voomi.

Groeirapport

Voorbeeldrapport Stematei B.V.

Analyseperiode
1 augustus t/m 31 oktober 2026

Bekeken
Google Ads, Meta, Analytics en webshop

Opgesteld
November 2026

In het kort.

Stematei verkoopt losse thee en theeaccessoires via de eigen webshop. We bekeken advertenties, meting en webshop over de afgelopen drie maanden.

Je advertenties verdienen zichzelf terug, maar ze sturen op onvolledige cijfers. Met drie aanpassingen haal je meer omzet uit hetzelfde budget.

€14.820
Advertentiekosten in 3 maanden

€106.700
Omzet uit advertenties, volgens de meting

7,2
ROAS: omzet per euro advertentiekosten

27%
Van de orders ontbreekt in de meting

De drie grootste kansen

1 **Meting die klopt** Hoge impact · Weinig werk

27% van je orders ontbreekt in de meting. Google Ads stuurt daardoor op een onvolledig beeld.

Wat het oplevert Campagnes leren van al je verkopen, niet van driekwart.

2 **Budget naar zoektermen die verkopen** Hoge impact · Weinig werk

€1.120 ging naar zoektermen zonder een enkele verkoop. Dat is 18% van je zoekbudget.

Wat het oplevert Ongeveer €370 per maand vrij voor je best verkopende campagne.

3 **Productfeed op orde** Gemiddelde impact · Gemiddeld werk

41 van je 214 producten zijn afgekeurd in Shopping, waaronder vier cadeausets.

Wat het oplevert Alle producten weer zichtbaar, op tijd voor de feestdagen.

Wat al goed gaat

- Je merkcampagne staat bij 94% van de zoekopdrachten op Stematei bovenaan.
- Remarketing op Meta levert een ROAS van 11,4 op bij bestaande klanten.

Score per onderdeel.

We beoordeelden acht onderdelen op een schaal van 1 tot 10. Hoe lager de score, hoe meer groei er nog te halen valt.



Totaalscore

Een stevige basis met drie onderdelen die direct aandacht nodig hebben. Juist daar zit de snelste winst.

Actie nodig · Kan beter · Op orde

Conversiemeting	4/10	Actie nodig	27% van de orders ontbreekt. Consent mode en enhanced conversions staan niet goed.
Zoektermen	5/10	Actie nodig	18% van het zoekbudget gaat naar zoektermen zonder verkoop.
Productfeed	5/10	Actie nodig	41 van 214 producten afgekeurd door ontbrekende GTIN of verzendgegevens.
Budgetverdeling	6/10	Kan beter	De best verkopende campagne zit 4 van de 7 dagen aan haar budget.
Biedstrategie	6/10	Kan beter	Het ROAS-doel is gebaseerd op een te lage meting. Dat remt de groei.
Doelgroepen	7/10	Kan beter	Remarketing werkt goed. Nieuwe klanten bereik je nog breed en ongericht.
Landingspagina's	7/10	Kan beter	Snel op desktop. Op mobiel duurt het laden 4,1 seconden.
Advertenties	8/10	Op orde	Sterke teksten. Performance Max mist nog een deel van de beelden.

Je meting mist ruim een kwart van je orders.

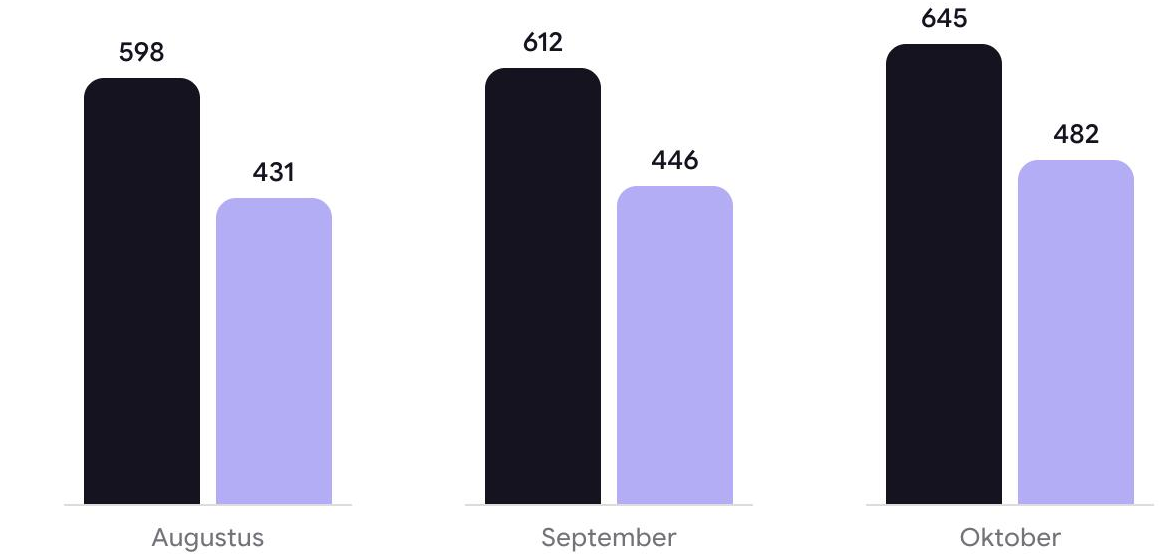
Van de 1.855 orders in je webshop zag Google Analytics er 1.359. Google Ads leert van die cijfers. Wat het niet ziet, telt voor de campagnes niet mee.

Wat we zagen

- Consent mode v2 staat niet goed ingesteld. Wie cookies weigert, telt helemaal niet mee.
- Betalingen via Klarna komen niet terug op de bedankpagina en worden dus niet gemeten.
- Enhanced conversions staan uit.

Waarom dit telt

Google Ads biedt voorzichtiger als het minder verkopen ziet. Je ROAS lijkt daardoor lager dan hij is.



Wat we doen

Consent mode v2 en enhanced conversions goed inrichten. Aankopen meten bij elke betaalmethode. Alles testen met echte bestellingen.

73% → 90%+
van de orders gemeten

1 à 2 dagen
werk

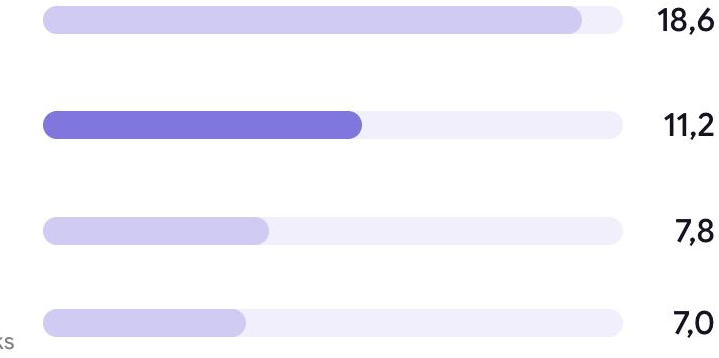
€1.120 ging naar zoektermen zonder verkoop.

Dat is 18% van je zoekbudget van €6.220. Het zijn vooral mensen die informatie zoeken, geen thee willen kopen.

Zoekterm	Kosten	Klikken	Verkopen
thee zelf maken	€214	388	0
thee tegen keelpijn	€176	241	0
gratis theeproeverij	€142	197	0
matcha betekenis	€131	226	0
theezakjes supermarkt	€118	162	0
Overige 86 zoektermen	€339	512	0
Totaal	**€1.120**	**1.726**	0

Waar dat budget beter renderen kan

ROAS per campagne: euro omzet per euro advertentiekosten.



Wat we doen

Uitsluitingen toevoegen voor zoektermen zonder koopintentie. Het vrijgekomen budget verschuiven naar Shopping Bestsellers.

± €370
per maand vrij

± €4.100
extra omzet per maand

Stappenplan.

Eerst wat snel resultaat geeft en weinig werk kost. Daarna bouwen we verder op cijfers die kloppen.

Week 1 en 2
Snel resultaat

Meting herstellen en testen	voomi
Uitsluitingen voor zoektermen zonder verkoop	voomi
Toegang tot de webshop geven	jij

Week 3 t/m 6
Bijsturen

Productfeed aanvullen met GTIN en verzendgegevens	samen
Budget naar Shopping Bestsellers	voomi
ROAS-doel bijstellen op de nieuwe meting	voomi

Maand 2 en 3
Groeien

Nieuwe klanten via Meta testen met drie doelgroepen	voomi
Mobiele laadtijd verbeteren	samen
Eerste maandrapport bespreken	samen

15 tot 25%

Wat het kan opleveren

Meer omzet uit advertenties bij hetzelfde budget, binnen drie maanden.

Een schatting op basis van de cijfers uit deze periode. Geen garantie.

Volgende stap

We lopen het rapport samen door in een gesprek van 30 minuten. Daarna beslis je zelf of je het oppakt of met ons.

voomi.nl