

Click & Telltm for ads

De methode om de effectiviteit van internetreclame en zoekmachinemarketing te meten

Yahoo! Autos - New Cars



Prijzenpakket van minimaal
€ 35 miljoen



Voor 21:00 besteld is morgen in huis
150 minuten + 100 SMS slechts € 6,75 per maand
OOK GELDIG BIJ VERLENGING

KLIK HIER **GRATIS** **KLIK HIER**

Nokia N97 Apple iPhone 3GS Samsung Star

WWW.TYPHONE.NL

Startpagina
alles op een rijtje

omafiets

Zoeken

het Internet pagina's in het Nederlands Startpagina's

Het Internet

[Goedkope Omafiets Kopen?](#)

www.matrabike.nl Aanbieding: nu € 149.00,- Direct van fabrikant naar klant!

[Omafietsen Hoge korting](#)

www.fietsonline.com Bekijk nú de Topdeals Fietsonline Kies en koop goedkoop online

[Van Speijk Omafiets zwart](#)

www.Wehkamp.nl/Fietsen/Omafietsen Basic €169, tijdloos trendy óf Luxe €199, extra stijl

[Omafiets nodig?](#)

www.bikefactory.nl/?c=7 Omafietsen v.a. € 135. Smpel, snel en goedkoop.

[Omafiets kopen?](#)

www.Centralbikes.nl/omafiets Alle kwaliteits merken leverbaar! Nu online voor de laagste pri

Omafietsen

Wat is een omafiets? Welke omafietsen zijn er zoal te koop? Onafhankelijke informatie over de omafiets.

<http://www.omafiets.nl/> - 2k - [In cache](#) - [Gelijklwaardige pagina's](#)

ergo:
RESEARCH
INTELLIGENCE

Laatste nieuws

1-2-2009

Ergo ontwikkelt Click and Tell

[lees meer »](#)

[Publicaties »](#)

Onze kijk op
onderzoek

Werkterreinen en
specialisaties

Bureau
informatie

Onze
opdrachtgevers

ERGO IS LATIJN VOOR "ALDUS".
DE NAAM VERWIJST NAAR ONZE OPVATTING OVER
ONS VAK: ONDERZOEK MOET HELPEN OM KEUZES TE MAKEN
EN BESLUITEN TE NEMEN.



Click and Tell™ for ads

De methode om de effectiviteit te meten van internetreclame en zoekmachinemarketing

Wat maakt het verschil?

Hoeveel van uw internetreclame-euro's zijn effectief besteed? Haalt u het maximale rendement uit uw internetreclamebudget? U volgt vast wel hoe vaak uw banners of sponsored links worden aangeklikt. Waarschijnlijk betaalt u per click en zelfs als dat niet zo is, wilt u wel weten hoeveel potentiële klanten u aantrekt met uw investeringen in reclame. Maar is dat voldoende om te weten wat uw webreclame werkelijk oplevert? U wilt toch ook weten waarom een flink deel van de mensen die uw reclame aanklikken, uw site meteen weer verlaat. Of waarom sommige bezoekers wel rondkijken op uw site maar niet verder komen dan 'browsen'. Kortom: u wilt weten wat het verschil maakt tussen het aantrekken van 'hot prospects' en het genereren van nutteloze website traffic waar u wèl voor betaalt.

Click & Tell for ads

Ergo's *Click & Tell for ads* maakt dit verschil zichtbaar door een uitgekiende combinatie van een korte, toegankelijke vragenlijst op uw website en de analyse van het feitelijke 'clickgedrag' van de bezoekers. We vertellen u vervolgens:

- of uw reclame-uitingen en media-keuze effectief zijn bij het werven van uw doelgroep
- of de uitstraling van uw website en de navigatie aansluiten bij uw doelgroep
- of u er mogelijk een probleem is met uw product-propositie

Is dat niet wat veel informatie om uit één onderzoek te halen? Dat valt mee, lees maar hoe we al die informatie stap voor stap boven tafel halen.

Stap 1: Trekt de reclame de juiste doelgroep aan?

Wie klikken er op uw banner of sponsored link en zijn het wel de mensen die u wilt bereiken? Met andere woorden: staat u met de juiste uiting op de juiste plaats? Als het profiel van de 'clickers' overeenkomt met het geformuleerde doelgroepprofiel, doet de reclame in dat opzicht zijn werk goed. Komt het profiel van de 'clickers' minder goed overeen met de doelgroep, dan zijn er twee mogelijkheden:

- op de site waar u adverteert, komt uw doelgroep onvoldoende vaak 'voorbij'.
- uw doelgroep komt wel voorbij maar uw reclame spreekt hen niet aan.

In het eerste geval is er werk aan de winkel voor de media-inkopers, in het tweede geval voor de reclamemakers.

Stap 2: Voldoet mijn website aan de verwachtingen van mijn doelgroep?

Als met internetreclame gelokte bezoekers wel aan het juiste profiel voldoen, maar de website direct na binnenkomst weer verlaten, zult u zich moeten afvragen wat er mis is met uw website. Kennelijk heeft uw homepage de gewekte verwachtingen niet waargemaakt? Tijd om de inhoud en vormgeving van uw website onder de loep te nemen.

Stap 3: Is de website-navigatie effectief?

U heeft uw doelgroep op aansprekende wijze benaderd en een goede eerste indruk gemaakt met uw homepage. Maar dan kunt u ze 'onderweg' naar het productaanbod nog verliezen doordat ze de weg kwijt-raken. *Click & Tell for ads* laat zien waar uw duur geworven prospects afhaken en wat u daaraan kunt doen.



Stap 4: Waarom haken bezoekers af na het zien van het productaanbod?

Natuurlijk is 'afhaken' hier een relatief begrip. Misschien bent u voor uw commerciële succes niet (alleen) afhankelijk van online verkoop. En misschien komt de vandaag gelokte klant morgen of de volgende dag of week wel terug om alsnog het product aan te schaffen dat hij of zij vandaag heeft bekeken. In het laatste geval kunnen we dat overigens ook voor u vaststellen. Want met *Click & Tell for ads* kunt u het webgedrag van uw klant bij meerdere bezoeken volgen.

Hoe werkt *Click & Tell for ads*?

Alle bezoekers - dus ook degenen die de via een banner of sponsored link op website komen - krijgen van Ergo een uniek kenmerk zodat hun clickgedrag op uw website geregistreerd kan worden. Een steekproef van uw bezoekers krijgt een heel korte vragenlijst **bij het verlaten van de website**. De bezoeker hoeft niet te klikken op een link om vervolgens op een andere website de vragen te beantwoorden. Hij/zij krijgt alle vragen in één keer in beeld en overziet dus de invulduur die niet meer is dan circa 30-45 seconden. Dat is genoeg voor de bezoeker om enkele belangrijke achtergrondgegevens in te vullen (zoals leeftijd, geslacht en opleidingsniveau) en een paar cruciale vragen te beantwoorden, zoals:

- Heeft u gevonden wat u zocht?
- Hoe tevreden bent u over de website?
- Hoe oordeelt u over het productaanbod?
- Bent u van plan een product bij deze leverancier aan te schaffen?

De precieze vragen worden door Ergo in overleg met de opdrachtgever opgesteld, omdat ze afhangen van uw reclaimedoelstellingen en uw informatiebehoefte. Doordat alle vragen in één enkel deelvenster op een computerscherm zijn weergegeven, ligt de respons veel hoger dan bij regulier website-onderzoek met behulp van pop-upvragenlijsten.

***Click and Tell*: web-analytics gekoppeld aan doelgroepkenmerken en enquêtevragen**

De clou van *Click & Tell for ads* is dat de antwoorden op de vragen en de achtergrondkenmerken van bezoekers die de vragenlijst invullen, één-op-één worden gekoppeld aan hun clicks op uw website. En dat niet bij één bezoek maar over een langere periode. Zo kunnen we u precies vertellen wat het profiel is van de mensen die na het aanklikken van de banner of link meteen uw website weer verlaten (bounces), van degenen die browsen en verdwalen en van degenen die tot bij de 'kassa' op uw website komen. En we kunnen desgewenst ook de uitgestelde effecten van internetreclame meten doordat we de ondervraagde bezoekers bij herhalingsbezoeken 'herkennen'.

Kosten

Click & Tell for ads kan al worden uitgevoerd **vanaf € 5.500,-** (excl. BTW) voor een eenmalige meting met een steekproef van maximaal 2000 respondenten en registratie van clickgedrag gedurende 2 weken. Ook continu-onderzoek (tracking) behoort tot de mogelijkheden.

Contactpersonen

Wilt u meer informatie over dit onderzoek, neem dan contact op met:

Reynout van der Poel
reynout.van.der.poel@ergo.nl

of:

Wiljo Joris
wiljo.joris@ergo.nl

Tel: +31(0)20- 627 2100

www.ergo.nl