

Hoe Online Deurbeslagshop door tekstoptimalisaties via bol.com omzetgroei realiseerde

SDIM is een data gedreven online marketingbureau. Monitoren, rapporteren en resultaten optimaliseren zijn dagelijkse werkzaamheden. Voor Online Deurbeslagshop is SDIM al enige tijd bezig om de titels en beschrijvingen van producten in bol.com te optimaliseren, welke tot noemenswaardige resultaten hebben geleid.

De vraag: hoe meer omzet realiseren uit bol.com

Online Deurbeslagshop staat, met behulp van SDIM, sinds 2020 op Bol.com met een selectie van haar producten. Echter was de content van deze producten in veel gevallen summier. Aan SDIM de vraag om de content zo te optimaliseren dat er meer verkoop uit bol.com gerealiseerd kon worden.



Online
Deurbeslag
Shop

Inzichten uit bol.com's zoekrends

Keyword targeting, ook wel adverteren op basis van zoekwoorden, is een advertising methode in zoekmachines. Zo ook in de zoekmachine van bol.com.

Via bol.com's eigen keywordtool genaamd 'bol.com zoekrends' is bepaald welke zoekopdrachten en zoektermen het meest relevant zijn voor het aanbod van Online Deurbeslagshop. Met deze inzichten zijn de huidige titels en beschrijvingen van de producten geoptimaliseerd.

Hierdoor vormen de productpagina's niet alleen een betere match met het zoekgedrag van gebruikers, maar worden de producten ook vaker vertoond op het platform.

Win-win: producten in bol.com's eigen Google campagnes

Naast bol.com zoektrends heeft een SEO zoektermenonderzoek tot aanvullende optimalisaties geleid. En niet zonder reden! bol.com adverteert namelijk zelf ook via Google om verkeer binnen te halen. Wanneer producttitels termen bevatten waar binnen Google volume op zit, dan is de kans groter dat bol.com deze producten ook in zijn eigen Google campagnes plaatst.

Al met al zorgen de tekst optimalisaties op meerdere vlakken voor meer zichtbaarheid van de producten.

Resultaten

Om het succes van de tekst optimalisaties aan te tonen, zijn de resultaten van drie willekeurige producten uit bol.com geanalyseerd.

Product 1: Voordeurknop Rond op Rozet Messing Antiek

Dit product is in week 11 geoptimaliseerd en lijkt sindsdien structureel meer verkeer op te leveren.

- Oude titel was: Voordeurknop Rond op Rozet Messing Antiek
- Nieuwe titel is: Voordeurknop Rond op Rozet Messing Antiek Brons – Ronde Voordeurknop – Voordeurknop Antiek – Deurgreep Antiek – Antiek Deurbeslag – Antieke Deurknop

De piek is sinds week 11 hoger dan ooit. Daarbij houdt deze piek nu al twee weken aan, waar de vorige piek slechts éénmalig plaatsvond. Ook is er in week 11 gelijk een order geweest. Dit kan natuurlijk toeval zijn, maar het was voor dit product wel (pas) de tweede order. Nog net wat te kort om echte conclusies te trekken, maar de eerste signalen zijn positief.

Product 2: Deurhaak en vanger klein

Dit is het eerste product dat eind van het jaar is geoptimaliseerd.

- Oude titel: Deurhaak en vanger klein
- Nieuwe titel: Zwarte Deurhaak en vanger klein geschikt voor schuifdeuren – Deurhaak Zwart – Deurhaak Schuifdeur – Deurhaakje Zwart – Deurhaakje en vanger zwart

Ook hier zien we enorme verbeteringen sinds de aanpassingen zijn gedaan. Het verkeer op de pagina is enorm toegenomen en ook het aantal bestellingen ligt duidelijk hoger.

Product 3: Kapstokhaak Met Achterplaat IJzer Wit

Ook dit product is eind van het jaar geoptimaliseerd en ook hier zijn de verschillen duidelijk.

- Oude titel: Kapstokhaak Met Achterplaat IJzer Wit
- Nieuwe titel: Kapstokhaak Met Achterplaat IJzer Wit – Witte Kapstokhaak – Jashaak Wit – Witte IJzeren Kapstokhaak – Witte Haak om Jas op te hangen



Resultaten van product 1, 2 en 3

Additionele winst

Veel learnings lijken niet alleen op het platform van bol.com goed te werken. Veel andere online marketplaces zien dezelfde trends in zoekopdrachten en termen. Om deze reden zijn de opgedane learnings ook in Amazon doorgevoerd en zijn de geoptimaliseerde advertentieteksten inmiddels ook op de eigen website van Online Deurbeslagshop geïmplementeerd.

Structurele optimalisaties om actueel te blijven

Trends komen en gaan, de markt is continu in ontwikkeling en populaire zoekopdrachten veranderen. Hierdoor kun je er niet vanuit gaan dat de geoptimaliseerde teksten succesvol blijven. Om deze reden is besloten de advertentietekst optimalisaties vast onderdeel van de marketingstrategie te maken.