

Case Rioleringsbranche

Door de inzet van call tracking is er 50% bespaard per lead

B&S Media Internetmarketing is een internet marketingbureau dat een grote diversiteit aan bedrijven helpt met Google Ads, SEO, social media en webdesign. Zij doen dit o.a. voor een bedrijf dat werkzaam is in de rioolreiniging. De klanten van dit bedrijf kampen vaak met urgente problemen, zoals verstopte afvoerleidingen. B&S Media helpt dit bedrijf met het werven van leads middels Google Ads campagnes.

UITDAGING

De klanten van dit rioolreinigingsbedrijf zitten vaak met problemen die zij zo snel mogelijk willen oplossen. Zij hebben bijvoorbeeld een badkamervloer die onder water staat en willen gelijk iemand spreken waarmee zij een afspraak kunnen maken om het probleem op te lossen. Vanuit de website wordt hierdoor eerder gebeld dan dat bezoekers een contactformulier invullen.

In de eerste maand van de samenwerking met deze opdrachtgever zag B&S Media slechts een handjevol webconversies binnenkomen vanuit Google Ads. Dat gaf geen eerlijk beeld van de resultaten van de campagnes omdat de gegevens van de telefonische conversies die via de Google Ads campagnes waren binnengekomen niet inzichtelijk waren. Daarnaast gaf de data van alleen de webconversies te weinig informatie voor de specialisten van B&S Media om hun online-campagnes te optimaliseren. Het was onduidelijk welke campagnes en zoekwoorden tot afspraken hadden geleid. Danny van den Berg, Sr. SEA Specialist van B&S Media, zegt hierover: *"Een zoekwoord kan niet hebben geleid tot een ingevuld formulier, maar wel hebben gezorgd voor een belletje - en daarmee een lead. Dit was echter niet te controleren voor ons."* Het was daarom noodzakelijk voor B&S Media om de telefonische conversies inzichtelijk te krijgen.

OPLOSSING

B&S Media kwam snel tot de conclusie dat Dynamische Call Tracking de oplossing voor dit probleem is. Met call tracking wordt zoek- en surfgedrag aan telefonische conversies gekoppeld. Hiermee krijgt B&S Media het volledige rendement van de marketingactiviteiten inzichtelijk en kunnen zij de campagnes optimaliseren op basis van volledige data. Daardoor kunnen zij exact bepalen hoe een zoekwoord bijdraagt aan de campagne en welke optimalisaties noodzakelijk zijn.

Call tracking werkt als volgt: door het plaatsen van een JavaScript op een website krijgen bezoekers afkomstig uit campagnes een uniek dynamisch telefoonnummer te zien. Als het unieke telefoonnummer wordt gebeld, koppelt de call tracking-software de gegevens van het websitebezoek in Google Analytics aan het telefoongesprek. Zo heeft B&S Media precies inzichtelijk hoeveel telefonische conversies er worden gerealiseerd en welke campagnes, zoekwoorden of webpagina's daartoe hebben geleid.

RESULTAAT

Na het inzetten van call tracking blijkt de telefoon verreweg het belangrijkste kanaal voor het rioolreinigingsbedrijf; 96,7% van alle conversies wordt gerealiseerd via de telefoon. De Google Ads campagnes waar B&S Media eerder slechts een handjevol webconversies zag binnenkomen, bleken wel degelijk succesvol. 1 op de 5 websitebezoekers vanuit Google Ads converteerde via de telefoon. B&S Media kon hiermee aan hun klant laten zien dat investeren in Google Ads een juiste keuze is.

"Door de software van AdCalls zijn we in staat telefonische conversies toe te schrijven aan verschillende marketingcampagnes, waardoor we onze marketinginspanningen hebben kunnen optimaliseren".

Met de enorme hoeveelheid data die de telefonische conversies opleveren kan B&S Media veel betere keuzes maken. Omdat AdCalls de call tracking-data direct doorstuurt naar Google Ads weet B&S Media precies welke zoekwoorden hebben geleid tot een telefoontje.



Zij zagen hierdoor dat een groot aantal zoekwoorden die eerder geen webconversies opleverde wel via de telefoon converteren. Hierdoor kon B&S Media de prioriteit in de campagnes verleggen en budgetten op een efficiëntere wijze besteden. Ook hebben zij inzicht gekregen in de exacte tijdstippen waarop er het meest wordt gebeld, zodat zij hun organisatie en capaciteit kunnen optimaliseren voor piekmomenten. Met deze inzichten uit telefonisch conversies kon B&S Media de online marketing-campagnes veel beter optimaliseren. Hiermee is het hen gelukt om de CPA terug te brengen van €33,- naar €14,- waardoor het rioolreinigingsbedrijf meer dan 50% bespaart per lead.

Belangrijkste inzichten

- 96,7% van alle conversies komt binnen via de telefoon
- Conversieratio telefonie uit Google Ads van 18,67%
- Groot aantal zoekwoorden converteert alleen telefonisch

Belangrijkste resultaten

- Betere verantwoording van de investeringen in Google Ads
- Grote efficiëntie slag Google Ads budgetten
- CPA gedaald van €33,- naar €14,-

Benieuwd hoe jij je conversie kan verbeteren en een lagere CPA kan realiseren?
Neem contact met ons op en start direct!