"The secret of getting ahead is getting started"
– Mark Twain

Search Engine Advertising of SEA basis

Wat is Search Engine Advertising of SEA?

Onder Search Engine Advertising wordt verstaan: het tegen betaling plaatsen van advertenties boven en naast de natuurlijke zoekresultaten. De advertentie wordt vertoond als een zoekmachinegebruiker een aan de advertentie gekoppeld woord of woordgroep intypt. De adverteerder betaalt alleen voor de zoekmachinegebruikers die op één van zijn advertenties klikken. De advertenties verwijzen direct door naar een webpagina van de adverteerder.

Wat levert een SEA-onderzoek op?

De zoekmachine van Google maakt gebruik van een eigen advertentiesysteem: Google AdWords. Door middel van een veilingsysteem kan men bieden op de betaalde advertentieplekken in de zoekmachine van Google. Het bieden gaat op basis van zoektermen en/of zoekwoorden. Naast de hoogte van het bod, kijkt Google ook naar de kwaliteit van een advertentie. Door advertenties te optimaliseren kunnen dus kosten worden bespaard!

Hoe voert het Centre for Market Insights (CMI) van de Hogeschool van Amsterdam het SEA basis onderzoek uit?

Bij het uitvoeren van een SEA-basis onderzoek maakt het CMI gebruik van de volgende fasen:

Fase 1: Zoektermen bepalen

Zoekterm(en) is het woord of zijn het aantal woorden die de gebruiker intypt wanneer hij of zij ergens naar opzoek is. Het bepalen van de zoekterm – afgestemd op het product of dienst van uw bedrijf – is een belangrijke stap in het succesvol maken van de campagne en bepaalt mede de kosten van de campagne.

Fase 2: Doelen vaststellen

Maar wat kan je er mee dan? Nou dat is simpel, er zijn drie doelen die je met SEA kan behalen.

- Zoveel mogelijk vertoningen, dus een hoog bereik genereren.
- Zoveel mogelijk clics genereren, zorgt voor bezoekers op de website.
- Zoveel mogelijk conversie realiseren (bv. informatieaanvraag, aanmelding of aankoop)

Fase 3: Advertentie maken

Het is belangrijk om een goede, sprekende titel op te stellen en de advertentietekst pakkend, uitdagend, verkopend neer te zetten: het is de kunst om de gebruikers te *triggeren* op de advertentie te klikken en dus uw website te bezoeken.

Fase 4: Resultaten analyse

Door middel van webanalyse programma's meten we de inspanningen van de campagne, waarbij we naar de volgende onderdelen kijken:

- Het aantal bezoekers
- Het type bezoekers
- Welke stappen de bezoekers hebben ondernomen

Aan de hand van deze informatie kijken we hoe effectief uw campagne is geweest.

Fase 5: Rapportage en presentatie

In de laatste fase kunt u een rapportage verwachten, waar alle resultaten helder worden weergegeven en geïnterpreteerd. In dit rapport worden de resultaten vertaald naar concreet advies aan u als ondernemer, een aspect waar het CMI graag genoeg aandacht aan besteedt. De rapportage heeft de vorm van een goed ingericht slidesrapport (PowerPoint): juist door zijn visuele en bondige vorm een heel krachtig communicatiemiddel, ook binnen uw eigen organisatie. Waar nodig zullen de slides worden voorzien van uitleg eronder. Het geheel zal aan u gepresenteerd worden door de student-consultants die de opdracht hebben uitgevoerd.

Wat is de waarde van een SEA basis onderzoek uitgedrukt in Euro's?

Een SEA-basis onderzoek is semi maatwerk. De waarde van een SEA-basis onderzoek is gebaseerd op een uurtarief van € 15,- voor een student-consultant en bedraagt circa € 495,-.

➡ Opdrachten worden uitgevoerd door 3e- en 4e-jaars minor studenten van de opleiding Commerciële Economie van de Hogeschool van Amsterdam. De opdrachten zijn zogenaamde consultancy opdrachten, wat betekent dat de opdrachtgever geen inhoudelijke begeleiding hoeft te geven gedurende de uitvoering (het gaat dus niet om een stage- of afstudeeropdracht). De bijdrage van de opdrachtgever bestaat uit een briefing en het bijwonen van de presentatie. De studenten worden vanuit het CMI professioneel begeleid.

Onze student consultants solliciteren op de opdracht, waardoor u als bedrijf altijd te maken krijgt met de betere en gemotiveerde minor studenten.

Uitvoering en oplevering van de opdrachten:

	sept	okt	nov	dec	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug
Uitzetten opdrachten												
Uitvoering opdrachten												
Opleveringsdatum												

Het Centre for Market Insights van de Hogeschool van Amsterdam is een initiatief van de opleiding Commerciële Economie en het lectoraat Online Ondernemen, en is dé link tussen praktijkgericht onderzoek, onderwijs en bedrijfsleven.

Wilt u meer informatie over het CMI? Of heeft u plannen voor een SEA-basis onderzoek en wilt u daar met ons over praten? Neem dan contact op voor een afspraak.
Coördinator CMI: Roos Steevels • Tel. 06 21 15 73 06 • www.cmihva.nl • cmi@hva.nl • CMI_HvA