



Grow Up

Digital Marketing Plan – Flagship Amsterdam

Achtergrond

Doel: verbeteren van de resultaten uit Google Ads, waarbij niet alleen gekeken wordt naar ROAS binnen Ads, maar ook daadwerkelijke boekingen.

Pijnpunten:

- Samenwerking wordt als passief ervaren
- Resultaten staan onder druk
- Optimalisatie mogelijkheden op winstgevendheid

Samenvatting

Huidig account heeft een gemist omzet en rendementspotentieel. Nieuwe structuur is nodig om ads meer winstgevend te maken en meer grip te realiseren op de spend.

Situatie

- Huidige accountstructuur zorgt voor weinig grip
- Er is veel waste en weinig sturing
- Campagnes krijgen niet de juiste signalen

De oplossing

Controle op data

- Tracking nalopen + rechtzetten
- Dan sturen vanuit heldere doelen
- Koppelen business data aan Ads
- Data warehousing

Controle op Google Ads - NB

- Heldere structuur met daarmee minder waste op non-branded, door betere splitsing van branded vs non branded.
- Consolidatie van de campagnes.

Efficiënter en effectiever branded traffic inkopen

- Bespaar tientallen duizenden euro's per jaar
- Maximaliseer de omzet uit branded (tot x2)

Samenvatting

- 1) Er wordt gestuurd op onzuivere data
- 2) Merknaam is de grootste kostenpost en wordt slecht beheerd
- 3) Pmax en AI max kopen duur en irrelevant verkeer in
- 4) Biedstrategieën staan los van de business
- 5) Er zit niemand aan het stuur

1

Deepdive – Flagship Amsterdam

Conversions – conversieacties

Tracking heeft een check nodig + opschoning.

- De primaire conversieactie wordt via GA4 gemeten in Google Ads.
- Is er Server Side Tracking (SST) geïmplementeerd?
- Clicks to call + click to email draaien op zelfde waarde als deze worden meegegeven naar campagnes.

Omdat er momenteel met onzuivere data wordt gestuurd mis je een groot deel van je sturingskracht.

Met de huidige set up kan je tot 30% aan conversiedata missen.

☐		Conversieactie	Conversiebron	Status voor het bijhouden van conversies	Actieoptimalisatie
Aankopen (Standaarddoel van account)					
☐		Flagship Amsterdam (web) purchase	Website (Google Analytics (GA4))	Vereist aandacht	Primair
☐		Amsterdam Boat Experience (ABE) (web) purchase	Website (Google Analytics (GA4))	Geen recente conversies	Secundair
☐		Purchase	Website	Verwijderd	Primair
☐		Transactions (All Web Site Data)	Website (Google Analytics (UA))	Verwijderd	Secundair
Contactmomenten (Standaarddoel van account)					
☐		Click to Call	Website	Actief	Primair
☐		Click to Email	Website	Actief	Primair
☐		Flagship Amsterdam Events - Contactformulier - Ads pixel	Website	Vereist aandacht	Primair
☐		Clicks to call	Door Google gehost	Verwijderd	Primair
☐		Contactmoment (Pagina laden flagshipamsterdam.com/contact)	Website	Verwijderd	Primair
☐		Contactmoment (Pagina laden flagshipamsterdam.com/nl/contact)	Website	Verwijderd	Primair

Conversions – enhanced conversions

Staat nu niet juist ingesteld.

Omdat de enhanced conversies niet staan ingesteld mist Google signalen van potentiële klanten.

Verbeterde conversies

Controleer uw diagnostische gegevens regelmatig om te zorgen dat u conversies correct meet. Diagnostische gegevens zijn alleen beschikbaar voor Google Ads-conversies waarvoor we door gebruikers verstrekte gegevens krijgen. Diagnostische gegevens voor verbeterde conversies worden gerapporteerd in de Pacific-tijdzone (PT).

Urgent

Uw instelling voor verbeterde conversies is niet actief. [Meer informatie over verbeterde conversies](#)

Meldingen filteren op conversieactie:

✓ Alle (1)

Website (1)

Import (0)

!

Geen recente gegevens

Van invloed op 1 conversieactie

Verbeterde conversies heeft in de afgelopen 7 dagen geen gegevens geregistreerd. Er kan iets mis zijn met uw instellingen.

Getroffen conversie

Conversieactie	Actieoptimalisatie	Conversiebron
Flagship Amsterdam Events - Contactformulier - Ads pixel	Primair	TAG

^

Conversions – automatische aanpassingen

Momenteel wordt de manier waarop conversies worden bijgehouden automatisch aangepast. Hierdoor laat je Google automatisch bepalen hoe conversies worden bijgehouden. Hierdoor kan het systeem denken dat er meer wordt verdiend dan er wordt verdiend.

7 aanbevelingstypen 

 **Advertenties en componenten**

☒ Geoptimaliseerde advertentieroulatie gebruiken
Automatisch uw beste advertenties tonen tijdens de veiling. [Meer informatie](#)

☐ Uw responsieve zoekadvertenties verbeteren
Krijg meer klikken op uw responsieve zoekadvertenties door de koppen en beschrijvingen te verbeteren. Kopcomponenten en componenten voor de beschrijvingsregel zijn afkomstig uit uw bestaande content, waaronder de uiteindelijke URL en de componenten in dezelfde advertentiegroep. [Meer informatie](#)

 **Zoekwoorden en targeting**

☐ Overbodige zoekwoorden verwijderen
U kunt uw account makkelijker beheren door overbodige zoekwoorden te verwijderen. [Meer informatie](#)

☐ Zoekwoorden verwijderen die niet worden weergegeven
U kunt uw account makkelijker beheren door zoekwoorden die niet worden weergegeven, te verwijderen. [Meer informatie](#)

☐ Conflicterende uitsluitingszoekwoorden verwijderen
Uw advertenties zijn niet getoond vanwege conflicterende uitsluitingszoekwoorden. Verwijder deze om uw advertenties te tonen. [Meer informatie](#)

☐ Geoptimaliseerde targeting gebruiken
Ontvang meer conversies voor vergelijkbare kosten per conversie. [Meer informatie](#)

 **Meting**

☒ Upgrade de manier waarop u conversies bijhoudt
Schrijf conversies die via meerdere advertentie-interacties plaatsvinden, toe met data-driven attributie. [Meer informatie](#)

Scripts: Wanneer gaan mensen varen?



Als de zon schijnt. Dit heeft naar verwachting een directe impact op de conversieratio, het volume en daarmee aantal verkopen. debestekoffie.nl heeft ooit een Bid by weather script in het account gezet, maar dit werkt niet meer optimaal.

+ Filter toevoegen		Uitvouwen Meer					
Script ↑	Created by	Frequency	Last edit date/time	Last run / preview	Resultaten	Status	Acties
Bid By Weather	info@debestekoffie.nl	Per uur	15 mei 2024 16:33	5 okt 2026 17:57	! <u>Machtigingsfout</u>	● Aangezet	Opties

Het weather-based bidding script is gebaseerd op een legacy Google Ads script en bevat verouderde logica. Dit komt omdat de API van OpenWeatherMap is veranderd en het script nog steeds uit 2015 dateert.

Het weersignaal op Amsterdam is logisch, maar de huidige implementatie via location bid adjustments is niet geschikt voor campagnes die gebruikmaken van Smart Bidding.

Daarnaast runt hij per uur, maar heeft een machtigingsfout.

Account optimalisatie

Ongedaan Opnieuw

Aangepast

1 okt 2025 – 30 sep 2026

<>

Filteren

>>

maken

Filters

Naam van Zoekterm bevat flag

Zoekterm	Kosten	Conversies	Kosten/conv.
flagship amsterdam	€ 29.735,90	2.116,32	€ 14,05
flagship amsterdam	€ 10.557,39	684,61	€ 15,42
flagship	€ 5.550,28	266,96	€ 20,79
flagship cruise amsterdam	€ 2.044,00	150,33	€ 13,60
flagship boat tour amsterdam	€ 1.417,93	112,05	€ 12,65
flagship amsterdam	€ 1.090,72	62,50	€ 17,45
flagship cruises amsterdam	€ 1.047,24	59,45	€ 17,62
flagship amsterdam	€ 852,39	62,00	€ 13,75
flagship amsterdam	€ 711,23	52,00	€ 13,68
Total	€ 70.081,87	4.483,57	€ 15,63

Ongedaan Opnieuw

Aangepast

1 okt 2025 – 30 sep 2026

<>

Filteren

>>

maken

Filters

Naam van Zoekterm bevat geen flag

Toevoegen

Zoekterm	Kosten	Conversies	Kosten/conv.
cookie cruise amsterdam	€ 2.434,26	225,40	€ 10,80
stroopwafel workshop amsterdam	€ 1.884,30	70,68	€ 26,66
boat tour amsterdam	€ 1.580,88	64,03	€ 24,69
amsterdam boat tour	€ 1.132,19	66,85	€ 16,94
boat tour amsterdam	€ 1.040,21	60,16	€ 17,29
cookie cruise amsterdam	€ 1.021,37	74,82	€ 13,65
amsterdam cookie cruise	€ 703,97	58,47	€ 12,04
stroopwafel workshop	€ 512,86	10,72	€ 47,85
stroopwafel making	€ 506,86	11,50	€ 44,07
Total	€ 60.564,51	2.724,65	€ 22,23

Het gross van het budget gaat naar merknaamgerelateerde zoektermen. Deze worden in verschillende campagnes opgevangen. Denk aan search, AI Max, performance max en zelfs non-branded.

Hierdoor heb je, minder grip, meer waste en geen duidelijk inzicht in verbetering.

Bespaar tot €17 tot 51K op jaarbasis door juiste management brandname campagne

Afgelopen jaar ging er €86K naar de brandname campagne. De campagne wordt geoptimaliseerd op een doelvertoningspercentage.

Dit is niet best-practice. Door campagnes te managen met een handmatige CPC en telkens lager te gaan zonder volume verlies kan je tussen de 20% en 60% aan kosten besparen.

Campagnenaam bevat brandname X		Aangepast 1 okt 2025 – 30 sep 2026			
☐ ● Campagne	Campagne-subtype	Campagnetype	Type biedstrategie	Gem. CPC	↓ Kosten
▼ Nog niet afgeronde concepten: 5					
☐ ● Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%)	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	€ 1,19	€ 55.010,19
☐ ● NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	€ 0,89	€ 25.806,11
☐ ⏸ IT- Brandname - Doelvertoning 90% - CPC €2,25	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	€ 0,91	€ 1.728,65
☐ ⏸ ES - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	€ 0,73	€ 1.645,07
☐ 🚩 Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Landingspagina experiment - categorie	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	€ 1,35	€ 1.342,03
☐ 🚩 NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC NL-NL-Brandname - Doelvertoning 95% - Max conversions (exp)	Standaard	Zoeken	Aantal conversies maximaliseren	€ 0,85	€ 36,42
☐ ⏸ DE - Brandname - CPC	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	—	€ 0,00
☐ 🚩 NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% NL - NL Brandname - Max CPC	Standaard	Zoeken	CPC (verbeterd)	—	€ 0,00
☐ 🚩 NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% > MAX CPC	Standaard	Zoeken	Doelvertoningspercentage	—	€ 0,00
☐ 🚩 Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Alle landen - EN - Brandname - CPC Alle landen - MAX CPC	Standaard	Zoeken	CPC (verbeterd)	—	€ 0,00
Totaal: gefilterde campagnes ?				€ 1,06	€ 85.568,48

Brandname optimalisaties

Naast het feit dat er besparingsmogelijkheden liggen in de brandname campagne liggen er ook uitbreidingsmogelijkheden.

Werkelijke vertoningspercentage schommelt tussen 43% - en 78%

Dat betekent dat je mogelijk nog 57 - 22% marketshare op eigenmerknaam verliest.

Dit zijn bijvoorbeeld mensen die zoeken naar Flagship en vervolgens een kaartje kopen bij Canal Cruise Amsterdam.

Verlaging van de CPC door juiste management icm verhogen van het dagbudget gaat helpen om winstgevend te groeien.

		Campagnenaam bevat brandname		Filter toevoegen							
☐	Campagne	waarde	TrueView-weergaven	Verton.	Gem. CPM	↓ Kosten	Conversies	Conv. perc.	Kosten/con	Verton.perc. voor Zoeken	Abs. top-VI zoeknetwerl
☒	Nog niet afgeronde concepten: 5										
☐	Alle landen - EN - Brandname (Doelvet. 98%)	4.447,54	0	19.237	€ 533,19	€ 10.256,98	614,77	8,05%	€ 16,68	78,43%	66,84%
☐	NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC	0.305,32	0	13.231	€ 268,96	€ 3.558,56	146,58	3,71%	€ 24,28	73,40%	65,67%
☐	ES - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC	1.199,57	0	1.347	€ 187,32	€ 252,32	17,00	5,28%	€ 14,84	58,13%	37,87%
☐	IT - Brandname - Doelvertoning 90% - CPC €2,25	1.165,19	0	1.092	€ 208,82	€ 228,03	17,00	8,21%	€ 13,41	43,36%	27,87%
☐	DE - Brandname - CPC	0,00	0	0	—	€ 0,00	0,00	0,00%	€ 0,00	—	—

Merksnaam gelimiteerd

Je merksnaam is gelimiteerd en zo mis je op de Nederlandse klant zo'n 61% van de markt en op de Engelstalige klant zo'n 34% van de markt die op zoek is naar Flagship. Gemiddeld op jaarbasis 50%.

Als die conversies lineair toenemen mis je nu op jaarbasis de helft van de aankopen uit je belangrijkste campagnes.

Niet alleen kan je meer uit het huidige budget halen, je kan ook meer uit de markt halen door er te staan wanneer mensen zoeken.

Verkon.perc voor Zoeker	Verloren VP voor Zoeken (budget)
64,01%	28,56%
31,84%	64,09%
—	—
44,61%	49,98%
14,81%	17,42%

Campagne	Budget	Status	Type biedstrategie	Conversies	↓ Kosten	Conv.waard	Conv.waard	Kosten/conv	Verkon.perc voor Zoeker	Verloren VP voor Zoeken (budget)
▼ Nog niet afgeronde concepten: 5										
☒ ● Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%)	€ 220,00/dag	Geschied (beperkt) Bodinstelling beperkt	Doelvertoningsp	194,48	€ 3.301,51	11.052,60	3,35	€ 16,98	63,76%	33,39%
☐ ● EN - EN - Canal Cruises - AI Max	€ 100,00/dag	Geschied (beperkt) Beperkt door budget	Aantal conversies maximaliseren	122,44	€ 2.224,00	7.203,02	3,24	€ 18,16	10,85%	20,46%
☒ ▲ Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Landingspagina experiment - categorie	€ 220,00/dag	Geschied	Doelvertoningsp	105,00	€ 1.783,27	6.293,30	3,53	€ 16,98	68,67%	27,37%
☐ ● NL - EN - Canal Cruises - Conv. Max	€ 50,00/dag	Geschied (beperkt) Beperkt door budget	Aantal conversies maximaliseren	72,93	€ 1.359,27	4.777,48	3,51	€ 18,64	19,28%	18,07%
☒ ● NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC	€ 40,00/dag	Geschied (beperkt) Bodinstelling beperkt	Doelvertoningsp	52,00	€ 1.158,82	2.840,85	2,45	€ 22,29	37,83%	61,10%

Campagne instellingen – biedstrategieën

De biedstrategieën die staan ingesteld werken niet optimaal

Veelal wordt er gestuurd op het maximaliseren van conversies, dat terwijl het aantal conversies voldoende zijn voor een upgrade.

Bijvoorbeeld > een doel CPA of een ROAS doelstelling.

Koppel je business doelen aan je campagnes

- Wat levert een klant op?
- Wat is de max CAC per klant?

En stuur hier vervolgens op. Bij Flagship wil je dit wellicht ook koppelen aan capaciteit.

☐ ● Campagne	Status	Type biedstrategie	Conversies
▼ Nog niet afgeronde concepten: 5			
☐ ● Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%)	Geschikt (beperkt) Bodinstelling beperkt	Doelvertoningsp	204,48
☐ ● EN - EN - Canal Cruises - AI Max	Geschikt	Aantal conversies maximaliseren	119,94
☐ Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Alle landen - EN - Brandname - (Doelvet. 98%) Landingspagina experiment - categorie	Geschikt	Doelvertoningsp	93,00
☐ ● NL - EN - Canal Cruises - Conv. Max	Geschikt (beperkt) Beperkt door budget	Aantal conversies maximaliseren	78,93
☐ ● NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max CPC	Geschikt (beperkt) Bodinstelling beperkt	Doelvertoningsp	51,00
☐ ● EN - EN - Canal Cruises - Conv. Max	Geschikt (beperkt) Beperkt door budget	Aantal conversies maximaliseren	44,57
☐ ● NL - EN - Performance Max - Conv. Max	Niet geschikt Merchant Center-account is niet meer gekoppeld	Aantal conversies maximaliseren	32,00
☐ ● NL - NL - Waffle Experience - Non-branded - Conv. Max	Geschikt (beperkt) Beperkt door zoekvolume	Aantal conversies maximaliseren	18,45
☐ ● NL - EN - Performance Max - Maps focused	Geschikt (beperkt) 40% producten zijn afgekeurd Beperkt door budget	Conversiewaard maximaliseren	615,00

Non branded – campagne structuur

		Zoekwoord		Status	Conversies	Kosten/conv.	Uiteindelijke URL	↓ Klikken	Verton.	CTR	Gem. CPC	Kosten
Totaal: zoekwoorden in uw huidige ...					1.003,27	€ 20,54		19.211	247.927	7,75%	€ 1,07	€ 20.606,94
		amsterdam canal wine and cheese	Breed zoeken	Geschied	64,73	€ 30,05	https://flagshipamsterdam.com/public-cruises/saloon-boat-canal-cruise-with-cheese/	2.398	37.582	6,38%	€ 0,81	€ 1.945,21

Het idee:

mensen zoeken naar Amsterdam canal wine and cheese

- Vervolgens landen ze op de boekingspagina van de canal cruise van de saloon boot
- Match
- Koopt een ticket

Realiteit:

Je trekt vooral verkeer wat zoekt naar een boat tour near me of canal tour

- Vervolgens landen deze mensen op een specifieke saloon boot
- Haken af

	Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	↓ Klikken
Totaal: gefilterde zoektermen				1.431
☒	boat tour near me	Breed zoeken	Geen	274
☒	boat tours near me	Breed zoeken	Geen	79
☒	canal tour	Breed zoeken	Geen	42
☐	wine and cheese cruise amsterdam	Exacte overeenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	30
☐	cheese and wine cruise amsterdam	Exacte overeenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	29
☒	canal cruise near me	Breed zoeken	Geen	28
☒	cruise near me	Breed zoeken	Geen	26
☐	wine and cheese boat tour amsterdam	Exacte overeenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	25
☒	boat tour	Breed zoeken	Geen	19

Campagne instellingen – Locaties

Wat is de gedachte achter vindbaar zijn op je merknaam voor deze specifieke landen?

Waarom niet wereldwijd?

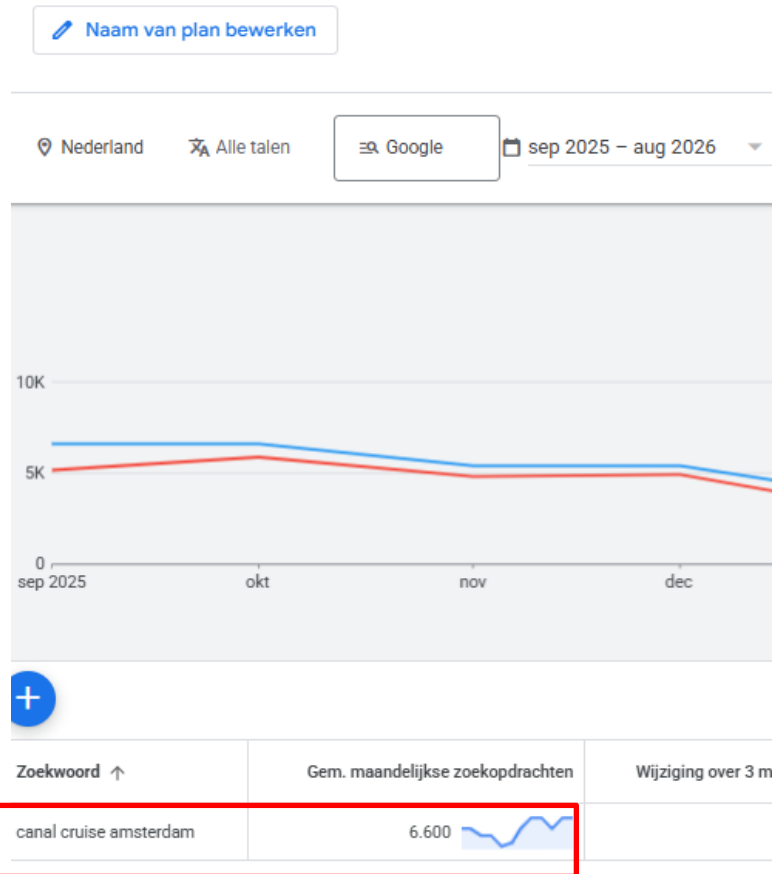
Locaties selecteren voor deze campagne ?

- ☐ Alle landen en gebieden
- ☐ Nederland
- ☒ Voer een andere locatie in

Locaties (9)	Bereik ?	ⓧ	▲
België land	12.100.000	ⓧ	
Canada land	42.300.000	ⓧ	
Denemarken land	5.470.000	ⓧ	
Ierland land	5.720.000	ⓧ	
Nederland land	37.000.000	ⓧ	
Verenigd Koninkrijk land	67.700.000	ⓧ	▼
Ierland land	5.720.000	ⓧ	▲
Nederland land	37.000.000	ⓧ	
Verenigd Koninkrijk land	67.700.000	ⓧ	
Verenigde Staten land	322.000.000	ⓧ	
Zweden land	10.600.000	ⓧ	
Zwitserland land	11.700.000	ⓧ	▼

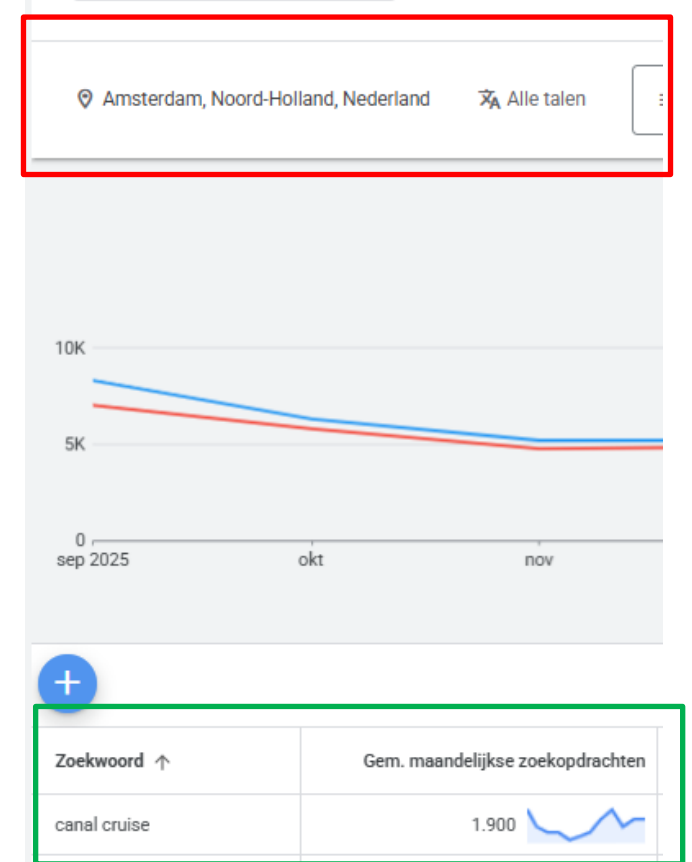
Campagne set up – 30% meer vindbaarheid

☐	☒	outdoor activiteiten amsterdam
☐	☒	amsterdam canal wine and cheese
☐	☒	"amsterdam canal tour"
☐	☒	"amsterdam boat tours"
☐	☒	"boat tour amsterdam"
☐	☒	"amsterdam boat ride"
☐	☒	"amsterdam boat cruises"
☐	☒	outdoor activities amsterdam
☐	☒	"amsterdam boat tour"
☐	☒	"boat trips amsterdam"
☐	☒	"amsterdam boat trips"
☐	☒	"boat trip amsterdam"
☐	☒	"amsterdam canal tours"
☐	☒	"canal cruise in amsterdam"
☐	☒	"amsterdam river cruise"
☐	☒	"boat cruise amsterdam"



Er draait nu een search campagne gericht op heel NL met zoekwoorden zoals: **[boat tour amsterdam] [zoekwoord +amsterdam]**

Hiermee mis je mensen die **in** amsterdam zoeken naar bijv. **[boat tour]**. Dit is een significant deel van de markt (ongeveer 30%).



Branded & affiliates



Campagne: NL - NL - Brandname - Doelvertoning 98% - Max... X

Filter toevoegen

Zoeken ▼

Segment

Domein van zichtbare URL	↓ Vertoningspercentage	Overlappercentage	Percentage hogere positie	Percentage bovenaan pagina	Abs. pctg. bovenaan pg.
U	31,96%	—	—	94,07%	86,16%
getyourguide.com	26,84%	19,33%	11,87%	78,00%	20,03%
viator.com	< 10%	8,55%	9,02%	61,36%	8,65%
tiqets.com	< 10%	14,84%	6,49%	69,99%	4,92%
lovers.nl	< 10%	14,74%	2,33%	60,71%	1,90%
tours-tickets.com	< 10%	5,91%	3,80%	56,30%	6,71%
canal-cruise-amsterdam.com	< 10%	15,76%	5,30%	72,45%	3,34%

Je top concurrenten op je merknaam zijn

- Getyourguide
- Viator
- Tiqets.com

Dit zijn allemaal affiliate sites die voor jullie klanten binnenhalen. Omdat je beide in de veiling zit drijf je de kosten omhoog en is er sprake van kannibalisatie.

Welke afspraken zijn er met affiliates?

Hoe werkt bid management in performance max?

Bidding

Maximise conversion value

☒ Set a target return on ad spend (optional)

Target ROAS ?

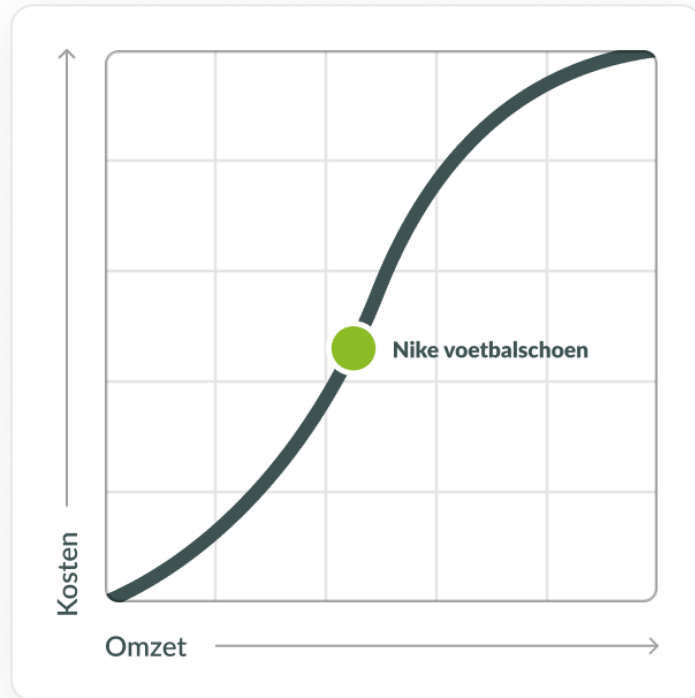
800 %

[Change bid strategy](#) ?

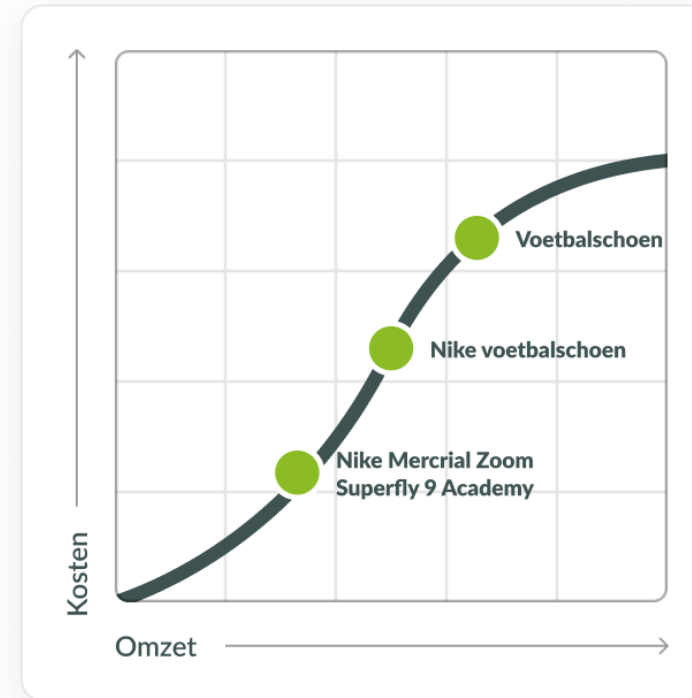
Doel ROAS omhoog of omlaag

Dagbudget omhoog of omlaag

Bid management



Hoger of lagere doelROAS



Hoger bod of Lagere doelROAS

Performance max – verkapt brandname

Rechts zijn zoektermen die in de performance max campagnes worden getriggerd die net zo goed in de merknaamcampagne getriggerd zouden moeten worden.

Waarom is dit een probleem

- Je betaalt relatief meer voor je branded verkeer
- De campagne resultaten raken skewed. Merknaamverkeer converteert beter, waardoor de campagne onterecht denkt dat het beter presteert.
- Die conversies had je wellicht anders ook gehad.

☐ Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	Kosten	Gem. CPC	Conversies	Kosten/conv.
☐ flagship	Performance Max	Geen	€ 477,14	€ 0,72	28,85	€ 16,54
☐ flagship cruises	Performance Max	Geen	€ 170,43	€ 1,25	15,97	€ 10,67
☐ flagship cookie cruise	Performance Max	Geen	€ 79,09	€ 0,79	7,00	€ 11,30
☐ flagship near me	Performance Max	Geen	€ 12,51	€ 0,16	0,00	€ 0,00
☐ flagship bike tours	Performance Max	Geen	€ 58,28	€ 1,17	1,00	€ 58,28
☐ flagship stroopwafel experience	Performance Max	 Uitgesloten	€ 65,32	€ 1,87	5,50	€ 11,88
☐ cookie cruise flagship	Performance Max	Geen	€ 6,74	€ 0,37	1,00	€ 6,74
☐ flagship dinner cruise	Performance Max	Geen	€ 9,75	€ 0,61	0,00	€ 0,00
☐ flagship tour	Performance Max	Geen	€ 23,31	€ 1,79	1,00	€ 23,31
☐ flag boat amsterdam	Performance Max	Geen	€ 16,77	€ 1,40	0,00	€ 0,00

Merkuitsluitingen

Sluit merken uit, zodat uw advertenties niet worden getoond bij zoekopdrachten waarin deze merken worden vermeld. [Meer informatie over merkuitsluitingen](#)



Merkenlijsten toevoegen



Shopping-advertenties toestaan bij zoekopdrachten die uitgesloten merken vermelden

[Annuleren](#)

[Opslaan](#)

AI Max underperformed

Momenteel gaat er €25K naar AI Max. Terwijl de resultaten in de AI max niet duiden op het inkopen van relevant verkeer. Naast merknaam, waar je al vertoond wordt worden er vooral brede termen getriggerd zoals

- Stroopwafel
- Museum near me
- Central station
- Tulip near me
- Anne frank near me
- Make your own stroopwafels Amsterdam

☐ Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	Advertentiegroep	↓ Klikken
Totaal: gefilterde zoektermen				3.477
☐ koekemantje boot	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	56
☐ amsterdam	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	47
☐ bike rental near me	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	47
☐ stroopwafel workshop amsterdam	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	44
☐ waffle experience amsterdam	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	39
☐ stroopwafel	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	37
☐ museum near me	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	36
☐ stroopwafel amsterdam	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	36
☐ waffle near me	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	36
☐ make your own stroopwafels amsterdam	AI Max	Geen	EN - EN - CC AI Max	33
☐ paintball amsterdam	AI Max	 Toegevoegd /  Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	31
☐ central station	AI Max	Geen	EN - EN - CC AI Max	29
☐ central station near me	AI Max	Geen	EN - EN - CC AI Max	29
☐ waffle experience	AI Max	Geen	EN - EN - CC AI Max	28
☐ amsterdam centraal station amsterdam	AI Max	 Uitgesloten	EN - EN - CC AI Max	25
☐ tulip near me	AI Max	Geen	EN - EN - CC AI Max	25
☐ anne frank near me	AI Max	Geen	EN - EN - CC AI Max	24

Pmax – het compensatiemodel

Pmax en AI Max zijn campagnetypes die werken op gemiddeldes en geven weinig sturingsmechanismen.

Hierdoor ontstaat een compensatiemodel.

Wat gebeurt er?

- Brandname traffic wordt in deze campagnes duur ingekocht. (hogere CPC). Maar dat converteert goed.
- Vervolgens gaat hij spenden op onnodige zoekwoorden en betaalt je soms tot wel €20 per klik (zie afbeelding)

Onze aanpak zorgen we voor de juiste guardrails waarmee je gemiddeld 20% per klik bespaart op je ad spend. Op jaarbasis gaat het hier om ongeveer €40.000.

Als je dat herinvesteert ga je nog harder.

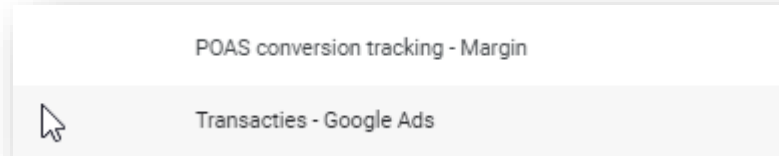
☐ Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	Campagne	Advertentiegroep	↓ Gem. CPC
Totaal: gefilterde zoektermen					€ 0,94
☐ sac art amsterdam	Performance Max	Geen	NL - EN - Performance Max - Conv. Max	—	€ 19,73
☐ tulip tours holland	AI Max	Geen	EN - EN - Canal Cruises - AI Max	EN - EN - CC AI Max	€ 12,94
☐ amsterdam boat events	Woordgroepovername (sterk gelijkende variant)	Geen	EN - EN - Canal Cruises - Conv. Max	EN - EN - Canal Cruises	€ 12,83
☐ classic boat tour	Performance Max	Geen	NL - EN - Performance Max - Conv. Max	—	€ 12,26
☐ cruise like a local	Woordgroepovername (sterk gelijkende variant)	Geen	EN - EN - Canal Cruises - AI Max	EN - EN - CC AI Max	€ 11,75
☐ paddle boat amsterdam	Woordgroepovername (sterk gelijkende variant)	Geen	EN - EN - Canal Cruises - AI Max	EN - EN - CC AI Max	€ 9,50
☐ cocktail workshop	AI Max	Geen	EN - EN - Canal Cruises - AI Max	EN - EN - CC AI Max	€ 9,29
☐ amsterdam corporate events	Exacte overeenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Events - EN NL	Team Events	€ 9,01
☐ corporate event agency amsterdam	Woordgroepovername (sterk gelijkende variant)	Geen	Events - EN NL	Team Events	€ 8,96
☐ lovely boats amsterdam	Woordgroepovername (sterk gelijkende variant)	Geen	EN - EN - Canal Cruises - AI Max	EN - EN - CC AI Max	€ 8,54
☐ hop on off amsterdam	Performance Max	Geen	NL - EN - Performance Max - Conv. Max	—	€ 8,53
☐ team building activities in amsterdam	Exacte overeenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Events - EN NL	Algemeen	€ 8,25
☐ rijksmuseum boat	Performance Max	Geen	NL - EN - Performance Max - Conv. Max	—	€ 7,92
☐ river cruise amsterdam	Woordgroepovername (sterk gelijkende variant)	Geen	EN - EN - Canal Cruises - Conv. Max	EN - EN - Canal Cruises	€ 7,55

Meer grip op je marge door POAS implementatie

Indien er marge verschillen zitten op verschillende boekingen. Implementeer POAS naast ROAS.

Het kan zijn dat iemand op een hoge marge vaart klikt, en uiteindelijk een laag marge vaart koopt.

Door een extra conversie aan te maken waarin je je margedata doorgeeft krijg je deze data inzichtelijk en kan je **de winst verhogen**



Product marge	Transacties	Ad spend	Omzet	ROAS	Winst
Groep A (30%)	100	€1.000	€7.000	700%	€1.100
Groep B (40%)	100	€1.000	€5.500	550%	€1.500
Groep C (50%)	100	€1.000	€4.000	400%	€2.000

2 | Amsterdam Boat Experience

Conversies – set up

Veel oude conversies staan nog ingesteld als primair. Conversies moeten worden opgeschoond en worden gecontroleerd.

☐		Conversieactie	Conversiebron	Status voor het bijhouden van conversies	Actieoptimalisatie
Aankopen (Standaarddoel van account)					
☐		Transactions (Hoofdweergave)	Website (Google Analytics (UA))	Geen recente conversies	Secundair
☐		Amsterdam Boat Experience - GA4 (web) purchase	Website (Google Analytics (GA4))	Geen recente conversies	Secundair
☐		Amsterdam Boat Experience (ABE) (web) purchase	Website (Google Analytics (GA4))	Geen recente conversies	Primair
Offertes aanvragen (Standaarddoel van account)					
☐		Offerte aanvraag - Via GTM	Website	Actief	Primair
☐		ABE Offerte aanvraag - via GTM	Website (Google Analytics (GA4))	Verwijderd	Primair
Anders (Standaarddoel van account)					
☐		Koningsdag 2023 (Hoofdweergave)	Website (Google Analytics (UA))	Geen recente conversies	Secundair
☐		Amsterdam Boat Experience - GA4 (web) koningsdag_2023	Website (Google Analytics (GA4))	Geen recente conversies	Primair
Contactmomenten					
☐		Clicks to call	Door Google gehost	Actief	Primair
☐		Click to Call	Website	Actief	Secundair
☐		Click to Email	Website	Actief	Secundair

Pmax – verkapte merknaam campagne

In eerste instantie lijkt het je best presterende campagne.

☐ ● Campagne	Budget	Status	Optimalisaties	Campagnetype	Type biedstrategie	Kosten/con	Conv.waard	↓ Kosten
▼ Nog niet afgeronde concepten: 5								
☐ ● NL- EN - Performance Max - Arrangementen	€ 40,00/dag	Geschikt (beperkt) Alle componentgroepen worden beperkt door het beleid Beperkt door budget	89,6%	Performance Max	Aantal conversies maximaliseren	€ 84,22	20.302,75	€ 7.949,85
☐ ● NLNL - Arrangementen	€ 20,00/dag	Geschikt Sommige advertenties worden beperkt door het beleid	62,1%	Zoeken	Aantal conversies maximaliseren	€ 165,68	9.917,31	€ 7.002,24
☐ ● NLNL - Brandname (handmatig cpc)	€ 25,00/dag	Geschikt (beperkt) Beperkt door biedstrategie	72,2%	Zoeken	Handmatige CPC	€ 193,53	5.463,11	€ 3.858,59
☐ ● NLEN - Arrangementen	€ 10,00/dag	Geschikt (beperkt) Meeste advertenties worden beperkt door het beleid	65%	Zoeken	Aantal conversies maximaliseren	€ 204,49	1.320,91	€ 2.027,72

Pmax – verkapte merknaam campagne

Tot je gaat kijken waar de conversies vandaan komen.

Dan lijken de resultaten vooral geskewed door het niet-uitsluiten van de merknaam.

Waardoor je meer betaalt voor het verkeer op je merknaam.

☐	Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	Kosten	↓ Klikken	Conversies	Kosten/conv.
☒	amsterdam boat experience	Performance Max	Geen	€ 430,09	523	8,00	€ 53,76
☒	boat experience amsterdam	Performance Max	Geen	€ 52,26	51	0,00	€ 0,00
☐	canal cruise amsterdam	Performance Max	Geen	€ 86,74	49	0,00	€ 0,00
☐	light festival amsterdam	Performance Max	Geen	€ 13,39	44	0,00	€ 0,00
☐	canal tour amsterdam	Performance Max	Geen	€ 101,95	36	1,00	€ 101,95
☐	koekemantje rondvaart	Performance Max	⛔ Uitgesloten	€ 14,34	35	0,03	€ 478,91
☐	koekjes boot amsterdam	Performance Max	Geen	€ 22,17	32	0,21	€ 103,34
☐	boat experience	Performance Max	Geen	€ 29,52	29	1,00	€ 29,52
☐	titanic amsterdam boat experience	Performance Max	Geen	€ 11,93	27	0,00	€ 0,00
☐	amsterdam canal cruise	Performance Max	Geen	€ 39,73	25	0,00	€ 0,00
Totaal: zoektermen ?				€ 2.743,59	3.166	30,03	€ 91,36

En je soms wel €9 betaalt voor een Non branded klik

☐	Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	↓ Gem. CPC	Kosten
☐	amsterdam canal tickets	Performance Max	Geen	€ 9,24	€ 9,24
☐	night tour amsterdam	Performance Max	Geen	€ 6,33	€ 18,99
☐	tulip cruise amsterdam	Performance Max	⛔ Uitgesloten	€ 5,99	€ 11,98
☐	amsterdam canal night cruise	Performance Max	Geen	€ 5,15	€ 5,15

Instellingen – NLNL arrangementen

Het account heeft relatief weinig conversievolume en staat met een laag dagbudget aan.

Hierdoor bouw je te weinig op om goed te sturen.

Kosten per conversie die oploopt tot €750 euro

Is dit nog winstgevend?

Budget	€ 20,00/dag								▼
Conversiedoelen	Accountstandaard: Aankopen, Anders en nog 1								▼
Bieden	Aantal conversies maximaliseren								▼
 	Zoekwoord	Zoektype	Advertentiegroep	Status	Conversies	Kosten/con	Kosten		
☐ 	"boot huren"	Woordgroepen	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	19,72	€ 174,76	€ 3.445,83		
☐ 	[borrelboot amsterdam]	Exacte zoekwoorden	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	15,38	€ 76,26	€ 1.172,54		
☐ 	[boot huren amsterdam]	Exacte zoekwoorden	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	9,54	€ 105,78	€ 1.008,77		
☒ 	"boot huren"	Woordgroepen	Drinks, Burger en BBQ	Geschied	2,30	€ 341,93	€ 787,05		
☐ 	"bbq boot"	Woordgroepen	Drinks, Burger en BBQ	Geschied	6,57	€ 109,34	€ 718,06		
☐ 	"boot huren amsterdam"	Woordgroepen	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	4,78	€ 160,93	€ 768,81		
☒ 	"privé rondvaart amsterdam"	Woordgroepen	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	1,01	€ 748,30	€ 753,73		
☒ 	"prive boot amsterdam"	Woordgroepen	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	2,62	€ 276,23	€ 723,06		
☒ 	[privé rondvaart amsterdam]	Exacte zoekwoorden	Pizza, Drinks en Borrel	Geschied	3,00	€ 229,93	€ 690,68		
☐ 	[bbq boot]	Exacte zoekwoorden	Drinks, Burger en BBQ	Geschied	3,07	€ 94,49	€ 289,85		

Instellingen – NLNL arrangementen

Verkeer gaat vooral naar rederij T smidtje.

☐ Zoekterm	Zoektype	Toegevoegd/uitgesloten	Advertentiegroep	↓ Klikken
☐ smidtje amsterdam	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	16
☐ prive rondvaart amsterdam light festival	Woordgroepen	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	11
☐ prive boot amsterdam light festival	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	11
☐ amsterdam boat experience salonboot	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	6
☐ rederij het smidtje	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	5
☐ prive rondvaart amsterdam met diner	Woordgroepen	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	4
☐ belle epoque boot	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	4
☐ t smidtje amsterdam	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	4
☐ privé rondvaart amsterdam 6 personen	Woordgroepen	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	3
☐ amsterdam boat experience b v	Woordgroepovereenkomst (sterk gelijkende variant)	Geen	Pizza, Drinks en Borrel	3

Campagne management tijdens hoog seizoen

Ongeveer 2x per maand

- September 2x
- Augustus 3x
- Juli 3x
- Juni 2x
- Mei 0x

☐ Gebruiker/datum en tijd ↓	Tool	Wijziging	Campagne
☐ ...y.nl 25 aug 2026, 14:05:10 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ Campagnecomponent gewijzigd ✓ Campagnecomponent gewijzigd ✓ Campagnecomponent gewijzigd ✓ 1 item van het type responsieve zoekadvertentie gewijzigd ✓ Campagnecomponent gewijzigd ✓ Campagnecomponent gewijzigd	NLEN - Arrangementen NLEN - Arrangementen NLEN - Arrangementen NLEN - Arrangementen NLEN - Arrangementen NLEN - Arrangementen
☐ ...y.nl 10 aug 2026, 10:36:31 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 budgetbedrag verlaagd	NLNL - Arrangementen
☐ ...y.nl 30 jul 2026, 09:16:48 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 budgetbedrag verhoogd	NLNL - Arrangementen
☐ ...y.nl 30 jul 2026, 09:14:45 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 budgetbedrag verhoogd	NL - EN - Performance Max - Arrangementen
☐ ...y.nl 20 jul 2026, 15:11:29 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	Conversie Offerte aanvraag - Via GTM: conversiewaarde gewijzigd van '€ 1,00, als er geen waarde wordt geleverd in de tag' in '€ 613,00'	
☐ ...y.nl 7 jul 2026, 12:57:59 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 maximum-CPC van advertentiegroep verlaagd	NLNL - Brandname (handmatig cpc)
☐ ...y.nl 1 jul 2026, 10:24:53 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 budgetbedrag verhoogd	NLNL - Brandname (handmatig cpc)
☐ ...y.nl 1 jul 2026, 10:23:58 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 maximum-CPC van advertentiegroep verhoogd	NLNL - Brandname (handmatig cpc)
☐ ...y.nl 1 jul 2026, 10:23:50 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 zoekwoordgroep onderbroken	NLNL - Brandname (handmatig cpc)
☐ ...y.nl 1 jul 2026, 10:23:35 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 maximum-CPC van advertentiegroep verhoogd	NLNL - Brandname (handmatig cpc)
☐ ...y.nl 1 jul 2026, 10:22:59 Wijzigingen kunnen niet ongedaan worden gemaakt	Webclient (handmatig)	✓ 1 maximum-CPC van advertentiegroep verhoogd	NLNL - Brandname (handmatig cpc)

3 | Roadmap

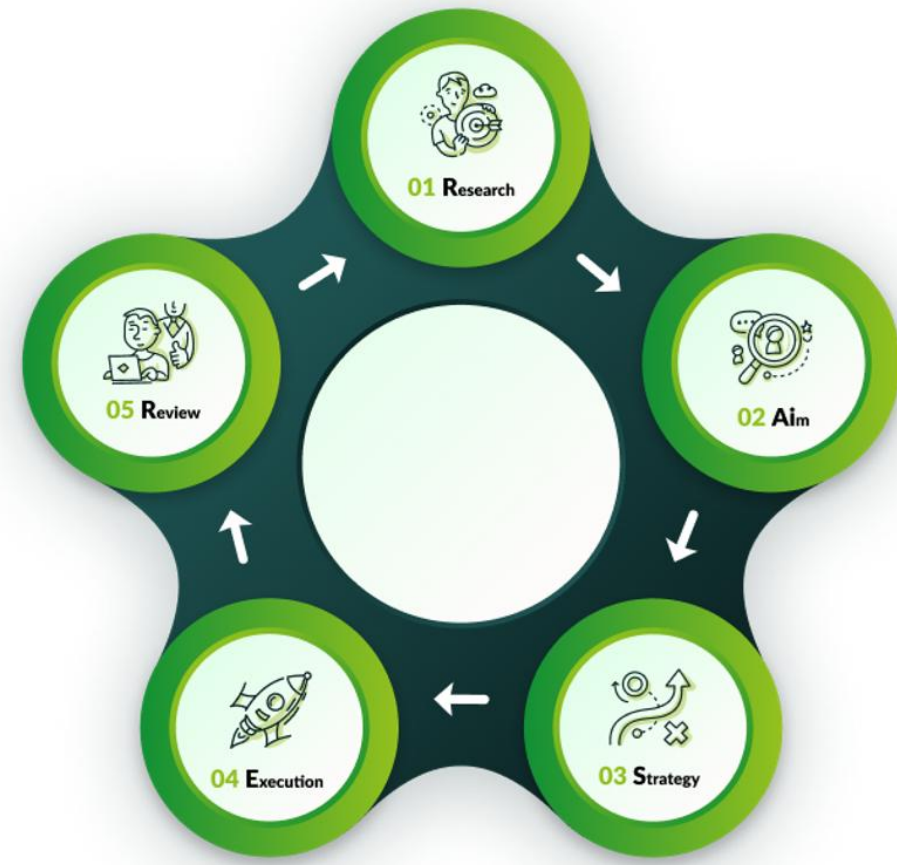
30 dagen roadmap

Proces

- *Formaliseren samenwerking*
- *Toegang tot alle systemen*
- *Plannen van een kick-off en communicatieritme*

Set-up

- *Uitgebreide analyse mbt accountstructuur search voor beste set-up*
- *Data en tracking audit*
- *Indien nog niet gedaan implementatie SST en Data Warehousing (koppelen alle databronnen).*
- *Verantwoordelijk over ad accounts vanaf dag 1*
- *Herstructureren ad accounts account obv audit & best practices en onderzoek*
- *(mogelijk) bouwen agentic SEO flow voor content productie*
- *(mogelijk) technische SEO audit + adviestraject*
- *(mogelijk) linkbuilding*
- *(mogelijk) ChatGPT ads en LLM optimalisaties*



Roadmap – 30 - 90 dagen

Opschalen wat werkt

- Zorgen dat ABE en Flagship niet elkaar kannibaliseert
- Meer grip op de merknaam (CPC verlaging)
- Meer grip op de merknaam (geen budget limitaties)
- Uitbreiden campagnestructuur
- (mogelijk) Implementatie POAS
- Data design - dashboarding
- Verbeteren technische elementen en content voor SEO/GEO
- GEO ads
- GEO en SEO optimalisatie

Strategy

- Inzichten en learnings eerste periode

Wat is success na 90 dagen?

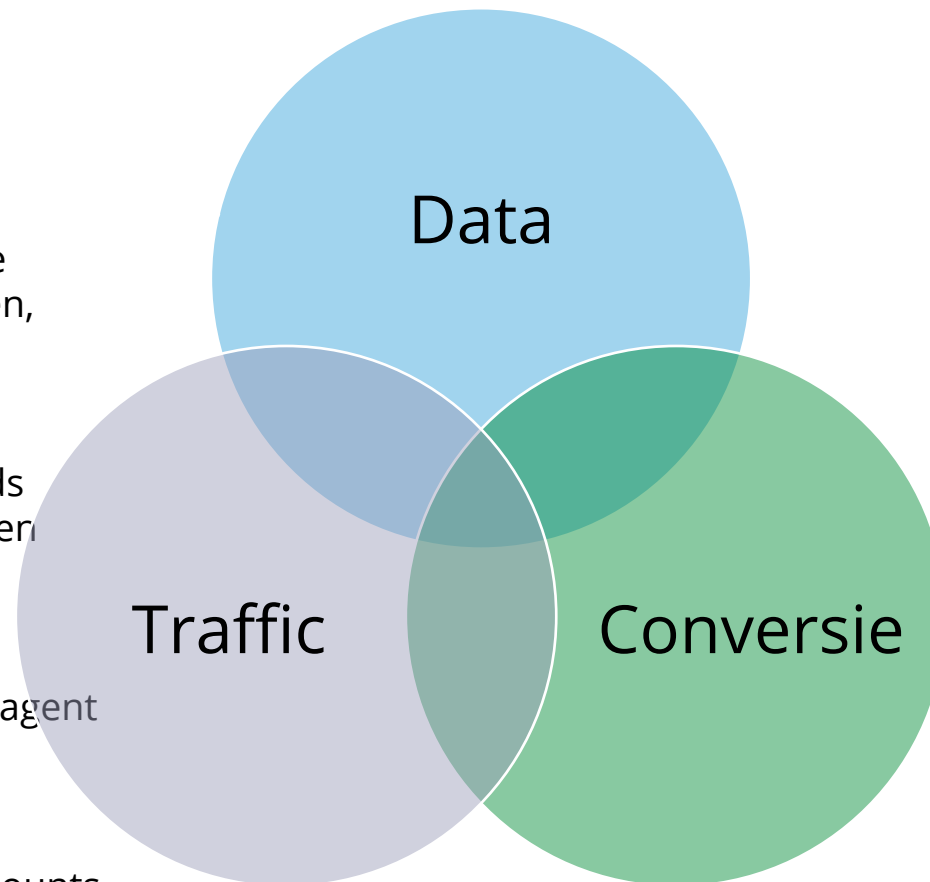
- Direct een positieve impact op de verhouding van de Kosten en omzet. Meer controle op het account, minder waste en betere winstgevendheid. Daarnaast direct inzicht in wat werkt.

Test-Learn-Scale Method



Mogelijke aanpak Flagship Amsterdam

- 1 Data implementatie en inrichting meetinstrumenten (SST, Data warehousing)
- 2 Strategiesessie en kick-off
- 3 Onderzoek: N-gram analyse converterende zoekwoorden, markt, site etc.
- 4 Inrichten van het Google Ads account op basis van audit en best practices
- 5 (mogelijk) Bouwen van een agent voor Agentic SEO
- 6 Optimalisatie van de Ad accounts binnen target KPI's



- 7 Technische SEO audit + onderzoek + clustering + roadmap
- 8 Uitvoeren on- offpage optimalisaties
- 9 (mogelijk) UX advies/ optimalisaties



Grow Up

Over ons

In 2019, Grow Up Digital was founded with a laser focus of becoming the best performance marketing agency in the Netherlands.

- Founded in 2019
- 15 specialists
- >100 opdrachtgevers
- Top 3 global PPC agency (2024)



For the second time, Grow Up is growing out of its office and the team of 15 specialists is moving to the Joop Geesinkweg in Amsterdam

Oktober 2022

Dutch Search Awards '22

Crow Up Digital is honorably named for the first time as one of the three best agencies in the Netherlands

December 2022

EUROPEAN 2023 SEARCH AWARDS FINALIST

Mentioned as a finalist in Lisbon during the European Search Awards 2023

September 2022

FD Gazellen 2023

Crow Up is one of the fastest growing companies in the Netherlands

September 2023

GLOBAL 2024 SEARCH AWARDS FINALIST

CrowUp has been nominated for 7 Global Search Awards in 2024. Fingers crossed!

June 2024

2019

Founded by Erwin, Marco & Peter

Dutch Search Awards '20

For the first time, Grow Up is competing for prizes at the Dutch Search Awards

December 2020



As a newcomer, a mention in the absolute top of the FONK 150 best agencies in the Netherlands, with an average customer score of 9.2

November 2022



As a newcomer in the Emerge 100, an honorable mention in the 2nd place of the best digital marketing agencies.

April 2023



After winning a Global Search Award in Paris, GrowUp can call itself an Award Winning Agency for the first time

Juli 2023



After winning a Global Search Award, GrowUp also wins a European Search Award in Prague

May 2024

Merken waar we voor werken

B2B & SAAS



INDUSTRY



LOCAL



CLUB PELLIKAAN



PUBLIC



Nederlands
Philharmonisch
Orkest
Nederlands
Kamerorkest

FRANCHISE



B2C/INTERNATIONAL



PETROL INDUSTRIES



Anna Servies



1



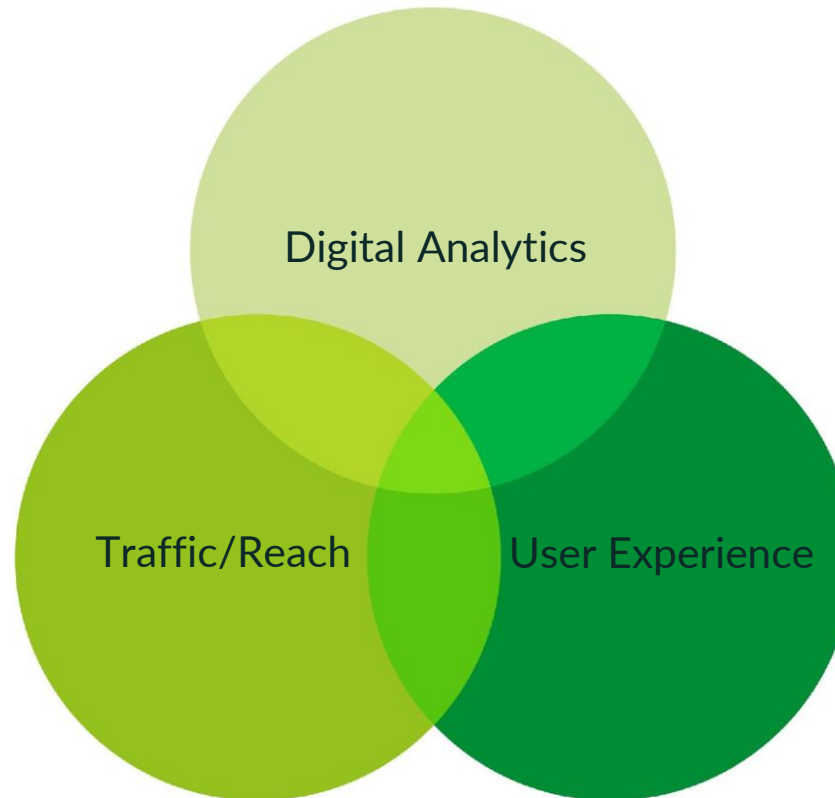
Wat doen we?

Our Services

Targets/KPI's

Traffic/Reach

Hoe kunnen we potentiële klanten bereiken?



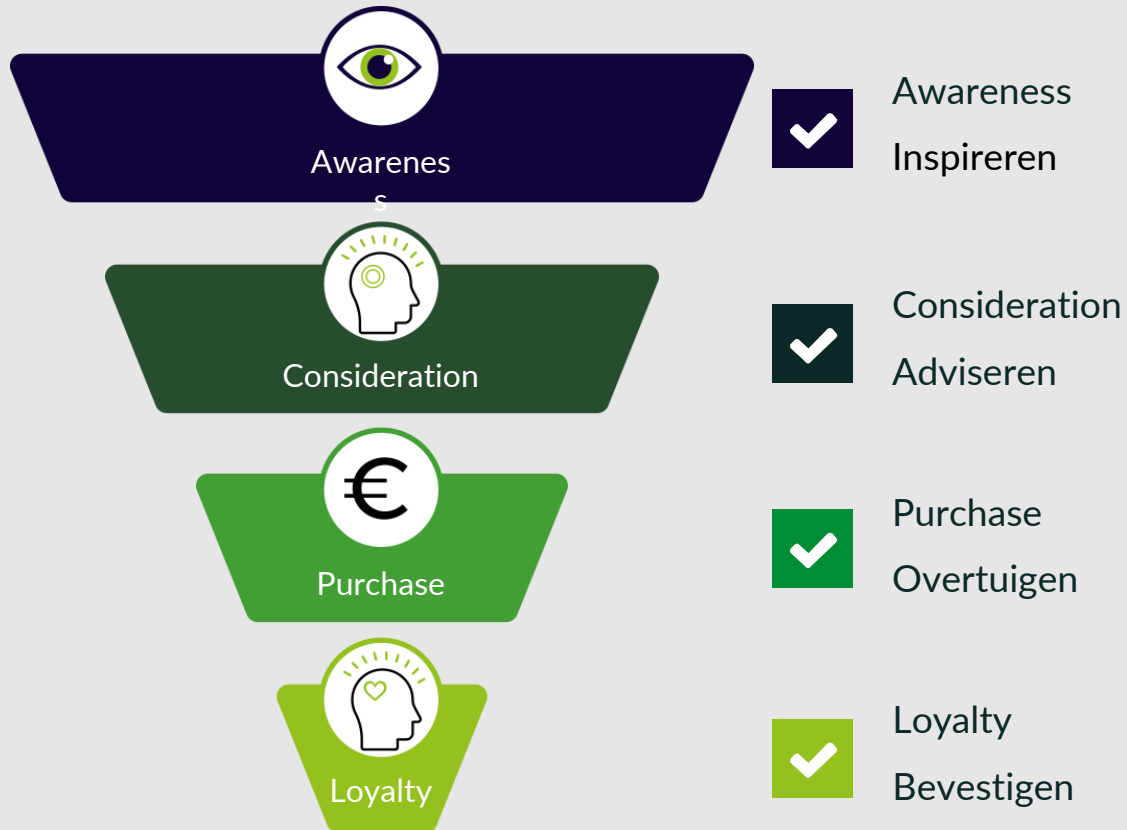
Digital Analytics

Research en analytics. Hoe meten we de prestaties van onze campagnes?

User Experience

Hoe verbeteren de ervaring van bezoekers op onze website met als doel meer “conversies” te realiseren?

Customer Journey en online kanalen



Kanalen



ROI

Hoge kost per lead. Veel marktpotentie, nog niet op zoek.

Gemiddeld tot hoge kost per lead. Veel marktpotentie, nog niet specifiek.

Gemiddeld tot lage kosten per lead. Veel markt potentie en specifiek op zoek.

Lage kosten per lead, weinig markt potentie.

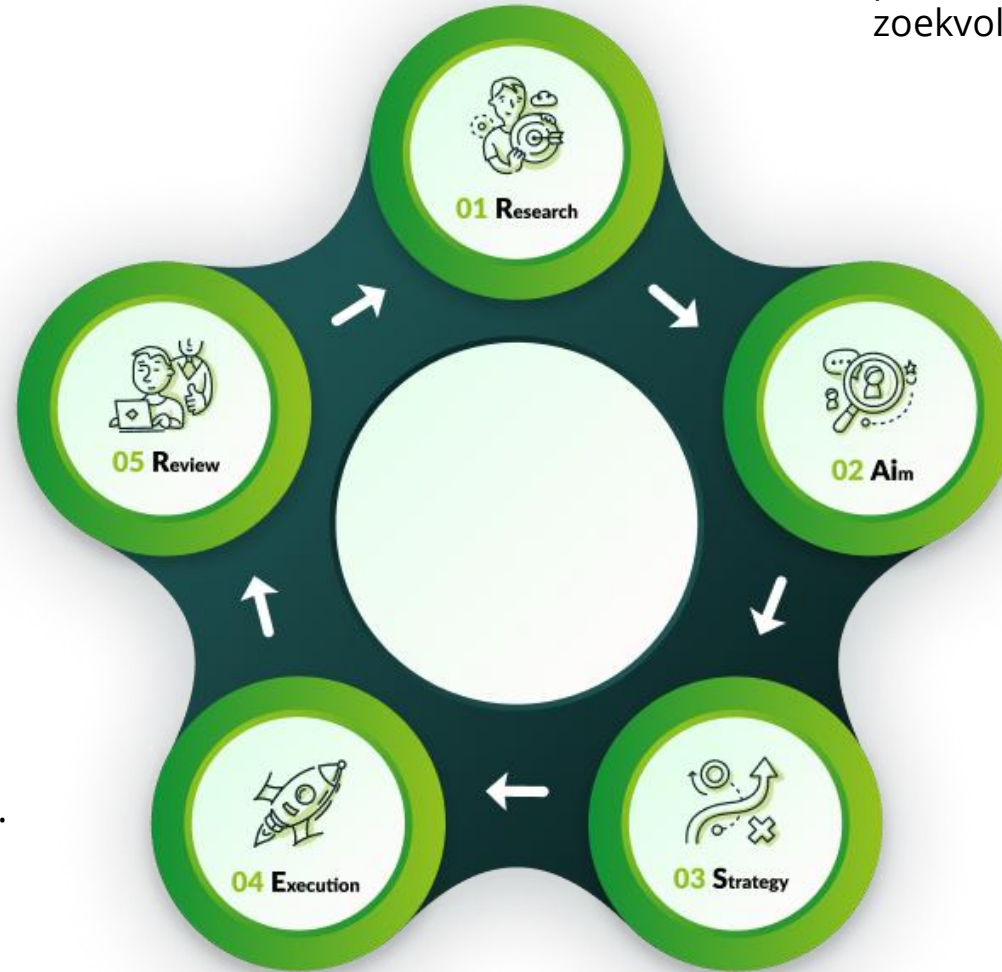
Hoe ziet een samenwerking er uit?

Review

Analyseren, evalueren en rapporteren. Maandelijks of bi-weekly om de voortgang te monitoren en nieuwe kansen te bespreken.

Execution

We weten wie jullie zijn, wat het doel is en hoe er te komen. Lets get to work!



Research

We willen je leren kennen, de markt waarin je opereert, de producten, concurrenten, zoekvolumes etc.

Aim

Door het formuleren van heldere doelstellingen en KPI's kunnen we samen meetbare resultaten halen.

Strategy

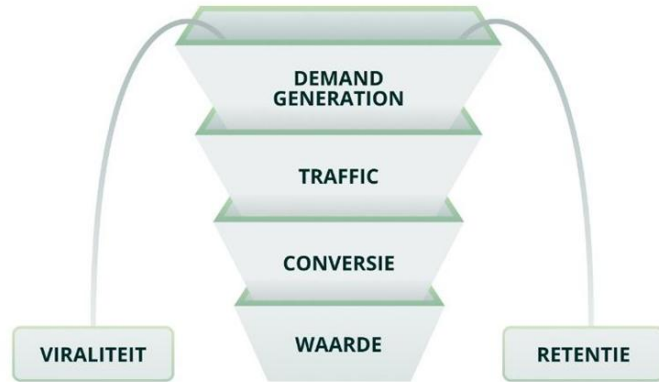
We gaan je helpen met het ontwikkelen en implementeren van een op maatgemaakte strategie welke jouw business verder zal laten groeien.

2

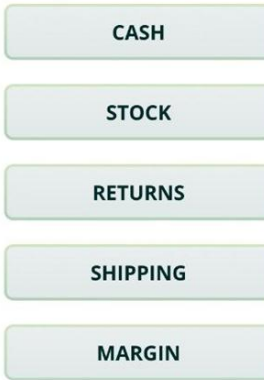
Waarom snel groeiende
bedrijven graag samenwerken

Onze visie - Profitable Growth

Groei drijfveren



Disablers



Enablers



MAXIMALE
WAARDE

«« PROFITABLE
GROWTH »»

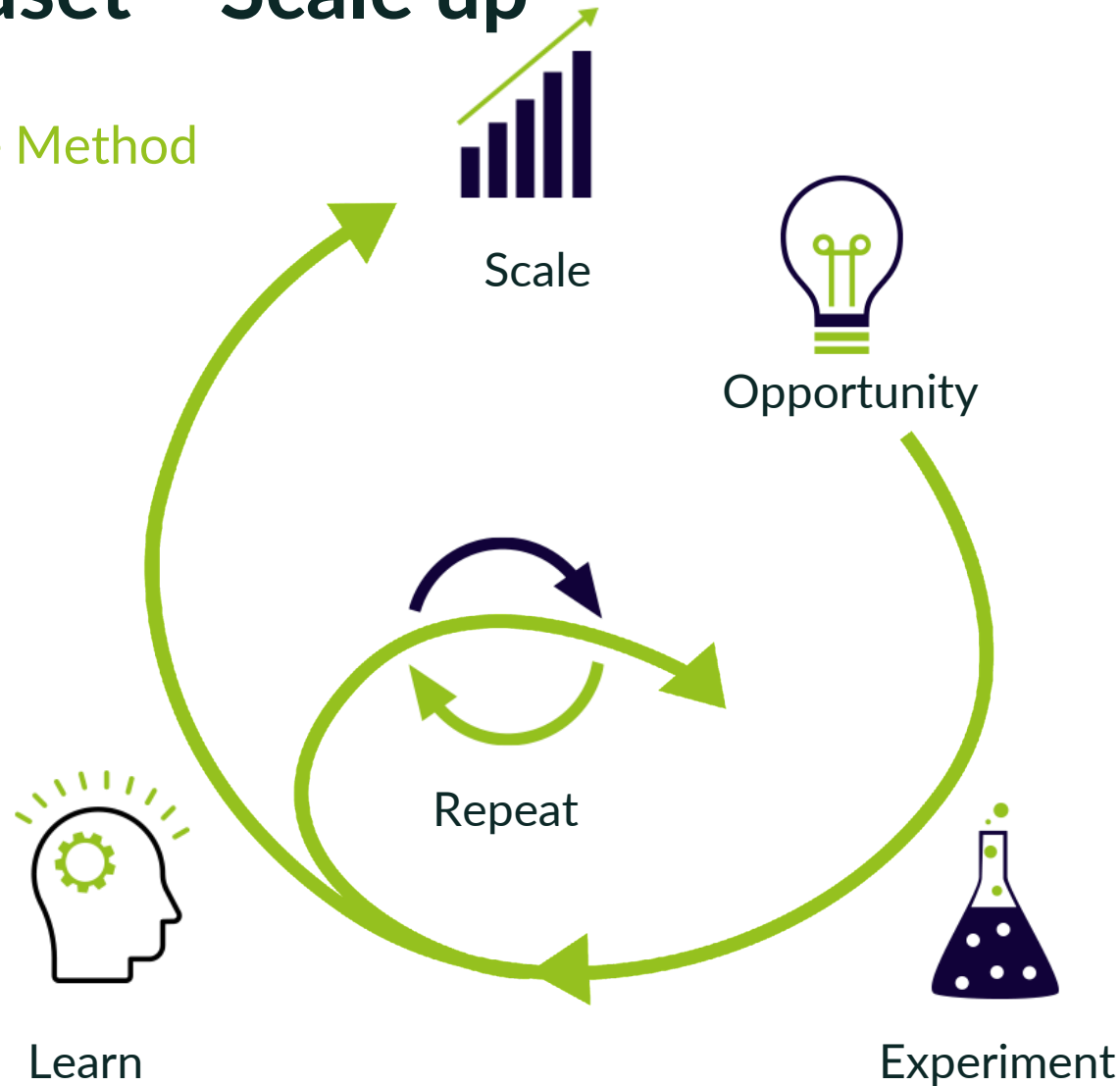
MAXIMALE
EFFICIENCY

In het profitable growth model kijken we naar de klantreis en werken we met de zes drijfvers van groei.

Door online marketing holistisch aan je business te koppelen zorgen we voor duurzame groei

Onze mindset – Scale up

Test-Learn-Scale Method



Example:

Opportunity Adverteren Google Ads

- Hypothesis: campagnes leiden tot een toename van de omzet tegen een gunstige ROAS

Experiment Test verschillende diensten

- Maandelijkse advertentiebudget: €5.000
- Optimaliseer campagnes op basis van omzet en ROAS

Learn Eerste resultaten evalueren

- Schaal de budgetten van de best presterende doelgroepen
- Optimaliseer of “kill” niet presterende doelgroepen

Scale Optimaliseer volume aan omzet binnen gestelde targets.

Onze belofte - Business case driven



Discussie

- Wat is een acceptabele ROAS?
- Wat is de waarde van een nieuwe klant?
- Welke investering hebben we nodig om voldoende nieuwe klanten te realiseren?