

Over Yabse B.V.

Usenet is een populaire manier om bestanden en informatie te delen. In het voorjaar van 2006 is Yabse B.V. gestart met de usenet zoekmachine yabse.com. Dit resulteerde in een groot aantal publicaties en positieve recensies in Nederlandse en internationale computerbladen. Vanwege de toenemende vraag van klanten naar kwalitatief hoogstaand usenet besloot Yabse.com haar diensten uit te breiden. In oktober 2006 ging daarom YabNews.com en YabNews.nl succesvol van start.

Met usenet diensten aan meer dan 300.000 klanten is Yabse B.V. een marktleider in Usenet-services. Inmiddels worden er dagelijks miljoenen artikelen opgeslagen op YabNews-servers.

YabNews .nl en online advertenties

Op YabNews.nl kan een bezoeker een gratis usenet proefaccount aanvragen. Deze kan na 3 dagen verlengd worden naar een betaald account. Op deze manier wordt een bezoeker een klant:



Voor YabNews.nl zijn AdWords advertenties een belangrijke bron van proefaccount aanvragen en bestelling verlengingen. In **mei 2008** was 15% van de bezoeken aan YabNews.nl afkomstig van AdWords. Van de proefaccount aanvragen kwam 24% uit AdWords.

Geen slechte resultaten, maar Yabse B.V. maakte zich zorgen over de stijgende kosten per aanvraag en verlenging. Daarom hebben zij begin juni 2008 GoalGorilla Internet Strategy ingeschakeld.

Over GoalGorilla Internet Strategy

GoalGorilla Internet Strategy is begin 2008 opgericht door Mieszko Czyzyk en Taco Potze, beide student Technische Bedrijfskunde aan de Universiteit van Twente. Samen hebben zij ruim zeven jaar ervaring met zoekmachine optimalisatie, zoekmachine advertenties en webstatistieken. GoalGorilla staat voor een full-service benadering van internet strategie. Hierbij staat het vaststellen van prestatie indicatoren en stuurbare doelen centraal. Onze bedrijfskundige achtergrond helpt met het koppelen van specifieke technische kennis naar het brede gebied van internet strategie.

De aanpak

In juni 2008 heeft GoalGorilla het beheer van de Yabse AdWords campagne onder zijn hoede genomen. GoalGorilla heeft de kosten per proefaccount aanvraag en de kosten per bestelling verlenging als centrale indicatoren (KPI's) gekozen voor het beoordelen van de prestaties van de YabNews.nl AdWords campagne.

Vervolgens is de AdWords campagne aldus een aantal *best practices* aangepast. Zo zijn de advertentiegroepen gesegmenteerd, de advertentieteksten herschreven en de trefwoorden uitgebreid. Het resultaat is continu gemeten met AdWords conversie tracking en Google Analytics webstatistieken. Hierdoor kon actief gestuurd worden op het verbeteren van de KPI's: het verlagen van de kosten per aanvraag en verlenging.

Het resultaat

Vijf weken na aanvang van de AdWords optimalisatie zijn de kosten per bestelling verlenging met bijna **17% gedaald**. De kosten per proefaccount aanvraag zijn maar liefst **30% gedaald**. De cijfers op een rijtje:

Verleningen

	Advertentie kosten	Kliks	Aantal verlengingen	Kosten per bestelling
Verschil	-1,2%	+93%	+18%	-17%

Proefaccounts

	Advertentie kosten	Kliks	Aantal proefaccounts	Kosten per aanvraag
Verschil	-1,2%	+93%	+43%	-31%

(18 mei 2008 t/m 21 juni 2008 vs. 22 juni 2008 t/m 26 juli 2008)

Vijf weken na start:

Advertentie kosten zijn gedaald en tóch **93%** meer bezoekers.
Doelen worden **17%** tot **31%** efficiënter behaald!

Het optimaliseren van een AdWords campagne is een continu proces. Na elke wijziging wordt nagegaan of deze een positief effect heeft op het beoogde doel: het minimaliseren van de kosten per bestelling en aanvraag. Zes maanden later kijken we naar de prestaties van de maand november 2008 ten opzichte van mei 2008. De cijfers:

Verleningen

	Advertentie kosten	Kliks	Aantal Verlengingen	Kosten per bestelling
Verschil	+25%*	+149%	+90%	-34%

Proefaccounts

	Advertentie kosten	Kliks	Aantal Proefaccounts	Kosten per aanvraag
Verschil	+25%*	+149%	+127%	-45%

(1 mei 2008 t/m 30 mei 2008 vs. 1 november 2008 t/m 30 november 2008)

* Hogere kosten door een vergroot advertentiebereik.

Zes maanden na start:

Aantal verlengingen is bijna **verdubbeld**.
Doelen worden **34%** tot **45%** efficiënter behaald!
Uiteindelijke ROI: **±400%**

Conclusie

Dankzij GoalGorilla's optimalisatie van de YabNews AdWords campagne is de marketingeffectiviteit sterk toegenomen. In de eerste maanden werd met dezelfde advertentie kosten bijna het dubbele aan bezoekers aangetrokken. De kwaliteit van de bezoekers bleef goed. Dit maakte de weg vrij voor het verlagen van de kosten per proefaccount en verlenging. Dankzij de hogere efficiëntie kon meer advertentiebudget worden vrijgemaakt, resulterend in een groter bereik van de campagne.

Zes maanden na optimalisatie van de YabNews.nl AdWords campagne worden de gestelde doelen **34%** tot bijna **45%** efficiënter behaald. Het **aantal bestelling verlengingen is met 90% gestegen**. Dit terwijl de advertentie kosten slechts met 25% zijn toegenomen.

Na aftrek van de optimalisatie en beheerskosten komt bovenstaande overeen met een Return on Investment (ROI) van **±400%** over een periode van 6 maanden. Deze berekening is op basis van de extra kosten die in de oude situatie voor hetzelfde aantal bestellingen plus aanvragen zouden zijn gemaakt.

Algemeen directeur van Yabse B.V.,
Dhr. Berend van Bruijnsvoort over GoalGorilla:

“GoalGorilla ondersteunt Yabse B.V. bij het opzetten en beheren van zoekmachine advertentie campagnes. De kosten per bestelling zijn hierdoor sterk gedaald. Ik ben hier zeer tevreden mee!”

Het vervolg traject

Door externe invloeden, bijvoorbeeld concurrerende adverteerders, is het optimaliseren van advertentie campagnes een continu proces. GoalGorilla blijft Yabse B.V. ondersteunen bij het sturen van online activiteiten op basis van ROI en omzet per bezoeker. Dit maakt het mogelijk om alle online marketing kanalen op daadwerkelijk gecreëerde inkomsten te beoordelen. Een geavanceerde tracking en analyse met Google Analytics spelen hierbij een sleutelrol.

GoalGorilla Internet Strategy

<http://www.goalgorilla.com>

E: info@goalgorilla.com

T: 06-49933767 (Mieszko Czyzyk, AdWords specialist)