

## Domeinnamen nog belangrijk?

Oktober 2001

Henk Jongedijk, vrijdag 22 september 2006 - 00:00:00

Iedereen kent de radioreclames die [www.punt-namen-punt.nl](http://www.punt-namen-punt.nl) de ether in slingeren. Kennelijk is het nog steeds gerechtvaardigd om bezoekers op die manier te lokken. Terwijl veel internetbedrijven claimen bezoekers te trekken via de internet methode: hoge rangorde in zoekmachines, trefwoordmanipulaties, gateway-pagina's, banners, link-sponsoring en wat al niet meer.

Waarschijnlijk ligt de waarheid in het midden, en is er geen sprake van  $\frac{1}{2}$   $\frac{1}{2}$ , maar van  $\frac{1}{3}$   $\frac{1}{3}$ . Dus  $\frac{1}{3}$  reclame via reguliere (lees: oude economie) media,  $\frac{1}{3}$  de nieuwe technieken. Tenminste, als je een heleboel bezoekers wilt trekken. De meeste bedrijven willen echter helemaal niet een groot aantal bezoekers; ze willen vooral veel klanten.

Daarin schuilt nu net het probleem. Als ik een aanbieder van reizen heb gevonden, moet ik opnieuw mijn zoektocht beginnen naar literatuur. En als ik die eenmaal heb ontdekt, moet ik weer op zoek naar een URL voor een goede uitrusting. Combinatie van informatie is de toekomst. Stel je voor: een website van een 'koppelaar', een informatieknooper. Alle gegevens worden aan elkaar gelinkt. Als ik een reis reserveer wil ik zien welk boek ter voorbereiding werd gelezen door 60% van degenen die ook zo'n reis ondernamen. De mens is immers een kuddedier. Mezelf inclus. Als zoveel anderen (lees: gelijkgestemden) dat boek lazen, zou het ook wel eens wat voor mij kunnen zijn. De aandrang tot impulsinkoop wordt ineens een stuk groter. En als ik dat boek heb besteld, wil ik misschien ook wat kampeer accessoires bestellen. Wel ja, ik ben nu toch bezig. Ik wil een reisverzekering afsluiten, of nee, doe daar eerst maar wat informatie over. De internetsite ziet dat ik volgende week toch bij Kwik Fit moet zijn om nieuwe banden onder mijn Opel te zetten (dat was informatie die nog bekend was van mijn vorige bezoek), dus als nu eens tijdens de wachttijd de verzekeringsadviseur langskomt? Wist u trouwens dat er ook geurverfrissers voor in de auto bestaan, precies in het design van het model van mijn Opeltje... Ik kan kiezen tussen verschillende merken en prijzen... Ik zie een bestellijst met alle taxfree artikelen, ik kan ze nu al aanklikken, bij mijn aankomst op het vliegveld zullen de gewenste producten reeds ingepakt klaarstaan. Of ik overigens misschien al een reservering wil maken in dat speciale restaurant, om alvast van tevoren de sfeer te proeven? Een mooie droom. Want wat maakt het mij als klant uit op welke URL dit allemaal te vinden is? Niets, als ik maar de informatie kan vinden die ik zoek.

Nu nog een slimme interface die al deze aanbieders elkaar knoopt... URL's onthouden is dan niet meer zo belangrijk. Dan hebben we het rerouten van foutief ingetypte domein namen in Internet Explorer 6 niet meer nodig... En typen, da's toch oude economie? Ik hoop alvast dat IE versie 7 dan eindelijk spraakgestuurd wordt.