EURO ARGUS
INSITES ea
20577

auxipress
Media Monitoring & Analyses

De Standaard
02.03.2010 Circulation: 102280 20c6af
Page: E3 135

'Merken moeten het gesprek aangaan'

Bedrijven stemmen hun marketingstrategie nog te weinig af op wat surfers over hen zeggen.

BRUSSEL | Zestig procent van de Belgische internetgebruikers — dat zijn 3,5 miljoen mensen — is lid van Facebook. Sociale netwerken zoals Facebook worden meer en meer 'routine' om met vrienden te converseren. Veel surfers 'praten' daar dan ook wel eens over hun ervaringen met merken, of die nu positief of negatief zijn. Dat blijkt uit een onderzoek van InSites Consulting waaraan 1.700 mensen deelnamen.

De impact van de ervaringen die mensen online zetten, is fenomenaal voor die merken, zegt Steven Van Belleghem, managing partner van InsitesConsulting. Hij schreef onlangs een boek, *De Conversation Manager*, over de manier waarop bedrijven kunnen inspelen op die 'conversaties' tussen consumenten.

Bedrijven kunnen namelijk deelnemen aan die gesprekken. Onderzoek toont aan dat veel consumenten ook wel openstaan voor zo'n dialoog, als die op een open en eerlijke manier gebeurt, zegt InSites Consulting.

Bedrijven zijn zich zeker bewust van het toenemende belang van sociale netwerken. 58 procent van de marketeers staat ervoor open om de conversaties tussen consumenten op sociale netwerken te volgen, blijkt uit een andere studie die InSites uitvoerde in samenwerking met The House of Marketing. En 42 procent van hen is sterk geïnteresseerd om aan die gesprekken deel te nemen.

Het is dan ook opmerkelijk dat slechts heel weinig bedrijven dat ook daadwerkelijk doen. Amper 14 procent van de marketeers volgt de gesprekken tussen consumenten op sociale netwerksites en maar één op de tien neemt er ook aan deel. De overgrote meerderheid, 70 procent, doet er totaal niets mee. (kdr)

ONLINE
www.deconversationmanager.eu


voor financiële kennis

©AuxiPress s.a./n.v.