



Persoonlijk rapport van Marijn Verwegen

Datum rapport: 19-09-2016



Rapportage: Marijn Verwegen

Beschrijving test

Op 29-08-2016 heb je de RTB-, Display- & Affiliation-test (voor studenten) gemaakt. Deze rapportage geeft inzicht in je score, zoals deze hieronder worden weergegeven.

De test RTB-, Display- & Affiliation-test (voor studenten) bestaat uit 30 Multiple Choice vragen en is opgebouwd uit de volgende onderdelen:

- RTB - Niveau - Inzicht, Kennis en Toepassing
- Affiliate Marketing - Niveau - Inzicht, Kennis en Toepassing
- Display Advertising - Niveau - Inzicht, Kennis en Toepassing

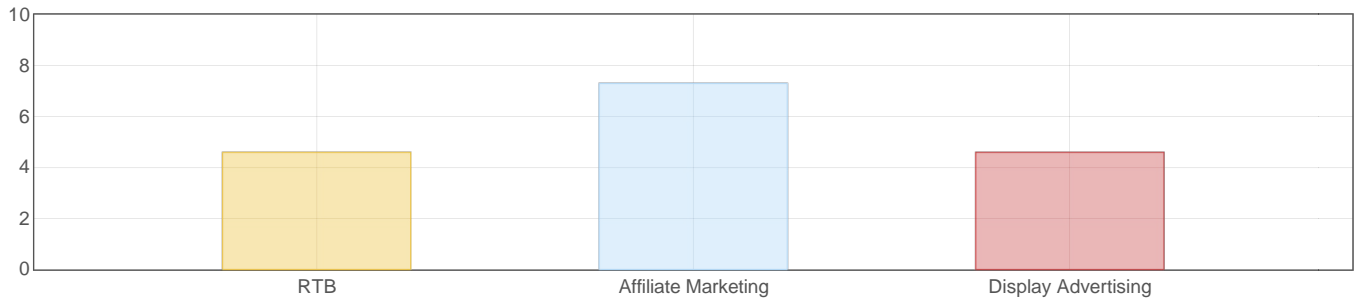
Globaal overzicht van de testresultaten

- Totaalscore: 5,5 (Voldoende)
- Score kennisvragen: 4,7 (Matig)
- Score inzichtsvragen: 6,0 (Voldoende)
- Score toepassingsvragen: 6,0 (Voldoende)
- Aantal goed beantwoorde vragen: 15 (50% van het totaal aantal gestelde vragen)
- Aantal foutief beantwoorde vragen: 15 (50% van het totaal aantal gestelde vragen)
- Aantal onbeantwoorde vragen: 0 (0% van het totaal aantal gestelde vragen)
- Tijdsduur: 20 minuten 28 seconden



Totaal score

Hieronder vind je de totaalscore voor alle type vragen van de gemaakte test.



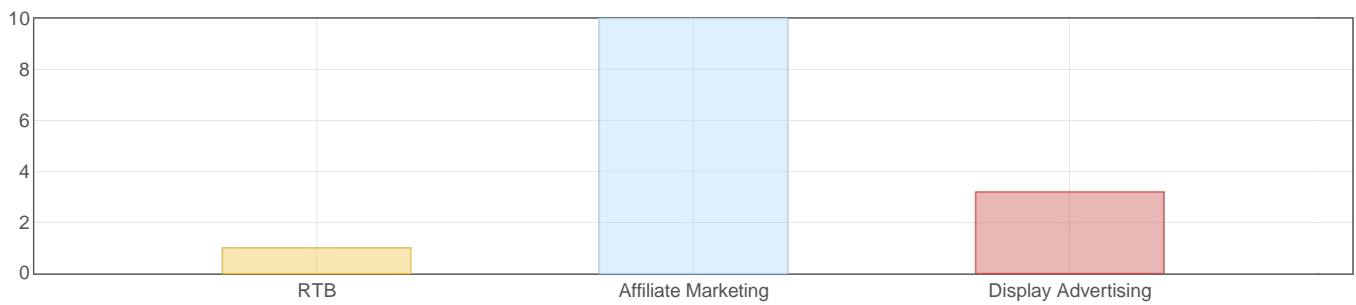
Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
RTB	4,6	Matig
Affiliate Marketing	7,3	Ruim voldoende
Display Advertising	4,6	Matig



Score kennisvragen

Hieronder vind je de score met betrekking tot de kennisvragen van de gemaakte test.



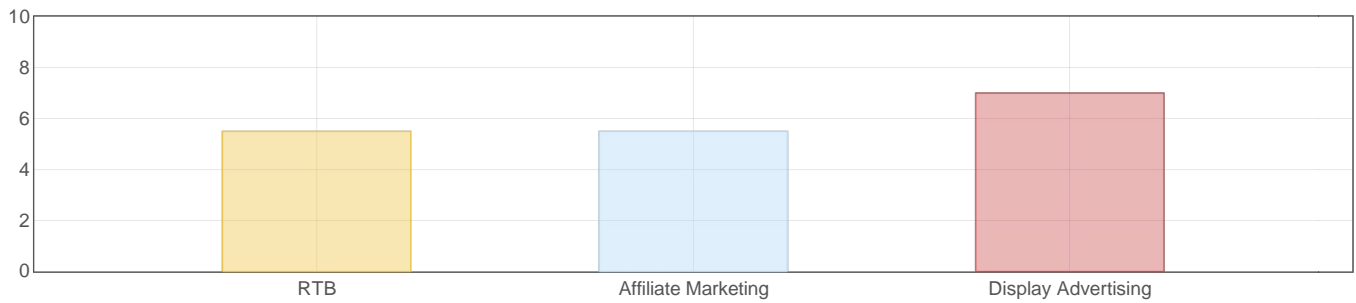
Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
RTB	1,0	Zeer slecht
Affiliate Marketing	10,0	Uitstekend
Display Advertising	3,2	Ruim onvoldoende



Score inzichtsvragen

Hieronder vind je de score met betrekking tot de inzichtsvragen van de gemaakte test.



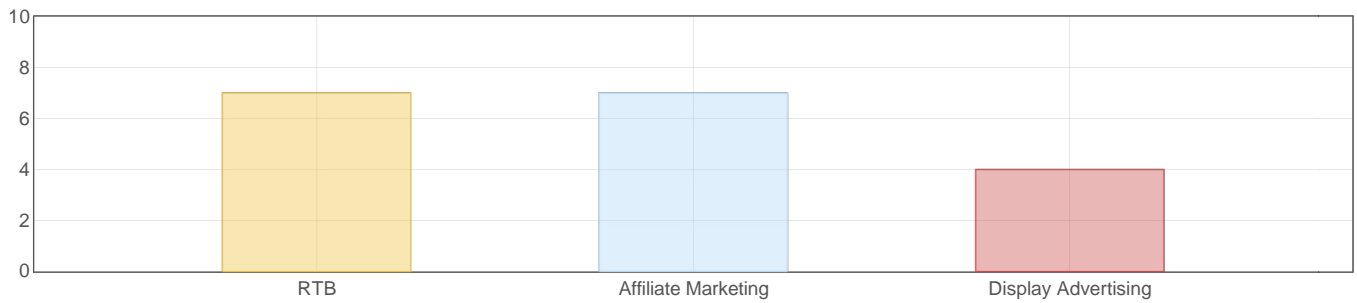
Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
RTB	5,5	Voldoende
Affiliate Marketing	5,5	Voldoende
Display Advertising	7,0	Ruim voldoende



Score toepassingsvragen

Hieronder vind je de score met betrekking tot de toepassingsvragen van de gemaakte test.



Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
RTB	7,0	Ruim voldoende
Affiliate Marketing	7,0	Ruim voldoende
Display Advertising	4,0	Onvoldoende



Categorieën van SquillzerTestYourself

Hieronder staan de vragen en antwoorden van de eigen categorieën.

RTB

Vraag	Antwoord	Correct
Welke targetingmethoden kun je toepassen in het GDN?	Targeting op zoekwoorden, plaatsingen, onderwerpen en doelgroepen	✓ Ja
Wat is niet waar over online performance-campagnes?	Performance-campagnes zijn vooral gericht op directe verkoop	✗ Nee
Stel je wilt voor een adverteerder een banner laten ontwerpen. De adverteerder heeft als doelstelling om zo veel mogelijk awareness en kliks te genereren.	Een dynamische banner	✗ Nee
Wat voor banner kun je beter niet inzetten?		
Als je domeinen wilt optimaliseren en de slechtst presterende wilt pauzeren, welke pauzeer je dan?	Domeinen met een lage CTR en een hoge bounce rate	✓ Ja
Waar kun je Google Display Planner niet voor gebruiken?	Om ideeën voor plaatsingen te achterhalen	✗ Nee
Waarom is een exclusion pixel belangrijk?	Een exclusion pixel is belangrijk, omdat die voorkomt dat je personen die al hebben geconverteerd nog een keer bereikt	✓ Ja
Wat is automated trading?	Het automatisch tonen van banners bij relevante content	✗ Nee

Isabelle van cake studio Baked by Isabelle wil graag elke bezoeker minimaal 10 keer bereiken door middel van retargeting.

€ 750,00

 Ja

De volgende gegevens zijn bekend:

- Aantal bezoekers per maand: 50.000
- Conversie in de webshop: 3%
- Gemiddelde CPM-prijs: € 1,50

Hoeveel mediabudget heeft ze nodig om elke bezoeker minimaal 10 keer te bereiken middels retargeting?

Stel je hebt net een fotocamera gekocht bij een webshop. Even later kijk je op Facebook en zie je een advertentie van een hoesje voor die camera.

Profiling

 Nee

Hoe wordt deze vorm van remarketing ook wel genoemd?

De laatste tijd kom je KPN-advertenties tegen op elke website die je bezoekt, terwijl je nog nooit op één van hun advertenties hebt geklikt. Wat is de verklaring hiervoor?

Als KPN-klant kunnen ze 'jouw' cookies tracken

 Nee



Affiliate Marketing

Vraag	Antwoord	Correct
<p>Wat bedoelen we in de context van affiliate marketing in de meeste gevallen met een hybride afrekenmodel?</p>	<p>Een hybride afrekenmodel is een combinatie van betalen van een CPM- of CPC-vergoeding met een vergoeding per gegenereerde lead of verkocht product</p>	<p>✓ Ja</p>
<p>Wat bedoelen we met 'merchant' in de context van affiliate marketing?</p>	<p>De 'merchant' is de partij die adverteert via een affiliate netwerk</p>	<p>✓ Ja</p>
<p>Zet de volgende redenen voor een affiliate om een campagne op z'n site te promoten in de goede volgorde:</p> <ul style="list-style-type: none"> - eCPC/eCPM - Omzetpotentie - Relevantie met website van de affiliate 	<p>1. omzetpotentie, 2. eCPC/eCPM, 3. relevantie met website</p>	<p>✗ Nee</p>
<p>Welke van deze twee uitspraken over affiliate marketing is juist?</p> <p>1. Tekstlinks hebben over het algemeen een hogere conversie dan display ads.</p> <p>2. Hoe meer informatie een productfeed bevat, hoe beter.</p>	<p>Beide uitspraken zijn onjuist</p>	<p>✗ Nee</p>
<p>Bereken op basis van de onderstaande variabelen de eCPC van deze campagne.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Totale omzet: € 344.538,- - Aantal gegenereerde clicks: 798.645 	<p>De eCPC is € 0,43</p>	<p>✓ Ja</p>

Tim werkt als Online Sales Manager bij een groot energiebedrijf. Eén van de kanalen die hij inzet voor het genereren van leads voor HR-ketels is het affiliation-kanaal. Op basis van de onderstaande gegevens denkt Tim zo'n 2.500 leads te kunnen genereren voor een budget van ongeveer € 13.000,-. Klopt dat?

- 46.000 bezoekers
- Commissie: € 5,- per lead
- Conversie van bezoeker naar lead: 7%
- Uitvalspercentage: 20

Ja, dat klopt ongeveer wel. Hij zal 2.550 leads genereren en dat kost hem precies € 13.000,- ✘ Nee

Welke van de volgende twee uitspraken over affiliate marketing is juist?

Beide beweringen zijn juist

✔ Ja

1. De 'pixel' is de code die op de bedankpagina van een adverteerder wordt geplaatst om een lead van een via het betreffende affiliate netwerk doorgestuurde bezoeker te registreren. Deze code bestaat vaak uit een onzichtbare afbeelding van één pixel, waarvan de variabelen het registratiemechanisme in het affiliate netwerk activeren.

2. Een deeplink is een link die vanaf de pagina van de affiliate direct naar achterliggende (product)pagina's van een adverteerder voert

Welke van de volgende twee beweringen is onjuist?

Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist

✔ Ja

1. Bij 'Fingerprint Tracking' wordt er van de gebruiker een virtuele vingerafdruk gemaakt door te kijken naar de combinatie van het IP-adres, de browserinstellingen en het besturingssysteem van de gebruiker

2. 'Fingerprint Tracking' wordt echter sinds de intrede van de cookie al niet meer gebruikt

De mediakosten voor de vertoning van een uiting/(0,001 x aantal vertoningen) = ...

CPM

✔ Ja

Wat moet er op de puntjes staan?

Wat wordt verstaan onder 'Cookiedropping'?

Het veelvuldig, onrechtmatig wegzetten van cookies door affiliates, om de kans te vergroten dat een verkoop aan hen wordt toegekend

✔ Ja



Display Advertising

Vraag	Antwoord	Correct
Hoe noem je een banner met de afmetingen 160 x 600 pixels?	Leaderboard	✗ Nee
Wat zijn de afmetingen (in pixels) van een rectangle?	325 x 250	✗ Nee
Hoe bereken je de CTR?	(Aantal impressies/aantal clicks) x 100%	✗ Nee
Een 'preroll ad' of 'in-stream ad' is een:	een videocommercial die getoond wordt aan het begin van een online af te spelen videofilmje	✓ Ja
Hoe noemen we het effect dat optreedt als een display ad z'n communicatiekracht verliest en bezoekers van een website niet meer opvalt?	Loss-of-communication-power-effect	✗ Nee
Wat kan een reden voor een adverteerder zijn om te adverteren in een 'channel'?	Op deze manier kan hij zijn boodschap bij de meest relevante doelgroep onder de aandacht brengen	✓ Ja
Wat verstaat YouTube onder 'TrueView In-stream'?	YouTube geeft hiermee aan dat je alleen betaalt als een gebruiker je commercial helemaal bekijkt of ten minste 30 seconden daarvan (wanneer de lengte meer dan 30 seconden bedraagt)	✓ Ja
Hendrik is online marketeer bij een grote frisdrankfabrikant. Hij wil een display-campagne gaan voeren om een nieuw product onder de aandacht van zijn doelgroep te brengen. Doel van de campagne is om 50.000 bezoeken aan de landingspagina over het nieuwe product te genereren.	€ 356.000,-	✗ Nee
Hoeveel budget (afgerond) moet Hendrik inzetten om te zorgen dat hij zijn doelstelling voor deze campagne haalt, als de gemiddelde CTR van de uitingen 0,23% is en de gemiddelde CPM-prijs € 5,50 bedraagt?		

Jolanda werkt bij een kleine, hippe fietsenfabrikant. Onlangs heeft het bedrijf een nieuw model gelanceerd. Als online marketeer aan Jolanda de taak om de fiets onder de aandacht van de doelgroep te brengen. Daartoe gaat ze een display-campagne voeren. Ze heeft zich ten doel gesteld om 400.000 impressies in de doelgroep te genereren. Ze gaat daarbij uit van het volgende:

€ 50.600,-

 Nee

CTR: 0,7%

CPM: € 12,65

Frequency cap: 3

Hoeveel budget heeft Jolanda nodig om de 400.000 impressies te genereren?

Sanne is mediaplanner en heeft van een klant, voor een online awareness-campagne, een budget gekregen waarmee ze 200.000 views binnen de doelgroep kan genereren. Ze hanteert een frequency cap van 3.

66.666 personen

 Ja

Hoe groot is het unieke bereik van de campagne?



Omschrijving van de gehanteerde functieniveaus

We onderscheiden de onderstaande 3 functieniveaus voor onze testen:

Junior

< 3 jaar werkervaring. Verricht werkzaamheden onder het toezicht van een senior medewerker/manager. Enige ervaring met online media en middelen.

Medior

3 - 7 jaar werkervaring. Verricht zelfstandig werkzaamheden en rapporteert aan een manager. Ruime ervaring met online media en middelen.

Senior

> 7 jaar werkervaring. Geeft leiding aan een afdeling/team. Veel ervaring met online media en middelen

Omschrijving van de gehanteerde functieniveaus

We onderscheiden de onderstaande 3 functieniveaus voor onze testen:

Kennisvragen

Door middel van onze kennisvragen test je de parate kennis van het online vakgebied van deelnemers.

Voorbeeld kennisvraag:

Wat wordt bedoeld met multivariatie test?

Inzichtsfragen

Door middel van onze inzichtsfragen test je het inzicht van de deelnemers in het online vakgebied.

Voorbeeld inzichtsvraag:

Welke van de volgende twee beweringen over e-mail marketing is juist?

1. E-mailmarketing stuurt vooral op een latente behoefte bij de ontvanger
2. E-mailmarketing kan naast acquisitie ook effectief ingezet worden voor retentie



Toepassingsvragen

Door middel van onze toepassingsvragen test je of deelnemers in staat zijn om hun kennis van en inzicht in het online vakgebied toe te passen op de praktijk.

Voorbeeld toepassingsvraag:

Wat zijn de kosten per conversie deze SEA-campagne op basis van de hieronder weergegeven gegevens?

Omschrijving van het gehanteerde scoringsmechanisme

Scoringsmechanisme individuele vraagcategorieën

Sqillzer's scoringsmechanisme voor de individuele vraagcategorieën is als volgt opgebouwd:

Elk type vraag - kennisvraag, inzichtsvraag en toepassingsvraag - heeft dezelfde wegingsfactor in het resultaat van een test op de individuele vraagcategorie. Dit is wegingsfactor 1.

Ook in de wegingsfactor van het adviesniveau van een vraag is geen onderscheid. Dus ook hier geldt voor alle drie de adviesniveaus wegingsfactor 1 in het resultaat van een test op individuele vraagcategorie.

Het cijfer van de individuele vraagcategorieën wordt als volgt berekend:

$$\text{Cijfer} = 9,0 * (S / L) + N$$

S = Score

L = Lengte van de scoreschaal (maximumscore)

N = Norm

De norm die we hanteren is 1,0. Dus N = 1,0

Rekenvoorbeeld:

Stel een testdeelnemer heeft van de 30 geselecteerde vragen in een testcategorie (maximumscore = 30) 20 vragen goed beantwoord (score = 20). Zijn of haar cijfer wordt dan berekend door het aantal goed beantwoorde vragen (= score) te delen door het totaal aantal geselecteerde vragen (= maximumscore) in de betreffende testcategorie. En dat getal te vermenigvuldigen met het getal 9,0. En daar vervolgens de norm (= 1,0) bij op te tellen.

$$9,0 * (20/30) + 1,0 = \text{beoordelingscijfer } 7$$

Scoringsmechanisme totaalscore

De totaalscore van een test wordt berekend door de scores van de individuele vraagcategorieën bij elkaar op te tellen en te delen door het aantal vraagcategorieën in de betreffende test. De score van elke individuele vraagcategorie weegt daarbij even zwaar.

Rekenvoorbeeld:

Stel een testdeelnemer heeft een 9 gescoord voor Affiliate Marketing, een 8 voor Social Media Marketing, een 7 voor E-mail Marketing en een 6 voor SEA. Zijn of haar cijfer wordt dan als volgt berekend:

$$(9+8+7+6)/4 = \text{totaalscore } 7,5$$



Testdeelnemer: **Rapportage: Marijn Verwegen**

Datum: **19-09-2016**

Contact

Voor vragen en opmerkingen over Squillzer en deze rapportage kun je contact opnemen met Squillzer via onderstaande contactgegevens. Voor verdere informatie over de toepassing van de test kun je contact opnemen met de persoon of organisatie die deze test heeft aangemaakt.

Opdrachtgever van de test: SquillzerTestYourself

Deelnemer aan de test: Marijn Verwegen

Squillzer

t 085 -273 12 98

e info@sqillzer.nl

Schinkelse baan 19

Capelle a/d IJssel

The Netherlands