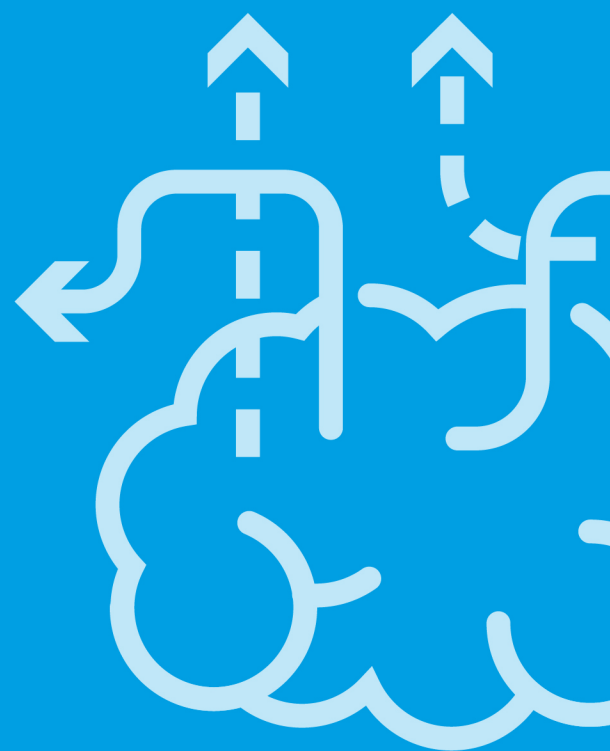


25 mei 2020

# Rapportage campagne Brabant Leert

Inzichten, acties en adviezen

*Met Keijzer bereik je meer...*



**Keijzer**

marketing  
communicatie  
management



# Inzicht – website cijfers

Sinds de start van de campagne op 1 mei hebben we steeds meer advertenties toegevoegd en nog belangrijker, zijn we tussentijds gaan optimaliseren (de niet werkende campagnes zijn uitgezet, targeting is aangepast etc.). We zien een duidelijke stijgende lijn in websitebezoekers. De campagne draait nu bijna op volle kracht en we hebben nog ruim 9 weken te gaan volgens de officiële planning. Daarmee verwachten we de voorspelde resultaten te kunnen behalen. Als we alleen kijken naar afgelopen

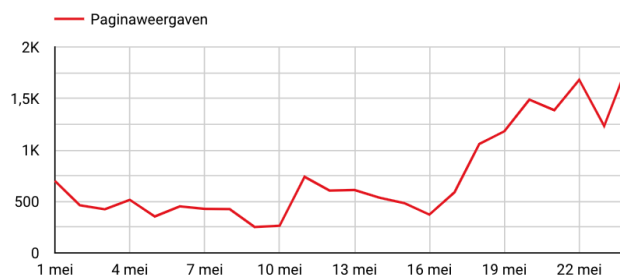
week hebben we een gemiddelde CTR van 2,12% op de advertenties en 6.900 websitebezoekers. Terwijl een week eerder dat nog (maar) 2.800 bezoekers waren. Als we dieper in de analytics kijken valt verder op:

- Op maandag tussen 18.00 en 21.00 en vrijdag 20.00 en 22.00 wordt de site het meest bezocht
- 16,4% van de bezoekers is een terugkerende bezoeker, hij of zij heeft de site al eerder bezocht
- 64% van de gebruikers gebruikt een mobiele telefoon, 20% desktop en 16% tablet
- 24% van de bezoekers komt via social, waarvan 91% via Facebook
- Aandeel van mannelijke bezoekers is in een week tijd met 10% toegenomen

## BRABANTLEERT

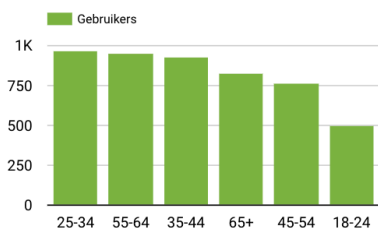
1 mei 2020 - 24 mei 2020

### WEBSITE ANALYTICS

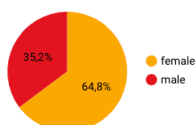


### BEZOEKERS

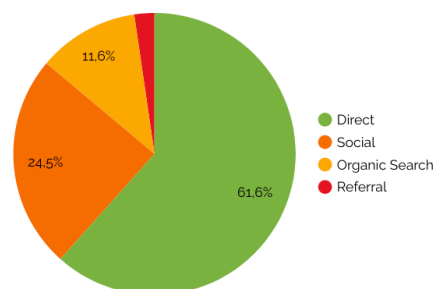
#### LEEFTIJD



#### GESLACHT



### BRON





## Cijfers online campagne (totaal)

In onderstaande tabel zien we het overall resultaat van de online campagne tot 25 mei. Op 1 mei zijn we gestart met de eerste 5 advertenties op social (FB & LinkedIn). Op 8 mei zijn we gestart met de search campagne en op 15 mei met de banner campagne. Op de volgende pagina's gaan we nog iets verder in op elk kanaal, maar over het algemeen zijn de resultaten in lijn met, en zelfs iets boven verwachting. De boodschap in huidige vorm sloeg op LinkedIn niet aan, deze campagne is sinds iets meer dan een week gestopt vanwege tegenvallende resultaten. We zien dat de search campagne de hoogste CTR-score haalt maar dat je daarentegen wel de hoogste kosten per klik betaald. Vooral bannering levert mooie resultaten met een lage kost per klik. Deze week voegen we ook een remarketing – banner campagne toe. We verwachten dat de CTR-score dan nog meer verhoogd. Op de volgende pagina's lichten we de resultaten nog iets verder toe

BASIC RESULTATEN ONLINE CAMPAGNE - (t/m 25 mei)						
	Weergaven	Klikken	CTR	CPC	BUDGET	
<b>FACEBOOK/INSTA</b>	435.699	6.122	1,41%	€ 0,20	€ 1.246,00	
<b>SEARCH</b>	64.889	1.382	2,13%	€ 0,32	€ 440,00	
<b>BANNERING</b>	553.991	10.907	1,97%	€ 0,05	€ 499,93	
<b>LINKEDIN</b>	21.838	59	0,27%	€ 2,82	€ 166,50	
<b>WEBSITE RESULTATEN</b>						
<b>TOTAAL</b>	<b>1.076.417</b>	<b>18.470</b>	<b>1,45%</b>	<b>€ 0,85</b>	<b>€ 2.352,43</b>	
<b>DOELEN CAMPAGNE</b>	1.800.000	41.000	2.2%		16.000	



# Inzicht – cijfers Google ads

Allereerst de **search campagne**: we zijn gestart met een breed palet aan zoekwoorden, van opleiding, tot 'ik verveel me', tot vacatures. Na een week hebben we hier en daar al wat bijgeschaafd. Zo bleek vacatures een enorm zoekvolume te hebben: we werden dus veel vertoond. Maar er werd weinig geklikt, en de klikken die er waren, klikten binnen een korte tijd weg. Hieruit concluderen we dat Brabanders die zoeken op vacatures, niet op zoek zijn naar de content die wij te bieden hebben. In onderstaande tabel zien we dat de meest relevante zoekwoorden 'opleiding', 'leren', 'cursussen' en uiteraard 'Brabant Leert' zijn. Het is eigenlijk gek dat je moet betalen voor mensen die rechtstreeks zoeken naar je website (zoekwoord Brabant Leert). Maar het opbouwen van een goede organische positie kost veel tijd en je wilt wel dat mensen die actief zoeken naar jouw website, je ook kunnen vinden. Voor nu concluderen we dat de campagne goede resultaten boekt, maar dat we blijven optimaliseren waar dat kan. Rechts boven zie je een voorbeeld van de best scorende advertentie

Thuis en zoek je uitdaging? | Pak je kans. Juist nu | Volg een online cursus  
Adv. [www.brabantleert.nl/cursusaanbod](http://www.brabantleert.nl/cursusaanbod)

Met Brabant Leert bieden we alle Brabanders toegang tot een groot aanbod online cursussen. Gebruik deze tijd om te leren en je cv aan te vullen.

<small>Adv.</small>	<small>Vertoningen</small>	<small>Aantal klik...</small>	<small>CTR</small>
● Ingeschakeld	16.547	551	3,33%

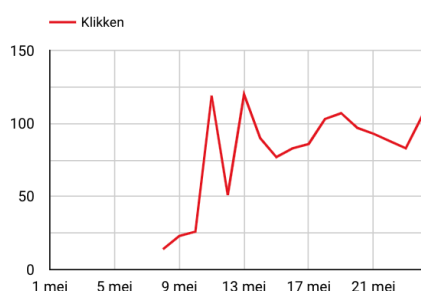
Dan de banner campagne. Deze campagne levert enorm veel vertoningen op, wat bijdraagt aan naamsbekendheid onder Brabanders, maar gelukkig levert het ook behoorlijk wat klikken en bezoekers op. Na een kleine week leek de horeca banner niet goed aan te slaan, maar sinds het aanpassen van de targeting is deze campagne enorm relevant gebleken (CTR van 4,48%). Ditzelfde willen we ook voor de 'sport' banner proberen te creëren. Vandaag is de targeting voor deze banner aangepast en we houden in de gaten of deze nu hoger gaat scoren. Mocht dit niet het geval zijn dan adviseren we om deze te stoppen en het budget elders te gebruiken. Tot slot gaan we vanaf deze week ook inzetten op advertenties via YouTube, hiervan verwachten we geen enorm hoge CTR (uit ervaringen weten we dat mensen niet snel YouTube / de video die ze kijken verlaten), maar het draagt wel bij aan het vertoningen en dus de bekendheid van het platform. Daarnaast hebben inmiddels veel mensen de website bezocht, deze mensen willen we herinneren aan hun bezoek. We stellen dus een remarketing campagne in.



1 mei 2020 - 24 mei 2020

## SEARCH CAMPAGNE

Vertoningen: 64.301 | Klikken: 1.365 | CTR: 2,12% | Gem. CPC: € 0,32

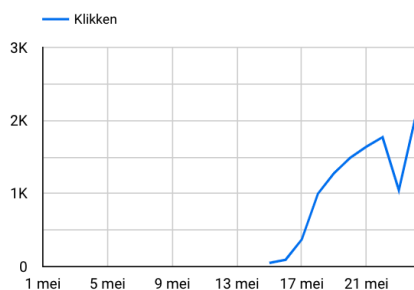


Zoekwoord voor het z...	Vertoningen	Klikken	CTR	Gem. CPC
1. opleiding	7.429	192	2,58%	€ 0,39
2. leren	7.927	192	2,42%	€ 0,3
3. cursussen	4.815	191	3,97%	€ 0,33
4. Brabant Leert	252	125	49,6%	€ 0,05
5. cursus	3.516	121	3,44%	€ 0,36
6. vacatures	19.543	96	0,49%	€ 0,5
7. online cursus	1.044	55	5,27%	€ 0,32
8. online cursussen	826	54	6,54%	€ 0,31

1 - 65 / 65

## BANNER CAMPAGNE

Vertoningen: 551.812 | Klikken: 10.761 | CTR: 1,95% | Gem. CPC: € 0,05



Advertentiegroep	Vertoningen	Klikken	CTR	Gem. CPC
1. Algemeen	390.695	7.875	2,02%	€ 0,04
2. Persona 2 ZZP	57.119	1.099	1,92%	€ 0,06
3. Persona 1 Horeca	20.401	913	4,48%	€ 0,03
4. Persona 3 Sport	52.735	459	0,87%	€ 0,09
5. Persona 4 Zorg	30.862	415	1,34%	€ 0,08



# Inzicht – cijfers social ads

We zijn nu ruim drie weken aan het adverteren via social. Daaruit is gebleken dat LinkedIn niet effectief bijdroeg aan het resultaat: websitebezoekers. Deze campagne hebben we dus na anderhalve week gestopt. Op facebook/insta zijn we inmiddels met de volgende

campagnes live: 5x persona met basisboodschap, carousel met diverse cursussen, campagne op mannen gericht, remarketing. Tussentijds is gebleken dat ook de advertenties op insta stories niet effectief bijdroegen en deze zijn ook gepauzeerd. In onderstaande tabel zien we de volgende opvallendheden:

- 4 remarketing advertenties staan in de top 8. Deze doen het vooral qua CTR erg goed. Hierbij moeten we wel oppassen dat we mensen niet overladen met remarketing. Dus frequentie blijven managen. (rechtsboven zien we de remarketing – horeca banner die momenteel de hoogste CTR heeft).
- De algemene advertentie scoort met CTR van 3,84% nog steeds erg goed, dus we hoeven niet altijd heel specifiek te zijn of te targeten. Met de algemene boodschap voelen veel mensen zich ook aangesproken.
- Sinds we het advertentiedoel van de carousel met cursusaanbod hebben gewijzigd naar verkeer zijn de resultaten enorm verbeterd en draagt enorm bij aan het resultaat van de campagne
- De CPC voor social ligt gemiddeld wel flink hoger dan die voor banner en search, we kunnen nog een keer kijken of we erachter kunnen komen welk soort bezoekers bijvoorbeeld het meest lang op onze website blijft



SOCIAL ADVERTISING VIA FACEBOOK & INSTAGRAM	Bereik campagne	Klikken (alle) campagne	CTR (alle) campagne	CPC (Alle) (EUR) campag
	368.792	9.470	1,51	€ 0,65

Advertentiennaam	Bereik ad...	Weergav...	Klikken adv...	CTR advertentie (alle)...	CPC advertentie (Alle) (EUR)	Besteed bedrag (E...
1. Remarketing Horeca	1.171	3.213	129	4,01	€ 0,34	€ 25,67
2. Persona algemeen	25.091	46.338	1.780	3,84	€ 0,2	€ 195,51
3. Remarketing Algemeen	849	2.017	54	2,68	€ 0,36	€ 10,69
4. Carousel - verkeer	5.939	7.651	203	2,66	€ 0,23	€ 32,26
5. Remarketing carousel	1.286	2.732	64	2,36	€ 0,39	€ 17,57
6. Persona 1: horeca	8.327	18.515	380	2,05	€ 0,28	€ 66,6
7. Remarketing sport	313	669	13	1,94	€ 0,57	€ 2,87
8. Persona 4: Zorg	17.032	34.497	650	1,89	€ 0,3	€ 135,08



## Acties

Zoals afgesproken houden we continue de cijfers in de gaten en sturen we bij zodra we signaleren dat er iets beter kan of bijvoorbeeld niet werkt. Afgelopen week zijn de o.a. volgende acties uitgevoerd:

- Er is een speciale social campagne ingesteld. gericht op mannen om het aandeel mannelijke websitebezoekers te verhogen
- Remarketing campagne op websitebezoekers ingesteld (via social advertising)
- De advertenties op Insta stories zijn gestopt (erg lage CTR)
- Horeca persona op google ads aangepaste targeting
- ZZP persona op google ads aangepaste targeting
- Zorg persona op google ads aangepaste targeting
- Search campagne geoptimaliseerd (zoekwoorden gepauzeerd en extra zoekwoorden toegevoegd)
- Remarketing doelgroepen toegevoegd (google ads)
- YouTube video gemaakt ??



## Adviezen

We gaan en/of adviseren om de volgende stappen te ondernemen:

- De targeting van de sport banner (via google) wordt aangepast
- Remarketing campagne via google wordt gestart vanaf dinsdag
- De geanimeerde video wordt begin van de week afgerond, daarna z.s.m. starten met adverteren via YouTube bij akkoord
- Budgetten gaan we iets verhogen / verschuiven op de goed scorende advertenties
- We willen wat specifieke cursussen uitlichten op social en LinkedIn > voorkeur vanuit project ligt op techniek / digital
- Daarnaast blijven we continue bijsturen en optimaliseren

**Planning** belangrijke data / gebeurtenissen korte termijn:

- Sportscholen nog steeds gesloten (we spelen hier deze week op in)
- 1 juni 12:00 uur horeca open
- 2 juni middelbare scholen deels open
- 8 juni basisscholen volledig open