



## Wie zij zijn

**CAROLINA**  
*Rustica*

www.carolinarustica.com  
Concord, North Carolina  
12 werknemers  
Online en offline  
Handgesmede ijzeren meubelen

## Wat ze nodig hadden

- Om hun bedrijf op internet te krijgen
- Om over effectieve marketing te beschikken met weinig middelen
- Om hun klantenbestand uit te breiden
- Om hun site en de koopervaring te verbeteren

## Wat zij deden

- Begonnen met **Google AdWords** in 2002
- Voegden **Google Analytics** toe aan hun website
- Installeerden Google Checkout als optie voor betalingsverwerking
- Maakten twee feeds voor **Google Base**
- Begonnen eenvoudig maar zetten steeds geavanceerdere campagnes op
- Gebruikten Analytics samen met AdWords om campagnes te testen, te optimaliseren en te volgen
- Verhoogden de marketinguitgaven sterk op basis van gegevens van Google-producten
- Verbeterden siteontwerp op basis van gebruiksgegevens van Analytics
- Verlaagden kosten dankzij Analytics en Base, beide gratis

## Wat ze hebben bereikt

- **Meer verkopen:** 50% groei, jaar na jaar
- **Meer conversies:** Succespercentages 20% hoger
- **Lagere transactiekosten:** 2,5 x lagere kosten per transactie dankzij Google Checkout
- **Meer verkeer:** Ongeveer 30% van het verkeer is het resultaat van AdWords-advertenties

## Smeden als het ijzer heet is

Carolina Rustica verhoogde het succespercentage met 20% en de totale verkoop met 50% dankzij Google AdWords, Analytics, Checkout en Base.

### Een nieuw begin

Richard Sexton zag zichzelf nooit als ondernemer en al helemaal niet als eigenaar van een galerie. Maar na zijn doctoraal en vier jaar in het bedrijfsleven werd hij steeds ontevredener met zijn carrière. Tijdens een reis in Nepal besloot Richard zijn leven drastisch om te gooien. Toen hij terugkeerde, nam hij ontslag, ging terug naar zijn geboorteplaats in North Carolina en opende een meubelwinkeltje. Vervolgens leerde hij meubels verkopen.

"Het klinkt afgezaagd, maar het was echt zo'n openbaring die je krijgt als je niet weet wat je met je leven wilt doen", zegt Richard.

"Ik had helemaal geen ervaring met detailverkoop. We verkochten wat we zelf leuk vonden: een mix van Amerikaanse klassiekers, zoals smeedijzeren bedden en Aziatische importproducten. Het was echt een sprong in het diepe. We leerden van onze fouten, maar we namen ook een paar goede beslissingen. Drie van de beste beslissingen waren mijn papegaai Magoo meenemen naar kantoor, vroeg online gaan en Google-producten gebruiken."



### Een goed gesmeed marketingplan

Richard startte met zijn site in 1998 en begon enkele goedlopende producten online aan te bieden, zoals smeedijzeren bedden. "De verkoop begon te lopen", zegt hij. "We hadden al gauw personeel voor alleen de site nodig en door de groeiende vraag startten we Carolina Rustica als een standalone site in 2000 voor ijzeren meubels. Via het web bereikten we een veel groter publiek en we begonnen te investeren in marketingactiviteiten die waren gericht op potentiële klanten. Met wij bedoel ik natuurlijk ik", glimlacht Richard.

Met zijn eenkoppige marketingafdeling opende Richard een Google-AdWords™-account in 2002 en beheert deze nog steeds zelf. "We zagen onmiddellijk dat onze investering in AdWords iets opleverde", zegt Richard. "In de loop van de tijd leerde ik de effectiviteit van zoekwoorden zorgvuldig beheren en specifiek te zijn. Ik ben erg blij met de resultaten. Onze verkoop stijgt jaar na jaar met 50%. En elke keer als ik me bij AdWords aanmeld, vind ik een nieuwe functie die beter met het beheer van de account helpt."

Richard meldde zich ook aan bij Google Analytics™ een gratis hulpmiddel voor een complete analyse van een aantal kengetallen voor sites. Het werkt samen met AdWords om bij te houden hoe bezoekers terecht komen op de site van Carolina Rustica en wat ze daar doen. De combinatie geeft hem inzicht in verbeteringsmogelijkheden van de site en hoe hij van bezoekers klanten kan maken. "We verzamelen informatie, verfijnen onze strategie en verbouwen onze site naar aanleiding van wat we hebben geleerd", zegt Richard. "We kennen de waarde van elke pagina en elke AdWords-advertentie en daardoor kunnen we onze marketing

---

## Over Google AdWords

---

Google AdWords™ is een advertentiesysteem op basis van prestaties waarmee kleine en grote bedrijven op Google en zijn netwerk van websites van partners kunnen adverteren. Honderdduizenden bedrijven over de hele wereld gebruiken AdWords voor tekst-, beeld- en video-advertenties op basis van kosten per klik (CPC) en kosten per vertoning (CPM). AdWords is gebaseerd op een veiligheidsysteem en is een zeer goed kwantificeerbaar en rendabel middel om potentiële klanten te bereiken. Ga voor meer informatie naar <http://adwords.google.nl>.

---

## Over Google Analytics

---

Google Analytics™ is gratis, krachtig hulpmiddel voor webanalyse. Het houdt precies bezoekers, verwijzingen, prestaties van de zoekmachine, e-mailpromotie en zelfs offline initiatieven bij. Dankzij visueel aantrekkelijke rapporten helpt Analytics gebruikers hun marketinguitgaven te bundelen, de sitenavigatie te verbeteren en een hoger ROI te behalen. Analytics meet het succes van AdWords- en niet-AdWords-advertenties en laat zien welke advertenties en zoekwoorden tot de meeste verkopen leiden. Ga voor meer informatie naar <http://www.google.com/analytics/nl-NL/>.

---

## Informatie over Google Checkout

---

Google Checkout™ kent een snel en gemakkelijk betalingsproces. Online handelaren gebruiken Checkout om orders te verwerken en klanten te laten betalen via creditcard of bankpas. Klanten kunnen snel en veilig aankopen doen met één gebruikersnaam en wachtwoord. Checkout werkt ook samen met het zoekprogramma voor advertenties, AdWords, om handelaren hoge verkoopcijfers en lage kosten te bieden in het hele proces van online verkopen en marketing. Ga voor meer informatie naar <http://checkout.google.com/sell>.

---

continu over de hele linie verbeteren. Ik ben nu vervend door dit type marketing, omdat ik mijn rendement op mijn investering zo snel kan zien. Onze succespercentages liggen nu 20% hoger!"

"Tot nu toe hebben we nooit een bovengrens aangegeven van wat voor AdWords willen uitgeven, omdat het zo effectief is", zegt Richard. "Ik zou hetzelfde over Analytics kunnen zeggen, maar dat is gratis."

### Vertrouwen smeden

Richard voegde Google Checkout™ ook toe om de site functioneler te maken met deze snelle, veilige en gemakkelijke manier van betalen. "Checkout is enorm gegroeid", zegt hij. "We zetten het op onze startpagina en het was verbazend hoe snel we het aan de praat kregen. En wat AdWords betreft, dankzij de gratis verwerking kan Checkout niet beter waar voor zijn geld bieden, het bespaart ons geld."

---

**"De serie Google-producten is net zo cruciaal geweest voor ons succes als ieder ander onderdeel van ons bedrijf." *Richard Sexton, oprichter, directeur en voorzitter van de raad van bestuur van Carolina Rustica.***

---

Onlangs is hij begonnen producten te posten met Google Base™. Dit helpt mensen Carolina Rustica te vinden als ze met Google zoeken. "Ik vind Google Base echt goed. Het is heel eenvoudig te koppelen aan onze AdWords-activiteiten. We hebben twee afzonderlijke feeds, een nationale en een lokale. Dat is een goede manier om onze bekendheid te vergroten."

Door Google AdWords, Analytics, Checkout en Base samen te gebruiken, bespaart Richard tijd en geld, terwijl hij marketingbeslissingen kan nemen waar zijn klanten iets aan hebben. "De serie Google-producten is net zo cruciaal geweest voor ons succes als ieder ander onderdeel van ons bedrijf", vervolgt Richard. "Dankzij deze combinatie kan ik het hele proces in de hand houden. Vanaf het doorklikken, via de bestemmingspagina, via de sitenavigatie tot aan de aankoop willen we onze klanten een zo duidelijk en foutloos mogelijke ervaring bieden. Het is de beste manier om het vertrouwen van de klant te winnen."

### Volledig uitgerust

Carolina Rustica blijft zoeken naar nieuwe manieren om klanten een winkelervaring te bieden die uitnodigt tot meer kopen, bijvoorbeeld door klanten hun eigen meubels te laten ontwerpen. Dat is allemaal onderdeel van Richard's plan een multichannel winkel te worden. "We hebben hard gewerkt om de steeds grotere complexiteit van ons bedrijf in de hand te houden, om te herinvesteren in groei en alles stapsgewijs in te voeren: van drie, vier leveranciers en een paar honderd SKU's naar 70 leveranciers en 15.000 SKU's; van een winkeltje naar een groot distributiecentrum; van afhankelijkheid van leveranciers tot een heel eigen productlijn; en van 100% verkoop in de offline wereld tot 85% orders uit de online wereld."

Carolina Rustica bewijst dat ten minste één weg naar het succes van Nepal naar North Carolina loopt, met ijzer is geplaveid en te maken heeft met een papegaai. "Ik had nooit kunnen denken dat mijn leven op deze manier zou uitpakken" zegt Richard. "Maar we hebben een steeds helderder beeld van de toekomst en Google helpt ons zeker daar te komen."

