

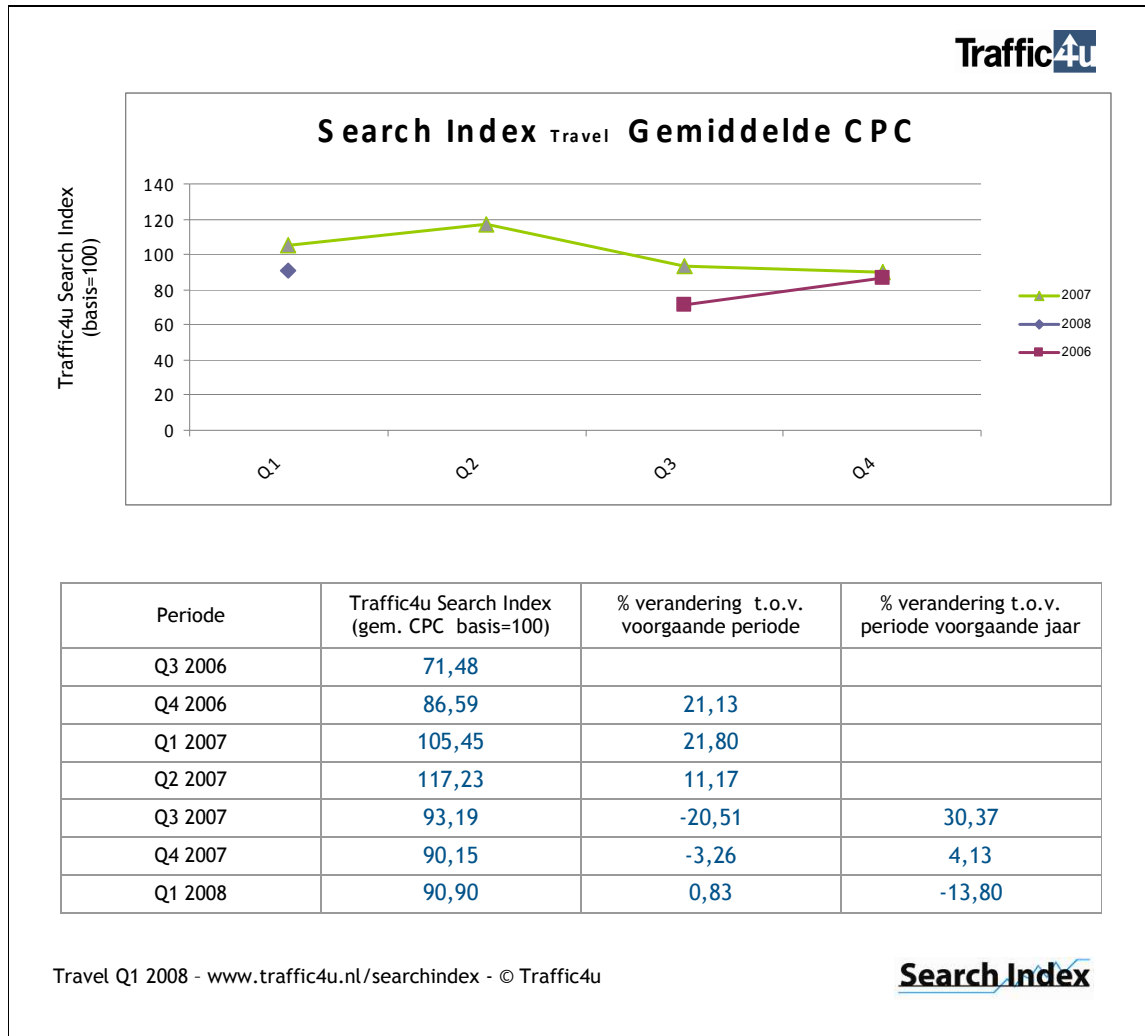
Traffic4u Search Index Travel Q1 2008

MANAGEMENT SUMMARY

De gemiddelde kosten per klik (Cost per click, CPC) voor een Travel advertentie in Google zijn in het eerste kwartaal van 2008 gedaald ten opzichte van dezelfde periode in 2007. Een verschil dat waarschijnlijk verklaard kan worden door het feit dat de consument steeds effectiever gebruik weet te maken van zoekmachines, er vindt een verschuiving plaats van generiek naar specifiek (long tail) zoeken. Daarnaast worden advertentiecampaagnes steeds effectiever aangestuurd.

Er wordt steeds specifiekere gezocht door de consument, waardoor het mogelijk is dat er minder kosten per keyword (CPK) worden gemaakt. Het gemiddeld aantal clicks per keyword is in Q1 van dit jaar lager dan in Q1 van vorig jaar.

In Q4 2007 is de gemiddelde CPC het laagst van 2007, een trend die in 2008 waarschijnlijk wordt voortgezet. Dit is mogelijk te verklaren door het feit dat advertentiecampaagnes steeds meer aangestuurd worden op basis van ROI, verkoop en resultaat.



Dalende kosten per klik t.o.v. 2007

In het eerste kwartaal (Q1) van 2008 zijn de gemiddelde kosten per klik (cost per click, CPC) minimaal gestegen met 0,83% ten opzichte van Q4 2007.

Ten opzichte van Q1 2007 is een significante daling te zien van 13,80%. Opmerkelijk is dat de dalende lijn die de gemiddelde CPC in 2007 vertoont in 2008 wordt voortgezet. Dit is waarschijnlijk toe te schrijven aan de algemene ontwikkelingen in de zoekmachine advertentiemarkt. Consumenten zoeken

steeds meer gericht (long tail) en hierdoor is het mogelijk dat er goedkopere clicks gerealiseerd kunnen worden. Het gemiddeld aantal clicks per keyword is in Q1 van dit jaar lager dan in Q1 van vorig jaar.

Ook worden campagnes steeds effectiever (en meer geautomatiseerd) aangestuurd, in toenemende mate op basis van rendement, verkoop en resultaat in plaats van kosten per order.

Marketeers weten steeds beter wat zij willen betalen voor hun clicks, zij gaan efficiënter met hun budget om.

Trend 2008 : dalende klikprijzen?

De gemiddelde CPC van Q1 dit jaar is aanzienlijk lager dan Q1 van 2007, het betreft een daling van 13,80%.

Ten opzichte van Q4 is de gemiddelde CPC licht gestegen met 0,83%. Dit is waarschijnlijk te verklaren uit een stijging van het conversiepercentage in deze voor Travel zo belangrijke boekingsperiode. De gemiddelde CPC vertoont een dalende lijn in 2007 en verwacht wordt dat deze trend in 2008 wordt voortgezet.

Marketeers 'Search Engine minded'

Er is een belangrijke ontwikkeling gaande onder marketeers in de Travel branche. Search wordt steeds beter benut door het in een vroeger stadium en crossmediaal in te zetten. Zoekmachines worden steeds meer gezien als direct verkoopkanaal. Dit zorgt er voor dat advertentiecampagnes in toenemende mate op rendement, verkoop en resultaat worden aangestuurd. Hierdoor kan Search steeds efficiënter worden ingezet zonder afhankelijk te zijn van vooraf vastgestelde budgetten. Uit deze ontwikkelingen kan geconcludeerd worden dat de marketeers in de Travel branche steeds meer 'Search Engine minded' worden.

Methodologie

De campagnes die deel uitmaken van de Traffic4u Search Index zijn advertentie-

campagnes in het zoeknetwerk van Google in Nederland in het beheer van Traffic4u. Voor de Travel branche zijn dit campagnes voor onder andere vluchten, pakketreizen en hotels.

Op basis van activiteit wordt per kwartaal een selectie van meer dan 250 campagnes gemaakt. Alleen actieve zoektermen zijn opgenomen in het onderzoek (minimaal 30 klikken per maand per zoekwoord). Merknaam gerelateerde zoekwoorden zijn uitgesloten. Hoewel er alles aan wordt gedaan om accurate data op te leveren, kan er sprake zijn van kleine afwijkingen.

Over Traffic4u Search Index

De Traffic4u Search Index is een index van de gemiddelde kosten per klik (cost per click, CPC) op een advertentie in Google. Deze is ontwikkeld om te voorzien in de behoefte van adverteerders aan inzichten in de Nederlandse zoekmachine advertentiemarkt. Aan de hand van deze index beschrijft Traffic4u ontwikkelingen in verschillende branches op het gebied van adverteren in zoekmachines.

De Traffic4u Search Index vormt een beschrijvend model dat kan worden gebruikt ter vergelijking of evaluatie van advertentiecampagnes in zoekmachines in Nederland.

Over Traffic4u zoekmachine marketing

Traffic4u is een toonaangevend zoekmachine marketingbureau, gespecialiseerd in het goed positioneren van websites in de resultaten van zoekmachines. Traffic4u, marktleider in

Nederland, heeft veel klanten in de Travel branche en werkt voor gerenommeerde bedrijven als Philips, KPN, ING, Renault en Transavia.com. Momenteel zijn er voor Traffic4u meer dan 80 specialisten werkzaam op de kantoren in Groningen, Amsterdam, Madrid en Salamanca.



Edwin Hof (hof@traffic4u.nl)

Sr. Project Manager



Harmen Visscher (visscher@traffic4u.nl)

Sr. Search Advertising Consultant