



Red
online marketing
for travel & leisure

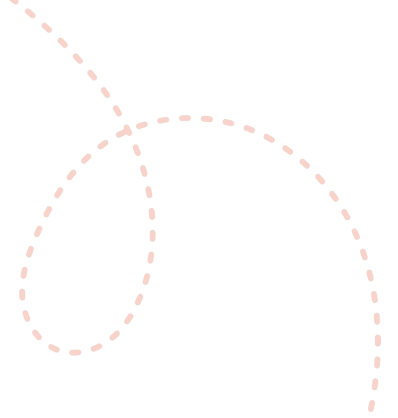
Reis naar succes: Website optimalisatie in de reisbranche

TravDay 2023





Programma



14.00 – 14.30 uur	De impact van AI op travel marketing
14.45 – 15.15 uur	Reis naar succes: Websiteoptimalisatie in de reisbranche
15.30 – 16.00 uur	Meer boekingen met Google & Social Media Ads
16.15 – 16.45 uur	Verder kijken dan traditionele SEO: innovaties & trends



travday



Don't make me think! CRO

Personen

−

1

+

Aankomstdatum

→

Vertrekdatum



<

>



SURFinn Figueira da Foz

De SURFinn in Figueira da Foz heeft het mooiste zee zicht v

Een unieke en gezellige surfstyle B&B voor de ultieme surfvakantie met vrienden, het gezin of voor de solo traveler.

Gasten

1

Kies data

- **Flexibele aankomst en vertrek data**
- Adembenemend zeezicht
- Dagelijks uitgebreid **ontbijt buffet**
- Kwaliteit matrassen
- Kussen, deken, lakens en badhanddoek inclusief
- **Grote tuin met zwembad en zeezicht**
- Gratis gebruik van WiFi
- Nederlandstalige hosts

We werken met een **flexibele aankomst**, dus zoek de meest geschikte vluchten en **kies zelf wanneer je aankomt en vertrekt**.

www.redonlinemarketing.com



Don't make me think! CRO

Personen

1

+

10 okt. 2023

→

Vertrekdatum

×

september 2023

oktober 2023

ma di wo do vr za zo

ma di wo do vr za zo

1 2 3

1 2 3

4 5 6 7 8 9 10

2 3 4 5 6 7 8

11 12 13 14 15 16 17

9 10 11 12 13 14 15

18 19 20 21 22 23 24

16 17 18 19 20 21 22

25 26 27 28 29 30

23 24 25 26 27 28 29

30 31

Wis geselecteerde datum

12 Beschikbaar

13 Check-out is niet beschikbaar

Gasten

1

Check-in

din, 10 okt. 2023

Kies data



Don't make me think!

CRO

Persoonen

1

+

9 okt. 2023

→

15 okt. 2023

×



SURFinn Figueira da Foz

De SURFinn in Figueira da Foz heeft het mooiste zee zicht van al! Een unieke en gezellige surfstyle B&B voor de ultieme surfvakantie met vrienden, het gezin of voor de solo traveler.

- **Flexibele aankomst en vertrek data**
- Adembenemend zeezicht
- Dagelijks uitgebreid **ontbijt buffet**
- Kwaliteit matrassen
- Kussen, deken, lakens en badhanddoek inclusief
- **Grote tuin met zwembad en zeezicht**
- Gratis gebruik van WiFi
- Nederlandstalige hosts

We werken met een **flexibele aankomst**, dus zoek de meest geschikte vluchten en **kies zelf wanneer je aankomt en vertrekt**.

Gasten	1
Check-in	maa, 9 okt. 2023
Check-out	zon, 15 okt. 2023
Duur	6 nachten
Totaal	€0

Ga door

Accommodatie

(Pt) SURFinn Figueira

 Ocean 3



Don't make me think! CRO

Accommodatie

(Pt) SURFinn Figueira



Ocean 3

3p-kamer met het beste zeezicht! Je vindt hier twee eenpersoonsbedden die samen een double bed kunnen vormen en een toffe hoogslaper. Er is een gedeelde badkamer. Handdoeken, kussen, dekens en lakens zijn voorzien.



Selecteer accommodatie



Valley 3

Een heerlijke 3 persoonskamer! Je vindt hier twee eenpersoonsbedden die samen een double bed kunnen vormen en een toffe hoogslaper. Er is een ruime prive badkamer en handdoeken, kussen, dekens en lakens zijn voorzien.



Selecteer accommodatie



Dorm

Een gezellige 6p-dorm voor solo travelers of vriendengroepen! Je vindt hier twee eenpersoonsbedden die samen een double bed kunnen vormen en twee stapelbedden. Er is een gedeelde badkamer. Handdoeken, kussens, dekens en lakens zijn voorzien.



Gasten	1
Check-in	maa, 9 okt. 2023
Check-out	zon, 15 okt. 2023
Duur	6 nachten

Totaal €0

Ga door

Er is nog 1 gast om toe te wijzen





Don't make me think! CRO

Accommodatie

(Pt) SURFinn Figueira



Ocean 3

3p-kamer met het beste zeezicht! Je vindt hier twee eenpersoonsbedden die samen een double bed kunnen vormen en een toffe hoogslaper. Er is een gedeelde badkamer. Handdoeken, kussen, dekens en lakens zijn voorzien.



Selecteer accommodatie



Valley 4

Een heerlijke kamer voor het gezin of een vriendengroep! Je vindt hier twee eenpersoonsbedden die samen een double bed kunnen vormen en een stapelbed. Er is een ruime ensuite badkamer en handdoeken, kussen, dekens en lakens zijn voorzien.



Selecteer accommodatie

Gasten	2
Check-in	din, 10 okt. 2023
Check-out	zon, 15 okt. 2023
Duur	5 nachten

Totaal €0

Ga door

Maak eerst een accommodatiekeuze

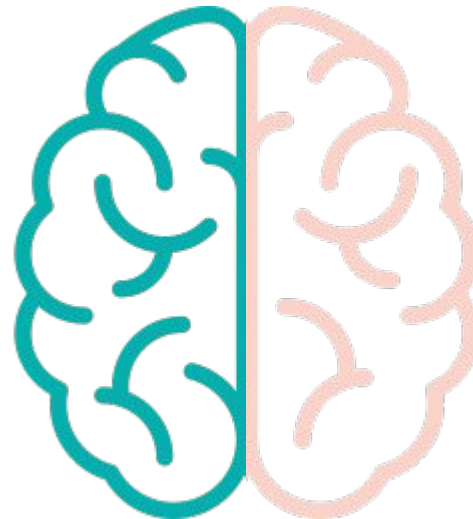


Don't make me think!

CRO

Systeem 1

- Staat altijd aan
- Impulsief
- Snel
- Kost weinig energie
- Automatisch



Systeem 2

- Rationeel
- Weloverwogen
- Traag
- Kost veel energie



Don't make me think!

CRO

2 + 2 = ...



Don't make me think!

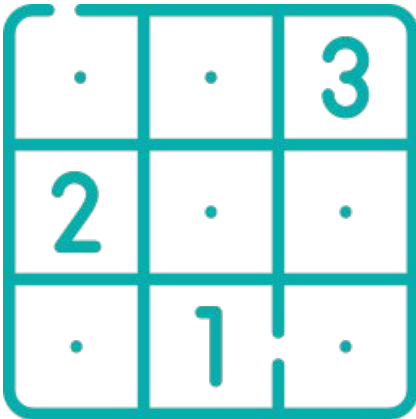
CRO





Don't make me think!

CRO



$$45 \times 68 = \dots$$





Don't make me think!

CRO

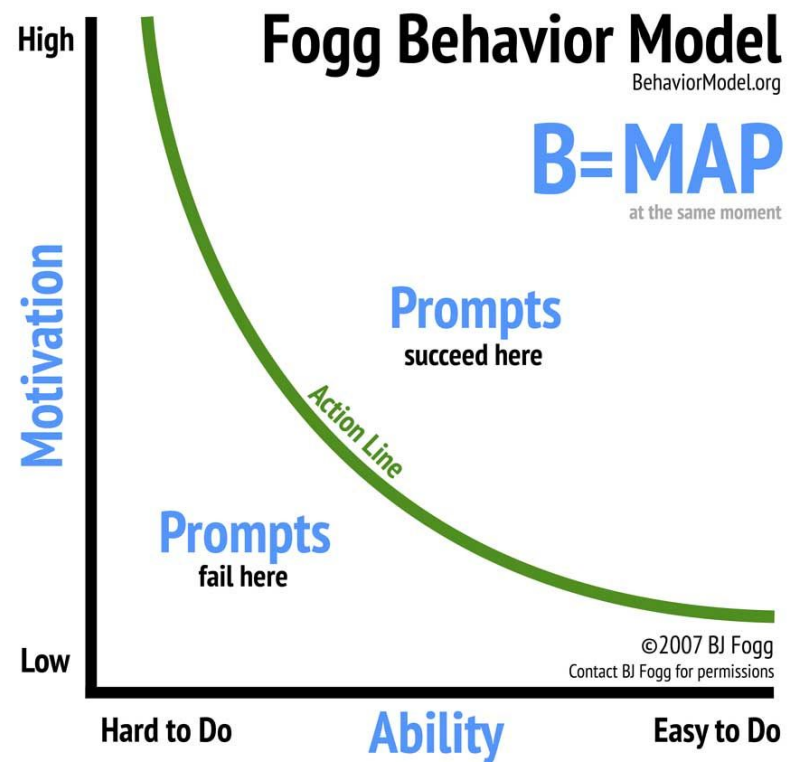
***Stap in de schoenen van je doelgroep en kijk waar ze
tegenaan lopen op je website.***

Laat je websitebezoeker zo min mogelijk nadenken!



Don't make me think!

CRO



Wat gaan we bespreken?

- 1. Introductie**
- 2. Introductie CRO**
- 3. De reis naar website succes!**
- 4. Tips voor in de praktijk**
- 5. Succes cases**



Over mij

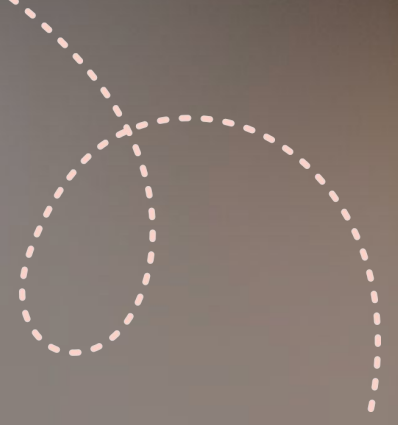
CRO specialist voor de reis- en recreatiebranche

- 4,5 jaar geleden begonnen bij Red Online Marketing
- *'Waarom meer verkeer naar je website trekken terwijl je website niet converteert?'*





Meer over ons bureau





Een beetje context

Specialistisch marketing bureau sinds 2006



Bestemming



Travel



Dagattractie



Verblijf



 Utrecht



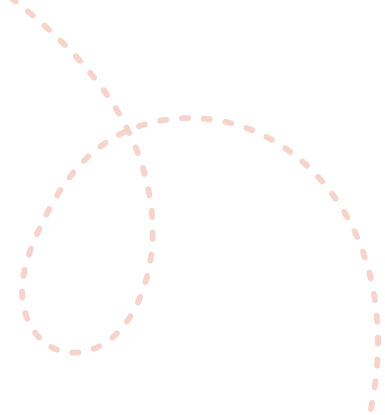
 Keulen

 Lille



Een beetje context

Trots samenwerken met o.a.





Introductie CRO





CRO

Wat is conversie optimalisatie?

- Uit hetzelfde aantal bezoekers meer boekingen of een ander conversiedoel kan behalen.
- Micro en macro conversies
- Conversie ratio optimaliseren
- Moeilijke dingen makkelijk maken!





CRO

Waarom conversie optimalisatie?

- ✓ Meer omzet uit hetzelfde aantal websitebezoekers halen
- ✓ Je website is je visitekaartje, zorg voor een goede indruk
- ✓ Zorg voor een goede ervaring over al je kanalen → meer terugkerende websitebezoekers
- ✓ Je doelgroep beter begrijpen en hier op alle kanalen op inspelen
- ✓ Met extra omzet kun je investeren in meer verkeer naar je website



CRO

Rekenvoorbeeld

Stel je voor...

*Het aantal website bezoekers is momenteel 15.000, je huidige conversieratio is 0,65 en je gem. boekingswaarde is €400, dan heb je €39.000 omzet. $(15.000 * 0,0065 * 400)$*

*Door conversie optimalisatie kan je conversieratio naar 0,95 of zelfs hoger gaan met hetzelfde aantal websitebezoekers, waardoor je omzet stijgt naar €75.000. $(15.000 * 0,0095 * 400)$*

Dit is een voorbeeld. Per organisatie is dit verschillend.



BEZOEKERS



CONVERSIE RATIO



BOEKINGS WAARDE



OMZET



CRO

Conversieratio

Per branche

Wat is momenteel in de reis- en recreatiebranche het gemiddelde conversieratio?

Het gemiddelde conversiepercentage in de reis -en recreatiebranche in 2023 is:



Travel

CRT: 0,43 %



Dagattractie

CRT: 4,9 %



Verblijf

CRT: 1,03 %

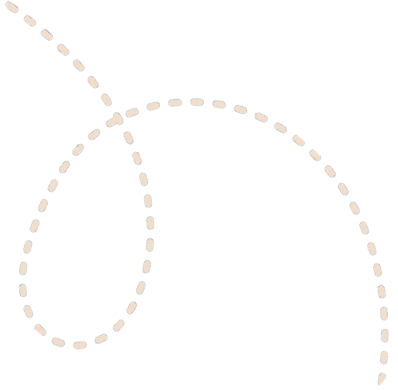


De reis naar website succes!



CRO

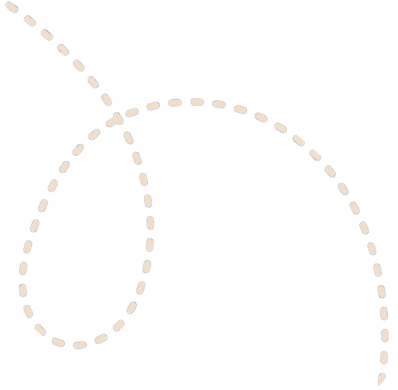
Websiteoptimalisatieproces





CRO

Websiteoptimalisatieproces



- Doelen
- Ambitie
- Toegang tools
 - Google analytics 4
 - Google Tag manager
 - Hotjar, Clarity, VWO, WiQhit (en andere tools die jou helpen je website te optimaliseren)
- Team CRO, wie is er eindverantwoordelijk?
- Persona



Leeftijd

40-55 jaar

Budget



Hoog

Over Sarah

Sarah is een succesvolle zakenvrouw van midden 40 die veel waarde hecht aan haar welzijn & kwaliteit.

Locatie

Laren

De wellness-liefhebber

Spa Sarah

Motivatie

Sarah wil de tijd nemen om lichamelijk en geestelijk te herstellen. Omdat ze waarde hecht aan rust en privacy, boekt ze graag buiten de schoolvakanties.

Interesses

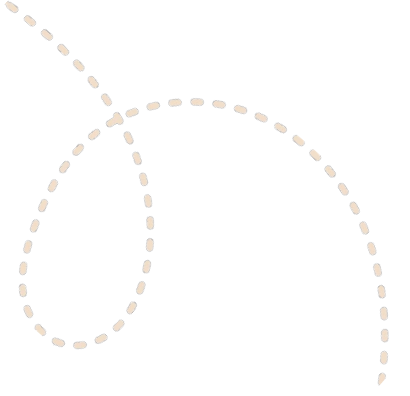
Wellness, spabehandelingen, meditatie, gezonde voeding

Verwachtingen

Hoogwaardig spa- en wellnesaanbod, medisch advies, rustruimtes en een breed scala aan voedingsopties.

Twijfels

Kwaliteit van de spa- en wellnesaanbod, Medisch advies, mate van privacy die ze kan verwachten tijdens behandelingen en in andere spa-faciliteiten, beschikbaarheid en kwaliteit van voedingsopties in de spa



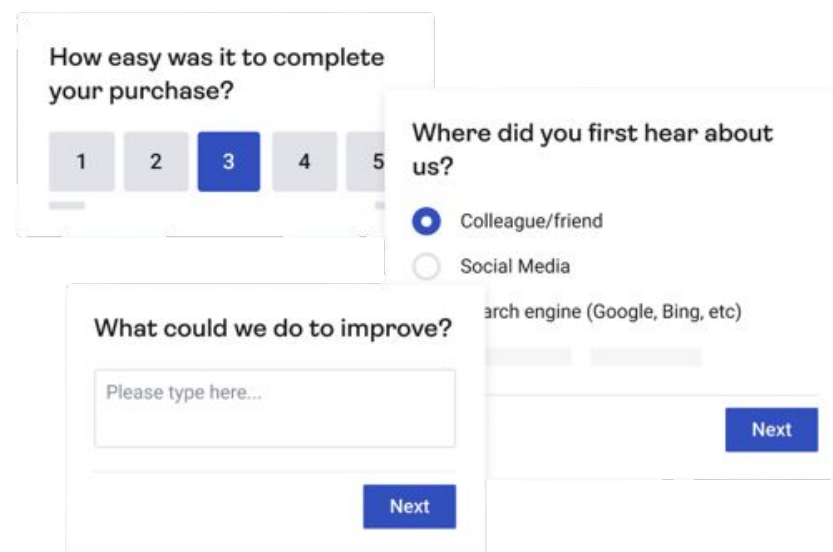
Stap in de schoenen van je doelgroep en verbeter op basis daarvan je website!



CRO

Hoe leer je je doelgroep kennen?

- Google Analytics 4 → demografische gegevens
- Hotjar Polls
- Ga in gesprek met je doelgroep/klant
- Klantenservice/servicedesk

Three overlapping screenshots of Hotjar polls. The top-left poll asks 'How easy was it to complete your purchase?' with a 1-5 rating scale, where '3' is selected. The top-right poll asks 'Where did you first hear about us?' with radio button options for 'Colleague/friend' (selected) and 'Social Media'. The bottom poll asks 'What could we do to improve?' with a text input field containing 'Please type here...' and a 'Next' button.

How easy was it to complete your purchase?

1 2 3 4 5

Where did you first hear about us?

☒ Colleague/friend

☐ Social Media

What could we do to improve?

Please type here...

Next



CRO

Hotjar polls

Plekken waar je deze het beste kunt implementeren

- FAQ – veelgestelde vragen pagina
- Reis/accommodatie pagina
- Na een boeking

Three overlapping Hotjar poll examples are shown. The top-left poll asks 'How easy was it to complete your purchase?' with a 5-point rating scale where '3' is selected. The top-right poll asks 'Where did you first hear about us?' with radio button options for 'Colleague/friend' (selected) and 'Social Media'. The bottom poll asks 'What could we do to improve?' with a text input field containing 'Please type here...' and a 'Next' button. A 'Next' button is also visible on the rightmost poll.

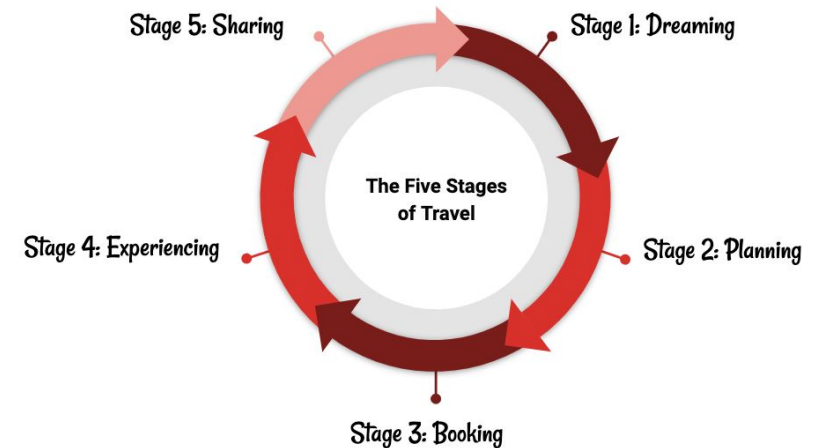


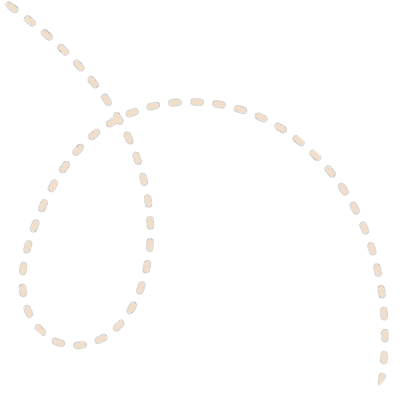
CRO

Websiteoptimalisatieproces



- Data
 - Google analytics 4
 - Apparaten
 - Landingspagina's
 - Kanalen
 - Leeftijd
 - Funnels
- Conversies
- 5 stages of Travel





*Wist je dat zo'n 65% van de websitebezoekers tegenwoordig via
mobiel op je website komt?!*

Mobiele optimalisatie is KEY! 🗝️



CRO

Websiteoptimalisatieproces



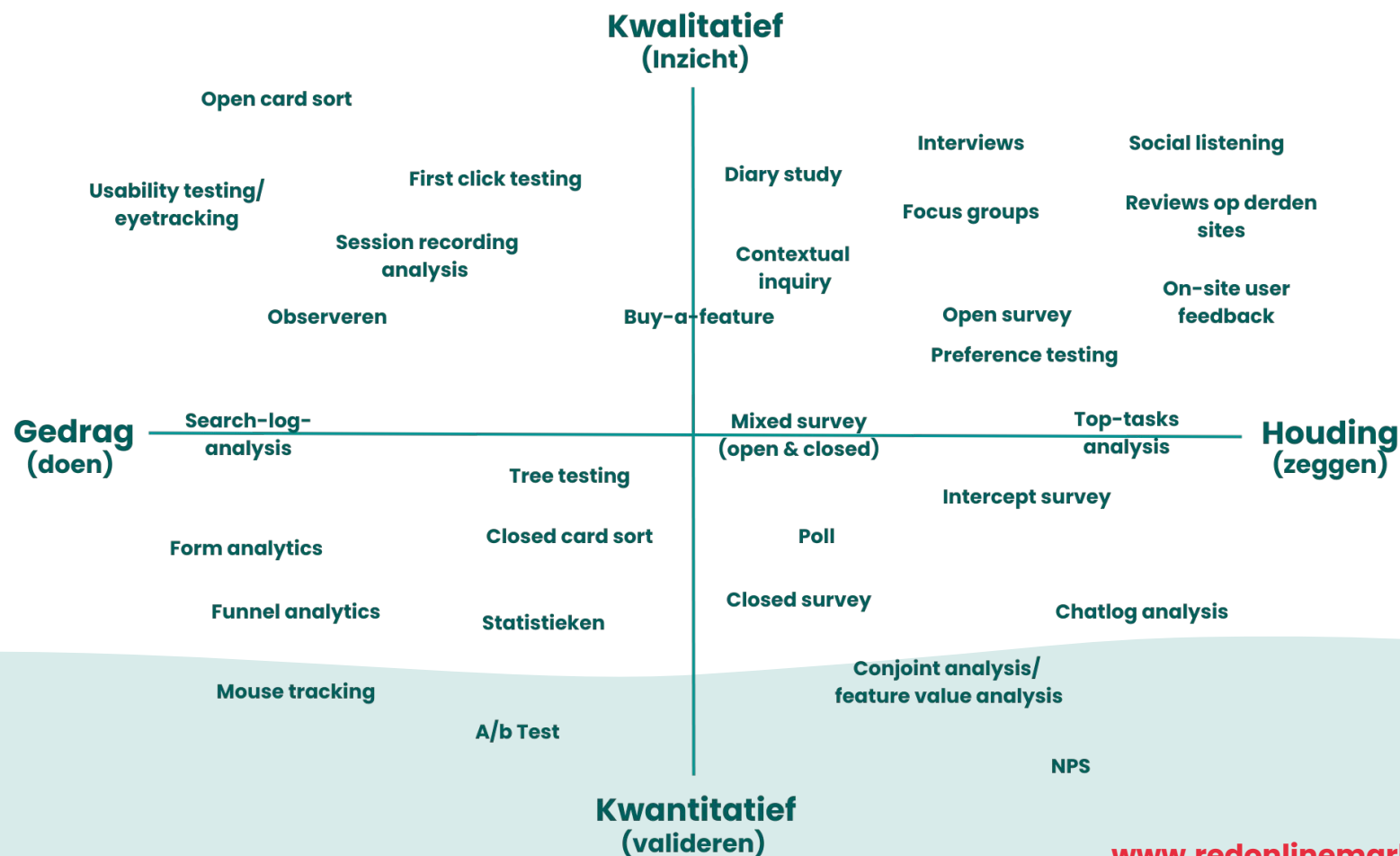
'Breng eerst de basis op orde en ga dan pas personaliseren!'



CRO

Website optimalisatieproces

Tip: gebruik uit elk vak 1 onderzoeksmethode voor je onderzoek



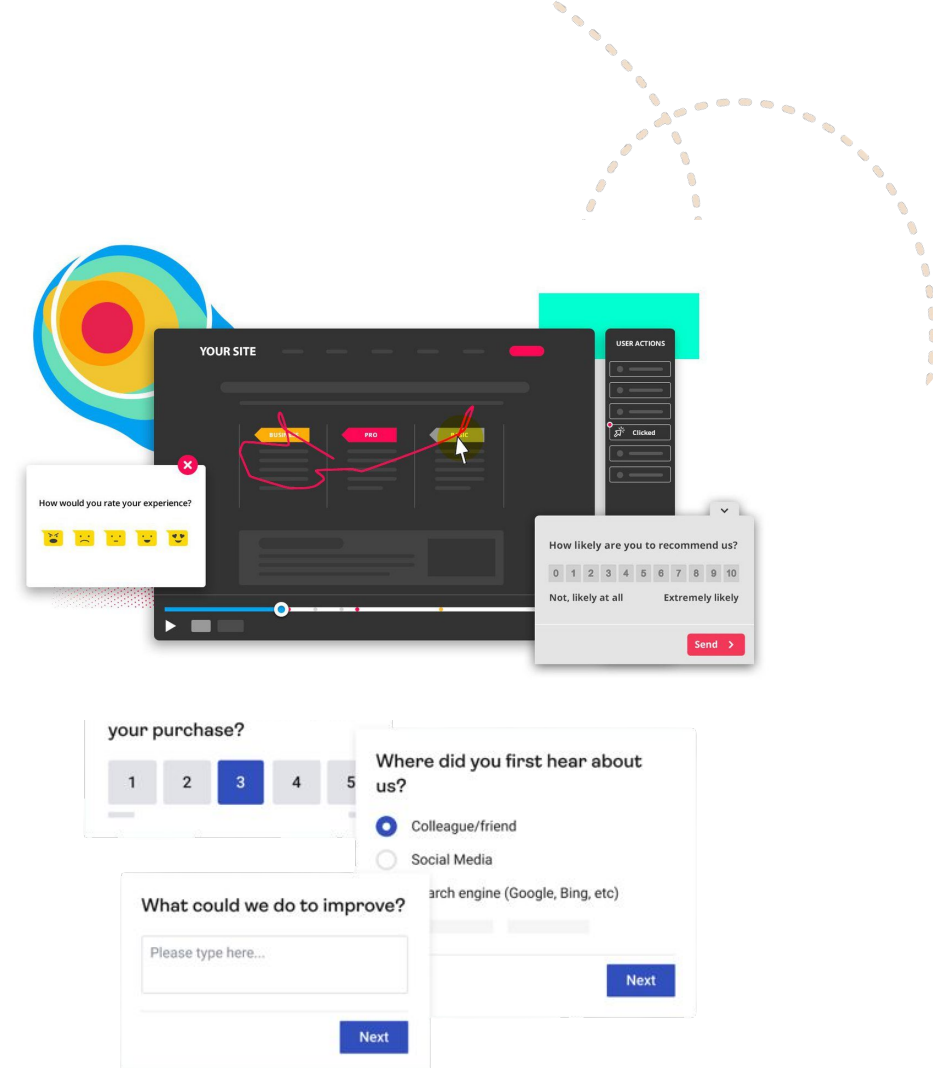


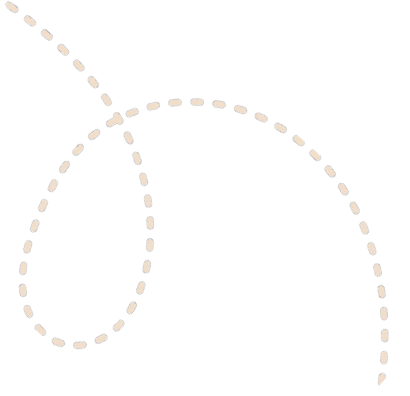
CRO

Websiteoptimalisatieproces

Veel gebruikte methodes bij Red

- Google analytics analyse = de basis
- Gedragsanalyse (heatmap/clickmap/recordings/survey/poll)
- Gebruikersonderzoek





*Wist je dat als je **5 testpersonen** inzet om door je website te lopen, dat je **80%** van de **pijnpunten** uit je website kan halen.*



Website optimalisatie proces

Van probleem tot oplossing

Op welk segment ga je je richten?

Wat is het belangrijkste segment (primaire doelgroep) waar je je op gaat richten?

...

Op welke klantfasen ga je je richten?

Waar in de klantreis wil je de conversie verhogen?

...

Welk gedrag is gewenst?

Wat wil je dat dit segment doet? Welke actie/handeling?

...

Wat zijn de belangrijkste kanalen, pagina's of funnels in deze klantreis?

Welke kanalen en/of pagina's zijn belangrijk voor conversie in deze fase?

...



Website optimalisatie proces

Van probleem tot oplossing

Stap 1: Hypothese

...

Stap 2: Test

...

Stap 3: Metric (KPI's)

...

Stap 4: Criteria

...





CRO

Websiteoptimalisatieproces



- Knelpunten
- Informatiebehoeften
- Overtuigingsprincipes
- Prioriteiten model



Website optimalisatie proces

Van probleem tot oplossing

Boosters

Noteer hier (potentiële) knelpunten

-
-
-
-
-

Boosters

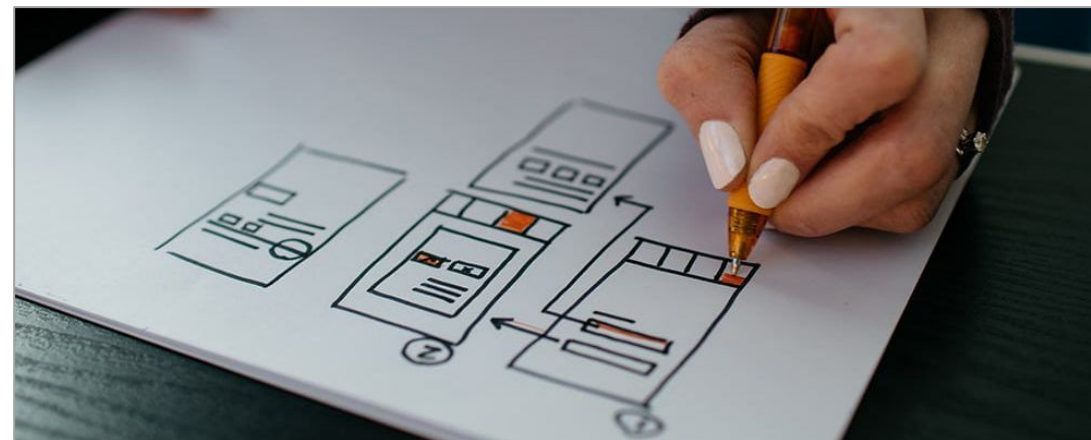
Noteer hier de informatiebehoefte

-
-
-
-
-

Boosters

Noteer hier (potentiële) overtuigingsprincipes

-
-
-
-
-





CRO

Overtuigingsprincipes

Principes van Chialdini

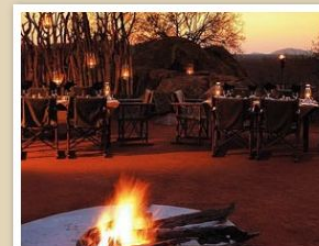
- Social bewijskracht
- Autoriteit
- Schaarste
- Commitment en consistentie
- Sympathie
- Wederkerigheid
- Unity



Onze top 5 bezienswaardigheden

1. Krugerpark

Het bekendste nationale park van Zuid-Afrika is natuurlijk het Krugerpark. Kruger National Park ligt in het noordoostelijk deel van het land en omvat een grotendeels nog ongerept natuurgebied van 60 bij 350 km. In het Krugerpark liggen zo'n 20 camps (omheinde terreinen) waarin de accommodatie ligt. Daarnaast zijn er een aantal privé reservaten (met lodges) grenzend aan het Krugerpark. Tussen de privé reservaten en het Krugerpark zijn geen hekken, het wild kan vrij rondtrekken. Bekijk onze bouwsteen '[Safari! Safari!](#)'



Krugerpark

2. Drakensberg

Dé bouwsteen voor natuurliefhebbers en wandelaars. Bergschoenen aan, veters gestrikt, dagrugzak mee en bly op die pad. Grillig gevormde bergen, groene bloemenvelden en water dat tientallen meters naar beneden klettert zijn je uitzichten voor de komende dagen. Wandeltochten zijn er in alle afstanden en gradaties en daardoor is het gebied voor iedereen toegankelijk. Bekijk onze



Drakensberg



Red
online marketing
for travel & leisure

www.redonlinemarketing.com



CRO

Prioriteitenmodel

- Boven de vouw zichtbaar (te zien zonder dat je naar beneden scrollt)
- Merkbaar binnen 5 seconden
- Betreft het verwijderen of toevoegen van een element
- Gemaakt om de motivatie van gebruikers te beïnvloeden
- Verwijdert barrières bij het boeken of een ticket kopen
- Direct invloed op boekingen/ticketverkoop
- Draait op pagina's met veel verkeer
- Een probleem aanpakken wat is ontdekt via gebruikerstest
- Voortkomend uit kwalitatieve feedback (enquête, poll, interview)
- Op basis van inzichten uit digitale analyses
- Ondersteund door mouse tracking, heatmaps of eyetracking
- Eenvoudige implementatie (minder dan 4 uur = 3, meer dan 8uur = 2, minder dan 2 dagen = 1, meer dan 2 dagen = 0)



CRO

Websiteoptimalisatieproces



- Frictie/ fouten/ 404 → direct doorvoeren
- Grote aanpassingen/ toevoegingen eerst testen
 - Te weinig data → Doorvoeren en resultaten binnen Google Analytics bekijken

Tools

AB
Tasty

VWO

convert[®]

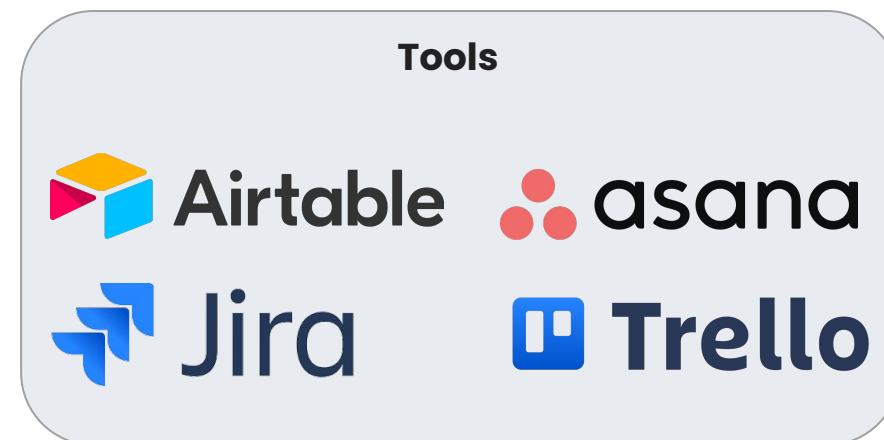


CRO

Websiteoptimalisatieproces



- Analyseren → Wat zien we in de data?
 - YoY resultaten → Zien we jaar op jaar verbetering?
 - Boeking, CRT, omzet per kanaal
- Rapporteren → betrek je team er bij
- Deel learnings



Website optimalisatie proces



*'Je leert ALTIJD!
Er is geen goed of fout.*

*Werkt iets niet? Dan weet je in
ieder geval zeker dat het
oorspronkelijke beter werkt en heb
je het getest!'*



Tips voor in de praktijk

En wat we vaak nog niet goed zien gaan 😊



Tips voor in de praktijk

Homepage



Duidelijke pay off boven de bouw. Waar sta je als bedrijf voor? Wat maakt jullie uniek?



Unique selling points aanwezig.
Is het duidelijk waarom je bij dit bedrijf moet boeken?



1 duidelijke sfeerfoto in de header waar de doelgroep zich mee kan identificeren (geen carousel slider in de header).



Werkt de zoek- en boek optimaal? Vertrekdatum opent op dezelfde maand als de gekozen aankomstdatum.



Social proof aanwezig



Autoriteit aanwezig (logo's)



Opvallende call to action op de homepage (boven de vouw)



Duidelijke menu en navigatie structuur



Juiste verhuizing tekst (gebruik bulletpoints en dikgedrukte woorden) (MBTI model)



Inspireren met thema's



Contact optie zichtbaar



Tips voor in de praktijk

Zoek- en boek resultaten pagina



Belangrijke filters aanwezig



Alle filters werken naar behoren (Hotjar inzetten)



Alternatieven opties zichtbaar



Sticky button filters (Mobiël)



Meerdere afbeeldingen per reis/ accommodatie



Pijltjes zichtbaar om tussen afbeeldingen te switchen



3 unique selling points per reis/accommodatie zichtbaar



Duidelijke menu structuur



Gehele accommodatieblok klikbaar



Top/populaire reizen aantonen om website gebruiker een handje te helpen



Gepaste headerfoto wanneer het gaat om een thema resultaten pagina (Bijv. vakantie met hond)



Tips voor in de praktijk

Reis- of accommodatiepagina

- ✓ Duidelijke structuur van de informatie (tabjes kunnen helpen).
- Recente en meerdere afbeeldingen prominent zichtbaar.
- Duidelijke prijstabel (gebruik Hotjar om te kijken of websitegebruikers gemakkelijk de prijstabel kunnen gebruiken).
- Zichtbare call to action om reis/accommodatie te boeken.
- Unique selling point's zijn aanwezig. Waarom boeken bij dit bedrijf?
- Reviews zijn aanwezig
- Duidelijke samenvatting zichtbaar van wat je geselecteerd hebt om te boeken.
- Betalingsmogelijkheden zichtbaar
- Productinformatie volledig (Hotjar inzetten voor tackelen van vragen van je websitebezoeker).



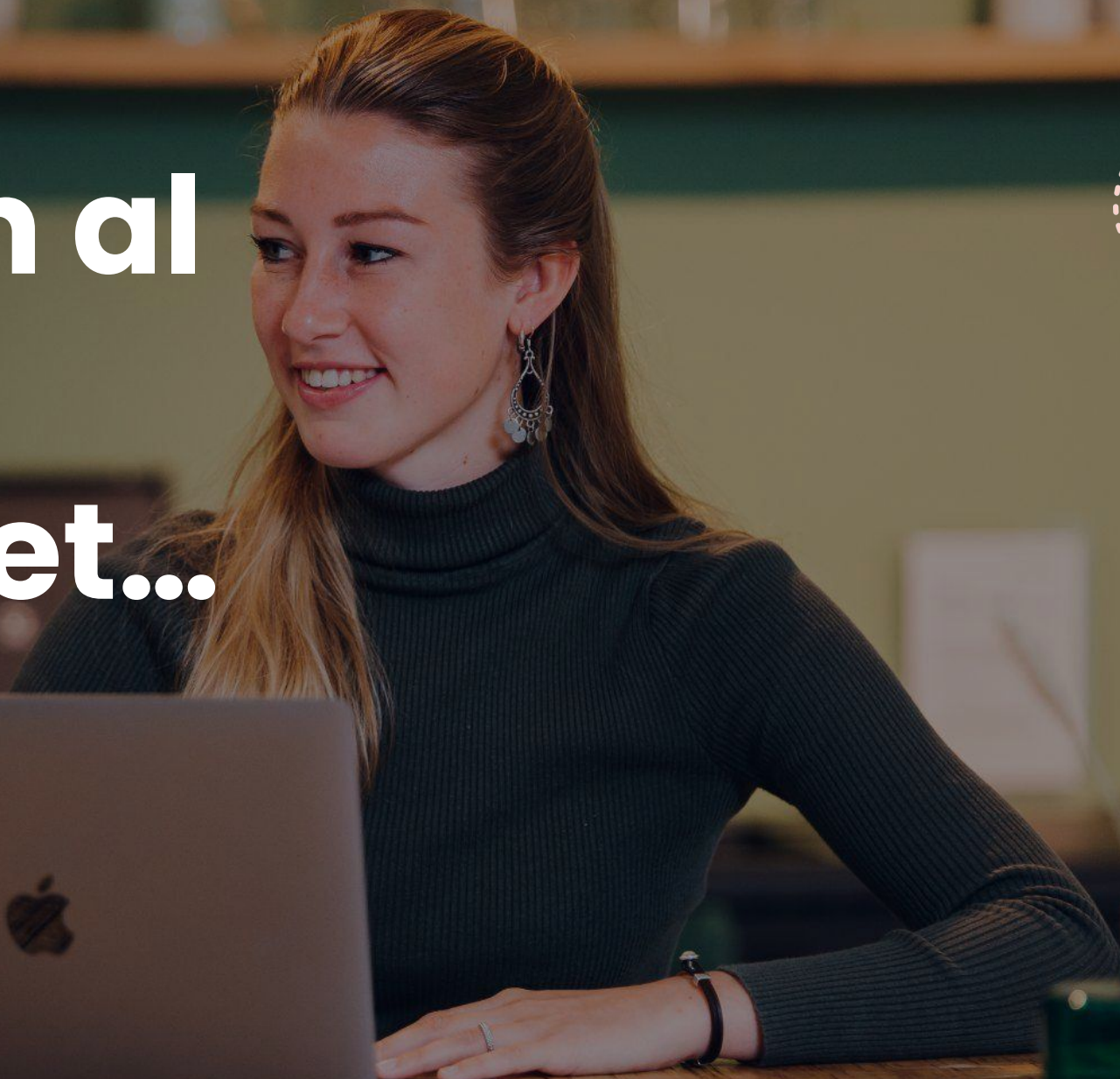
Tips voor in de praktijk

Boekingsproces/ offerte aanvragen

- ✓ Juiste betalingsmethodes zichtbaar per markt.
- Continu volledige reserveringsoverzicht zichtbaar.
- Korte FAQ zichtbaar met veelgestelde vragen die te maken hebben met boeken.
- USPs zichtbaar waarom boeken bij dit bedrijf.
- Stappen zichtbaar (verwachting managen) + vinkje tonen wanneer een stap is voldaan.
- Alleen gegevens vragen die echt nodig zijn voor de boeking (maak het formulier zo kort mogelijk).
- Per stap duidelijke CTA's naar vervolgstap (juiste verwachtingen managen).
- Duidelijk aangeven wat ze kunnen verwachten (Microcopy: bevestigingsmail, betaling .)
- Contact optie aanbieden voor vragen.
- Geen footer en header meer zichtbaar (zo weinig mogelijk afleiding).
- Groene vinkjes wanneer iets is ingevuld (belonen).
- Automatische fill in na postcode en huisnummer (+ grijs maken van vakken die niet ingevuld hoeven worden daardoor).



Morgen al aan de slag met...



Succes cases



CRO

Websiteoptimalisatieproces

210% meer omzet door continue optimalisatie van de website



Situatie

Hoe kan er zo effectief mogelijk online marketing ingezet worden wat resulteert in groei in boekingen en omzet.

Aanpak

Op basis van data verzameling en testen op de website zijn verschillende verbeterpunten doorgevoerd. Er is voor de dataverzameling gebruik gemaakt van de data uit Google Analytics en Hotjar.

Resultaten



Extra omzet

210%



Conversion rate

van 0,22 naar 0,40%



CRO

Websiteoptimalisatieproces

120% stijging in aantal boekingen voor vakantiepark door website optimalisatie



Situatie

Hoe kunnen we in een korte tijd vakantiepark BreeBronne van meer boekingen voorzien vanuit de Duitse markt.

Aanpak

Vanuit de data van Google Analytics en Hotjar zijn er verschillende verbeterpunten aangedragen bij het development team van Libelnet. Er is gekeken waar bezoekers op de website vastlopen, wat de pijnpunten van de website zijn en hoe functionaliteiten beter ingericht kunnen worden.

Resultaten



Bounce percentage Homepage

-15,89%



Boekingen

+120% boekingen



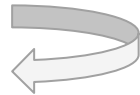
Conversion rate

+26,35%



Vragen? Neem contact op

Download de gratis CRO Whitepaper
Scan de QR code met je telefoon!



Wat kun je in de CRO Whitepaper vinden?

- ✓ Websiteoptimalisatieproces
- ✓ Tips per branche
- ✓ CRO per markt DE, NL, FR, BE
- ✓ Checklist per pagina type
- ✓ Succes cases



Jaimy van Eenennaam
jaimy@redonlinemarketing.nl
030 274 6549