



Navigeren door data & online marketing

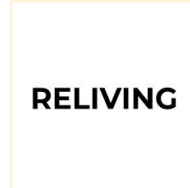
Expeditie Brabant: op weg naar de toekomst



Rico van Lent

Freelance marketing
consultant en strateeg

*o.a. bij Visit Brabant en
Eindhoven365*



**“Hoe kan ik als ondernemer meer uit
mijn website en marketing kanalen
halen?”**




Lukas
Leisure ondernemer

Het simpele antwoord:


DATA

Talk data to me





Data stelt je in staat om het online **gedrag van jouw klanten te begrijpen**, zoals waar ze vandaan komen, wat ze zoeken, welke producten of diensten ze bekijken en hoe ze door jouw website navigeren.





Case: Break Out Evenementen

Recreatie & events



Op basis van data naar meer conversies

BOEKEN OF INFORMATIE OPVragen

We hopen je snel te zien

Omdat wij zoveel verschillende activiteiten bieden in heel veel varianten/combinaties en omdat de prijzen afhankelijk zijn van heel veel factoren (zoals het aantal deelnemers, de duur van de activiteit etc.) kun je niet online je boeking plaatsen.

Wel kun je onderstaand formulier invullen, en aangeven wat precies je wensen zijn. Wij nemen dan snel en vrijblijvend contact met je op. Vul alles zo compleet mogelijk in zodat wij precies weten wat je wensen zijn.

Wil je meteen boeken of een offerte of informatie aanvragen?

- Ik wil boeken
- Ik wil een offerte aanvragen
- Ik wil meer informatie

Wanneer wil je de activiteit gaan doen?

Met hoeveel personen?

Welke activiteit(en) wil je gaan doen?

- Adventure Tower

Reserveringsformulier via website

Break Out ☎ +31 475 501930

 briq

Gezelschap

Met hoeveel personen kom je langs?

Tm 12 jaar
- 0 +

Volwassene

Vanaf 19 jaar
- 0 +

Datum

Wanneer wil je langskomen?

Activiteit

- E-Choppers
- Escape Room
- Midgetgolf
- Moordossier
- Mountainbike
- Bierproeverij
- The Best Drink Ever



Escaperoom | Piraat

- 60 minuten de tijd - 4 tot 8 personen
- In de kajuit van een heus piratenschip

🕒 1u 15m

V.a. € 99,95 Totaal

Bekijk deal >

[Dit wil ik](#)



Escaperoom | Tijdmachine

- 60 minuten de tijd - 6 tot 12 personen
- Escaperoom met 2 verdiepingen

🕒 1u 15m

V.a. € 129,50 Totaal

Bekijk deal >

[Dit wil ik](#)

Online boekbaar aanbod + IDEAL

Google Analytics 4

	Naam gebeurtenis	+ ↓ <u>Conversies</u>	<u>Totaal aantal gebruikers</u>	<u>Totale inkomsten</u>
		3.206,00 100% van totaal	1.342 100% van totaal	€ 13.307,54 100% van totaal
1	add_to_cart	1.213,00	669	€ 0,00
2	form_submit	916,00	253	€ 0,00
3	mailto	440,00	185	€ 0,00
4	booking_activity	340,00	149	€ 0,00
5	purchase	145,00	105	€ 13.307,54
6	view_search_results	108,00	81	€ 0,00
7	phone	44,00	16	€ 0,00

Online omzet



€14.5K

Online orders



155

Sessies



45.1K

Totaal en nieuwe gebruikers



66.46%

Website betrokkenh...

Pagina's bezocht

Break Out Evenementen Swalmen Limburg	18.5K
Escape Rooms - Break Out Evenementen	15K
Heel veel leuke activiteiten bij Break Out Evenementen	7,763
Al onze activiteiten - Break Out Evenementen	6,959
Online boeken Break Out Evenementen Briq Bookings	6,534

Break  Out
evenementen

Welkom

Bistro de Umbelder

Welkom bij bistro de Umbelder.

Vanaf 1 maart hebben wij weer een nieuwe lunch & dinerkaart. Wilt u onze menukaart bekijken, klik dan hier. **Bekijk direct onze menukaart.**

Case: Bistro de Umbelder

Bistro & restaurant

formitable
By Zenchef

X BISTRO DE UMBELDER

Personeel 2 personen

Datum vandaag

Tijd 14:00

TOON BESCHIKBARE OPTIES 1

Suggesties



Lunchen

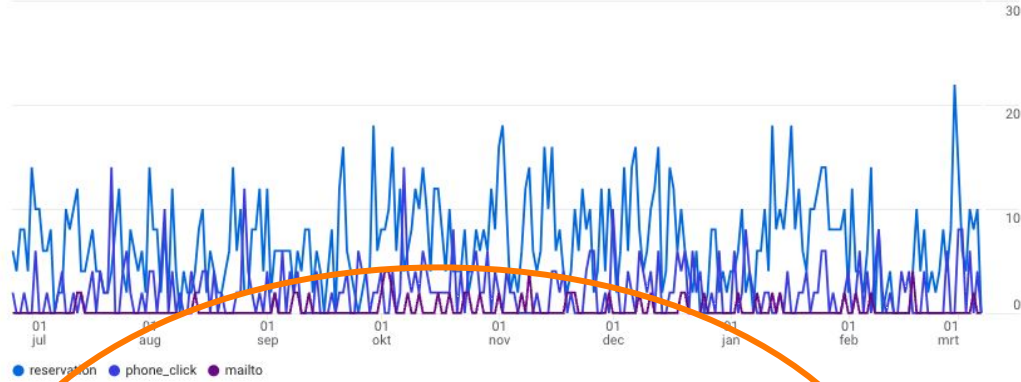
Lunchen bij Bistro de Umbelder?
Reserveer een tafel!



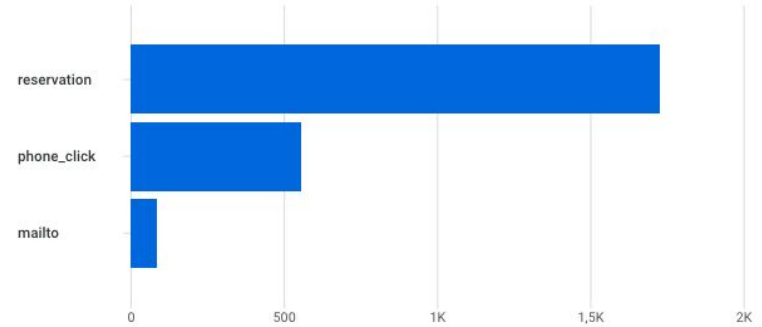
Umbelder? Reserveer direct een tafel!

Google Analytics 4

Conversies per Naam gebeurtenis in de loop der tijd



Conversies per Naam gebeurtenis



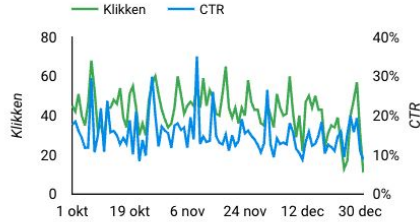
Zoeken...

Rijen per pagina: 10 1-3 van 3

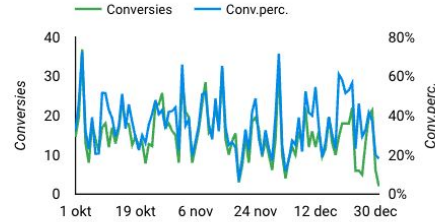
	Naam gebeurtenis	Conversies	Totaal aantal gebruikers	Totale inkomsten
		2.370,00 100% van totaal	1.089 100% van totaal	€ 0,00
1	reservation	1.728,00	824	€ 0,00
2	phone_click	556,00	245	€ 0,00
3	mailto	86,00	37	€ 0,00

BISTRO DE UMBELDER

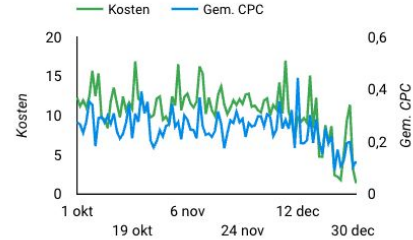
CTR en Impressies



Reserveringen en kosten per reservering



Kosten per klik



Best presterende campagnes

Campagne	CTR ▾	Gem. CPC	Kosten/conv.
1. NL - Search - Branded	60,35%	€ 0,05	€ 0,1
2. NL - Search - Generiek - De Umbelder	9,58%	€ 0,39	€ 1,49

Waar sta jij?

**De basis
op orde**

**Juiste data
verzamelen**

**Gericht sturen
op data**

Data trends

Key takeaways

Waar sta jij?

Fase 1

Online
fundament

Website op orde in
één taal

Social media
kanalen zijn actief

Fase 2

Basic online
marketing

Goed beheer van
online marketing

Google
zichtbaarheid op
orde (organisch en
betaald)

Zichtbaar op
relevante
platformen (zoals
o.a. Tripadvisor,
Tiqets, Eet.nu, Kiyoh,
Trustpilot, etc.)

Fase 3

Managed online
marketing

**Website analyse
tool inricht (Google
Analytics 4)**

Wekelijks social
media beheer

Review
management

Zoekmachine
optimalisatie en
e-mail marketing

Fase 4

Geoptimaliseerde
online marketing

Meertalige
(internationale)
website

**Gericht sturen op
online data en
KPI's**

Doelgroepgerichte
campagnes

Fase 5

Innovatieve online
marketing

**Experimenteren
binnen online
marketing op basis
van data**

Dagelijks intensief
social media beheer

Marketing
automation,
personalisatie

“Wat zouden richtingen kunnen zijn om onze online doelstellingen te bepalen?”



Lukas
Leisure ondernemer

1

**Word
gevonden**

2

**Word
gekozen**

3

**Terugkerende
klanten**



**Word
gevonden**

Kanalen (o.a.)

- Google Search
- Socials (o.a. Instagram, Facebook, TikTok)
- Partner platforms (o.a. Booking, TripAdvisor)

**Word
gekozen**

**Terugkerende
klienten**

Word gevonden

Word
gekozen

Terugkerende
klanten

Kanalen (o.a.)

- Google Search
- Socials (o.a. Instagram, Facebook, TikTok)
- Partner platforms (o.a. Booking, TripAdvisor)

Online doelstellingen (o.a.)

- Groei van (internationale) website bezoekers
- Verbeteren zichtbaarheid op social kanalen
- Meer verwijzingen van partner platforms

**Word
gevonden**

**Word
gekozen**

Kanalen (o.a.)

- Eigen website
- Partner platforms
(o.a. boekingsites, reviewsites,
toeristische platforms)

**Terugkerende
klanten**

**Word
gevonden**

**Word
gekozen**

Kanalen (o.a.)

- Eigen website
- Partner platforms
(o.a. boekingsites, reviewsites,
toeristische platforms)

Online doelstellingen (o.a.)

- Betrokkenheid verhogen
met website content
- Meer contactaanvragen,
boekingen of reserveringen

**Terugkerende
klanten**

**Word
gevonden**

**Word
gekozen**

**Terugkerende
klanten**

Kanalen (o.a.)

- E-mail
- Chatbot (AI)
- Mobile & Web push

**Word
gevonden**

**Word
gekozen**

**Terugkerende
klanten**

Kanalen (o.a.)

- E-mail
- Chatbot (AI)
- Mobile & Web push

Online doelstellingen (o.a.)

- Verhogen websiteverkeer vanuit e-mail
- Verzamelen van meer kwalitatieve reviews
- Meer terugkerende website gebruikers

“Hoe kan ik een plan ontwikkelen om gerichter te sturen op mijn online doelstellingen?”



Lukas
Leisure ondernemer

Ontwikkel jouw doelen en data plan

Doel 1	Strategie	KPI's
Doel 2	Strategie	KPI's
Doel 3	Strategie	KPI's
Doel 4	Strategie	KPI's
Doel 5	Strategie	KPI's

Stap 1: Online doelen bepalen

Doel 1	Strategie	KPI's
Doel 2	Strategie	KPI's
Doel 3	Strategie	KPI's
Doel 4	Strategie	KPI's
Doel 5	Strategie	KPI's

→ Wat zijn jouw online doelstellingen voor 1 jaar? Max. 5

Stap 2: Strategie bepalen

Doel 1	Strategie	KPI's
Doel 2	Strategie	KPI's
Doel 3	Strategie	KPI's
Doel 4	Strategie	KPI's
Doel 5	Strategie	KPI's

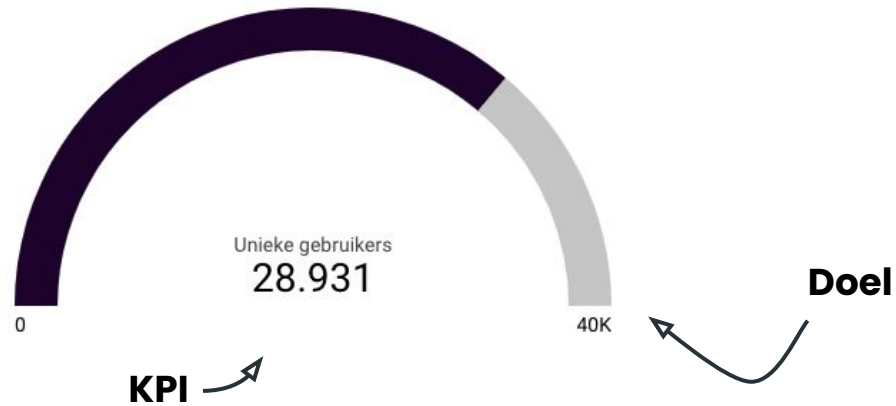
→ Hoe wil je deze doelstellingen gaan bereiken?

Stap 3: Meetbaarheid (KPI's)

Doel 1	Strategie	KPI's
Doel 2	Strategie	KPI's
Doel 3	Strategie	KPI's
Doel 4	Strategie	KPI's
Doel 5	Strategie	KPI's

→ Hoe kan je deze doelstellingen meetbaar maken? **Met KPI's!**

KPI staat voor **Key Performance Indicator**.
Met een KPI kun je de voortgang meten van
jouw online doelstellingen.



Er zijn enorm veel online KPI's

Marketing	E-mail	SEO	CPC	Social	Website / content
CPA	Open ratio	Unieke organische bezoekers	CPC	Bereik	Gepubliceerde web-content
Marketing ROI	Conversie ratio	Landingspagina's	Clicks	Engagement ratio	Unieke website bezoekers
Marktaandeel	Unsubscribe ratio	Keyword impressies	ROAS	Followers/fans	Nieuwe VS. terugkerende bezoekers
Kosten per lead	Subscribers	Keyword ranking	CTR	Conversie ratio	Tijd op website
Conversieratio	CTR	Tijd op website/pagina	Ad. positie	Impressies	Page views
Conversies (specificeer welke conversies)	Delivery ratio	First page keywords	Conversies (specificeer welke conversies)	Klikken	Exit ratio
Customer LTV (dagelijkse / wekelijkse/ maandelijkse actieve gebruikers)	Time on site	Page views	CPA	Social sentiment	Pagina's per bezoek
Churn-ratio	Web traffic	Clicks	Impressies	Mentions (@, #)	Bounce (engagement) ratio
		Non-branded search traffic	Quality score	Shares	Traffic kanalen
		Referring traffic (backlinks)	Media kosten	Views (video)	Geografische bezoekers
		Domein autoriteit	Views (video)		Mobile VS. Desktop
		Geïndexeerde pagina's			Top content pagina's

Belangrijke basis KPI's voor de vrijetijdssector

Marketing	E-mail	SEO	CPC	Social	Website / content
Kosten per lead Conversieratio Conversies	Open ratio Click ratio	Unieke organische bezoekers Keyword ranking	CPC Clicks CTR Conversies CPA	Bereik Engagement ratio Followers/fans	Unieke website bezoekers Tijd op website Pagina's per bezoek Kanalen voor traffic

Verzamelen van de juiste online data

1. KPI's bepalen in lijn met jouw online doelstellingen!
2. Keuze maken data en analyse tooling (bijv. Google Analytics 4)
3. Data meetplan: Hoe ga ik de data doormeten?
4. Technische inrichting van data

Tip: doe dit met een expert!



Data analyse tools

Kwantitatieve website data



Kwalitatieve website data en
conversie optimalisatie



Social media en partner
platform data



Booking.com

Data analyse tools

Kwantitatieve website data

Kwalitatieve website data en
conversie optimalisatie

Social media en partner
platform data



Prestaties in zoekresultaten

EXPORTEREN

Zoektype: Web Datum: Afgelopen 3 maanden + Nieuw

Laatst geüpdatet: 2 uur geleden



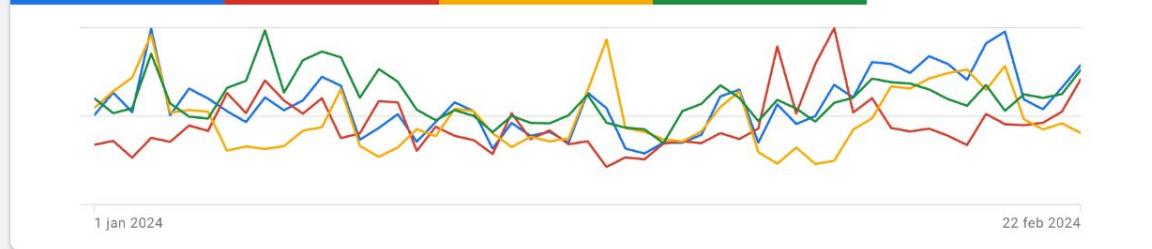
	ZOEKOPDRACHTEN	PAGINA'S	LANDEN	APPARATEN	ZOEKOPMAAK	DATUMS
--	----------------	----------	--------	-----------	------------	--------

Land	Aantal klikken	Vertoningen	CTR	Positie
Nederland	7.843	531.396	1,5%	11,5
België	486	30.395	1,6%	12

- Overzicht
- URL-inspectie
- Prestaties
 - Zoekresultaten
 - Discover
 - Indexeren
 - Pagina's
 - Videopagina's
 - Sitemaps
 - Verwijderingen
 - Functionaliteit
 - Paginafunctionaliteit
 - Site-vitaliteit
 - HTTPS
 - Optimalisaties
 - Evenementen
 - Beveiligingsproblemen en handmatige acties
 - Verouderde tools en rapporten
 - Links
 - Instellingen
 - Feedback sturen



Klikken	Vertoningen	CTR	Kosten
5,43K	63,1K	8,60%	€ 886



Aanbeveling

Verhoog uw budgetten +5,1%

Uw advertenties worden niet meer getoond op uw drukste dagen. Als u uw beperkte budget aanpast, kan dit de oplossing bieden.

Aanbevolen omdat u vorige week 5% of meer van uw potentiële verkeer heeft

Netwerken

Overzicht van hoe uw advertenties presteren op deze netwerken

Google zoek... Zoekpartn... Statistieken voor meerdere netwer...



Momentopname van rapporten

Alle gebruikers Vergelijking toevoegen

Afgelopen 28 dagen 25 jan - 21 feb 2024

Realtime

Momentopname van rapporten

Bedrijfsdoelen

Leads genereren

Online verkoop stimuleren

Merkbekendheid vergroten

Gebruikersgedrag onderzoeken

Gebruiker

Gebruikerskenmerken

Technologie

Levenscyclus

Acquisitie

Betrokkenheid

Inkomsten genereren

Behoud

Search Console

Search Console

Bibliotheek

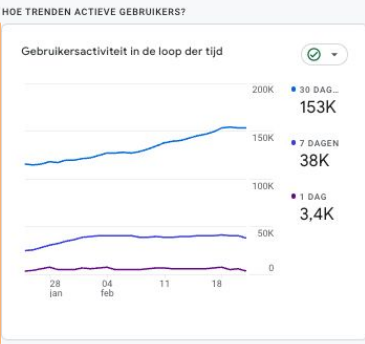


WAT ZIJN UW BESTE CAMPAGNES?

Sessies per Primaire kanaalgroep

PRIMAIRE KANAAL...	SESSIES
Organic Search	84K
Paid Social	37K
Direct	20K
Paid Search	14K
Referral	8,2K
Cross-network	6,4K
Display	4,1K

Verkeersacquisitie bekijken



PAGINA'S

WELKE PAGINA'S EN SCHERMEN WORDEN HET MEEST BEKEKEN?

Weergaven per Paginatitel en schermklasse

PAGINATITEL EN SCHERMKLASSE	WEERGAVEN
De uitgang van Brabant VisitBra...	25K
7x Noord-Brabant beleven met kind...	8,2K
13x bijzonder overnachten in Noord...	5,5K
11x wakker worden midden in de Br...	5,2K
Interactieve kaart van Brabant Visit...	5,1K
Plan en print je eigen gratis wandelr...	3,9K
7x Nordbrabant ontdekken met Kind...	3,7K

Pagina's en schermen bekijken

WAT ZIJN UW TOPEBEURTENISSEN?

WAT ZIJN UW BESTE CONVERSIES?

WAT ZIJN UW BESTVERKOPENDE PRODUCTEN?


HOE VERHOUDT DE ACTIVITEIT OP UW PLATFORMS ZICH?

Aantal gebeurtenissen per

Conversies per

Items gekocht per

Conversies per Platform




Heb je nog geen Google Analytics 4 of andere web-analytics tool gekoppeld met je website?

Start vandaag nog!



Waarom?

- Gratis tool
 - Google Analytics 4 meet al veel **standaard website data**
 - Uitgebreide doelgroep inzichten
 - Betere (marketing) besluitvorming op basis van data
 - Geïntegreerde rapportages
- 



- Paginaweergaven**
Leg een paginaweergavegebeurtenis vast bij elke keer dat er een pagina wordt geladen of dat de website de status van de browsergeschiedenis wijzigt. Indien gewenst kunt u browsergeschiedenisgebeurtenissen uitzetten in de geavanceerde instellingen.
- [Geavanceerde instellingen tonen](#)
- Scrolls**
Leg scrollgebeurtenissen vast telkens wanneer bezoekers de onderkant van een pagina bereiken.
- Uitgaande klikken**
Leg een uitgaande-klikgebeurtenis vast bij elke keer dat bezoekers op een link klikken waarmee ze uw domein(en) verlaten. Uitgaande-klikgebeurtenissen worden standaard vastgelegd voor alle links waarmee het huidige domein wordt verlaten. Links naar domeinen die zijn geconfigureerd voor cross-domein meting (in de instellingen voor taggen) activeren geen uitgaande-klikgebeurtenissen.
- Zoeken op de site**
Leg een zoekresultaatgebeurtenis vast bij elke keer dat een bezoeker een zoekopdracht uitvoert op uw site (op basis van een queryparameter). Zoekresultaatgebeurtenissen worden standaard geactiveerd bij elke keer dat een pagina met een veelgebruikte queryparameter in de URL wordt geladen. In de geavanceerde instellingen kunt u de parameters waarnaar moet worden gezocht, wijzigen.
- [Geavanceerde instellingen tonen](#)
- Formulierinteracties**
Leg een formulierinteractiegebeurtenis vast telkens wanneer bezoekers interactie hebben met een formulier op uw website.
- Video-engagement**
Leg gebeurtenissen vast voor het afspelen en voltooien van video's en voor videovoortgang bij elke keer dat bezoekers ingesloten video's op uw site bekijken. Videogebeurtenissen worden standaard geactiveerd voor YouTube-video's die zijn ingesloten op uw site en waarvoor [JS API-ondersteuning](#) is geactiveerd.
- Bestandsdownloads**
Leg een bestandsdownloadgebeurtenis vast bij elke keer dat er wordt geklikt op een link met een extensie voor een gewoon document, gecomprimeerd bestand, app, video of audio.



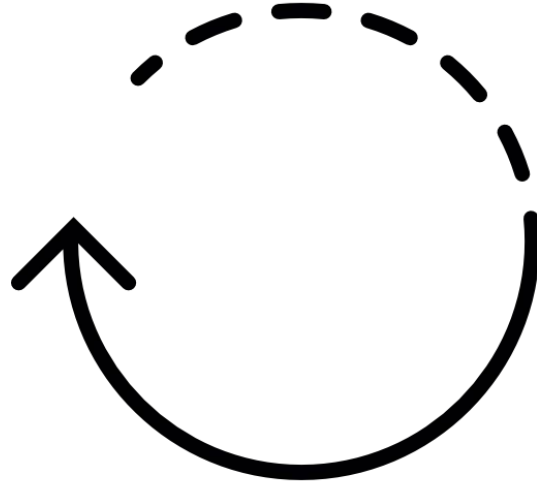
Gericht sturen op data

Van data naar inzicht

Van ruwe data naar waardevolle klantcommunicatie



1. Data verzamelen

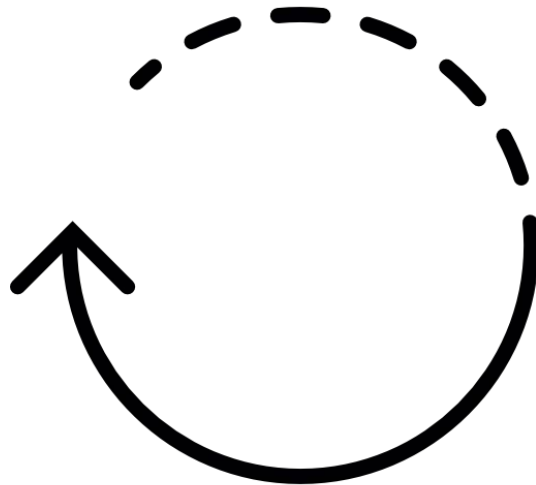


Van ruwe data naar waardevolle klantcommunicatie

2. Data verenigen en leren



1. Data verzamelen



Google Tag Manager



Rapportage & dashboarding

Van ruwe data naar waardevolle klantcommunicatie

2. Data verenigen en leren



Google Tag Manager



Rapportage & dashboarding



Google Tag Manager

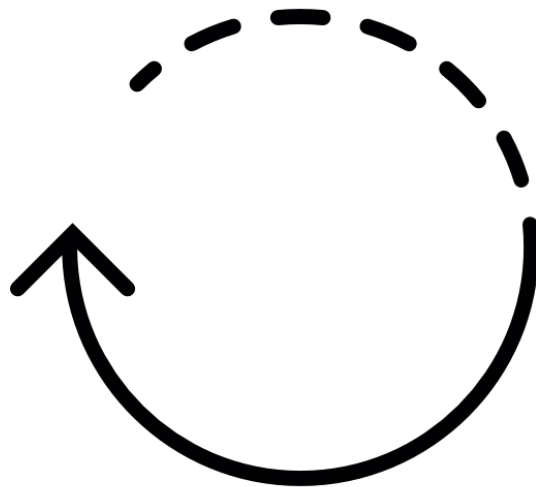
1. Data verzamelen

3. Creëren

Acties / promoties

E-mail versturen

Campagne ontwikkelen



Van ruwe data naar waardevolle klantcommunicatie

2. Data verenigen en leren



Google Tag Manager



Looker Studio

Rapportage & dashboarding

3. Creëren

Acties / promoties

E-mail versturen

Campagne ontwikkelen

4. Communicatie en activatie

1. Data verzamelen



Google Tag Manager



Jouw website



**DATA
GEDREVEN
WERKEN**

Van data naar inzicht met dashboarding

- Doelstellingen, KPI's en targets op één plek
- Realtime inzicht
- Data simpel gevisualiseerd
- Data-gebaseerde besluitvorming

Welke oplossingen zijn er?

**Gratis tool
van Google**



Looker Studio

*Niet alle kanalen
direct te integreren,
enkel Google
producten*

geckoboard

*Betaalde tool, maar alle
online marketing
kanalen zijn direct te
integreren en makkelijk
in gebruik.*



Power BI



tableau®

Doelstelling #1: Web verkeer totaal

Het totaal aantal gebruikers uit Duitsland, België en Nederland (binnen- en buiten Brabant) is eind 2023 minimaal gestegen met 20% ten opzichte van 2022.



Land	Gebruikers	YoY % Δ	Target
Netherlands	697.538	14.5% ↑	5%
Belgium	145.232	52.3% ↑	25%
Germany	129.939	115.0% ↑	30%

Kanaal	Gebruikers	YoY % Δ
Organic Search	421.056	30.9% ↑
Paid Social	145.584	25.0% ↑
Paid Search	95.949	-50.0% ↓
Referral	41.345	20.5% ↑
Organic Social	29.332	5.7% ↑
Email	5.085	931.4% ↑

Doelstelling #2: Organisch verkeer

Het organisch websiteverkeer (unieke gebruikers) uit NL, BE en DE is binnen één jaar gemiddeld met 30% gestegen.



Doelstelling 4: Data & identificatie

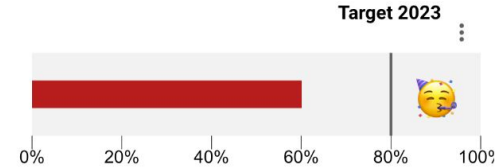
Eind 2023 willen we 3% (34.000) van alle gebruikers geïdentificeerd hebben middels een e-mailadres en interesse voorkeuren.



Naam gebeurtenis	Subscriptions
subscription_newsletter	2.690
subscription_newsletter_de	1.110
subscription_newsletter_en	87

Doelstelling #3: Web betrokkenheid

Het gemiddelde betrokkenheidspercentage voor onze belangrijkste top 50 content pagina's is eind 2023 gestegen van 60% naar 80%.



Doelstelling #5: Conversies

Eind 2023 heeft visitbrabant.com 30.000 conversies gegenereerd in de vorm van boekingen of andere bezoekenintenties.

Boekintentie conversies (YoY) <small>(Meting vanaf 24 april 2023)</small>	Conversies 2,4K 0	Target 30.000
Outbound link clicks totaal (YoY)	Outbound links 172,7K Geen gegevens	300k

1

Unieke gebruikers NL, BE & DE is eind 2023 gestegen tot 1 mln

Owner: Web- Content & Social Team

Unieke gebruikers
1.070.112

📈 68,1% This year vs previous period

Target
1.000.000

Real-time MtD
18.908
↓ -77%

Land	Gebruikers	% Δ	Target
Netherlands	872.329	165.9% 📈	500k
Belgium	81.607	169.3% 📈	100k
Germany	34.038	392.8% 📈	40k

Plaats	Gebruikers	Δ
Eindhoven	303,5K	212,1K 📈
Rotterdam	135K	91,7K 📈
Amsterdam	115,8K	42K 📈
The Hague	77,4K	64,7K 📈
Haarlem	73,3K	67K 📈
(not set)	51,1K	37,2K 📈
Antwerp	31,7K	24,6K 📈
Utrecht	23,9K	19,2K 📈
Veldhoven	18,5K	10,9K 📈
Helmond	15,3K	8,8K 📈

2

Het organisch verkeer uit DE is eind 2023 verdubbeld naar 25k

Owner: Web- Content & Social Team

Unieke gebruikers
14.863

📈 292.3% This year vs previous period

Target
25.000

Real-time MtD
222
↓ -79%

3

Aantal gebruikers uit Organic Social is eind 2023 gestegen met 20%

Owner: Aniek

Unieke gebruikers
82.358

📈 76.8% This year vs previous period

Target
120.000

Real-time MtD
331
↓ -90%

Sessiebron	Gebruikers	Δ
l.instagram.com	34K	20,8K 📈
m.facebook.com	20,8K	6,9K 📈
instagram.com	10,7K	5K 📈
lm.facebook.com	10,3K	3,1K 📈
l.facebook.com	4,8K	-14 📉
linkedin.bio	3,9K	892 📈
linkedin.com	1,1K	354 📈

The background is a vibrant orange with a white wavy border at the top and bottom. It is filled with various white line-art icons representing digital trends, such as a computer monitor with a dollar sign, a globe, a person icon, a Facebook 'f', a WhatsApp speech bubble, a bar chart, and a cloud. There are also several four-pointed starburst icons scattered throughout.

Trends in online data

2024 en verder...

Google Consent Mode V2

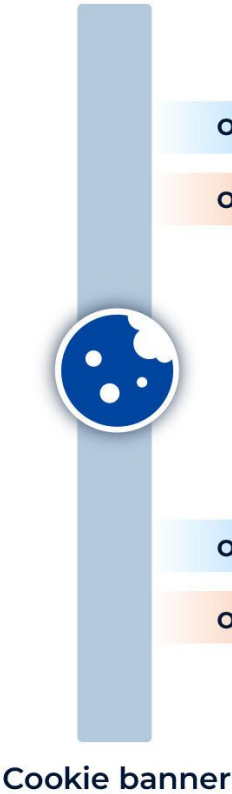
Privacy en gebruiksvriendelijk beheer van alle cookies op een eenvoudige manier



Google Consent Mode implemented



Normal implementation



Non-identifying data



Identifying data



No data



Identifying data



Betere voorspellingen op basis van data

AI, machine learning en algoritmes doen de rest!





🌟 INZICHT

Een stijging in gebruikers uit de bron '(direct)'

Van 18 tot 24 februari 2024

Wij voorspelden dat gebruikers uit de bron '(direct)' tussen 220 en 952 zouden liggen. Je werkelijke gebruikers waren meer dan dit bereik, namelijk 1.227.

Gebruikers



Afwijking Verwachte waarde



🌟 INZICHT

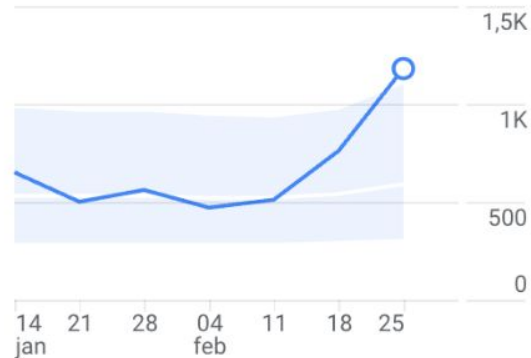
Nieuw

Een stijging in paginaweergaves voor vrouwelijke gebruikers

Van 25 februari tot 2 maart 2024

Wij voorspelden dat paginaweergaves voor vrouwelijke gebruikers tussen 314 en 1.101 zouden liggen. Je werkelijke paginaweergaves waren meer dan dit bereik, namelijk 1.182.

Paginaweergaves




Afwijking Verwachte waarde





Einde van 3rd party cookies in 2024


In 2024 stopt ook Google Chrome met de ondersteuning van 3rd party cookies. Leg nog meer de focus op 1st party data.





Customer data platforms steeds meer in trek

Alle 1st party klantdata op één plek voor meer
gepersonaliseerde klantervaringen






‘Datageletterdheid’ steeds belangrijker

Data vaardigheden van jouw medewerkers





Key takeaways



Leer en bouw uit!

Begin
klein



- Begin altijd met het bepalen van je **online doelstellingen** en hoe je die doelstellingen **meetbaar** gaat maken (**KPI's**).
- De **waarde uit data** haal je er pas écht uit als je ook iets gaat doen met de **inzichten uit deze data**.
- Maak alleen de voor jou **belangrijkste data (conversies)** **meetbaar** en inzichtelijk in een tool als bijv. **Google Analytics 4**.

- Zorg in alle gevallen dat je **voldoet aan de wetgeving** rondom privacy en het verzamelen van data (AVG / GDPR).
- **Visualiseer de data** en **maak het makkelijk toegankelijk** met een simpele rapportage of online dashboard.

VisitBrabant Google Analytics Cheat Sheet



<https://bit.ly/cheat-sheet-ga4>

**Scan en
download**





Heb je vragen? Deze kan ik tijdens de
netwerkborrel beantwoorden.

Rico van Lent

Circle minds.nl

rico@circleminds.nl