



07-07-2010

Netlog gebruikers connecteren meer met merken dan Facebook gebruikers

Consumenten linken zich graag met merken op sociale netwerken. Gemiddeld is één op de drie gebruikers fan van minstens één merk. Het is echter opvallend dat de leden van Netlog, een sociale netwerksite met hoofdkantoor in België, een pak actiever de relatie met merken opzoeken dan de Facebook gebruiker. Dit blijkt uit een studie van InSites Consulting over het gebruik van sociale media.

17% van de Netlog leden wordt wekelijks fan

Eén op drie van de gebruikers van sociale netwerken zijn fan van een merk. De frequentie van fan worden, ligt bij Netlog gebruikers een pak hoger. Zo wordt 17% van de Netlog gebruikers minstens wekelijks fan van een product, dienst of merk. Onder Facebook leden is dit slechts 7%.

"De motivatie om lid te worden van de verschillende sociale netwerksites is verschillend. Mensen die zich inschrijven op Facebook, doen dit vooral omwille van het grote netwerk aan vrienden. De Netlog gebruiker wil uiteraard ook connecteren met vrienden, maar heeft daarnaast een grotere interesse in de conversatie op topic niveau. Ze connecteren makkelijker met nieuwe vrienden op basis van gemeenschappelijke interesses: topics als muziek, video's, games, festivals, tot de nieuwste anti-roken campagne zorgen voor nieuwe discussies en zo ook nieuwe vrienden op Netlog. Praten met gelijkgezinden over merken en producten, gaande van artiesten, festivals tot commerciële merken zoals Coca-Cola, boeit hen duidelijk meer dan de Facebook gebruiker." aldus Steven Van Belleghem van InSites Consulting.

Digitale identiteit

Netlog gebruikers zijn zich veel meer bewust van hun digitale identiteit: 15% past zijn/haar profielfoto wekelijks aan, vergeleken met enkel 3% van de Facebook gebruikers.

Volgens Boris Bogaert (Director Business Development) van Netlog is dit een logisch gevolg van het feit dat jongeren tussen 12 en 24 jaar in het echte leven zich proberen te differentiëren van hun vrienden/vriendinnen. "Een identiteitscrisis dringt zich op. Een eerste stap, en meer laagdrempelig, is om zich online te gaan positioneren, zich online linken met muziekbands, festivals, merken die in hun ogen cool zijn. De online aanwezigheid van aspirationale merken vergemakkelijkt zo de zoektocht voor jongeren naar hun digitale identiteit." aldus Boris Bogaert.

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in januari 2010. In dit marktonderzoek werd het gebruik van en de attitude tov sociale netwerken in kaart gebracht. In totaal hebben 2.884 consumenten deelgenomen aan dit online onderzoek, verdeeld over 14 landen met name, België, Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland, Spanje, Italië, Portugal, Brazilië, de Verenigde Staten, Australië, Roemenië, Rusland & China. De cijfers zijn representatief voor de internetpopulatie van elk land, en dit naar leeftijd (18-55) en geslacht. Het volledige rapport is ook beschikbaar via SlideShare (<http://www.slideshare.net/stevenvanbelleghem/social-networks-around-the-world-2010>).

Persbericht - 07-07-2010



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

InSites Consulting

InSites Consulting is een snel groeiend, wereldwijd online marktonderzoeksbureau. Wij bieden uitgebreide oplossingen en geven advies aan toonaangevende merken in bijna alle sectoren. Onze opdracht is om de traditionele knowhow op het vlak van marketing & onderzoek in vraag te stellen door ons denken en handelen te concentreren op communicatie en storytelling. Via ForwaR&D Lab blijven we onze concurrenten steeds een stapje voor door samen met klanten, leveranciers, academici, consumenten en professionele organisaties de allernieuwste onderzoekoplossingen te creëren. De voorbije 2 jaar hebben we niet minder dan 10 prijzen in de wacht kunnen slepen van verschillende internationaal gerespecteerde organisaties zoals AMA, ARF, ESOMAR, MRS, MOA, SPSS, AMMA en Econsultancy. We geloven niet in 'uniforme' oplossingen, maar benadrukken de noodzaak voor een individuele aanpak en overleg om marketinguitdagingen aan te gaan. Wij zijn volledig onafhankelijk en staan voor flexibiliteit en een langetermijnvisie. Ons hoofdkantoor is gevestigd in België, en we hebben ook kantoren in de UK, Frankrijk, Nederland en Zwitserland. Meer informatie op onze site www.insites.eu en onze blog <http://blog.insites.be>.

