

Merken trekken massaal naar social media.

Maar benutten de mogelijkheden niet.

Hotlinks:

[Website Social Embassy \(http://www.socialembassy.nl\)](http://www.socialembassy.nl)

[Website Media Embassy \(http://www.mediaembassy.nl\)](http://www.mediaembassy.nl)

Hilversum, 19 oktober 2009 – Sinds de eerste editie van de Social Media Monitor, is de aanwezigheid van de Nederlandse Top 100 merken in het afgelopen half jaar sterk toegenomen. Met name Twitter is populair geworden en wordt door tweederde van de merken die aanwezig zijn in sociale media ingezet. Maar hoewel minder dan de helft van de merken inmiddels aanwezig is op diverse social media sites, worden deze door de meeste merken nog niet actief ingezet als onderdeel van hun marketing- en communicatie-inspanningen.

Het onderzoek wordt ieder half jaar uitgevoerd door Social Embassy. In de tweede editie zijn de aanwezigheid en activiteit van merken op Hyves, Twitter, Facebook, Netlog, LinkedIn en een eigen weblog onderzocht.

In de eerste editie van de Social Media Monitor was slechts 14 procent van de Top 100 merken aanwezig in sociale media. Dit percentage is in een half jaar toegenomen tot 35 procent. Opvallend daarbij is de sterke toename in de inzet van de microblogging site Twitter, welke door tweederde van de merken worden ingezet. Het Nederlandse vriendennetwerk Hyves wordt na Twitter met 46 procent het meest ingezet, terwijl het internationaal snelgroeiende Facebook door 17 procent van de merken wordt ingezet.

Wanneer gekeken wordt naar de merken die wel aanwezig zijn op Hyves, LinkedIn, Facebook, Netlog, Twitter en of een eigen weblog hebben, dan

kan worden geconcludeerd dat er betrekkelijk weinig mee wordt gedaan. Zo wordt er door de meeste merken niet actief redactie gevoerd, gereageerd of een aanzet gedaan tot een dialoog met bezoekers.

“Het is duidelijk dat social media sterk leeft onder merken” , aldus Niels van der Velden, Social Media Strategeg bij Social Embassy. Social Embassy is onderdeel van Media Embassy en ondersteunt bedrijven bij de opzet en implementatie van social media. “Tegelijkertijd worstelen merken duidelijk met de praktische uitvoering en organisatie van social media marketing binnen hun bedrijfsactiviteiten.”

De tweede editie van de Social Media Monitor kan 19 oktober vanaf 17:00 worden gedownload op www.socialmediamonitor.nl

* Bron: Nielsen

Voor meer informatie:

Media Embassy
Steven Jongeneel
Tel. 035 677 5290
eMail: [steven\(at\)mediaembassy.nl](mailto:steven(at)mediaembassy.nl)
Twitter: <http://twitter.com/stevenjongeneel>

Social Embassy
Niels van der Velden
035 677 5339
eMail: [niels\(at\)socialembassy.nl](mailto:niels(at)socialembassy.nl)
Twitter: <http://twitter.com/nielsvdv>

Over Media Embassy

Media Embassy is gespecialiseerd in digitale marketing en heeft als missie om merken succesvol te maken op internet door de inzet van vernieuwende strategie, concepten en business modellen.

Over Social Embassy

Social Embassy is onderdeel van Media Embassy en adviseert en ondersteunt bedrijven bij de opzet en implementatie van social media marketing.