nieuws

Sociale media hip bij agribusinessbedrijven

nieuws

Steeds meer bedrijven uit het agribusinesscomplex begeven zich op het terrein van de sociale media. Dat blijkt uit marktonderzoek in Nederland door AgriDirect.

4 MAART 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:58

Lees meer over:
marketing

Steeds meer bedrijven uit het agribusinesscomplex begeven zich op het terrein van de sociale media. Dat blijkt uit marktonderzoek in Nederland door AgriDirect. Momenteel is 43 procent van de toeleveranciers aan de Nederlandse land- en tuinbouw actief op één of meerdere social media platformen. Meer dan de helft hiervan zegt zich nog in de oriënterende fase te bevinden.

In januari van dit jaar vroeg AgriDirect Nederlandse agribusinessbedrijven naar hun activiteiten op het vlak van sociale media. 172 bedrijven, werkzaam in verschillende agrarische sectoren, namen deel aan het online onderzoek. LinkedIn, Twitter en YouTube zijn de populairste platformen onder de bedrijven. Van de respondenten zegt 72 procent actief te zijn op LinkedIn. Twitter en YouTube volgen met respectievelijk 49 en 36 procent. Facebook, fora en blogs worden veel minder ingezet.

“Maar liefst 85 procent van de bedrijven heeft als doel de naamsbekendheid te vergroten”, verklaart Karine Hermans van AgriDirect. Daarnaast gebruikt meer dan de helft van de firma’s sociale media om bestaande klanten ‘warm’ te houden of nieuwe klanten te werven. Ruim een derde probeert via sociale media vacatures in te vullen en een vijfde gebruikt het om de concurrentie in de gaten te houden.

Volgens Hermans bevindt 64 procent van de op sociale media actieve organisaties zich nog in een oriënterende fase. “Zij zijn voorzichtig wat aan het uitproberen en zullen in de toekomst hun activiteiten op deze platformen uitbreiden of intensiveren”, aldus Hermans. “Ook zal een deel van de niet-actieve agribusinessbedrijven op termijn

gebruik gaan maken van sociale media want vijf procent zegt al plannen te hebben, terwijl 15 procent wil wachten totdat de agrarische sector er klaar voor is."
Van de ondervraagde bedrijven gelooft niemand dat sociale media de 'traditionele' externe communicatiekanalen uiteindelijk zal vervangen. Wel denkt 36 procent van de firma's in het agribusinesscomplex dat sociale media een deel van de traditionele kanalen zal doen vergeten. AgriDirect voerde in het najaar van 2010 ook een online onderzoek uit onder land- en tuinbouwers met als thema 'nieuwe media'. Hieruit bleek dat 40 procent van de Nederlandse boeren en tuinders wekelijks gebruik maakt van sociale media.
Ter info: Ook VILT is actief op Twitter & Facebook!

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada