

# De kracht van zoekwoorden

Meer zichtbaarheid. Meer resultaat.

# Inhoudsopgave

## Haal meer resultaat uit je campagnes met de juiste zoekwoorden

Wil je dat klanten je makkelijker vinden op bol? Dan zijn goed gekozen zoekwoorden onmisbaar. Zoekwoorden bepalen namelijk of jouw artikelen zichtbaar zijn voor de juiste shopper, op het juiste moment. Toch zien we vaak dat partners kansen missen doordat zoekwoorden nog niet optimaal worden ingezet.

In deze whitepaper leggen we stap voor stap uit hoe je zoekwoorden strategisch inzet binnen Sponsored Products-campagnes, wat het verschil is tussen zoekwoorden en zoektermen, en hoe je voorkomt dat budget verloren gaat aan irrelevante klikken. Zo vergroot je in no-time de zichtbaarheid en het succes van je artikelen.

### Je krijgt antwoord op de volgende vragen:

1. Wat is het verschil tussen een automatische of handmatige campagne?
2. Zoekwoorden vs. Zoektermen: wat is het verschil?
3. Welke typen zoekwoorden kun je gebruiken?
4. Hoe voeg je effectief zoekwoorden toe aan je campagne?

Tot slot hebben wij enkele handige links toegevoegd, voor het geval je behoefte hebt aan meer informatie of je ergens verder in wilt verdiepen.

# Wat is het verschil tussen een automatische of handmatige campagne

Goede zoekwoorden zijn belangrijk, maar eerst bepaal je het type campagne waarmee je aan de slag gaat. Bij Sponsored Products heb je twee opties: automatisch of handmatig. Beide hebben hun eigen voordelen, dus kies wat het beste past bij jouw doel.

## Automatische campagne

Het systeem kiest zelf zoekwoorden op basis van je productinformatie. Ideaal als je net begint en inzichten wilt verzamelen. Na ongeveer 80 tot 100 klikken heb je genoeg data om te zien welke zoekwoorden goed presteren. Je kunt een automatische campagne wel al bijsturen door irrelevante zoekwoorden uit te sluiten.

## Handmatige campagne

Waar wil je jouw gesponsorde artikelen laten zien? Jij kiest zelf op welke zoekwoorden je zichtbaar bent. Zo heb je meer controle over waar en wanneer je advertentie verschijnt. Let daarbij wel goed op de relevantie.



**Tip:** Start altijd met een automatische campagne. Zo ontdek je welke zoekwoorden goed werken en weet je zeker dat je geen kansen laat liggen.

# Zoekwoorden vs. Zoektermen: wat is het verschil?

Of je nu kiest voor een automatische of handmatige campagne, het is belangrijk dat je het verschil kent tussen een zoekwoord en een zoekterm. Die twee lijken op elkaar, maar betekenen echt wat anders. Als je dit helder hebt, zet je zoekwoorden gericht in en voorkom je onnodige kosten.

Voordat je zelf zoekwoorden toevoegt, is het goed om de termen uit elkaar te houden:

**Zoekwoord** → Dit zijn de woorden waarop jij gevonden wilt worden.

**Zoekterm** → Dit is wat de klant daadwerkelijk intypt in de zoekbalk.

**Let op:** bezoekers typen vaak spontaan of maken spelfouten. Neem zoektermen dus niet letterlijk over als zoekwoorden, maar kies bewust relevante (deel) woorden. Spelfouten en meervouden hoef je niet toe te voegen – die worden automatisch herkend.



**Tip:** Nieuwsgierig naar de zoektermen die jouw klanten gebruiken? Bekijk het Zoektrends-dashboard in je verkoopaccount!

# Welke typen zoekwoorden kun je gebruiken?

Je weet nu hoe belangrijk de juiste zoekwoorden zijn. Maar hoe zet je die effectief in? Er zijn verschillende manieren om ervoor te zorgen dat jouw artikelen beter zichtbaar worden in de zoekresultaten. Dit zijn de mogelijkheden:

## Exacte zoekwoorden

Je advertentie wordt alleen getoond wanneer iemand exact jouw zoekwoord intypt. Ideaal als je heel gericht wilt adverteren.

**Voorbeeld: Zoekwoord =** elektrische fiets 🔍

Je advertentie wordt wél getoond bij “elektrische fiets”, maar niet bij “goedkope elektrische fiets” of “fiets elektrisch”.

## Gedeeltelijke zoekwoorden

Je advertentie verschijnt ook bij bredere zoekopdrachten die jouw zoekwoord bevatten of aanvullen. Handig om meer verkeer aan te trekken.

**Voorbeeld: Zoekwoord =** fiets 🔍

Je advertentie wordt ook getoond bij “blauwe fiets”, “damesfiets” of “kinderfiets”.

## Long-tail zoekwoorden

Dit zijn langere, specifiekere zoekopdrachten. Hiermee bereik je kopers die al precies weten wat ze willen.

**Voorbeeld: Zoekwoord =** 14 inch kinderfiets jongens 🔍

In plaats van “kinderfiets” gebruik je bijvoorbeeld “14 inch kinderfiets jongens”.

## Uitgesloten zoekwoorden

Voorkom onnodige kosten en irrelevante klikken door woorden uit te sluiten waarop je niet gevonden wilt worden.

**Voorbeeld: Uitgesloten zoekwoord =** stadsfiets, bakfiets, vouwfiets, mountainbike 🔍

Je advertentie wordt niet getoond bij “stadsfiets”, “bakfiets”, “vouwfiets” en “mountainbike”.



**Tip:** Structureer je campagnes slim. Zet vergelijkbare artikelen in één campagne, zoals sneakers bij sneakers of huidverzorging bij huidverzorging. Zo kun je zoekwoorden beter afstemmen en houd je het overzicht.



# Hoe voeg je effectief zoekwoorden toe aan je campagne?

Zoekwoorden toevoegen werkt het beste als je dit slim en gestructureerd aanpakt. Door gefaseerd te optimaliseren, haal je meer uit je campagne en voorkom je dat je kansen laat liggen. Met dit plan geven we je de juiste handvatten om gericht aan de slag te gaan en jouw campagnes steeds sterker te maken.

## 1. Start met een automatische campagne

Zo ontdek je welke zoekwoorden goed presteren en weet je zeker dat je geen zoekwoorden mist.

## 2. Analyseer het 'Resultaten per plaatsing'-rapport

Welke zoekwoorden werken? Hou er rekening mee dat je pas na ongeveer 80 tot 100 klikken een duidelijk beeld krijgt van wat echt resultaat oplevert.

## 3. Sluit irrelevante zoekwoorden uit

Zo voorkom je dat er onnodig budget gaat naar biedingen op zoekwoorden die geen omzet opleveren.

## 4. Zet een handmatige campagne op

Tijd om de opgedane kennis en data in te zetten en zelf aan de knoppen te draaien! Haal de goede zoektermen uit het rapport en maak er zoekwoorden van.

## 5. Geef het even de tijd en analyseer opnieuw

Kijk na enkele weken opnieuw in de rapportages hoe je zoekwoorden presteren.

## 6. Focus op de toppers

Voeg goed presterende zoekwoorden toe als exacte zoekwoorden.

## 7. Verhoog je biedingen op deze exacte zoekwoorden

Zo geef je succesvolle zoekwoorden een extra boost.

## 8. Blijf continu optimaliseren

Analyseer regelmatig je campagnes en pas je strategie aan op basis van zoekvolume, conversies en Click-Through Rate (CTR). Hoe meer data je verzamelt, hoe beter je begrijpt wat wel en niet werkt. Sluit irrelevante zoekwoorden uit, voeg nieuwe toe die aansluiten bij actuele zoek trends en stuur bij waar nodig. Zo haal je het maximale uit je campagnes!



# Handige links

Wil je verder aan de slag met Sponsored Products? Op het Partnerplatform vind je alles wat je nodig hebt: video's, Advanced e-learnings en nog veel meer. Hieronder delen we alvast een aantal handige links om je op weg te helpen.

[Bekijk deze video voor een duidelijke stap-voor-stap uitleg](#) →

[Advanced e-learning](#) →

[Instructievideo's voor het analyseren van je campagnes](#) →

[Optimaliseer je campagnes stapsgewijs](#) →

[Alles wat je wil weten over zoekwoorden](#) →

