WAT WERKT VOOR WEBSHOPS

Hoe webshops nieuwe cliënten werven in

2018

Door Paul Isaac

INTRODUCTIE

Het gaat helemaal over targeting – doelgericht werken

Vraag: Wat is Google?
Fout antwoord: Een zoekmachine
Correct antwoord: Een bedrijf dat reclame verkoopt

Vraag: Wat is Facebook?
Fout antwoord: Een sociaal netwerk
Correct antwoord: Een bedrijf dat reclame verkoopt

Dit zijn twee van de grootste hi-tech bedrijven ter wereld en het grootste gedeelte van hun inkomen komt uit het verkopen van reclame. Dus hoe heeft de internetrevolutie dingen dan veranderd ten opzichte van de tijd van tv, radio, kranten en andere oude media? Het antwoord is dat zij een publiek doelgericht kunnen benaderen. Héél doelgericht.

Een dure poster die geplaatst wordt in een bushokje om stofzuigers te verkopen heeft weinig effect.

De meeste mensen lopen er ongeïnteresseerd langs en zien het niet eens. Maar een goedkope banner over stofzuigers die op een website geplaatst wordt, recht voor de neus van iemand die net verschillende artikelen heeft opgezocht over stofzuigers, heeft veel kans dat er geconverteerd wordt.

Terwijl ik dit schrijf, aan de andere kant van de grote plas in de VS, zijn de grote mobiele netwerkeigenaren druk bezig met het kopen van mediabedrijven. Ze roken geld en willen nu hun eigen zeer doelgerichte reclamemachines gaan bouwen.

Stel je voor dat iemand een film aan het kijken is op zijn of haar mobieltje en de adverteerder weet alles wat de telefoonmaatschappij van jou weet, zoals je inkomen, waar je je nu bevindt, waar je woont, naar welke andere programma's je normaal kijkt, enz. enz. Een adverteerder zou een heleboel geld betalen voor zo'n positie.

Je vindt dat misschien maar griezelig. Dat vind ik ook, maar dat is de toekomst van adverteren.

Omdat het werkt. Omdat je de mensen kunt vinden waarvan je weet dat dit je klanten zijn. Omdat je meer aan de verkoop van je producten kunt verdienen dan dat de reclame je kost.

Dit is momenteel nog niet mogelijk binnen onze markt hier in Nederland. Maar het zit eraan te komen. Je kunt zelfs nu al mensen vinden waarvan je weet dat ze van jouw webshop zullen kopen als je de juiste promotie uitkiest.

SEO

Search Engine Optimization (SEO) [zoekmachine optimalisatie]

Elke webshop zou wat SEO moeten doen en je kunt de basisdingen gemakkelijk binnen je eigen bedrijf doen.

- Je hebt sowieso goede, informatieve tekst nodig en je moet ervoor zorgen dat deze ook relevante trefwoorden bevat (zonder te overdrijven of onnatuurlijk te klinken).
- Maak de paginakoppen en productnamen zo beschrijvend als je kunt, lange betitelingen zijn meestal zelfs goed.
- Ga naar 'Google Mijn Bedrijf', claim je bedrijfsvermelding en vul die zo volledig mogelijk in.

Als je nog verder wilt gaan dan dien je daar behoorlijk wat tijd in te steken en/of een professional in de arm te nemen. Hier, en in de volgende hoofdstukken ga ik de professionele optie adviseren omdat inmiddels op het internet een concurrerend gevecht plaatsvindt waar alleen de beste kan winnen.

Voordat je verder leest, laten we even reflecteren.

SEO is niet meer wat het geweest is. In de zoektocht om de investeerders te behagen, heeft Google meer en meer zoekresultaten pagina's verkocht aan adverteerders. Zoek maar eens naar iets om te kopen en zie dan hoeveel reclame je te zien krijgt: helemaal bovenaan, voordat je de onbetaalde resultaten te zien krijgt. Dat is de reden waarom minder dan 30% van de klikken op die pagina naar de onbetaalde resultaten gaan en dus meer dan 70% van de klikken naar de betalende adverteerder.

GOOGLE ADWORDS

HET GOEDE nieuws over Google AdWords is dat dit de beste doelgerichte reclame is die je kunt doen. Het staat echt eenzaam aan de top. Je verkoopt wasmachines en iemand heeft daadwerkelijk net zijn hand opgestoken en gezegd: “Ik wil een wasmachine kopen.” Het kan niet veel beter worden dan dat.

Het slechte nieuws – ja, er moest toch ook ergens slecht nieuws zijn – is dat deze gelimiteerde reclamespots geveild worden. Google wil zijn eigen omzet maximaliseren en rekent de hoogst mogelijke prijs. Dat heb je met een vrije markt. Als adverteerder betaal je alleen als er iemand op je advertentie klikt maar de prijzen voor die klikken kunnen aan de hoge kant zijn.

Toch is het mijn overtuiging dat AdWords de beste promotie is die de meeste webshops kunnen doen. Voor veel webshops is het de drijvende kracht achter hun succes. Als je AdWords naar behoren is opgezet kan het je jaar na jaar profijtelijke verkopen op blijven leveren.

Hoe zit het dan met die hoge prijzen voor de klikken? Nou, gelukkig werkt die veiling niet met het hoogste bod. De winnaars zijn de slimste adverteerders.

DISCLAIMER (Afwijzing van aansprakelijkheid): Dat moest ik dan toch even zeggen, nietwaar? Bij mijn bedrijf, Action Me, is AdWords de voornaamste manier waarop wij nieuwe zaken werven voor onze webshopcliënten.

Nog een laatste opmerking. Als regeringen ooit serieus worden over privacy en wetten gaat uitvoeten om die te beschermen, dan is het meteen afgelopen met al het slimme doelgericht werken van Facebook; het vertonen van reclame en remarketing reclame werkt dan gewoon niet meer. Maar SEO en AdWords zullen altijd weten waar iemand net naar heeft gezocht en jouw advertentie verschijnt dan recht voor hun neus. Dus misschien is het wel een slimme zet om er nu meester over te worden.

DISPLAY ADVERTISING

DISPLAY ADVERTENTIES zijn de banners die je op alle websites over het hele internet ziet. Er zijn legio plaatsen waar je zo'n banner zou kunnen plaatsen om je webshop te adverteren en wat je moet weten is: Niet Doen.

Tenminste, niet in het wilde weg, doelloos.

Welnu, de netwerken die deze manier van adverteren verkopen hebben continue hun vaardigheid om verschillend publiek doelgericht te bereiken verbeterd. En als adverteerders hebben we steeds geprobeerd om het te laten werken. Maar ik blijf erbij, als je een fabuleus, uniek product hebt met een erg goede marge dan zou je display reclame moeten proberen. Of als je al succes hebt met alle andere opties en je moet nieuwe manieren vinden om uit te breiden, probeer het dan eens. Laat anders deze ruimte over aan de grote merken die zoveel geld hebben dat zij geen resultaten hoeven te meten.

Voor jou, als eigenaar van een webshop, is er echter een serieuze uitzondering: remarketing.

Remarketing

Iemand heeft je site al bezocht en nu laat je ze een advertentie zien. Dat is remarketing en als het goed uitgevoerd wordt, werkt het. Het meest effectieve voor webshops is dynamische

remarketing waar de advertenties de producten laten zien waar je bezoeker naar gekeken heeft en ‘vergeten’ (hoop je dan) is om die te kopen. Er gaat niets boven een vriendelijke herinnering!

YouTube

Nou we toch hier zijn wil ik het graag hebben over adverteren met YouTube omdat het een aspect heeft wat echt cool is. Niet het videoformaat, maar het feit dat het heel goedkoop is! Op dit moment kun je je eigen video voor een paar cent laten zien op YouTube. Behalve dat is het meest effectieve gebruik ervan het creëren van bewustzijn van nieuwe producten waar mensen nog niet naar zoeken.

FACEBOOK

Er zijn niet zoveel webshops waar ik van weet dat ze hun bedrijf hebben opgezet rond Facebook. Er zijn echter wel wat specifieke dingen die werken, voornamelijk

- Remarketing
- targeting “1% publiek”, wat betekent het laten zien van jouw reclame aan mensen waarvan Facebook zegt dat ze veel overeenkomst tonen met jouw remarketing lijst
- Facebook Dynamische Advertenties. Dit kun je zien als een combinatie van remarketing met een Facebookversie van Google Shopping

Met uitzondering van deze opties ben ik geen echte.

AMAZON / BOL

IN 2017 werden de verkopen van Amazon in de VS geschat op 44% van de totale e-commerce verkopen. Stel je voor. Al die websites die er bestaan en dan is er ééntje die bijna de helft van de business krijgt! En omdat wat er in de VS gebeurt, snel daarna ook in Nederland gebeurt, doen we er goed aan om de mogelijkheden te onderzoeken van onze eigen bol.com (wat de neiging heeft om Amazon in veel dingen te volgen) of we lopen het risico dat we de boot missen.

Amazon en bol hebben allebei marktplaatsen waar je je eigen producten kunt etaleren. Zoals met bijna alles in het leven gaat voor niks de zon op. Je betaalt een commissie van ergens tussen de 6% en 25%, afhankelijk van wat je verkoopt. Met de juiste producten krijg je klanten en verkopen, gewoon door je producten op hun site te plaatsen. Behalve dat, biedt bol.com (en Amazon als je verkoopt in Duitsland, Frankrijk, Engeland en elders) ook verschillende soorten van adverteren die je helpen om op te vallen.

DE REKENSOMMEN EN WAAROM HET

Er werd weleens gezegd dat adverteren een kunst is. Wat ze werkelijk bedoelden was, “de helft van mijn reclamebudget wordt verkwist, maar ik weet niet welke helft”. Allebei die verklaringen bevatten nog wel wat waarheid, maar niet meer zoveel als eerst.

In de wereld van online adverteren wordt het verschil tussen succes en falen bepaald door het beheren van de eenvoudige rekensommen.

Niveau 1: Bereken wat je uitgeeft aan reclame gedeeld door wat je erdoor verkocht hebt. Dit wordt ROAS (Return On Advertising Spend) genoemd. B.v., je spendeert €100 aan reclame en je

VAN DIGITAAL ADVERTEREN ERTOE DOET

verkoopt voor een waarde aan €400 in producten. Dan is je ROAS een waarde van 4 (of 400% afhankelijk van hoe je het bekijkt). Ken deze waarde en je kunt de concurrentie overweldigen zonder je zorgen te maken dat je teveel uitgeeft.

Het klinkt erg logisch, maar de meeste online adverteerders doen het gewoon niet. Dus als *jij* het wel doet, dan kun je één van de toonaangevende adverteerders zijn in jouw niche.

Niveau 2: Bereken de Levenslange Waarde van een Klant. Je kunt je veroorloven om meer uit te geven aan een advertentie als je weet dat het op den duur meer oplevert dan alleen die onmiddellijke verkoop. Dat betekent dat je kunt adverteren op plaatsen waar andere adverteerders zich niet durven te begeven. En hoe meer marktaandeel dat je hebt, hoe gunstiger deze berekening wordt.

Niveau 3: Hetzelfde als niveaus 1 en 2, maar gebruik de echte winst in plaats van de verkoopwaarde. Dat is nogal wat moeilijker dan niveau 1 of 2, maar goed uitgevoerd kun je uitbreiden naar plaatsen waar anderen zich niet durven te begeven.

JE HEBT EEN NIEUWE KLANT GEWONNEN. WAT NU?

HET VERKRIJGEN van een klant is waar het meeste van je reclamebudget naar toe zal gaan. Maar het behouden van een klant en hem/haar aanmoedigen om nog meer uit te geven is vaak waar je het meeste zult verdienen...

...want als je eenmaal bekend bent bij hem/haar dan kost het niet veel meer om:

- ze over te halen om zich te abonneren op je nieuwsletter;
- een kortingscoupon voor de volgende aankoop in te sluiten als de order verstuurd wordt;
- te remarketen op Facebook, Google, websites;
- fysieke correspondentie te sturen;
- gratis samples te sturen;
- enz., enz., enz.

En met al dat adverteren weet je al dat je precies de soort persoon benadert die jouw product zal kopen, want dat hebben ze al gedaan. Dat is het ultieme in targeting.

Over de auteur

Paul Isaac is de oprichter van de webshop marketing company Action Me. Hij stimuleert sales voor webshops van andere ondernemers sinds 2009 en heeft ook een eigen webshop waar hij alles van boven tot onder heeft uitgeprobeerd.

Paul Isaac
www.actionme.com / info@actionme.com