



iab

INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU NEDERLAND

IAB Taskforce Search

Lisa Dijkstra, Traffic4u

Agenda

- Introductie.
- Terugblik Taskforce Search 2009.
- Terugblik trends en ontwikkelingen 2009.
- Plannen Taskforce Search 2010.
- Trends en ontwikkelingen 2010 door Eduard Blacquiere.

Lisa Dijkstra?



Introductie IAB



Branchevereniging, kennisplatform & belangenbehartiging.

www.iab.nl

Introductie IAB

The screenshot shows the IAB website interface. At the top left is the IAB logo (Interactive Advertising Bureau). To its right is a search bar and a navigation menu with links for HOME, SITEMAP, CONTACT, and FAQ. Below the logo, the text reads: "iab Het Interactive Advertising Bureau Nederland (IAB) is het onafhankelijke orgaan en kennisplatform op het gebied van online advertising, interactive marketing, mobile advertising & iTV." The main navigation bar includes links for HOME, Taskforce area, Search, Activiteiten, Leden, Bestuur, Gedragscode, Search Marketing Thursday, and Dossier Zoekmachinemarketing. The main content area features a tabbed interface with "INFO", "REAGEER", and "NETWERK" tabs. The "INFO" tab is active, displaying the article "Wat doet de taskforce Search?".

Wat doet de taskforce Search?

De missie van de taskforce Search is het bevorderen van de kennis, transparantie en innovatie in de Nederlandse markt voor zoekmachinemarketing. Hieronder vallen zowel zoekmachine-optimalisatie (SEO) als het adverteren in zoekmachines (SEA). De taskforce beoogt dit te realiseren door onder andere te voorzien in kennisdocumenten en -events, het uitvoeren van eigen onderzoek en het ondersteunen van relevant onderzoek door derden en op andere wijze haar missie actief naar de markt uit te dragen.

Ook actief meedenken en -werken aan de toekomst van jouw branche? Word lid van deze taskforce! Stuur een mail naar search@iab.nl of klik op de oranje tab Reageer.

De Taskforce Search organiseert in 2010 5 Search Marketing Thursdays. Voor data en programma's: <http://www.searchmarketingthursday.nl/>

[print](#)

Introductie IAB



Doelstelling

professionalisering & stimulering van de
online advertising en interactieve
marketing.

Introductie IAB

- Circa 150 leden
- Diverse taskforces, waaronder:
 - Search
 - Mobile
 - Online Video
 - Gamevertising
 - Affiliate Marketing



Introductie IAB Taskforce Search

Doelstelling

Het bevorderen van kennis, transparantie
& innovatie van
de Nederlandse markt voor
zoekmachinemarketing.

Bestuur IAB Taskforce Search

Wolter Tjeenk Willink (voorzitter)



Lisa Dijkstra (vice-voorzitter)



Erik-Jan Bulthuis (Research)



Joost de Valk (Events)



Leden IAB Taskforce Search



ilse media



Terugblik Taskforce Search 2009

- Vier succesvolle 'SMT's'.
- RFP.
- 'Gedragscode'.
- Dossier zoekmachinemarketing.

The screenshot shows the website interface with a navigation bar (HOME, AANMELDEN, TASKFORCE SEARCH, ABONNEER) and a main article titled "Search Marketing Thursday" with a sub-header "2-maandelijkse zoekmachinemarketing update van de Taskforce Search". The article content includes a program overview for April 15th, a list of speakers (starting with "SEO Site Structuren" by Alain Sadon), and a registration form for the SMT event. The registration form includes fields for name, company, email, and a dropdown menu for the event date (SMT 15 April 2010). A search bar and the IAB logo are also visible on the right side of the page.

Wat verwacht u van de Taskforce Search?

search@iab.nl

Trends en ontwikkelingen 2009



De waarde van de markt van zoekmachinemarketing (SEA + SEO) werd in 2009 door alle deelnemers gemiddeld geschat op
400 miljoen euro.

Trends en ontwikkelingen 2010



“Wat wordt de waarde in 2010?”

Trends en ontwikkelingen 2009

De markt van zoekmachinemarketing

In Nederland mistte in 2009 met name:

- Concurrentie tussen zoekmachines.
- Een kwaliteitskeurmerk.

Trends en ontwikkelingen 2009



En nu?

- Concurrentie mist nog steeds.
- IAB Taskforce Search kwam met gedragscode.

Trends en ontwikkelingen 2009

De belangrijkste ontwikkelingen bij zoekmachines:

- **Blended Search** / Universal Search.
- **Personalisatie** zoekresultaten.

Trends en ontwikkelingen 2009

Wat kwam er van die belangrijkste ontwikkelingen terecht?

- Universal Search heeft zich verder ontwikkelt.
- Personalisatie is soms handig, soms eng en verplaatst zich buiten de zoekmachines.

Trends en ontwikkelingen 2009

*Belangrijkste ontwikkelingen bij
adverteerders:*

- Behoeftte aan **inzicht in resultaat**/rendement.
- Meer kennis en expertise **'in-house'** nemen.
- Groei in behoefte naar **advies & consultancy**.

Trends en ontwikkelingen 2009



Wat kwam er van die belangrijkste ontwikkeling terecht?

- Usability, Conversion Optimization & technologieën ten bate van het management van online campagnes.
- Adverteerders bouwen eigen afdelingen & kennis.
- Online Marketing centraal onderdeel van veel organisaties.

Trends en ontwikkelingen 2009

*Belangrijkste ontwikkelingen bij
aanbieders:*

- **Verbreden van aanbod.** Naast zoekmachinemarketing andere vormen van online marketing en webanalyse.
- Focus op het **meten van resultaat.**
- Focus en verschuiving naar **advies & consultancy.**

Trends en ontwikkelingen 2009

Wat kwam er van die belangrijkste ontwikkelingen terecht?

- De ontwikkeling is nog altijd gaande.
- Usability, Conversion Optimization en technologieën ten bate van het management van online campagnes.
- Advies/consultancy ipv volledige overname campagnes.

Trends en ontwikkelingen 2009

Grootste uitdaging Search in Nederland?

- Inzicht in resultaat en rendement van Search inspanningen.
- Besef van toegevoegde waarde Search.

Wie liep tegen deze uitdagingen aan?

Trends en ontwikkelingen 2010



“Wat wordt de grootste uitdaging in 2010?”

Plannen Taskforce Search 2010



- Uitbreiden van dossier zoekmachinemarketing.
- Onderzoek naar de trends en ontwikkelingen in zoekmachinemarketing – bureaus en adverteerders.

Plannen Taskforce Search 2010

- 5 Search Marketing Thursdays:

25 februari: Conversion Optimization en trends en ontwikkelingen.

15 april: SEO sitestructuren en conversie attributie.

10 juni, 23 september en 18 november.

www.searchmarketingthursday.nl

Wat verwachten we voor 2010?

