



De stand van automerken op social media

Gemeten in Q1 2016 in Nederland

REPUTATIE • CONTENT • ENGAGEMENT

Welk automerk...

- ... wordt het meest besproken?
- ... scoort het beste sentiment?
- ... reageert het meest op berichten?
- ... genereert de meeste interactie?

Onderzochte merken: alle automerken met een Nederlands Twitter- en/of Facebookaccount (35). Dit zijn: Abarth, Alfa Romeo, Audi, BMW, Citroën, Dacia, Donkervoort, FIAT, Ford, Hyundai, Infiniti, Jaguar, Jeep, Kia, Lancia, Land Rover, Lexus, Mazda, Mercedes-Benz, Mini, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Porsche, Renault, Seat, Skoda, Smart, Subaru, Suzuki, Toyota, Volkswagen en Volvo.

REPUTATIE

SOCIAL BUZZ

884.162

social media berichten werden er verstuurd over automerken in Q1 2016
(gemeten over alle online platformen)

Dit komt neer op een totaal van 9.716 berichten per dag en gemiddeld 270 berichten per dag per automerk

Meest besproken automerken in Q1 2016

1. Volkswagen
2. BMW
3. Volvo
4. Renault
5. Ford
6. Audi
7. Opel
8. Mercedes-Benz
9. Peugeot
10. Honda

Dit zijn zowel mensen die iets posten over Volkswagen ("Yes, mijn Volkswagen Polo is geleverd") als ook reacties op Facebookposts van een merk of retweets van een automerk. Een Nederlandse contentstrategie blijkt enorm te helpen: bijvoorbeeld Tesla heeft geen Nederlands Twitter- en Facebookaccount en wordt in Nederland dan ook minder besproken dan bijvoorbeeld Mercedes-Benz, Peugeot en Honda.

SENTIMENT

14,8%

van de 884.162 berichten over automerken zijn positief; 3,7% is negatief.
Veruit de meeste berichten over automerken zijn neutraal

Meest besproken automerken in Q1 2016

1. Hyundai
2. Dacia
3. Kia
4. MINI
5. Citroën
6. SEAT
7. Infiniti
8. Suzuki
9. Subaru
10. Mazda

Opvallend is dat geen enkel merk in de top-10 staat van de meest positief besproken merken behoort tot de top-10 meest besproken merken. Hoge bomen vangen veel wind. Het is dan ook belangrijk om de statistieken van je merk te vergelijken met concurrenten die qua omvang vergelijkbaar zijn.

CONTENT

1.950

posts verstuurd alle automerken op Twitter (dus reacties niet meegenomen).
1.253 (64%) bevatte een afbeelding; 103 (5%) een video

5.782

keer werd een tweet van een automerk geretweet. Twitter lijkt hiermee niet hét kanaal voor veel interactie op marketingposts

Meeste posts verstuurd op Twitter in Q1 2016

1. Mercedes-Benz
2. Renault
3. Infiniti
4. Nissan
5. Smart
6. Land Rover
7. Hyundai
8. Ford
9. Volvo
10. Citroën



[Link naar bericht](#)

1.959

posts verstuurd alle automerken op Facebook (dus reacties niet meegenomen). 1.311 (67%) bevatte een afbeelding; 281 (14%) een video

95.994

reacties verstuurd consumenten op de Facebookposts van automerken. Op Facebook wordt dus veel interactie gegenereerd

Meeste posts verstuurd op Facebook in Q1 2016

1. Mercedes-Benz
2. Smart
3. Renault
4. Land Rover
5. Jaguar
6. BMW
7. Opel
8. Kia
9. MINI
10. Hyundai



[Link naar bericht](#)

Facebookpagina's waar meeste dialoog plaatsvond in Q1 2016

1. Renault
2. Mercedes-Benz
3. Peugeot
4. Hyundai
5. Volkswagen
6. Volvo
7. Opel
8. Dacia
9. Toyota
10. Citroën



[Link naar bericht](#)

Facebookpagina's waarop consumenten de meeste foto's deelden in Q1 2016

1. Peugeot
2. Opel
3. Renault
4. Mercedes-Benz
5. Toyota
6. Volkswagen
7. Citroën
8. Volvo
9. Dacia
10. Suzuki

Mercedes-Benz heeft de meeste berichten verstuurd op Twitter en Facebook. Daarmee lokte het merk veel interactie uit, maar op de Facebookpagina van Renault vond het meeste dialoog plaatsvindt. Op de Facebookpagina van Peugeot waren mensen het meest bereid om foto's te delen.

ENGAGEMENT

3.059

reacties verstuurden alle automerken op Twitter, terwijl er 4.700 tweets aan hen werden verstuurd (@-mentions)

30

automerken hebben minimaal één keer gereageerd op Twitter. 20 deden dit ook in het weekend, 19 ook 's avonds en niemand 's nachts

Meest in dialoog op Twitter in Q1 2016

1. Hyundai
2. Kia
3. Volkswagen
4. Volvo
5. Citroën
6. Renault
7. Nissan
8. Audi
9. Mercedes-Benz
10. Toyota



Voorbeeld proactieve reactie van Hyundai

[Link naar bericht](#)

Hyundai staat onder andere zo hoog omdat zij niet alleen reageren op @-mentions, maar ook op andere tweets gerelateerd aan autorijden (bijvoorbeeld: "rijbewijs gehaald"). De reacties daarop zijn over het algemeen positief en het toont de kracht van het platform Twitter. Maar met deze proactieve strategie ging SEAT vorig jaar echter volledig de mist in. Relevantie is enorm belangrijk!

9.134

reacties verstuurden alle automerken op Facebook, terwijl er 97.468 consumenten op deze pagina aan het praten waren

29

automerken hebben minimaal één keer gereageerd op Facebook. 19 deden dit in het weekend, 21 's avonds en Suzuki als enige 's nachts

Meest in dialoog op Facebook in Q1 2016

1. Hyundai
2. Kia
3. Volvo
4. Peugeot
5. Citroën
6. Mercedes-Benz
7. Renault
8. Volkswagen
9. Dacia
10. Toyota



Nachtelijke reactie van Suzuki

[Link naar bericht](#)

Hyundai staat ook hier bovenaan. Zij lijken de strategie te hanteren om op vrijwel iedere reactie zelf ook te reageren. Ze proberen op deze manier hun klanten te binden.



Artikel

[Lees verder](#) op ons blog over SEAT die de plank mislaat op Twitter met hun (proactieve) webcare

ANDERE VOORBEELDEN

Post met meeste likes

Volkswagen Connected Dog
Meer video's van Volkswagen Vorige · Volgende

Volkswagen
Tegenwoordig is alles connected: de televisie, de koelkast, een Volkswagen. Maar een connected dog heb je waarschijnlijk nog niet gezien...
1 maart · Bewerkt

Gedeeld met: **Openbaar**
3.096.298 weergaven

Insluiten

Delano Matadin, Dylan van Houten, Julita Matukaite en 14.067 Populairste reacties - anderen vinden dit leuk.
5.638 keer gedeeld 2,5K reacties

Linda Hekaza Verhoef Lieve Volkswagen, wat een ontzettend leuke reclame!
Jammer dat er een groep mensen is die het concept humor niet van realiteit kunnen onderscheiden.

[Bron](#)

Nieuwe modellen aankondigen werkt altijd goed

SEAT Nederland heeft zijn/haar album gedeeld.
10 februari · 🌐

Sportief. Uitgesproken. Veelzijdig. We zijn trots op onze allereerste SUV. Welkom SEAT ATECA! bit.ly/SEATATECA



2,3K vind-ik-leuks 504 reacties

[Delen](#)

[Bron](#)

Volvo Cars Nederland 🌐
29 februari · 🌐

De nieuwe #VolvoV90 is onthuld. Ontdek alle details en schrijf je in voor onze nieuwsbrief.



Meld je hier aan voor de Volvo V90 Nieuwsbrief
Meld u aan op Volvocars.nl en blijf op de hoogte van de nieuwe Volvo V90.
VOLVOCARS.COM

4,9K vind-ik-leuks 602 reacties 202 keer gedeeld

[Bron](#)

Klassieker: vragen stellen = veel reacties = veel bereik

Hyundai Nederland met Leen Zwaneveld.
23 maart · 🌐

We rekenen op het goede antwoord. Doe je ook een gok? 😊
#groterekendag



551 vind-ik-leuks 2,9K reacties 66 keer gedeeld

[Bron](#)

Opel 🌐
7 januari · 🌐

11 generaties! Welke generatie is jouw favoriet?



1,8K vind-ik-leuks 684 reacties 98 keer gedeeld

[Bron](#)

OVER COOSTO

Met onze social media analysetools kunnen gebruikers social media berichten analyseren, maar ook publiceren en reageren. De data in Coosto wordt continu ververs met resultaten uit ruim 400.000 bronnen zoals Twitter, Facebook, Blendle, nieuwssites en blogs. De software van Coosto levert relevante resultaten voor PR- en communicatieprofessionals die reputatie willen meten, voor klantenserviceteams die via sociale media klachten afhandelen en marketingafdelingen die de eigen prestaties willen meten. De data van Coosto is beschikbaar in 200 landen en 150 talen.



Ruim 600 organisaties maken gebruik van Coosto, waaronder:



ANALYSEREN



REAGEREN



PUBLICEREN

Meer weten of een demonstratie inplannen? Ga dan naar www.coosto.com

