



Helft van de Nederlandse bedrijven is aanwezig op Facebook

Kernconclusies:

- Hoog gebruik van sociale media binnen Nederlandse bedrijven.
- Er is een hoog gebruik, maar de sociale media aanpak staat nog té vaak los van de algemene bedrijfsvoering. Nederland loopt voor op de rest van Europa.
- Drie op de tien Nederlandse bedrijven luisteren naar conversaties van consumenten op sociale media.
- Zeven op de tien Nederlandse bedrijven beantwoorden vragen en klachten van klanten via sociale media.
- Er ontstaat een digitale kloof in de bedrijfswereld. Bedrijven die nu nog niet investeren in de digitale media, zijn dat niet van plan. Bedrijven die vandaag al veel investeren, willen dat in de toekomst nog meer doen.

De helft van de Nederlandse bedrijven is aanwezig op Facebook, 45% op Twitter

Niet enkel consumenten vinden hun weg naar populaire sociale netwerksites, ook bedrijven maken er meer en meer gebruik van. 53% van de Nederlandse bedrijven maakt gebruik van Facebook, 45% heeft een Twitter account, 42% is aanwezig op LinkedIn en 22% gebruikt YouTube. Deze cijfers zijn heel gelijklopend met die van de buurlanden. Gemiddeld genomen loopt Nederland vooruit op de rest. Amerikaanse bedrijven staan nog verder in hun gebruik van sociale media.

Hoog gebruik lage integratie sociale media

Het onderzoek bewijst dat bedrijven het belangrijk vinden om aanwezig te zijn op sociale netwerk sites. Dit betekent echter niet dat het altijd op een doordachte manier gebeurt. Slechts 15% van de bedrijven integreert zijn sociale media aanpak in de totale bedrijfsstrategie. 17% van de bedrijven is bezig met de integratie. 46% is momenteel aan het experimenteren of zet hun allereerste stappen op het sociale web. 23% van de Nederlandse bedrijven doet helemaal niets op sociale media. Ook op het vlak van de integratie van sociale media loopt Nederland voor op de buurlanden. “Heel veel bedrijven voelen de externe druk om aanwezig te zijn op sociale media. Dit leidt jammer genoeg té vaak tot bedrijfspagina’s waar niets te beleven valt. Zo creëren ze enthousiasme bij hun klanten dat uiteindelijk omdraait in een ontgoocheling.”, stelt Prof Steven Van Belleghem, partner bij het onderzoeksbureau InSites Consulting.

33% luistert naar conversaties tussen consumenten op sociale media

Vier op de tien Nederlandse bedrijven luisteren naar wat consumenten over hen vertellen op sociale netwerksites. “Sociale media maken de conversaties tussen consumenten heel transparant. Voor het eerst is het als bedrijf vrij gemakkelijk om te ontdekken wat mensen over je producten en diensten vertellen. Een steeds grotere groep heeft (terecht) sterke interesse in deze real-time feedback van de markt.”, aldus Van Belleghem.

Het beantwoorden van vragen via sociale media zit wel heel sterk in de lift. 66% van de bedrijven geeft aan dat ze vragen of klachten die via sociale media binnenkomen ook steeds behandelen. Slechts 26% van de bedrijven uit dit onderzoek praat mee met consumenten.



Er ontstaat een digitale kloof in de bedrijfswereld

De kans is reëel dat er vrij snel een digitale kloof zal ontstaan in de bedrijfswereld. Dit onderzoek bewijst immers dat bedrijven die vandaag al veel investeren in de nieuwe media, dat in de toekomst nog meer zullen doen. Bedrijven die vandaag nog niet veel investeren, hebben ook geen plannen in die richting. "Niettegenstaande de duidelijke digitale evolutie aan kantenzijde zijn er nog steeds bedrijven die er niet van overtuigd zijn dat ook zij de evolutie moeten volgen. De kans bestaat dat deze bedrijven op vrij korte termijn een belangrijke doelgroep zullen mislopen.", concludeert Van Belleghem.

Over het onderzoek:

Deze conclusies komen uit een onderzoek van InSites Consulting in samenwerking met sample- en datacollectie partner SSI en vertaalbureau No Problem!. In totaal werden 1.222 top managers geïnterviewd van bedrijven (+20fte) in de Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Nederland, België, Duitsland en Frankrijk. <http://www.slideshare.net/stevenvanbelleghem/the-4cs-of-the-conversation-company>

Contactpersoon voor interviews en/of extra informatie:

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)



Over InSites Consulting:

InSites Consulting werd in 1997 opgericht, en hoewel het een marktonderzoeksbureau is, hadden de oprichters nooit echt de ambitie marktonderzoekers te zijn. InSites Consulting is in feite een gekke mengeling van academische visionairs, gepassioneerde marketeers en innoverende onderzoekers, die vastberaden zijn om de status-quo van het marktonderzoek aan te pakken.

In de voorbije 10 jaar is het bedrijf jaarlijks een verbazingwekkende 35% gegroeid. Vandaag zijn ze met meer dan 130 medewerkers in 5 kantoren (België, Nederland, Verenigd Koninkrijk, Roemenië en VS); hun energie halen ze uit het bijstaan van wereldmerken in de verbetering van hun marketing en in het aanhalen van de relaties met consumenten overal ter wereld. Het werk van InSites Consulting werd al bekroond met niet minder dan 15 internationale awards.

Het recept voor succes: een voortdurend enthousiasme, veel hard werk, een cultuur waarin gedeeld wordt, en een permanente innovatie van onderzoeksmethodes en leidinggevende marketingideeën. En last but not least: de klanten elke dag opnieuw positief verrassen.

Meer info: www.insites-consulting.com - Twitter: [@InSites](https://twitter.com/InSites)



InSites Consulting