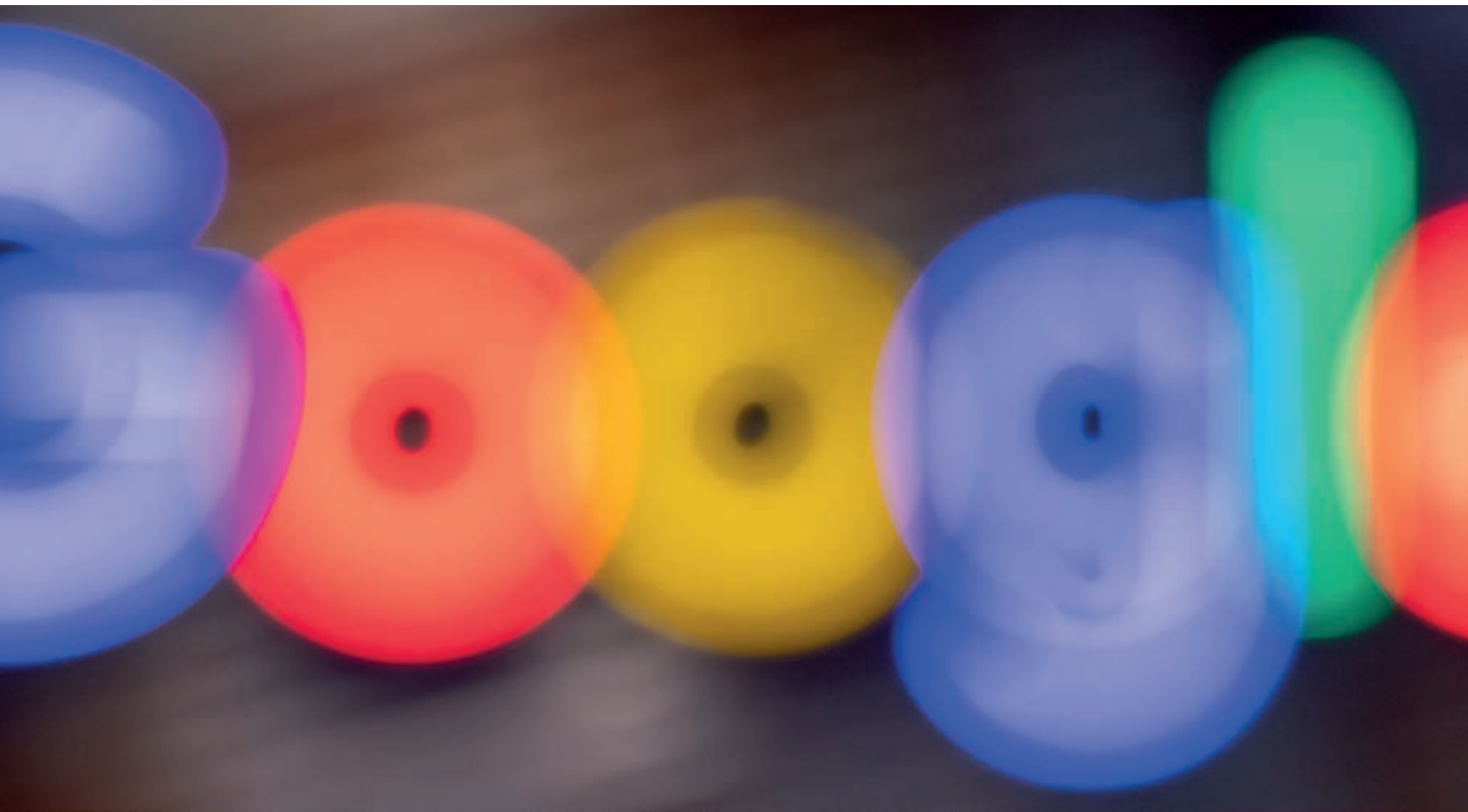




GOOGLE STOPT MET GEPERSONALISEERDE ADS!

Dat betekent: dat je advertenties en Google vindbaarheid zoals je hem nu hebt mogelijk compleet moet omgooien.

Er werd al langer over gesproken, maar nu gaat het echt gebeuren. Google gaat in 2024 stoppen met het gebruiken cookies in browsers waardoor veel data, ook voor Google Ads, niet meer inzichtelijk zal zijn.

Wat zijn advertentie-cookies?

Een cookie is een klein bestand dat via je website wordt opgeslagen om persoonlijke gegevens bij te houden zoals: demografische gegevens, informatie over je apparaten, persoonlijke interesses, surfgedrag wat het mogelijk maakt om gepaste content te tonen in

gepersonaliseerde advertenties. Cookies zorgen er dus voor dat je gericht je marketing strategie kan uitvoeren en meten.

Afgeschaft: advertentie-cookies!

Herken jij dit? Je spreekt met een collega of vriend over een onderwerp, bijvoorbeeld va-

kantie, en opeens krijg je de mooiste vakantie advertenties voorgeschoteld op je mobiel of tablet? Dit zijn mooie voorbeelden van gepersonaliseerde advertentie-cookies. Voor iedere ondernemer is dit natuurlijk fantastisch omdat je zo gepersonaliseerde advertenties kan tonen op basis van daadwerkelijke interesse van een persoon.

Omdat het delen van advertentiecookies in 2024 zal stoppen is deze vorm van adverteren daarna ook niet meer mogelijk. Maak nu dus nog gebruik van cookies in je marketing strategie zo lang als het kan!

Alternatieven voor advertentie-cookies

Google werkt op dit moment aan een advertentietool genaamd Google Topics. Google

Topics creëert ook een interesseprofiel, maar in tegenstelling tot advertentiecookies wordt dit alleen lokaal door de browser opgeslagen. Topics geeft dus geen gebruikersgegevens door aan adverteerders! Gebruikers blijven gepersonaliseerde advertenties te zien krijgen zonder dat hun privacy wordt aangetast of hun internetactiviteiten worden gevolgd.

Google is gelukkig wel van plan om in de toekomst de Google Ads Privacy Hub tool beschikbaar te stellen waarmee meer informatie beschikbaar komt over privacy vriendelijke gepersonaliseerde advertenties.

Er zijn creatieve alternatieven 'server-side tagging', waarbij gegevens eerst op een aparte server worden opgeslagen voordat deze data doorgestuurd wordt naar Google.

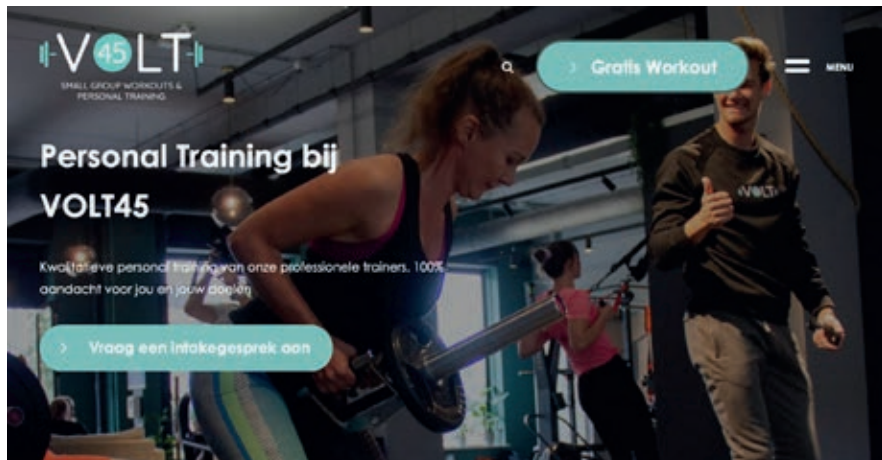
“ THE HPM MARKETING LAB IS WHERE WE INNOVATE AND EDUCATE, INTERNALLY AND EXTERNALLY. TOGETHER, RESOURCEFUL AND RESULT-DRIVEN.”

Top 3 zaken die je als ondernemer nu moet gaan regelen!

Omdat je vanaf het moment dat de advertentie-cookies stopt geen persoonlijke data meer kan opslaan is het belangrijk om nu zoveel als mogelijk data op te slaan:

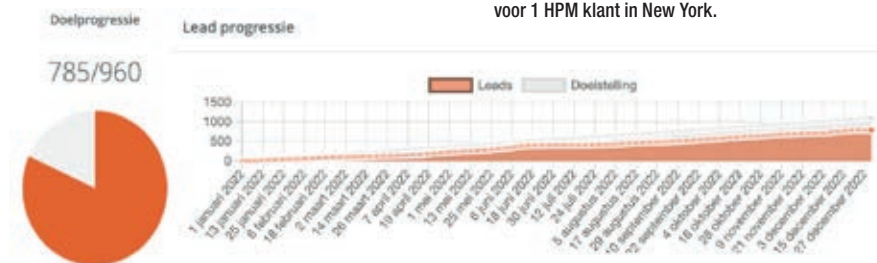
1. Vindbaarheid website

Zorg dat je website zowel organisch (SEO) als betaald (SEA) goed vindbaar is en optimaal converteert van bezoeker naar lead.



Tim Droppert van Volt45 in Delft:

"Ik wilde een volle, drukke club. En dankzij de HPM Groeiformule is mij dit ook gelukt! Binnen 6 maanden na opening was mijn club volledig volgeboekt. Nu ontvang ik met de HPM website gemiddeld tussen de 40 en 60 gekwalificeerde leads per maand!"



2. 1st Party data strategie

Verzamel zoveel mogelijk data (contactgegevens) van jouw doelgroep om zelf marketing campagnes mee op te kunnen zetten zoals een e-mailing strategie. Zorg natuurlijk wel dat je altijd voldoet aan de AVG regelgeving.



3. Analytics website:

Zorg dat je website analytics klaar is voor nieuwe digitale tijdperk zonder cookies met Google Analytics 4 (GA4). Vanaf 2024 zullen de meeste cookies in browsers onbruikbaar worden met als gevolg dat je circa 80% van je marketing data niet meer hebt. GA4 heeft

Voorbeeld: leads (contactgegevens) gegenereerd in 2022 voor 1 HPM klant in New York.

een event-based datamodel dat middels machine-learning de ontbrekende data gaat voorspellen. GA4 is schaalbaar ingericht en aanpasbaar aan de meest recente regelgeving waar je natuurlijk aan wilt voldoen.



Check dus of je website al ingesteld is met Google Analytics 4 en mocht dat niet zo zijn dan wil je dat zo snel als mogelijk geregeld hebben.

We kunnen je hierbij helpen: ga naar www.hiddenprofitsmarketing.com en doe de Marketing Scan.

Geschreven door:

HPM MarketingLab

Patrick Dijkstra, Wouter Cornelissen, Frano Matic

<https://www.hiddenprofitsmarketing.com>