

# Zoektypen binnen Google Adwords

Afkomstig uit: Spoedcursus Adwords

Ga naar: <http://www.spoedcursusadwords.nl> voor meer  
informatie over dit boek.

Gijs van Vliet  
Juni 2010

# Keywords / Zoekwoorden

Met de Keywords geeft u aan bij welke zoekwoorden Google uw advertentie moet vertonen. Er zijn vier zoektypen:

1. Brede zoekwoorden, bijvoorbeeld: wijn  
Hierbij wordt de advertentie vertoond indien het zoekwoord voorkomt in de zoekopdracht van de bezoeker, ongeacht de andere zoekwoorden die de gebruiker opgeeft.
2. Woordgroep, bijvoorbeeld: “wijn opslagsysteem”  
Hierbij wordt de advertentie vertoond indien de zoekwoorden voorkomen in de zoekopdracht van de bezoeker, ongeacht de andere zoekwoorden die gebruiker opgeeft. De advertentie wordt **niet** vertoond bij woorden als wijnkelder, wijnfles en minister nawijn
3. Exact, bijvoorbeeld [wijn]  
In dit geval wordt de advertentie enkel en alleen vertoond als de bezoeker zoekt *wijn*.
4. Negatieve zoekwoorden, bijvoorbeeld: -verslaving  
Hierbij wordt de advertentie **niet** vertoond als het woord verslaving voorkomt in de zoekopdracht van de bezoeker.

Met een beperkt budget is het verstandig om de brede zoekwoorden zoveel mogelijk te vermijden en te focussen op “Exact overeenkomend” en [Alleen exact overeenkomend].

## Lage CPC door “Woordgroep” en [Exact] te gebruiken voor identieke zoekwoorden

Net als in de organische zoekresultaten wordt relevantie door Google beloond met een hogere positie en een lagere CPC. Hier kun je slim gebruik van maken door voor iedere “Woordgroep” zoekwoord ook een [Exact] zoekwoord te plaatsen.

Dit lijkt misschien dubbelop en daardoor onzinnig, maar dit is het beslist niet.

Onderstaand voorbeeld illustreert dit:

*Stel een bezoeker zoekt op **goedkoop wijnrek** en u adverteert met een “goedkoop wijnrek”, dan zal u advertentie relevant zijn voor deze zoekopdracht, maar ook voor bijvoorbeeld **goedkoop wijnrek van hout**.*

*Indien u ook adverteert op [goedkoop wijnrek] dan zal de advertentie alleen vertoond kunnen worden bij **goedkoop wijnrek**. De kans dat de bezoeker precies hier op zoekt is weliswaar kleiner, maar als er op gezocht wordt, beschouwd Google deze exacte keywords als relevanter dan de keywords in een woordgroep.*

Als bovenstaande te theoretisch is dan volstaat het om gewoon te onthouden dat u voor ieder “woordgroep” zoekwoord ook een [exact] zoekwoord aanmaakt.