



01-10-2009

Internet wordt mobieler en nuttiger

InSites Consulting lanceert MC DC “Marketers & Consumers, Digital & Connected”, in samenwerking met IAB Europe. De voornaamste conclusie is dat marketers zich zullen moeten aanpassen aan de nieuwe mogelijkheden die het internet en andere digitale media bieden aan consumenten, indien zij willen tegemoet komen aan de verwachtingen van de hedendaagse consument. Enkele evoluties zijn ondermeer de verschuiving naar meer mobiel surfen op internet, thuis en onderweg. Naast fun moet het internet ook nuttig zijn voor de surfer. Dit zijn enkele resultaten uit het MC DC rapport, uitgevoerd in 16 Europese landen.

MC DC, digitale media inzetten in een veranderd marketing landschap

‘Er zijn veel marktonderzoeksrapporten en artikelen beschikbaar met adoptiecijfers over digitale media’, zegt Gianni Cooreman, Director Digital Media bij InSites Consulting. ‘Bijvoorbeeld het aantal mensen op sociale netwerken, welke activiteiten online gebeuren, hoe mobiele telefoons worden gebruikt...’

Maar weinig rapporten gaan verder dan deze cijfers. Het is een feit dat consumenten leven en interageren met andere mensen en merken in de virtuele wereld. Marketeers blijven vaak gissen naar de antwoorden op vitale vragen zoals: hoe kan ik sociale netwerken gebruiken om mijn merk te versterken? Hoe kunnen consumenten co-creëren via digitale kanalen? Hoe krijg ik als een merk de goedkeuring om hun virtuele wereld binnen te treden? Hoe integreer ik mobiele en location based services in mijn marketing mix? ... Om hierop een antwoord te bieden lanceren we MC DC ‘Marketers & Consumers, Digital & Connected’.

Internet wordt mobiel

Sinds een paar jaar is er een verschuiving van desktop computers naar laptops en recent ook netbooks. Surfers willen meer mobiel worden. 1 op 2 van de Europese surfers heeft ook een Wi-Fi internetverbinding thuis. Naast thuis, is er een stijgend aantal surfers die onderweg ook internet gebruikt. 1 op 4 heeft al een hotspot op een publieke locatie gebruikt voor het surfen via de laptop. 18% surft al via het mobiele netwerk van zijn/haar GSM op internet. 13% heeft een dataplan voor het consulteren van internet via hun GSM of smartphone.

‘Door het stijgend succes van de smartphone zal dit mobiel worden van internet nog stijgen’, zegt Gianni Cooreman, Director Digital Media bij InSites Consulting. ‘De smartphone heeft nu al een adoptie van 14%. We zien wel dat smartphones en mobiel internet nu nog het populairst zijn bij mannen tussen 25-44 jaar met hogere inkomens.’

Naast fun, ook nuttig zijn

‘Nuttigheid’ van het internet betekent dat de surfer probeert maximaal een persoonlijke behoefte in te vullen. Bijna 8 op 10 Europese internetgebruikers zeggen dat het internet voor hen nuttiger is geworden in vergelijking met een paar jaar terug. E-mail, online banking en online fotoalbums blijven vaste waarden op het internet. Maar ook hier gaan ze er anders mee om als vroeger. Door het stijgend volume e-mailverkeer, wordt e-mail nu minder gebruikt voor het doorsturen van grapjes, filmpjes, foto's of kettingsbrieven.

Surfers ontdekken applicaties en diensten die voor hen interessant en nuttig zijn. Meer en meer winnen “cloud computing applicaties” (allerhande online toepassingen en diensten) aan belang op het internet. Zo gebruikt 1 op 10 internetgebruikers al regelmatig online kalenders om hun afspraken te beheren of het bewaren van persoonlijke data op een online back-updienst.

Uitdaging voor de marketer: nuttige applicaties voor hun doelgroep

Deze nood aan nuttigheid bij de consument en het bewust zijn ervan creëert ook nieuwe uitdagingen voor de marketer.

‘De marketer die beseft dat zijn doelgroep op zoek is naar nuttige en relevante toepassingen op het internet of in andere digitale media kan hier ook op inspelen’, zegt Gianni Cooreman, Director Digital Media bij InSites Consulting. ‘Door op een creatieve manier hiermee om te gaan en in

Persbericht - 01-10-2009

interactie te treden met zijn/haar doelgroep, kan de marketer inspelen op een reële behoefte, waardoor de connectie tussen de consument en het merk ook sterker wordt.'

17 uitdagingen voor marketers op het gebied van digitale media

De internet adoptiecijfers en 'utility of the internet' zijn 2 topics uit het MC DC rapport. Op basis van gesprekken met marketers zijn 17 topics gedefinieerd. Deze topics behandelen uitdagingen waar merken, marketers en bedrijven vandaag mee geconfronteerd worden wanneer ze de digitale wereld van de consument betreden.

Voorbeelden van andere topics zijn:

- Emancipated consumers: from shouting to building.
- Interactive content on the move: the mobile future.
- Building future proof brands: social influence marketing.
- Enforcing customer loyalty through digital media.
- Co-created product innovations leading to better brand experiences.

Een volledige lijst van topics en hun detailinhoud vindt u op www.insites.eu/mcdc.

MC DC rapport: onderzoeksopzet en verkoopinfo

Het MC DC rapport is gebaseerd op resultaten uit kwantitatief en kwalitatief onderzoek, aangevuld met secundaire bronnen, expertise en cases. Kwalitatief wordt er, in samenwerking met IAB Europe, een online survey uitgevoerd onder 32.000 internetgebruikers (15+) in 16 landen. Kwalitatief loop ter gedurende 6 weken een bulletin board bij 200 Europese digitale media gebruikers. Een bulletin board is een online kwalitatieve onderzoeksmethode die ons toelaat om rijke inzichten te verwerven via discussies met meerdere deelnemers over een langere periode. Alle onderzoeksdata werd verzameld in juni en juli 2009.

Het onderzoek is opgezet in 16 landen, via de partnership met IAB Europe: België, Nederland, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Italië, Spanje, Griekenland, Denemarken, Noorwegen, Zweden, Finland, Zwitserland, Polen, Roemenië en Hongarije.

Het MC DC rapport kost 4.000 Euro, inclusief een digitale versie (PDF) van het rapport en toegang tot alle onderzoeksdata via onze online rapporteringsoftware. Het rapport is ter beschikking vanaf 15 september 2009. Een selectie van de onderzoeksdata is online ter beschikking via een gratis LINK account. Registreren kan op www.insites.eu/mcdc.



Contact:
Gianni Cooreman
Director Digital Media InSites Consulting
Gianni.cooreman@insites.eu
T +32 9 269 16 01 | M +32 494 521 776

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 een 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 75 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>