

## Meer omzet door effectievere campagnes en betere sales

VebaBox staat bekend als de Cold Chain Innovators, en biedt verschillende koeloplossingen aan voor logistieke processen. Een belangrijke focus van VebaBox is de heruitneembare koelcontainer die past in iedere bedrijfswagen, die als alternatief ingezet kan worden voor een koelwagen.

VebaBox, van origine in Nederland begonnen, is inmiddels ook actief in Duitsland, Polen, Frankrijk, Estland, Engeland en op zijn tocht naar Amerika toe.

De doelgroep van VebaBox is B2B. Er wordt voornamelijk gericht op lokale bedrijven die de boxen kunnen kopen of leasen en die in de koeltransport wereld zitten. AdCalls Gold Partner Mediaworx beheert de online campagnes van VebaBox en zorgt ervoor dat er maximaal rendement uit de campagnes wordt gehaald.

### UITDAGING

Om de campagnes goed te kunnen optimaliseren, is er een volledig inzicht in de data nodig. Zowel Mediaworx als VebaBox hadden de data van de telefonische leads niet inzichtelijk, waardoor de campagnes ook niet goed geoptimaliseerd konden worden. Zij wilden een goed beeld krijgen van de kosten per conversie om daar vervolgens ook op te kunnen sturen en de campagnes te optimaliseren.

Daarnaast liepen zij tegen nog een ander probleem aan. Het zoekvolume in Duitsland is namelijk vele malen groter dan in Nederland en daarnaast is er voor Duitsland ook meer budget. Des te belangrijker is het ook om de leads van Duitsland goed inzichtelijk te hebben. In Duitsland werden de leads sneller omgezet naar opdrachten dan in Nederland en de oorzaak hiervan was onduidelijk.

### OPLOSSING

AdCalls heeft samen met Mediaworx gekeken naar de meest passende oplossingen voor VebaBox. De oplossing voor VebaBox is dynamische call tracking in combinatie met het opnemen van de gesprekken. Bij dynamische call tracking krijgt elke bezoeker een uniek telefoonnummer te zien die doorgeschakeld wordt naar het originele telefoonnummer, waardoor het inzichtelijk is geworden welke zoekwoorden in Google een telefonische oproep hebben opgeleverd. Door deze informatie kunnen de daadwerkelijke kosten per conversie worden berekend en met die

informatie kunnen de campagnes geoptimaliseerd worden. VebaBox is in eerste instantie gestart met het Duitse domein. Doordat call tracking hier een succes is, hebben zij vervolgens uitgebreid naar Nederland en Frankrijk.

Daarnaast worden de gesprekken ook opgenomen. Hierdoor is VebaBox in staat om alle gesprekken terug te luisteren en op deze manier te ontdekken waarom de leads in Nederland minder snel converteren dan in Duitsland. Hier kwamen zij erachter dat er een verbetering gemaakt kan worden bij de verkoopgesprekken. Naar aanleiding van deze informatie heeft het verkoopteam een aantal intensieve verkooptrainingen gevolgd. Het team loopt nu een stuk beter en de leads worden nu ook in Nederland sneller omgezet naar sales!

## RESULTAAT

VebaBox heeft inzicht gekregen in de telefonische leads. Zo weten zij nu dat tussen de 12-20% van de leads telefonisch contact opnemen.

---

*"Op specifieke zoektermen weten zij nu ook dat het aandeel in telefonische conversie zelfs 50% is. Deze zoektermen hebben ook een hoger bod gekregen, aangezien telefonische leads waardevoller zijn dan webleads."*

---

Daarnaast zagen zij ook een verschil in de seizoenen. Zo is er een duidelijk verschil te zien in de zomer- en wintermaanden. In de zomermaanden is het bij VebaBox een stuk drukker en de telefonische leads zijn dan tussen de 18% en 20% van het totaal, wat dus hoger ligt dan het gemiddelde bij VebaBox. Door deze inzichten is er besloten om te werken met een zomer- en winter budget. Vanaf eind maart/april liggen de kosten voor de telefonische conversie een stuk lager, waardoor de budgetten worden opgeschaald.

Bepaalde campagnes bleken veel lagere kosten per conversie te hebben dan anderen. Hier is dan ook gebleken dat er opgeschaald kon worden en deden ze dat niet, lieten ze omzet liggen. Ook zaten er zoekwoorden tussen die nul webconversies opleverde, maar wel telefonische conversies. Door die zoekwoorden hogere biedingen te geven zag VebaBox ook meer conversies binnenkomen.

Een ander interessante uitkomst is dat er gebleken is dat via Duitsland veel telefonische leads binnenkomen via display campagnes. Aangezien de telefonische leads waardevoller zijn dan een weblead, is dit zeker iets om verder in te verdiepen en wellicht een kanaal om op te schalen!

### **Belangrijkste uitkomsten**

- Door de gesprekken op te nemen heeft VebaBox inzicht in de verbeterpunten voor het verkoopgesprek van het salesteam. Door de inzet van een intensieve verkooptraining presteert het team beter.
- Er komen tussen de 12% en 20% telefonische leads binnen.
- Budgetten worden per seizoen ingestoken, aangezien de kosten per conversie in het zomerseizoen een stuk lager ligt en de conversie hoger.
- Campagnes zijn geoptimaliseerd waarbij zoekwoorden die geen web conversies, wel telefonische conversies opleveren hogere biedingen hebben gekregen en er daardoor meer conversies binnenkwamen.

Benieuwd hoe jij call tracking kunt inzetten om zo meer uit je huidige campagnes te halen? Neem contact met ons op en we bespreken graag de mogelijkheden.