

Hoe beleven en waarderen consumenten merkcommunicatie op social media?

30-03-2016 08:19

Het SWOCC socialmediabelevingsonderzoek laat zien hoe consumenten verschillende social media en merkcommunicatie op die social media waarderen en beleven. Het biedt daarmee handvatten voor een kwalitatieve planning van media-inzet.

Er bestaat veel waardevol onderzoek over en inzicht in hoe merken social media inzetten. Ook zijn er meerdere studies over de populariteit van social media onder consumenten (gebruikscijfers). Onderzoek naar hoe consumenten social media en de merkcommunicatie op de diverse social media beleven, ontbrak tot nu toe. Beleving is de emotionele, gevoelsmatige ervaring die consumenten hebben als zij een medium gebruiken. Dat kunnen positieve en negatieve ervaringen zijn. In het onderzoek worden de social media ook vergeleken met traditionele media.

Opmerken, beleven en waarderen

In het SWOCC socialmediabelevingsonderzoek – uitgevoerd door Hilde Voorveld – staan acht social media centraal: Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest en Snapchat. In totaal hebben 1.346 consumenten meegedaan aan het onderzoek, waarvoor TNS NIPO de data verzamelde. Een aantal interessante uitkomsten uit het rapport:

Elk socialmediaplatform wordt op unieke wijze beleefd. Er is niet één winnaar: ieder platform overtreft andere platformen op minstens één belevingsdimensie.

Niet alle social media worden even social beleefd:

- Vooral Facebook, Instagram en Snapchat worden gebruikt voor sociale interactie, maar YouTube en Pinterest bijvoorbeeld helemaal niet en Twitter ook nauwelijks.
- Tussen social media zijn er duidelijke verschillen in de hoeveelheid merkcommunicatie die door consumenten wordt opgemerkt: Facebook en Twitter scoren relatief hoog, Snapchat en Pinterest relatief laag.
- Consumenten accepteren merkcommunicatie op social media. Ze vinden merkcommunicatie over het algemeen best relevant en leuk. Het minst positief zijn ze over merkcommunicatie op YouTube en Facebook, het meest positief over merkcommunicatie op Google+.

Alle uitkomsten staan in het door SWOCC uitgegeven rapport.

[Download het rapport: SWOCC socialmediabelevingsonderzoek.](#)