

Het rendement van de investering in de website maximaliseren:

De cruciale rol van een hoogwaardig zoekstelsel



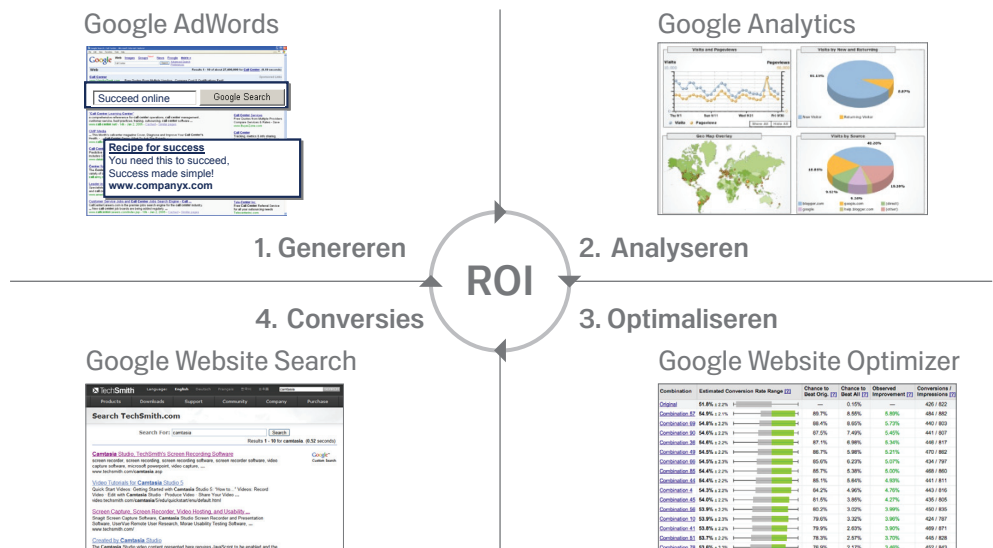
Conversies genereren: de cruciale rol van zoekopdrachten	4
Investerings sneller terugverdienen	4
De andere helft van de balans: het reduceren van de ondersteuningskosten	5
Gehoste en plaatselijke opties	6
Conclusie	7

Een website is een van de best meetbare marketinginvesteringen die een bedrijf of een instelling kan doen. Organisaties kunnen kwantificeerbare doelen stellen die direct samenhangen met de algehele marketing- en communicatiedoelstellingen. Het is ook mogelijk om tot in detail de resultaten bij te houden en er op die manier zeker van te zijn dat de marketinginvesteringen een tijdig, tastbaar rendement op de investering (ROI) opleveren.

Google raadt een methodische aanpak aan die zijn waarde bewezen heeft wat betreft het maximaliseren van de ROI van de website. Deze aanpak omvat vier stappen:

1. **Genereer verkeer** door activiteiten als zoekgerichte advertenties en websitepromoties.
2. **Analyseer het verkeer** om inzicht te verkrijgen waar bezoekers vandaan komen en wat ze op de site doen.
3. **Optimaliseer de site** door te bepalen welke welke combinatie van inhoud en vormgeving tot de meeste conversies leiden.
4. **Verhoog het aantal conversies** en verlaag het weigeringspercentage door de informatie te gebruiken die u tijdens de voorgaande stappen heeft verzameld. Gebruik vervolgens de zoekfunctie – een plaatselijke zoekfunctie via de Google Search Appliance (GSA) of een gehoste zoekfunctie via Google Site Search – om uw bezoekers naar de informatie te leiden die ze nodig hebben om actieve klanten te worden of op een andere wijze bij uw website betrokken te raken.

De methode van Google



Dit iteratief proces kan worden gebruikt om de inkomsten en ROI van de site voortdurend te verhogen, wat een strategisch voordeel en toegevoegde waarde voor de site betekent – zowel voor klanten als voor de winst. Deze 'voortdurende verbetering', die website-eigenaren inzicht verschaft in de productiviteit van de gegevens op hun website en in staat stelt deze te beheren, is de kern van alle producten en services die Google biedt. Google biedt een hele familie van productiviteitsgerichte oplossingen, zoals:

Google AdWords is een zoekgerichte reclameoplossing die door duizenden bedrijven over de hele wereld wordt gebruikt om op een rendabele manier nieuwe klanten te werven.

Google Analytics is de webanalyseservice van Google die adverteerders en uitgevers helpt om effectievere marketingcampagnes en websites te maken.

De zoekfunctie wordt vaak over het hoofd gezien als een factor in het stimuleren van conversies.

Ondanks overtuigend bewijsmateriaal dat de zoekopdrachten die op internet worden uitgevoerd een belangrijke rol spelen bij het genereren van conversies, bieden de meeste sites hun gebruikers een onbevredigende zoekervaring. Uit onderzoek blijkt dat 85% van de zoekopdrachten die op een site worden uitgevoerd, de bezoeker geen bruikbare informatie oplevert.⁴ Ongeveer 22% van de zoekopdrachten die op een site worden uitgevoerd, leveren geen enkel resultaat op,⁵ en 80% van de bezoekers verlaten de site als de zoekfunctie slecht is.⁶

Google Website Optimizer is gratis hulpprogramma van Google voor het testen en optimaliseren van websites.

Google Site Search en **Google Search Appliance** maken de beproefde zoektechnologie beschikbaar voor allerlei soorten websites.

Conversies genereren: de cruciale rol van zoekopdrachten

Stap vier, het genereren van conversies, blijkt vaak lastig te realiseren. Maar waarom eigenlijk? Volgens het Marketing Sherpa's *Landing Page Handbook* omdat **"Bezoekers gemiddeld maar acht seconden nodig hebben om te beslissen of ze wel of niet op een website blijven."**

Het maakt niet uit of ze algemene informatie of een bepaald product nodig hebben, als bezoekers niet binnen een paar seconden kunnen vinden wat ze nodig hebben zullen is de kans groot dat ze de site verlaten. Onderzoek wijst uit dat de zoekfunctie op de website zoekfunctie bepaalt of bezoekers wel of niet op een website blijven en uiteindelijk de gewenste actie ondernemen. Als bezoekers er niet in slagen om door de site te navigeren, probeert 50% de zoekfunctie.¹ Uit een onderzoek onder 2.000 bezoekers blijkt dat 71% zoekwoorden gebruikt om producten te vinden.² En van de klanten die online producten kopen zei 90% dat dat ze de zoekfunctie van de site gebruiken om bij de zelfservice-inhoud te komen.³

Aan de andere kant verklaren bedrijven die gebruikmaken van een hoogwaardig zoekstelsel, dat er meer bezoekersactiviteit is, inclusief een groter aantal conversies en verkochte producten, en dat de ondersteuningskosten afnemen. Het is niet moeilijk om voorbeelden te bedenken van situaties waarin een zoekfunctie grote veranderingen teweeg zou kunnen brengen. De Trueways Survival School, bijvoorbeeld, die overlevingstraining en Bushcraft training biedt, gebruikt de online zoekfunctie om bezoekers naar nuttige producten en informatie op de site zelf te leiden. Het weigeringspercentage van Waterfilters.net, een bedrijf dat een enorme keuze aan waterfilter producten biedt, is met 4% gedaald sinds ze een zoekfunctie hebben geïmplementeerd, en het aantal conversies is maar liefst met 11% gestegen. EMC Insignia is gespecialiseerd in softwareoplossingen voor bedrijven. Sinds de implementatie van een hoogwaardig zoekstelsel hebben ze 20% meer verkocht via hun website en is het percentage klanten dat hun geld terugwillt, met 85% gedaald.

Investerings sneller terugverdienen

In termen van ROI duurt het niet lang voor u uw geld uit een hoogwaardig zoekstelsel heeft gehaald. Klanten van Google zeggen dat het aantal online conversies en verkochte producten wel 20% omhoog ging, soms zelfs binnen een paar dagen nadat de zoekfunctie op hun website was geïnstalleerd. Zelfs als de groei wat minder is, is dit een aanzienlijk rendement. Een toename van 5% van het aantal conversies of verkochte producten is vaak al genoeg om de omzet van een bedrijf, hoe klein of groot ook, drastisch te beïnvloeden. Daarbij komt nog dat de verbeterde klanttevredenheid vanwege een toename in nuttige inhoud ertoe zal leiden dat klanten eerder geneigd zullen zijn om terug te komen op een site en deze aan anderen aan te raden.

Google Website Search: verhoog het aantal conversies en verkochte producten

Veronderstellingen

- Ga ervan uit dat een hoogwaardige zoekfunctie voor een website het aantal conversies met 5% kan verhogen door bezoekers op trefzekere wijze nuttige informatie te leveren.

1 Jupiter Media Matrix

2 eTailing Group

3 Harris Interactive

4 Jupiter Research

5 IDC

6 Jupiter Media Matrix

“Google Site Search helpt onze klanten om snel toegang te verkrijgen tot gegevens, antwoorden te vinden op veelgestelde ondersteuningsvragen, en belangrijke informatie over een product te vinden. Dit helpt niet alleen de klanten, maar ook onze ondersteuningsmedewerkers over de hele wereld. De ondersteuningsmedewerkers kunnen snel links, documentatie en veelvoorkomende antwoorden vinden waarmee ze klanten kunnen helpen in geval van onverwachte vragen.”

Layla Rudy
Webmaster
EMC Insignia

- Een toenemend aantal conversies hangt samen met een stijging in het aantal producten dat op de website wordt verkocht.
- De zoekoplossingen van Google voor websites zijn in bepaalde gevallen verantwoordelijk voor een stijging van 20% in online conversies en het aantal daaruitvolgende verkochte producten.

ROI Berekeningen

	Klein bedrijf	Middelgroot bedrijf	Groot bedrijf
Werknemers	50	1.000	50.000
Inkomsten	\$ 5 miljoen	\$100M	\$ 5 miljard
% inkomsten van website	40%	20%	10%
Gegenereerde inkomsten via website	\$ 2 miljoen	\$ 20M	\$ 500 miljoen
% stijging in webconversies	5%	5%	5%
% stijging in inkomsten gegenereerd via website	5%	5%	5%
Totale jaarlijkse stijging van inkomsten in \$	\$ 100.000	\$ 1 miljoen	\$ 25 miljoen

De andere helft van de balans: het reduceren van de ondersteuningskosten

Bedrijven verhogen niet alleen hun inkomsten met hoogwaardige zoekoplossingen, ze reduceren ook hun kosten. Dankzij de zoekfunctie op de website kunnen klanten zichzelf bedienen en online antwoorden op hun vragen vinden, in plaats van dat ze een email moeten sturen of een ondersteuningsservice moeten bellen. Zelfs een bescheiden afname van het aantal ondersteuningsverzoeken via de telefoon of via e-mail als gevolg van een intuïtieve, krachtige zoekfunctie op de website, levert al een aanzienlijke besparing voor de klantenservice op.

ROI websitezoekfunctie: kosten voor de klantenservice reduceren

Feiten

- Een gemiddeld ondersteuningsgesprek kost \$ 20 en ondersteuning via e-mail kost \$ 15 per keer, maar zelfservice ondersteuning kost slechts \$ 5 per keer.⁷
- 62% van de mensen die hulp nodig heeft, neemt contact op via de telefoon⁸

Veronderstellingen

- De zoekoplossingen van Google voor websites hebben in bepaalde gevallen geleid tot een daling van maar liefst 30% in het aantal ondersteuningsverzoeken via de telefoon en e-mail, maar ga uit van een daling van 5%.
- Ga uit van 36 medewerkers met 40 gevallen per dag (gebaseerd op gemiddelden van vergelijkende proeven).¹

ROI berekeningen

Uitgaande van bijzonder conservatieve veronderstellingen kan een zoekfunctie op een website u op jaarbasis een besparing \$ 236.000 opleveren ten opzichte van totale uitgave van \$ 6,6 miljoen. Dit betekent een kostenbesparing van 3,6%.



⁷ www.contactcenterworld.com/view/contact-center-news/Help-Desk-Institute-Releases-2003-Practices-Survey.aspx
⁸ HDI

“Google Site Search is fantastisch; we hadden niet verwacht dat zoiets simpels als een zoekfunctie verandering zo’n positief effect op het gebruik van onze site zou hebben.”

Peter Walker
Hoofd Technologie
Mortgages.co.uk

Voor Mortgages.co.uk, een van de grootste leveranciers van informatie over hypotheek in GB, heeft de implementatie van een hoogwaardig, gehost zoekstelsel geleid tot een stijging van 8% aan paginaweergaves en 16% aan bezoekersconversies.

Hoewel het resultaat afhangt van de omvang van het bedrijf en de complexiteit van de ondersteuningsbehoeften, kunt u met een afname van slechts 5% in het aantal ondersteuningsverzoeken via de telefoon en e-mail vele duizenden dollars op de ondersteuning van klanten besparen.

Veel bedrijven hebben al ondervonden dat een verbeterde klantenservice door middel van een hoogwaardig zoekstelsel tot een kostenbesparing leidt. Monarch Airlines, een Britse vliegtuigmaatschappij, realiseerde binnen een week nadat ze een zoekfunctie op hun website hadden geïmplementeerd, een reductie van 30% op het aantal ondersteuningsmails. EMC Insignia maakte gebruik van een interne zoekfunctie om ondersteuningsmedewerkers in staat te stellen om vlug antwoorden te vinden op veelgestelde vragen van klanten aan de telefoon. Op Toolhawker.com, een site voor professionele technici, ging het gemiddelde aantal pagina's per bezoeker 25% omhoog nadat het bedrijf een hoogwaardig zoekstelsel had geïmplementeerd. Dit betekent dat de tijd op de site zinvoller wordt besteed.

Gehoste en plaatselijke opties

Een hoogwaardige zoekoplossing biedt een aantal keuzemogelijkheden. Gehoste oplossingen, zoals Google Site Search, bieden de SaaS-mogelijkheid (Software as a Service), een kostenbesparend alternatief omdat er geen hardware en software binnen het bedrijf hoeft te worden geïnstalleerd en het binnen enkele minuten kan worden geïmplementeerd. Gehoste oplossingen bevinden zich in gegevenscentrales die over de hele wereld verspreid zijn, wat de efficiëntie van gegevensbeheer en energiegebruik optimaliseert – en dat leidt weer tot kostenvermindering. Gehoste oplossingen kunnen aangepast worden aan de eisen van een organisatie en ook makkelijk aan bestaande websites worden gekoppeld. Indexering op aanvraag stelt organisaties in staat om pagina's sneller te indexeren, wat de toegankelijkheid bevordert. Deze mogelijkheid is ideaal voor organisaties met beperkte IT-middelen of organisaties die niet nog meer hardware willen installeren die ze zelf moeten onderhouden, maar die toch de krachtige zoekmachinet technologie van Google aan hun gebruikers beschikbaar willen stellen om hun website te doorzoeken.

Afhankelijk van hun specifieke zoekbehoeften kunnen organisaties ook voor 'plug-and-play'-zoeksoftware kiezen – de Google Search Appliance – die ter plaatse wordt ingezet, maar die het IT-personeel vrijwel niet belast. Plaatselijke zoekoplossingen zijn een kostenbesparende oplossing als de hardware, software, productbijwerkingen, technische hulp en productvervangingsdekking er voor dezelfde prijs bij inbegrepen zijn. Dit 'one price'-model doet af met jaarlijkse onderhoudskosten en kostenoverschrijding. Hoewel de oplossing ter plaatse wordt geïmplementeerd, verklaren de klanten van Google dat de software makkelijk in te zetten is, automatisch indexeert en zeer weinig onderhoud vergt. In een organisatie met 55.000 werknemers kost het gemiddeld slechts een vijfde van de werktijd van een fulltime medewerker om een appliance te onderhouden.

Dit plaatselijk alternatief biedt een hoge mate van beveiliging, een eenduidige prijs en de allernieuwste API's voor integratie met verschillende systemen in een bedrijfsomgeving. Het is ook bijzonder geschikt voor organisaties die websitebezoekers de mogelijkheid willen geven om een relatief groot aantal pagina's of gegevens te doorzoeken die in verschillende archieven of productdatabases zijn opgeslagen.

Google biedt een hele serie zoekoplossingen voor websites die aan de vereisten en het budget van vrijwel iedere organisatie voldoen.

- Google Site Search biedt de legendarische kwaliteit van het zoekstelsel van Google in een gehoste oplossing. Het biedt gebruikers de mogelijkheid om de vorm en de gebruiksmogelijkheden van hun website aan hun eisen aan te passen.

“De Google Search Appliance is makkelijker te installeren dan uw computer thuis.”

Patrick Gardella
IT afdeling
Discovery Communications

- Google Mini maakt de eenvoud en kracht van de zoektechnologie van Google beschikbaar voor een geweldige prijs. De Mini is een geïntegreerde hardware- en softwareoplossing met een plug-and-play installatie en is online verkrijgbaar.
- The Google Search Appliance is een plaatselijke zoekoplossing met universele zoekmogelijkheden: het biedt de mogelijkheid om alle inhoud via een zoekvak te doorzoeken, inclusief inhoud van web servers, intranet, bestandsshares, databases, inhoudsbeheersystemen en bedrijfstoepassingen.

Zoekopties voor websites

	Google Site Search	Google Mini	Google Search Appliance
Zoekwaliteit van Google	X	X	X
Aanpassingsmogelijkheden	X	X	X
Crawl- en indexfuncties	X	X	X
Beveiligd zoeken		X	X
Technische ondersteuning	Online/telefoon (Direct)	Online	Online en telefoon
Meer informatie	www.google.nl/sitesearch	www.google.nl/mini	www.google.nl/gsa

Het is misschien voor de hand liggend, maar de belangrijkste afweging voor het kiezen van een zoekoplossing voor een website, ongeacht of deze wordt gehost of ter plaatse wordt geïnstalleerd, is of deze wel of niet snel bruikbare resultaten levert. Als een websitebezoeker niet binnen acht seconden kunnen vinden wat ze nodig hebben, is de kans aanzienlijk kleiner dat deze vaste gebruiker of klant wordt. Maar als er wel relevante, bruikbare resultaten worden geretourneerd, zoals die voortdurend worden geleverd door de zoekoplossingen van Google, is de kans veel groter dat de bezoeker op de website blijft of iets koopt en tevreden is met de webbeleving.

Conclusie

De hedendaagse klant is prijsbewust, en organisaties hebben oplossingen nodig die een aanzienlijk en snel ROI bieden. Met de zoekoplossingen van Google kunnen organisaties op een eenvoudige de inkomsten via de website verhogen en de ondersteuningskosten reduceren, wat ten goede komt van de winst. Of het doel nu is om meer leads en verkopen te genereren, om de ondersteuningskosten te reduceren of beide, een hoogwaardig zoekstelsel kan de website van een organisatie in een krachtig hulpmiddel veranderen dat een aanzienlijk, blijvend en meetbaar rendement oplevert.

