

10 redenen om zoekmachine marketing toe te passen

Nederland is in Europa koploper in internetgebruik met 80% van de huishoudens online (Eurobarometer, 2006). Vrijwel alle consumenten zijn dus online te vinden. Een website is daarom een belangrijk marketinginstrument. Zoekmachines en de daarbij behorende zoekmachine marketing spelen hierbij een belangrijke rol.

10 redenen om te kiezen voor zoekmachine marketing:

- 57% van alle internetgebruikers raadpleegt dagelijks een zoekmachine (Statistical Research Inc., 2006).
- 81% van alle surfers vindt zoekmachines de beste manier om websites te vinden (iP respect, 2006).
- De meeste zoekmachine gebruikers kijken niet verder dan de eerste zoekmachine resultaten (Marketing Sherpa, 2006). Hoog geplaatst staan in de zoekresultaten is dus erg belangrijk.
- Ten opzichte van traditionele marketing campagnes lopen zoekmachine marketing campagnes 24 uur per dag en 7 dagen per week. Een campagne is dus altijd zichtbaar voor internetgebruikers.
- Zoekmachine marketing is de meest effectieve vorm van pullmarketing. Een potentiële klant gaat uit zichzelf op zoek naar een bedrijf, product of dienst op het moment dat zij hieraan toe is en op een plaats waar de stap tot conversie laagdrempelig is.
- 50% van de online aankopen komt tot stand na een zoekopdracht in een zoekmachine (DoubleClick, 2006).
- Anders dan bij traditionele advertenties in bladen is het effect van zoekmachine marketing direct meetbaar.
- Zoekmachine marketing is zonder veel inspanning direct inzetbaar op elk moment en leidt direct tot aantoonbare resultaten in de vorm van meer gerichte bezoekers op een website, die weer leiden tot een hogere conversie.
- Ruim 90% van de top 100 online-adverteerders is slecht vindbaar in zoekmachines (iP respect, 2006). Er zijn dus enorme kansen voor bedrijven in zoekmachine marketing.
- Zoals valt af te lezen uit onderstaande grafiek is zoekmachine marketing de meest kosten efficiënte manier van marketing door gerichte bezoekers (Piper Jaffray, 2006). Gerichte bezoekers zullen sneller tot conversie overgaan, waardoor de kosten per lead laag zijn.

