

“Meeste consumenten kijken niet verder dan de eerste drie pagina’s van de zoekresultaten”

EDWIN KEMERS, DIRECTEUR FINANCIEEL DOSSIER

Samenwerken in Google-marketing



“Wil je als intermediair met succes op internet opereren, dan moet je traffic naar de je website weten te genereren. Alleen lukt je dat niet. Tenzij je bereid bent fors te investeren, zul je moeten samenwerken.”

Dat zegt Edwin Kemers, directeur-eigenaar van Financieel Dossier uit Arnhem. Financieel Dossier breidt zijn dienstverlening momenteel uit met een aantal internetportals, die traffic beogen te genereren ten behoeve van het deelnemende intermediair. Volgens Kemers hebben zich inmiddels bijna honderd kantoren gemeld als deelnemer. De deelnemende tussenpersonen krijgen ieder op basis van exclusiviteit een regio toebedeeld. Regionaal denken is volgens Kemers een van de manieren om nog relatief goedkoop hoog te scoren in de zoekmachine Google. Kemers: “Google wil dat elk bedrijf de kans heeft om op internet mee te draaien. Google bereikt dit door te regionaliseren. Dat maakt het voor ons mogelijk om ervoor te zorgen dat het betreffende kantoor bovenaan eindigt bij consu-

menten die zoeken in zijn regio.” Hoog eindigen in Google is essentieel, weet Kemers. “Onderzoek laat zien dat meer dan 90 procent van de consumenten niet verder kijkt dan de eerste drie pagina’s van de zoekresultaten.” Om als individueel kantoor zo hoog te scoren, is een kostbare aangelegenheid. Volgens Kemers moet je al snel denken aan 10.000 euro per jaar. “Anders word je compleet weggedrukt en verdient de investering zich niet terug.” Met een reeks portals wil Financieel Dossier een betaalbaar alternatief bieden. De portals die momenteel worden gebouwd, zijn Overlijdensrisico-Vergelijken.nl, Uitvaartverzekeringen-Vergelijken.nl, Hypotheektarieven-Vergelijken.nl, Mijn-Financiële diensten.nl en Mijn-Makelaarsdiensten.nl. Voor het najaar

staan op het programma Verzekeringspremie-Vergelijken.nl, Hypotheekvoorwaarden-Vergelijken.nl, Hypotheeksparen-Vergelijken.nl, Pensioensparen-Vergelijken.nl en Banksparen-Vergelijken.nl. Kemers constateert vooral veel belangstelling voor de portal waar de klant informatie vindt over overlijdensrisico- en uitvaartverzekeringen en producten kan vergelijken en online afsluiten bij de deelnemer in zijn regio. Het zou hem echter verwonderen als de belangstelling voor andere portals achterblijft. Kemers: “Als intermediair kun je niet om het onlangs geïntroduceerde banksparen heen. Er zal een oversluitmarkt ontstaan; mensen gaan hun dure gemengde verzekering vervuilen voor een goedkoop bankspaarproduct en losse overlijdensrisicopolis. Als jij als intermediair deze

producten ook biedt, kun je zorgen dat je klant bij je blijft.” Opvallend in het rijtje portals is de site die hypotheek vergelijkt op voorwaarden. Op internet is de consument immers toch vaak op zoek juist naar prijsvergelijkingen. Volgens Kemers groeit echter het aantal consumenten dat behalve een scherpe prijs ook kwaliteit wil. Financieel Dossier werkt bij alle vergelijkingen met de rekenboxen van verzekeraars en andere aanbieders. Kemers verwacht dat deelnemers zich zullen aansluiten bij gemiddeld drie portals. De kosten bedragen 100 euro per portal per maand. Financieel Dossier kwam eerder op de markt met een nog altijd bestaand volledig internetgebaseerd concept informeren van de klant (via de kantoor-site), adviseren, administreren en documenteren. ■