

Zien en gezien worden



Inhoudsopgave

Tienduizenden partners en bijna duizend leveranciers bieden op bol.com hun artikelen aan. En zij roepen allemaal om de aandacht van de consument. Hoe zorg je ervoor dat jij je artikel verkoopt, in plaats van een concurrent? Dat draait om 3 dingen: zichtbaarheid, engagement en conversie. In 3 whitepapers leggen we die termen uit en vertellen we wat je ermee kunt. In deze whitepaper: zichtbaarheid.

1.	<u>Wat is zichtbaarheid?</u>	3
2.	<u>Waarom is het belangrijk om zichtbaar te zijn?</u>	4
3.	<u>Hoe verhoog ik mijn zichtbaarheid?</u>	5
4.	<u>Hoe kan bol.com me helpen?</u>	7
5.	<u>Zo zorgt MaxiMondo voor zichtbaarheid</u>	10



Wat is zichtbaarheid?

Online zichtbaarheid houdt in dat jouw kanalen of artikelen gevonden worden. Bijvoorbeeld in een zoekmachine, maar ook op een platform als bol.com. Als jouw artikel minimaal 1 seconde voor minimaal 50% in beeld is geweest, telt dat op bol.com als een impressie: de kans is groot dat de bezoeker jouw artikel heeft gezien. En hoe meer mensen je aanbod zien, hoe groter de kans is dat iemand erop klikt. Je wilt dus dat jouw winkel opvalt.



Waarom is het belangrijk om zichtbaar te zijn?

Wist je dat 75% van de zoekopdrachten start op een retailplatform? En dat consumenten 5 keer vaker naar een artikel zoeken op een platform als bol.com dan op een merkwebsite?

Dagelijks zoeken miljoenen mensen op bol.com naar producten en merken. Door te zorgen voor optimale zichtbaarheid, bereik je dit publiek. Als jouw winkel opvalt, is de kans dat iemand er iets koopt groter. En dat is niet het enige voordeel van goede zichtbaarheid. Het draagt namelijk ook bij aan je merkbekendheid: iedere keer dat jij gezien wordt, komt een potentiële klant in aanraking met je merk. En hoe vaker iemand jouw uiting ziet, hoe groter de kans is dat-ie 'm herkent.

“Advertenties moeten goed zichtbaar zijn. Maar niet zomaar zichtbaar, ze moeten relevant zijn en op het juiste moment gezien worden. Zo trek je de aandacht van je (potentiële) shopper het best. Daarnaast moeten ze natuurlijk ook aantrekkelijk zijn voor jouw doelgroep. Daarom adviseren wij om te investeren in A/B testen van creatives in combinatie met specifieke audiences en dit altijd onderdeel te laten zijn van jouw mediaplan.”

- Justin Sandee (Head of Retail Media Management bol.com)



Hoe verhoog ik mijn zichtbaarheid?

Zichtbaarheid is dus belangrijk. Maar waar begin je? Je kunt veel zelf doen om ervoor te zorgen dat je zichtbaarheid groeit. Begin bij je content.

Content

Zorg ervoor dat je content tiptop in orde is. Dat wil zeggen dat je je artikelen een relevante titel geeft, dat je een heldere beschrijving schrijft, de foto's van goede kwaliteit zijn en je leveringsvoorwaarden en prijs goed zijn. Hoe meer van deze hokjes je afvinkt, hoe beter vindbaar jouw pagina is.

Dat werkt hetzelfde als bij Search Engine Optimization (SEO): relevantere informatie zorgt voor een hogere plaats in de lijst. Je kunt zelf achter je computer kruipen om knallende content te schrijven, maar als je dat moeilijk vindt, zijn er ook derde partijen die je erbij kunnen helpen.

Reviews

Goede beoordelingen betekenen betere vindbaarheid. Zorg dat je de best mogelijke service biedt, zodat je blije en loyale klanten krijgt. En ook goede content is onmisbaar. Als de content van jouw artikel relevant en duidelijk is, weet een klant precies wat-ie koopt. En dat heeft een positieve invloed op je reviews. Als je beoordelingen beter worden, stijgt je in ranking en ben je beter zichtbaar.



Sponsored products

Een andere manier om op te vallen, is door gebruik te maken van sponsored products. Daarmee zet je jouw artikelen in de schijnwerpers. Je hebt gesponsorde producten waarschijnlijk weleens gezien. Je herkent ze aan het woord gesponsord boven het artikel in de lijstpagina. Je kunt sponsored products vergelijken met Search Engine Advertising (SEA): je kiest [relevante zoekwoorden](#) voor jouw artikelen en biedt op die zoekwoorden voor een hogere positie op de lijstpagina.

Doordat jouw artikel hoger in de lijst staat, is het beter zichtbaar en bereik je meer potentiële klanten. En het mooie is dat je pas voor de dienst betaalt, als er iemand op je advertentie klikt. Je zet sponsored products zelf in. Je kiest je eigen zoekwoorden en optimaliseert op basis van data. Wil je weten hoe het werkt? Volg dan de e-learnings [voor partners](#) of [voor leveranciers en agencies](#).



Hoe kan bol.com me helpen?

Heb je zelf aan je zichtbaarheid gewerkt, maar ben je nog niet tevreden? Geen probleem, wij kunnen je helpen.

Dat doen we door eerst je marketinguitdagingen te achterhalen. Op basis van onze analyse en klantdata geven we advies en maken we een uitgewerkt mediaplan: welke middelen zetten we in om jouw doelstellingen te behalen? Bij zichtbaarheid zijn dat display advertising, social advertising en sponsored products als always-on-laag.

Display advertising

Display advertising is het adverteren in banners op een website. Dat kan on-site: dat wil zeggen dat het banners zijn op bol.com. En het kan off-site: daarbij kopen we banners in buiten bol.com. Deze banners targetten we aan de hand van bol.com data, zodat ze een zo relevant mogelijke doelgroep bereiken. Doordat veel mensen de banners zien, is display advertising een hele succesvolle manier om je zichtbaarheid en dus ook je merkbekendheid te vergroten.

Social advertising

Met social advertising bedoelen we bannering op social media, zoals Instagram en Facebook. Tijdens het scrollen komen mensen dan bol.com advertenties tegen met jouw merk en artikelen erop. Dat zorgt niet alleen voor meer zichtbaarheid en uiteindelijk conversie. Ook voor je branding is het positief.



Hoe werkt het?

Wil je jouw zichtbaarheid vergroten met display of social advertising? Dan hoef je alleen de beelden en copy aan te leveren. Wij maken de banners voor je op en kopen mediaruimte in. Afhankelijk van je persoonlijke voorkeur en doelstellingen zetten we dit op verschillende manieren in. Breed getarget, waarbij vrijwel iedereen de banners te zien krijgt. Maar ook specifiek getarget, wat betekent dat we de banners alleen laten zien aan personen binnen een specifieke doelgroep. Hiervoor gebruiken we bol.com data. Ons campagnemanagementteam beheert jouw campagne en optimaliseert om te zorgen voor maximale zichtbaarheid. Na afloop van de campagne leveren we een rapport op waarin je de resultaten kunt zien.



Zorg dat je gezien wordt

Zorgen dat je zichtbaar bent is dus prioriteit nummer 1. Voor je uiteindelijke conversie, maar ook voor je merkbekendheid. Als je winkel eenmaal opvalt, dan kun je nadenken over je engagement: hoe zorg je ervoor dat een klant zich aangetrokken voelt tot jouw merk of artikel? Weten hoe dat zit? Dat lees je in de [whitepaper over engagement](#).



Snelle tips voor beginners

1. Hoe relevanter jouw content, hoe beter je vindbaar bent.
2. Goede fotografie doet wonderen voor je vindbaarheid.
3. Hoe meer reviews, hoe meer views.
4. Leer hoe Sponsored Products werkt.



Snelle tips voor gevorderden

1. Denk goed na over je doelstellingen.
2. Analyseer je data.
3. Optimaliseer je campagnes.
4. Denk niet alleen aan sales, maar ook aan branding.
5. Vraag een adviesgesprek aan.



Zo zorgt MaxiMondo voor zichtbaarheid

MaxiMondo is onderdeel van EDCO, een import- en exportbedrijf voor distributeurs, winkelketens, catalogusverkopers, warenhuizen en detailhandel. MaxiMondo focust zich op online retail en is sinds 2019 partner van bol.com. Dries Bruggen en Melissa Lauterslager, online marketplacespecialisten bij MaxiMondo, leggen uit hoe ze voor optimale zichtbaarheid zorgt.

“We verkopen vooral artikelen die geschikt zijn voor e-commerce”, vertelt Dries. “Van opblaaszwembaden tot broodbakmachines. We hebben eigen merken, maar verkopen ook bekende A-merken. Dat doen we op verschillende retailplatformen, waarvan bol.com de grootste is.”

Begin bij de content

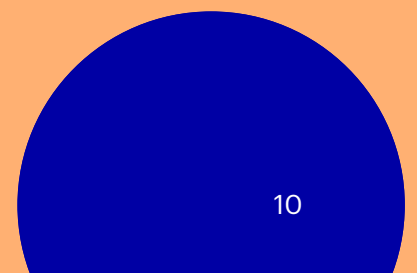
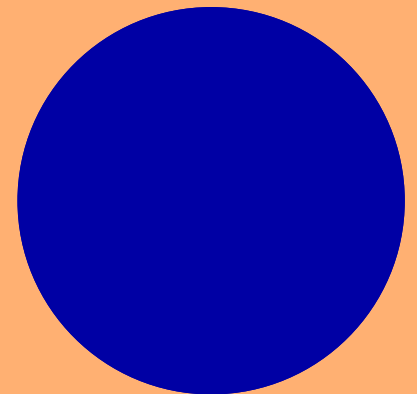
“Ons gespecialiseerde brandingteam zorgt voor productfoto’s, geschikte productbeschrijvingen en titels bij alle artikelen”, legt Melissa uit. “En we doen zoekwoordenonderzoek om te bepalen welke zoektermen relevant zijn. Geschikte visuele en tekstuele content is de eerste stap naar goede zichtbaarheid.”

Top 10

Dries: “Pas als de content retail ready is, beginnen we met sponsored products. We zetten sponsored products in om zo snel mogelijk met onze artikelen in de top 10 te komen. Het helpt ons om zichtbaar en vindbaar te zijn. Door sponsored products campagnes op de juiste manier te optimaliseren, worden artikelen ruim 2 keer zo vaak gevonden als normaal.”

Meer campagnes, meer data

De belangrijkste tip van Melissa: “Splits je sponsored products-campagnes op. Dat levert superbruikbare data op. Als je allerlei verschillende artikelen bij elkaar in een campagne zet, is niet duidelijk welk zoekwoord bij welk producttype hoort. Maar draai je een campagne per producttype, dan is je data veel specifieker en kun je gedetailleerder optimaliseren. Dat vraagt iets meer werk bij het opzetten van de campagnes, maar levert ook veel meer op.”






Meer weten?

Heb je vragen over het onderwerp zichtbaarheid? Bekijk dan het [Partnerplatform](#) of [Leveranciersplatform](#). Of neem contact op via onderstaande telefoonnummers. En voor andere vragen neem contact op met ons via adverteren@bol.com.

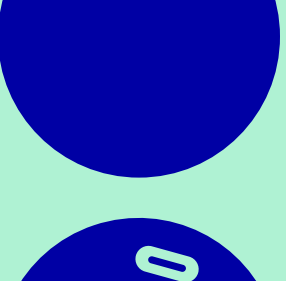
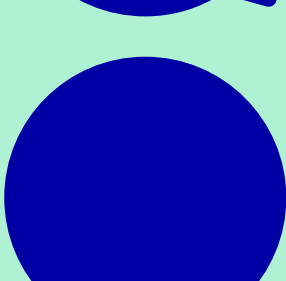
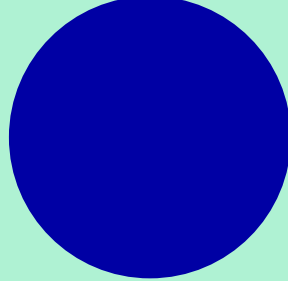
Partnerservice

 030 - 310 49 96

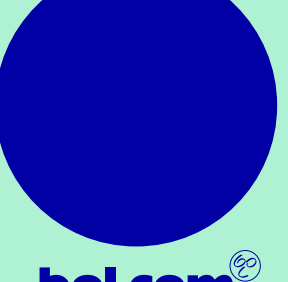
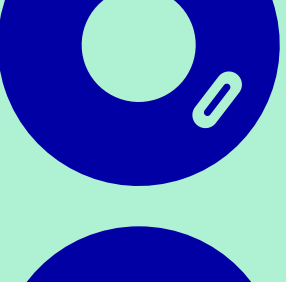
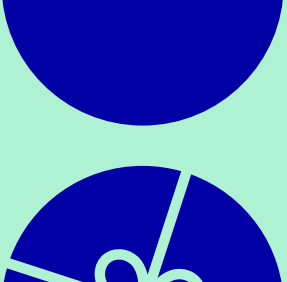
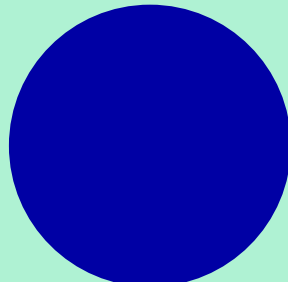
 02 - 788 59 90

Leveranciersservice

 031 - 887126180

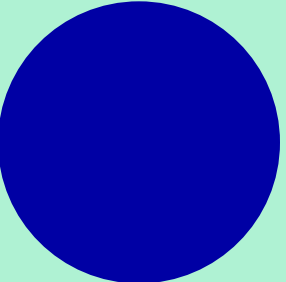


bol.com[®]

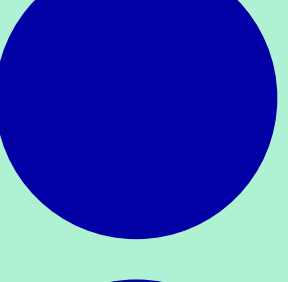
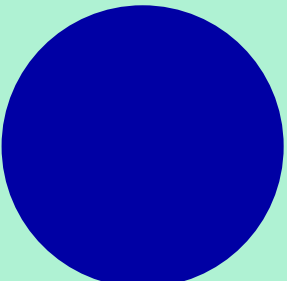
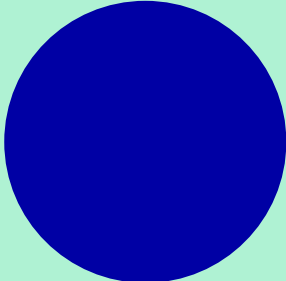
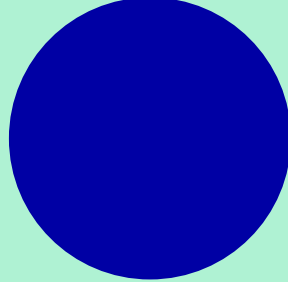


bol.com[®]

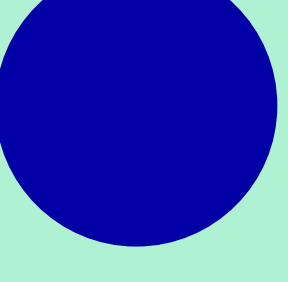
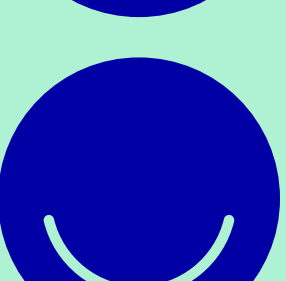
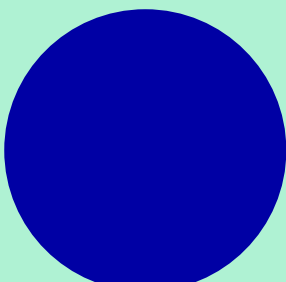
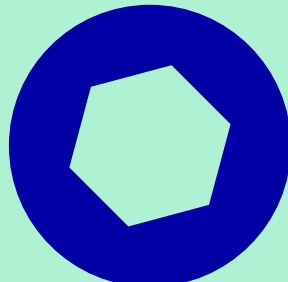
bol.com[®]



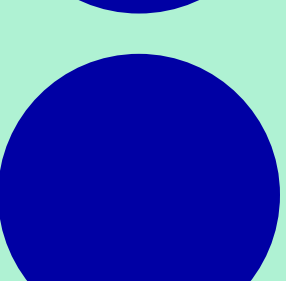
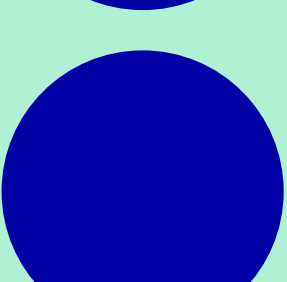
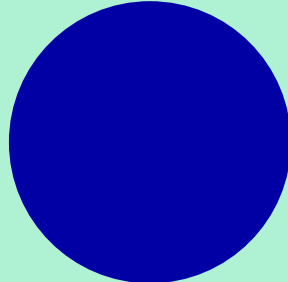
bol.com[®]



bol.com[®]



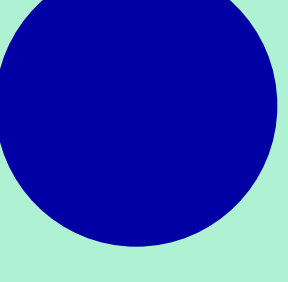
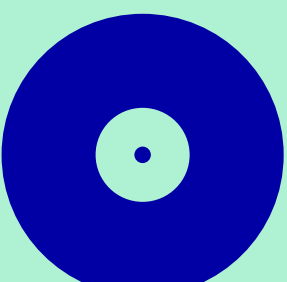
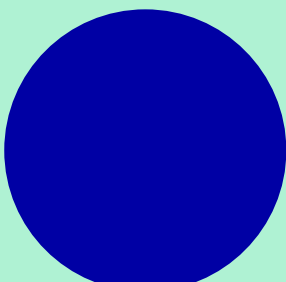
bol.com[®]



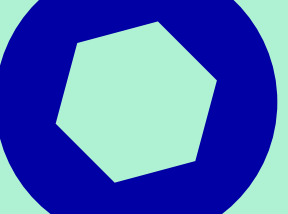
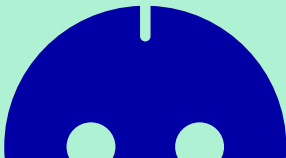
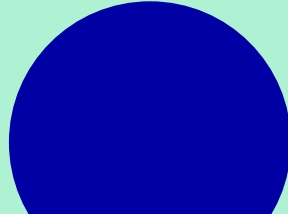
bol.com[®]

bol.com[®]

bol.com[®]



bol.com[®]



bol.com[®]