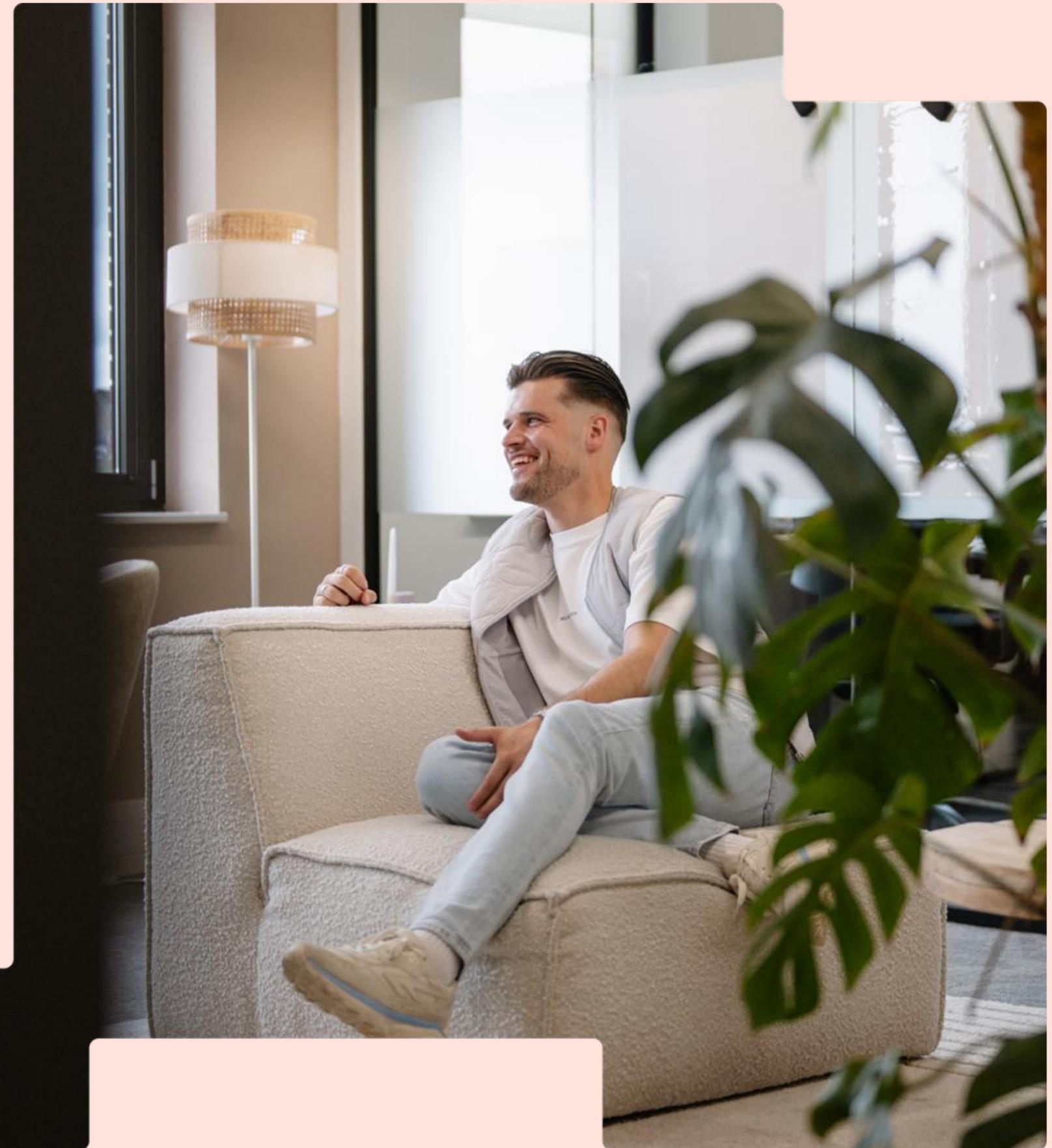


TrafficToday

Stile Floors

SEO case

**Beating the Big Players:
Conversion-Driven SEO in a “Big
Brand” PVC Market**



First Today

01

Recap of results

what we have achieved

02

Problem statement

The case from which our collaboration started

03

Strategic Focus Points

Katalysatoren van het succes

04

Vision for the Future

How do we look at the coming years?



Recap

a quick look back at what we have achieved so far.

In 2025, we not only met our goals for organic conversions, but exceeded them by 45%.

Recap

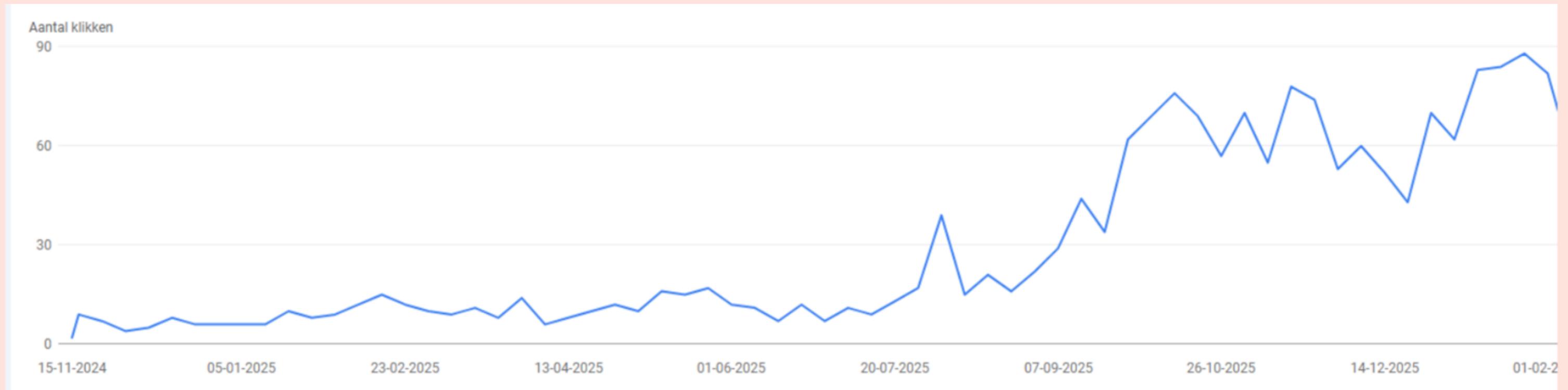
Main results

| KPI | Difference YoY |
|--------------------------|----------------|
| Organic clicks | +31% |
| Organic sessions | +28% |
| Quotes requested | +99% |
| Advice Requested | +54% |
| Samples Requested | +41% |

Recap

GSC trend

URL: <https://stilefloors.nl/pvc-vloeren/>



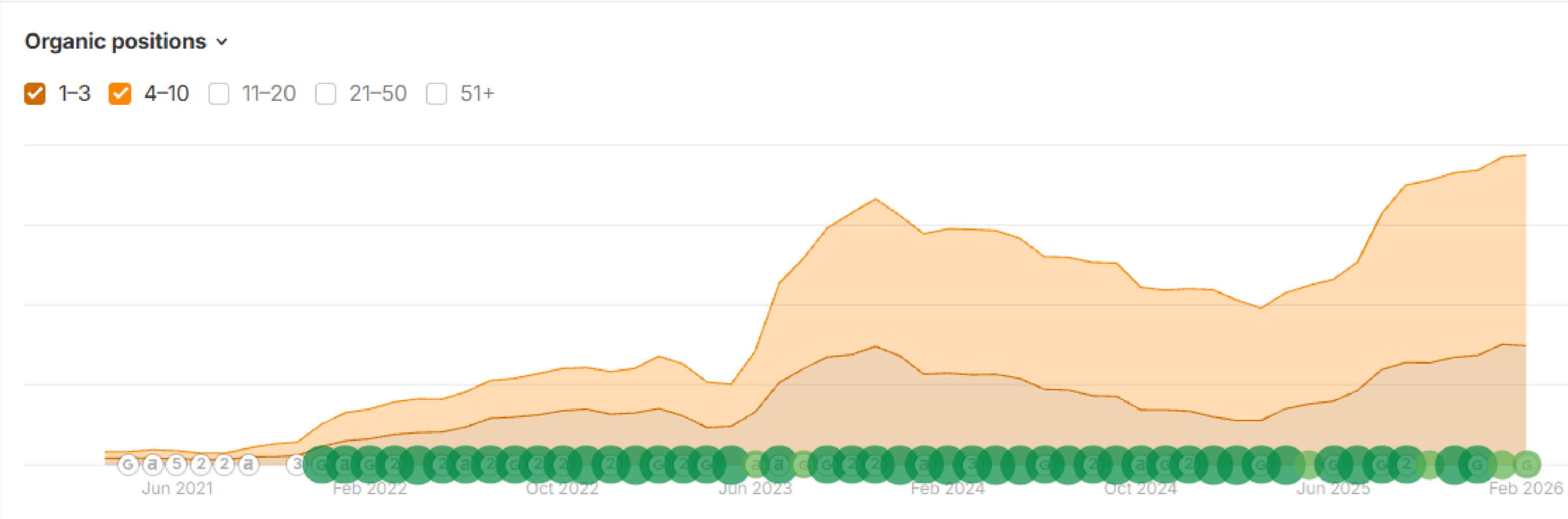
Recap

GSC trend

Keywords + “inclusief leggen” meaning including laying service



Ahrefs trend top 10 positions



Avg. branded vs. non-branded organic traffic



Problem statement

What was our starting point?

“The flooring market is extremely competitive and is dominated by large retailers and independent price fighters. As a result, success for Stile Floors was far from guaranteed.”

The starting point of our collaboration

The flooring or PVC market is not one where success is relatively easy to achieve, for the following reasons:

- Dominance of large retailers such as Gamma, Karwei, and Hornbach, with enormous marketing budgets, including for SEO.
- Various price fighters offering floors at rock-bottom prices, such as Bebo and Laminaatplaza.
- A product that is not unique; there are multiple providers offering nearly identical products, making it very difficult to differentiate.

All of this means that the barrier to entry is considerably high, even for SEO.

The Organic SERP

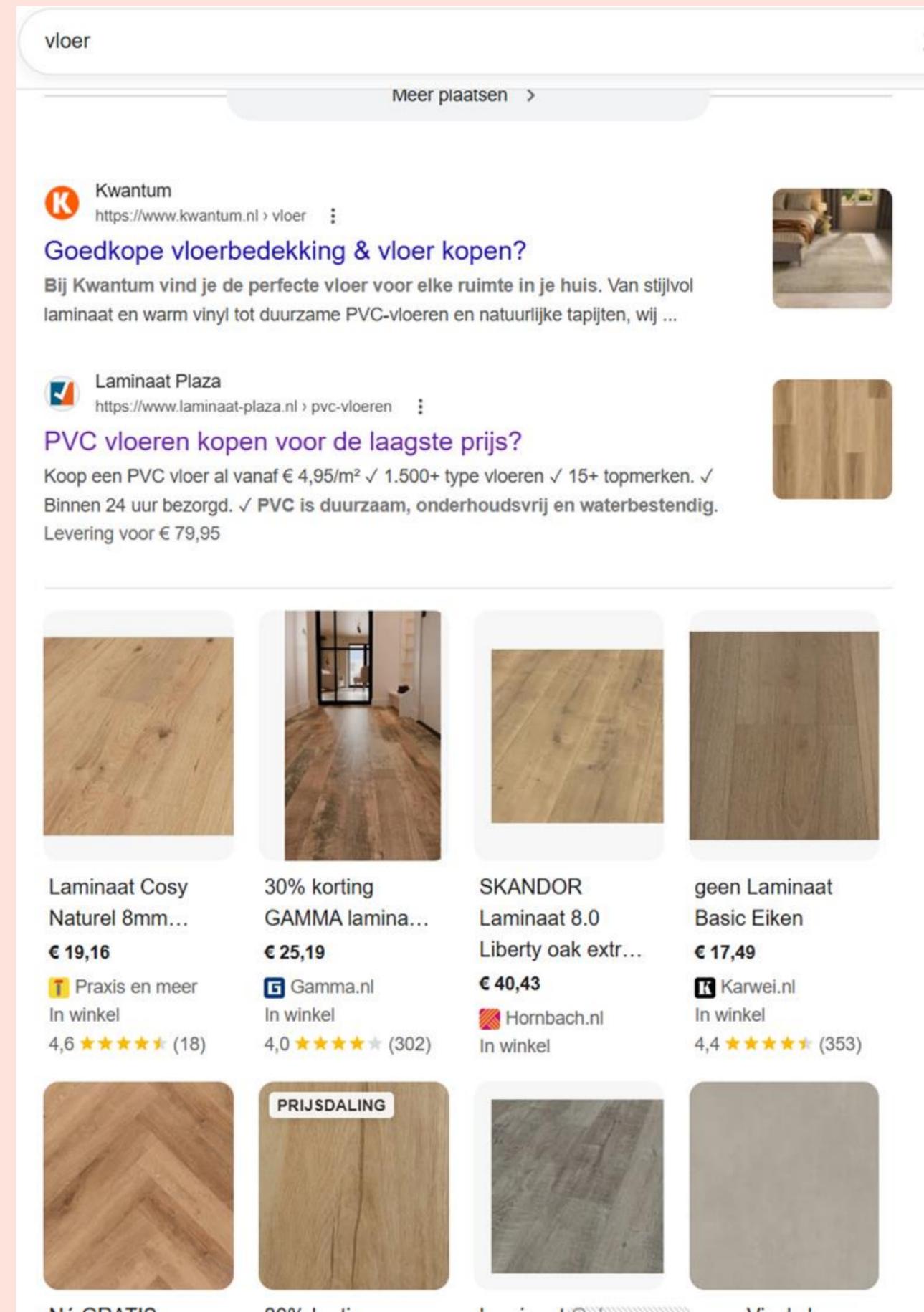
On the right, we see the top 10 results for the term “floor.” We see a combination of large retailers and independent price fighters. In short, a highly competitive market at every level.

Deselect all

- <https://www.karwei.nl/assortiment/k/vloeren> ▼
- <https://www.laminaat-plaza.nl/pvc-vloeren> ▼
- <https://www.roobol.com/vloeren/> ▼
- <https://www.lab21.nl/houten-vloeren/> ▼
- <https://escovloeren.nl/winkel/houten-vloeren/> ▼
- <https://www.kwantum.nl/vloer> ▼
- <https://www.quick-step.nl/> ▼
- <https://stilefloors.nl/pvc-vloeren/> ▼
- <https://www.vloerenmarkt.nl/> ▼
- <https://thuisin.nl/vloeren/> ▼

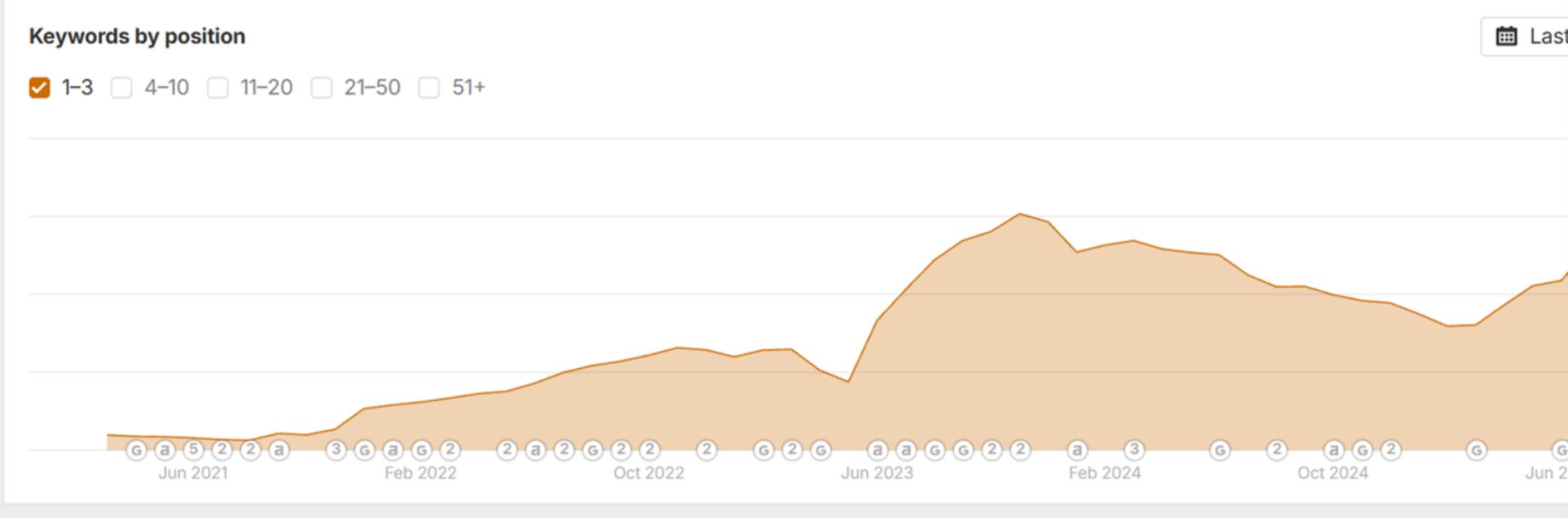
The Organic SERP

From the meta descriptions it is already clear that the focus at the top is strongly on cheap or lowest price, often combined with ordering directly through shopping.



In 2024, Stile Floors was still in a negative organic trend.

If you looked closely, you could see in the Ahrefs trend line that the number of top 3 positions decreased in Q1 and Q2 of 2024. During the same period, SEO performance was below expectations and we saw a year-on-year decline of 20% in the number of organic visitors.





Strategy

How we created growth.

SEO Strategy: Key points

The SEO strategy of Stile Floors is based on several key pillars:

- At the foundation is a strong marketing strategy and positioning. SEO does not exist without an overarching marketing strategy. No tunnel vision on only SEO.
- Strong entity-based SEO, built on a full-funnel approach.
- Applying an e-commerce structure with the goal of lead generation.
- And of course, branding.

Key pillar 1: Overall marketing strategy

From the start, Stile Floors chose a clear **differentiation strategy**. The company does not try to be the cheapest or offer the widest assortment. Because why would Stile Floors copy the biggest players? That would only **remove its unique positioning**.

Instead, Stile Floors positions itself in a higher price segment, with a focus on personal appointments, professional installation service, premium flooring, and community building.

In this way, Stile Floors has built a **strong and recognizable differentiating position**. We translated this strategy into the Google SERP.

Pillar 2: Strong(entity) SEO

We do not approach SEO based on “keywords,” but on entities and the relationships between main and sub-entities.

At its core, our SEO strategy is an extension of the broader marketing strategy. We do not see “floor” or even “PVC floor” as our core entity. Instead, we defined our core entity as **[product] + “including installation**. From this proposition, we structured and mapped all underlying content clusters and topics.

This approach allows us to create a stronger competitive position in the organic SERP.



Strong (entity) SEO content

After defining the core entity and the relevant sub-clusters, we started working on SEO optimization. We added various types of content around the entity “including installation” or adapted existing content accordingly.

In doing so, we did not only focus on standard “blue links,” but also on:

- PAA
- Shopping (in collaboration with SEA)
- LLM visibility
- Images

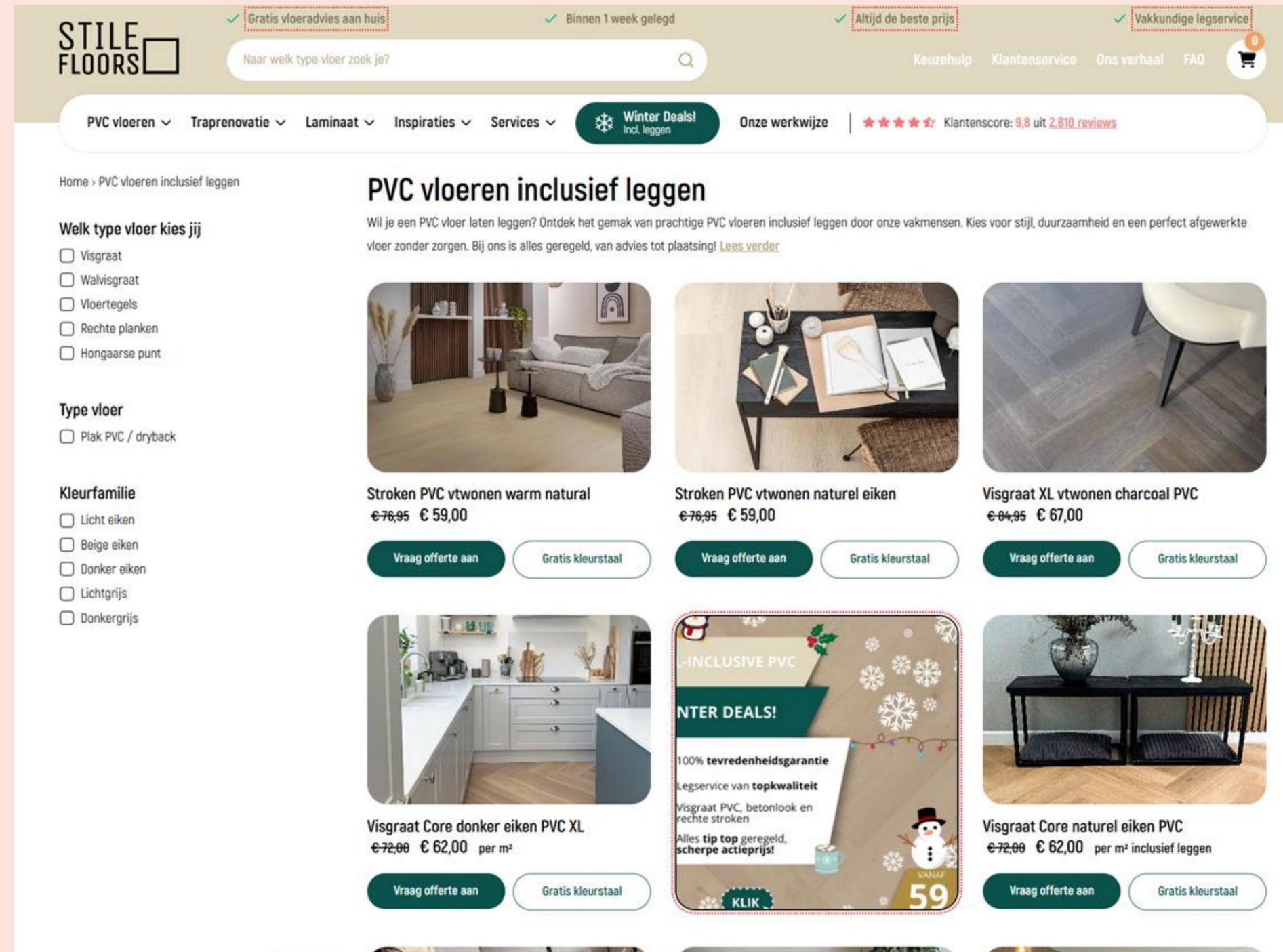
| Toppagina's |
|---|
| https://stilefloors.nl/pvc-vloeren/inclusief-leggen/ |
| https://stilefloors.nl/pvc-visgraat/pvc-visgraat-inclusief-leggen/ |
| https://stilefloors.nl/pvc-vloer-vloerverwarming/ |
| https://stilefloors.nl/hongaarse-punt-julia-greige-eiken-pvc-inclusief-leggen/ |
| https://stilefloors.nl/pvc-visgraat/walvisgraat-pvc/ |
| https://stilefloors.nl/visgraat-pvc-vt-wonen-naturel-eiken-inclusief-leggen/ |
| https://stilefloors.nl/hongaarse-punt/ |
| https://stilefloors.nl/ |
| https://stilefloors.nl/blogs/5-dos-en-donts-voor-de-levensduur-van-je-pvc-vloer/ |
| https://stilefloors.nl/tapijt-trapbekleding/ |

Semantic overlap at every level

We did not only create and optimize categories with this focus. We ensured that every “layer” in the site structure had semantic overlap.

In doing so, we:

- Added unique FAQs
- Wrote and/or rewrote blog content to focus more on this topic
- Optimized PDPs



PDP optimization (with SEA)

We saw that the PDPs for the “including installation” variant were not indexable, had no unique content, and did not include “including installation” in the URL. Therefore, we:

- Added unique content
- Adjusted URLs to include “including installation”
- Set canonicals to self-referencing
- Optimized internal linking
- Optimized the feed for these terms

Home > Producten > PVC visgraat > PVC visgraat vloer inclusief leggen > Visgraat XL Vivian rustiek eiken PVC

Visgraat XL Vivian rustiek eiken PVC

€67 PER M²

Sale

De Vivian visgraat vloer nabootst. Een vloer die hoeft dus geen geluid te maken zonder legservice.

€76,95 € 67

Vraag offerte

Gratis kleurs

Wij komen graag voor adviesafpraak

Kijk hier

Snelle prijs: 1,87 m² per pak

Direct bestel

Andere kleuren uit

Beschrijving

Specificaties

Visgraat XL Vivian rustiek eiken PVC walvisgraat vloer

De Vivian rustiek eiken visgraatvloer heeft een warme houtkleur met een levendige, voelbare houtstructuur. De lichte kleurschakeringen en nerven geven deze vloer karakter, zonder dat het onrustig wordt. En met deze all-in

Entity SEO goes beyond just “website SEO”

SEO no longer takes place only on the website. Social media channels, review platforms, user-generated content, and online word of mouth have played a major role in SEO growth. Over the years, Stile Floors has strongly focused on:

- Consistency in content and strategy across social channels and the website
- Generating as many customer reviews as possible across different platforms
- High quality social campaigns

The screenshot displays five Google reviews for Stile Floors, all with a 5/5 star rating. Each review includes the reviewer's name, profile picture, the text of the review, and a 'Meer' link to expand the text. The reviews are as follows:

- Maarten Taal** (Review van Google): 5/5 · Bewerkt: 4 uur geleden **NIEUW**. "Wat is er nou mooier om na de oplevering van je gerenoveerde appartement jezelf te verwennen met een mooie PVC-vloer? Daarom was het besluit snel gemaakt om een...[Meer](#)"
- Mar sch** (Review van Google): 5/5 · 16 uur geleden **NIEUW**. "Heerlijk dat ze zo mee denken met mij als klant. Komen met goede adviezen en denken mee in wat ik belangrijk vindt...[Meer](#)"
- Thijs Vermeulen** (Review van Google): 5/5 · 21 uur geleden **NIEUW**. (Text is partially obscured)
- diana foks** (Review van Google): 5/5 · Bewerkt: 22 uur geleden. "Wat een geweldige vloer. Top bedrijf want ze nemen alle tijd voor je en Bas komt gerust een 2e keer langs want ik wilde het zeker weten. De vloer is nog mooier...[Meer](#)"
- Trustpilot-reviews: ervaar de impact van reviews-reviewer** (Review van Trustpilot-reviews: ervaar de impact van reviews): 5/5 · een dag geleden **NIEUW**. "Super blij met mijn nieuwe PVC vloer! Het resultaat is echt prachtig geworden en het ligt er strak en netjes in. Er is heel zorgvuldig gewerkt en alles is[Meer](#)"
- Samira Azahaf** (Review van Google): 5/5 · een dag geleden **NIEUW**. "Super blij met mijn nieuwe PVC vloer! Het resultaat is echt prachtig geworden en het ligt er strak en netjes in. Er is heel zorgvuldig gewerkt en alles is...[Meer](#)"

Key pillar 3: E-commerce structure & lead generation

The online flooring market is dominated by e-commerce players focused on direct purchases. This is also reflected in the (organic) SERP, which favors e-commerce sites with a clear PDP structure.

Stile Floors therefore operates with a hybrid model: WooCommerce as the foundation, but direct purchase is not the primary conversion. In this way, we compete from our positioning within a SERP that favors e-commerce.

Home > PVC vloeren > PVC visgraat > vtwonen warm natural PVC Visgraat XL

vtwonen warm natural PVC Visgraat XL

MEEST GEKOZEN

De vtwonen warm natural PVC Visgraat XL is een visgraatvloer die perfect aansluit bij de nieuwste woontrends. Ideale basis vormt voor een natuurgetrouwe uitstraling. De extra brede en lange planken zorgen voor een echte eyecatcher in jouw ruimte!

Wil je deze vloer laten leggen? [Ontdek hier deze vloer inclusief onze professionele legservice.](#)

€44,95 **€ 37,50** per m²

Vraag offerte aan >

Gratis kleurstaal +

Wij komen graag over de vloer met onze grote voorbeelden! Maak een vrijblijvende adviesafpraak met één van onze vloerspecialisten en wij komen GRATIS naar jou toe.

Klik hier voor gratis advies aan huis >

Snelle prijsindicatie?
1,87 m² per pak

Direct bestellen >

Andere kleuren uit deze serie

Waarom Stile Floors

- ✔ Uitsluitend **A-merk** kwaliteitsvloeren
- ✔ **Gratis advies aan huis**, lekker makkelijk
- ✔ Direct **de beste prijs**, verzekerd van een prachtig eindresultaat
- ✔ We zijn duidelijk, persoonlijk betrokken en **oplossingsgericht**
- ✔ Klanten beoordelen ons met een **9+**

Wist je dat Stile Floors

- ✔ Je **vloerverwarming** organiseert
- ✔ De huidige vloer kan **verwijderen**
- ✔ Jouw vloer **binnen 1 week** realiseert
- ✔ Een vloer uitbreiden kan ook! **Lees hier meer**

Beschrijving | Specificaties

Walvisgraat vloer vtwonen warm natural PVC Visgraat XL

Zoek je een unieke [visgraat vloer](#)? Dan is de vtwonen warm natural PVC Visgraat XL iets voor jou! Deze vloer combineert een natuurlijke uitstraling met de nieuwste woontrends, perfect voor wie op zoek is naar iets bijzonders.

Een vloer die warmte uitstraalt

De warme houttint van deze [walvisgraat vloer](#) brengt direct gezelligheid in huis. Of je nu houdt van een strak, modern interieur of een meer landelijke sfeer, deze vloer past overal bij. Dankzij de warme natuurlijke tint oogt je ruimte groot en ruimtelijk, maar toch knus - ideaal voor elke kamer!

Een speels patroon met een vleugje klasse

Het XL-visgraatpatroon tilt jouw interieur naar een hoger niveau. De extra brede en lange planken maken de vloer luchtig en speels, terwijl het klassieke visgraatpatroon zorgt voor een chique touch. De perfecte combi als je een vloer zoekt die écht in het oog springt!

Key pillar 4: Branding

Branding is one of the most important drivers behind the success of Stile Floors. The brand has built strong brand equity by focusing on:

- User-generated content: home showcases and social posts from customers
- Influencers and micro-influencers for additional exposure and trust
- Strong social campaigns, aligned with Social and SEA for maximum impact
- Consistently delivering top-quality work — the best branding is an excellent customer experience





The future

Our vision on the coming years

How will we adapt our strategy for the future?

In 2026, we will build an organic growth strategy where social, SEO, and LLM visibility converge. Our focus is to answer audience demand on every relevant platform, in the right format, at the right moment.

- Create one integrated organic strategy across search, social, and AI-driven discovery
- Build content that matches real user intent across the full customer journey.
- Increase visibility not only in Google, but also in social platforms and LLM-generated answers.
- Adapt content formats per platform: short-form, visual, editorial, and structured expert content.
- Strengthen brand authority by consistently providing the best answer to the query.
- Measure success through reach, engagement, organic traffic, assisted conversions, and AI visibility.

Elke dag beter
slimmer
vaardiger

TrafficToday