



# The secrets of successfully in-housing SEA

Jeroen Maaijen



# About me



**Jeroen Maaijen**

Manager Search Advertising (SEA) team TUI Benelux

## Experience



**TUI**

9 yrs

- **Manager Search Advertising (SEA) team TUI Benelux**

Apr 2016 – Present · 3 yrs 11 mos

Rijswijk

Manager of our Search Engine Advertising (SEA) team in the Benelux for our brands TUI.nl, Kras.nl, TUI.be and TUIfly.be (6 FTE + interns).

- **Interim Manager Paid Search TUI UK and Ireland**

Jan 2019 – Jun 2019 · 6 mos

Luton, United Kingdom

- **Online Marketeer**

2011 – Apr 2016 · 5 yrs

Rijswijk

Responsible for the SEA and Affiliate Marketing for TUI.nl (formerly Arke.nl). From February 2016: (also) responsible for the SEA for TUI.be and TUIfly.be (formerly Jetair.be, Sunjets.be and Jetairfly.com).



# TUI



# About TUI

- World's leading tourism group
  - Strong tour operators within every source market
  - Leading online portals
  - 1,600 travel agencies, 150 aircraft, 380 hotels, 18 cruise liners
  - 27 million customers
  - Headcount of around 70,000
  - Recorded turnover of €18.5bn and an operating result of €1.177bn
  - Listed on the stock exchanges of Frankfurt and London
- Digital Transformation
- Digital Marketing
  - 18 FTE (including interns)
  - Huge budgets and responsibility



# The team

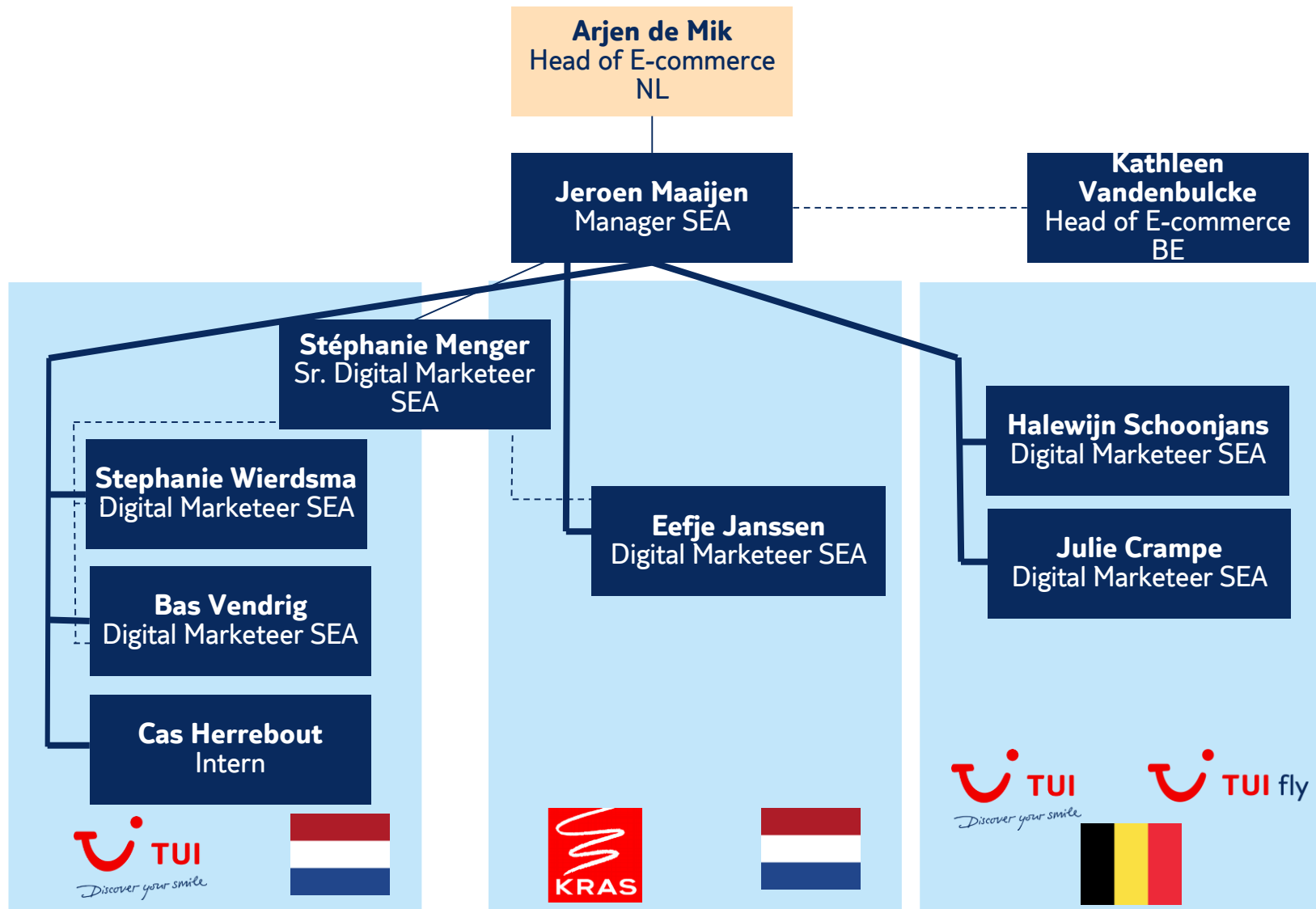


# The team

- Based in Rijswijk (NL) and Ostend (BE)
- Various levels of experience
- Profiles (Insights)
- Interns



# The team



# Technical setup





# Technical setup



# Technical setup

```
<item>
  <acco_shortcode>TIME TO SMILE Chogogo</acco_shortcode>
  <accotitle_algemeen></accotitle_algemeen>
  <accotitle_dubbel></accotitle_dubbel>
  <accotype>Appartement</accotype>
  <accourl_dubbel></accourl_dubbel>
  <area>Curacao</area>
  <area2></area2>
  <area2_zondertekens></area2_zondertekens>
  <area3></area3>
  <area3_zondertekens></area3_zondertekens>
  <area4></area4>
  <area4_zondertekens></area4_zondertekens>
  <area_zondertekens>Curacao</area_zondertekens>
  <beoordeling_aantal>2081</beoordeling_aantal>
  <beoordeling_score>8.9</beoordeling_score>
  <city>Jan Thiel Baal</city>
  <city_different></city_different>
  <city_url>https://www.tui.nl/verre-reizen/curacao/curacao/jan-thiel-baal/resultaten</city_url>
  <city_zondertekens>Jan Thiel Baal</city_zondertekens>
  <country>Curacao</country>
  <country_url>https://www.tui.nl/verre-reizen/curacao/resultaten</country_url>
  <country_zondertekens>Curacao</country_zondertekens>
  <description>Dankzij het vriendelijke personeel en de gezellige sfeer voel je je direct thuis bij TIME TO SMILE
  je verkleende 'Awa di Lamunchi'. Ondertussen maar eens beslissen bij welk restaurant je je slippers in het zand zet
  er bij het eigen restaurant van Chogogo. Optioneel een auto huren of een duikpakket boeken tijdens het verblijf
  <diff_label>TIME TO SMILE</diff_label>
  <duration>9</duration>
  <garantie></garantie>
  <gen_prijs>1098</gen_prijs>
  <hotel_in_title></hotel_in_title>
  <id>80568</id>
  <latitude>12.078052777777</latitude>
  <link>https://www.tui.nl/time-to-smile-chogogo-dive-en-beach-resort-50980568/?channable=e50896.0041Nj6
```



channable



Search Ads 360



Google Ads



Microsoft Advertising



# Way of working



# Way of working

- Consistency
- Procedures
- Backup-system



The screenshot shows a spreadsheet application window titled 'TUI NL | Procedures'. The window has a menu bar with 'Bestand', 'Bewerken', 'Weergeven', and 'Inv'. Below the menu bar is a toolbar with icons for undo, redo, print, and a zoom dropdown set to 100%. The spreadsheet itself has a single column labeled 'A' and 33 rows. Row 1 is the header 'Onderwerp'. Rows 2 through 33 contain a numbered list of procedure titles, each with a blue hyperlink. The titles are: 1. Daily Target Update, 1.1. Data Studio - Daily Target Update, 2. Cross check SEO - SEA, 3. SEA dump (1e van de maand), 4. Nieuw aanbod, 5. Nieuwe stagiairs, 6. GDPR - Customer Match, 7. Import Bing, 8. RLSA, 9. Acco naar PDU tagging BE, 10. Auction insights, 11. Structuur uitsluitingen, 12. Klantenvertellen, 13. SA 360 rules, 14. Stad v/d Maand, 15. DSA, 16. Kostenverdeling per PDU, 16.1. Kostenverdeling per PDU - Maandelijks, 17. Creëren SA 360 rules, 18. Acco - uitzonderingen, 19. Acco - uitbreiding, 20. SEA-inzet campagnes, 21. Uitsluitingslijst - actieve bestemmingen, 22. Online Marketing Reports, 23. CO input, 24. Monthly SEA, 25. Updaten PDU en Airportcodes, 26. Landen rapportage, 27. Bid layers script, 28. SEA Afspraken, 29. Automatische uitsluitlijsten script, and 30. Tagging instellingen in Google en Bing.

	A
1	<b>Onderwerp</b>
2	<a href="#">1. Daily Target Update</a>
3	<a href="#">1.1. Data Studio - Daily Target Update</a>
4	<a href="#">2. Cross check SEO - SEA</a>
5	<a href="#">3. SEA dump (1e van de maand)</a>
6	<a href="#">4. Nieuw aanbod</a>
7	<a href="#">5. Nieuwe stagiairs</a>
8	<a href="#">6. GDPR - Customer Match</a>
9	<a href="#">7. Import Bing</a>
10	<a href="#">8. RLSA</a>
11	<a href="#">9. Acco naar PDU tagging BE</a>
12	<a href="#">10. Auction insights</a>
13	<a href="#">11. Structuur uitsluitingen</a>
14	<a href="#">12. Klantenvertellen</a>
15	<a href="#">13. SA 360 rules</a>
16	<a href="#">14. Stad v/d Maand</a>
17	<a href="#">15. DSA</a>
18	<a href="#">16. Kostenverdeling per PDU</a>
19	<a href="#">16.1. Kostenverdeling per PDU - Maandelijks</a>
20	<a href="#">17. Creëren SA 360 rules</a>
21	<a href="#">18. Acco - uitzonderingen</a>
22	<a href="#">19. Acco - uitbreiding</a>
23	<a href="#">20. SEA-inzet campagnes</a>
24	<a href="#">21. Uitsluitingslijst - actieve bestemmingen</a>
25	<a href="#">22. Online Marketing Reports</a>
26	<a href="#">23. CO input</a>
27	<a href="#">24. Monthly SEA</a>
28	<a href="#">25. Updaten PDU en Airportcodes</a>
29	<a href="#">26. Landen rapportage</a>
30	<a href="#">27. Bid layers script</a>
31	<a href="#">28. SEA Afspraken</a>
32	<a href="#">29. Automatische uitsluitlijsten script</a>
33	<a href="#">30. Tagging instellingen in Google en Bing</a>



# Way of working

- Audits
- Sharing
- Automation
- Scale
- Challenge and responsibility (ownership)

Beoordeling	SA 360	Niveau	Check
Goed	Vertoningsaandeel	Campagne	Wat is het vertoningsaandeel? Welke campagnes springen er in negatieve zin uit?
Goed	Budget	Campagne	Is er sprake van budget beperkingen? ( > 90% )
Goed	Quality score analysis	Campagne	Hoe gezond is het account op basis van Quality Score? Is er ruimte ter verbetering, zo ja, waar?
Goed	404's, 301 en 302 redirects	Advertentie	Zijn er bestemmingspagina's die een 404, 301 of 302 teruggeven? (plak alle URL's in Excel en check via SEO tool f =HttpStatus(ctl;) en controleer de statuscode's die hieruit komen)
Goed	IVM settings (rule draaien)	IVM	Staat de IVM status op enabled?
Goed	Errors IVM	IVM	Zijn er errors in het IVM plan (error report)? Zo ja, zijn er errors die nog opgelost dienen te worden?
Goed	Sync errors	IVM	Op alle niveaus kijken of er errors zijn (campaign, adgroup, ad, keyword).
Beoordeling	Interface	Niveau	Check
Goed	GA metrics	Account	Zijn de GA metrics beschikbaar in de Google Ads interface (site metrics worden geïmporteerd)?
Goed	Smartbidding	Account	Wat valt op als je kijkt naar de ingestelde targets vs. de actuals in de biedstrategieën over de afgelopen 30 dagen?
Goed	Smartbidding	Account	Zijn de conversies die worden gebruikt volgens het juiste attributiemodel ingesteld (Data-driven)?
Goed	Creatives	Advertentiegroep	Zijn er minimaal 3 actieve advertenties en 1 RSA per advertentiegroep?
Goed	RSA score	Advertentie	Scoren we over het algemeen Good of Excellent? (80% +)
Goed	Testen	Campagne	<u>Staan er ad variations of landingspagina testen live? Zijn deze ook in het test document vermeld?</u>
Goed	IP uitsluitingen	Campagne	Zijn alle interne IP's uitgesloten?
Goed	DSA	Ad group	Worden er DSA ad groups gebruikt? Zit daar een duidelijke structuur in?
Goed	DSA	Ad group	Worden er irrelevante pagina's getoond (zoals FAQ, andere PDU's, contactpagina's)? Of matchen we op irrelevanten?
Goed	DSA	Zoekwoord	Wordt de reguliere inzet uitgesloten bij de DSA campagnes d.m.v. het DSA negatives script?



# Cooperation



# Cooperation

- Audits
- Team afternoons
- Thirsty Thursdays
- Projectgroups for specific subjects



# External knowledge and resources





# External knowledge and resources

- Cooperation with other TUI source markets
- Google / Microsoft
  - Great partnerships with Google and Microsoft Advertising
  - Google (annual Total TUI Day at Google EMEA HQ in Dublin)
- Roundtables
- Freelance consultants
- Reprise
- Events
- Our network



# Take aways and challenges



# Take aways and challenges

- It is not cheaper than outsourcing!
- Not suitable for every company
- Keeping the knowledge level high is your main challenge
- Be aware of tunnelvision
- Stakeholder management vs. account performance
- Stimulate innovation, optimisation and continuous growth



# Take aways and challenges

## Upsides

- Focus
- Same goal
- Growth
- Quality (increased ROI)

## Downsides

- Resource
- Risk



# Questions?



# Questions?

