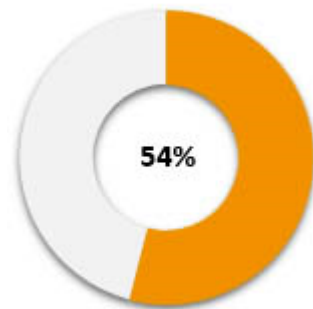


Local Search voor RegioBank

Klantvraag

Het nieuwe platform [regiobankadviseurs](#), bestaande uit aangesloten en zelfstandige adviseurs, werd in 2014 gelanceerd. Belangrijk voor RegioBank is dat het nieuwe online platform een belangrijke rol gaat spelen bij het genereren van leads voor individuele adviseurs. Kortom, via het platform moeten bezoekers snel en makkelijk een adviseur in de buurt kunnen vinden, contact opnemen en/of direct een afspraak kunnen maken.



Stijging aantal leads

RegioBank heeft als doelstelling:

- ✓ **Het vergroten van de online vindbaarheid van het platform**
- ✓ **Het vergroten van de online zichtbaarheid van lokale adviseurs, in de regio**
- ✓ **Het aantal bezoekers op het platform laten stijgen**
- ✓ **Leads generen voor lokale adviseurs (contact opnemen / afspraak maken)**

Aanpak Orangedotcom

Orangedotcom adviseert en ondersteunt [RegioBank.nl](#) bij het uitbouwen van het online platform. Een van de belangrijkste strategische keuzes is het feit dat de Google Adwords campagnes gericht zijn op lokale zichtbaarheid en daardoor een lokale focus hebben. Dit komt direct voort uit het feit dat RegioBank in veel (kleinere) regio's sterk vertegenwoordigd is en dat er alleen geadverteerd dient te worden in specifieke regio's. Door een sterk lokaal karakter wordt efficiënt omgegaan met het budget. Op die manier wordt lokaal budget volledig ingezet voor individuele adviseurs.

Door middel van lokaal gerichte Adwords campagnes vinden potentiële klanten van RegioBank zo hun dichtstbijzijnde adviseur in de regio.

Doorvertaling strategie

Een belangrijk aspect bij het doorvertalen van de strategie naar lokale campagnes heeft te maken met een goede en relevante campagne- en advertentiegroepstructuur. Op die manier is er ruimte voor flexibiliteit, controle (o.a. over budgetten) en hyperrelevante advertenties.



Google Adwords leent zich perfect om lokaal te adverteren. De local search campagnes zijn zodoende ook speciaal gericht op o.a. specifieke regio's, steden, dorpen en postcode-gebieden. Deze strategie volgt uit de directe vraag naar lokale campagnevoering.

Via twee pilots zijn de local search campagnes opgezet en zijn de effecten gemeten. Deze pilots werden onder andere gekenmerkt door:

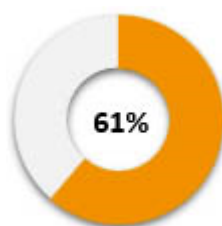
- ✓ **Campagnes voor 34 RegioBank regio's**
- ✓ **Lokale targeting inspeland op local search gedrag**
- ✓ **Sitelinks en andere lokale extensies in advertenties**
- ✓ **Brandcampagnes én themacampagnes**
- ✓ **Remarketing via Google Display Network (GDN) en Google Zoeknetwerk (RLSA)**
- ✓ **SEA in zoek- en displaynetwerk van Google**



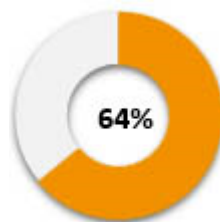
Resultaat

Na het succes van de eerste twee pilots in 34 regio's heeft RegioBank een nieuwe fase uitgerold waarbij er op dit moment tot 400 regio's / adviseurs zijn opgenomen. Voor alle regio's adviseert Orangedotcom over de inzet van zoekmachine marketing en vooral de inzet van lokale campagnes binnen SEA.

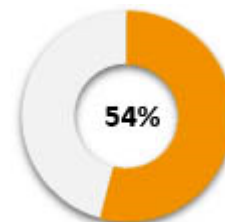
In de onderstaande figuren staan de belangrijkste resultaten van de SEA campagnes uit de pilots weergegeven:



% daling CPA



% leads uit SEA



Stijging aantal leads

- ✓ **Een gemiddelde daling van 61% in de CPA**
- ✓ **Gemiddeld 64% van de leads afkomstig uit SEA activiteiten**
- ✓ **Een gemiddelde stijging van 54% in het aantal leads**



"Ik heb een grote stap kunnen maken in de aanwezigheid en vindbaarheid op het internet."

RegioBank adviseur, Veldsink-Bekx Adviesgroep

