

# Wat als je geen gebruik kan of wil maken van Performance Max?

Door Bernt Muurling

# Iets over mij...

- Bernt Muurling
- Freelance Google Ads specialist
- Ondernemer sinds 2013
- Prestatiegericht



# Dit weten jullie over 20 minuten

- Waarom je geen gebruik zou maken van Performance Max
- Wat je dan wel kan inzetten
- Hoe je dit dan kan gaan inzetten

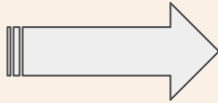
# Waarom je geen gebruik zou maken van PMax?

- Leadgeneratie / geen webshop
- Te weinig budget
- Te weinig data verzameld
- (Nog) geen vertrouwen
- Het werkt (simpelweg) nog niet
- Afwijkende marges

# Dit kan je wel inzetten

- Zoek campagnes
- Shopping campagnes
- Display / YouTube campagnes

**Hoe?**



# Structuur voor zoek campagnes

- Consolideer zoveel mogelijk
- Vul en test je RSA's
- Maak gebruik van KeyWord insertion
- Maak gebruik van Location insertion
- Werk met high / low performing campagnes
- **Let op:** vergeet niet je keywords exact in te zetten!

# Structuur voor shopping campagnes

- Bouw een high / low structuur op
- Biedt het meest op de relevante zoektermen
- Biedt niets of weinig op irrelevante termen
- Blijf testen met de resultaten uit je search campagne

# Structuur voor display campagnes

- Zet display in voor retargeting
  - Overtuig de klant om alsnog een aankoop te doen.
    - **Targeting voorbeeld:** 30+ seconden, meerdere pagina's bezocht.
  
- Zet display in bij je potentiële klant
  - Zorg dat mensen je naam voorbij zien komen.
    - **Targeting voorbeeld:** Vergelijkbare doelgroep converteerders.



# Te weinig conversies voor slim bieden

- Oplossing: Microconversies
- Installeer meerdere conversiepunten
  - Voorbeeld conversiepunten:
    - Toevoegen aan winkelwagen
    - Betaalpagina bezoeken
- Verdeel de waarde over deze conversiepunten

Waarde = de gem. orderwaarde / de hoeveelheid keren dat de klant nodig heeft om uiteindelijk te converteren.

# Offertes met waarde naar Google Ads

- Meet de waarde van je offerte aanvragen
- Zie welke zoektermen daadwerkelijk iets opleveren
  - **Zoekterm 1:** 20 offerte aanvragen, 20 euro waarde.
  - **Zoekterm 2:** 10 offerte aanvragen, 100 euro waarde.
- Overstappen op slimme biedstrategie

# Hoe kies je een budget?

- Bepaal je online marketing doelen
- Bereken hoeveel een klant mag kosten
  - Marge per product/productcategorie
  - Vaste kosten per product/productcategorie
- Wat is break-even?
- Past dit binnen je doel?
- = je budget

# Het echt allerbelangrijkste

Laat je adviseren door een Google Ads specialist.



# Als het goed is weet jij nu dit

- Waarom je geen gebruik zou maken van Performance Max
- Wat je dan wel kan inzetten
- Hoe je dit dan kan gaan inzetten

Bedankt voor jullie aandacht.

Je kan mij op LinkedIn volgen voor meer over Google Ads.

