

# Van Cookies naar Vloeibaar Internet

## Nieuwe technologie biedt kansen voor online marketing

**Online gebruikersprofielen worden momenteel vastgelegd met cookies die zich, vaak ongevraagd, op de computer van de gebruiker nestelen. Hiermee kan op een eenvoudige manier informatie over de internetgebruikers bijgehouden worden. Het nadeel is echter dat deze informatie privacygevoelig kan zijn. Hierdoor is het gebruik van Cookies zijn bij velen een doorn in het oog en omstrede.**

Onlangs las ik een zeer interessant artikel in Adformatie over een nieuwe technologie bij het vaststellen van online-profielen van anonieme website bezoekers. “Het internet wordt vloeibaar”, zoals de ontwikkelaars claimen. Hoe werkt dat, en is dat de toekomst voor het identificeren van diegene die achter zijn computer op het WWW rondstruift?

### **Geen cookies meer**

Cookies, of beter magic cookies, zijn kleine bestandjes met informatie die een server naar de browser van de gebruiker stuurt. Met de bedoeling dat deze informatie bij een volgend bezoek aan de website weer naar de server teruggestuurd wordt. De server herkent de gebruiker en kan desgewenst de benodigde informatie zoals gebruikersnaam en wachtwoord presenteren of surf informatie (tracking cookies) verzamelen.

### **Maar vloeibaar internet**

De nieuwste technologie heet Liquid Internet. Deze gaat niet meer met cookies werken maar, zoals het artikel omschreef, met kunstmatige intelligentie, machine learning, gedragsvoorspellende modellen, classificatiealgoritmen, semantiek en clustering.

In Jip- en Janneke-taal: Het systeem onthoudt je interessegebieden en andere profielkenmerken en past bij elk internetbezoek de presentatie op het web daarop aan. Het systeem wordt getraind om het gedrag van de bezoeker te herkennen. Hiermee wordt de bezoeker op zijn beurt weer beter bediend. Kort door de bocht, maar daar komt het wel op neer. De content wordt dus aangepast aan de gebruiker. Content is ‘King’!

## Online-strategie wordt door veel MKB-ondernemers geassocieerd met 'het hebben van een website'.

### De voordelen voor de MKB-ondernemer

Gaaf toch? Ik interesseer mij voor auto's en 'beng'... bij mijn bezoek aan de website van de NS om mijn treinkaartje te kopen krijg ik ongevraagd de nieuwste Audi E-tron voor mijn snufferd, omdat mij dat toevallig ook interesseert. Volgende keer toch maar met de auto, denk ik dan!

Aan liquid internet zijn grote kansen verbonden. Sitebezoek wordt geoptimaliseerd en de conversie van het sitebezoek naar het 'tot actie overgaan' neemt zeker toe. Maar heeft het voor de gemiddelde MKB-ondernemer ook toegevoegde waarde?

Ik weet het wel zeker. Dergelijke innovatieve en geavanceerde ontwikkelingen zijn met name voor de doorsnee MKB-ondernemer zeker bruikbaar omdat zij vaak met hun marketing en verkoop

worstelen! Online-strategie wordt door veel MKB-ondernemers geassocieerd met 'het hebben van een website'. Maar weet de gemiddelde MKB-er wat de mogelijkheden zijn en hoe je optimaal gebruik kunt maken van social media, SEO en affiliate marketing?

Kansen benutten zonder grote investering Marketing Automation biedt veel soelaas voor het MKB zonder te investeren in vaak dure en onproductieve verkopers, met alle problemen die daarbij horen. Velen zijn nog zoekende naar dat ene 'gat in de markt' dat het gebruik van het medium internet misschien kan bieden.

Kortom, ik denk dat er in de basis nog veel te verbeteren is aan het optimaliseren van het internetgebruik door ondernemers. Verbeteringen die verder gaan dan uitsluitend 'het aanwezig zijn op het internet'. De komst van innovatieve technologieën, zoals gebruikt bij liquid internet, verhoogt wel de druk bij ondernemers om in het voetspoor van de nieuwste ontwikkelingen te blijven. En 'onder druk wordt alles vloeibaar' denk ik maar.

## Welke kansen ga jij benutten?

Wil je sparren over jouw commerciële kansen door de inzet van de juiste en meest efficiënte middelen? [Neem contact met ons op.](#)

Onze commercieel strateeg Jo Warnier helpt je graag.

JOUW ACCOUNTANT

MIJN ACCOUNTANT

DE ACCOUNTANT