



01-03-2010

Consumenten gaan conversatie aan met merken

60% van de online Belgen is lid van Facebook. Meer dan de helft van de Belgische internetgebruikers beschrijft wel eens positieve of negatieve ervaringen met merken of bedrijven op sociale netwerksites. Bovendien zijn ze ook benieuwd naar de reacties van bedrijven op hun feedback. Consumenten willen met andere woorden een continue relatie opbouwen met merken waarin ze interesse hebben. Dit is de kernconclusie uit een recent onderzoek van InSites Consulting onder 1700 respondenten.

Sociale media als brug tussen consument en merk

32% van de leden van sociale netwerken linkt zich spontaan aan merken. Meer dan de helft van de respondenten beschrijft wel eens positieve of negatieve ervaringen met merken of bedrijven op sociale netwerksites. Bovendien toont het onderzoek van InSites Consulting aan dat 88% van alle consumenten veel geloof hecht aan de feedback van andere consumenten bij het nemen van belangrijke beslissingen.

"De helft van de consumenten schrijft ervaringen over merken online, maar zowat iedereen leest deze ervaringen en stemt er beslissingen op af. De impact hiervan voor merken is fenomenaal.", aldus Steven Van Belleghem, Managing Partner van InSites Consulting. "Jammer genoeg zijn er nog te weinig bedrijven die hun marketing- en communicatiestrategie afstemmen op deze trend bij consumenten. De opportuniteit om de relatie met consumenten te verbeteren, ligt nochtans voor het grijpen."

Consumenten staan open voor communicatie van merken op sociale media

Vier op tien gebruikers vindt communicatie van merken op sociale media geloofwaardig. Als merken op een eerlijke en open manier met consumenten praten via sociale media, wordt dit gewaardeerd. De geloofwaardigheid is nog hoger als de informatie over merken geschreven wordt door een andere consument.

Opvallende conclusie uit dit onderzoek van InSites Consulting is dat de landen met de grootste historiek inzake internetgebruik (West-Europa, Australië en Amerika) het minst vertrouwen hebben in uitspraken van merken op sociale media, slechts één op drie hecht er belang aan. In Oost-Europa, Zuid-Amerika en Azië vindt meer dan de helft van de gebruikers de informatie van merken geloofwaardig.

"Als merk kan je zelf praten met je fans via online netwerken, maar het is nog krachtiger als je erin slaagt consumenten over je merk te laten praten. Het vergt als merk een structurele verandering in communicatiefilosofie om hierop in te spelen en consumenten te kunnen activeren.", aldus Steven Van Belleghem.

3.500.000 Facebook gebruikers in België

We bevinden ons momenteel in een revolutie op vlak van conversatiegedrag tussen consumenten. Meer en meer mensen gebruiken sociale netwerken als onderdeel van hun routine om met hun vrienden te converseren. Uit de studie van InSites Consulting blijkt dat 60% van de online Belgen, lid is van Facebook. Eén derde verstuurt wekelijks persoonlijke berichten naar vrienden, 29% bekijkt foto's van vrienden en bij 30% van de gebruikers neemt het Facebook gebruik nog steeds toe.

Marketers willen wel, maar doen het niet

De Belgische marketeer is zich bewust van deze trend aan consumentenzijde. 58% van onze marketeers staat open om conversaties tussen consumenten te volgen. 42% is zelfs sterk geïnteresseerd om mee te praten in deze conversaties. De openheid is er duidelijk, maar de actie

Persbericht - 01-03-2010

ontbreekt. Deze conclusie komt uit een studie die InSites Consulting in samenwerking met The House of Marketing uitvoerde bij 500 Belgische marketeers.

Slechts 14% van de marketeers volgt de conversaties van consumenten. Eén op tien participeert in online conversaties. De overgrote meerderheid (70%) doet echter niets met de conversaties tussen consumenten.

Dit zijn onderzoeksresultaten uit het MC DC-rapport (Marketers & Consumers, Digital & Connected), dat werd gevoerd in 16 Europese landen. Het MC DC-rapport is gebaseerd op kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksresultaten, aangevuld met secundaire bronnen, expertise en cases. Op kwantitatief vlak werd er, in samenwerking met IAB Europe, een online enquête gevoerd bij 32.000 internetgebruikers (15+) in 16 landen. Verder werden er ook onderzoeksresultaten gebruikt uit de Sociale Media Studie van InSites Consulting en de Yearly Marketing Survey opgezet door InSites Consulting en The House of Marketing.

Het boek De Conversation Manager van Steven Van Belleghem gaat dieper in deze online en offline conversaties over merken. In De Conversation Manager legt Steven Van Belleghem uit hoe bedrijven kunnen inspelen op de nieuwe trends binnen de sociale media. Meer informatie op www.deconversationmanager.eu. Op dinsdag 2 maart 2010 organiseert InSites Consulting de officiële boekvoorstelling van De Conversation Manager, meer dan 500 marketeers registreerden zich reeds voor dit event.



Contact:
Steven Van Belleghem
Managing Partner
Steven.vanbelleghem@insites.eu
T +32 9 269 16 07 | M +32 497 473 444

InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via de online community TalkToChange, bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. InSites Consulting telt meer dan 70 hooggeschoolde en ervaren medewerkers met kantoren in Gent, Rotterdam, Londen en Genève. InSites Consulting staat voor passion, openness, dedication & forward thinking. Meer informatie op onze site www.insites.eu en onze blog <http://blog.insites.be>.