



Zorgseizoen 2016

Tips & Tricks voor de ideale zorg affiliate campagne

Wat zijn de opvallendste trends en ontwikkelingen het afgelopen zorgseizoen geweest? En kunnen hier voorspellingen voor 2017 uit gewonnen worden? Met een terugblik op 2016 en een Top 10 tips & tricks helpt zanox je goed voorbereid te zijn op het aankomende zorgseizoen.

Het marktleiderschap en het bijbehorende portfolio binnen het zorgsegment stelt zanox in staat unieke inzichten te verkrijgen in de trends en ontwikkelingen binnen dit segment. Met een exclusief portfolio van 21 zorg adverteerders is het marktaandeel van de adverteerders bij zanox ruim 70% van alle verzekerden in Nederland. Daarom presenteren wij ook met trots onze [zanox Zorgverzekeringen Barometer 2016](#) waarin we de meest opvallende data voor een ieder geïnteresseerde gebundeld hebben.

In dit mini-report lichten we de meest opvallende conclusies uit en werpen we alvast een blik op het komende zorgseizoen met de zanox Top 10 tips & tricks voor een zorg affiliate campagne.

Desktop blijft favoriet device tijdens zorg

Als we kijken naar een aantal keyfacts over overstappers, blijkt uit onze data dat overstappers via een traditionele manier overgaan tot een conversie. Waarbij we normaliter ruim 25% van de sales zien converteren via mobiel en/of tablet blijkt dat niet het geval te zijn bij het overstappen naar een zorgverzekering. Zo converteert slechts een kleine 20% van de overstappers via mobiel en tablet, tegenover 80% op desktop. Het percentage dat een zorgverzekering via mobiel afsluit is wel een stijging ten opzichte van vorig zorgseizoen, desalniettemin blijft het een zeer opvallende afwijking in vergelijking met een reguliere sale periode. Het lijkt erop dat de complexiteit van het afsluiten van een (zorg)verzekering de voornaamste motivatie is voor de consument om de desktop te gebruiken in plaats van de mobiel. Dit kan uiteenlopende redenen hebben; zo wordt de mobiel of tablet bij financiële zaken wellicht nog niet als volledig betrouwbaar gezien, of is het simpelweg omdat een desktop beeldscherm (veelal) overzichtelijker is.

Wil jij hier als adverteerder beter op inspelen? Ga naar tip 1.

Traditioneel piekmoment na bekendmaking premies

Wanneer we vervolgens kijken naar de 'customer journey' - van oriëntatiefase tot afsluitfase - kunnen we een significant verschil observeren tussen de vroege en late beslissers. Bij het uitbrengen van de premies zien we door de jaren heen de trend ontstaan dat deze startdatum - 19 november jl. - niet alleen een moment is voor de industrie, maar ook dat consumenten deze datum in de agenda genoteerd hebben. Zoals de zanox Zorgverzekeringen Barometer toont (zie [grafiek 6.1](#)), kenmerkt de eerste piek zich dan ook door een kort oriëntatieproces waarna al snel tot afsluiten wordt besloten. Een opmerkelijk verschijnsel is, dat naarmate het zorgseizoen voortzet de consument langer de tijd neemt om zich te oriënteren om vervolgens de knoop door te hakken.

Wetende dat het aantal late overstappers in de laatste 5 dagen van de decembermaand net als voorgaande jaren wederom gestegen is met 2.5% naar ruim 46% van het totaal aantal overstappers, is het voor zorgaanbieders van belang om hier slim op in te spelen en op ingericht te zijn.

Tips 4 en 8 van onze tips & tricks helpen jou als zorgaanbieder hierin op weg.

Zijn zorgvergelijkers de toekomst?

Met een groeiend aantal zorgverzekeraars en mogelijke zorgpakket samenstellingen, is het niet verwonderlijk dat het aantal consumenten dat via een vergelijkingssite een zorgverzekering afsluit elk jaar weer stijgt. Dit is voor ons niet alleen een belangrijke reden om te blijven investeren in samenwerkingen met online vergelijkers, maar ook om hier een actieve rol in te spelen. Door deze specifieke e-commerce tak te ondersteunen en te helpen groeien willen wij graag ons steentje bijdragen.

Wij zijn continu bezig om ons platform verder te ontwikkelen en optimaliseren; dit jaar worden onder o.a cross-device tracking en de mogelijkheid voor het meten & vergoeden van assist sales toegevoegd.

Accountmanager Finance Daniël van de Braak: *“De zorgperiode is een uniek fenomeen in Nederland, een afgebakende periode van slecht 6 weken waar voor de zorgverzekeraars & finance publishers veel van afhangt. Het analyseren van alle data, het spotten van de trends en hier vlot op in kunnen spelen is cruciaal. We kijken dan ook heel erg uit naar de nieuwe tools om onze klanten dit jaar nog beter advies te kunnen geven!”*

De zanox Top 10 tips & tricks

Om alvast vooruit te kijken op het aankomende zorgseizoen 2017 – een goede voorbereiding is immers ‘key’ – hebben we op basis van onze data en de trends en ontwikkelingen van 2016 de zanox Top 10 tips & tricks samengesteld. Met deze tips & tricks richt je een optimale zorgcampagne in!

Tip 1 Pas je boodschap aan naar fase waarin consument zich bevindt

Zorg ervoor dat je als adverteerder met de juiste boodschap aanwezig bent op het juist moment en op het juiste device. Bij een publisher met een sterke ‘mobile presence’ is het zaak om naast een goede prijs, de consument te inspireren met de USP van de verzekering om zo brand awareness te creëren. Daarnaast is het zorg om een eenduidige & heldere Call-To-Action te tonen op desktop, tezamen met een gemakkelijk aanvraagformulier voor een optimale customer journey.

Tip 2 Toon het juiste aanbod bij vergelijkers

Vergelijkers blijven cruciaal voor het realiseren van online sales. Zorg ervoor dat de juiste premiedata volledig en op tijd beschikbaar is voor vergelijkers via Zorgweb. Zo hebben vergelijkers voldoende tijd om hun vergelijker goed en correct in te richten en het juiste aanbod te tonen aan de consument.

Tip 3 Online experience op alle devices, voor zowel consumenten als publishers

Voor een optimale experience voor de consument weten we allemaal dat het noodzakelijk is om zorg te dragen voor online experience op alle devices, maar voor een optimaal affiliate programma is dit ook noodzakelijk voor publishers. Als we weten dat 67% van alle transacties over meerdere devices gaan, is dit een cruciaal onderdeel van een goed affiliate programma. Met de nieuwe feature in het zanox platform waarbij we cross-device meten & vergoeden, hebben we de mogelijkheid om publishers te belonen voor alle sales die zij doen.

Tip 4 Bijsturen op basis van doelstellingen en runrate

Accountmanager Finance Patrick Bottenheft zegt hierover: *"Zorgverzekeraars hebben verschillende doelstellingen, waarbij een hoge mate van controle vereist is. Onze historische zanox data stelt ons in staat om snel en nauwkeurig te kunnen inschatten hoeveel polissen de verzekeraar gaat behalen met de affiliate campagne. Door deze inzichten hebben we al onze verzekeraars kunnen helpen om zo dicht bij hun doelstelling als mogelijk te kunnen komen en hebben de publishers zo lang mogelijk de campagnes kunnen promoten."*

Tip 5 Belonen van assist sales

Beloon publishers voor de totale bijdrage aan de sales en niet alleen op basis van de laatste klik.

Tip 6 Verdeel je budget gelijk aan de seasonality

Het zorgseizoen is een op zichzelf staande sales periode en is dan ook onderhevig aan seasonality. De leidraad voor het verdelen van het budget zou dan ook de seasonality moeten zijn. Bijna 50% van de consumenten sluit een verzekering af in de laatste week van december, dit is een aanzienlijke 'piece of the pie' waar optimaal van geprofiteerd kan worden mits er slim op ingespeeld wordt.

Tip 7 Zorg dat je bij het bekendmaken van de premies in de startblokken staat om zo met een vliegende start te beginnen!

Tip 8 Dagelijkse optimalisatie

Anders dan bijvoorbeeld een sale-periode in de fashionretail of een vroegboekseizoen in de travelindustrie, is de zorgperiode een vaste, maar beperkte periode met een duidelijke einddatum. Dagelijkse optimalisatie om zo het maximale uit je campagne te halen tijdens die periode is dan ook cruciaal. Met de Advanced Reporting in het zanox systeem bieden wij de mogelijkheid om data eenvoudig op dag-, week- en jaarniveau te vergelijken om zo de campagne dagelijkse de beste sturing te geven.

Tip 9 Trial en error

Bij testen is het belangrijk om snel te schakelen en de resultaten hiervan te toetsen aan een 'volledige markt benchmark'. Door resultaten te toetsen aan een benchmark van de gehele markt



is het snel duidelijk of het resultaat goed uitpakt of tegenvalt. Dit biedt je vervolgens de mogelijkheid om bijvoorbeeld direct te stoppen, aanpassingen te doen, te optimaliseren enzovoorts.

Tip 10 Start een campagne bij het grootste finance netwerk; zanox. 😊



Over zanox

[zanox](#) is het grootste performance marketing netwerk in Nederland en Europa. Met wereldwijd meer dan 800 medewerkers ondersteunt de zanox Group – bestaande uit zanox, Affiliate Window en eprofessional – bedrijven uit alle industrieën en van verschillende grootten bij de doelgerichte marketing van hun producten en diensten op het internet. Met het ‘performance-based’ businessmodel van zanox betalen adverteerders uitsluitend voor meetbare resultaten van hun online advertising activiteiten. Meer dan 4,300 adverteerders vertrouwen op het wereldwijde publishernetwerk van zanox. De zanox Group heeft haar hoofdkantoor in Berlijn, met voorts vestigingen in Nederland, Duitsland, Engeland, Frankrijk, Spanje, Italië, Zweden, Polen, de VS en Brazilië. Axel Springer SE is voor 52,5% eigenaar van zanox AG, 47,5% van het bedrijf is eigendom van de Zwitserse Swisscom (Switzerland) Ltd.

Dit report is mogelijk gemaakt door zanox Benelux.

Perscontact

Laurens Aalbers

Marketeer zanox Benelux

t: +31 (0)20 555 8925

e: laurens.aalbers@zanox.com