

SEARCH CHECKLIST



Prioriteit #1

Doel

Zorg dat elke conversie telt door de juiste tagging toe te voegen aan alle pagina's van je website.

Actions

SITEWIDE TAGGING

Check

1

Lees de documentatie en informatie over Sidewide tagging.

2

Voeg de global site tag (gtag.js) toe aan elke pagina van je website, direct of via je tagmanagementoplossing. Tip! Google Tag Manager (GTM) is heel gebruiksvriendelijk doordat het systeem gekoppeld is aan alle Google-producten.

3

Test op verschillende pagina's of de global site tag wordt geactiveerd (of gebruik hier een tool voor zoals <http://www.gachecker.com/>).

4

Monitor regelmatig of de container van je tagmanageroplossing nog wel op elke pagina wordt gevraagd, en dat de global site tag hierbij ook wordt geactiveerd.

Prioriteit #2

Doel	Conversion linker-tag detecteert automatisch de informatie van de advertentieklik in de URL van je conversiepagina en slaat deze op in een first-party cookie.	
Actions	CONVERSION LINKER	Check
1	<u>Lees de documentatie en informatie over de Conversion linker</u>	<input type="radio"/>
2	Check of er binnen je tagmanagementoplossing al Google Ads tags actief zijn, zo niet? Maak een conversieactie aan in Google Ads en noteer de conversion id en label. Implementeer via je tagmanagementoplossing de conversie tag van Google Ads.	<input type="radio"/>
3	Voeg de Conversion Linker-tag toe aan je tagmanagementoplossing (bijvoorbeeld Google Tag Manager, Tealium of Adobe Launch) op alle pagina's.	<input type="radio"/>
4	Test de implementatie van de conversion linker op verschillende pagina's. Wordt deze altijd gevuurd?	<input type="radio"/>
5	Monitor de implementatie en gebruik de debuggingtools van je tagmanagementoplossing om problemen op te lossen.	<input type="radio"/>

Prioriteit #3

Doel	Verhoog de focus op user journey (cross-device), consent (privacy) en geavanceerde machine learning (predictive/modeling). Universal Analytics verdwijnt, GA4 is de norm.	
Actions	GA4	Check
1	<u>Lees de documentatie en informatie over GA4</u>	<input type="checkbox"/>
2	Check of een GA4 analytics (web) property is aangemaakt. Zo niet, maak een plan om dit samen met het datateam te implementeren.	<input type="checkbox"/>
3	Zorg ervoor dat je de gegevensbewaring in GA4 verlengt van 2 maanden (de standaardinstelling), naar 14 maanden.	<input type="checkbox"/>
4	Voorkom dat eigen bezoeken aan je website worden meegenomen in de data door intern verkeer uit te sluiten in GA4.	<input type="checkbox"/>
5	Mocht je conversie plaatsvinden nadat een gebruiker van een referral website komt, zoals een betaalprovider, dan is het belangrijk om deze verwijzingen uit te sluiten. Zo wordt de conversie aan het juiste kanaal toegewezen.	<input type="checkbox"/>
6	Gebeurtenissen & conversies instellen in GA4: maak gebeurtenissen aan op basis van acties die gebruikers kunnen ondernemen op de website. Stel vervolgens conversietracking in om belangrijke conversies, zoals verkoop en aanmeldingen, te volgen. Je kunt aangeven welke gebeurtenissen een conversie zijn.	<input type="checkbox"/>
7	Check of gegevensverzameling door Google-signals is geactiveerd en de voorwaarden zijn geaccepteerd. Let op! Momenteel werkt Google-signals niet met Server side tagging icm GA4 (staat wel op roadmap van Google).	<input type="checkbox"/>
8	Maak een verbinding tussen GA4 en Google Ads, zodat je de prestaties van je zoekmachine-advertenties kunt volgen en optimaliseren.	<input type="checkbox"/>
9	Push conversie-acties vanuit GA4 richting Google Ads. Het advies is om dit secundair toe te voegen, zodat je kunt monitoren wat de verschillen zijn met de Google Ads tag conversies.	<input type="checkbox"/>
10	Push daarnaast relevante audiences vanuit GA4 richting Google, zodat je dit kunt meenemen in je campagnes.	<input type="checkbox"/>
11	Monitor data en optimaliseer: nadat de implementatie is voltooid, monitor je de gegevens in je Google Ads/Google Analytics 4. Bepaal welke bron je als waarheid gaat gebruiken voor conversietracking en reporting.	<input type="checkbox"/>

Prioriteit #4

Doel	Met Server side tagging kun je de tagging vanuit client-side naar server-side halen. Dit biedt voordelen in performance, data security & verrijking, zoals value based bidding.	
Actions	SERVER SIDE TAGGING	Check
1	<u>Lees de documentatie en informatie over Server side tagging</u>	<input type="checkbox"/>
2	Maak naast je bestaande client-side container een server-side container in samenwerking met het datateam. Een server-side container is vereist om Server side tagging te implementeren. Deze container zal worden gebruikt om je trackingtags op te slaan en dataverzameling te beheren.	<input type="checkbox"/>
3	Configureer trackingtags. Afhankelijk van je marketingdoelen en gegevensbehoeften kun je verschillende trackingtags instellen (GA4/Google Ads) om data te verzamelen, zoals paginaweergaven, klikken en conversies.	<input type="checkbox"/>
4	Test de implementatie. Voordat je live gaat, moet je de implementatie van je server side tagging testen. Dit helpt er zeker van te zijn dat de trackingtags werken zoals je verwacht, en nauwkeurig gegevens verzamelen.	<input type="checkbox"/>
5	Monitor data en optimaliseer. Nadat de implementatie is voltooid, monitor je de gegevens in je Google Ads/Google Analytics. Zorg er altijd voor dat je zowel client-side, als server side tagging hebt, zodat je in de platformen resultaten kunt vergelijken.	<input type="checkbox"/>

Prioriteit #5

Doel	'Verbeterde conversies' is een functie die je kunt gebruiken om de nauwkeurigheid van je conversiemetingen te verbeteren, maar ook om effectiever te kunnen bieden	
Actions	ENHANCED CONVERSIONS	Check
1	<u>Lees de documentatie en informatie over Enhanced conversions</u>	<input type="checkbox"/>
2	Let op! Check vooraf bij het Legal-team of de Privacy Policy toelaat dat voorwaarden van Google worden geaccepteerd om Enhanced conversions te implementeren*. Dit is een go or no-go moment.	<input type="checkbox"/>
3	Zorg dat 'Enhanced conversions' is aangevinkt in Google Ads. Ga naar: tools & settings > conversions > klik op de (naam van de) conversion action > ga naar 'Enhanced conversions' en klik open > vink aan 'turn on Enhanced conversions' > accepteer de voorwaarden. Nogmaals, let op! Zorg ervoor dat dit vooraf is gecheckt bij Legal.	<input type="checkbox"/>
4	Controleer of first-party klantdata beschikbaar is op de conversiepagina. Deze moet minimaal e-mailadressen bevatten. Zo niet, laat dit in de datalayer implementeren om deze vervolgens met je tagmanagementoplossing uit te lezen.	<input type="checkbox"/>
5	Test de implementatie van Enhanced conversions in je tagmanagementoplossing, bekijk daarnaast in de Google Ads interface bij de conversie of er data binnenkomt en wat hiervan de kwaliteit is.	<input type="checkbox"/>
6	Monitor regelmatig je Enhanced conversions set-up en of de data nog op de juiste manier binnenkomt.	<input type="checkbox"/>
7	*Lees <u>hier</u> de data policies voor Enhanced conversions	<input type="checkbox"/>

Doel	Met 'Klantenmatch' kun je je online én offline gegevens gebruiken om klanten te bereiken en deze opnieuw aan te spreken via Zoeken, Shopping, Gmail, YouTube en het Display Network.		
Actions	CUSTOMER MATCH LISTS		Check
1	<u>Lees de documentatie en informatie over Customer match</u>		<input type="radio"/>
2	Let op! Check vooraf bij het Legal-team of de Privacy Policy toelaat dat voorwaarden van Google worden geaccepteerd om Customer match te implementeren*. Dit is een go or no-go moment.		<input type="radio"/>
3	Bepaal welke klantgegevens je wilt uploaden naar Customer match, bijvoorbeeld e-mailadressen (benodigd) en telefoonnummers.		<input type="radio"/>
4	Verzamel klantgegevens op een privacyvriendelijke manier en volgens je beleid, met de juiste consent.		<input type="radio"/>
5	Maak een klantenlijst aan (volgens de Google template) via een CSV-document of API. Dit kan via de CDP of bijvoorbeeld een tool als Zapier.		<input type="radio"/>
6	Upload de klantgegevens naar Customer match via de Google Ads interface. Ga naar: tools & settings > audience manager > your data segments > klik op het plus-teken > customer list. Vul gegevens in en kies de gewenste 'data type' > accepteer de voorwaarden. Nogmaals, let op! Zorg ervoor dat dit vooraf is gecheckt bij Legal.		<input type="radio"/>
7	Gebruik audiencelijsten in Customer match om gerichte advertenties te vertonen aan specifieke groepen klanten, of als audience signals in p'max.		<input type="radio"/>
8	Monitor regelmatig of de Customer match data groot genoeg is en zorg ervoor dat deze up-to-date blijft. Via de Google Ads interface gaat dit handmatig, via een API kan dit worden geautomatiseerd. Dit laatste heeft de voorkeur.		<input type="radio"/>
9	*Lees hier de data policies voor customer match		<input type="radio"/>

Prioriteit #7

Doel	Cookies worden alleen geactiveerd bij expliciete toestemming, óf worden geanonimiseerd om privacy te bevorderen en dataverlies tegen te gaan.	
Actions	CONSENT MODE	Check
1	<u>Lees de documentatie en informatie over Consent mode</u>	<input type="radio"/>
2	Let op! Check vooraf bij het Legal-team of de Privacy Policy toelaat dat voorwaarden van Google worden geaccepteerd om Consent mode te implementeren*. Dit is een go or no-go moment.	<input type="radio"/>
3	Check of de Google Ads tags worden geladen, voordat er op de juiste manier consent is gegeven. Dit kan met de Google tag assistent chrome extension. Is dit het geval? Ga dan verder naar stap 3.	<input type="radio"/>
4	Schakel het data-team in en implementeer Consent mode via je tagmanagementoplossing, zoals Google Tag Manager, Tealium of Adobe Launch. Gebruik hiervoor de implementatiehandleiding van de gekozen oplossing.	<input type="radio"/>
5	Bepaal welke tags afhankelijk zijn van gebruikersconsent. Maak gebruik van de consent status om de tags te implementeren, die alleen afgaan als de gebruiker toestemming heeft gegeven.	<input type="radio"/>
6	Monitor de implementatie en gebruik de de-buggingtools van je tagmanagementoplossing om problemen op te lossen.	<input type="radio"/>
7	Monitor de implementatie en gebruik de de-buggingtools van je tagmanagementoplossing om problemen op te lossen.	<input type="radio"/>