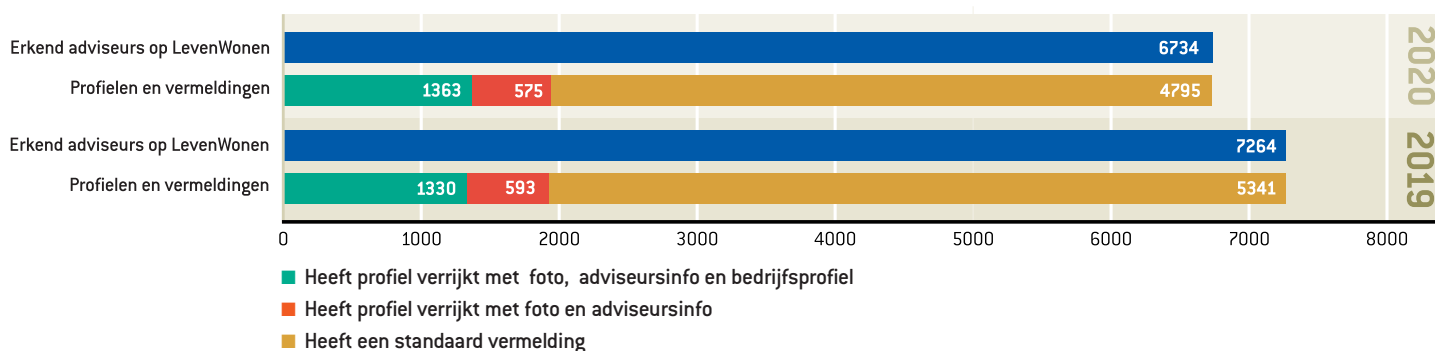


## J A A R R A P P O R T A G E : 2 0 2 0

Een terugblik op een bewogen jaar. Een jaar waarin wetmatigheden niet meer golden. Er ondanks de crisis opnieuw bijzonder veel hypotheektransacties plaatsvonden. En de consument een grote behoefte had aan informatie over leef- en woongerelateerde thema's. Zo blijkt uit de resultaten van de LevenWonen-campagne 2020.

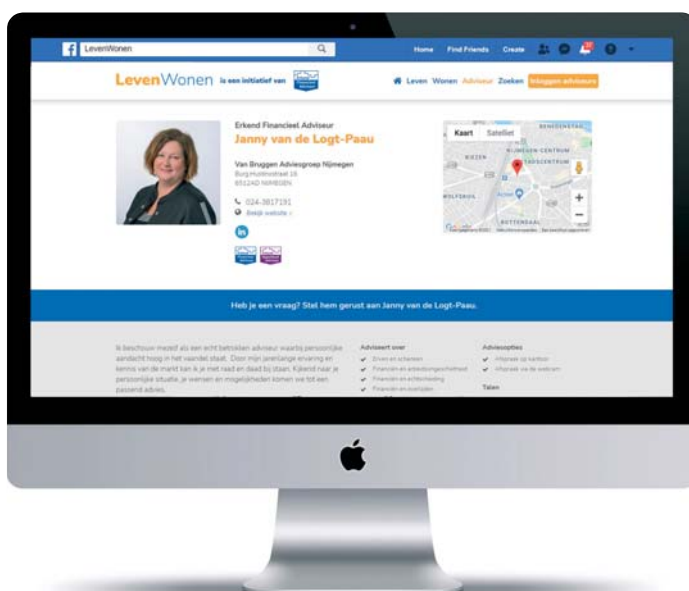
Consumenten werden, mede door corona, tot actie gedreven en dat is terug te zien in de LevenWonen-campagne die in vrijwel alle opzichten de doelstellingen overtrof. Mede daardoor werd 2020 het jaar waarin we de miljoenste bezoeker op de LevenWonen-site konden verwelkomen.

### 1 Erkend adviseurs op LevenWonen



het totaal aantal is exclusief de adviseurs die niet willen worden getoond op LevenWonen (145 in 2019, 227 in 2020)

Het aantal adviseurs met een verrijkt profiel (■ adviseurs- en ■ bedrijfsinfo) is nominaal gestegen met 15. In percentages ten opzichte van het totaal adviseurs is er in 2020 sprake van een stijging van 9%. In 2019 had 26,5% van de adviseurs op LevenWonen een verrijkt profiel. In 2020 was dat 28,8%.

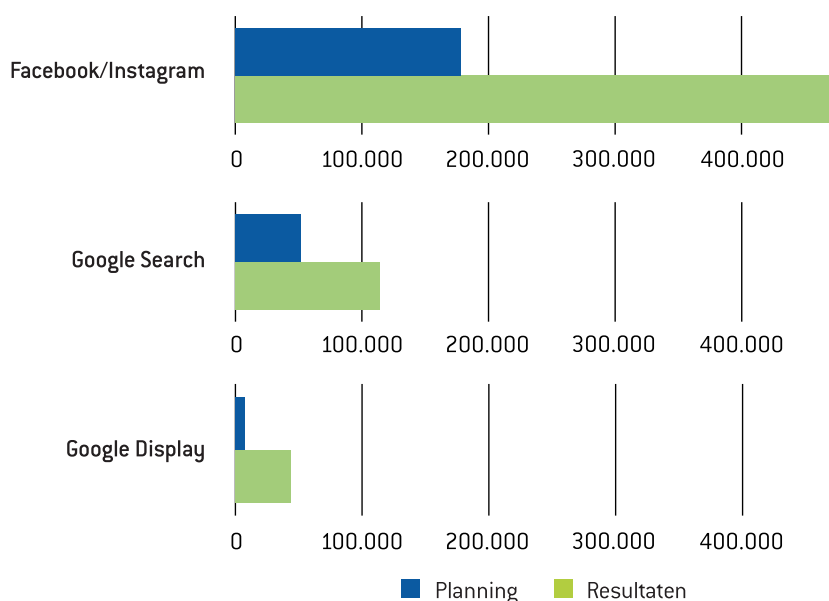


## Resultaten online campagne

Om bezoekers naar LevenWonen te trekken, worden de artikelen via Facebook/Instagram en Google gepromoot. In 2020 zijn via banners, Facebook-advertenties en zoekwoordadvertenties ruim 548.000 websiteklikken naar LevenWonen gerealiseerd, waarvan 476.000 (350.000 in 2019) vanuit Facebook. Het totaal aantal websiteklikken is bijna het dubbele van de oorspronkelijke verwachting.

Dat de campagnes zo goed hebben gescoord, heeft meerdere oorzaken. Zo spendeerden mensen meer tijd online waardoor een grotere groep kon worden bereikt. Financiële onderwerpen waren in het 'coronajaar' bovendien zeer relevant. Daar is met content, banners en advertenties slim op ingespeeld.

### Aantal kliks 2020



	Planning	Resultaten			
	clicks	Views	Bereik	clicks	CTR
Facebook/Instagram	177.975	14.704.807	1.618.990*	476.326	3,24%
Google Search	52.000	1.046.871	-	114.331	10,92%
Google Display	7.150	5.570.774	-	43.771	0,79%
<b>Totaal</b>	<b>237.125</b>	<b>21.322.452</b>	<b>-</b>	<b>634.428</b>	<b>2,98%</b>

\* Google rapporteert geen bereikscijfers

## Resultaten Facebookcampagnes

### Thema Q1: Besparen

(CTR 3,53%)



### Thema Q2: Corona

(CTR 8,87%)



### Thema Q3: Samenwonen

(CTR 5,44%)



### Thema Q4: 2021

(CTR 6,61%)



CTR: Click Through Rate, oftewel het percentage mensen dat na het zien van de post op de link klikt en zo op LevenWonen terecht komt.

Thema	Impressies	Bereik	Frequentie	Websiteklikken
Besparen	3.240.543	659.328	4,9	89.962
Corona	6.095.430	982.051	6,2	164.105
Samenwonen	3.726.728	873.389	4,3	127.257
2021	1.642.106	405.697	4,0	95.002
<b>Totaal</b>	<b>14.704.807</b>	<b>1.618.990</b>	<b>9,1</b>	<b>476.326</b>

**Impressies:** aantal keren dat een LevenWonen-banner in de tijdlijn van de doelgroep is getoond.

**Bereik:** het aantal personen dat de LW-campagne heeft bereikt. Personen in de doelgroep hebben in 2020 meerdere campagne-uitingen gezien. Vandaar dat de optelsom van de verschillende themacampagnes (veel) meer is dan het 'totaal'.

**Frequentie:** Idem. Een persoon is soms met meerdere campagnes bereikt, waardoor de frequentie over het totale jaar hoger is dan de frequentie van de afzonderlijke campagnes.

**Websiteklikken:** doorklikken vanuit banners naar LevenWonen-site

## 2

## Resultaten online campagne

### Resultaten Google-campagnes

#### Google Search

Via Google Search zijn in 2020 ruim 114.000 clicks gerealiseerd met een bijzonder hoog gemiddelde Click Through Rate (CTR) van 10,82%. De CTR drukt het percentage mensen uit dat na het zien van de post op de link klikt en zo op LevenWonen terecht komt. Dit percentage is met bijna 40% gestegen ten opzichte van 2019. Dit komt door goede optimalisaties op zoekwoorden, maar waarschijnlijk ook door de wereld waarin we nu leven: veel mensen waren in 2020 bezig met hun financiële situatie. Het hoge aantal clicks in de Besparen-campagne is toe te schrijven aan de langere looptijd (5 maanden) en de hoge relevantie van het onderwerp.

Thema	Impressies	clicks	CTR
Besparen	507.967	52.240	10,28%
Corona	80.563	7.463	9,26%
Samenwonen	172.069	23.823	13,85%
2021	286.272	30.805	10,76%
<b>Totaal</b>	<b>1.046.871</b>	<b>114.331</b>	<b>10,92%</b>

#### Google Display

Via Google Display is geadverteerd op een netwerk van websites waar bezoekers een advertentie van LevenWonen te zien kregen. De resultaten waren in 2020 uitzonderlijk hoog. Opnieuw is dat het gevolg van scherpe targeting op relevante onderwerpen en slim inspelen op de bijzondere omstandigheden.

Voor ieder campagnethema worden verschillende advertenties ingezet. Binnen de corona-campagne scoorde de best presterende post een CTR van 8,87%.

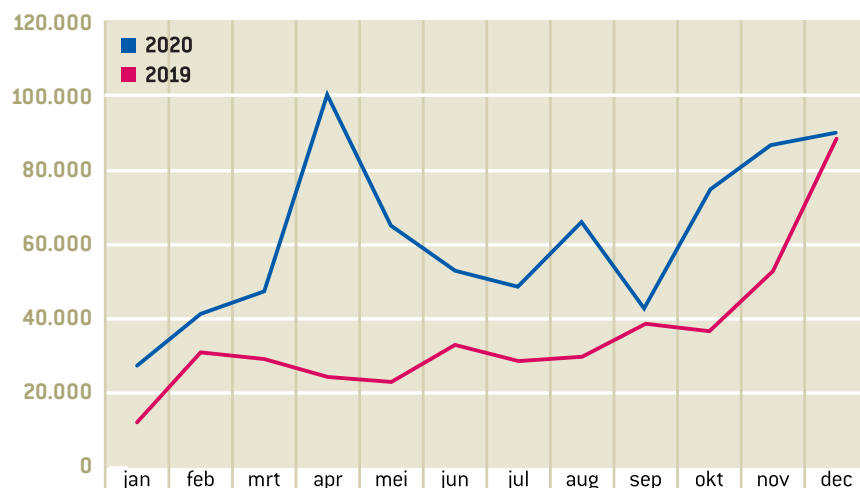
Thema	Impressies	clicks	CTR
Besparen	764.148	2.485	0,33%
Corona	2.577.483	20.840	0,81%
Samenwonen	1.698.652	15.497	0,91%
2021	530.491	4.949	0,93%
<b>Totaal</b>	<b>5.570.774</b>	<b>43.771</b>	<b>0,79%</b>



## 3

## Bezoekers LevenWonen-site

Aantal websitebezoekers



De corona-piek in april en mei buiten beschouwing gelaten, is er net zoals in 2019, gedurende het jaar een stijgende lijn in websitebezoek zichtbaar. Voor veel consumenten lijken de laatste maanden van het jaar een periode te zijn van beslissingen nemen en profiteren van de (nog) geldende regelingen.



### Top 5 meest gelezen artikelen

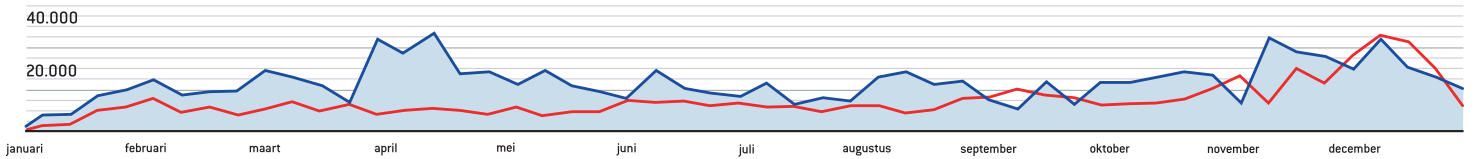
1. Besparen door te schenken **42.712x**
2. Coronacrisis en je reisverzekering **31.542x**
3. Coronacrisis: wat dekt je zorgverzekering? **31.492x**
4. Hypotheek 2021: de belangrijkste veranderingen op een rij **30.066x**
5. AOW en samenwonen. Wanneer krijg je welke uitkering? **25.123x**

# 3

## Bezoekers LevenWonen-site

### Aantal websitebezoekers

1-jan-2020 - 31-dec-2020: ■ Bezoekers  
1-jan-2019 - 31-dec-2019: ■ Bezoekers



### Kwalitatief versus kwantitatief

Het aantal bezoekers kwam in 2020 op 662.385 uit; een stijging van maar liefst 55% ten opzichte van het voorgaande jaar. Ook in kwalitatief opzicht is er een verbetering zichtbaar. Zo steeg de gemiddelde tijd dat bezoekers op een pagina bleven van 1.19 min naar 1.48 min.

### Welke apparaten gebruiken bezoekers?

	2020	2019
Mobiel:	82,5%	77,7%
Desktop:	10,2%	14,0%
Tablet:	7,3%	8,3%

### Feiten over websitebezoeken

LevenWonen werd in 2021 bezocht door

# 662.385

mensen (+55%)

Het aantal sessies steeg met

# 61,1%

Het aantal terugkerende bezoekers steeg van 14,3% naar

# 17,8%

Op 12 november werd het recordaantal dagbezoekers van

# 9.974

bereikt

Van de themapagina's was 'Besparen' met

# 59.700

paginaweergaven het populairst

De **bezoekersdichtheid** heeft zich verplaatst van Noord- (2019) naar Zuid-Holland (2020)

# 4

## Magazine LevenWonen

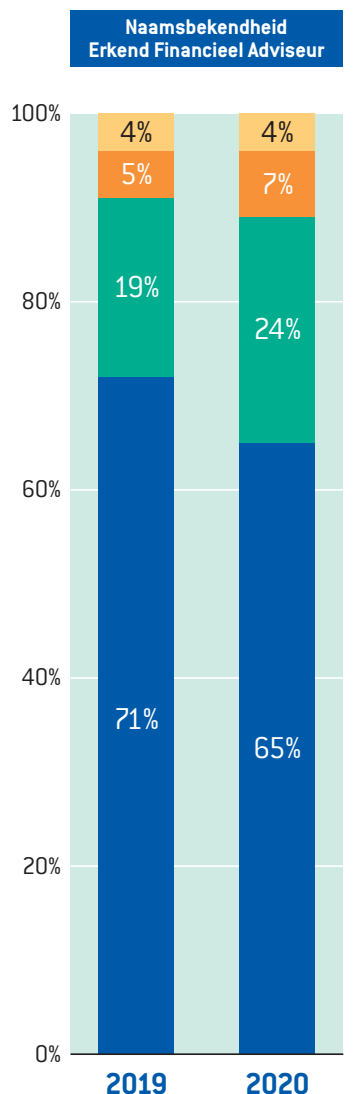
In 2020 werden twee edities van het LevenWonen Magazine uitgegeven. Een jaar dat gekenmerkt werd door topdrukte bij adviseurs. Velen hebben slim ingespeeld op de ontwikkeling dat consumenten in 2020 meer thuis aanwezig waren, door het LevenWonen Magazine bij hun klanten en potentiële klanten te laten bezorgen. In totaal werden afgelopen jaar bijna 100.000 magazines bezorgd.



## Naamsbekendheid

Medio 2020 hebben we door onderzoeksbureau Ipsos een naamsbekendheidsonderzoek laten uitvoeren. De belangrijkste resultaten op een rij:

- Ongeveer één op de tien Nederlanders is inmiddels bekend met het platform LevenWonen. Mensen kennen het meestal van uitingen op Google of Facebook. De website wordt door consumenten gewaardeerd met een 7,7.
- 47% van de bezoekers heeft gebruik gemaakt van de mogelijkheid om via LevenWonen te zoeken naar een Erkend Financieel Adviseur in hun omgeving.
- Het platform LevenWonen heeft een positieve invloed op de naamsbekendheid van het keurmerk 'Erkend Financieel Adviseur': 35% van de Nederlanders kent het keurmerk. Daarmee is de naamsbekendheid sinds begin 2019 met 20% gestegen.
- Het oorspronkelijke SEH-keurmerk 'Erkend Hypotheekadviseur' is nog altijd het meest bekende keurmerk in de financiële dienstverlening. De geholpen naamsbekendheid van dit keurmerk is 49%. Andere financiële keurmerken (zoals FFP, NVHP, Adfiz) scoren rond 15%.



- Weet goed wat deze keurmerk-adviseur biedt
- Weet globaal wat deze keurmerk-adviseur biedt
- Kent het keurmerk alleen van naam
- Kent het keurmerk niet