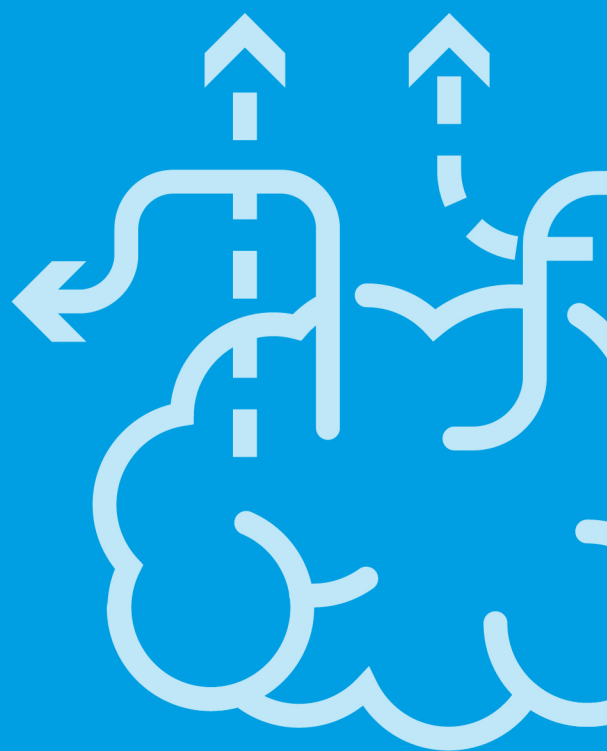


8 juni 2020

Rapportage (3) campagne Brabant Leert

Inzichten, acties en adviezen

Met Keijzer bereik je meer...



Keijzer

marketing
communicatie
management

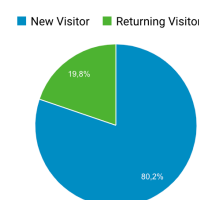
www.vankeijzer.nl



Inzicht – website cijfers

Allereerst willen we graag een belangrijk punt adressen: zoals benoemd in overleg op donderdag 4 juni (met Marjolein, Rinske, Michel & Nikky) is er een discrepantie in de cijfers ontdekt. Zo bleek het aantal klikken vele malen hoger te liggen dan het aantal websitebezoekers. Na onderzoek is gebleken dat het Google advertentie account onjuist was gekoppeld met de analytics. Hierdoor zijn de cijfers van de website vertekend. Op vrijdag 5 juni is dit probleem verholpen. Wat de gevolgen hiervan zijn geweest kunnen we niet met honderd procent zekerheid zeggen. Maar het lijkt erop dat van de 25.500 klikken (in de periode van 15 mei – 4 juni) er maar 3.250 als websitebezoeken zijn gerapporteerd door analytics. Dit betekent dat we dus in werkelijkheid nog ruim **22.000 extra websitebezoeken** hebben gegenereerd. Als je kijkt naar de grafiek hieronder, zie je ook vanaf 5 juni een enorme stijging. Vanaf dat moment worden de bezoeken via Google ads wel meegeteld. Via analytics rapporteren we officieel sinds de campagne 35.000 bezoeken, maar dit ligt dus in werkelijkheid rond de **57.000!** Naast deze positieve meevaller valt het volgende ons op aan de websitecijfers:

- Het aantal mannelijke bezoekers neemt nog steeds toe (15% meer mannen vergeleken met de eerste week)
- De groep 25 – 34 jarigen is momenteel de grootste groep bezoekers (dit inzicht nemen we mee in keuzes voor adverteren en targeten)
- Zoals te zien in het diagram hiernaast is bijna 20% van de bezoekers een terugkerende bezoeker
- 72% van de gebruikers gebruikt een mobiele telefoon, desktop en tablet is beiden 14%



BRABANTLEERT

1 mei 2020 - 7 jun. 2020

WEBSITE ANALYTICS

Gebruikers
24.756
↑ 390%

Nieuwe gebruikers
24.259
↑ 380%

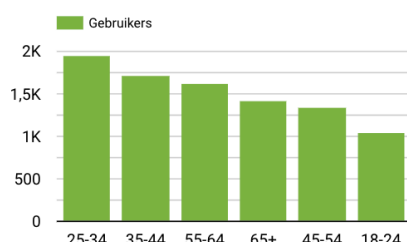
Sessies
35.136
↑ 413%

Gem. tijd op pagina
02:58
↓ -19.6%

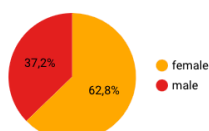


BEZOEKERS

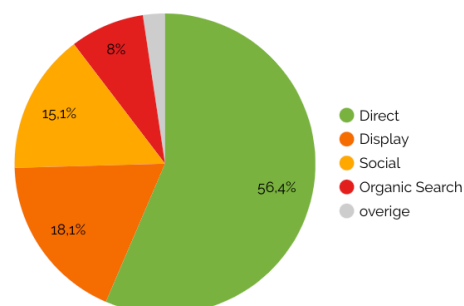
LEEFTIJD



GESLACHT



BRON





Cijfers online campagne (totaal)

In onderstaande tabel zien we het overall resultaat van de online campagne tot 8 juni.

- Op 1 mei zijn eerste 5 advertenties op social gestart (FB, insta & LinkedIn).
- Op 8 mei is de search campagne gestart
- Op 15 mei is de banner campagne gestart

Tussentijds zijn er steeds meer advertenties bijgekomen, zijn de teksten, beelden en targeting geoptimaliseerd en is ook de remarketing campagne gestart.

Op de volgende twee pagina's gaan we nog iets verder in op de verschillende campagnes, maar de resultaten via de verschillende kanalen hebben allemaal nog steeds een stijgende lijn te pakken. Waarbij we ruim boven voorspelde resultaten scoren.

Budget

Momenteel hebben we in 5 weken 1/3 van het advertentiebudget uitgegeven. We hebben nog 8 weken te gaan (volgens planning). Daarbij komt dat het budget in het begin langzaam is opgeschroefd toen er meer campagnes bijkwamen en nu op volle sterkte is ingezet. We zitten dus qua uitgaves mooi op koers. Daarbij moeten we de campagne voor werkgevers hierbij in weten te passen, hierdoor zullen wat budgetverschuivingen moeten plaatsvinden.

BASIC RESULTATEN ONLINE CAMPAGNE - (t/m 7 juni)					
	Weergaven	Klikken	CTR	CPC	BUDGET
FACEBOOK/INSTA	587.649	9.155	1,41%	€ 0,58	€ 1.901,05
SEARCH	108.469	2.833	2,61%	€ 0,28	€ 797,18
BANNERING	1.295.593	32.754	2,53%	€ 0,05	€ 1.534,63
LINKEDIN	21.838	59	0,27%	€ 2,82	€ 166,50
TOTAAL	2.013.549	44.801	1,71%	€ 0,93	€ 4.399,36
DOELEN CAMPAGNE	1.800.000	41.000	2.2%		€ 16.000



Inzicht – cijfers Google ads

Allereerst de **search campagne**: ook de afgelopen week hebben we de campagne weer geoptimaliseerd. Dit keer bleken zoekwoorden rondom verveling, wat te doen in Brabant en uitjes in Brabant heel slecht te scoren. Deze zijn gepauzeerd. Door de optimalisatie is de CTR verhoogd met 0,49%. In onderstaande tabel zien we dat de meest relevante zoekwoorden nog steeds 'opleiding', 'leren', 'cursussen' en uiteraard 'Brabant Leert' zijn. Deze woorden zullen we dus ook mee blijven nemen in onze andere advertenties. Verder gaan we naar alle waarschijnlijkheid op korte termijn ook een search campagne voor de werkgevers opstarten.



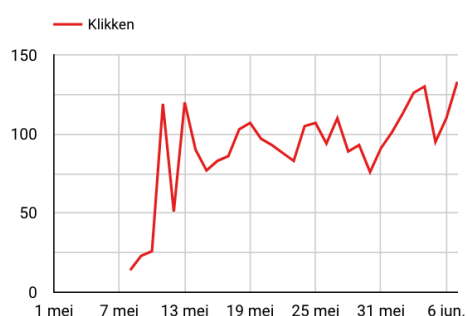
Dan de **banner campagne**. Deze campagne levert nog steeds de meeste vertoningen en websitebezoekers op, met een stijgende lijn. Zoals de vorige keer aangegeven hebben we de targeting van de sportbanner aangepast. Hierdoor is de CTR gestegen met 1,34%. Verder is de remarketing campagne ingesteld. De CTR is nog een stuk lager dan de andere banners, maar scoort met bijna 1% niet slecht. Voor de remarketing campagne hadden we enkel statische banners ingezet, maar we gaan hier nu ook geanimeerde banners inzetten en hopen hiermee de CTR te verhogen. Tot slot is ook sinds een paar dagen de YouTube (video) campagne live. Deze is echt nog in een opstartfase, maar we zijn enorm verrast door de CTR van 1,62%. De vorige keer gaven we namelijk al aan dat onze ervaring is dat adverteren via YouTube vooral bijdraagt aan de naamsbekendheid en niet zozeer aan websitebezoek. We gaan in de gaten houden hoe de resultaten van remarketing en video zich ontwikkelen en zullen optimaliseren waar mogelijk.

BRABANTLEERT

1 mei 2020 - 7 jun. 2020

SEARCH CAMPAGNE

Vertoningen 108.469 Klikken 2.833 CTR 2,61% Gem. CPC € 0,28



	Zoekwoord voor het z...	Vertoningen	Klikken	CTR	Gem. CPC
1.	opleiding	15.086	370	2,45%	€ 0,33
2.	cursussen	9.194	358	3,89%	€ 0,3
3.	leren	12.936	344	2,66%	€ 0,27
4.	cursus	9.797	292	2,98%	€ 0,31
5.	Brabant Leert	492	248	50,41%	€ 0,04
6.	online cursus	2.727	143	5,24%	€ 0,29
7.	onderwijs	8.417	121	1,44%	€ 0,29
8.	online cursussen	1.685	104	6,17%	€ 0,29

1 - 95 / 95

BANNER CAMPAGNE

Vertoningen 1.295.593 Klikken 32.754 CTR 2,53% Gem. CPC € 0,05



	Advertentiegroep	Vertoningen	Klikken	CTR	Gem. CPC
1.	Algemeen	934.367	24.984	2,67%	€ 0,03
2.	Persona 2 ZZZP	119.437	2.648	2,22%	€ 0,05
3.	Persona 1 Horeca	32.833	1.704	5,19%	€ 0,03
4.	Persona 3 Sport	76.368	1.686	2,21%	€ 0,05
5.	Persona 4 Zorg	47.996	854	1,78%	€ 0,06
6.	Remarketing	66.003	639	0,97%	€ 0,4
7.	Video	11.327	184	1,62%	€ 0,34

1 - 8 / 8



Inzicht – cijfers social ads

De resultaten van de social campagne lopen mooi door. In de afgelopen twee weken hebben we hiermee zo'n 3000 extra websitebezoeker weten te genereren. Uit ervaring weten we dat de resultaten een social campagne erg goed zijn (CTR van 1,41% en CPC €0,58). Als we dit echter gaan vergelijken met de banner campagne is de effectiviteit wel een stuk minder. We zouden daarom willen voorstellen om de advertenties met een CTR lager dan 1% te pauzeren en het budget iets terug te schroeven. Het budget dat we dan overhouden kunnen we extra inzetten voor de banner campagne. Wat ons verder opvalt:

- Het actuele bericht over de grenzen open scoort goed (CTR 2,79%), we blijven dus inzetten op actuele berichten met een klein budget. Deze week komt een bericht over sportscholen online.
- Bij het bericht 'grenzen open' hebben we een video ingezet, net als in de advertentie 'video'. Beide advertenties scoren goed (top 6). Dit bevestigt onze ervaring dat video en geanimeerde advertenties vaak beter scoren dan statische banners. Hier proberen we bij het ontwikkelen van nieuwe middelen rekening mee te houden

SOCIAL ADVERTISING VIA FACEBOOK & INSTAGRAM

Weergaven campagne 587.649 Bereik campagne 253.116 Klikken (alle) campagne 9.155 CTR (alle) campagne 1,41 CPC (Alle) (EUR) € 0,58

Advertentiernaam	Bereik ad...	Weergav...	Klikken adv...	CTR advertentie (alle)...	CPC advertentie (Alle) (EUR)	Besteed bedrag (E...
1. Remarketing horeca	1.174	3.218	130	4,04	€ 0,2	€ 25,7
2. Algemeen - periode 1	46.244	117.690	3.788	3,22	€ 0,14	€ 540,43
3. Bericht grenzen open	3.194	5.405	151	2,79	€ 0,12	€ 18,19
4. Remarketing algemeen	850	2.018	54	2,68	€ 0,2	€ 10,69
5. Carrousel - verkeer	13.154	23.377	599	2,56	€ 0,2	€ 117,97
6. Video	4.533	11.152	228	2,04	€ 0,2	€ 46,26
7. Persona 1: horeca	10.096	23.103	453	1,96	€ 0,18	€ 80,74
8. Remarketing sport	314	670	13	1,94	€ 0,22	€ 2,87
9. Remarketing zzp	395	772	14	1,81	€ 0,28	€ 3,86
10. Persona 4: Zorg - periode 1	22.180	49.416	886	1,79	€ 0,21	€ 189,66
11. Persona 2: ZZP'er - periode 1	13.584	28.255	452	1,6	€ 0,2	€ 89,66
12. Remarketing zorg	321	700	11	1,57	€ 0,24	€ 2,69
13. Remarketing carrousel	4.857	36.482	476	1,3	€ 0,43	€ 206,63
14. Persona 3: Sport - periode 1	11.500	20.942	247	1,18	€ 0,2	€ 49,4
15. 20 mei bericht	35.168	113.876	1.171	1,03	€ 0,21	€ 249,71
16. Persona's insta stories - Zorg	1.962	2.522	25	0,99	€ 0,41	€ 10,24
17. Mannen - algemeen - Image 1	9.360	23.313	174	0,75	€ 0,29	€ 51,16
18. Persona's insta stories - Horeca	9.480	14.652	101	0,69	€ 0,36	€ 35,89
19. Mannen - algemeen - Image 2	5.170	12.028	68	0,57	€ 0,4	€ 27,13
20. Persona's insta stories - Sport	896	940	5	0,53	€ 0,57	€ 2,83



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:

- Koppeling Google ads met analytics gerepareerd
- Remarketing campagne via bannering ingesteld
- Video campagne via YouTube en social gelanceerd
- Search campagne geoptimaliseerd (zoekwoorden gepauzeerd en extra zoekwoorden toegevoegd)
- Twee actuele berichten geplaatst via social



Adviezen

Volgens afspraak gaan en/of adviseren we om de volgende stappen te ondernemen:

- Social advertenties met CTR <1% pauzeren we en het budget verplaatsen we naar de banner campagne
- De actuele berichten met budget blijven we inzetten: sportscholen deze week
- We ontwikkelen een advertentielijst voor werkgevers die op de website ook een speciale pagina krijgen daarnaast gaan we ook een search campagne instellen op zoekwoorden die voor deze doelgroep relevant zijn
- We starten met het ontwikkelen van de eZine
- De relevante zoekwoorden 'opleiding', 'leren', 'cursussen' zullen we nadruk geven in de advertenties
- De groep 25 – 34 jarigen is momenteel de grootste groep bezoekers (dit inzicht nemen we mee in keuzes voor adverteren en targeten)
- Daarnaast blijven we continue bijsturen en optimaliseren

Planning belangrijke data / gebeurtenissen korte termijn:

- 1 juli: sportscholen, sauna's en casino's weer open + binnen sporten ook weer mogelijk