

# Zo beland je in het winkelmandje



PRADA  
CATWALK

Thames & Hudson

bol.com

# 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. Zo blijven we samen doorgroeien. In deze whitepaper: conversie.

<b>1.</b>	<a href="#">Wat is conversie?</a>	3
<b>2.</b>	<a href="#">Waarom is conversie belangrijk?</a>	4
<b>3.</b>	<a href="#">Hoe verhoog ik mijn conversie?</a>	5
<b>4.</b>	<a href="#">Hoe kan bol.com me helpen?</a>	7
<b>5.</b>	<a href="#">Hoe blijf je optimaliseren?</a>	8
<b>6.</b>	<a href="#">Zo zorgt Elmarc voor conversie</a>	9

# Wat is conversie?

Conversie betekent dat een bezoeker van jouw pagina een gewenste actie onderneemt. Dat kan verschillen van het inschrijven voor een nieuwsbrief tot het doen van een aankoop. Op bol.com draait het bij een conversie om dat laatste.

We maken onderscheid tussen zachte en harde conversie. Zachte conversie betekent dat iemand een artikel op zijn verlanglijstje zet of aan het winkelwagentje toevoegt. Dat draagt uiteindelijk bij aan het behalen van een harde conversie: een verkoop.



# Waarom is conversie belangrijk?

Een conversie is een verkoop. Dus als je conversie stijgt, stijgt je omzet. En voor een webshop is dat vaak het hoofddoel. Als je doelstelling is om meer te verkopen, ontkom je er niet aan om goed naar je conversie te kijken. Maar voordat je daarmee begint, moeten je zichtbaarheid en engagement goed zijn. Want als niemand je artikelen kan vinden, klikt er ook niemand op en verkoop je niets.



# Hoe verhoog ik mijn conversie?

Bol.com is verreweg de grootste online verkoper in Nederland en België. Met een bereik van 11 miljoen klanten per maand zijn er genoeg potentiële afnemers van jouw artikelen. Wat kun je doen als je verkopen toch tegenvallen?

## Begin bij het begin

Begin met je zichtbaarheid en engagement. Gaat daar alles goed? Controleer dan of er iets mis is met de prijs die je hanteert of de [reviews](#) die je hebt ontvangen. Slechte reviews? Zorg ervoor dat je gemaakte afspraken altijd nakomt en dat je duidelijk bent in je productomschrijving. Je kunt nog zo je best doen om je conversie te verhogen, maar als jouw artikelen veel duurder zijn dan die van de concurrent, of als je hele slechte reviews krijgt, heeft dat geen nut.

## Sponsored products

Heb je al je zaakjes op orde? Dan is de meest effectieve manier om je conversie te verhogen sponsored products. 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 dat zorgt voor een hogere conversie. Bovendien zorgt de extra traffic naar je productpagina voor een organische boost in ranking. Sponsored products richt je helemaal zelf in. Je kiest je eigen zoekwoorden en stuurt bij op basis van de data die het oplevert. Wil je weten hoe het werkt? Volg dan de e-learnings voor [partners](#) of voor [leveranciers en bureaus](#).



## Advertising Cost of Sale

Bij sponsored products is het belangrijk om van tevoren te bepalen hoeveel van je marge je wilt besteden aan adverteren. Dat noemen we ook wel ACoS: Advertising Cost of Sale. Het zijn je advertentiekosten gedeeld door je omzet. In andere woorden: het percentage van je omzet dat je wilt uitgeven aan sponsored products. Stel, je geeft € 100,- uit aan sponsored products en dit levert € 1.000,- omzet op, dan is je ACoS 10%. Wat een goede ACoS is, is afhankelijk van je eigen winstmarges. Stel jouw winstmarge is 20%, dan betekent dit dat je ACoS in elk geval lager moet zijn dan 20% om rendabel te adverteren. Het is dus belangrijk om jouw [ACoS](#) goed te berekenen.



# Hoe kan bol.com me helpen?

De belangrijkste aanjager van conversie is sponsored products. Maar we kunnen nog meer doen. Hoewel display advertising over het algemeen meer gericht is op zichtbaarheid, heeft het ook invloed op conversie.

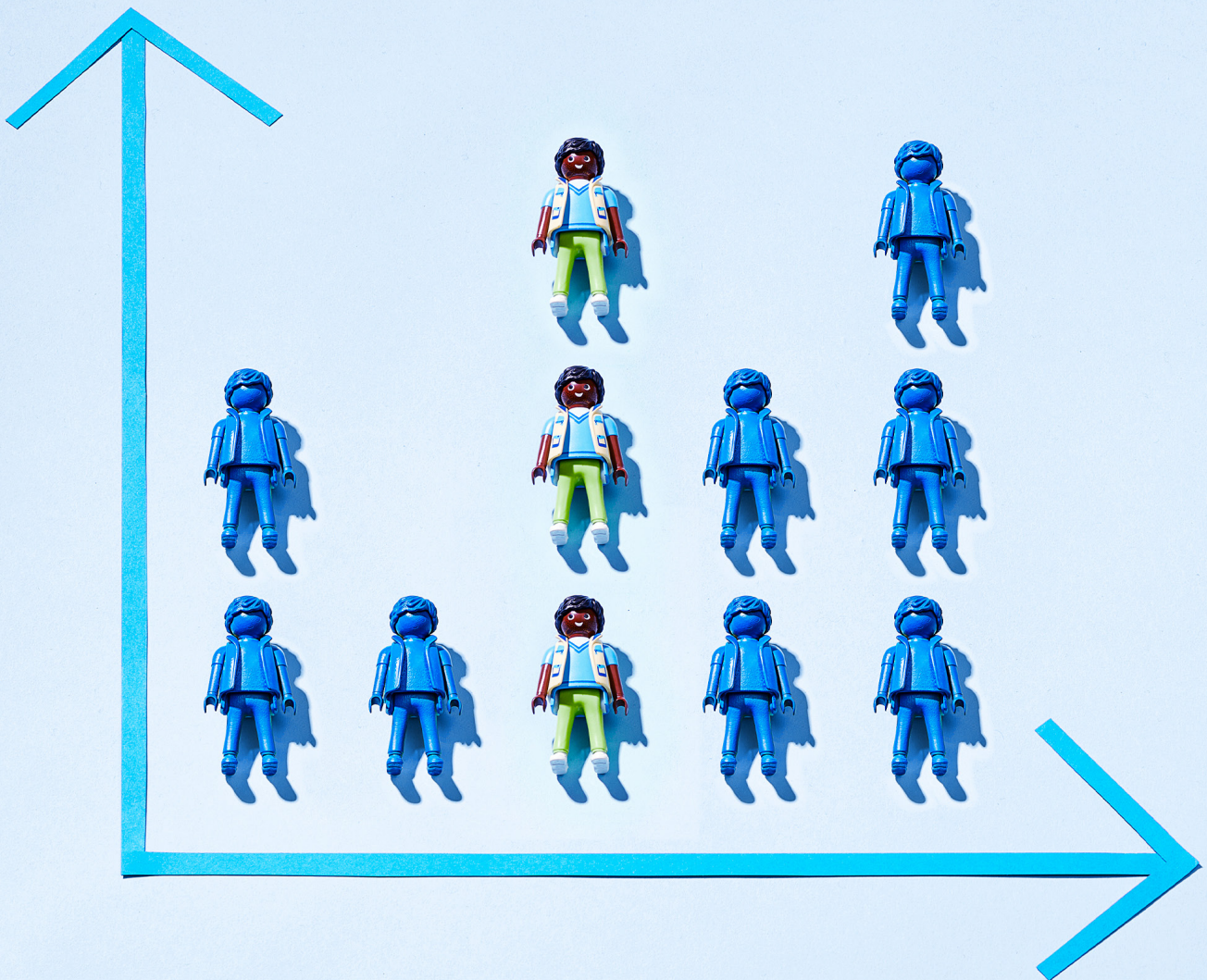
## Display advertising

Door op bol.com te adverteren, bereik je consumenten in koopmodus. We zien aan de hand van onze data bijvoorbeeld of iemand al een aantal keer op zoek is geweest naar een laptop. Daaruit kunnen we opmaken dat die persoon een nieuwe laptop wil aanschaffen. Door onze on-site bannering diep in de funnel te targetten, bereiken we de juiste mensen met de juiste boodschap op het juiste moment.



# Hoe blijf je optimaliseren?

Sponsored products-campagnes kun je blijven optimaliseren. Er is steeds meer data beschikbaar, waardoor je keywords kunt aanpassen en je biedstrategie kunt veranderen. Blijf kijken wat er werkt en wat niet. Door continu aan de knoppen te draaien, zorg je voor een optimale ACoS en voor de hoogste conversie.



# Zo zorgt Elmarc voor conversie

Elmarc is een groothandel in elektrische huishoudelijke apparatuur, audio- en videoapparatuur en fotografische en optische artikelen. Mats Struik, Lead Online Marketing bij Elmarc, vertelt ons meer over hun ervaring met sponsored products.

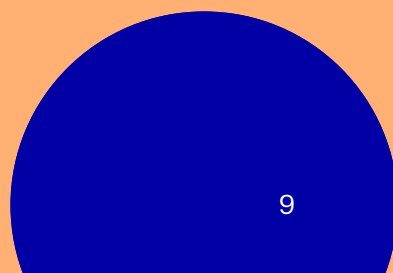
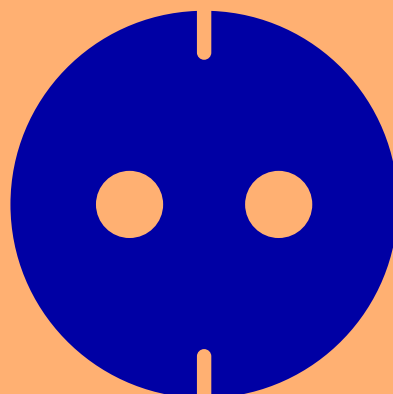
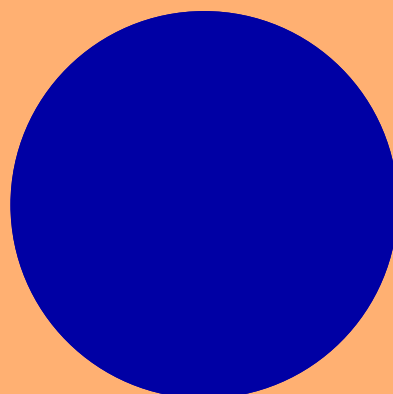
“Ons doel is natuurlijk conversie”, vertelt Mats. “We zijn een commercieel bedrijf, dus we willen zoveel mogelijk verkopen. Onze grote merken zoals Brabantia, worden wel gevonden. Maar we verkopen ook kleinere merken. Vooral bij die kleinere merken zorgt adverteren ervoor dat de consument ze leert kennen.”

## Werkt als een verdubbelaar

Mats: “Het effect van bol.com is duidelijk merkbaar in ons bedrijf. De conversie van een aantal campagnes verdubbelde na het inzetten van sponsored products. Soms zelfs meer. Bovendien stijgt het aantal views op onze producten enorm en dankzij de reviews die uit de conversies voortkomen verbetert ook nog onze organische zichtbaarheid.”

## Je krijgt specialistische hulp

“Mede dankzij het inzicht en de hulp van de campagnespecialisten van bol.com gaat het zo goed”, legt Mats uit. “Voordat we geholpen werden haalden we onze targets al, maar met de hulp van de specialisten haalde onze campagnes op tv’s een Return on Advertising Spend van 8 tot 9%.” ▶



## Waterdispenser in de lift

De toegevoegde waarde van sponsored products blijkt uit meer campagnes. Mats: “Voordat we begonnen met sponsored products verkochten we een aantal waterdispensers per week. Inmiddels zijn dat er honderden. We staan bovenaan als je op een waterdispenser zoekt. Dat is de kracht van sponsored products: je product pushen als het eenmaal in die lift zit, dan gaat het zoveel harder.”

## Weet wanneer je zichtbaar moet zijn

Mats sluit af met een belangrijk inzicht: “Onderzoek op welk tijdstip de meeste consumenten je artikel bekijken en wanneer ze het daadwerkelijk kopen. Wij zagen dat er overdag veel werd gekeken naar tv’s. Maar ze werden vooral ‘s avonds verkocht. Zorg er dus voor dat je genoeg budget hebt om ook ‘s avonds nog zichtbaar te zijn.”






## 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](mailto:adverteren@bol.com).

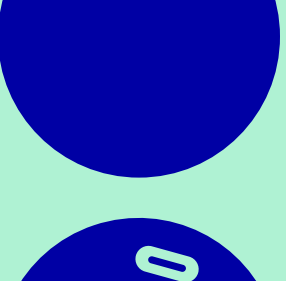
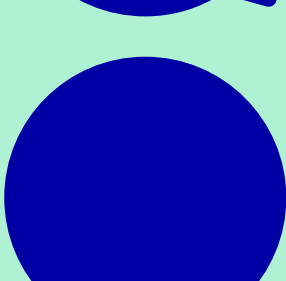
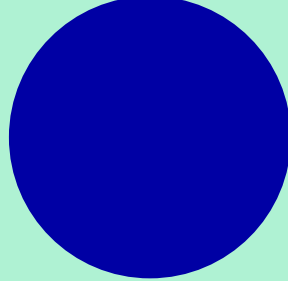
### Partnerservice

 030 - 310 49 96

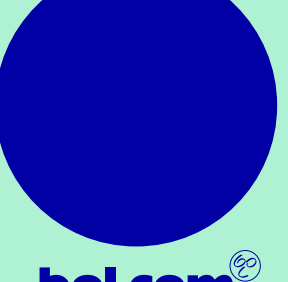
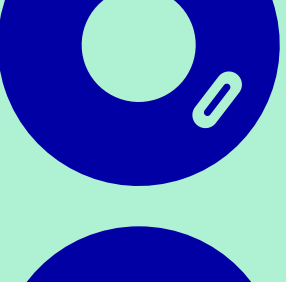
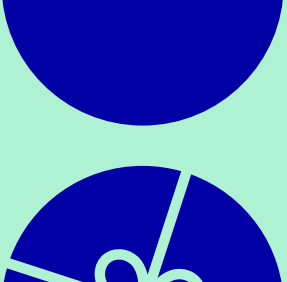
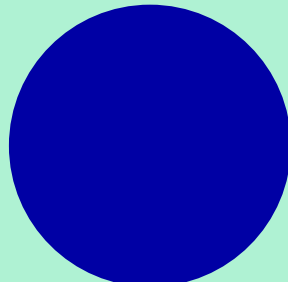
 02 - 788 59 90

### Leveranciersservice

 031 - 887126180

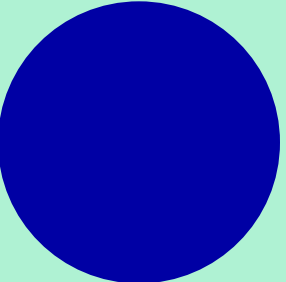


**bol.com**<sup>®</sup>

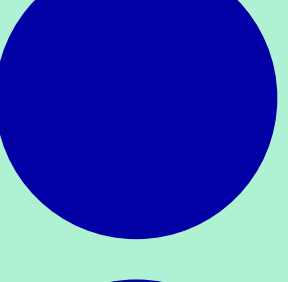
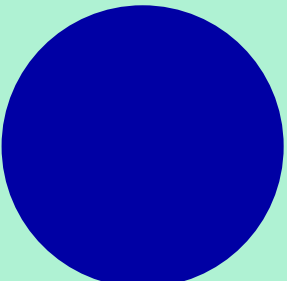
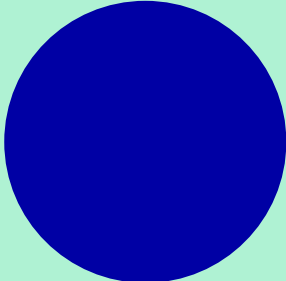
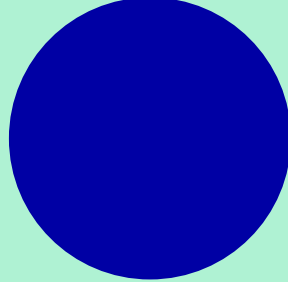


**bol.com**<sup>®</sup>

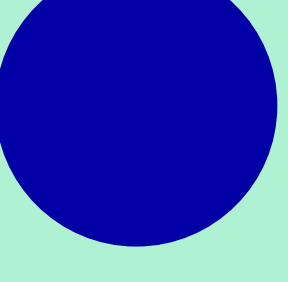
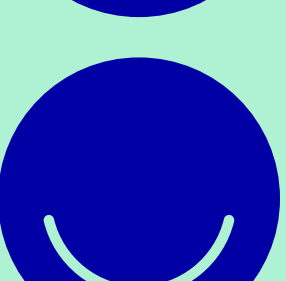
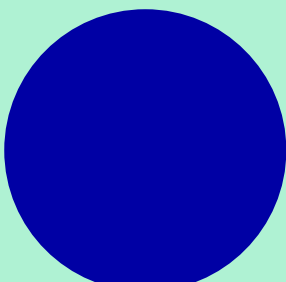
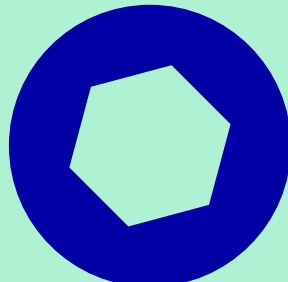
**bol.com**<sup>®</sup>



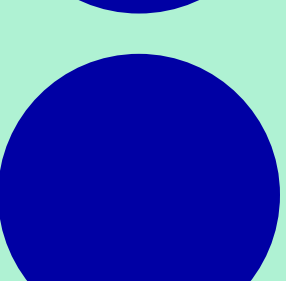
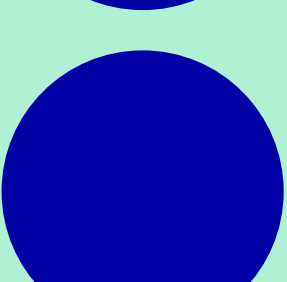
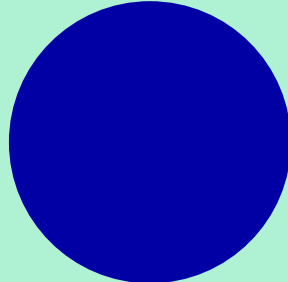
**bol.com**<sup>®</sup>



**bol.com**<sup>®</sup>



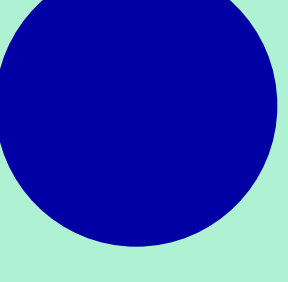
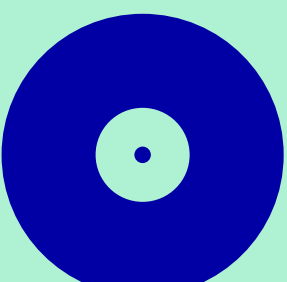
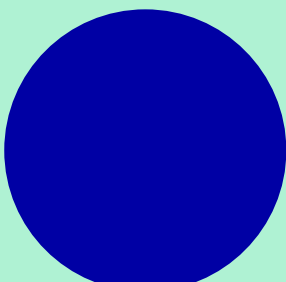
**bol.com**<sup>®</sup>



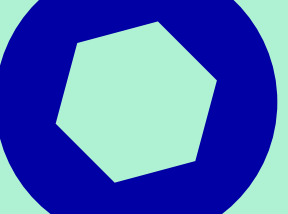
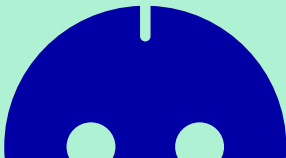
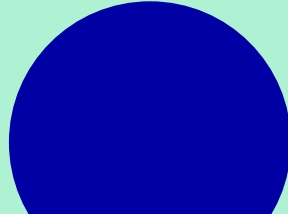
**bol.com**<sup>®</sup>

**bol.com**<sup>®</sup>

**bol.com**<sup>®</sup>



**bol.com**<sup>®</sup>



**bol.com**<sup>®</sup>