



Six entreprises belges sur dix sont présentes sur Facebook

Principales conclusions:

- Usage élevé des réseaux sociaux au sein des entreprises belges.
- En dépit d'un usage élevé, la manière dont les entreprises appréhendent les réseaux sociaux est encore trop souvent distincte de leur stratégie générale.
- Trois entreprises belges sur dix écoutent les conversations des consommateurs sur les réseaux sociaux.
- Sept entreprises belges sur dix répondent aux questions et aux plaintes que les clients leur transmettent par les réseaux sociaux.
- Un fossé numérique voit le jour dans le monde des entreprises. Celles qui n'investissent pas encore dans les médias numériques n'ont pas l'intention de le faire. Les entreprises qui investissent déjà beaucoup entendent le faire davantage à l'avenir.

Six entreprises belges sur dix sont présentes sur Facebook, 39 % le sont sur Twitter

Les consommateurs ne sont pas les seuls à surfer sur la vague des réseaux sociaux populaires, les entreprises y ont également de plus en plus recours. 59 % des entreprises belges utilisent ainsi Facebook, 39 % disposent d'un compte Twitter, 35 % sont présentes sur LinkedIn et 20 % utilisent YouTube. Ces chiffres sont très similaires dans les pays limitrophes. Seuls les Pays-Bas ont une longueur d'avance sur le peloton. Les entreprises américaines sont, quant à elles, encore plus en avance dans leur recours aux plates-formes sociales.

Usage élevé, mais faible intégration des réseaux sociaux

L'enquête indique que les entreprises trouvent important d'être présent sur les réseaux sociaux. Cela ne signifie pas, toutefois, qu'elles le font toujours de manière réfléchie. A peine 10 % des entreprises intègrent ainsi les réseaux sociaux à leur stratégie globale. 15 % des entreprises travaillent actuellement à cette intégration, tandis que 45 % d'entre elles sont encore en phase d'expérimentation ou de démarrage sur le web social. 32 % des entreprises belges n'ont tout simplement aucune activité sur les réseaux sociaux. « De nombreuses entreprises cèdent à la pression extérieure qui les pousse à être présentes sur les réseaux sociaux. Cela se traduit, hélas, souvent par des pages d'entreprise sur lesquelles rien ne se passe. Elles suscitent ainsi l'enthousiasme de leurs clients, mais ce dernier cède vite la place à la désillusion », constate le Prof. Steven Van Belleghem, associé du bureau d'études de marché InSites Consulting.

34 % des entreprises écoutent les conversations entre consommateurs sur les réseaux sociaux

Trois entreprises belges sur dix écoutent ce que les consommateurs disent d'elles sur les réseaux sociaux. « Les plates-formes sociales rendent les conversations entre consommateurs très transparentes. Pour la première fois, une entreprise peut assez facilement découvrir ce que le public dit de ses produits et services. Et de plus en plus d'entreprises s'intéressent (à juste titre) à ce feedback en temps réel du marché », souligne S. Van Belleghem.

Répondre aux questions via les réseaux sociaux est également en vogue. 68 % des entreprises indiquent toujours traiter les questions ou les plaintes qui leur parviennent via les réseaux sociaux. A peine 22 % des entreprises sondées dans cette enquête engagent également le dialogue avec les consommateurs.



Un fossé numérique voit le jour dans le monde des entreprises

Le risque est réel qu'un fossé numérique se creuse entre les entreprises. Cette enquête révèle, en effet, que les entreprises qui investissent déjà beaucoup aujourd'hui dans les nouveaux médias le feront davantage encore à l'avenir. Les entreprises qui n'ont pas encore investi à ce jour n'ont, quant à elles, aucun projet en ce sens. « En dépit de l'évolution numérique tangible du côté client, il subsiste toujours des entreprises qui ne sont pas convaincues qu'elles doivent la suivre. Ces entreprises s'exposent au risque de perdre un important groupe cible à relativement court terme », conclut S. Van Belleghem.

A propos de l'étude:

Ces conclusions ressortent d'une enquête d'InSites Consulting, en partenariat avec SSI pour l'échantillon et la collecte de données et de l'agence de traduction No Problem!. Au total, 1222 top managers ont été interviewés aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, en Belgique, en Allemagne et en France. <http://www.slideshare.net/stevenvanbellegem/the-4cs-of-the-conversation-company>

Contact pour des interviews ou des questions additionnelles:

Anke Moerdyck
Brand & Relationship Manager InSites Consulting
T: +32 9 269 15 16
M: +32 498 62 46 88
E: Anke.Moerdyck@InSites-Consulting.com
Twitter: [@Anke_InSites](https://twitter.com/Anke_InSites)



InSites Consulting:

InSites Consulting a été créée en 1997. Malgré sa qualité de bureau d'études de marché, les fondateurs n'ont jamais réellement voulu devenir des analystes du marché. InSites Consulting est un cocktail détonnant de visionnaires universitaires, de marketeers passionnés et d'innovateurs en recherche, tous résolus à remettre en question le statu quo de l'étude de marché.

Ces 10 dernières années, l'entreprise a connu une impressionnante croissance de 35 % par an. Elle compte aujourd'hui plus de 120 collaborateurs, répartis dans cinq bureaux (BE, NL, UK, RO, US), qui puisent leur énergie de l'aide qu'ils apportent aux principales marques mondiales pour améliorer leurs efforts de marketing et développer de meilleures relations avec les consommateurs à l'échelle mondiale par le biais de communautés en ligne. InSites Consulting a été récompensé par pas moins de 15 trophées internationaux.

La recette du succès : un enthousiasme incessant, beaucoup de travail, une culture de partage et une innovation permanente dans des méthodes de recherche et un leadership de marketing fort. Et last but not least, des clients positivement surpris chaque jour.

Plus d'informations : www.insites-consulting.com - Twitter : [@InSites](https://twitter.com/InSites)



InSites Consulting

