Conversies meten bij formulier-aanmeldingen (Google Ads en Facebook)

Formulieren (Fluentforms) · https://autorespond.nl/docs/conversies-meten-bij-formulier-aanmeldingen-google-ads-en-facebook/

Als je adverteert via Google Ads of Facebook (Meta), dan wil je weten welke campagnes daadwerkelijk aanmeldingen opleveren: een nieuwsbrief-inschrijving, een gratis e-book of download, of een aanmelding voor een workshop. Bij formulieren meet je zo'n conversie op de bedanktpagina waar de bezoeker na het verzenden terechtkomt. In dit artikel lees je hoe je dat instelt.

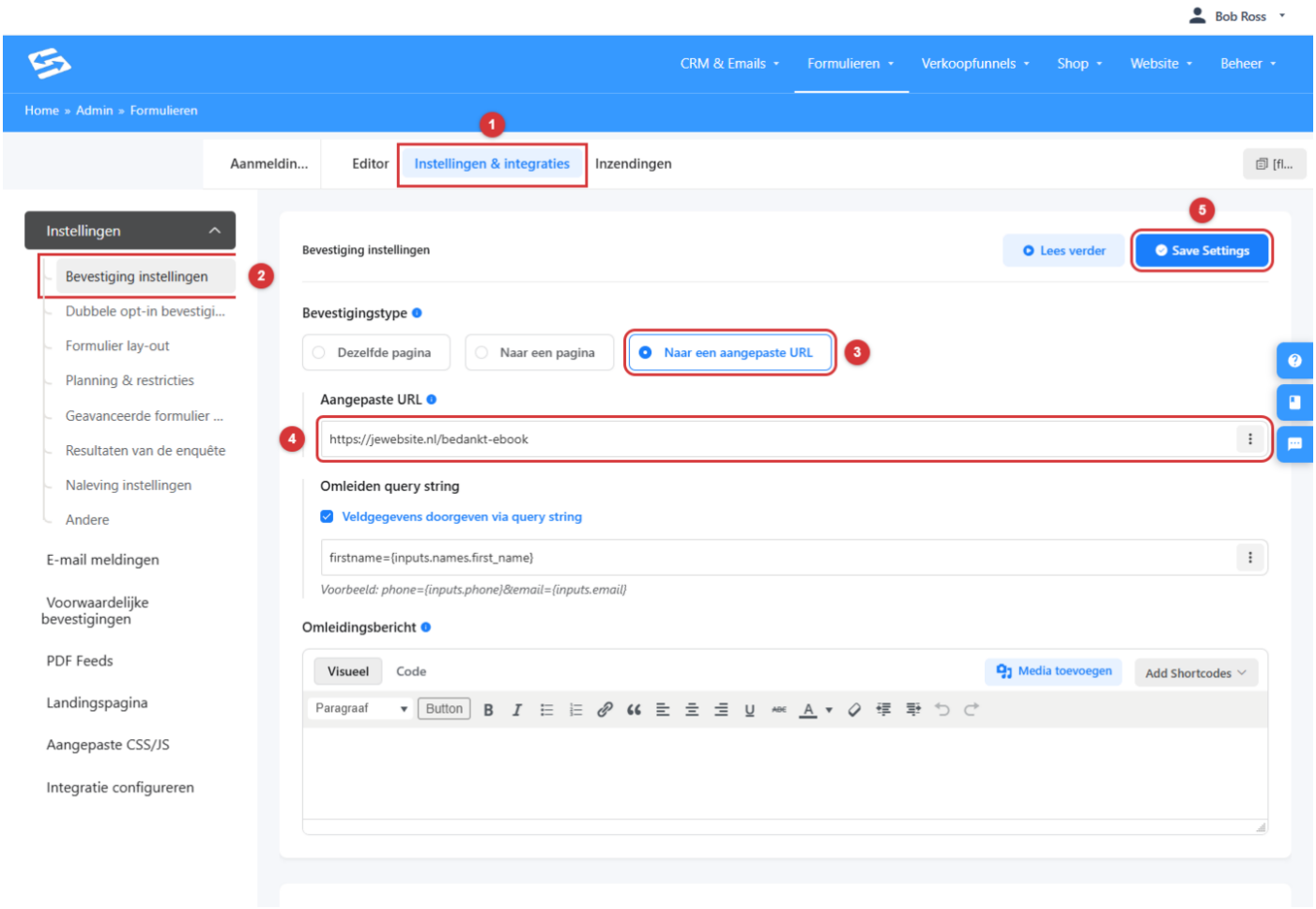
Gaat het om aankopen via je verkoopfunnels of shop? Die conversies stel je op een andere plek in, zie Conversies meten met Google Ads, Analytics en Facebook pixel.

*Formulieren in Autorespond zijn gebaseerd op **Fluent Forms** – inbegrepen in je pakket. Lees de Engelse documentatie*

Zo werkt de meting bij formulieren

Het principe is simpel: iemand vult je formulier in, komt op een bedanktpagina terecht, en op die bedanktpagina staat je meetcode (bijvoorbeeld via Google Tag Manager of een Google-tag). Elk bezoek aan de bedanktpagina telt dan als conversie. Je stuurt het formulier daarvoor door naar een bedanktpagina op je eigen website, waar je meetcode al staat.

Het formulier doorsturen naar je bedanktpagina



1. Ga naar **Formulieren**, open het formulier en klik bovenaan op **Instellingen & integraties**.
2. Klik in de linkerkolom op **Bevestiging instellingen**.
3. Zet het **Bevestigingstype** op **Naar een aangepaste URL**.
4. Vul bij **Aangepaste URL** de volledige URL van je bedanktpagina in, bijvoorbeeld https://jewebsite.nl/bedankt-ebook.
5. Klik op **Save Settings**.

Op dit scherm zie je nog twee handige opties. Met **Omleiden query string** geef je veldgegevens mee in de URL van de bedanktpagina, bijvoorbeeld de voornaam om de bezoeker persoonlijk te begroeten. En met het **Omleidingsbericht** stel je de tekst in die kort getoond wordt terwijl de bezoeker wordt doorgestuurd. Wil je per situatie een andere bedanktpagina tonen (bijvoorbeeld afhankelijk van een antwoord in het formulier), kijk dan bij **Voorwaardelijke bevestigingen** in de linkerkolom.

Werkt dit ook als het formulier in een iframe op je website staat?

Ja. Staat je formulier via de embedcode (een iframe) op je eigen website, dan opent de ingestelde bedanktpagina na het verzenden als volledige pagina, dus niet binnen het iframe. We hebben het systeem daar bewust op aangepast. De meetcode op je bedanktpagina werkt daardoor precies zoals bij een gewoon paginabezoek. Hoe je een formulier op je website plaatst lees je in Formulieren plaatsen op een externe website.

De conversie instellen in Google Ads

Omdat je bedanktpagina op je eigen website staat, stel je de conversie in zoals bij elke andere pagina van je site: maak in Google Ads een conversieactie aan en laat die meten via de Google-tag of Google Tag Manager op je website, bijvoorbeeld met een trigger op het bezoeken van de bedanktpagina. Google legt dit uit in Conversies bijhouden voor je website instellen. Voor Facebook (Meta) werkt het hetzelfde met een pixel-event op de bedanktpagina.

Formulieren op pagina’s binnen je platform

Staat je formulier niet op een externe website maar op een pagina van je Autorespond-platform zelf? Dan kun je je meetcode of Google Tag Manager sitewide op het platform laden via de SEO-instellingen, zie Google Tag Manager en tracking scripts koppelen via SEO-instellingen. Je kunt dan ook op de bedanktpagina-methode uit dit artikel meten, of geavanceerder per formulier-inzending via Google Tag Manager. Dat laatste beschrijft Fluent Forms in de Engelse handleiding Fluent Forms event tracking with GA4 via Google Tag Manager. Die event-methode werkt alleen als het formulier en Google Tag Manager op dezelfde pagina geladen zijn; voor formulieren die via een iframe op een externe website staan is hij dus niet geschikt.

Controleren of de meting werkt

1. Vul zelf het formulier in en controleer dat je op de juiste bedanktpagina uitkomt, als volledige pagina.
2. Controleer met Google Tag Assistant welke tags er op de bedanktpagina afgaan.
3. In Google Ads verschijnen conversies vaak pas na enkele uren tot een dag. Geen paniek dus als je niet meteen iets ziet.

Veelgestelde vragen

Werkt dit ook voor downloads, zoals een gratis e-book?

Ja. Loopt je download via een formulier (invullen, daarna de download of een e-mail met de link), dan meet je de conversie op dezelfde manier: stuur het formulier door naar een bedanktpagina met je meetcode.

Ik zie sinds kort geen aanmeldingen én geen conversies meer. Waar begin ik?

Controleer eerst of het formulier op je website nog werkt en aanmeldingen oplevert (kijk bij Inzendingen van het formulier). Geen inzendingen betekent ook geen conversies; vaak staat er dan nog een oud of verwijderd formulier op de pagina. Komen er wél inzendingen binnen maar geen conversies, kijk dan naar de bevestigings-URL van het formulier en de meetcode op de bedanktpagina.

Kan ik ook meten zonder eigen bedanktpagina?

Bij het bevestigingstype Dezelfde pagina blijft de bezoeker op de pagina met het formulier en is er geen bedanktpagina-bezoek om op te meten. Gebruik dan de event-methode via Google Tag Manager (zie hierboven), of kies alsnog voor een bedanktpagina.

Gerelateerde artikelen

- Conversies meten met Google Ads, Analytics en Facebook pixel
- Formulieren plaatsen op een externe website
- Google Tag Manager en tracking scripts koppelen via SEO-instellingen
- Handleiding: cookie banner inrichten met Google Tag Manager (GTM)

Met Autorespond heb je formulieren, e-mailmarketing én conversiemeting in één systeem, zonder losse koppelingen.

Ontdek Autorespond →