

Search Engine Marketing met de focus op SEO

ICTloket 16 Oktober 2009

Tim Pittevils

New Business Models Manager Truvo

Chapter	Slides
Wie is Truvo?	2 – 5
De Wereld van 'Search' – Facts & Figures	6 – 11
Search Engines	12 – 15
The act of Marketing a Website via Search Engines: SEM	16 – 21
Search Engine Optimization	22 - 31
SEM in de Praktijk	32 - 33

Truvo is actief in

Wie is Truvo?

België & Ierland

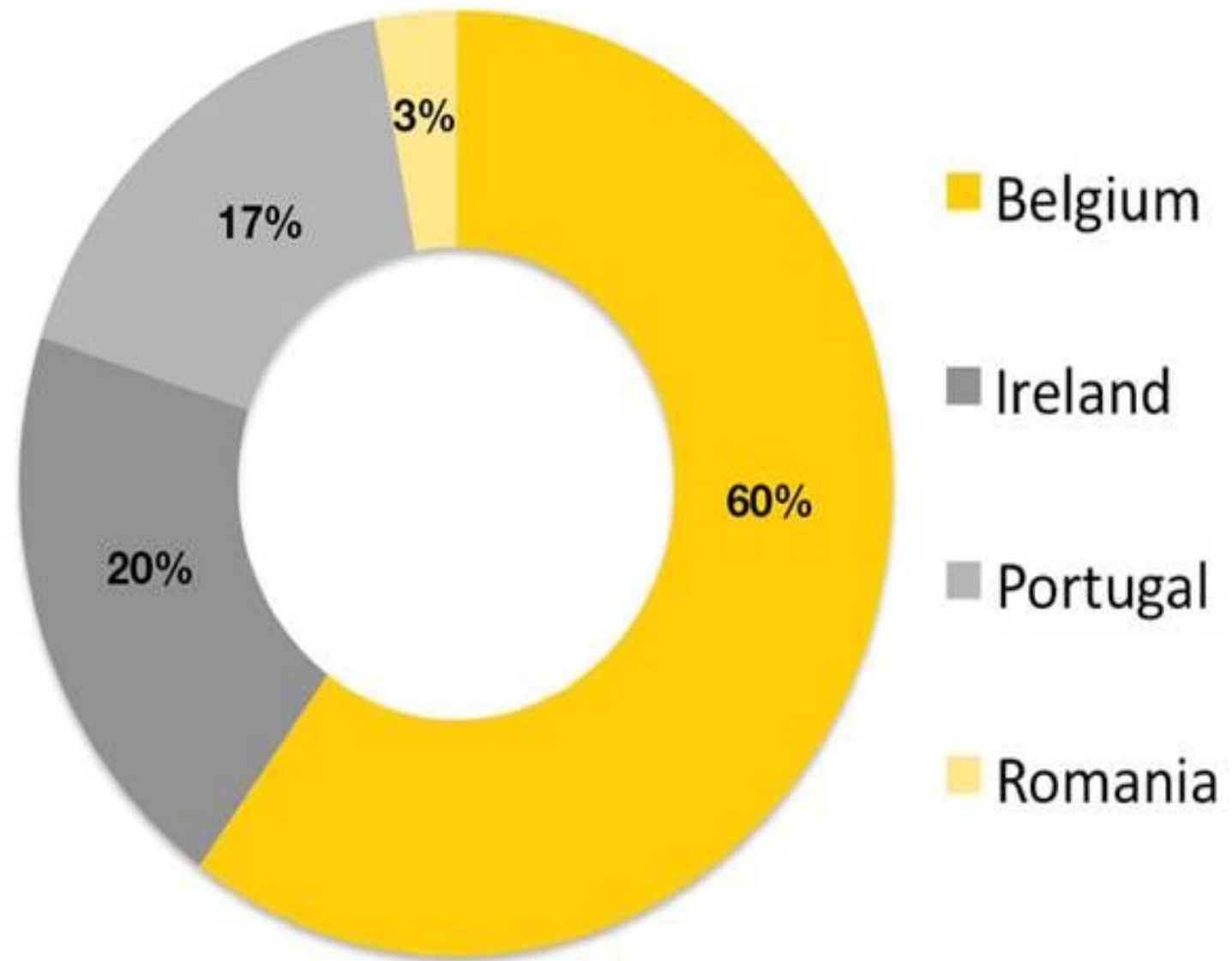
→ volledig eigendom

Portugal & Roemenië

→ meerderheidsparticipatie

Puerto Rico & Zuid Afrika

→ minderheidsparticipatie



Revenue Contribution 2008

In 2008 had Truvo...

Truvo Groep

- **96 Miljoen** bezoekers op onze online sites
- **7.658.941** unieke maandelijkse bezoekers op onze sites
- **80.000** online adverteerders
- **250.000** adverteerders
- **7.000** adverteerders met 'performance based' producten

Truvo België

- **300** commerciële adviseurs op de baan elke dag
- **1 op 4** Belgische bedrijven investeert in Truvo's producten
- Meer dan **110.000** klanten
- **8 op 10** Belgen gebruikt de Truvo Media
- Goudengids.be is geranked in de **top 10** sites

Bron: RO numbers based on SITA, Local webmetrics analysis org.

Onze doelstelling is de eerste keuze in te blijven voor Lokaal zoeken en Adverteren



Truvo adviseert zijn klanten hoe optimaal te investering in de **multi-media** platformen

Chapter	Slides
Wie is Truvo?	2 – 5
De Wereld van 'Search' – Facts & Figures	6 – 11
Search Engines	12 – 15
The act of Marketing a Website via Search Engines: SEM	16 – 21
Search Engine Optimization	22 - 31
SEM in de Praktijk	32 - 33

Internet gebruik België

5,8 miljoen
regelmatige
internet
gebruikers
in België

94% van
internet
gebruikers
hebben een
breedband
connectie

Bron: MC DC 2009 CATI research (n = 1.134)

Gebruikers frequentie naar commerciële informatie

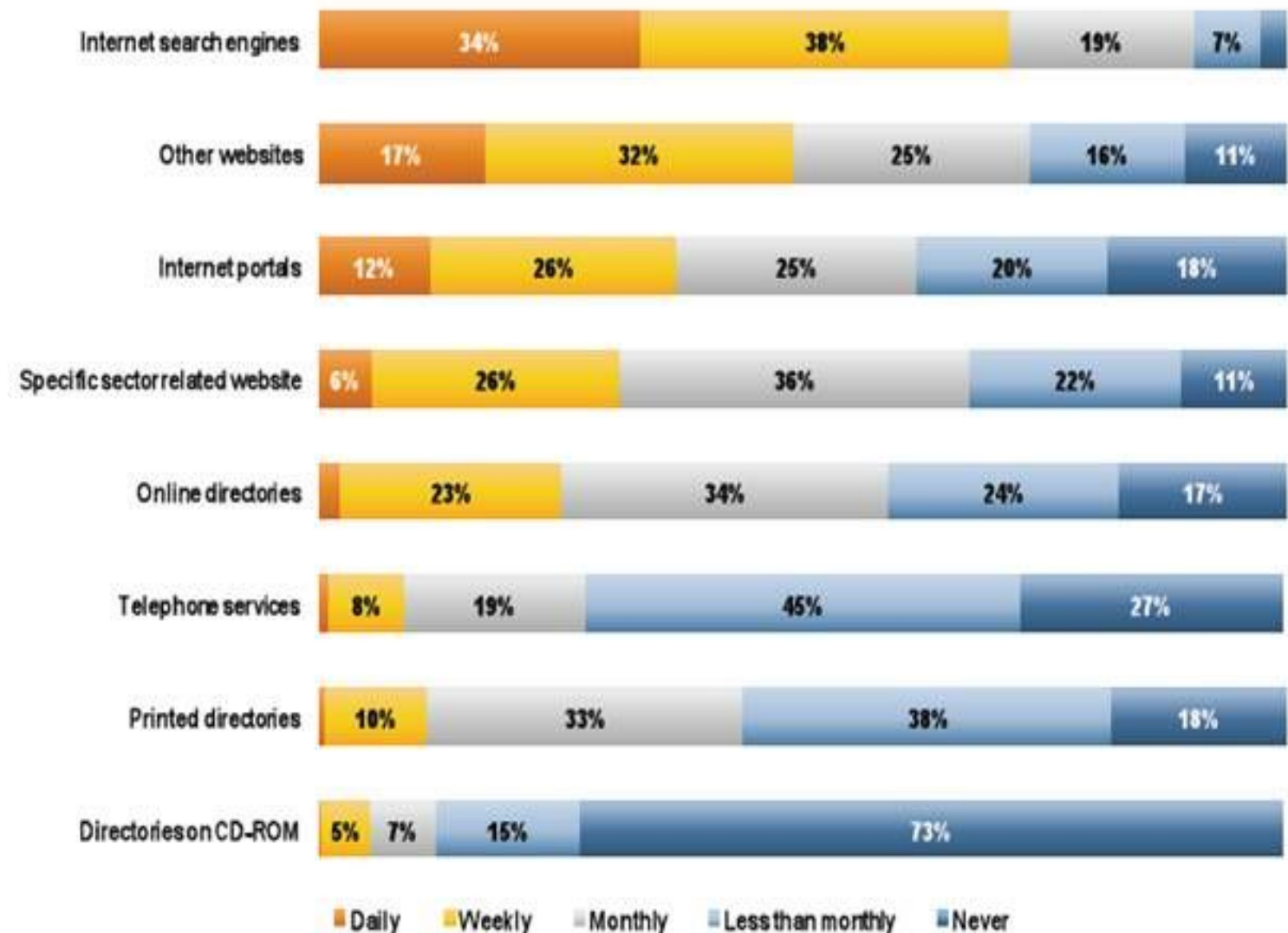
1 op 3 internet

gebruikers zoekt

**dagelijks
commerciële
informatie**

via zoekmachines

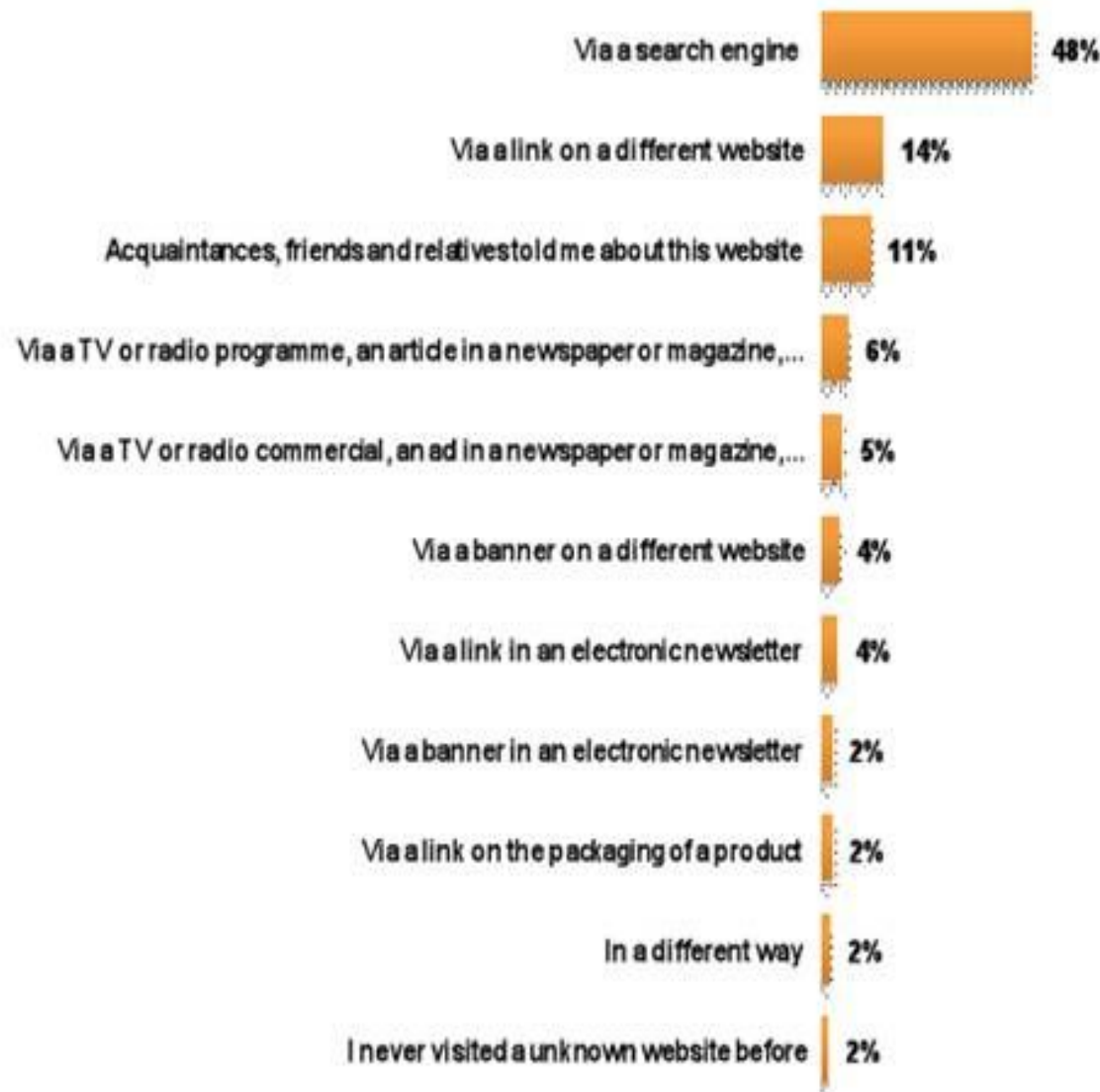
Hoe vaak gebruik je volgende kanalen om commerciële informatie op te zoeken?



Bron: IAB Search Survey – In sitesConsulting 2007

Genereren van Trafiek naar websites

Hoe ben je terecht gekomen op de laatste bezocht website die je daarvoor nog nooit kende?

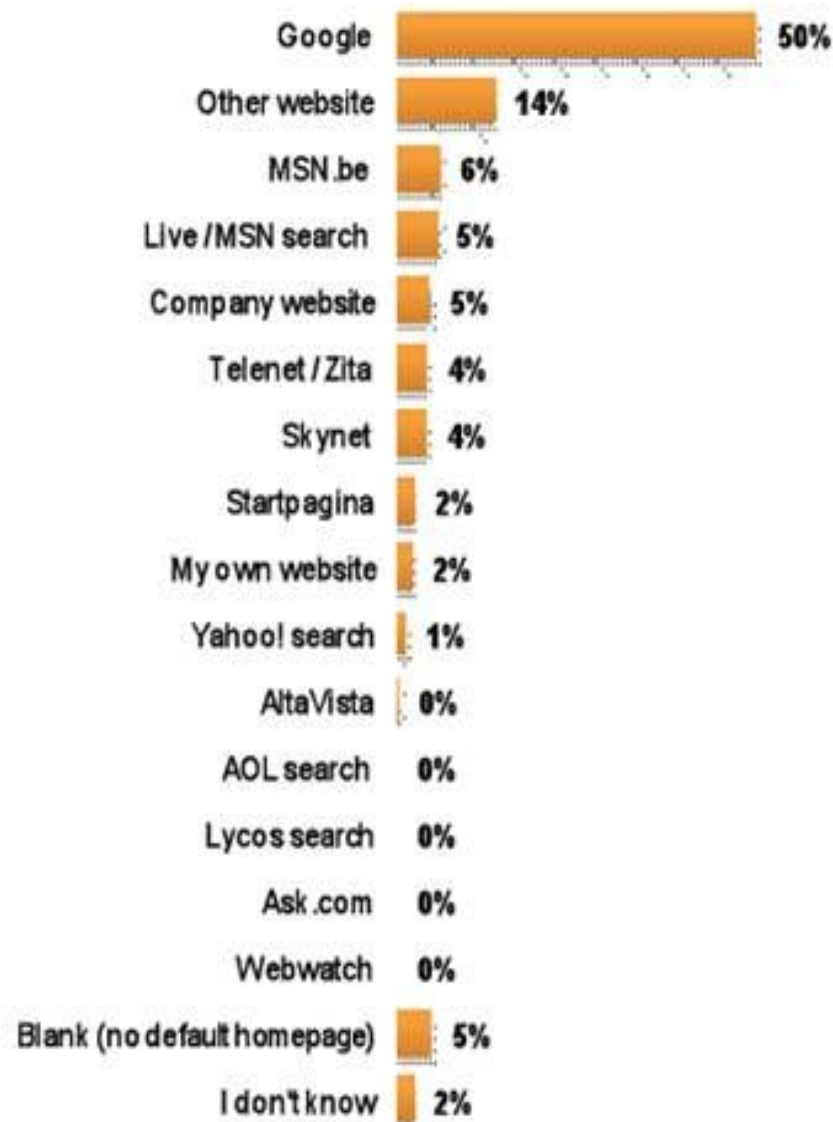


Bron: IAB Search Survey – In sites Consulting 2007

1 op 2 **nieuwe bezoekers** van een website komt daar terecht **via zoekmachines**

Homepage bij het openen van internet explorer

Wat is je standaard homepage als je je internet browser opstart?



1 op 2 internetgebruikers
heeft **Google.be** als
standaard **homepage**

Bron: IAB Search Survey – InsitesConsulting 2007

Gebruiksfrequentie via zoekmachines

2 op 3 internet
gebruikers gebruikt

elke dag

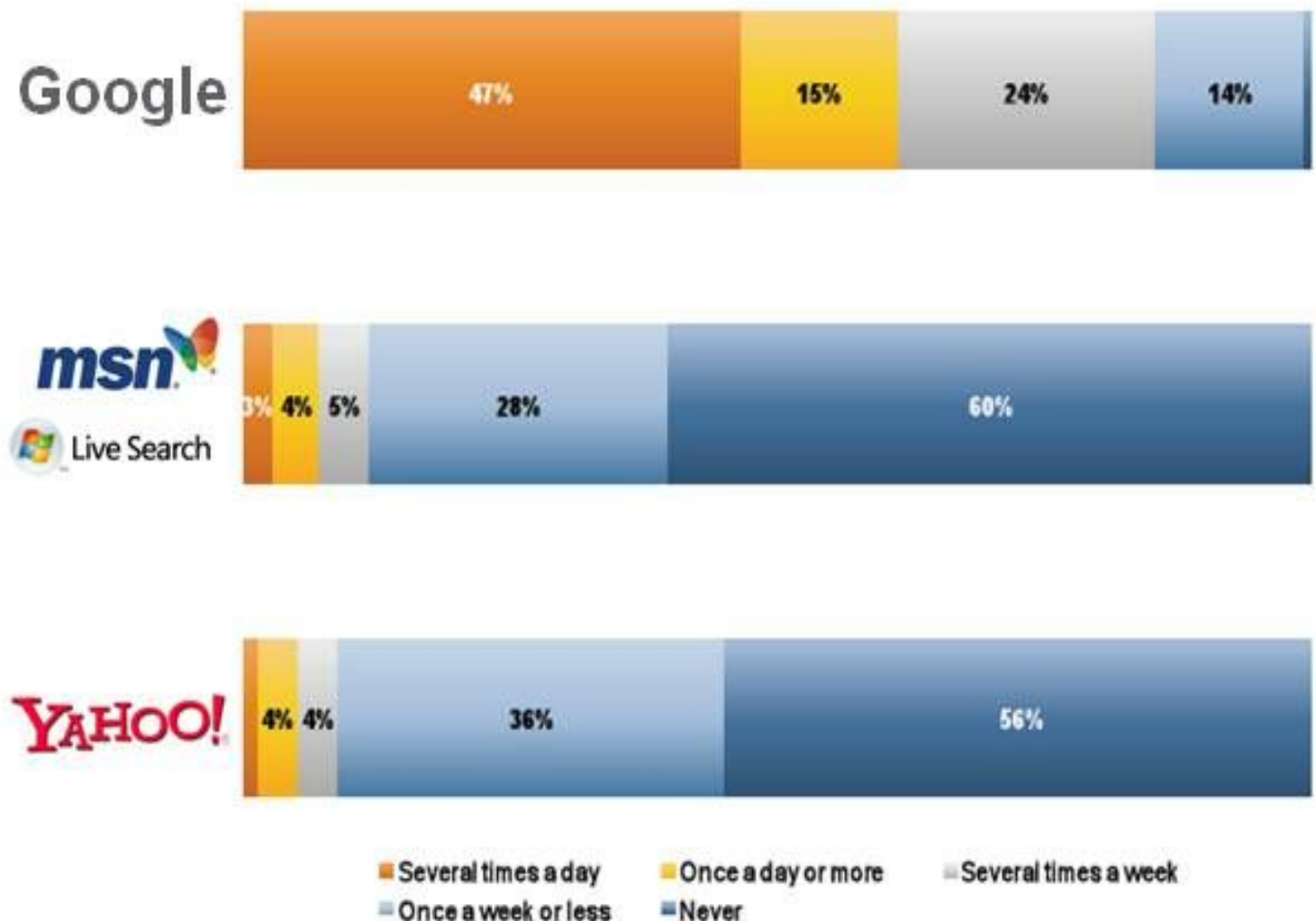
Google.be

1 op 2 internet
gebruikers gebruikt
Google.be zelfs

meerdere

keren per dag

Hoe vaak gebruik je volgende internet zoekmachines?



Bron: IAB Search Survey – In sitesConsulting 2007

Chapter	Slides
Wie is Truvo?	2 – 5
De Wereld van 'Search' – Facts & Figures	6 – 11
Search Engines	12 – 15
The act of Marketing a Website via Search Engines: SEM	16 – 21
Search Engine Optimization	22 - 31
SEM in de Praktijk	32 - 33

De bekendste zoekmotoren in Europa

Zoekmachines...

Google

YAHOO!

bing™

.. en hun Zoeknetwerk



De belangrijkste zoekmotoren – Marktaandelen

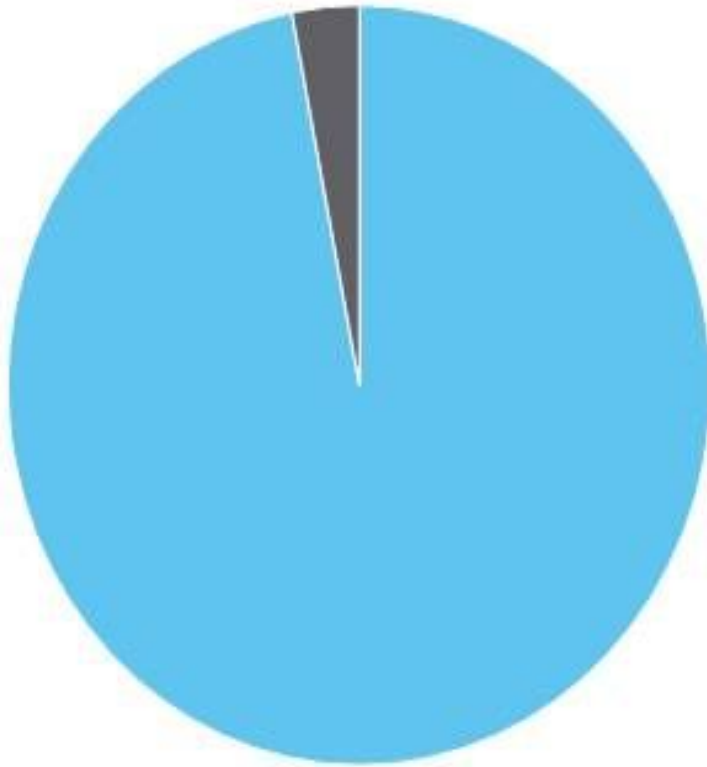
Zoekmachines	Wereld	US	China	Europa
Google	67%	65%	26%	80%
YANHOO!	8%	19%	2%	2%
Live Search bing msn	3%	9%	-	2%
Baidu 百度	7%	-	67%	-
Яндекс Найдётся всё	1%	-	-	2%

Bron: Global & US: ComScore July 2009

China: CICC Sept 2008 – Europa: Comscore Sept 2009

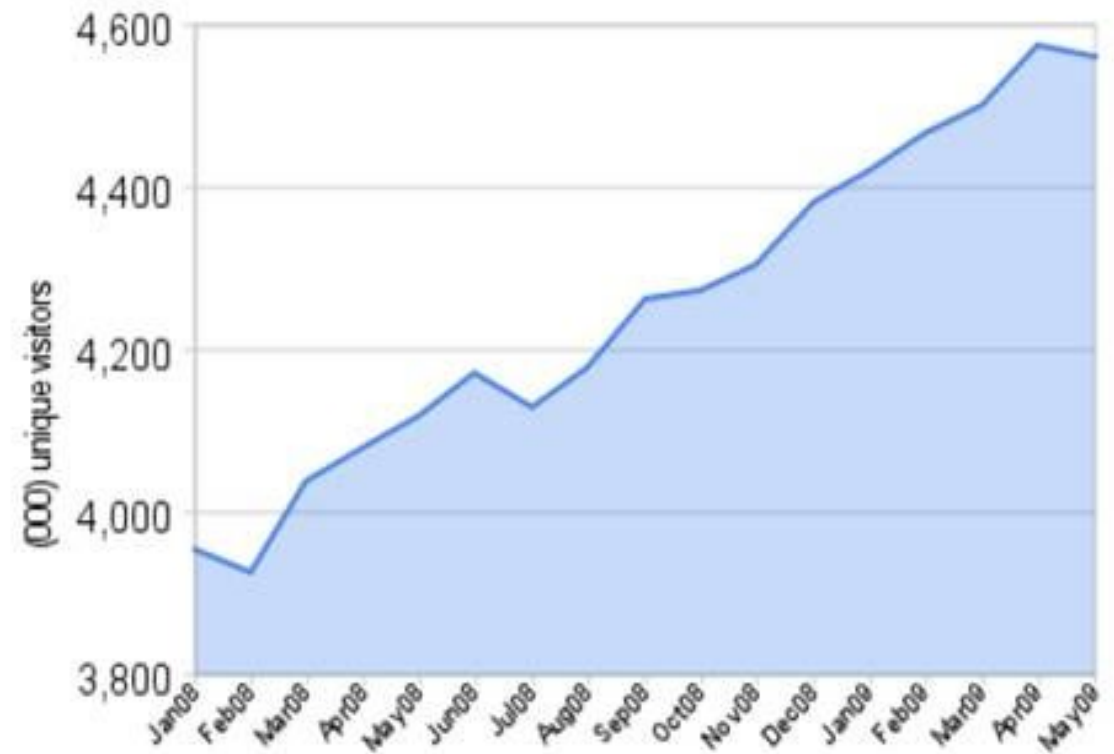
Belangrijkste zoekmotor België - Google

Marktaandeel Opzoeken



Google
97 %

Google gebruik België



Gemiddeld 4,200k unieke
bezoekers/maand

Bron: ComScore May 2009

Chapter	Slides
Wie is Truvo?	2 – 5
De Wereld van 'Search' – Facts & Figures	6 – 11
Search Engines	12 – 15
The act of Marketing a Website via Search Engines: SEM	16 – 21
Search Engine Optimization	22 - 31
SEM in de Praktijk	32 - 33

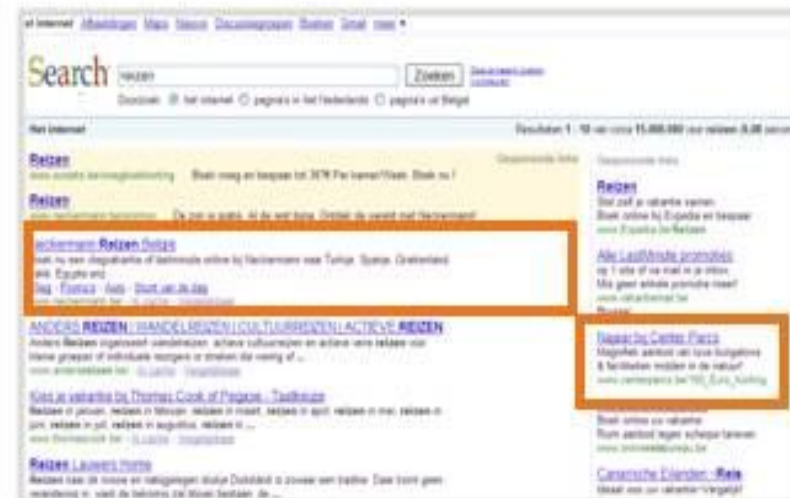
Search Engine Marketing - Definitie

Het **'marketeren'** van een website of webpagina via zoekmachines, dit via het verbeteren van **ranking in de organische listings**, of de aankoop **betalende listings**, of beiden, of elke andere zoekmachine gerelateerde activiteit.

Zoekopdracht

Terugvindbaar

WebSite Trafiek



Search Engine Marketing - Doel

1

Gericht naar gebruikers die op zoek zijn naar een product, een dienst of informatie

2

2 aspecten in de resultatenlijst: de **'organische'** lijst en de **'gesponserde'** lijst

3

Met het doel om voor 1 of meerdere pagina's van de website de positie en **visibiliteit** te verhogen, de **trafiek** te optimaliseren en de gewenste **actie** op de site te laten nemen (conversie)

Search Engine Marketing – Concept SEA & SEO

The screenshot shows a search engine interface with the search term 'hotel'. The results are divided into two main sections:

- SEA (Search Engine Advertising):** This section is highlighted with an orange border and contains 'Sponsored Links'. It includes several advertisements for hotel booking services, such as 'www.bookings.nl', 'www.HotelAanbiedingen.nl', and 'www.ebookers.nl'. Each ad features a headline and a brief description of the offer.
- SEO (Search Engine Optimization):** This section is highlighted with a blue border and contains organic search results. It starts with 'WE KNOW HOTELS INSIDE AND OUT.@' and includes links to 'Hotels.com', 'Marriott.com', 'Choice Hotels', 'Radisson Hotels & Resorts', and 'Wikipedia'. Each result includes a title, a short description, and the URL.

Search Engine Optimization

Search Engine Optimisation is het proces of het volume of kwaliteit van traffic naar een website te verbeteren via 'organische' resultaten op zoekmachines. Dit door de positie te optimaliseren in deze organische resultaten lijst. SEO zal leiden tot langeretermijn visibiliteit op het internet.

Search Engine Advertising

Search Engine Advertising is het proces om online traffic aan te trekken naar een website door de aankoop van keywords bij search engines, die de advertentie zullen tonen in de gesponsorde sectie telkens er op het keyword wordt gezocht. De adverteerder betaalt wanneer er op de advertentie wordt geklikt.

Search Engine Optimizing (SEO) vs. Advertising (SEA)

SEO

- On-betaald Resultaat
- Resultaat op langere termijn, maar langer resultaat
- Multi Step Efforts
- Ranking wordt voornamelijk bepaald door relevantie (en links)
- Betrouwbare informatie?



60%
of Google Clicks

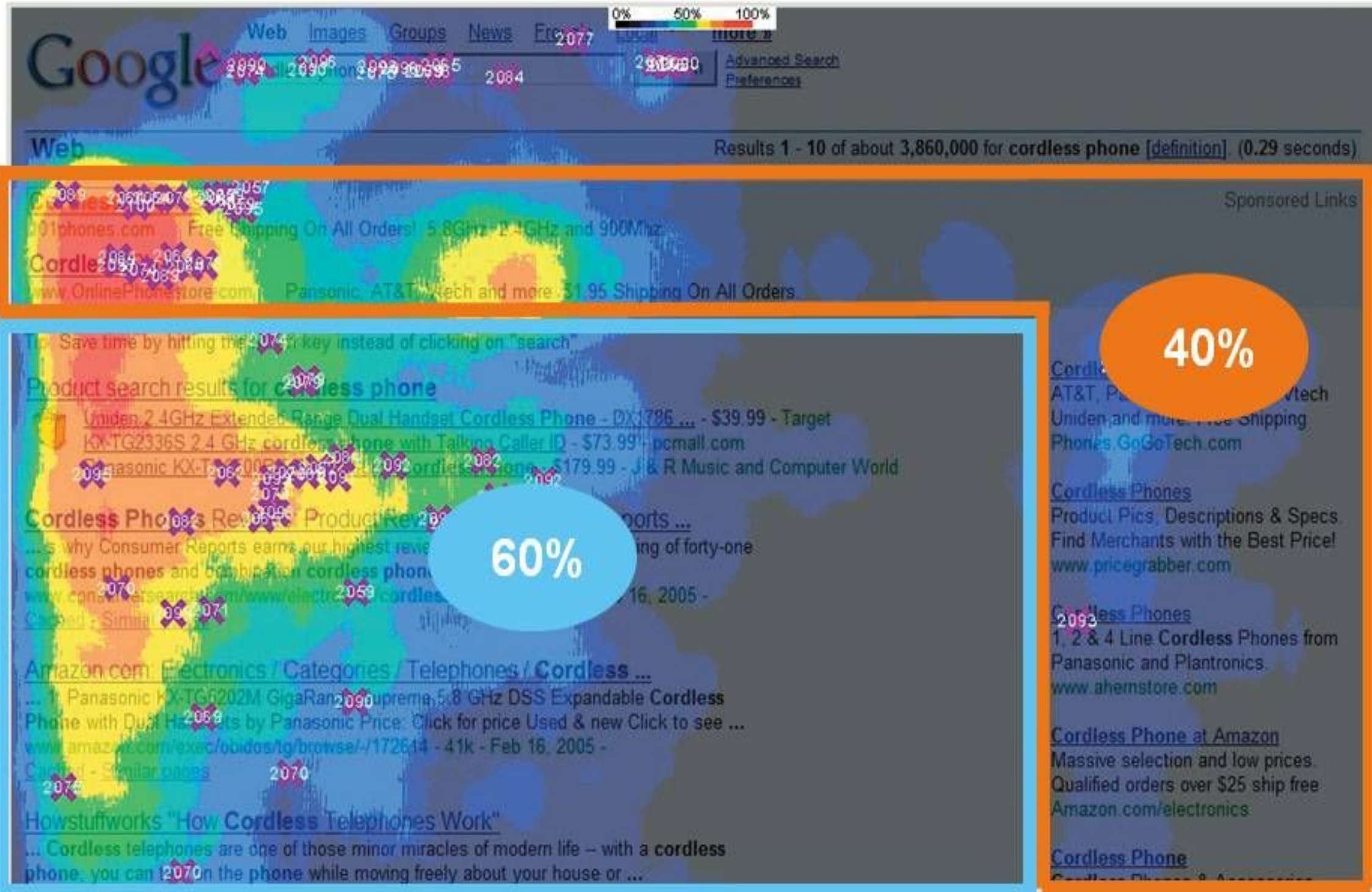
SEA

- Betalend Resultaat
- Direct Resultaat
- Kost per Klik (CPC)
- Exacte match met zoekterm
- Ranking voornamelijk bepaald door bidding & kwaliteits-score
- Commerciele boodschap?



40%
of Google Clicks

De Gouden Driehoek - Eye tracking



Chapter	Slides
Wie is Truvo?	2 – 5
De Wereld van 'Search' – Facts & Figures	6 – 11
Search Engines	12 – 15
The act of Marketing a Website via Search Engines: SEM	16 – 21
Search Engine Optimization	22 - 31
SEM in de Praktijk	32 - 33

Werking van Search Engine's Organische resultatenlijst

Search
Result

INDEXEREN

Van alle WebPagina's op het www en kopiëren op de Servers van Google



BEREKENEN

Voor berekening van inhoud en links



PageRank Update In Progress



ZOEK OPDRACHT

Rangschikken van WebPagina's op basis van hun relevantie tov de zoekopdracht



Search Engine Optimization



*Search Engine Optimization heeft betrekking op het zeer **toegankelijk maken** van webpagina's van een site voor Spiders van zoekmachines, en de **'key topics', 'inhoud'** en **'populariteit'** van de site benadrukken. Dit met als doel de **positie** in de SERP te **verhogen** om zo **trafiëk** te genereren.*

SEO ranking – De Gouden Regel ?

1

Een veelvoud van factoren bepalen de positie van een website op de **Search Engine Result Page (SERP)**

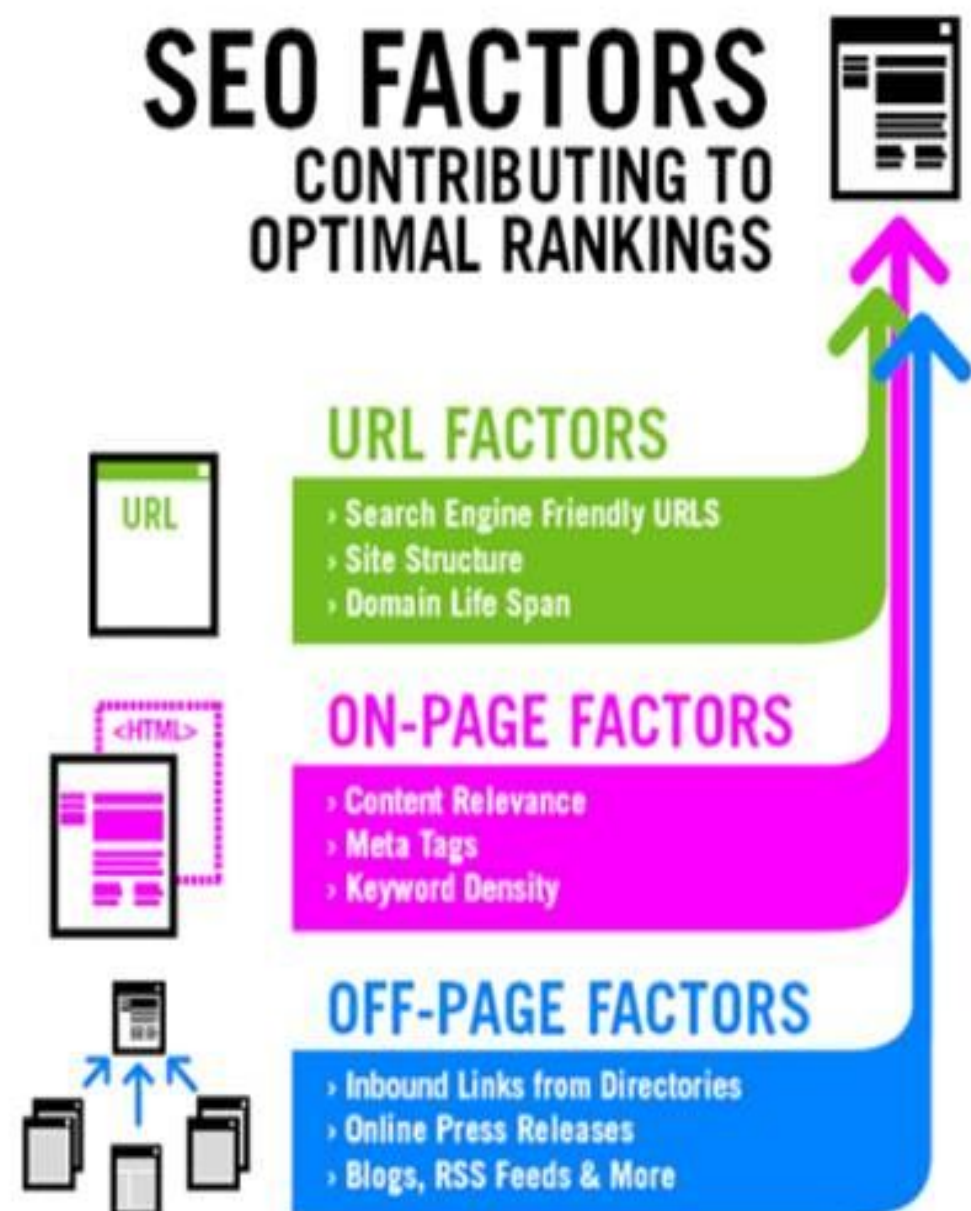
2

Geen éénduidig antwoord of factor die ranking bepaald. Google verandert ook regelmatig zijn algoritme om ranking te bepalen. Dus **exacte ranking is moeilijk voorspelbaar.**

3

SEO experts hebben elke hun 'tricks', maar algemeen toch focus op **aantal cruciale factoren**

Inspelen op Google's Principles rond organische resultaten



Belangrijkste Factoren die SEO ranking bepalen

URL FACTORS = TECHNISCH

Search Engine 'Friendly' URL's, toegankelijke site met een goede en duidelijke structuur

ON-PAGE FACTORS = CONTENT

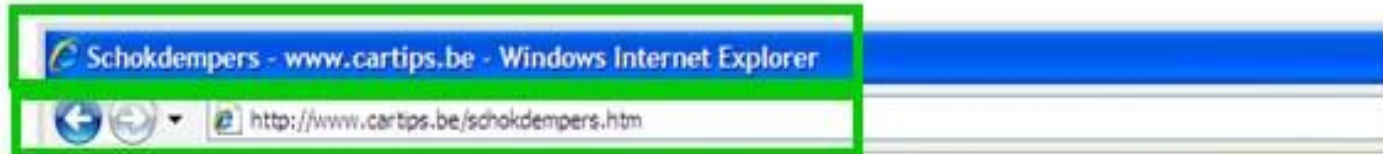
Focus op duidelijke, relevante en goed gestructureerde inhoud en Keywords en beschrijving van de inhoud (meta tags)

OFF-PAGE FACTORS = LINKBUILDING

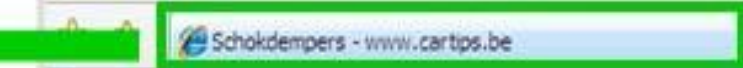
Toon belangrijkheid en populariteit van de website aan in de markt. Creëer een hoge page rank door veel en kwalitatieve links

URL & On-Page Factors - Schokdempers

Pagina Titel
URL



Pagina Titel



Inter Linking



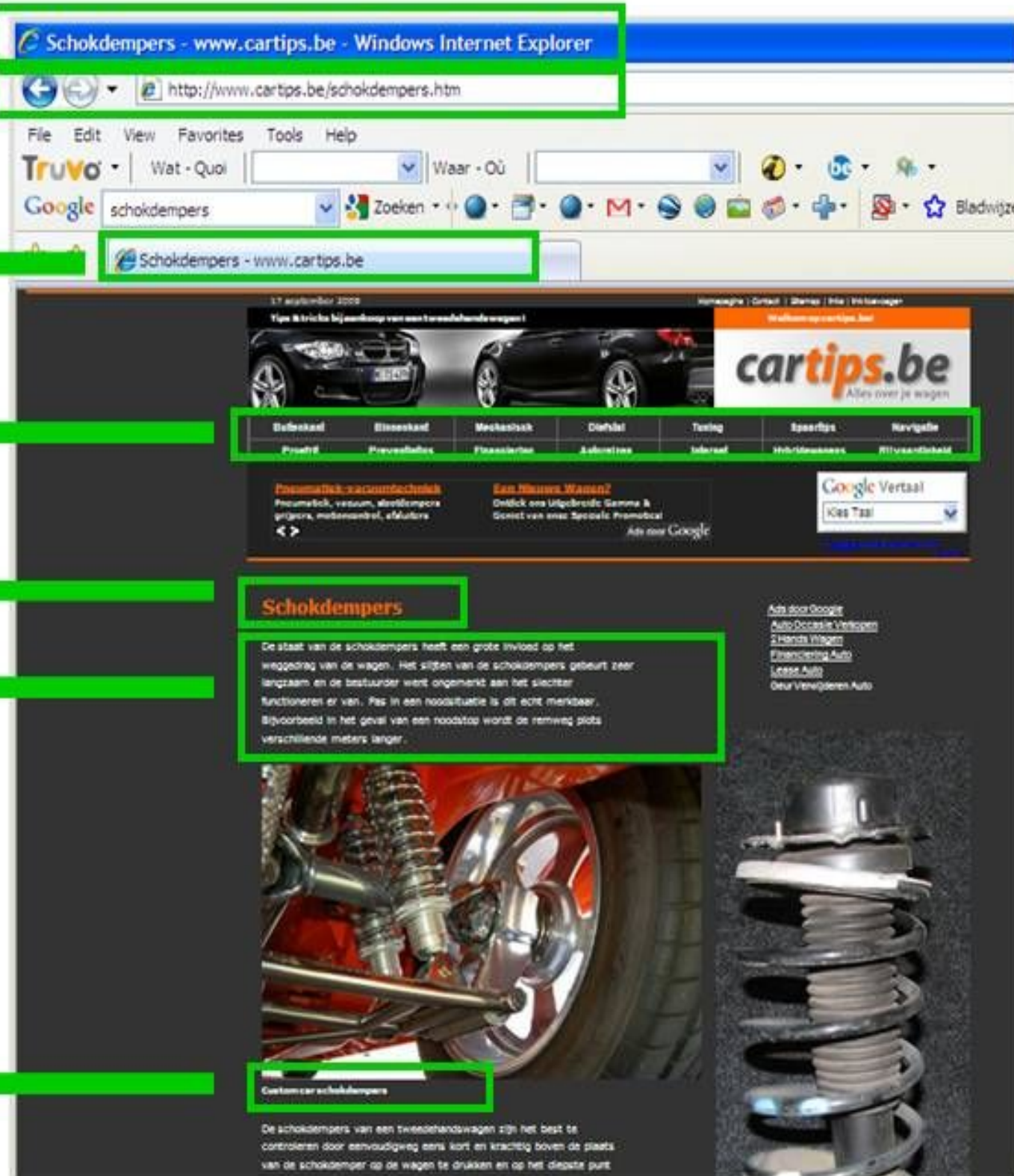
Hoofding



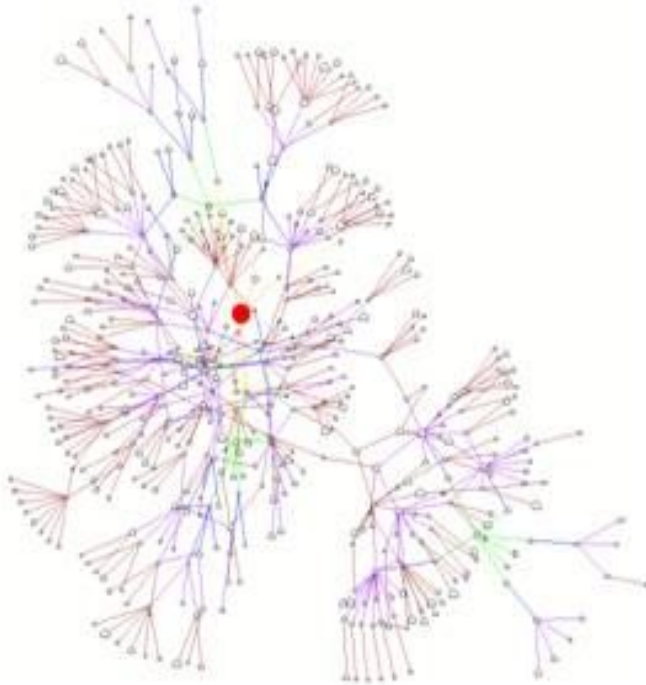
Inhoud



Foto Titel



Off-Page Factors – Link Building



De ‘Spiders’ van zoekmachines maken gebruik van **links tussen sites** als een soort van ‘**voetpad**’ om het internet te doorkruisen en te indexeren.

Om **gevonden te worden** door zoekmachines moet je er dus voor zorgen dat er **links** gelegd worden **naar jouw website** en site pagina’s vanuit andere sites.

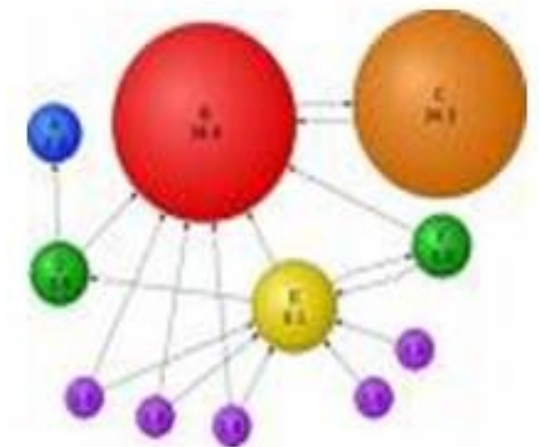
Het actief aanleggen van links vanuit andere site noemt men **linkbuilding**. Niet enkel ‘**veel**’, ook ‘**kwalitatieve**’ links

Linkbuilding - PageRank

Google geeft onmiddellijk een numerisch **score** tussen 0 en 10 aan een webpagina op het internet, die de **belangrijkheid** aangeeft in de ogen van Google.

Page Rank wordt bepaald door een complexe 'geheime' formule, die rekening houdt met

- 1 Populariteit: aantal inkomende linken
- 2 Belangrijkheid: Page Rank van inkomende linken
- 3 De relevantie: vorm van de linken en inhoud



De PageRank is **een factor** die meespeelt in de SERP ranking, MAAR een **hoge PageRank** staat echter **niet garant** voor een goede SERP ranking!

Conclusie – SEO...

- 1 Verhoogt je positionering op zoekmachines en vergroot 'relevante' trafiek naar je website
- 2 Levert resultaat voor langere termijn
- 3 Is geen éénduidig proces. Toch zijn een aantal factoren belangrijk en cruciaal
- 4 Vergt de nodige efforts en expertise

Chapter	Slides
Wie is Truvo?	2 – 5
De Wereld van 'Search' – Facts & Figures	6 – 11
Search Engines	12 – 15
The act of Marketing a Website via Search Engines: SEM	16 – 21
Search Engine Optimization	22 - 31
SEM in de Praktijk	32 - 33

Truvo in de wereld van Search – 360°Aanpak

Truvo
Aanpak

SEO

SEA

SEO-Organic

Yellow Pages
Online Products

PPC-Paid

Yellow Pages
Online Products

Gouden Gids
Online Product

We gebruiken SEM om het **bereik** van onze GG Online producten te **vergroten** en verruimen.

SEO-Organic

Customer's
website

PPC-Paid

Customer's
website

Website van
klant

We gebruiken SEM om de **positionering en waarde** van de klant zijn eigen website te **maximaliseren**

Thanks

Q&A - Feedback