

01-12-2011

Helft Belgische bedrijven staat nog in kinderschoenen inzake integratie sociale media



Kernconclusies:

- 49% van de Belgische bedrijven staat nog in kinderschoenen inzake de integratie van sociale media in hun bedrijf. 13% stelt dat ze de nieuwe media volledig geïntegreerd hebben.
- 68% van de Belgische marketeers beschikt over een Facebook pagina, 57% over een Twitter account en 63% heeft een LinkedIn pagina van zijn bedrijf.
- Bedrijven uit de financiële en de gezondheidsindustrie lopen achter, Tech & Telco en de media sector lopen voor
- Grootste barrière tot verandering is de onduidelijke financiële return. Dit onderzoek toont echter een positieve relatie aan tussen mate van

Hoge adoptie sociale netwerken, lage integratie sociale media

Vier op de tien senior marketeers geeft aan dat hun bedrijf nog niets doet of pas in de kinderschoenen staat inzake het integreren van sociale media in hun bedrijf. 42% zit in een experimenterende fase en 16% geeft aan dat sociale media geïntegreerd is in hun volledige bedrijf. Desondanks de lage integratie van sociale media, is er toch een hoge adoptie van sociale netwerk sites. 66% van de Britse bedrijven beschikt over een Facebook pagina, 51% heeft een Twitter account en 44% heeft een LinkedIn pagina. "Deze resultaten tonen aan dat veel bedrijven op een tactische manier met sociale media zijn gestart. Er is snel een account op een populair netwerk aangemaakt, zonder dat dit paste in een totale strategie." aldus Prof Steven Van Belleghem van het onderzoeksbureau InSites Consulting.

De technologie, telecom en de media sector lopen uit op de rest

Bedrijven actief in de technologie, telecom en media sector zijn het verst gevorderd inzake het integreren van sociale media. Een kwart van deze bedrijven geeft aan dat sociale media geïntegreerd is in hun bedrijfsprocessen. Aan het andere eind van de schaal vinden we de financiële en farmaceutische sector terug. Eén op drie van deze bedrijven staat nog aan het prille begin van hun sociale media avonturen. "De financiële en farmaceutische bedrijven bevinden zich in een moeilijke sector inzake het gebruik van sociale media. De legale en privacy gerelateerde zaken wegen zwaarder door in hun sector dan in andere.", stelt Van Belleghem van InSites Consulting.

Onduidelijkheid over financiële meerwaarde belangrijkste rem

Bedrijven die vandaag nog weinig investeren in de integratie van sociale media zien vooral de onduidelijkheid over de financiële return. Dat blijft voorlopig de belangrijkste barrière, gevolgd door een lage fit met het productportfolio en een gebrek aan ondersteuning vanuit het top management. Nochtans toont dit onderzoek aan dat er een positieve relatie is tussen de mate van integratie van sociale media en de financiële resultaten van een bedrijf. Hoe meer bedrijven sociale media integreren in hun commerciële processen, hoe sterker dat bedrijf financieel presteert. Bovendien stijgt ook de impact van andere vormen van marketing communicatie en hebben deze bedrijven meer succesvolle productlanceringen dan bedrijven die sociale media niet integreren.



Over dit onderzoek:

- *Kwantitatief onderzoek aan de hand van een online vragenlijst.*
- *In totaal zijn er 650 senior marketeers bevroegd: 200 uit de Britse markt, 200 uit de Amerikaanse markt en 250 uit de Belgische markt.*
- *Onderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in samenwerking met Survey Sampling International. Om de Belgische respondenten te verzamelen werd beroep gedaan op het netwerk van DM Institute, BDMA en WDM.*



Prof. Steven Van Belleghem

Managing Partner InSites Consulting
Auteur van de Conversation Manager

Steven.VanBelleghem@insites.eu

M +32 497 473 444



Steven_InSites

Over InSites Consulting

InSites Consulting is een innovatief, wereldwijd online marketing onderzoek- en adviesbureau. De voorbije 2 jaar hebben we niet minder dan 12 prijzen in de wacht kunnen slepen van verschillende internationaal gerespecteerde organisaties zoals AMA, ARF, ESOMAR, Media Marketing, MRS, MOA, SPSS, AMMA en Econsultancy. InSites telt 120 medewerkers en heeft vestigingen in Gent, Rotterdam, Londen en Timisoara. Begin 2012 opent het kantoor in New York. Meer informatie is beschikbaar op www.insites.eu en <http://blog.insites.be>.

Over de Conversation Manager

Het boek de Conversation Manager van Steven Van Belleghem werd gepubliceerd in februari 2010. In het boek legt Steven uit hoe bedrijven hun online en offline conversaties kunnen managen. Het is een beschrijving van de veranderende rol van merken op het vlak van mond-tot-mondreclame en handelt over reclame, branding, sociale media en de integratie van al deze marketingelementen.

Naast de verkoop van meer dan 15.000 exemplaren werd het boek in 2010 bekroond met de PIM Marketing Literatuurprijs. Meer informatie is beschikbaar op www.theconversationmanager.com.

