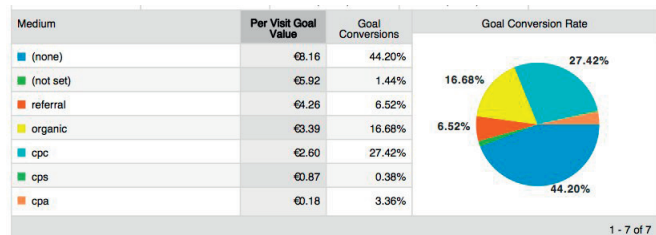
Conversiepercentage in relatie met herkomst.

waarde is geweest, kun je gebruik maken van Ecommerce tracking (Google Analytics). Hiervoor dient een extra script op de 'bedankpagina' (laatste pagina in het aankoopproces) geplaatst te worden die alle waardes uitleest. Je kunt deze gegevens vervolgens correleren met de herkomstdata die je hebt gelabeld.

## Rapportages lezen en combineren

Met de hiervoor beschreven stappen zorg je er uiteindelijk voor dat je zelf een compleet beeld hebt van de kwaliteit en de opbrengsten van je campagne. Deze rapporten kun je combineren met de rapportages van het mediabureau en je kunt tezamen de resultaten analyseren en beslissen of de campagne eventueel bijgestuurd moet worden om de gestelde doelen te halen.

Egan van Doorn en Ortwin Verreck



Gemiddelde opbrengst en conversiepercentage per verkeersbron.

Webanalyse is een service van OrangeValley. In dit artikel is een selectie gemaakt van relevante webanalyses welke gewenst zijn om het mediabudget gericht in te zetten. OrangeValley is door Google geaccrediteerd als Google Analytics Authorized Consultant Partner.



OrangeValley voert voor haar opdrachtgevers webanalyses, trainingen en adviestrajecten uit gericht op het optimaliseren van het online rendement. [www.orangevalley.nl](http://www.orangevalley.nl)

## WIJ DELEN UIT, GEEN TAART MAAR GRATIS ABONNEMENTEN!

In de afgelopen (bijna) 30 jaar zijn wij uitgegroeid tot het grootste reisvakblad van Nederland!

Dit hebben wij te danken aan onze trouwe abonnees.

Daarom mogen die ons feestje meevieren.

We geven 1000 halfjaar-abonnementen weg. Dat mag u doen.

Elke abonnee mag gratis een abonnement weggeven aan een collega of relatie in de reiswereld.

### HOE DOE IK DAT?

Meedoen met de actie? Mail uw abonnementnummer + de NAW gegevens van de vriend(in) of collega die u wilt opgeven naar [info@reisrevue.nl](mailto:info@reisrevue.nl) of surf naar [www.reisrevue.nl/jarig](http://www.reisrevue.nl/jarig)

