Zeven argumenten tegen gratis antivirussoftware

"Ik download wel een gratis pakket van het internet." Dat is wat menig reseller te horen krijgt wanneer hij een klant het broodnodige securitypakket voorstelt bij een nieuwe laptop of pc. Met welke argumenten overtuigt u uw klant toch?

••• *Wim Feyaerts*

Een blik op de downloadhitparades zegt genoeg: velen vertrouwen de bewaking van hun kostbare gegevens toe aan gratis pakketten als AVG, Avira en Avast. Dat is uiteraard jammer voor uw business: een securityproduct biedt u de kans op een jaarlijks weerkerende marge. Maar ook voor de klant houdt een gratis pakket meer nadelen in dan hij op het eerste gezicht denkt. Het komt er dus op aan om die klant te overtuigen van de nadelen van gratis software en van de voordelen van een commercieel product. Welke argumenten kunt u aanhalen? We vroegen het aan drie security-experts: Eddy Willems, security evangelist bij Kaspersky, Jan Van Haver, country manager Benelux bij G Data, en Jean Loyens, CEO van de gespecialiseerde distributeur Cherub.

Gratis is nooit volledig

Antivirus, firewall, antispyware, rootkitscanner, browserbescherming ... je vindt het allemaal gratis op internet. Apart weliswaar, en dat legt meteen de zwakte van het gratis aanbod bloot. Jan Van Haver: "De gratis pakketten beschermen nooit tegen alle internetdreigingen. Meestal gaat het om oplossingen voor bepaalde soorten malware, maar dus geen bescherming tegen alle soorten."

Het gevolg is dat mensen denken dat ze volledig safe zitten door even een gratis antiviruspakketje te installeren. "Zo'n gratis pakket kan op zich wel goed zijn, maar een gratis 'volledig' pakket heb ik zelf nog nooit gezien." zegt Eddy Willems. "Een gratis pakket geeft je met andere woorden een onrealistisch beeld van veiligheid. Je gaat dingen doen waartegen je niet beschermd bent. Alleen de zeer ervaren gebruiker kan soms door het toepassen van meerdere producten de veiligheid opschroeven. Een normale gebruiker en soms zelfs de ervaren gebruiker kan het volledige scala gevaren niet inschatten."

Jan Van Haver, country manager Benelux bij G Data: "De gratis pakketten scoren doorgaans veel minder sterk bij het vinden van de nieuwste soorten bedreigingen."

Gratis is minder geavanceerd

Slecht kun je de gratis pakketten niet noemen, maar is 'niet slecht' goed genoeg om de razendsnelle evolutie in malwareland te volgen? Neen, stelt Eddy Willems: "De meeste gratis versies gebruiken geen speciale technieken en zijn puur gebaseerd op signatureherkenning. Deze techniek alleen kan geen garantie bieden op totale beveiliging. Updates komen voor sommige gratis pakketten ook minder regelmatig binnen."

"Beter een gratis antivirus dan niets." zegt Jean Loyens. "Maar je kunt je toch ernstige vragen stellen bij belangrijke aspecten als automatische upgrades van de software, automatisch updaten van de malwarebibliotheek en geautomatiseerde scans. Vaak blijven gratis pakketten daar toch in gebreke. Sommige gratis pakketten zijn ook niet in staat om gevonden virussen echt degelijk op te ruimen, of om aangetaste bestanden te herstellen."

Ook voor Jan Van Haver volstaat gratis software niet. "Gratis pakketten halen soms best wel goede resultaten bij het detecteren van een aantal categorieën malware. Meestal gaat het echter om de meer traditionele vormen die al lang gekend zijn en niet meer de grootste bedreiging vormen. De gratis pakketten scoren doorgaans veel minder sterk bij het vinden van de nieuwste soorten bedreigingen, die in verhouding een veel groter gevaar vormen." Bij wijze van voorbeeld verwijst Van Haver naar 'scareware'. "Dat is een vrij nieuw en op dit moment zéér actief soort malware waarbij men de consument wil doen geloven dat zijn computer besmet is, om dan meteen een vrij dure 'oplossing' aan te bieden. Die is online met credit card te betalen, zodat de aanbieders meteen ook die gegevens bemachtigen om ze te misbruiken of door te verkopen."

Is de klant een klein bedrijfje, dan valt een gratis programma al helemaal door de mand. Eddy Willems: "Die klant zal graag alles centraal - soms vanop afstand - willen regelen. Dat gaat niet met gratis versies."

Eddy Willems, security evangelist bij Kaspersky: "Een gratis pakket geeft je een onrealistisch beeld van veiligheid."

Gratis geeft meer hoofdbrekens

Dit ligt in de lijn van het eerste argument, maar het verdient extra nadruk: wil je voor een completere bescherming allerlei gratis producten installeren, dan vraagt dat ook de nodige technische kennis, het nodige werk (installeren, up-to-date houden) en is dat ook een bron van allerlei problemen. Dat zijn zaken waar de modale computergebruiker niet op zit te wachten.

Jan Van Haver illustreert deze redering. "In de vakpers is de laatste jaren een consensus gegroeid dat enkel een gratis antivirus zeker niet voldoende is om je computer te beschermen. Om goed beschermd te zijn, moet de consument in dat geval zelf een combinatie gaan uitdokteren van antivirus, firewall, antispam, enzovoort. Dat vereist heel wat kennis van zaken, en voor je het weet treden er conflicten op tussen deze programma's of met andere software. Voor de doorsnee consument is een goede beveiliging een programma dat je eenmaal installeert en waar je nadien zo weinig mogelijk omzien naar hebt."

"De meeste klanten zijn géén kenners, maar gewone gebruikers." beaamt Jean Loyens. "Je kunt als reseller daar makkelijk op inspelen door hen te wijzen op de risico's van zelf te gaan 'prullen' aan de pc. Stel daar een betaalpakket tegenover waarmee de klant geen zorgen heeft: het is altijd up-to-date, je kunt niets vergeten te doen en je kunt ook niets verkeerds doen."

Gratis biedt geen support

Gaat het op een dag toch eens grondig mis en heb je persoonlijke assistentie nodig, dan blijkt pas echt het verschil tussen een freebie en een product waarvoor je betaalt. "Support op een gratis pakket? Vergeet het maar." zegt Eddy Willems onomwonden. "Dat is een echt probleem, want support heb je net nodig op het lastigste moment."

"Besef dat je met een gratis programma geen hulp krijgt bij vragen of problemen." argumenteert ook Jean Loyens. "Bij ons daarentegen is er gratis support via mail, via telefoon – op de normale telefoonkosten na – en krijgt de klant hulp in zijn eigen taal."

Gratis en even goed?

Gratis is te mooi om waar te zijn, there is no such thing as a free lunch ... Er bestaan allerlei formuleringen om in te spelen op wat iedereen wel aanvoelt: er moet toch een kwaliteitsverschil zijn tussen gratis en betalend.

Jan Van Haver onderbouwt het zo: "De producenten van gratis antivirustools bieden doorgaans zelf ook betalende versies van hun producten aan. Het spreekt voor zich dat er in die betalende versies meer mogelijkheden voorzien zijn. Wat impliciet ook inhoudt dat die producenten toegeven dat hun gratis versies geen afdoende bescherming bieden tegen alle bedreigingen. Ervan uitgaan dat je even goed beschermd bent met een gratis oplossing als met een betalend pakket, lijkt me dan ook een beetje naïef. Bij het ontwikkelen van hoogstaande beveiligingssoftware zijn veel mensen betrokken, en die werken nu eenmaal niet gratis."

Eddy Willems formuleert het kort en krachtig: "Een gratis pakket is er alleen maar gekomen als verkoopsargument voor het meer volledige pakket van dezelfde vendor. Dat is historisch gegroeid, maar is nog steeds de harde waarheid."

Ook Jean Loyens geeft nog een goed bekkende argumentatie mee: "Mochten de gratis pakketten even goed zijn als de betalende, waarom zouden die betalende er dan nog zijn?"

Kleine prijs voor kostbare data

Gratis is natuurlijk onklopbaar, maar laat niet na te benadrukken dat een degelijke bescherming helemaal niet zo duur is. En dat de klant er heel wat gemoedsrust voor in de plaats krijgt.

"Is een betalend pakket dan zo duur?" vraagt Eddy Willems zich retorisch af. "Pakweg veertig euro per jaar voor een complete beveiliging. Dat moet je bekijken als een verzekering."

"Benadruk ook dat die kleine kost niet in verhouding staat tot de bescherming van alle kostbare data zoals familiefoto's en muziekbestanden." raadt Jean Loyens aan. Loyens geeft nog dit advies mee: "De reseller kan ook gewoon een totaalprijs maken van de pc of laptop inclusief een betaalpakket. Of meer nog; als onderdeel in een bundel van bijvoorbeeld muis, toetsenbord en draagtas. Dan zal de klant niet klagen."

Lever wat extra service

Geef de klant een zetje in de goede richting door wat extra service voor te stellen als hij wil betalen voor security. De modale gebruiker heeft er bijvoorbeeld wel oren naar dat hem het installatiewerk uit handen wordt genomen. Jean Loyens: "Staat er een tijdelijke versie van een product op de pc en moet die eerst worden verwijderd, stel dan voor dat je dat wel voor de klant doet en dat je het betaalpakket ook wel voor hem installeert. Wil de klant niet direct een betaald product? Zorg dan dat er een trial op de pc staat en informeer de klant dat hij na de proefperiode kan terugkomen voor het aanschaffen van een betaalpakket. Extra service zoals 'ik zet het er dan wel voor je op en kijk meteen je pc ook eens na' werkt dan zeker."

Jean Loyens, CEO van distributeur Cherub: "Mochten de gratis pakketten even goed zijn als de betalende, waarom zouden die betalende er dan nog zijn?"