



Duke & Grace a difference agency

Hi, SEA meetup! Let's talk campaign structures.

18.05.2022

Situation

Opstart met “your usual method”

Situation

Lees een blogpost over SEA structuren

BOOM!



SEA

Welke moet je kiezen?

CHOICES

On the agenda

1. Relevantie van structuren
2. Dé 5 meest gebruikte structuren
3. Dit is wat je moet onthouden

GET TO KNOW

Hi iedereen!

- 👋 Lisa Vande Weghe
- 💻 Online marketing consultant bij Duke & Grace
- 🎯 Focus op performance
- 💰 Finance background
- 🧘 Gepassioneerd door yoga, lopen en muziek



1



Relevantie van structuren

Google Updates

Evolutie naar eenvoud & automatisering

Een aantal evoluties

1 BERT-update

Begrijpen van intent & context van de zoeker.

2 Eenvoud & structuur

Google houdt van eenvoud en een gestroomlijnd SEA account.

3 Ruis vermijden

Verwijderen gepauzeerde zoekwoorden. Max 10-12 campagnes met 6-12 zoekwoorden per adset.

4 Responsive ads

Evolutie naar responsive ads (zomer 2022) ipv. verschillende text ads.

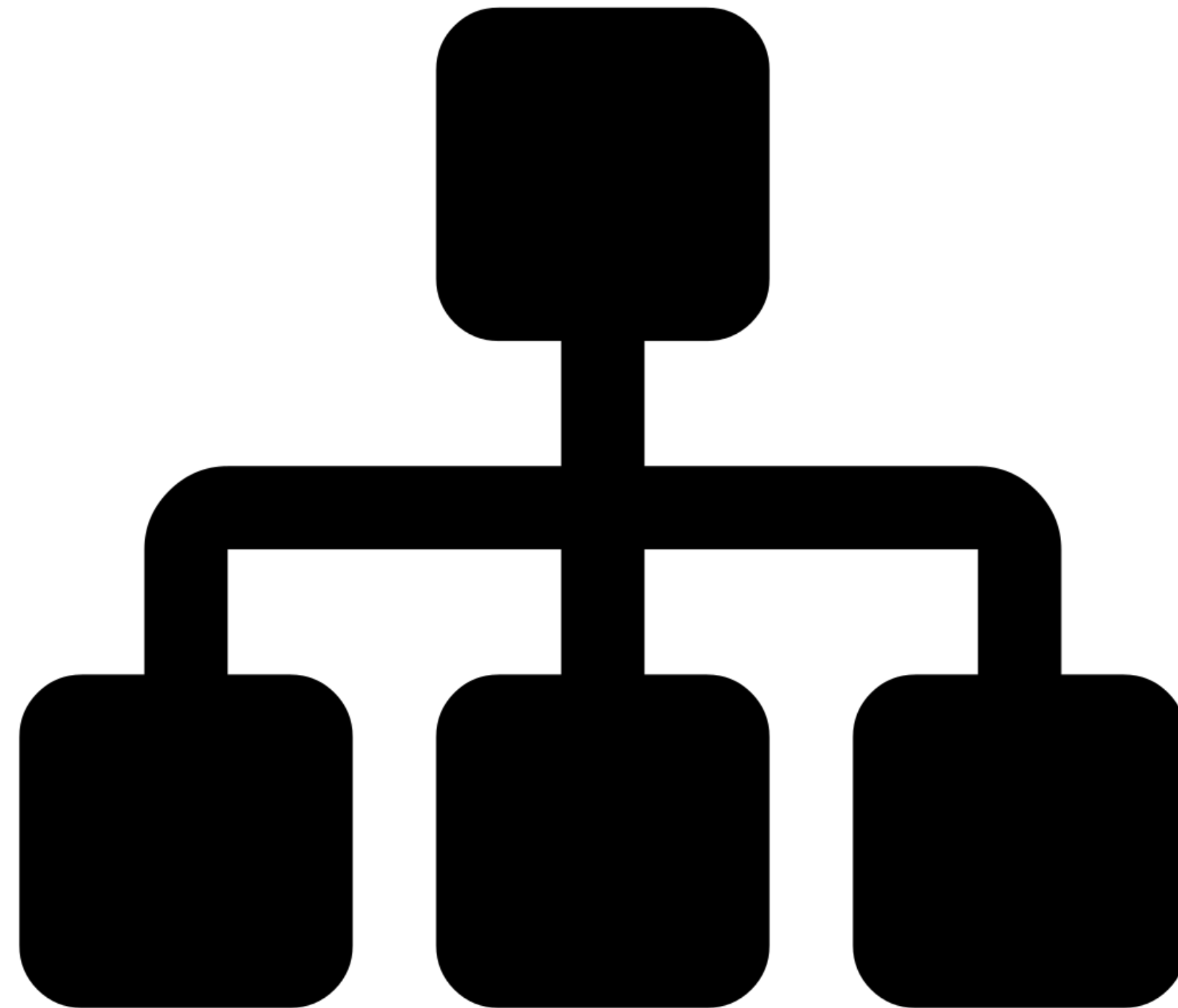
5 Automatisering

Smart bidding. Geef Google's algoritme een kans.

6 Exact match keyword

Intent match.
bv. zoekwoord *"nike schoenen vrouwen"* zal ook matchen met zoekopdracht *"nike schoenen voor vrouwen"*.

Oplossing?



2

De 5 meest gebruikte structuren

Structuren

SKAGS

Breed met Smart Bidding

STAGs

IBAGs

DSA

STRUCTUUR #1

Single Keyword ad group met Alpha / Beta structuur



1

SKAGs

Single Keyword ad groups = 1 zoekterm
per ad group

2

Alpha campagne

SKAGs met exact match

3

Beta campagne

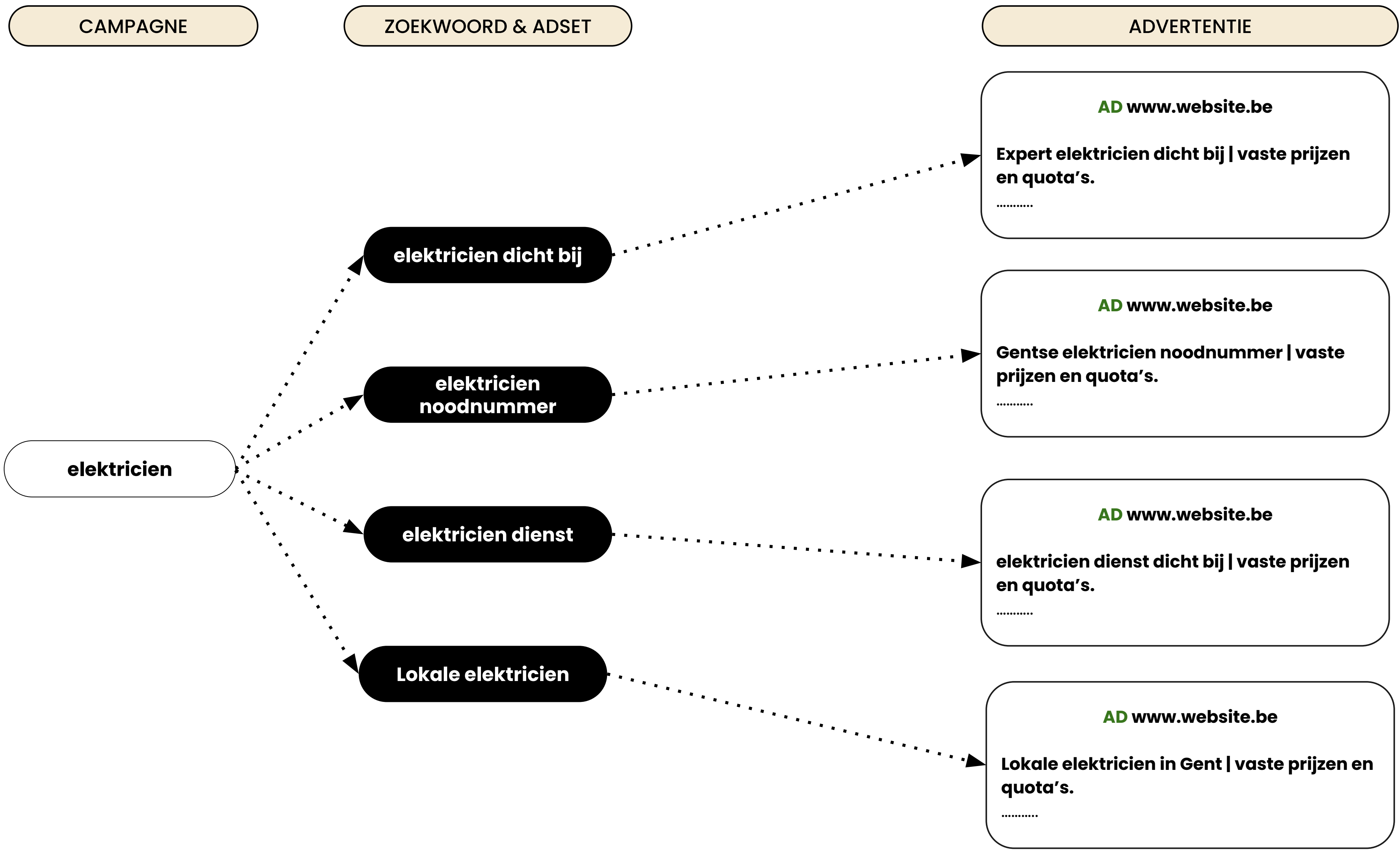
SKAGs met Phrase match

WANNEER

Weinig zoekwoorden?
Kies voor SKAGs met alpha/beta

Voordelen	Nadelen
<p>CTR: Focus op specifieke zoektermen & copy exact linken aan de zoekwoorden → relevantie hoog.</p>	<p>TIJDROVEND: Veel zoekwoorden → veel ad groepen. Moeilijk onderhouden van ad groepen.</p>
<p>KWALITEIT: Aanpassen van landingspagina aan je zoekwoord → hogere conversieratio en kwaliteitscore.</p>	<p>VERSNIPPERDE DATA: Optimalisaties moeilijk door versnipperde data. Hierdoor is het moeilijk om de campagne op te schalen.</p>
<p>LAGE KOSTEN: Door hoge ad kwaliteit en hoge ad ranking → lage cost per click of cost per conversie.</p>	<p>INTERNE CONCURRENTIE: Nagaan of er geen duplicate zoekwoorden gebruikt worden. Maar ook zoekwoorden uitsluiten binnen phrase targeting om geen interne concurrentie te hebben.</p>
<p>CONTROLE: Hoge controle over wie er op de pagina land met de exacte match campagne.</p>	<p>GOOGLE UPDATES: BERT update: Google gaat opzoek naar intent & context, zoekwoorden worden minder relevant.</p>

Voorbeeld



Structuren

SKAGS

Breed met Smart Bidding

STAGs

IBAGs

DSA

STRUCTUUR #2

Breed match met smart bidding



1

Breed

Zet je zoekwoorden in als breed matching

2

Algoritme

Laat Google algoritme zijn gang gaan

3

Smart Bidding

Schakel smart bidding in bij extra campagne om te vergelijken

WANNEER

**Voldoende data verzameld en
vertrouwen in het algoritme?
*Kies voor breed match met smart
bidding***

Voordelen	Nadelen
<p>TRAFFIC: Stijging in verkeer dat anders misgelopen zou worden door incorrecte bid.</p>	<p>GEEN CONTROLE: Volledig geautomatiseerd & geen controle. Je moet vertrouwen hebben in het Google algoritme.</p>
<p>ALGORITME: Werken met Google ipv. op basis van je eigen best practices.</p>	<p>NEGATIEVE ZOEKTERMEN: Veel werk om alle negatieve zoektermen toe te voegen (want je target breed).</p>
<p>LAGE KOSTEN: Door breed te targetten kan je een lagere kost garanderen. Bij vele adverteerders garandeert dit ook meer conversies.</p>	<p>NIET TRANSPARANT: Google verbergt een deel van de zoektermen waardoor je niet volledig zicht hebt waar je op inkoopt.</p>
<p>NIEUWE ZOEKWOORDEN: Door breed match type te kiezen kan je nieuwe zoekwoorden ontdekken en deze gebruiken in exacte en phrase matching.</p>	<p>KWALITEIT & RELEVANTIE: Copy & ads zullen minder relevant zijn want je target breed, hierdoor verlies je kwaliteit.</p>

Structuren

SKAGS

Breed met Smart Bidding

STAGs

IBAGs

DSA

STRUCTUUR #3

Single Theme Ad Groups



1

STAGs

Single Theme Ad Groups = Thema gebaseerde ad groepen

2

Thema

Thema's bepalen adhv business en je producten

3

Aantal adgroups

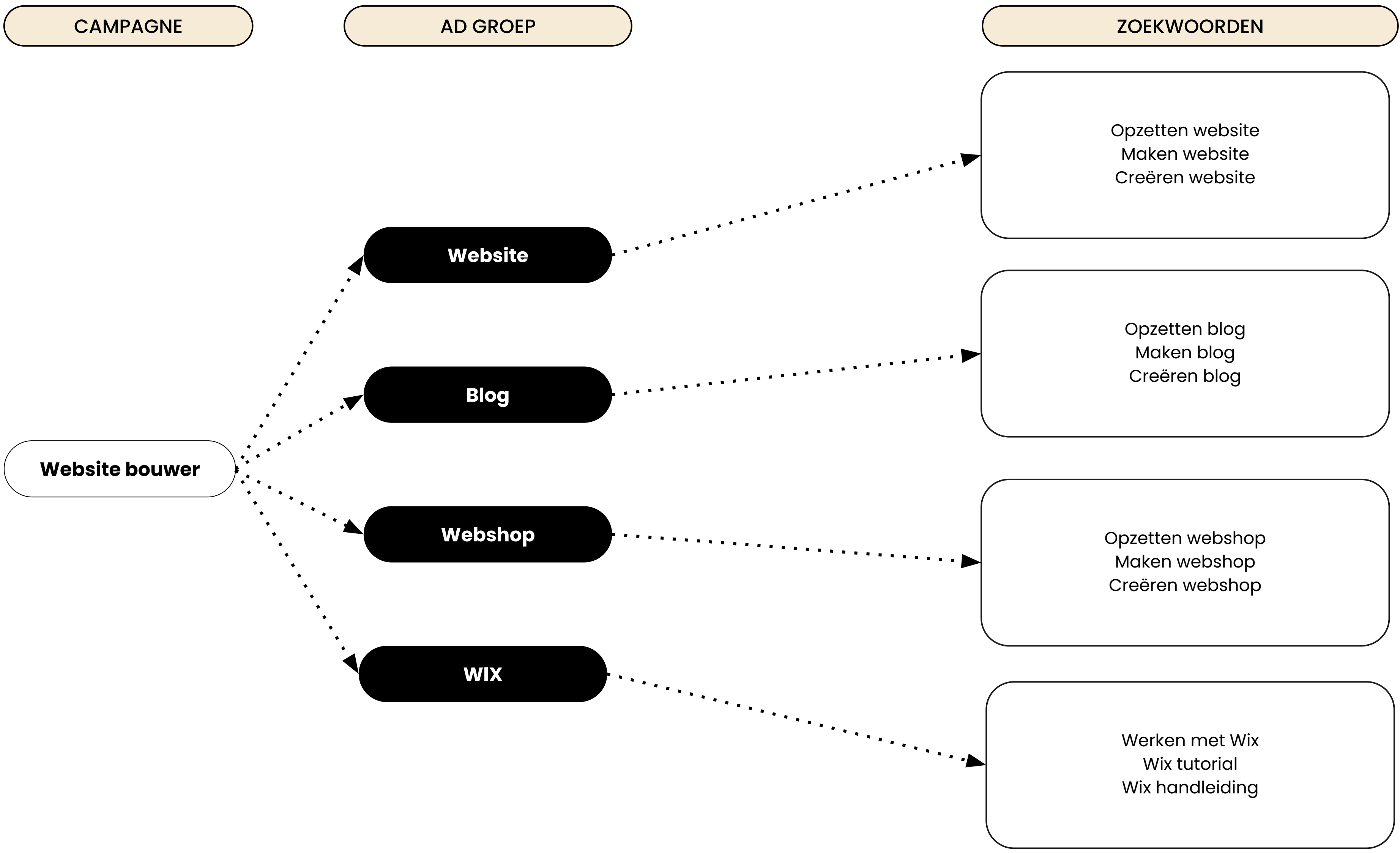
Aantal advertentiegroepen bepaal je zelf

WANNEER

**Veel zoekwoorden & makkelijk te
clusteren in thema's?
*Kies voor STAGs***

Voordelen	Nadelen
<p>GOOGLE UPDATES: Focus op zoekwoorden is niet meer nodig. → Intent searches</p>	<p>RELEVANTIE: De Ad relevance zal lager liggen dan bij een SKAG. Ook de kwaliteit moet goed in de gaten gehouden worden.</p>
<p>EENVOUD: Eenvoudige structuur met minder ad groepen. → Google loves eenvoud</p>	<p>THEMA: Je moet zelf bepalen wat bij een thema hoort en hoeveel thema's je wilt hebben.</p>
<p>DATA: Meer optimalisatie mogelijkheden aangezien er meer data beschikbaar is + kans op smart bidding.</p>	<p>COPY: Aangezien je meerdere zoekwoorden hebt is het moeilijker om relevante en goede copy te schrijven (zeker met responsive search ads).</p>

Voorbeeld



Structuren

Welke 5 structuren bestaan er?

SKAGS

Breed met Smart Bidding

STAGs

IBAGs

DSA

STRUCTUUR #4

Intent Based Ad Groups



1

IBAGs

Intent Based Ad Groups = Opsplitsing op basis van zoekintentie

2

Intent

Sommige target audiences hebben andere intenties. bv. opzoeking voor persoonlijk gebruik vs. opzoeking voor bedrijf of naar wholesaler

3

Combo zoekwoorden

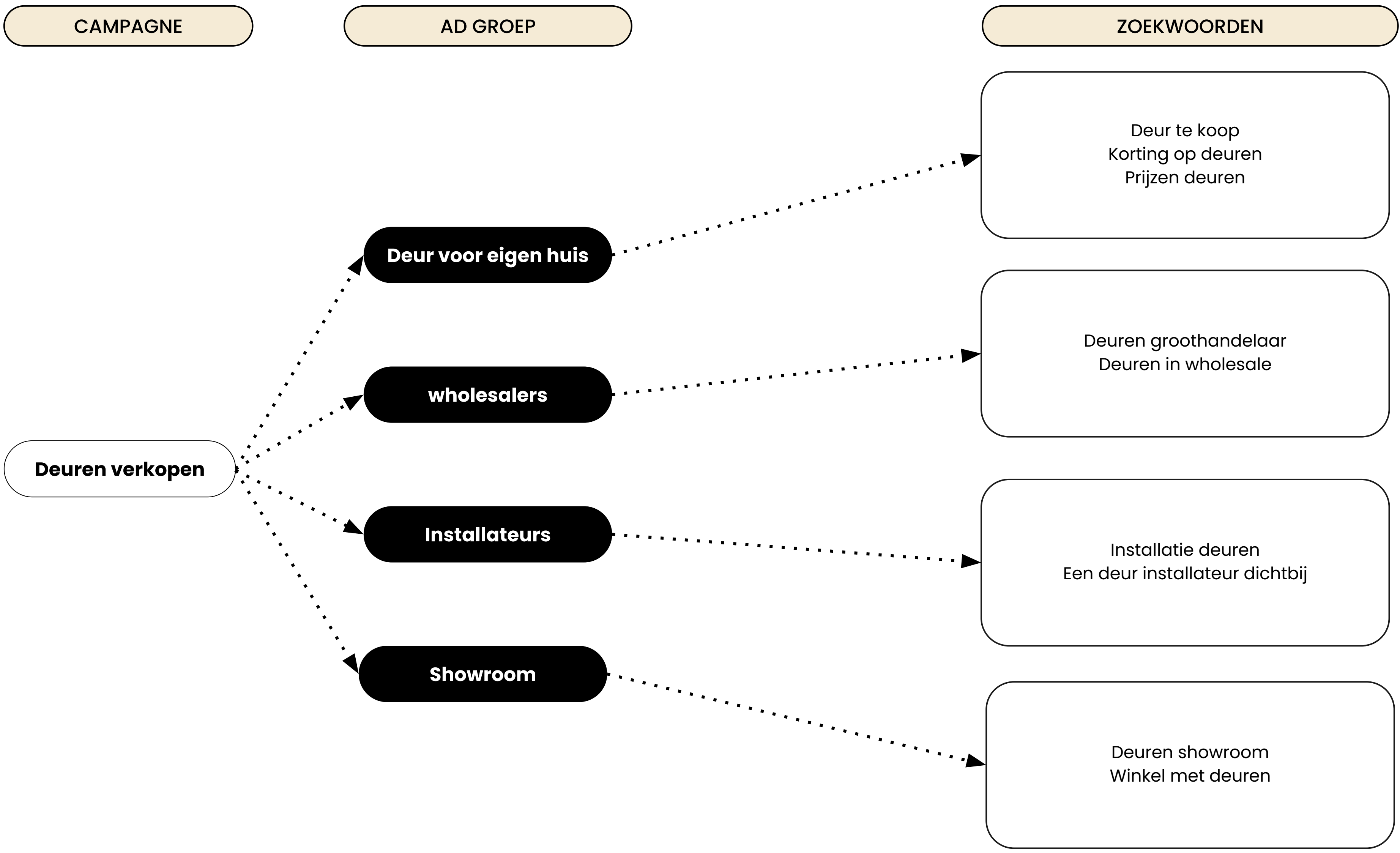
Om zoekintenties te bepalen wordt er meestal gebruik gemaakt van een combinatie van zoekwoorden ipv 1 single keyword

WANNEER

**Complexe industrie & lange
beslissingsperiode?
*Kies voor IBAGs***

Voordelen	Nadelen
<p>KWALITEIT: Hoge relevantie door rekening te houden met intent en correcte landingspagina.</p>	<p>OPZET: Eerst nadenken over intentie vooraleer je advertenties opzet.</p>
<p>GOOGLE UPDATES: Focus op zoekwoorden is niet meer nodig. → Intent searches</p>	<p>COPY: Aangezien je meerdere zoekwoorden hebt is het moeilijker om relevante en goede copy te schrijven (zeker met responsive search ads).</p>
<p>DATA: Meer optimalisatiemogelijkheden aangezien er meer data beschikbaar is + kans op smart bidding.</p>	

Voorbeeld



Structuren

SKAGS

Breed met Smart Bidding

STAGs

IBAGs

DSA

STRUCTUUR #5

Dynamic Search ads



1

DSA

Dynamic Search Ads = Google je advertentie laten opzetten

2

Geen zoekwoorden

Google gebruikt jouw website om copy te schrijven

3

Ad group

Per pagina op je website een verschillende advertentiegroep

WANNEER

**Heb je vertrouwen in Google en weinig
tijd om campagnes op te zetten?
*Kies voor DSA***

Voordelen	Nadelen
<p>EENVOUD: Google doet het werk. Jij levert beschrijvingen & pagina's aan.</p>	<p>GEEN CONTROLE: Je hebt geen controle → Google bepaalt het meeste. (headlines, zoekwoorden etc)</p>
<p>HEADLINES: Headlines mogen hier langer zijn dan 30 tekens → CTR verhogen.</p>	<p>NEGATIEVE ZOEKWOORDEN: Kan veel tijd in beslag nemen om negatieve zoekwoorden toe te voegen. Enige manier van controle.</p>
<p>ZOEKWOORD: Er is geen nood aan een uitgebreid zoekwoordonderzoek.</p>	<p>INSTABIELE WEBSITE: Als je website veel verandert, zal dit een error geven bij Google, en is het moeilijk om DSA's te maken.</p>

3

Wat je moet onthouden

Welke structuur moeten we nu kiezen?

CHEAT SHEET

STRUCTUUR	BESCHRIJVING
SKAGs (met alpha & Beta): Single Keyword Ad Group	Wat? 1 zoekwoord per ad group Wanneer? Weinig zoekwoorden
BREED TARGET: Met smart bidding	Wat? Breed targetten met Google's algoritme Wanneer? Voldoende data + vertrouwen in het algoritme
STAGs: Single Theme Ad Group	Wat? Ad groepen per thema Wanneer? Veel zoekwoorden die makkelijk te clusteren zijn
IBAGs: Intent Based Ad Group	Wat? Ad groepen per intent van zoekactie Wanneer? Complexe industrie met lange beslissingsperiode
DSA: Dynamic Search Ad	Wat? Google zet je campagne op op basis van je website Wanneer? Weinig tijd + vertrouwen in het algoritme

Stel jezelf volgende vragen:

- Welke campagnestructuur kan ik vandaag gebruiken?
 - Heb ik voldoende data en verkeer?
 - Hoe complex is mijn business?
- Hoeveel tijd heb ik om campagnes op te zetten?

A young child with light-colored hair is standing in a grassy field, holding a camera mounted on a tripod. The child is looking towards the camera. The background is a blurred green field with a dark fence or wall in the distance. The overall scene is outdoors and brightly lit.

EXPERIMENT

**The best way to find your ideal structure,
is by testing them out.**

A group of diverse people are gathered at an outdoor event, possibly a rooftop bar or festival. In the foreground, several people are seated at white tables, engaged in conversation. A woman in a red shirt is smiling towards the camera. In the background, more people are standing and talking, and colorful triangular bunting hangs across the scene. The overall atmosphere is social and relaxed.

Thank you

Let's talk