

# De toekomst van sociale media

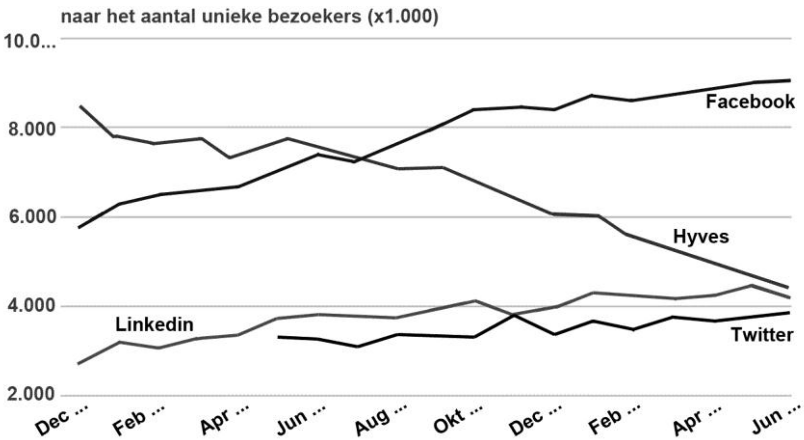
Door: Ludo Raedts

*Het schetsen van een beeld van de toekomst van sociale media begint en eindigt eigenlijk bij het beschrijven van de huidige situatie. De vraag naar de toekomst is dan vooral: welke trends zetten door en wat sterft een zachte dood?*

## Trends

Kijkend naar de ontwikkeling van de grootste sociale netwerken in Nederland dan zien we iets dat iedereen weet: Facebook is groot, Hyves daalt. Op dit moment beschouwt iedereen dit als een gegeven maar een kleine twee jaar geleden zag de wereld er nog heel anders uit en waren er maar weinig mensen die voorspelden dat Nederland (zelfs de premier zit op Hyves) Hyves in zou ruilen voor het commerciële, Amerikaanse Facebook.

Het kan dus snel veranderen.



**Figuur 21:** marktaandeelen sociale netwerken. Bron: Comscore via Marketingfacts

Maar de reden van deze verandering is misschien wel de belangrijkste oorzaak van de groei van sociale media an sich: Facebook heeft het heel eenvoudig gemaakt om content te delen door de introductie van de “Like” button die je tegenwoordig op iedere site vindt, en dat is waar media om gaan: om het delen.

## **Mobiel**

Een belangrijke drijfveer van de stijging van het gebruik van sociale media is de groeiende penetratie van mobiel internet. Een mening is direct gedeeld via Twitter. Een foto is snel on-line geplaatst via Instagram en een klacht kan je via Facebook direct plaatsen op de pagina van een bedrijf.

## **Peer-trust**

Daarnaast is er nog een belangrijke factor die de komende tijd bepalend zal zijn in alle ontwikkelingen op het gebied van sociale media: mensen worden overspoeld door meningen, reclames, onderzoeken en aanbevelingen. Om in dit woud van informatie goede keuzes te kunnen maken vallen ze terug op de aanbevelingen van vrienden en bekenden, of in ieder geval van gelijk gestemden. Deze “peer-trust” wordt steeds belangrijker en dit in combinatie met de toenemende eenvoud van het delen van informatie veranderen de rol van de consument.

Voor bedrijven en organisaties als gemeenten ontstaat dan ook de uitdaging om de klanten, leden of inwoners “in te zetten” om informatie te delen of zelfs om vragen van anderen te beantwoorden. Dit gebeurt al veel op fora rondom met name technische producten waarbij consumenten zelf de functie van (dure en inefficiënte) helpdesks overnemen.

Dit gebeurt echter niet vanzelf, dergelijke processen vragen vaak om aanmoediging, begeleiding en om een zetje om de gesprekken op gang te helpen. Een toenemend aantal bedrijven post bijvoorbeeld ideeën of foto's van prototypes van producten op Facebook om de achterban vervolgens te vragen naar gewenste eigenschappen.

In het geval van overheden zien we dit meer terug in de rol van “crowd sourcing” – een techniek waarbij inwoners of klanten zelf ideeën kunnen deponeren, daar op kunnen reageren en daar op kunnen stemmen en zo met elkaar richting kunnen bepalen. Door het inzetten van deze techniek zijn al veel nieuwe producten en ideeën ontstaan.

Naast het inzetten van sociale media om ideeën te generen is het het antwoord op de kloof tussen overheid en burger. Twitterende burgemeesters, ministers, raadsleden: het lijkt mode maar het is een geweldige stap om inzicht te geven in wat ze doen, waarom ze het doen en het geeft de kans om directe interactie aan te gaan met de achterban.

Het geheim hierbij is dat sociale media persoonlijk gebruikt moeten worden door de functionarissen waarbij dialoog centraal moet staan.

## **Toekomst**

Tot nu toe is dit hoofdstuk beschrijvend en de vraag is hoe dit zich naar de toekomst zal ontwikkelen.

Welke technieken in de toekomst leidend zullen zijn weet niemand. Zo is Pinterest (een dienst om afbeeldingen van bestaande sites te “pinnen” en te delen) praktisch uit het niets opgekomen. Organisaties die in contact willen (blijven) staan met hun achterban zullen zich snel moeten kunnen aanpassen: op het moment dat een nieuwe dienst (als Pinterest) opkomt moet daar snel op ingespeeld kunnen worden, op het moment dat een dienst minder publiek trekt moet daar eenvoudig afscheid van genomen kunnen worden.

Daarbij moeten “ouderwetse” issues als “we slaan nu ons logo op op een site in Amerika” of “ICT ondersteunt dit niet” snel getackeld kunnen worden. De gebruikers zijn snel en leidend in waar ze zijn, wat ze delen en waar je ze kunt ontmoeten.

## **Sociale Klant**

De handvatten voor het kijken naar de toekomst zijn dat “de klant” veranderd is in “de sociale klant” – een klant die gewend is snel antwoord te krijgen op zijn vragen, die peer-trust belangrijk vindt en die veel waarde aan authenticiteit hecht.

Sociale media zijn, mits juist ingezet, perfect om op deze drie factoren in te spelen. Iedere onderneming die naar de toekomst gericht is moet zich los maken van het dogma dat de onderneming “eigenaar” is van kennis (of content) en dat de gebruiker, de klant, de afnemer is. De afnemer heeft zelf kennis en gebruikt een product of dienst in een bepaalde context waarvan hij zelf de eigenaar is. Ondernemingen moeten zich bewust zijn van de veranderende rol van de gebruikers (trouwens ook van eigen medewerkers).

## **Mensen belangrijker dan media**

De toekomst van sociale media: dat is iets dat de gebruikers zullen bepalen. Eén ding is helder: alleen ondernemingen die in staat zijn contact te houden met hun klanten en achterban en die flexibel kunnen inspelen op ontwikkelingen zullen het overleven. Los van het feit of het nu over Hyves, Youtube, Twitter of Facebook gaat. Sociale media gaan over contact maken. Gaan over mensen.



Ludo is mede-oprichter en Managing Director van The Webcare Company. The Webcare Company levert diensten op het gebied van sociale media en klantinteractie en is officieel partner van Radian6.

Ludo is al jaren actief op het gebied van klantinteractie en nieuwe media. Hier heeft hij regelmatig over geschreven op [Marketingfacts.nl](http://Marketingfacts.nl) en over gesproken op seminars en congressen. Met name het gebied waar marketing en klantenservice elkaar raken heeft zijn bijzondere aandacht.

Twitter: [@ludoraedts](https://twitter.com/ludoraedts)

Website: [webcarecompany.nl](http://webcarecompany.nl)