

## Flora Direct maakt succesvol gebruik van Google AdWords oplossingen bij haar expansie naar nieuwe markten.



### Over Flora Direct

- Hoofdkantoor in Lisse, Nederland
- Plant en bloembollen verkoper opgericht in 1895
- [www.floradirect.nl](http://www.floradirect.nl)

### Doelen

- Focus op expansie door export
- Behoud van kosten per acquisitie op beheersbaar niveau
- Aantrekken van bezoekers om online en offline verkopen te stimuleren

### Aanpak

- Onderscheid gemaakt tussen verschillende klantgroepen
- Termen en structuur aangepast van gelokaliseerde webshops
- Inzet van advertenties met productvermeldingen

### Resultaat

- 23% stijging in conversies sinds de uitrol van de nieuwe strategie
- 87% van alle conversies worden gegenereerd uit export campagnes
- 50% van alle conversies in het Verenigd Koninkrijk worden gegenereerd uit advertenties met productvermeldingen

Flora Direct is een exporteur van planten en bloembollen opgericht in 1895. Sinds de lancering van haar eerste AdWords campagne in 2006 is het familiebedrijf een geleidelijke transitie ondergaan van offline naar online verkoop. Tegenwoordig is ze succesvol in het draaien van 10 gelokaliseerde webshops in Europa en de Verenigde Staten.

### Verrijk uw export strategie

De strategie van Flora Direct was geënt op groei door export en leunde in het verleden sterk op traditionele marketing kanalen bij het bereiken van potentiële klanten. In 2006 begon mede-eigenaar Melvin Jansen met het gebruik van AdWords als onderdeel van een nieuwe marketing strategie. Aanvankelijk gebruikte Melvin slechts de basis functionaliteiten van AdWords en onderhield hij zijn campagnes met behulp van de campaign optimizer. Hierdoor was hij in staat een redelijk conversie ratio op te bouwen voor zijn budget. “We gebruikte AdWords als aanvullend marketinginstrument,” vertelt hij. “In termen van het realiseren van onze export ambities hadden we echter nog geen duidelijke visie op alle mogelijkheden.” Toen markten steeds competitiever werden begonnen de kosten per acquisitie te stijgen. “De marges krimpten,” vertelt Melvin. “Ik had het gevoel geen volledig begrip te hebben van de potentie van AdWords en was geïnteresseerd in het herzien van onze export strategie.”

Het Google team ontdekte verschillen in conversie gedrag en hielp Melvin een onderscheid te maken tussen generieke klanten in de oriëntatiefase en klanten met specifieke product verzoeken. Het overeenkomstig structureren van zijn campagnes en het aanmaken van aparte landingspagina's zorgden voor een relevantere boodschap voor elke klantengroep, verhoogde de conversie ratio en beïnvloedde de kosten per acquisitie.

*“In het Verenigd Koninkrijk, onze sterkste buitenlandse markt, wordt de helft van onze omzet al gegenereerd uit advertenties met productvermeldingen.”*

**— Melvin Jansen, Mede-eigenaar, Flora Direct**

De volgende stap was het identificeren van landen met de grootste exportmogelijkheid. Google's global market finder hulpprogramma bood hierbij een gemakkelijke manier om snel te identificeren waar de vraag voor Melvin's producten het sterkst was. Bij het streven om de toestredingsdrempel voor nieuwe klanten te verlagen ontdekte het team dat het lokaliseren van de website een geweldige kans bood om de engagement te verhogen. Samen met het inzicht dat zoekgedrag verschilt tussen markten zette dit Flora Direct er toe de termen en structuur van elke webshop aan te passen en haar campagnes uit te breiden naar België en Polen.

---

*“In het verleden was AdWords iets wat we er bij deden maar tegenwoordig realiseren we ons dat dit het brood op tafel brengt!”*

**— Melvin Jansen, Mede-eigenaar, Flora Direct**

---



Ondanks dat alle aanpassingen tot nu toe effectief waren gebleken werd Flora Direct nog steeds geconfronteerd met hevige concurrentie in zowel huidige als nieuwe markten. Het bedrijf had over de jaren een sterk prijsvoordeel over haar concurrenten opgebouwd en geïnvesteerd in hoge kwaliteit productfoto's. Toen AdWords advertenties met productvermeldingen introduceerde bleek dit dan ook meteen een goede fit. Advertenties met productvermeldingen bieden de mogelijkheid om rijke informatie, zoals afbeelding en prijs, aan een advertentie toe te voegen en zijn specifiek ontworpen om een effectievere zoekervaring te creëren. Wanneer een gebruiker een bepaalde zoekopdracht invoert geeft AdWords automatisch een relevante reeks producten weer met bijbehorende prijs, afbeelding en titel.

Flora Direct creëerde een eerste reeks advertenties met productvermeldingen om het potentieel van het nieuwe formaat te testen. Uit de resultaten van deze campagne identificeerde Melvin een aantal voordelen; Allereerst voelde potentiële klanten zich meer aangetrokken door de rijkere product informatie. Ten tweede hadden de unique selling points van concurrenten in traditionele advertentie formaten minder effect op het koopbesluit van de klant en ten derde was de veiling voor advertenties met productvermeldingen een stuk minder bevolkt. Dit deed hem er toe besluiten ook advertenties met productvermeldingen op te zetten in zijn andere markten. “Advertenties met productvermeldingen hebben bewezen een geweldig hulpmiddel te zijn bij het winnen van marktaandeel en het verhogen van de omzet in buitenlandse markten,” vertelt hij. “Dit was precies ons doel.”

#### **Verlagen van toetredingsdrempels**

Melvin meldt dat de strategie een succesvolle bijdrage heeft geleverd in het verkrijgen van een sterke positie op buitenlandse markten en het uitbreiden van marktaandeel in bestaande markten. Door het gebruik van advertenties met productvermeldingen hebben meer potentiële klanten zijn websites bezocht en heeft hij een significante groei kunnen realiseren in zijn klantenbestand. Zo wordt in het Verenigd Koninkrijk 50% van Flora Direct's conversies gerealiseerd uit advertenties met productvermeldingen. “In het laatste kwartaal hebben we meer conversies gerealiseerd dan in het gehele vorig jaar samen,” onthult Melvin.

In de afgelopen maanden heeft Flora Direct haar nieuwe strategie toegepast in verschillende markten. De combinatie van advertenties met productvermeldingen en de aanpassingen aan haar gelokaliseerde webshops hebben bijgedragen aan belangrijke success cijfers. Zo is er sinds de uitrol van de nieuwe strategie een groei van 23% in conversies gerealiseerd en wordt 87% van alle conversies gegenereerd uit export campagnes.

Door de integratie van de nieuwste Google-oplossingen in hun strategie was Flora Direct in staat haar export doelstellingen te realiseren, een positief financieel rendement te behalen en zichzelf klaar te stomen voor de toekomst. “In het verleden was AdWords iets wat we er bij deden maar tegenwoordig realiseren we ons dat dit het brood op tafel brengt,” concludeert Melvin.

