

LinkedIn meest populair in zakelijk gebruik

Adviseurs in de veehouderijsectoren zijn het vaakst actief op het sociale medium LinkedIn, gevolgd door YouTube. De sociale media worden zakelijk het meeste gebruikt voor het onderhouden van contacten met sectorgenoten en het volgen van nieuws in de landbouw. Dat blijkt uit een online onderzoek onder adviseurs in de veehouderijsectoren, uitgevoerd door Leanne Aantjes, student aan de Wageningen Universiteit. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van V-focus.

Zakelijk wordt LinkedIn het meest gebruikt. Dit is geen verrassing omdat dit sociale medium vooral voor het onderhouden van zakelijke contacten is ingericht. Ongeveer de helft van de respondenten maakt zakelijk gebruik van LinkedIn. Ook YouTube, voor het plaatsen en bekijken van filmpjes, wordt veel gebruikt. Ruim 40 procent zegt hier zakelijk gebruik van te maken. Discussiefora en Twitter worden zakelijk gebruikt door ongeveer een kwart van de doelgroep. Facebook blijkt vooral een privéaangelegenheid te zijn. Ruim de helft van de respondenten zegt privé gebruik te maken van dit medium, tegenover slechts 18 procent zakelijk.

Redenen van gebruik

Sociale media worden het meest gebruikt om contacten te onderhouden met sectorgenoten, op de hoogte te blijven van het agrarische nieuws en om tips uit te wisselen (zie figuur). Opvallend is dat de sociale media in het agrarische bedrijfsleven slechts mondjesmaat worden gebruikt voor het vinden van personeel. Maar 18 procent maakt hier gebruik van. 246 adviseurs deden mee aan het onderzoek naar het gebruik van sociale media.

Figuur 1

Zakelijk gebruik sociale media

