



Red
online marketing
for travel & leisure

Hoe je marketing meetbaar maakt

Bram Pullens
3 April 2023



travday





Een beetje context

Specialized digital marketing agency since 2006



Bestemming



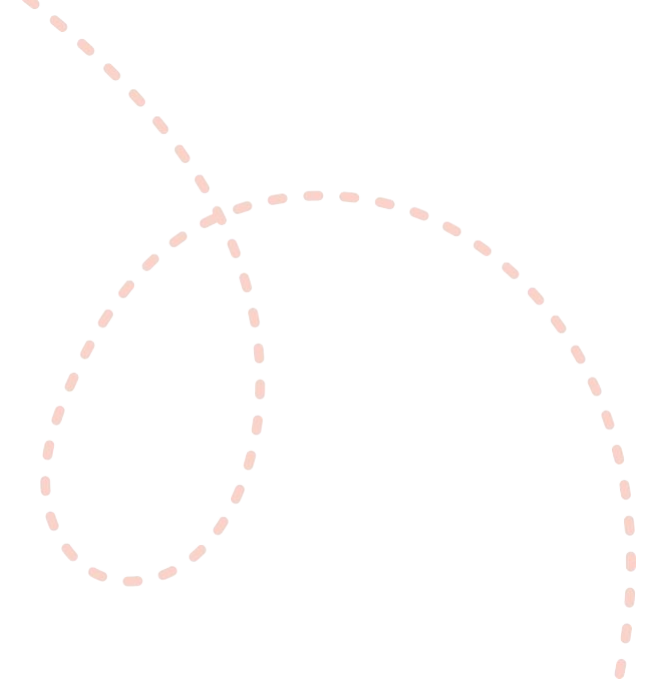
Travel

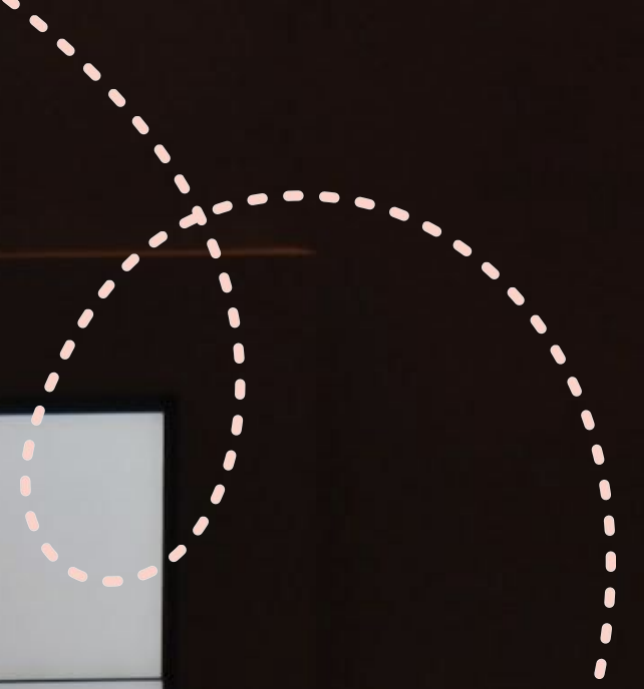


Dagattractie



Verblijf

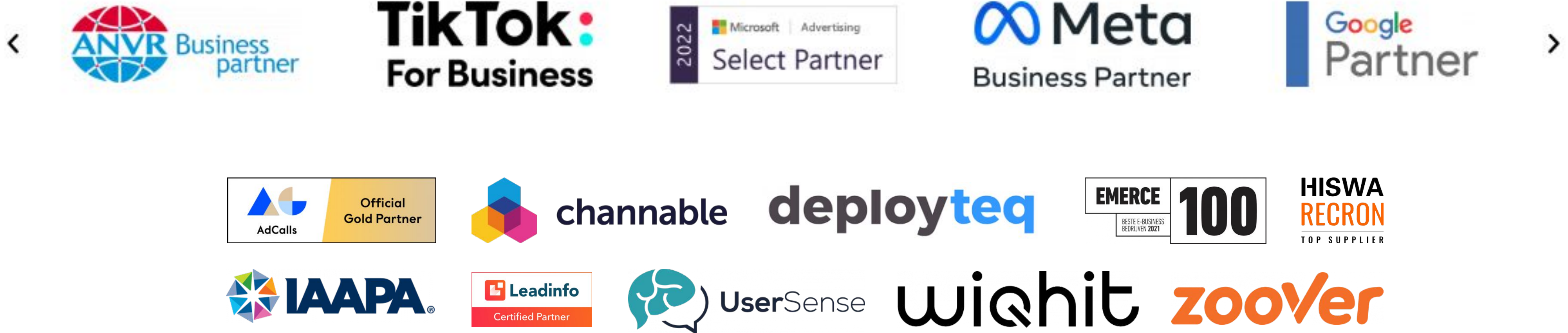






Een beetje context

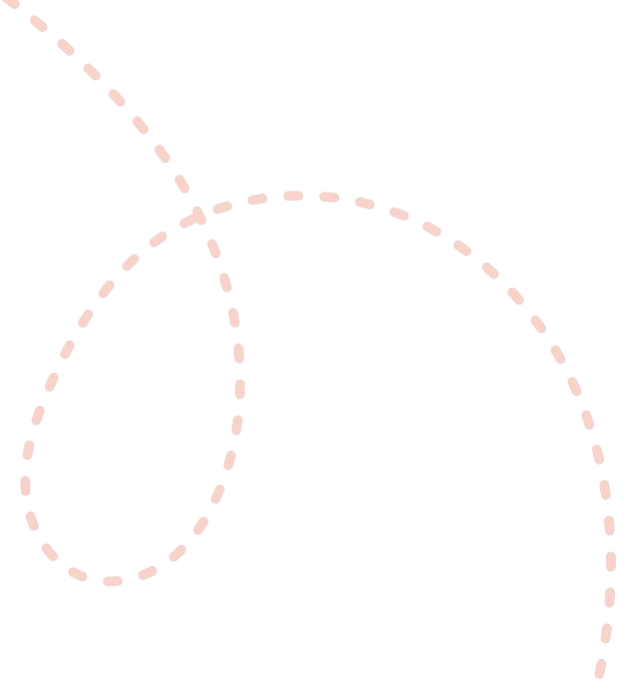
Door samenwerking kom je verder 🚀





Een beetje context

Trots samenwerken met o.a.





Nice to meet you!

Bram Pullens

Online Marketeer

- Sinds 2022 bij Red Online Marketing
- bram@redonlinemarketing.nl
- linkedin.com/in/bram-pullens





Hoe maak je marketing nou meetbaar?

1. **Waarvoor maak ik het meetbaar?**
2. **Wat wil ik meten?**
3. **Waar zijn we nu?**
4. **Waar gaan we heen?**
5. **Kijken naar de toekomst**



Hoe maak je marketing nou meetbaar?

- 1. Waarvoor maak ik het meetbaar?**
2. Wat wil ik meten?
3. Waar zijn we nu?
4. Waar gaan we heen?
5. Kijken naar de toekomst



**Wellicht niet sexy,
wel **essentieel.****





Waarvoor maak ik het meetbaar?

Data is belangrijk, maar waarom en wat doe ik er mee?

- Keuzes maak je op basis van **data**, niet puur op **gevoel**
- Kiezen waar je de **focus** op legt, hoe investeer je in je **marketing mix**?
- Waar hecht je waarde achter, en wat is belangrijk voor je organisatie?
- **Automation** is gebaseerd op data, geen/foute data is geen/foute automation

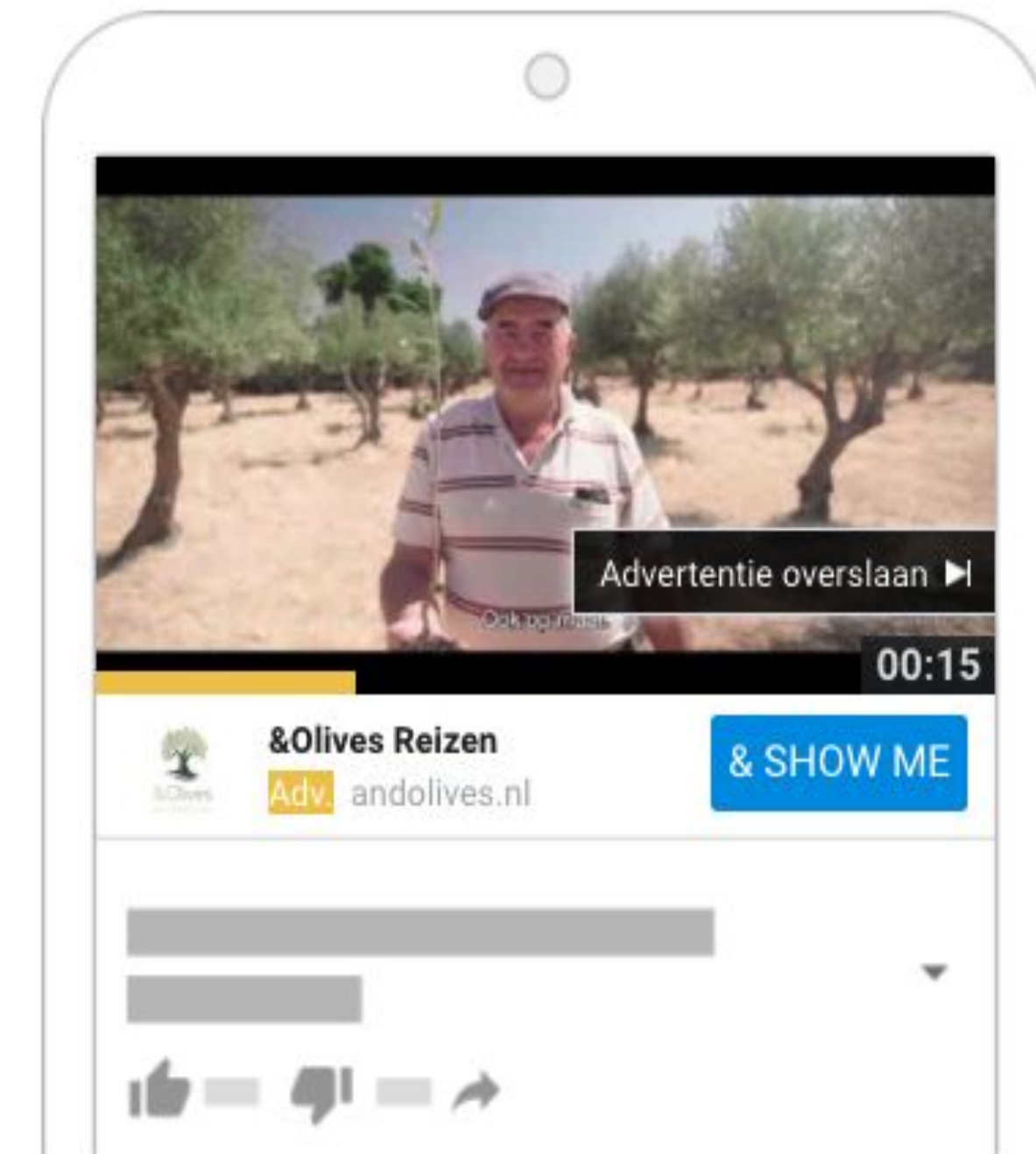




Case: Scaling-up With A Machine Learning-based PPC Strategy

European Search Award winnaar met &Olives Travel

- Heldere strategie en targeting vooraf
- Filosofie gebruiken van de [opschaalstrategie](#)
- Tactieken gebaseerd op de [5 Stages of Travel](#)
- Algoritme en AI op de juiste manier van signalen voorzien
- Gebouwd in de Hagakure-methode set-up in Google Ads
- Het algoritme het werk laten doen!





Hoe maak je marketing nou meetbaar?

1. Waarvoor maak ik het meetbaar?
- 2. Wat wil ik meten?**
3. Waar zijn we nu?
4. Waar gaan we heen?
5. Kijken naar de toekomst



Meten is maatwerk.

Actie	Meting
Winactie	Inschrijvingen
TV campagne	GRP
SEA/Google campagnes	Conversie/ROAS
Branding campagne Instagram	Impressies/Reach



Denk na over...

- **Relevantie** voor je organisatie
- De stappen richting de omzet, wat gebeurt er **voor mensen boeken?**
- **Andere doelgroepen** – avontuurlijke stellen die de camping opzoeken
- Verschillende meting voor **verschillende teams**



Hoe maak je marketing nou meetbaar?

1. Waarvoor maak ik het meetbaar?
2. Wat wil ik meten?
- 3. Waar zijn we nu?**
4. Waar gaan we heen?
5. Kijken naar de toekomst



Google analytics, de heilige graal van Online Marketing





87% van metende websites gebruiken Google Analytics

- Gebruik GA om verkeer naar & op website te **analyseren**
- Voornamelijk **Cookie gericht**
- GA geeft geweldig beeld van je resultaten/boekings, maar **geen totaal beeld**
- Analyseer verder, wat werkt wel en wat niet?
- Elk bedrijf vraagt andere aanpak, **hoe komt je klant binnen?**



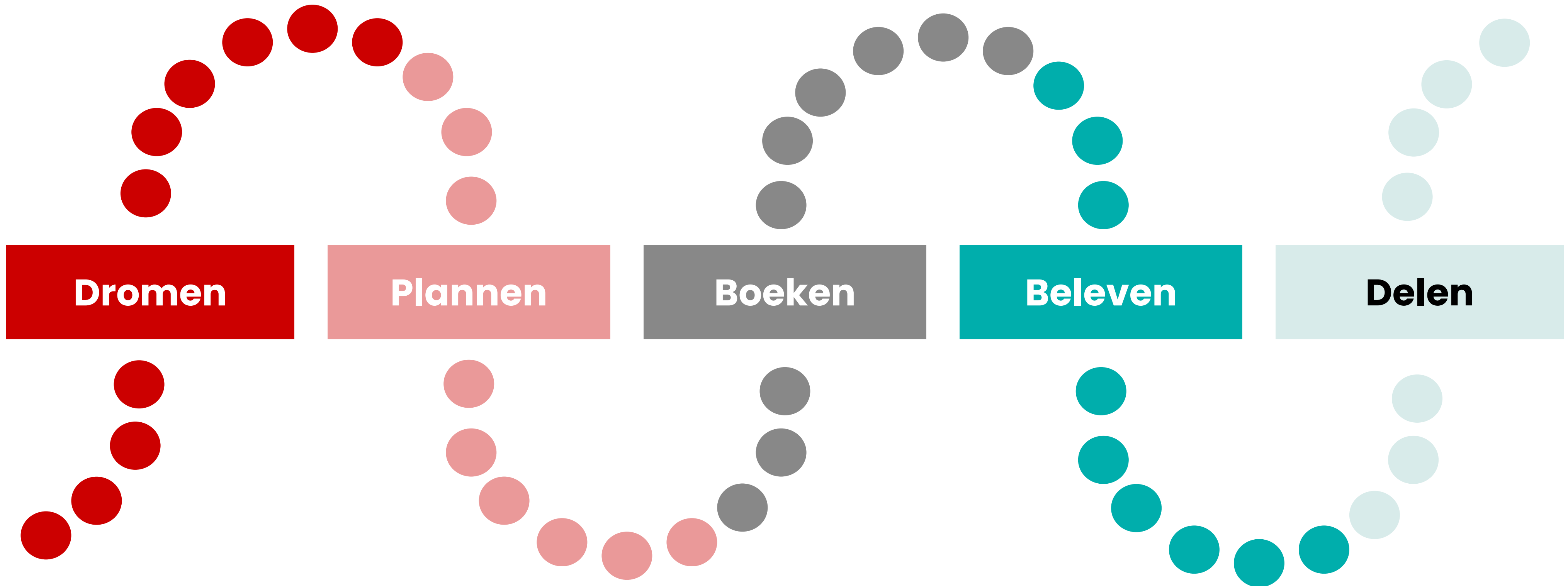


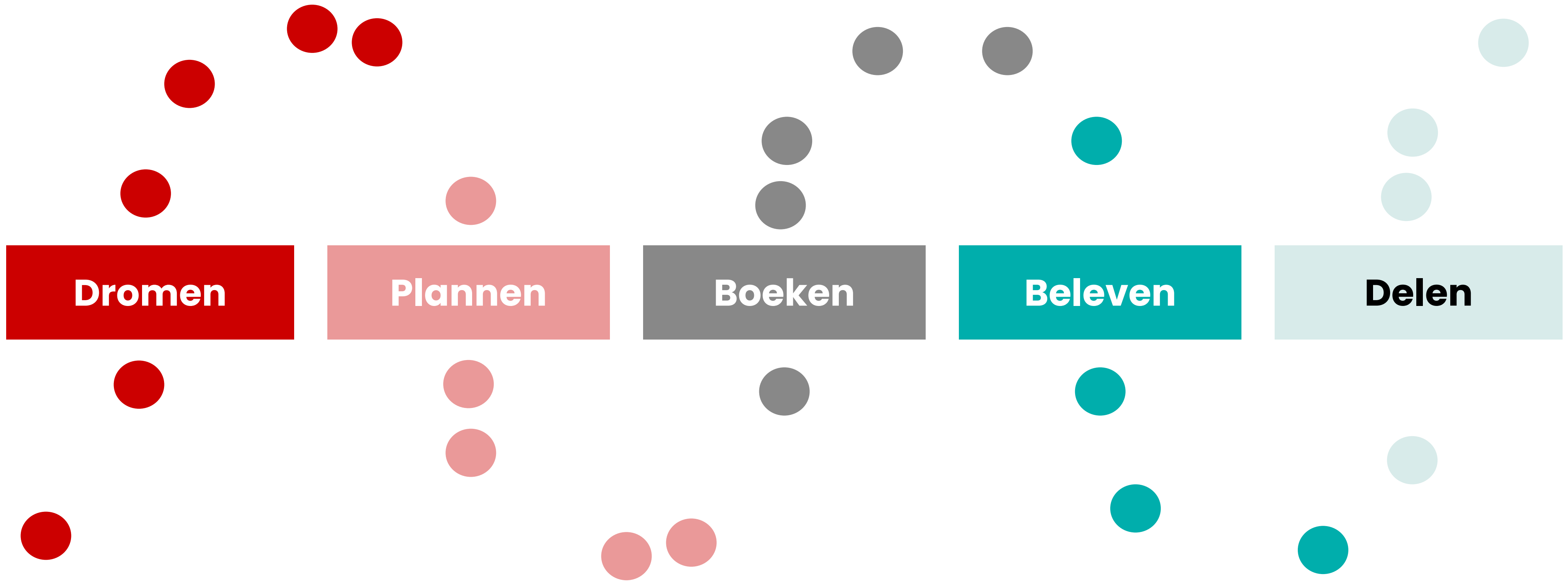
Hoe maak je marketing nou meetbaar?

1. Waarvoor maak ik het meetbaar?
2. Wat wil ik meten?
3. Waar zijn we nu?
- 4. Waar gaan we heen?**
5. Kijken naar de toekomst



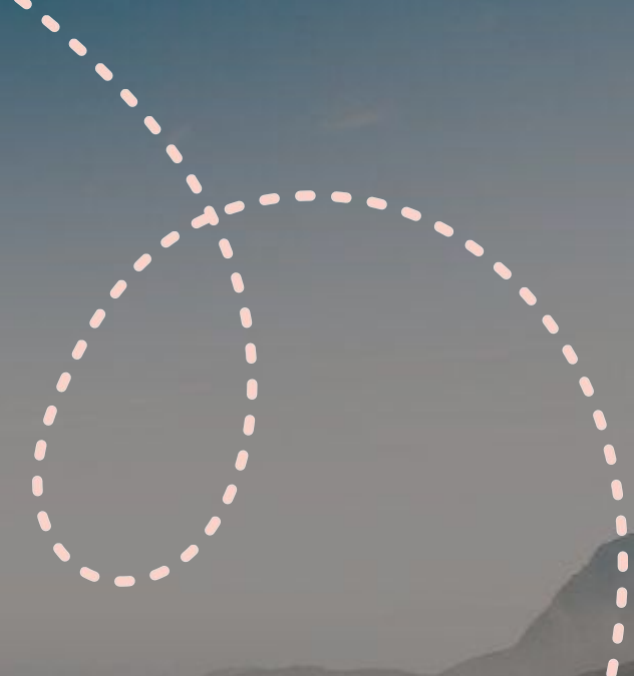
Urgent: de cookie-loze wereld







Data modeling & automation





Marketing meetbaar houden

Dit betekent voor jou...

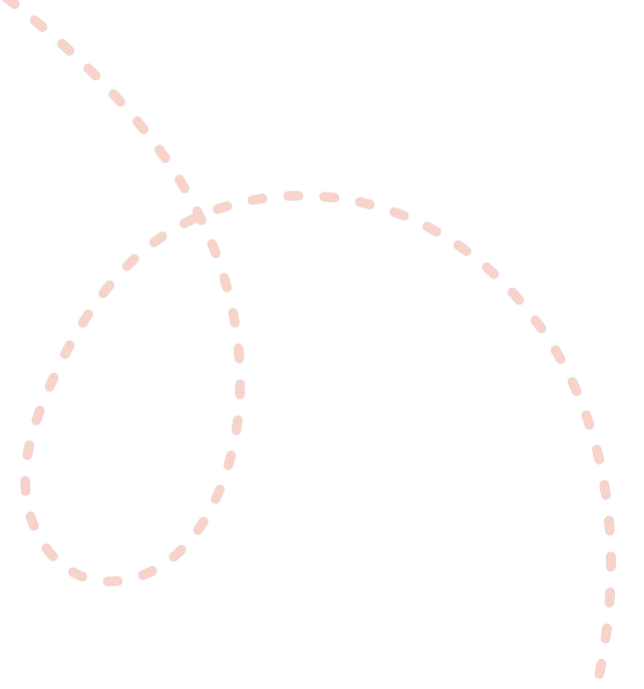
- Je niet meer weet welke campagne tot welke omzet heeft geleidt
- Retargeting in gevaar komt
- Performance marketing inspanningen moeilijker meetbaar worden
- Je moet budgetten maken in een wereld waar minder te meten wordt
- Je niet weet wanneer je moet opschalen!





Niet blind blijven varen.

Baseer je strategie & keuzes op **data**!





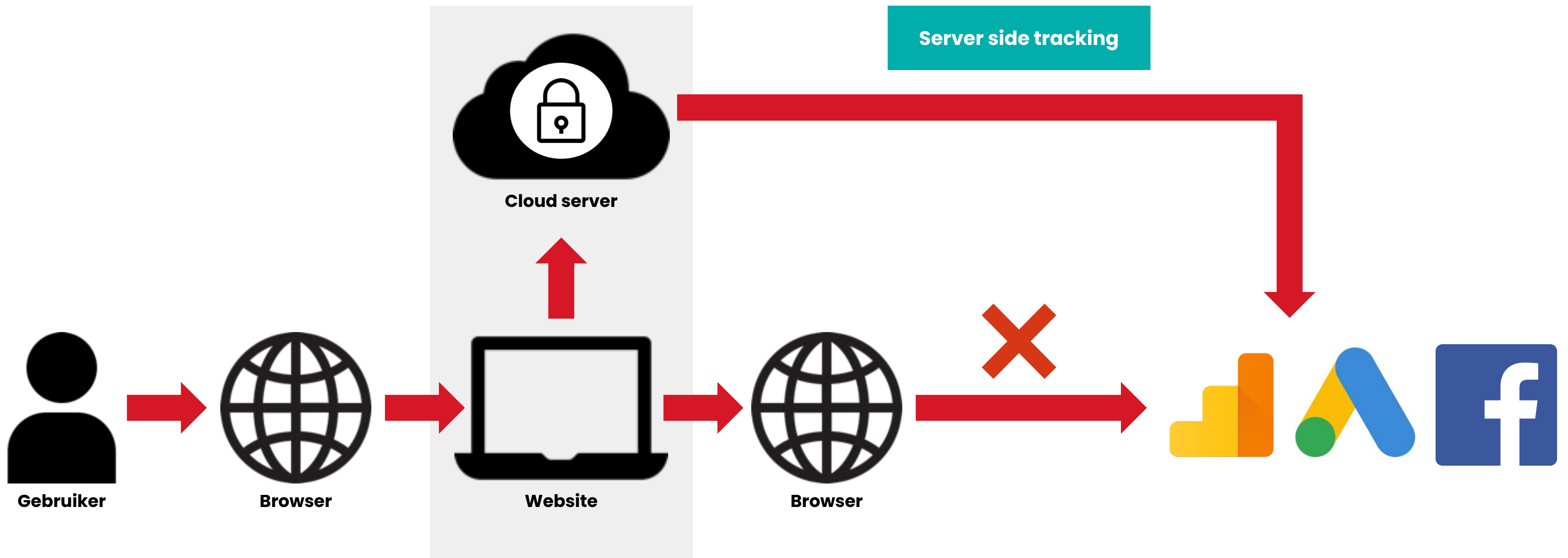
Licht aan het einde van de tunnel: server-side tracking





Marketing meetbaar houden

De aha-erlebnis van vandaag!





Hoe maak je marketing nou meetbaar?

1. Waarvoor maak ik het meetbaar?
2. Wat wil ik meten?
3. Waar zijn we nu?
4. Waar gaan we heen?
5. **Kijken naar de toekomst**

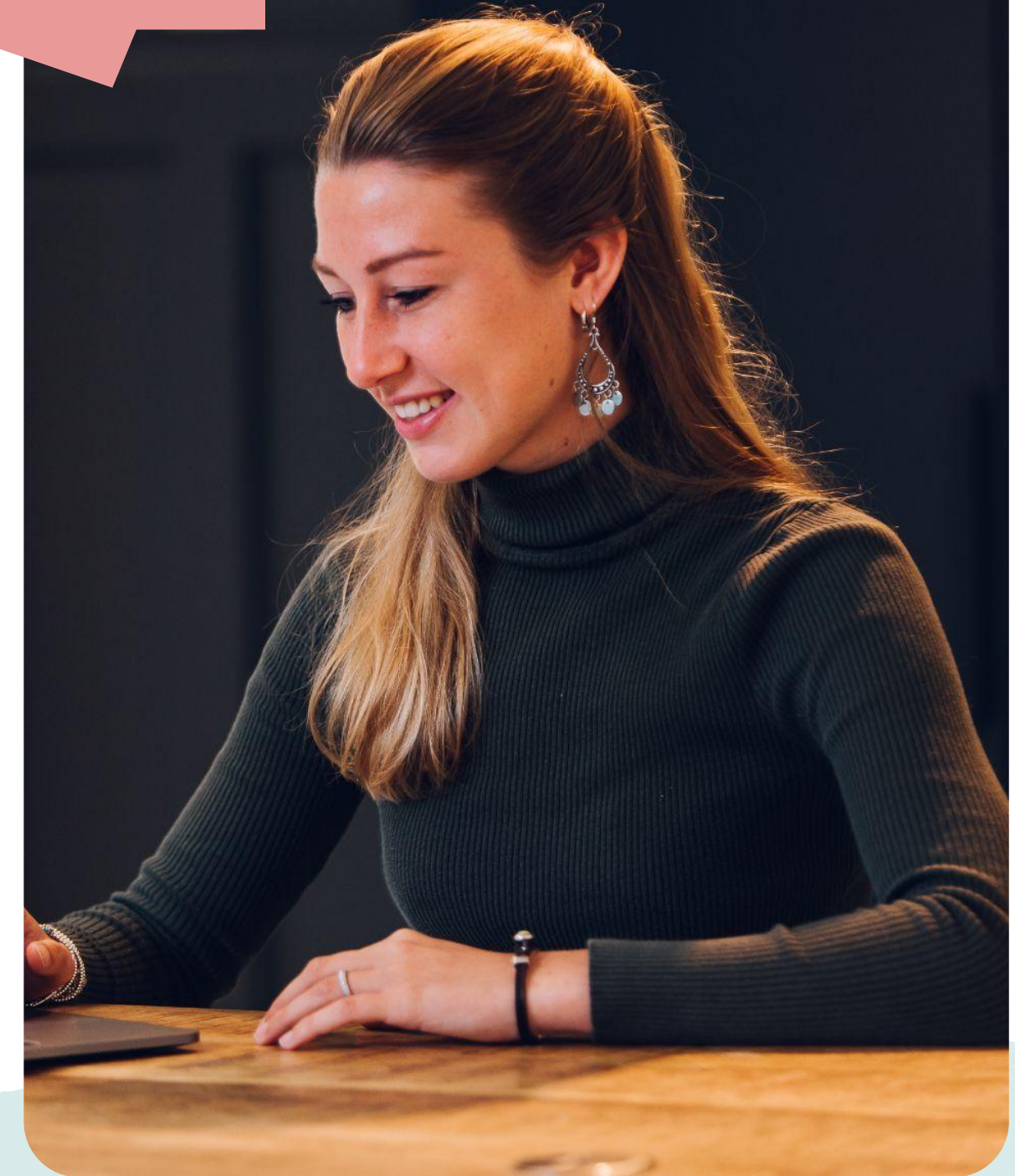


Toekomst van Online Marketing

Oplossingen

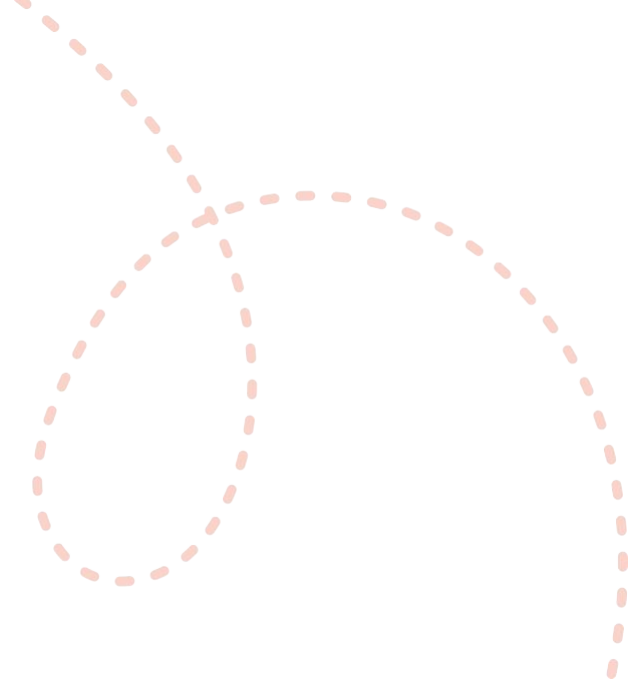
1. **Bepaal je meetplan vanuit je strategie**
2. **Zorgen dat online zo veel mogelijk gemeten wordt:**
 - Server-side tagging
 - Google Analytics 4
 - Google Consent Mode
 - Google Enhanced Conversions
 - Meta Conversion API
3. **Het verzamelen van je eigen data**
 - Een eigen CRM en first-party data ontwikkeling
 - Customer data platformen (CDP) kunnen helpen in inzicht
4. **Maak actionable dashboards voor data-driven beslissingen**
5. **Acceptatie en vertrouwen, shift naar TV-mentaliteit**

Leg je erbij neer dat je niet alles
meetbaar kunt maken vanaf
2023





Zorg voor een meetplan

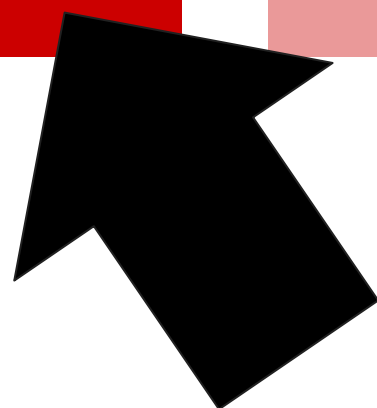


Meetplan

Meetbaarheid

**First-party
data**

Aanpassen



- Meten met een doel
- Match je meetplan met je merk.





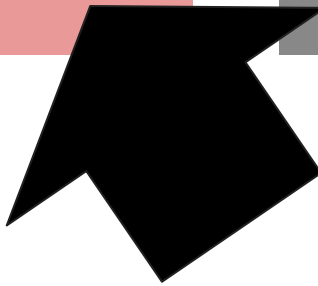
Maximale online meetbaarheid

Meetplan

Meetbaarheid

**First-party
data**

Aanpassen

- 
- Server-side tagging
 - Google Analytics 4
 - Google Consent Mode
 - Google Enhanced Conversions
 - Meta Conversion API



First-party data als oplossing

Meetplan

Meetbaarheid

**First-party
data**

Aanpassen

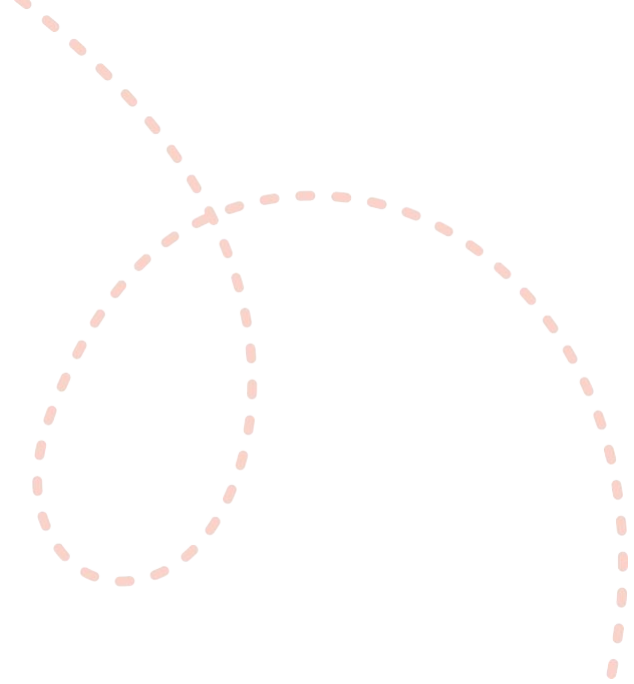


- Een eigen CRM en first-party data ontwikkeling
- Customer data platformen (CDP) kunnen helpen in inzicht
- Focus op eigen data
- Welke data is belangrijk?



First-party data als oplossing

Hoe krijg je meer data?



Dromen

Plannen

Boeken

Beleven

Delen





First-party data als oplossing

Geef iets écht waardevols...

Op zoek naar een memorabele, kleinschalige groepsreis? Zin in een gezellige dag uit met gelijkgestemden of meedoen aan een bijzondere workshop? Vraag dan nu het **gratis 60plusEndus magazine** aan vol met tips, columns en inspiratie en blijf op de hoogte van de nieuwste reizen en activiteiten.

Aanhef *

Mevrouw

Voornaam *

Achternaam *

Email *

Aanmelden

60+Endus



IK WIL HET GRATIS 60PLUSENDUS MAGAZINE

Op zoek naar een memorabele, kleinschalige groepsreis? Zin in een gezellige dag uit met gelijkgestemden of meedoen aan een bijzondere workshop? Vraag dan nu het **gratis 60plusEndus magazine** aan vol met tips, columns en inspiratie en blijf op de hoogte van de nieuwste reizen en activiteiten.

Aanhef *

Mevrouw

Voornaam *

Achternaam *



Please help us to get to know you

As you may know, we offer holidays for everyone. Therefore we would like to get to know you a little better.

Thank you for helping us in offering you relevant content.

With kind regards,

UplandParcs

What holiday(s) are you interested in?

Multiple choice possibility

☐ Snow holiday



☐ Mountainbike holiday



☐ Pet friendly holiday



☐ Family holiday



Save

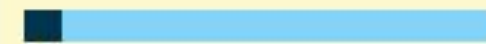


Geachte Mevrouw Elise Menkveld,

Welkom aan boord. Laat ons uw voorkeuren weten, dan loopt u geen van de speciaal voor u geselecteerde aanbiedingen mis.

**Vul uw profiel in en ontvang
persoonlijke aanbiedingen**

Profielsterkte 10%





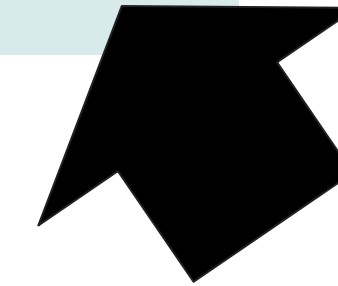
Acceptatie & aanpassingsvermogen

Meetplan

Meetbaarheid

**First-party
data**

Aanpassen



- Accepteer de mindere meetbaarheid
- Maak duidelijk welke data je zult missen
- Let op voor valse conclusies
- Vergelijk met traditionele media



Huiswerk voor je marketeer

Wacht niet tot het te laat is

1. **Google Analytics 4, ga het gebruiken!**
2. **Denk als organisatie na over je meetplan**
3. **Ga aan de slag met online meting**
 - Server-side Tracking
 - Consent Mode
4. **Hoe maak je First-party onderdeel van je journey?**





Het is tijd voor...





Meer informatie?

Bram Pullens

Online Marketeer

- Sinds 2022 bij Red Online Marketing
- bram@redonlinemarketing.nl
- linkedin.com/in/bram-pullens

