



Online marketing updates: het beste van 2024

Snel naar jouw expertise-gebied? Klik op de updates voor jouw discipline

[#SEO](#)

[#SOCIAL](#)

[#PROGRAMMATIC ADVERTISING](#)

[#SEA](#)

[#E-MAIL](#)

[#CRO](#)

[#DNA](#)





-
-
-
-
-
-

SEO updates

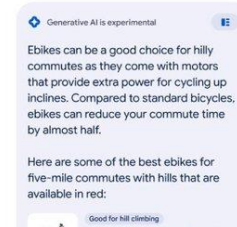
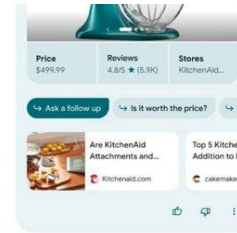
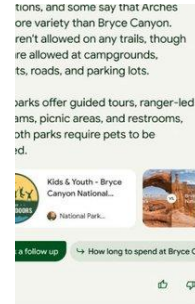
Google innoveert in AI-gedreven zoek-technologie: SGE en Gemini

Update uit januari 2024

Google test en werkt verder aan "**Search Generative Experience**" (SGE), een nieuwe aanpak in zoektechnologie die zoekresultaten uitbreidt met meer links. Ook is er [Gemini](#), een door AI aangedreven zoektool, wat laat zien dat AI steeds belangrijker wordt voor zoeken op internet.

Deze vernieuwingen benadrukken hoe belangrijk AI-technieken worden voor het vinden van informatie online.

[Lees hier meer details](#)



Google's SGE



Google June 2024 Spam Update

Update uit juni 2024

Google heeft zojuist de **spam update** van juni 2024 voltooid, die liep van 20 tot 27 juni. Deze update is gericht op het **verwijderen van spammy websites** die niet voldoen aan Google's richtlijnen, zoals automatisch gegenereerde content en gekochte links. Dit kan leiden tot schommelingen in zoekresultaten. Websites die voldoen aan de richtlijnen kunnen een verbeterde zichtbaarheid ervaren door **verminderde concurrentie van spammy sites**.

Meer informatie vind je [hier](#).

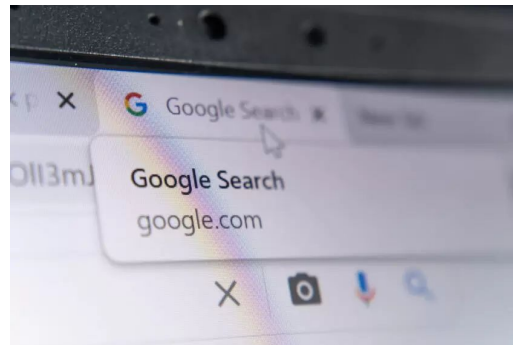


Geen 'continuous scroll' meer in de zoekresultaten van Google

Update uit juni 2024

Google heeft aangekondigd te **stoppen met de continuous scroll** in zoekresultaten en keert terug naar paginering. Dit betekent dat gebruikers weer door moeten klikken naar een volgende pagina om meer resultaten te zien. Google stelt dat dit **snellere zoekresultaten** oplevert, maar velen in de SEO-community stellen hier vraagtekens bij, aangezien er door deze wijziging weer **meer focus komt te liggen op advertenties en Google-eigen content**.

Meer informatie vind je [hier](#).





• Google ondersteunt AVIF images voor search

- *Update uit augustus 2024*
- Google heeft ondersteuning toegevoegd voor AVIF-afbeeldingen, een nieuw beeldformaat dat efficiënter is dan JPEG en WebP. AVIF biedt betere compressie en beeldkwaliteit, wat leidt tot snellere laadtijden en verbeterde gebruikerservaring, wat cruciaal is voor SEO.
- Hoewel het gebruik van AVIF nog niet wijdverspreid is, kan het in gebruik nemen van dit formaat een concurrentievoordeel opleveren. Namelijk dat je website nóg sneller en gebruiksvriendelijker wordt. Het is dus interessant om te overwegen dit formaat in te zetten voor je afbeeldingen.

Bron: <https://www.searchenginejournal.com/googles-new-support-for-avif-images-may-boost-seo/525780/>

Google vernieuwt: AI maakt shoppen persoonlijker

Update uit oktober 2024

Google heeft zijn zoekfunctie voor online shoppen vernieuwd met **meer focus op producten en persoonlijke aanbevelingen**. Door nieuwe AI-modellen ziet het zoekresultaat er meer uit als een overzichtelijke marktplaats.

Voor bedrijven betekent dit dat **productpagina's belangrijker worden** voor zichtbaarheid in de zoekresultaten. Dit vraagt om extra aandacht voor het **optimaliseren van gratis productvermeldingen** via Google Merchant Center. Ook kan het slim zijn om te kijken of dit invloed heeft op het aantal kliks naar de website.

Meer details: [Search Engine Journal](#).

ChatGPT Search een alternatief voor Google?

Update uit november 2024

Met ChatGPT Search kunnen gebruikers binnen ChatGPT real-time informatie van het web verkrijgen met duidelijke bronvermeldingen. Dit zorgt ervoor dat de chatbot een persoonlijker alternatief biedt op de zoekresultaten van Google. In de praktijk kan dit ervoor zorgen dat er **minder vanuit short-trail zoekopdrachten** gezocht gaat worden en **meer vanuit conversaties met de chatbot**.

Vooralsnog verwachten we dat het nog wel even duurt voordat het merendeel van de consumenten deze manier van zoeken gaat omarmen. SearchGPT is immers **beschikbaar voor een klein deel van de consumenten** (betalende ChatGPT gebruikers). OpenAI heeft echter aangegeven dat deze functie op den duur ook beschikbaar zal zijn voor gratis gebruikers. Wanneer dit gaat gebeuren, is nog niet bekend.

[Bron](#)



-
-
-
-
-
-

Social updates

Voeg sitelinks toe aan je Meta campagne

Update uit mei 2024

- Meta volgt Google en maakt het mogelijk om sitelinks toe te voegen aan je campagnes!

- Met sitelinks voeg je extra links toe aan je campagnes, zodat je doelgroep makkelijker en sneller de gewenste pagina vindt. Hieronder een aantal voordelen van het toevoegen van sitelinks aan je campagnes:

- ✓ Je doelgroep navigeert makkelijker en sneller naar de gewenste pagina op je website.
- ✓ Je deelt extra bedrijfsinformatie met slimme teksten in de links.
- ✓ Je licht verschillende categorieën uit van je producten of diensten.
- ✓ Je haakt in op acties, zoals tijdelijke kortingscodes.

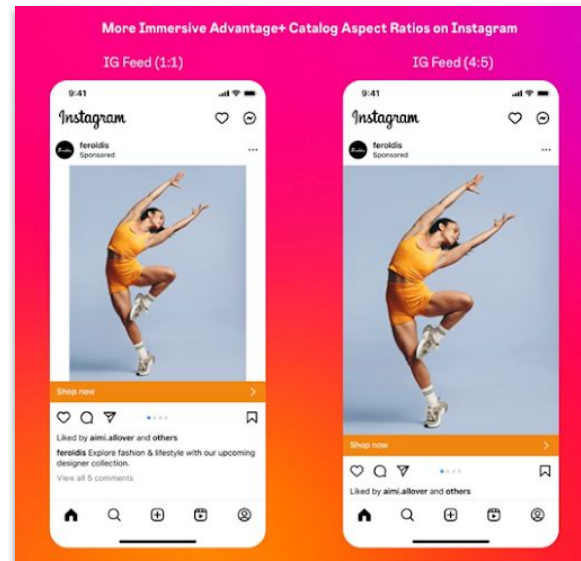
[Bron](#)



4:5 verhouding steeds belangrijker binnen Meta

Afgelopen zomer heeft Meta de 4:5 aspect ratio optie voor statische feed ads al uitgerold binnen zowel Facebook als Instagram. We zien nu een paar maanden later dat dit steeds belangrijker wordt om in te zetten door de verbetering in CTR en daarmee ook in de andere performance resultaten, maar ook Meta zelf beveelt de 4:5 verhouding voor de feeds en in-stream video plaatsingen nu standaard aan.

Feed						
Ad placements	1.91:1	16:9	1:1	4:5	2:3	9:16
Facebook Feed	✓	✓	✓	✓ Recommended for both images and videos		
Facebook profile feed	✓		✓	✓		
Instagram Feed	✓		✓ Recommended for both images and videos	✓ Recommended for both images and videos		



TikTok Image ads nu beschikbaar!

Update uit juni 2024

Tot nu toe was het alleen mogelijk om met video's te adverteren binnen TikTok. Maar vanaf nu is het ook mogelijk om met afbeeldingen te adverteren. Interessant wanneer er geen geschikte video's zijn en/of er een hele 'platte' conversiegerichte boodschap moet worden gepusht. In de videodominante omgeving van TikTok vallen de nieuwe Image Ads direct op.

Want to save time creating ads on TikTok? Need help with creatives?

Introducing TikTok Image Ad



Need help find new customers? We've got you back! Simply use your **existing image assets** to TikTok Ads Manager and make an **Image Ad**. Image Ads are right at your fingertips to help with audience expansion!



Standard Carousel

Allow advertisers to upload multiple images in a sequence as an in-feed creative that's alternative to video.



VSA Carousel

Allow advertisers to leverage their catalog images as creatives.

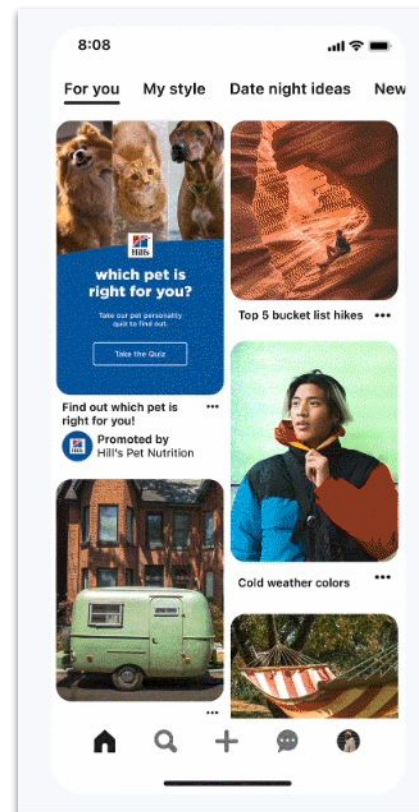
NEW: Pinterest Quiz ads

Update uit november 2024

- Door middel van de nieuwe Quiz ads worden gebruikers geholpen bij het vinden van nieuwe aanbevelingen, product ontdekking, het kiezen van aangepaste functies of zelfs bij het selecteren van de gewenste betaalmethode.

- Quiz ads verhogen niet alleen het engagement op Pinterest, maar kunnen ook de aankoop stimuleren door het gebruik van gepersonaliseerde aanbevelingen. Door gebruikers actief te betrekken, kun je niet alleen hun interesse wekken, maar ook waardevolle inzichten verzamelen.

Bron: <https://www.frankwatching.com/archive/2024/08/16/pinterest-quiz-ads-engagement/>



Bereik nu ook mensen die interesse hebben in een locatie

Update uit september 2024

Het is vanaf nu ook mogelijk om je locatie targeting uit te breiden met mensen die mogelijk geïnteresseerd zijn in een locatie. Dit is bijvoorbeeld heel interessant wanneer mensen een vakantie of stedentrip aan het plannen zijn en dus mogelijk interesse hebben in bepaalde gebieden/ culturele uitstapjes/ horecagelegenheden e.d.

Meta maakt gebruik van de volgende signalen om mensen te identificeren die interesse tonen in de door u geselecteerde locaties:

- Onlangs een bezoek gebracht aan of woonachtig in die stad of regio
- Zoeken naar termen en marketplace vermeldingen die betrekking hebben op die stad of regio
- Interactie met advertenties of pagina's die betrekking hebben op die stad of regio
- Vrienden hebben die in die stad of regio wonen
- Wonen in dorpen of steden dichtbij die stad of regio

* Locations

Reach people living in or recently in this location.

United States

New York

Include Search locations Browse

Utica

Herkimer

Germantown

Drop pin

Add locations in bulk

Reach more people likely to respond to your ads

We'll also show ads to people interested in your selected cities and regions, in those countries.

Show more options

Advantage+ audience

Our ad technology automatically finds your audience. If you share an audience suggestion, we'll prioritize audiences matching this profile before searching more widely. Learn more

Audience suggestion (optional)

Save audience Switch to original audience options

Audience definition

Your audience selection is fairly broad.

Specific

Estimated audience size: 19,400,000 - 22,800,000

Estimates may vary significantly over time. Your targeting selections and available data not reflect Advantage audience options.

Estimated daily results

Based on 7-day click and 1-day view conv window

Reach

1.7K - 5.0K

13% AP

up the Cor

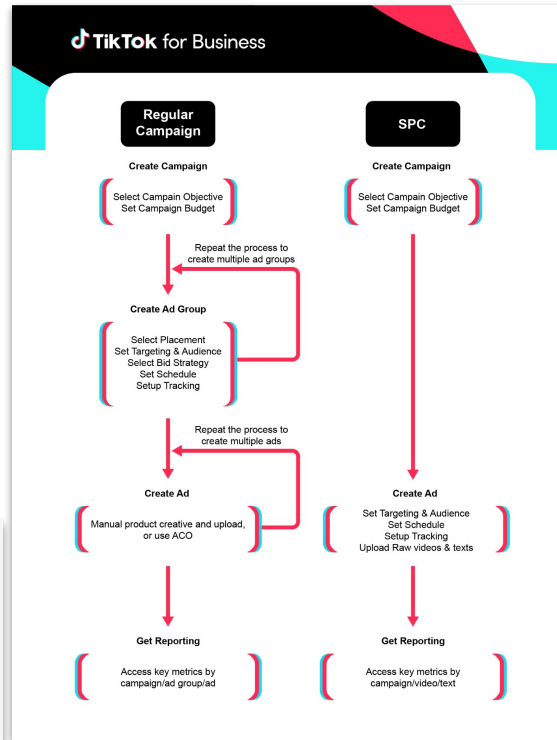
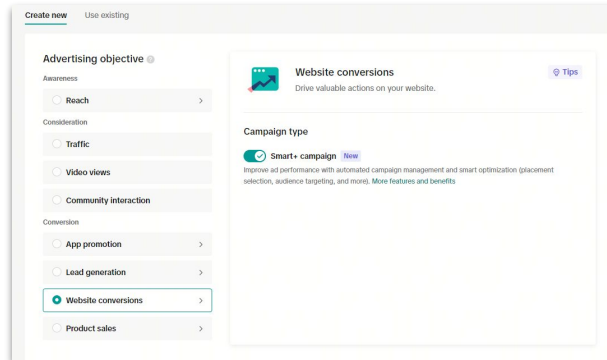
FOLLOW @BRYAN VAN DER MEULEN

This ad is powered by Meta's AI and on factors in campaign strategy you entered, market targeting criteria and ad placements. Numbers are to give you an idea of performance for your budget.

TikTok Smart+ Campaigns

Update uit oktober 2024

- TikTok lanceert de Smart+ Campaign, vergelijkbaar met de Advantage+ shop campagne op Meta.





DDMA

Update uit november 2024

Onlangs is het DDMA Social Advertising Benchmark rapport gepubliceerd. Hieronder enkele opvallendheden:

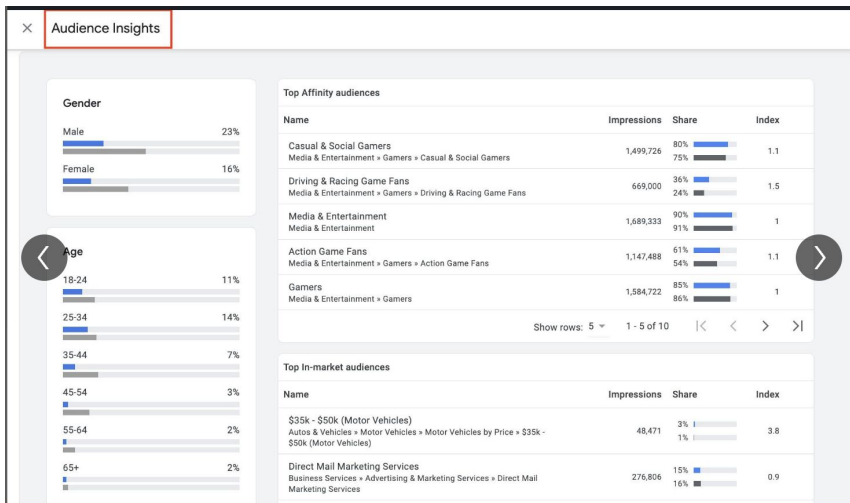
- Afgelopen jaar was er **meer focus op awareness -en video-doelstellingen**. Vergeleken met 2023 is de spend voor awareness-campagnes gestegen van 36,2% naar 40,4%. De sterkste verschuiving is de zien binnen TikTok. Reden hiervan zijn o.a. dat er meer belang wordt gehecht aan brand & awareness als aanvulling op conversiecampagnes. Daarnaast worden conversiecampagnes steeds vaker met een awareness doelstelling ingezet.
- De CPM binnen Meta blijft stabiel ondanks het dalende marktaandeel. Ook zorgen ASC+ campagnes (met name interessant voor ecommerce) voor een positief effect op de CPA: zo zien we in de retail sector dat de CPA sinds de introductie van ASC+ is gedaald en daarna stabiel is gebleven.
- Het **marktaandeel van TikTok is flink gestegen** vergeleken met vorig jaar (7,7% t.o.v. 16,7% (!) dit jaar). In ons team zien we ook dat steeds meer klanten starten met campagnes op TikTok en hun budgetten binnen dit kanaal verhogen.
- **De gemiddelde CPM op LinkedIn is gedaald**. Zo lag deze in 2022 nog op €15,63, nu word er een CPM van €12,76 gemeten. Waardoor komt dit? LinkedIn is hard aan de weg aan het timmeren betreft nieuwe advertentiemogelijkheden (thought leader ads, document ads, article ads). In 2025 is de verwachting dat het ook mogelijk wordt om op 'LinkedIn Reels' te gaan adverteren. Naast de groei in advertentiemogelijkheden is het aantal LinkedIn-gebruikers gegroeid en wordt er meer tijd gependeed op het platform.
- **Binnen Pinterest is een stijging van CTR zichtbaar en een daling van CPC**. Dit heeft te maken met aanpassingen en optimalisaties binnen conversiecampagnes. Zo stuurt Pinterest een click nu niet meer door naar een Pin, maar naar de website van de adverteerder, een stuk interessanter dus om in te zetten.
- **Reddit is zichtbaar geworden als opkomend advertentieplatform**.



Programmatic Advertising updates

Audience Insights voor DV360 - Op Line niveau nu beschikbaar

Update uit november 2024



Display line items

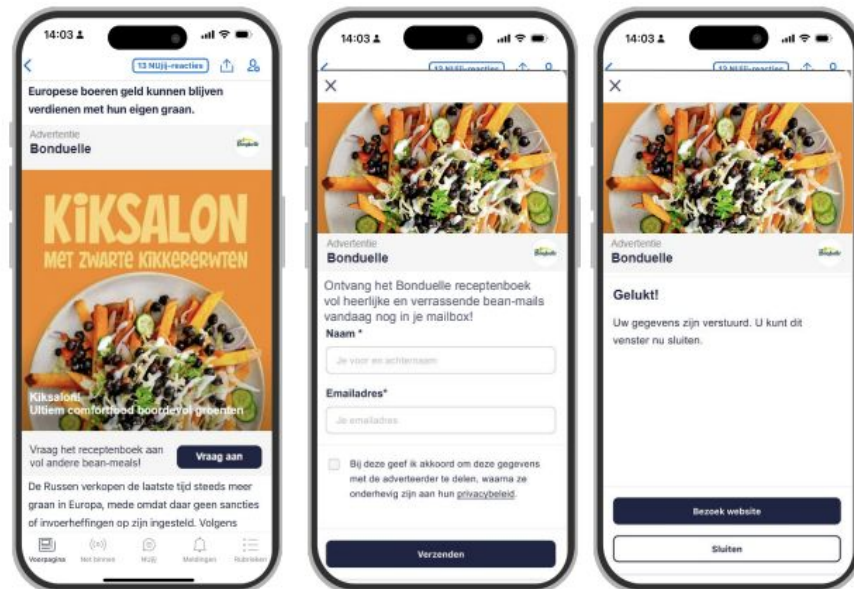
Audience insights

Audience insights are available on line items that have sufficient number of impressions served since their start date.

DPG - admanager: Genereer kwalitatieve leads met Seamless Leadform

Update uit oktober 2024

- Verzamel leads op een laagdrempelige manier
- Verzamel leads in een advertentie
- Koppelingen met papier, hubspot & per lead per mail
- **Kwalitatieve leads door:**
- Formulier na de klik waardoor alleen geïnteresseerd het formulier zien.
- Leadform als add-on bij een seamless image of video





-
-
-
-
-
-

SEA updates

Consent Mode V2

Update uit januari 2024

Grote aanpassingen nodig door nieuwe wet privacy en regelgeving

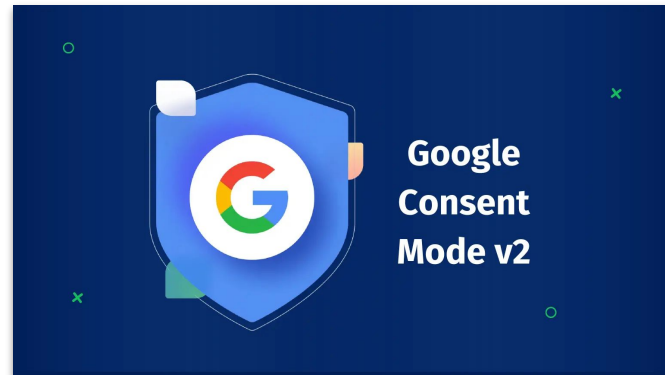
Omdat het regelgevings ecosysteem zich steeds verder ontwikkelt, heeft Google upgrades aangekondigd voor de toestemming modus voor Google Ads, Google Marketing Platform en Google Analytics. Advertentiepersonalisatie behouden? Zorg dat je vóór maart 2024 actie onderneemt!

In [deze blog](#) vertelt onze data en automation specialist Jorg je meer over Google Consent Mode v2.

Meer weten over deze wijzigingen en benieuwd welke actie je moet ondernemen? Lees [hier](#) verder.

Bron:

<https://support.google.com/google-ads/answer/14505993?sjid=10805201845360053696-EU>





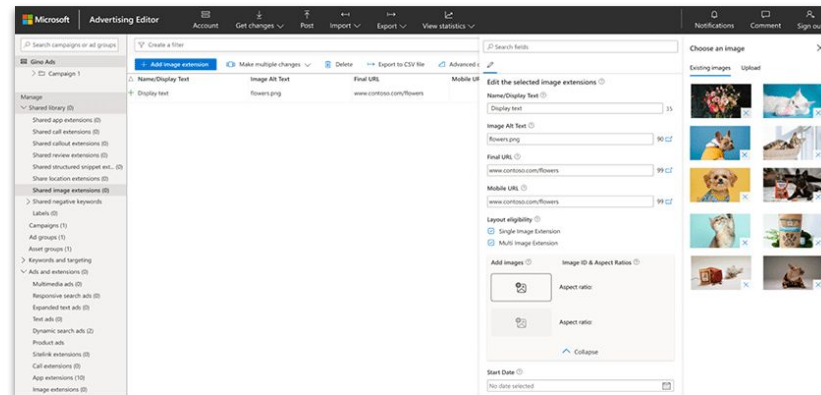
Microsoft Ads updates

Waaronder wereldwijde Performance Max dekking
Update uit maart 2024

Performance Max was al beschikbaar binnen een aantal landen in Microsoft Ads. Afgelopen maand is **Performance Max** voor alle landen beschikbaar gesteld.

- Manage image extensions in de Microsoft Ads editor: creëer vanuit de editor nieuwe extensies of beheer bestaande extensies.
- Display Ads: nu beschikbaar in 32 landen.

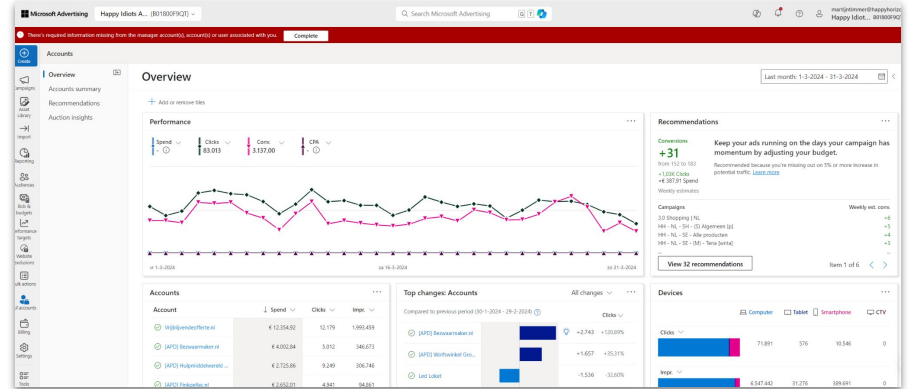
Meer weten? Lees [de Blog op Micosoft](#).



Meer Microsoft Ads updates

Update uit april 2024

- Nieuwe lay-out
- Optimalisaties van Biedstrategieën
 - eCPC (enhanced CPC) voor display en shopping ads in plaats van manual CPC.
 - Wijziging in conversie actie van 'last click' naar 'last touch'
 - Maximize conv.value voor search en shopping campagnes is nu actief.



Google Ads volledig nieuwe interface

Update uit juni 2024

Veel van jullie zal het niet ontgaan zijn. De meesten werken er ook al mee. Google Ads' nieuwe UI. Focus voor de nieuwe vormgeving ligt op:

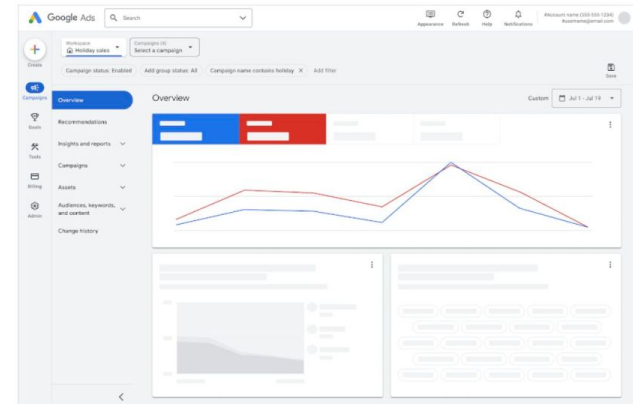
- Georganiseerde interface
- Logischere plek voor functies

Het "oude" design gaat definitief over op 30 augustus.

Completing the transition to a new Google Ads design

May 30, 2024

In 2023, Google Ads launched a new design to improve how the product is organized and make things easier to find—while continuing to provide the same tools and solutions you rely on to grow your business. Thanks to feedback during the rollout, we found that advertisers prefer the new designs based on sustained usage. **Starting on August 30, 2024, the new Google Ads design will roll out to all markets and the old Google Ads design will sunset. Only the new Google Ads design will be available on desktop. Please note that we'll continue to fully support existing features and tools.**



New design for Google Ads serving account

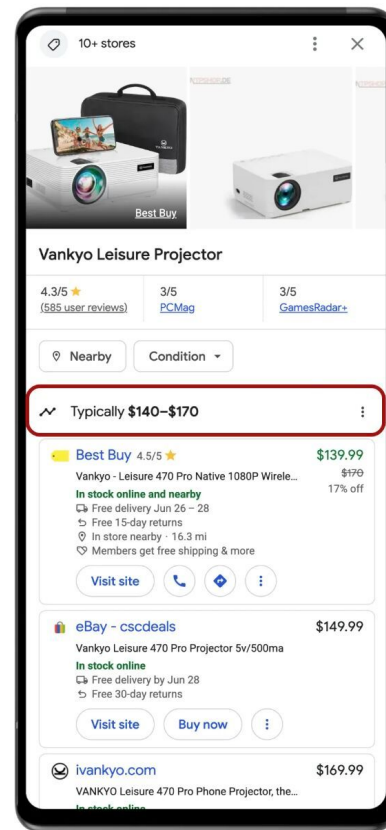
Steeds meer Google Shopping verbeteringen

Update uit juni 2024

Er worden doorlopend verbeteringen doorgevoerd voor Google Shopping. Denk aan:

- Korting voor members [loyalty_program]
- [pickup_method] voor Lokale Shopping Ads
- AI-gegenereerde / verbeterde product content

Er lijkt nu ook een extra sitelink uitgerold te worden voor shopping met een gemiddelde prijs voor dit product. Voorsnog alleen in US, maar wellicht komt dit ook snel naar EU.



Grote keyword match type... verbetering(?)

Update uit juli 2024

Google kondigde nieuwe **Broad Match Matching** en **Brand Control** aan. Wat is er anders?

- Verkeerd gespelde zoekopdrachten worden weergegeven met de correct gespelde zoekopdracht.
- Dit betekent dat gemiddeld 9% van de zoektermen die voorheen onder 'Overig' stonden vanwege spelfouten in het rapport met zoektermen, nu zichtbaar zijn.
- Meer kleine optimalisaties

Dit maakt het naar verwachting voor de zoeker makkelijker en voor de adverteerder iets complexer.

Feature	Behavior	Searches you can reach
Negative keywords	Only one negative keyword is needed to account for misspellings	If you add "YouTube" as a negative keyword: <ul style="list-style-type: none"> ✗ "YouTube music" ✓ "music streaming" ✗ "yitube music" ✓ "google music app"
Brand inclusions (only available in broad match)	Only serves on searches that include the brands you select—or products that are related to those brands—when using broad match	If you add "YouTube" to your brand inclusion list: <ul style="list-style-type: none"> ✓ "YouTube music" ✗ "music streaming" ✓ "yitube music" ✓ "google music app"
Brand exclusions (available across all match types and DSA)	Does not serve on searches that include the brands you select—or products that are related to those brands	If you add "YouTube" to your brand exclusion list: <ul style="list-style-type: none"> ✗ "YouTube music" ✓ "music streaming" ✗ "yitube music" ✗ "google music app"

Google lanceert Partnership Ads (pt.1)

Update uit augustus 2024

Met deze nieuwe functie kunnen adverteerders **video's van YouTube-creators gebruiken in hun campagnes** via Google Ads.

- Voordeel: meer authenticiteit, nieuwe doelgroepen bereiken en diverse trendgedreven inhoud bieden.

Partnerschap Advertenties kunnen worden gebruikt in verschillende campagnetypen, zoals Video Action Campaigns, Demand Gen Campaigns en Performance Max Campaigns.

- Om partnerschap advertenties te gebruiken, moeten merken de video's van de maker koppelen aan hun Google Ads-account, waardoor ze toegang krijgen tot waardevolle gegevens en inzichten.

Co-branded advertentieformaten zijn beschikbaar voor bepaalde campagne types, zoals Demand Gen-campagnes.



Partnerships Ads (pt.2)

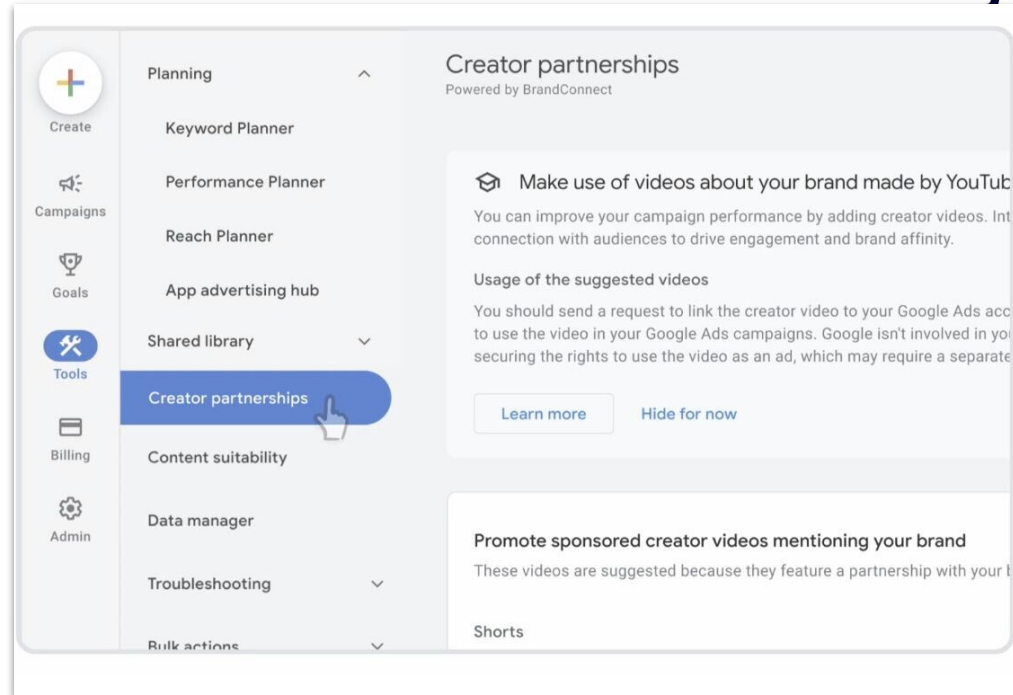
Update 26-11-2024

In een eerdere versie al aangekondigd: creator partnerships. Maar nu inmiddels ook als optie uitgerold in de Google Ads accounts.

De belangrijkste updates hieronder:

- Het meten van de stijging in omzet voor Shorts-advertenties door derden geïntroduceerd.
- Google introduceert een nieuwe API voor het koppelen van video's, zodat je meerdere verzoeken tegelijk kunt beheren
- Creators kunnen nu partners taggen in hun merk video's
- En nog veel meer updates.

Voor het [volledige artikel](#) kijk je hier.

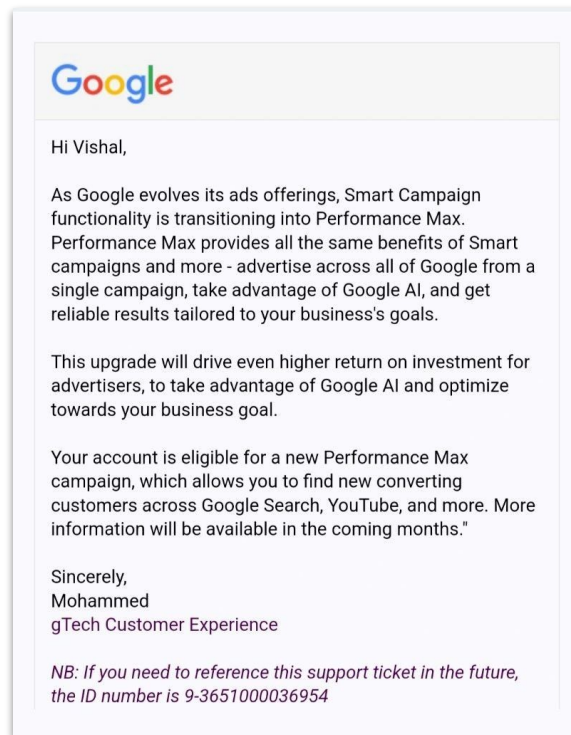


Smart campagnes zijn officieel verleden tijd 😞

Update uit augustus 2024

Slimme campagnes zijn verdwenen en zullen overgaan in Pmax-campagnes!

Niet veel adverteerders zullen nog Smart campagnes hebben en dit is ruim van tevoren aangekondigd.



eCPC biedstrategie officieel verleden tijd

Update uit september 2024



Met pijn in ons SEA-hart nemen we langzaam afscheid van deze biedstrategie omdat deze uiteindelijk uitgefaseerd wordt

De SEA veteranen onder ons konden zich vroeger geen campagne voorstellen zonder deze biedstrategie.

 Google Ads

Search and display ads Enhanced CPC deprecation

Dear Google Ads customer,

You're receiving this message because you're using enhanced cost per click (eCPC) for your search or display ads campaigns in the following account(s)

- 271-351-5133

What's changing?

Starting from October 2024, new search and display ads campaigns will no longer have the option to select Enhanced CPC. Existing campaigns using Enhanced CPC will continue to operate as they are until March 2025. Starting from March 2025, all existing search and display ads campaigns using Enhanced CPC will be migrated to manual CPC bidding.

Why are we making this update?

Over a decade ago, Enhanced CPC, our first Smart Bidding strategy, was introduced. Since then, we've launched more sophisticated machine learning-driven bid strategies like [Maximise conversions](#) with an optional target CPA, and [Maximise conversion value](#) with an optional target ROAS. These strategies have the potential to deliver comparable or superior outcomes. As we transition to these improved strategies, search and display ads campaigns will phase out Enhanced CPC.

What are my options?

If you are tracking conversions, we suggest switching to [Maximise conversions](#) or [Maximise conversion value](#) based on your goals. Otherwise, if you don't have conversion or value based goals, consider using [Maximise clicks](#). [Learn more here](#) about all your bidding options aligned with your conversion goals.

If you choose not to make any changes to your campaign by March 2025, your campaign will be automatically changed to [manual CPC bidding](#).

On Display, if you are using [Maximise clicks](#) and have opted in for Enhanced CPC, you don't need to take any action. From March 2025, your campaigns will operate as [Maximise clicks](#) bidding strategy.

We're here to help

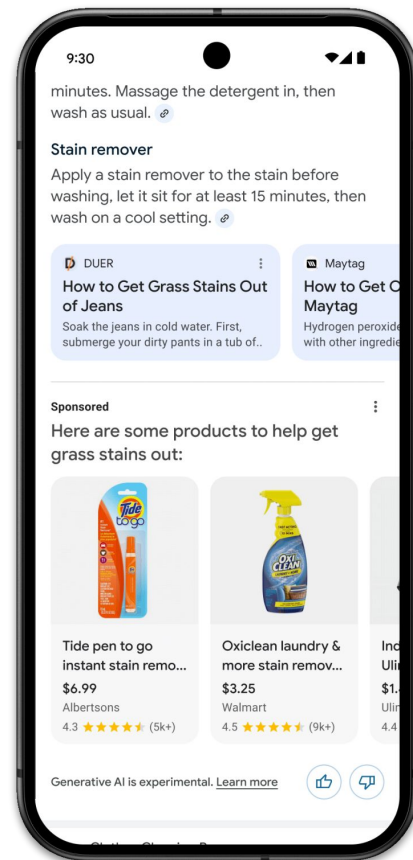
If you have any questions about this change, you can reach out to your account team or [contact us](#) at any time.

Yours sincerely,
The Google Ads Team

Google lanceert meer AI-overzicht advertenties

Update uit oktober 2024

- Google lanceert AI Overview Ads vooralsnog alleen mobiele gebruikers in de VS.
- Gesponsorde ads verschijnen direct onder de AI-gegenereerde antwoorden in het AI-overzicht, met name voor **zoekopdrachten met een commerciële insteek**.
- Qua format lijkt het op typische Shopping-advertenties. Van Adverteerders wordt (nog) niks verwacht qua aanpassingen/aanvullingen in bestaande campagnes.
- Het is nog **niet** mogelijk om **gesegmenteerde reporting** te krijgen van deze advertenties, waardoor het voor nu moeilijk is om de effectiviteit ervan te meten.



YouTube investeert flink in Shorts, om zoveel mogelijk te lijken op TikTok

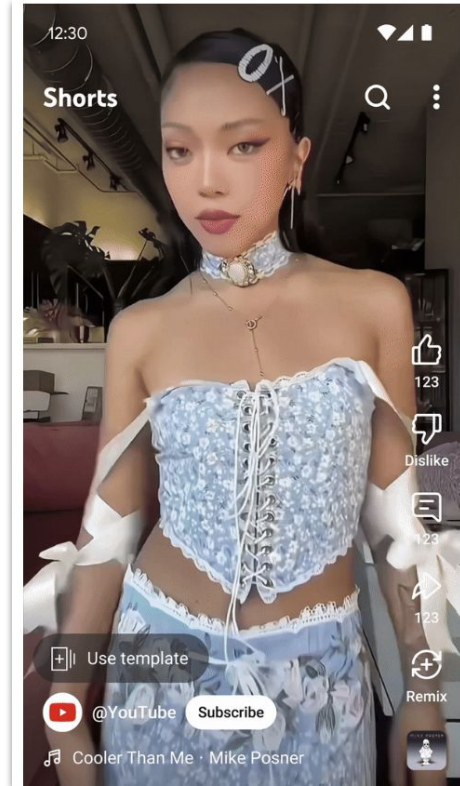
Update uit oktober 2024

Een overzicht van de belangrijkste updates, die 15 oktober 2024 zijn uitgerold

- Langere Shorts: Tot 3 minuten
- Integratie met Google DeepMind's Veo
- Shorts Trending Page
- Comments Preview in de Shorts Feed
- Feed Customization: "Show Fewer Shorts"
- Nieuwe Templates voor Remixing
- En nog meer

Je ziet duidelijk terug hoe belangrijk (short) video content is en blijft.

Meer weten? [Check het hele artikel.](#)



Opnieuw een grote Microsoft Ads update

Update uit november 2024

Microsoft breidt de Copilot AI-driven advertentiemogelijkheden uit. Focus ligt op nieuwe functies om efficiëntie en personalisatie voor adverteerders te verbeteren. De belangrijkste updates hieronder:

- Een gestroomlijnde advertentie-ervaring binnen Copilot
- Een tool voor prestatie momenten voor inzicht in campagnes
- Uitgebreide videoadvertentie tools met nieuwe biedstrategieën
- Opties voor publiek targeting
- Mogelijkheid om Google Ads-videocampagnes te importeren.
- Shoppingcampagnes zijn verbeterd met een vereenvoudigde set-up
- Verbeterde productgroepbeheer.

Deze updates zijn bedoeld om workflows te optimaliseren, doelgroepen effectiever te bereiken en het beheer van advertentie-uitgaven te verbeteren.

I like the idea of scuba diving but I can't go out of my way to do it. I'll be in Alexandria for a couple days, is there something I can do there?

Absolutely! Alexandria offers some unique scuba diving experiences that you can enjoy without going too far out of your way. Here are a few highlights:





- 1. Cleopatra's Underwater City:** Dive into history by exploring the submerged ruins of Cleopatra's palace, complete with sphinx statues and Roman columns.
- 2. Eastern Harbor:** Discover ancient ruins from the pharaohs, Romans, and Greeks near the shore.
- 3. Wreck Dives:** For a bit of adventure, you can explore wrecks from the Napoleonic-era Battle of the Nile and even a WWII airplane.

These sites offer a mix of historical significance and underwater beauty, making them perfect for a short visit. Would you like more details on any of these spots? 🤖

Microsoft Advertising

Considering you're looking for something easy to schedule and close to Alexandria, I'd have a look at these guided activities from Contoso, Fabrikam and others.

Sponsored

 <p>Real Life Egypt Shore Excursions From Setfaga To Luxor Day Trip From \$234 Contoso.com</p>	 <p>Submerge into the Depths: Discover an Underwater Paradise From \$482 Fabrikam.com</p>	 <p>Sharm El Sheikh - Shore Scuba Diving Yacht Trip with Lunch From \$289 Margie's Travel</p>	 <p>Sharm El Sheikh - Scuba Diver - Scuba Diving From \$199 Contoso.com</p>
--	---	---	---

Message Copilot

Microsoft Advertising

Google Shopping Top-100

Update uit december 2024

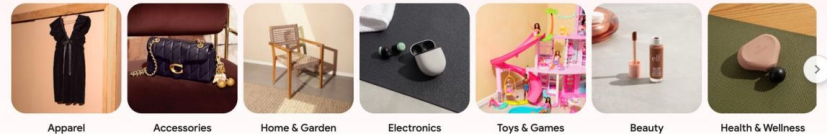
Zoals elk jaar maakt Google de Shopping top-100 bekend voor de feestdagen.

Bekijk hier [de Shopping Top-100](#) voor de feestdagen!

Holiday 100

Shop the 100 products that made our year.

Shop gift ideas by category



2024 *All-Stars*

Shop the collection →

Google Ads Top Launches of 2024

The image displays a grid of 40 feature cards for Google Ads launches in 2024, organized into nine main product categories. Each card includes a title, a brief description, and a 'Learn more' link.

- Measurement**
 - Confidential matching: Securely manage third-party data.
 - 2 new parameters in the consent mode API for better customization.
- Performance Max**
 - Local promotions: Reach ads that feature in local promotions.
 - New and improved Ad Strength.
 - Asset-level conversion reporting.
 - New customer acquisition goal with high value optimization.
 - Impression share reporting.
 - Suppression and conversion optimization performance.
 - IP exclusions.
 - Experiments to A/B test specific features.
- Creative Solutions**
 - Shareable previews.
 - Video enhancements: Flip and shorten your video ads.
 - AI models tuned with performance data across industries.
 - Improved image editing capabilities.
 - Asset generation expansion to other campaign types.
 - Language expansion for asset generation.
 - Reference images to inspire new generation.
 - Image editing expansion to other campaign types.
- Retail and Commerce**
 - Virtual try-on in Shopping ads.
 - Automated discounts in Merchant Center Next.
 - Loyalty promotions.
 - Video generation in Product Studio.
 - New Google Shopping.
- Search Ads**
 - Ads in AI Overviews.
 - Misplaced variations excluded with just one negative keyword.
 - Gemini model in the conversational experience.
 - Brand exclusions across all match types and Dynamic Search Ads.
 - More search terms in the search terms report.
 - Brand inclusion recommendations.
- Demand Gen**
 - Lowering the minimum user list size for lookalike segments.
 - Third-party verification with YouTube brand safety partners.
 - Demand Gen in Display & Video 360.
 - Demand Gen's for B2B with the 10-Clickout.
 - Google video partners.
 - Promote your products.
- Apps**
 - On-device conversion measurement enhancements.
 - View-through conversion optimization.
 - Serve on Discover inventory.
 - Web to App Connect Improvements.
 - YouTube Select Creator Takeovers.
 - SKAdNetwork enhancements.
 - Affiliate program expansion.
 - Partnership ads powered by BrandConnect.
 - Branded QR Codes.
 - Format buying controls in Video View Campaigns.
- YouTube**
 - Fewer ad breaks on YouTube connected TVs.
 - Target first position across all YouTube content through Display & Video 360.
 - Image expansion and aspect ratio adjustment.
 - Image animation.
- Display**
 - Automatically enhance image resolution and sharpness.
 - Google Display Ads inventory on X.

2024 Google Ads Recap

(vanuit Googles' perspectief)



“This year, we introduced a wave of powerful new features in Google Ads. Let's recap the biggest launches of 2024 and how they can help you connect with valuable audiences and drive better results towards your marketing goals.”

Google heeft een pagina gepubliceerd met wat zij denken dat hun belangrijkste lanceringen voor 2024 zijn.

- [Bekijk ze hier op een rij.](#)



-
-
-
-
-
-

E-mail updates

Mailchimp maakt automatisch segmenten Aan

Update uit november 2024

Mailchimp maakt nu automatisch een kopie van je campagne aan en stelt voor om deze opnieuw te verzenden naar de niet-openers. Het maakt direct ook het benodigde segment voor je aan! Dit is niet iets wat je bij elke campagne wilt doen, maar ze maken het steeds makkelijker voor je :-)

<input type="checkbox"/>	Name	Status
<input type="checkbox"/>	11-14-24 Give Thanks - Thanksgiving	Sent
<input checked="" type="checkbox"/>	Regular email	
	Last edited Tue November 12, 2024 7:23 pm by Lauren Segal	Thu November 14, 2024 9:00 am



58.3% of your recipients haven't opened this email

We've created a new draft with an optimized subject line to send to non-openers.

[Re-sent] 11-14-24 Give Thanks - Thanksgiving

Regular email

MADE FOR YOU



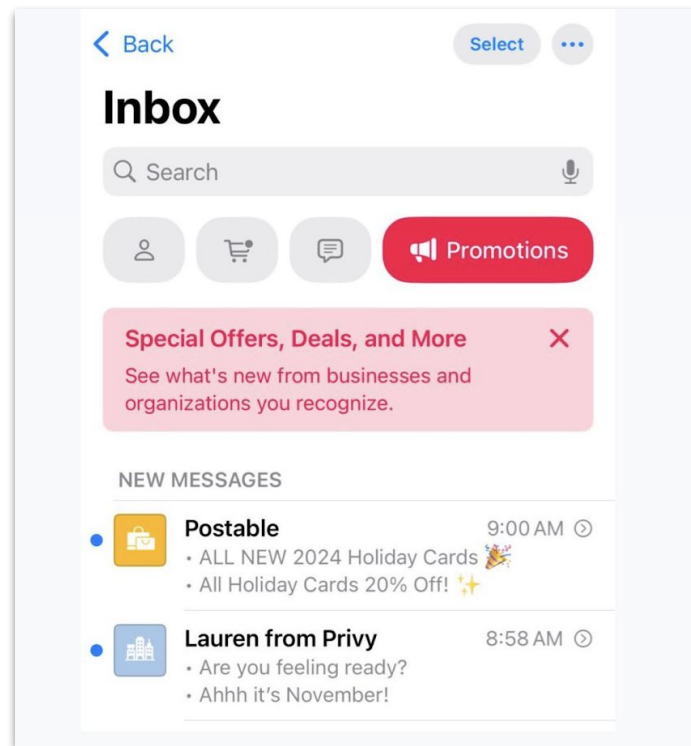
Sneak preview van live iOS Outlook

Update uit november 2024

Zelf hebben we hem nog niet live gezien, maar sommigen hebben de nieuwe lay-out van Outlook op iOS inmiddels gezien.

De bullet-points zijn meerdere subectlines van de desbetreffende afzender en dus niet subjectline + snippet. Als je er op klikt schijn je een scrollbare feed te krijgen

To be continued!





-
-
-
-
-
-

CRO updates



Happy dit al gezien?

Happy dit al gezien?

Terugkijkend naar 2024 zijn we ontzettend trots op heel veel projecten. We kiezen de swipegame van Thermen om nog een keer onder de aandacht te brengen. Tof idee, prachtig resultaat. Letterlijk award winning.





Blijf op de hoogte van alle online marketing trends & ontwikkelingen:

- [LinkedIn](#)
- [Nieuwsbrief](#)