

Whitepaper Adwords & Analytics

Zijn mijn campagnes succesvol?

Auteur: Ruud Stelder, SEOshop e-Commerce

Website: <http://www.getseoshop.com>

Datum: November 26, 2009

Inleiding

In tegenstelling tot offline marketing is het mogelijk online alles te meten. Je kunt zien hoeveel bezoekers er komen, waar de bezoekers vandaan komen, welke bezoekers het meeste kopen, kortom bijna alles is mogelijk.

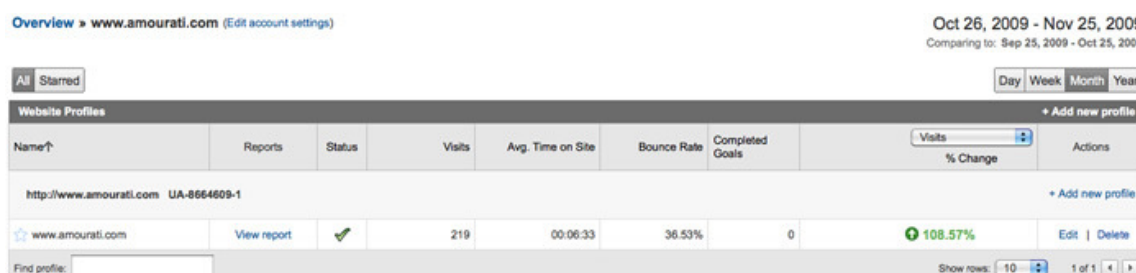
Bij een online reclame investering is het handig te weten of die zich terugbetaald. We kunnen dit meten door gebruik te maken van Google Analytics.

Registeren Analytics

Om gebruik te kunnen maken van Google Analytics dien je een Google account te hebben. Een account kun je registreren door naar deze pagina te gaan:

http://www.google.com/analytics/sign_up.html

Zodra je in het bezit bent van een Google account dien je Analytics te activeren en een profiel aan te maken voor je webwinkel.



Overview » [www.amourati.com](#) (Edit account settings) Oct 26, 2009 - Nov 25, 2009
Comparing to: Sep 25, 2009 - Oct 25, 2009

All Starred Day Week Month Year

Website Profiles								+ Add new profile	
Name↑	Reports	Status	Visits	Avg. Time on Site	Bounce Rate	Completed Goals	Visits	% Change	Actions
http://www.amourati.com UA-8664609-1 + Add new profile									
www.amourati.com	View report	✓	219	00:06:33	36.53%	0	108.57%		Edit Delete


Find profile: Show rows: 10 1 of 1

Klik nu rechts van het profiel op 'Edit', je krijgt dan een venster met invoervelden.

Edit Profile Information

Profile Name:

Website URL: (e.g. http://www.mysite.com/)

Default page  : (e.g. index.html)

Time zone country or territory:

Time zone: (GMT+01:00) Amsterdam

Exclude URL Query Parameters: (e.g. sid, sessionid, vid, etc...)


Currency displayed as:

E-Commerce Website

- Yes, an E-Commerce Site
 Not an E-Commerce Site

Site Search

- Do Track Site Search
 Don't Track Site Search

 [Add a Google site search engine to your website](#)
Create a search engine for your website with Google Custom Search or a Google Mini.

Buiten de algemene instellingen dien je 'Yes, an E-Commerce Site' aan te vinken en te kiezen voor de Euro i.p.v. de Dollar.

De installatie

In je Analytics overzicht kun je ook de UA code terugvinden. Deze dien je te integreren in je SEOshop webwinkel. Dit kun je doen door in te loggen op de SEOshop backoffice en te navigeren naar 'Instellingen -> Statistieken -> Analytics'. Hier vul je de gekregen Analytics code in. Vanaf dat moment begint Analytics met het bijhouden van de statistiek.

De Rapportage

Als we het succes van een webwinkel willen meten dienen we het e.e.a. te berekenen. Het uiteindelijke doel is het berekenen van je ROI (Return On Investment).

Bezoekers = aantal unieke bezoekers op je webwinkel

Gem. Order waarde = de gemiddelde prijs van een aankoop

Conversie = Het aantal bezoekers dat uiteindelijk gekocht heeft

ROI = Return On Investment, wanneer heb ik mijn investering terug?

Marge = De winst die je maakt op je producten

We gaan ervan uit dat je een advertentie hebt ingekocht op een nieuwssite. Deze advertentie linkt naar je website. Stel je advertentie heeft deze maand de volgende cijfers opgeleverd:

Aantal unieke bezoekers: 22000

Aantal bezoekers dat kocht: 880

Conversiepercentage: $(880/22000) * 100 = 4,0\%$

Gemiddelde orderwaarde: 70 euro

Marge op verkoop 50%

Kosten voor de campagne: 2000 euro

Met bovenstaande cijfers kunnen we uitrekenen of onze campagne succesvol is geweest.

$880 \times 70 = 61600$ euro omzet

Nu hebben we nog de verzendkosten en BTW, dit zijn ca. 24%.

$(61600 / 100) \times 24 = 14784$ euro aan BTW en verzendkosten

$61600 - 14784 = 46816$ euro

Nu halen we onze marge uit bovenstaand bedrag:

$(46816/100) \times 50 = 23408$ euro minus 2000 euro campagnekosten is 21408 euro winst.

Om aan bovenstaande cijfers te komen dien je te navigeren in Google Analytics naar het e-commerce menu. Zorg dat je de goede periode selecteert.

Analytics koppelen aan Adwords

Voer de onderstaande procedure uit als u een standaardversie account heeft.

1. Meld u aan bij uw AdWords-account op <https://adwords.google.nl>.
2. Klik op het tabblad **Rapportage** en klik op 'Google Analytics'.
3. Als u nog geen Analytics-account heeft, klikt u op de knop **Doorgaan** om u aan te melden voor een account.
4. Als u al een Analytics-account heeft, klikt u op **Ik heb al een Google Analytics-account**.
5. Selecteer de naam van het Analytics-account dat u wilt koppelen in de vervolgkeuzelijst **Bestaand Google Analytics-account**. Wordt de naam van het account niet weergegeven? Dan voegt u uw AdWords-gebruikersnaam toe aan uw Analytics-account als accountbeheerder ([Meer informatie](#)).
6. Laat alle selectievakjes op deze pagina aangevinkt, tenzij u er zeker van bent dat u autocodering en het importeren van kostengegevens wilt uitschakelen.
7. Klik op **Account koppelen**.

Dat is alles. Uw twee accounts zijn gekoppeld. Als u ervoor heeft gekozen autocodering in te schakelen, worden uw AdWords-links automatisch gecodeerd door Analytics voor gedetailleerde rapporten voor het bijhouden van campagnes. Daarnaast worden de kostengegevens uit uw AdWords-campagnes geïmporteerd voor ROI-berekeningen, zodat u uw AdWords-gegevens kunt bekijken in Analytics.

* In de vervolgkeuzelijst in stap 5 wordt mogelijk de domeinnaam van een website weergegeven. Dit komt omdat u ervoor heeft gekozen om als naam voor uw account de URL van de website op te geven. Alle profielen in uw account, ongeacht het domein van die profielen, worden aan AdWords gekoppeld zodra u de accounts heeft gekoppeld.