Wat is verticale zoekmachinemarketing?

19-01-2015 11:43

De bekende zoekmachines zoals Google, Bing en DuckDuckGo zoeken het hele net af, indexeren zo veel mogelijk informatie en zijn dus van alle markten thuis. Het nadeel van deze alomvattende aanpak is dat de zoekresultaten veelal naar de grootste gemene deler leiden. Voor wie op zoek is naar specifieke informatie is dat vaak niet goed genoeg. Daarom zijn er ook niche-zoekmachines, die goed zijn in een deelgebied en de rest van de wereld negeren. Omdat het bij de generieke zoekmachines voor marketeers dringen is en het daardoor steeds duurder is om een doelgroep te bereiken, volgen marketeers de zoekenden naar de niche-zoekmachines, ook wel verticale zoekmachines genoemd.

Naarmate consumenten beter weten wat ze zoeken, gaan ze eerder naar gespecialiseerde zoekmachines of vergelijkingspagina's. Voor hen is aantal niet-specifieke resultaten van algemene zoekmachines te groot, de geboden informatie te algemeen. Daardoor moeten ze veel pagina's vergeefs openen en scannen voordat ze

de informatie of het aanbod te vinden dat zij zoeken. Verticale zoekmachines en verzamelsites bedienen een specifieke doelgroep: er vindt dus al een voorselectie plaats voordat de eerste zoekterm is ingetikt.