



# Online marketing trends & nieuws april 2025

## Ga direct naar de updates van jouw discipline

[#SEO](#)

[#SOCIAL](#)

[#SEA](#)

[#E-MAIL](#)

[#DNA](#)

[#PROGRAMMATIC ADVERTISING](#)





- 
- 
- 
- 
- 
- 

# SEO Trends & nieuws

# Google verwijdt inactieve pagina's: waarom engagement belangrijker is dan ooit

**Google verwijdt pagina's uit de index waar geen interactie op plaatsvindt**, zoals klikken of scrollen. Dit betekent dat content zonder gebruikersbetrokkenheid onvindbaar kan worden in de zoekresultaten. Daarom zijn relevantie en engagement nu cruciaal. Zorg dat je pagina's **echte waarde bieden** en **actief gehouden worden** door bijvoorbeeld interne links, duidelijke call-to-actions of actualisatie.

Bron:

<https://searchengineland.com/google-search-remove-page-no-interactions-453458>



## Dieper gelegen content cruciaal voor zichtbaarheid in Google's AI-overviews

Een recente analyse toont aan dat **82,5% van de citaties** in Google's AI Overviews **verwijst naar dieper gelegen contentpagina's**, die twee of meer klikken verwijderd zijn van de homepage. Slechts 0,5% van de citaties leidt naar homepages. Dit onderstreept het belang van het **optimaliseren van gespecialiseerde content die dieper op de site staat** om de zichtbaarheid en autoriteit binnen AI-gestuurde zoekresultaten te vergroten.

Bron: <https://searchengineland.com/google-ai-overviews-citations-deep-pages-453414>



## Google March 2025 Core Update

De Google Core Update van maart 2025 is volledig uitgerold. Deze update legt, zoals vaker bij dit soort algoritme updates, extra nadruk op het belonen van écht **behulpzame, originele en betrouwbare content**. Pagina's met lage meerwaarde of AI-gegenereerde bulkcontent kunnen nu harder dalen in zichtbaarheid. Google wil hiermee **spam tegengaan** en kwalitatieve websites beter laten presteren. Regelmatige contentreviews en verbeteringen zijn belangrijker dan ooit.

Bron:

<https://searchengineland.com/google-march-2025-core-update-rolling-out-now-453253>

Here's a timeline and our coverage of recent core updates:

- The [December 2024 core update](#) as on Dec. 12 and ended on [Dec. 18](#).
- The [November 2024 core update](#) was on Nov. 11 and ended on [Dec. 5](#).
- The [August 2024 core update](#) was on Aug. 15 and ended on [Sept. 3](#).
- The [March 2024 core update](#) was on March 5 and ended on [April 19](#).
- The [November 2023 core update](#) was on Nov. 2 and ended on [Nov. 28](#).
- The [October 2023 core update](#) was on Oct. 5 and ended on [Oct. 19](#).
- The [August 2023 core update](#) was on Aug. 22 and ended [Sept. 7](#).
- The [March 2023 core update](#) was on March 15 and [ended March 28](#).



- 
- 
- 
- 
- 
- 

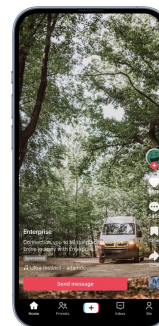
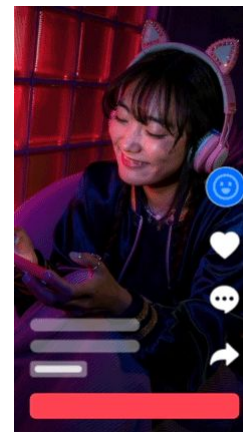
# Social Trends & nieuws

# NIEUW: TikTok Messaging & Call Ads

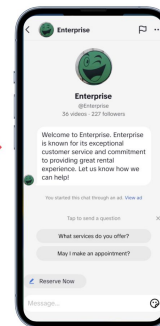
TikTok heeft onlangs Messaging & Call Ads gelanceerd, een innovatieve manier voor merken om met slechts één klik rechtstreeks contact te leggen met hun publiek. Het is mogelijk om gepersonaliseerde gesprekken te starten, sterkere klantrelaties te bouwen en zinvolle gesprekken te stimuleren rechtstreeks binnen het TikTok platform. Dit is vooral interessant voor klanten in de volgende sectoren:

- **Financial Services** : Vind en filter direct leads met een hoge intentie door kwalificerende vragen te stellen.
- **Local Services**: Bied advies om de juiste service/behandeling voor te stellen en afspraken met klanten vast te leggen
- **(e)-Commerce**: Beantwoord brandende vragen en bied live advies om kopers te helpen snel een beslissing te nemen
- **Automotive**: Chat met nieuwe prospects, geef begeleiding bij kredietaanvragen en plan proefritten in.

**Bron**



TikTok #FYP Feed



TikTok Direct Messages

OR

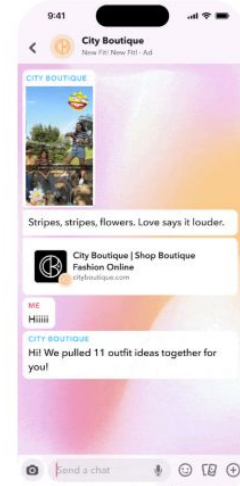
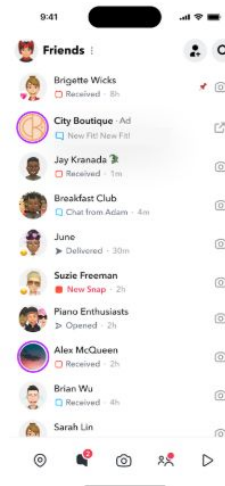
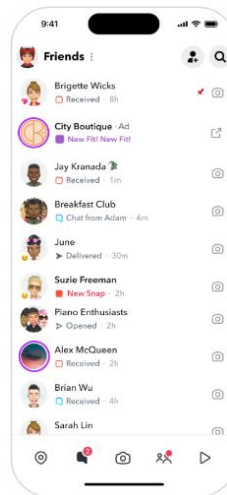


Instant Messaging Apps

# Nieuwe Snapchat plaatsing: in Chat

Het is vanaf nu mogelijk om via de advertentieveiling Single ads en Video ads uit te leveren in de chat feed van gebruikers. Dit is zichtbaar in de feed tussen de andere chats. Echter is er maar één Sponsored Snap zichtbaar in de chat feed per keer, per gebruiker. Wanneer een gebruiker de Branded Chat opent, zullen ze een full-screen ad creative openen. Wanneer ze een tweede keer de Branded Chat openen, zien ze een 1-op-1 chat met de adverteerder. Dit is een extra kans om een CTA nogmaals te communiceren. Daarbij kan de Branded Chat gepersonaliseerd worden met een eigen achtergrond, bericht en auto-response vanuit de adverteerder.

[Bron](#)



# Sitelinks binnen Instagram

Onlangs kondigde Meta aan dat de sitelinks (die al binnen Facebook beschikbaar zijn) ook wereldwijd worden uitgerold naar Instagram.

Hierdoor is het ook op Instagram mogelijk om meerdere landingspagina's toe te voegen in één afbeelding of videoadvertentie. Dit vergroot de kans om mogelijk op de ad te klikken en daarbij dus een CTR verhoging.

💡 Tip! Voeg aangepaste parameters (UTM) toe aan sitelinks om de klikactiviteit voor elke specifieke sitelink in externe rapportagetools zoals GA4 bij te houden.

[Bron](#)

## SITE LINKS FOR INSTAGRAM ADS



NEW!



Shop now >

♡ 182

Followed by jiho100x and others



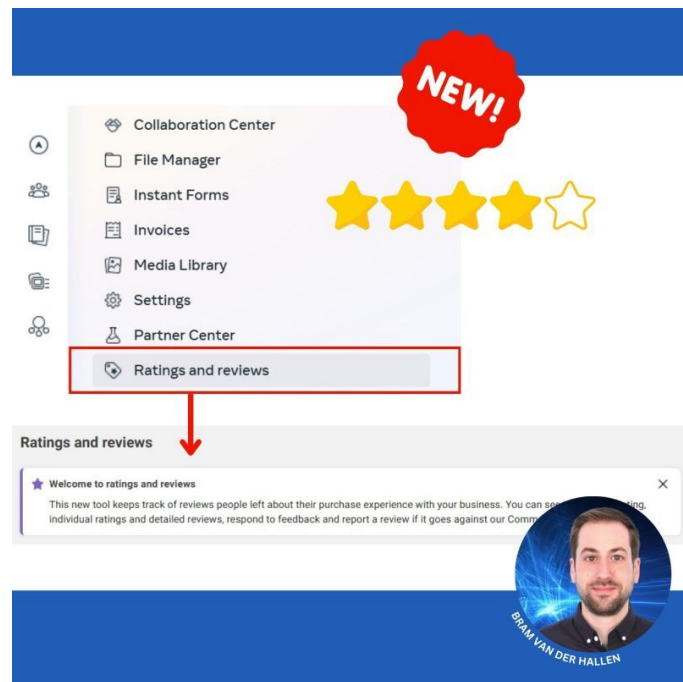
# Meta zal starten met het tonen van rating & reviews op ads

Wanneer een gebruikers interacteert met jouw ads en vervolgens een aankoop doet, zal Meta mogelijk vragen om een beoordeling en review te geven o.b.v. deze aankoop-ervaring. Deze beoordelingen en reviews zullen worden verzameld op de betreffende Facebook pagina.

Vervolgens zal Meta mogelijk deze beoordelingen en reviews ook gaan tonen bij ads, omdat dit gebruikers helpt bij het zien van een ad en het maken van keuzes betreft een aankoop.

Binnen Meta Business Suite is het mogelijk om de te verkregen beoordelingen en reviews in te zien, te beantwoorden en mogelijk te verbergen op de Facebook pagina.

[Bron](#)





- 
- 
- 
- 
- 
- 

# SEA Trends & nieuws

# AI optimalisaties in Google Shopping

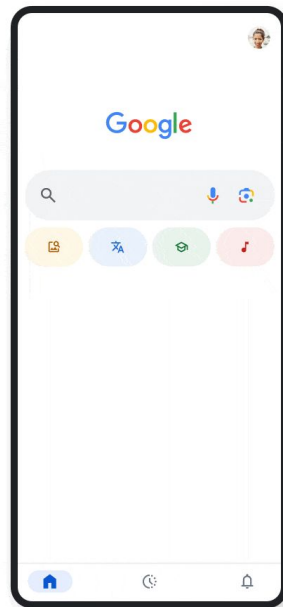
Hiermee wil Google de kloof tussen online winkelen en de ervaring in de winkel overbruggen en het makkelijker wordt om een aankoop te stimuleren.

## Vision match

Beschrijf in een zoekopdracht naar welke kleding je op zoek bent. AI genereert vervolgens visuele suggesties met vergelijkbare producten die in de winkel te vinden zijn.

- Zoek bijvoorbeeld naar een kledingstuk, scroll naar de prompt “Kun je het niet vinden? Creëer het”, verfijn de door AI gegenereerde ideeën en blader door producten.

[Meer hierover lees je hier.](#)





# AI optimalisaties in Google Shopping

Hiermee wil Google de kloof tussen online winkelen en de ervaring in de winkel overbruggen en het makkelijker wordt om een aankoop te stimuleren.

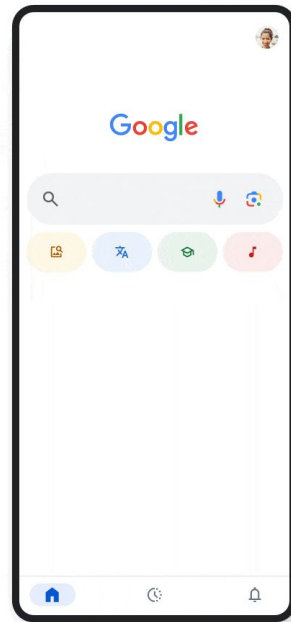
## Make-up try-on

Probeer make-up looks van beroemdheden uit, met behulp van AR.

Binnen Google worden hierbij automatisch producten van verschillende merken gecombineerd.

- Zoek bijvoorbeeld op mobiel naar looks van beroemdheden of trends zoals [voorjaarsmake-up], tik op “Zie de looks op jezelf” en “probeer het uit” om producten te testen.

[Meer hierover lees je hier.](#)





# AI optimalisaties in Google Shopping

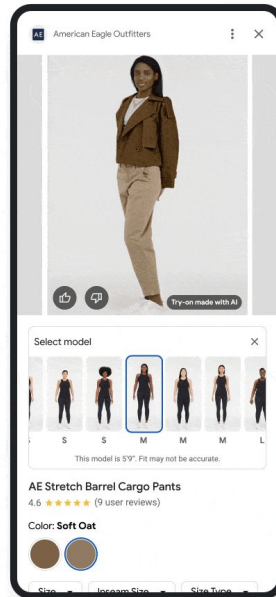
Hiermee wil Google de kloof tussen online winkelen en de ervaring in de winkel overbruggen en het makkelijker wordt om een aankoop te stimuleren.

## Kleding passen en stijlen vergelijken

Bevat nu broeken en rokken van honderden merken, te bekijken op verschillende modellen lichaamstypes.

- Zoek bijvoorbeeld naar broeken of rokken, selecteer items met een “passen”-badge en bekijk ze eruitzien op verschillende modellen van XXS tot XXL.

[Meer hierover lees je hier.](#)



# 'Betere' Google Ads experimenten met: campagnebegeleiding van Google Ads

## Wat doet het?

- Beschikbaar voor Search- en PM-campagnes
- Toont een "Experiment Power"-score die de waarschijnlijkheid aangeeft dat de resultaten statistisch significante resultaten zullen zijn
- Biedt bruikbare aanbevelingen om je experimenten te verbeteren en weloverwogen beslissingen te nemen.

## Wat zijn de voordelen?

- **Effectiever experimenten uitvoeren.** Niet overtuigende resultaten of onnodig lange experiment looptijd vermijden.
- **Sneller bruikbare inzichten krijgen** Datagestuurde optimalisaties doorvoeren en campagneprestaties sneller verbeteren.
- **Persoonlijke aanbevelingen.** Pas budgetten, looptijd of selecties aan om de kans op overtuigende resultaten te vergroten.
- **Experiment Instelling vereenvoudigen.** Duidelijke, gemakkelijk te begrijpen uitleg en uitvoerbare stappen om 'succesvoller' experimenten uit te voeren.

[Alles hierover lees je in dit Google Blog](#)



# Keyword negatives voor Pmax uitgebreid van 100 > 10.000

- We hebben hier al extensief mee getest, mede omdat het een veelgevraagd functie is.
- Het doet wat het moet doen, dus dat het nu een uitbreiding krijgt is top.

- Iets meer controle voor ons als SEA specialisten is een WIN.
- 
- 

## Negative keywords in Performance Max campaigns

By adding negative keywords to your Performance Max campaigns or account, you can avoid your campaigns showing for queries that contain those terms on Search and Shopping inventory.

### Before you begin

This article shows you how to add negative keywords to your Performance Max campaign. Learn more [About negative keywords](#).

#### Note:

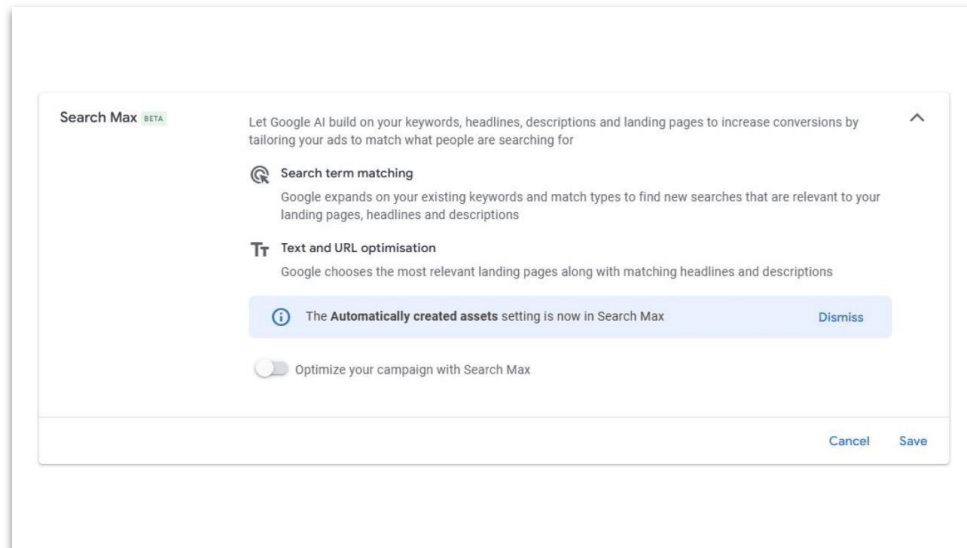
- Performance Max negative keywords are applicable to Search and Shopping inventory only.
- Negative keyword **lists** aren't available to use in your Performance Max campaigns.

# Search Max gespot in live Beta

Nu ook met meer info wat het precies doet.

De nieuwe **Search Max** feature is live in de search campaign instellingen.

- Deze AI-functie combineert Search Term Matching en Text & URL Optimization om het bereik te vergroten, de relevantie te verbeteren en conversies te stimuleren.



# Feed Only Pmax Experiment live

Een paar weken geleden kondigde Google dit Feed Only pmax-experiment aan.

- Google heeft nu een asset-testing experiment gelanceerd voor Performance Max. Hierbij wordt het verkeer binnen één campagne gesplitst om groepen met alleen een feed te vergelijken met groepen waaraan assets zijn toegevoegd.

## Experiment type

- ☒ Performance Max optimisation
- ☐ Test uplift of Performance Max
- ☐ Test vs. Shopping campaign
- ☐ Test vs Search campaign
- ☐ Test vs. display campaign

# ECPC is officieel **gone**

- Een moment stilte voor onze oude, vertrouwde biedstrategie.
- Onmisbaar never forget.
- 

- After March 15, 2025, Search and Display campaigns that are still using the ECPC bid strategy will be automatically migrated to Manual Cost-Per-Click (CPC).

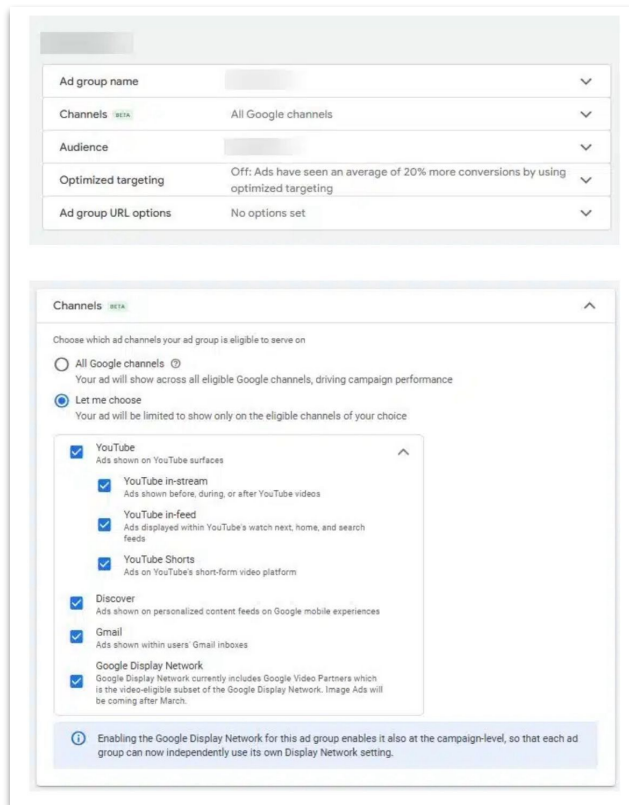
[Precies weten hoe het in elkaar zit? Klik hier.](#)

# Meer controle over Demand Gen campagnes

Er is nu de mogelijkheid om zelf te kiezen welke channels je specifiek wel/niet wil targeten.

Je kunt dus nu bij slechte performance op een channel ervoor kiezen om:

- Content en Ad copy voor dat specifieke kanaal te optimaliseren
- Óf het kanaal volledig uitsluiten.



| Setting              | Value                                                                              |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Ad group name        |                                                                                    |
| Channels             | All Google channels                                                                |
| Audience             |                                                                                    |
| Optimized targeting  | Off: Ads have seen an average of 20% more conversions by using optimized targeting |
| Ad group URL options | No options set                                                                     |

### Channels

Choose which ad channels your ad group is eligible to serve on

☐ All Google channels  
Your ad will show across all eligible Google channels, driving campaign performance

☒ Let me choose  
Your ad will be limited to show only on the eligible channels of your choice

- ☒ YouTube  
Ads shown on YouTube surfaces
  - ☒ YouTube in-stream  
Ads shown before, during, or after YouTube videos
  - ☒ YouTube in-feed  
Ads displayed within YouTube's watch next, home, and search feeds
  - ☒ YouTube Shorts  
Ads on YouTube's short-form video platform
- ☒ Discover  
Ads shown on personalized content feeds on Google mobile experiences
- ☒ Gmail  
Ads shown within users' Gmail inboxes
- ☒ Google Display Network  
Google Display Network currently includes Google Video Partners which is the video-eligible subset of the Google Display Network. Image Ads will be coming after March.

Enabling the Google Display Network for this ad group enables it also at the campaign-level, so that each ad group can now independently use its own Display Network setting.



- 
- 
- 
- 
- 
- 

# E-mail Trends & nieuws

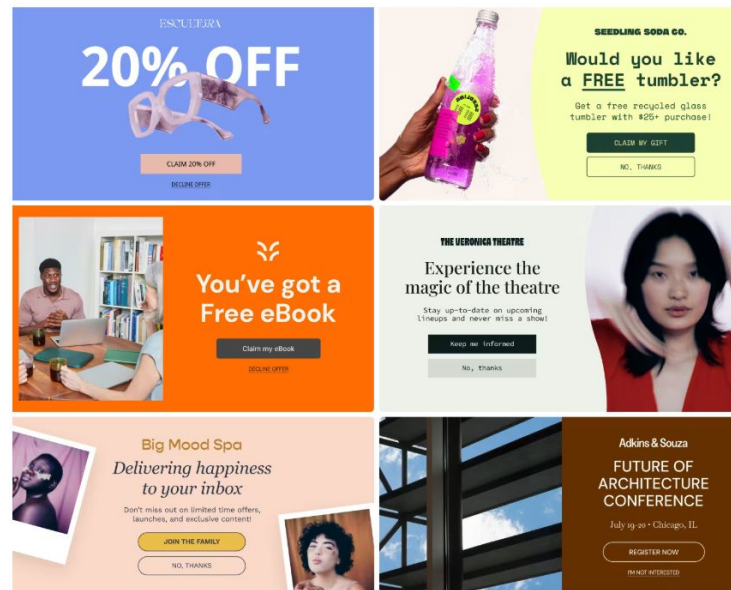
# Nieuw: Mailchimp Popup Form Builder

Vergroot je e-maillijst sneller met de nieuwe volledig aanpasbare popup-formulieren. Wat zijn de voordelen? Verbeterde targeting, effectievere dataverzameling en meer gepersonaliseerde campagnes.

Nieuwe functies:

- 80+ kant-en-klare, aanpasbare sjablonen (geen code nodig).
- Geavanceerde targeting met op maat gemaakte filters.
- Verbeterde e-mailpersonalisatie voor meer betrokkenheid.
- Analytics-dashboard voor popup-statistieken (websitebezoekers, impressies, abonnees).

Wil je meer weten? Plan een afspraak met onze e-mail specialisten!



- 
- 
- 
- 
- 
- 

# Programmatic Trends & nieuws

## Adverteren via schermen in de trein

Sinds 17 maart worden er ook advertenties in de trein op de informatieschermen getoond.

Op de schermen verschijnt ongeveer elke vijf minuten een advertentie van 10 tot 20 seconden. Tijdens de spits is dat ongeveer elke vier minuten. De advertenties zijn zonder geluid en de reisinformatie blijft te zien zijn onder de advertentie.

***Heb je interesse in adverteren op treinschermen? Neem [contact](#) op met één van onze programmatic specialisten!***

Bron:

<https://www.emerce.nl/nieuws/deze-week-advertenties-trein>



**Circa 340.000.000**  
treinreizen per jaar

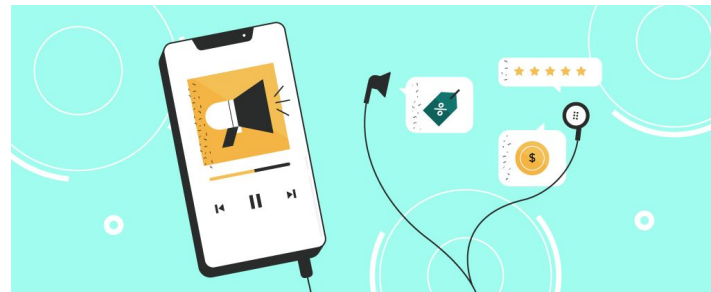


**Circa 4.300.000**  
wekelijkse bereik in Intercity's



**circa 2.100.000**  
wekelijks bereik in Sprinters

## De onverminderende populariteit van podcasts



- Podcasts blijven een populair medium, vooral onder jongeren en hoogopgeleiden. Recent onderzoek van Markteffect toont aan dat bijna de helft van de Nederlanders weleens naar podcasts luistert. Van hen luistert minimaal maandelijks, 16% wekelijks en 8% dagelijks, de overige 13% minder dan eens per maand.
- De hoge mate van aandacht van luisteraars maakt podcasts interessant voor adverteerders. De gemiddelde luistertijd is 103 minuten en ongeveer twee derde van de luisteraars luistert een podcastaflevering (bijna) volledig af.
- 41% luistert naar podcasts voor amusement, maar ook persoonlijke ontwikkeling (28%) is een groeiend motief om naar podcasts te luisteren. Interessant is het verschil tussen mannen en vrouwen: mannen luisteren vaak naar podcast over nieuws, sport en technologie, terwijl vrouwen de voorkeur geven aan gezondheid, psychologie en misdaad/true crime.

Podcasts bieden merken een effectief platform om hun doelgroep te bereiken. Adverteerders hebben diverse mogelijkheden, zoals pre- of mid-roll advertenties en/of branded content.

**Benieuwd of en hoe podcast advertising interessant kan zijn voor jou? Neem [contact](#) op met één van onze programmatic specialisten, zij denken graag met je mee!**



- 
- 
- 
- 
- 
- 

# DNA

## Trends & nieuws

# Eindelijk zijn de Annotaties terug in GA4!

- 
- In de oude Google Analytics (UA, wie kent 'm nog?) konden we annotaties maken op de tijdlijn. Dit was handig om te noteren wanneer er een grote wijziging op de website plaatsvond of wanneer er bijvoorbeeld een belangrijke bespreking was.
- 

- Sinds kort is deze functie ook beschikbaar in GA4! Op de volgende slides laten we zien waar je de functie kunt vinden.
- 
- 
-

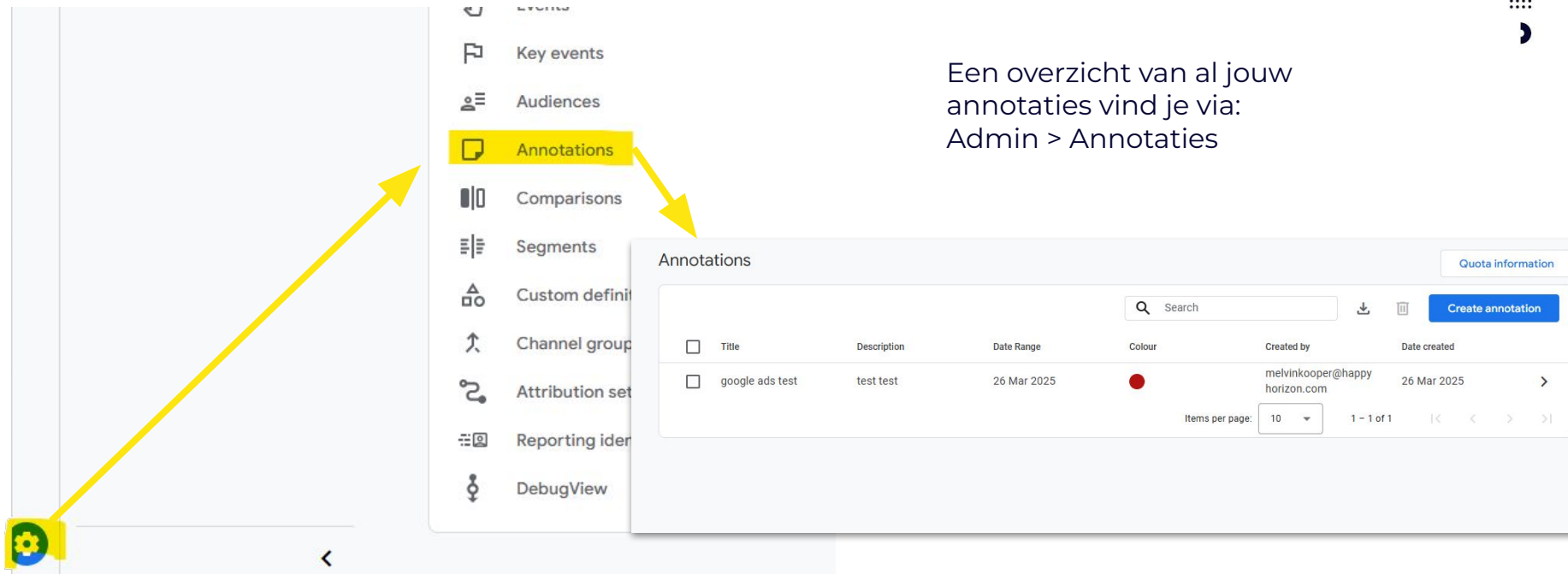
# Eindelijk zijn de Annotaties terug in GA4!

Binnen jouw rapporten kan je annotaties aanmaken.

**google ads test**  
test test  
26 Mar 2025  
Wed 26 Mar

| Event            | Count | Percentage |
|------------------|-------|------------|
| Total            | 3     |            |
| Direct           | 2     |            |
| Referral         | 1     |            |
| Unassigned       | 1     |            |
| Organic Shopping | 0     |            |
| Organic Social   | 0     |            |

# Eindelijk zijn de Annotaties terug in GA4!



Een overzicht van al jouw annotaties vind je via:  
Admin > Annotaties

Annotations

| <input type="checkbox"/> | Title           | Description | Date Range  | Colour      | Created by                    | Date created |   |
|--------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------|--------------|---|
| <input type="checkbox"/> | google ads test | test test   | 26 Mar 2025 | <div></div> | melvinkooper@happyhorizon.com | 26 Mar 2025  | > |

Items per page: 10 1 - 1 of 1 |< < > >|



- 
- 
- 
- 
- 
- 

**Happy dit al gezien?**

# Happy dit al gezien?

Wesley vertelt je over hoe we Stichting Langerhans hebben geholpen om kennis en scholingen aan zorg professionals aan te bieden via 1 centraal platform.

[Check hier de hele case](#)





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

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