



Grootste fouten bij een AdWords en Pay Per Click Campagne

Een artikel van JNB web promotion

Voor vragen of opmerkingen kunt u contact opnemen met J.W. Bertrand,
jbertrand@jnwebpromotion.nl

Grootste fouten bij een AdWords en Pay Per Click Campagne

Google Adwords kan voor een flinke stijging in omzet voor uw bedrijf zorgen. Maar het kan ook de ondergang van uw bedrijf zijn als u voortdurend blijft investeren in advertenties die niets opleveren.

Adwords is een interessant systeem van Google

Prijzen gaan omhoog naarmate de concurrentie toeneemt, het is erg belangrijk om te weten hoe het systeem werkt en hoe u het in uw voordeel kunt gebruiken. Hier zijn een aantal zeer kostbare fouten die u moet vermijden bij het opbouwen van een Adwords campagne.

Lange lijst met irrelevante zoekwoorden

Bij het bouwen van een Adwords ppc-campagne, zult u er waarschijnlijk aan denken om zoveel mogelijk zoekwoorden te gebruiken, men denkt dat dit sneller conversies zal brengen. Hoewel dit logisch lijkt, is het de verkeerde manier om uw Adwords ppc-campagne te starten. U moet een lijst met gerichte trefwoorden gebruiken die van toepassing zijn op uw campagne en wegblijven van lange lijsten van brede en irrelevante zoekwoorden. Brede en algemene zoekwoorden kosten veel meer per klik (als gevolg van hogere trefwoord concurrentie).

Geen gebruik maken van doelgerichte landingspagina's

We zien steeds vaker dat men campagnes bouwt zonder deze te testen, of ze verwijzen naar een pagina met alleen een lijst van diensten en producten. Om het zo makkelijk mogelijk voor uw klanten te maken moet u uw producten en diensten meteen vindbaar maken. Immers, niemand zit te surfen op uw website voor dat hij/zij wat kan vinden. Het doel is om de gebruiker een relevante pagina te geven zodat ze meteen weten wat ze moeten doen en hoe ze verder kunnen gaan bij het kopen van uw product of het ontvangen van een dienst van uw bedrijf.

De juiste trefwoorden in uw advertentietekst

De tekst in uw advertentie moet kort en beschrijvend zijn, u moet uw zoekwoorden in de titel en de beschrijving op een professionele wijze in de advertentie plaatsen. De advertentie moet duidelijk en relevant zijn, dit is een taak die met grote zorg gedaan moet worden. De bezoeker moet precies weten wat ze krijgt indien ze op uw advertentie klikken.

Gebruik van oppervlakkige advertentietekst

Doe nooit oppervlakkige of onduidelijke advertentietekst gebruiken zonder een oproep tot actie. De advertentie moet de aandacht van de gebruiker trekken, geef de bezoekers een reden om op uw advertentie klikken en meer informatie op te vragen. Oppervlakkige of onduidelijke advertenties zullen geen oproep tot actie geven.

Het gebruik van een contactformulier op uw bestemmingspagina (landings pagina).

Geloof het of niet, uitgebreid onderzoek heeft uitgewezen dat een contact formulier welke u op de pagina van uw AdWords-campagne plaats negatief werkt. Wat Google betreft, als je reclame gratis weg geeft (zoals een e-book, rapporten etc.), dan moet u uw bezoekers geen informatie laten invullen.

JNB Web Promotion kan u met alle zoekmachine optimalisatie diensten helpen, wij hebben ervaring sinds 1998.

Voor meer informatie over zoekmachinemarketing kijk op www.jnbwebpromotion.nl