



4,3 miljoen Belgen gebruikt Facebook

Kernconclusies:

- Facebook, Google+, LinkedIn & Twitter zijn het populairst
- Snelle adoptie van mobiel internet zorgt voor verdere stijging gebruik sociale media.
- De rijzende sterren zijn Pinterest en Instagram. Consumenten willen liefst geen nieuw sociaal netwerk opstarten, tenzij het een unieke functie heeft. Heel wat mensen willen Pinterest en Instagram in de toekomst gebruiken.
- De helft van de consumenten volgt minstens één merk. Gemiddeld volgt men 11 merken passief en 7 actief.
- 8 consumenten op 10 wil graag bedrijven helpen om bestaande producten beter te maken. De consument wil graag meewerken aan co-creatie, bedrijven grijpen deze kans nog onvoldoende.

Facebook, Google+, LinkedIn en Twitter zijn het populairst

Het gebruik van sociale media blijft over de hele wereld verder toenemen. Van de Belgische internetgebruikers maakt momenteel 7 van de 10 gebruik van sociale media. Facebook blijft veruit de populairste site (6 op 10 is actief op Facebook), gevolgd door LinkedIn (19 %), Google+ (18 %) en Twitter (12 %).

Het onderzoek van InSites Consulting toont aan dat het gebruik van sociale media gestimuleerd wordt door het stijgende gebruik van het aantal smartphones in de wereld. Consumenten met een smartphone maken intensiever gebruik van sociale netwerksites dan mensen zonder een mobiele internetconnectie. Mensen met een smartphone staan bovendien meer open om te converseren met merken.

Smartphones zorgen voor verdere groei sociale media

28 % van de Belgische surfers beschikt over een smartphone, slechts de helft beschikt over een internetabonnement op hun toestel. 11 % beschikt over een tablet. België loopt echter achter op het gebruik van smartphones en mobiel internet. De toename van het aantal smartphones en tablets zorgt voor een stijging in het gebruik van sociale media. 62 % van de smartphonegebruikers gebruikt dagelijks sociale media, dit is 58 % bij mensen zonder smartphone. Verder zijn de sociale media-applicaties heel populair.

"Onze studie toont duidelijk het belang van mobiel internet. Consumenten gebruiken hun smartphone voor entertainment, maar ook voor heel wat praktische online toepassingen. Applicaties om het weer in het oog te houden of navigatie-applicaties zijn heel populair. De snelle evolutie op mobiel vlak brengt het gebruik van sociale media opnieuw in een stroomversnelling", aldus Prof. Steven Van Belleghem.

Pinterest en Instagram zijn de sterren van de toekomst

De studie van InSites Consulting bevestigt de populariteit van de drie grote sociale netwerksites. Niet enkel in België, maar zo goed als over de hele wereld scoren Facebook, Twitter en LinkedIn nog steeds het beste. Het wordt bovendien moeilijk voor nieuwe sociale netwerksites om snel het succes van deze drie te evenaren.

Het onderzoek leert dat een gemiddelde consument lid is van twee sociale netwerksites. Meestal is dat Facebook en een andere site. Bovendien is 95 % van deze gebruikers niet van plan om af te haken en wil 60 % ook geen nieuwe account aanmaken. De studie heeft echter twee uitzonderingen gevonden: Pinterest en Instagram. 10 % van de Amerikaanse surfers gebruikt Pinterest en 7 % Instagram; in België is dit voor beide sites slechts 1 %. Beide sites hebben wereldwijd het grootste groeipotentieel. Een grote groep mensen overweegt om in de toekomst deze sites te gebruiken.



"De consument is duidelijk tevreden over het huidige aanbod van sociale netwerksites. Het is slechts een kleine groep consumenten die steeds weer iets nieuws wil. De overgrote meerderheid wil een status quo. Enkel sites die iets nieuw kunnen brengen, roepen interesse op. Dat verklaart het succes en potentieel van Instagram en Pinterest. Beide sites bieden iets wat noch Facebook, Twitter of LinkedIn hebben, vandaar de interesse van consumenten," aldus Professor Van Belleghem.

Consumenten willen bedrijven graag helpen op sociale media

Een opvallende conclusie in dit onderzoek is de grote openheid van consumenten om bedrijven te helpen. De helft (47 %) van de Europese gebruikers van sociale netwerken volgt minstens één merk. Gemiddeld volgt men 11 merken op een passieve manier en 6 merken op een interactieve manier. Consumenten verwachten van deze merken dat ze in de eerste plaats informatie bieden over hun producten, leuke promoties lanceren en de consument betrekken om producten te verbeteren. 84 % van de sociale netwerkers wil graag een merk helpen en advies geven. Het liefst wil men helpen om de bestaande producten of diensten te verbeteren. Sommigen hebben zelfs zin om mee te denken over de producten van de toekomst.

"Veel bedrijven laten een grote opportuiniteit liggen. De meesten denken enkel na over het aantal fans en 'likes', maar niet over co-creatie met klanten. Sociale netwerken bieden het unieke platform om consumenten te betrekken bij de strategie van een bedrijf. Consumenten willen en kunnen daar waarde bieden, jammer genoeg zien de meeste bedrijven deze kansen nog niet," besluit Prof. Van Belleghem, partner van InSites Consulting.

Over het onderzoek:

Deze resultaten zijn afkomstig van een wereldwijde studie uitgevoerd door InSites Consulting, data sampling bedrijf SSI en vertaalbureau No Problem. Er hebben 7827 respondenten uit 19 landen meegewerkt aan dit onderzoek. Dat zijn gemiddeld 400 respondenten per land. De resultaten zijn representatief voor de internetpopulatie in de deelnemende landen. Voor meer details over de methodologie kan je ons altijd mailen of bellen, we geven graag meer gedetailleerdere informatie.

Het volledige onderzoeksrapport is online beschikbaar:

<http://www.slideshare.net/InSitesConsulting/social-media-around-the-world-2012-by-insites-consulting>

Contact voor interviews en/of extra informatie:

Anke Moerdyck
Marketing 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)



Steven Van Belleghem
T: +32 497 473 444
E: Steven@VanBelleghem.biz
Twitter: [@StevenVBE](https://twitter.com/StevenVBE)





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, het Verenigd Koninkrijk, Roemenië en de Verenigde Staten); 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)

Over SSI:

SSI (www.surveysampling.com) is wereldwijd de toonaangevende leverancier van sampling, dataverzameling en oplossingen voor data-analyse voor survey onderzoek. We bereiken respondenten in 72 landen via een volledig scala aan methodes zoals online, vaste telefoon, mobiel/draadloos en mixed-mode. SSI biedt daarnaast advies bij het opstellen van de vragenlijst en verzorgt programmering, hosting, data oplevering en real-time rapportage. Meer dan 3.000 klanten wereldwijd - waaronder de top 50 marktonderzoeksbureaus - vertrouwen hun sampling- en dataverzameling toe aan SSI. Deze klanten worden bediend vanuit 27 kantoren verspreid over de hele wereld.



InSites Consulting