

‘Zoekmachines belangrijkst voor webwinkels’

21-01-2008 00:00

Zoekmachines zijn het belangrijkste marketingkanaal voor webwinkeliers. Dit komt naar voren uit onderzoek gedaan door de Webwinkel Vakdagen en zoekmachinemarketingbureau Traffic Builder. Ook blijkt uit de studie dat zoekmachinemarketing zowel wordt geprezen om de bijdrage aan de naamsbekendheid als de Return on Investment (ROI). In het onderzoek staat het gebruik van diverse online en offline marketingmethoden in de thuiswinkelbranche centraal.

Ruim zestig procent van de 280 respondenten gaf aan tevreden tot zeer tevreden te zijn over de behaalde resultaten met zoekmachineoptimalisatie. Over adverteren in zoekmachines via netwerken als Google Adwords en Yahoo Search Marketing is ruim 48 procent tevreden tot zeer tevreden. E-mailmarketing en pr volgen op afstand met elk een tevredenheid van ruim 38 procent. Direct marketing en adverteren in print media komen het slechtst uit de bus.

Ook wat betreft de bijdrage aan naamsbekendheid nemen zoekmachineoptimalisatie en adverteren in zoekmachines respectievelijk de eerste en tweede plaats in. Ruim 42 procent is tevreden over zoekmachineoptimalisatie, een kleine achttien procent zelfs zeer tevreden. Direct marketing wordt waar het de naamsbekendheid betreft het minst gewaardeerd: slechts 22,7 procent is tevreden tot zeer tevreden over de behaalde resultaten. Opvallend genoeg presteert ook online banneradvertising slecht op dit vlak. Slechts 27,3 procent van de webwinkeliers geeft aan tevreden te zijn terwijl online advertising juist wordt ingezet ten behoeve van online branding.