

Social media monitoring

De tools: wat leveren ze op?

Combinatie van 'harde' data & 'social' data



Waarom social media monitoring?

Je komt achter de 'belevingswereld' van de consument zonder dat je er naar hoeft te vragen!

Combinatie harde & softe data

Dit geeft een representatiever een eerlijker beeld van de werkelijkheid

Wat vindt de consument? Waar is hij geïnteresseerd in en zoekt hij naar?

En wat koopt hij uiteindelijk?

Interpretatie

Uiteindelijk gaat het om het omzetten van inzichten naar aantrekkelijke nieuwe proposities voor de markt, door marketing en salesmanager

De consument weet niet wat hij vindt

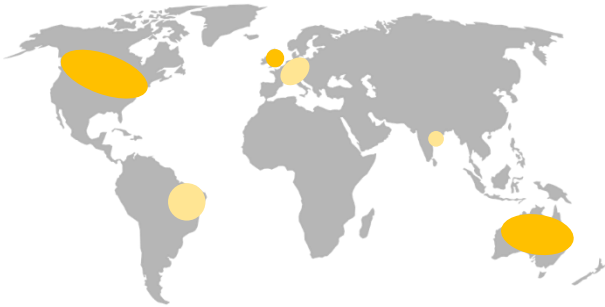
Houding, motivatie en gedrag wordt grotendeels gedreven vanuit

- Maatschappelijke ontwikkelingen
 - Overheid
 - Social influencers
 - Bedrijfsleven
- Andere stakeholders

Healthy snacking

De vraag naar 'healthy snacking' is de afgelopen 10 jaar enorm gestegen! Zowel in Nederland, Europa als wereldwijd. Enerzijds door veranderingen in de maatschappelijke omstandigheden (urbanisatie, 24/7 economie, individualisme). Anderzijds vanuit druk van de overheid en het bedrijfsleven dat hier op inspeelt.

Wereld

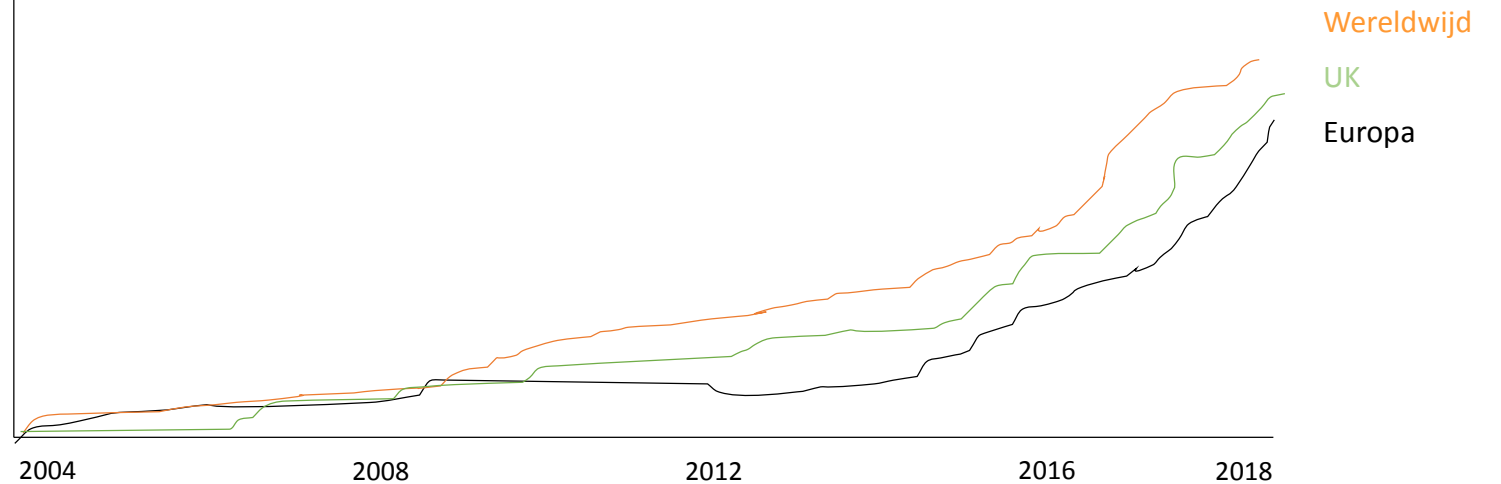


Europa



'Healthy snacking'

Vraag



Instant satisfaction

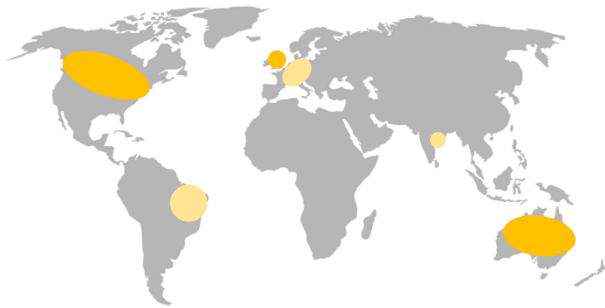
Gezondheid is een maatschappelijke ontwikkeling, dat de afgelopen 10 jaar belangrijk was en de komende 10, 20, 30 jaar alleen maar belangrijker zal worden (toename kennis consument, meer onderzoek wetenschappers, bemoeienis overheid, ontwikkelingen tech & online)

Vanwege veranderingen in de maatschappelijke omstandigheden (24/7 economy, veranderende rol van vrouw binnen een huishouden, individualisering, urbanisatie), neemt de vraag naar 'snacking' toe.

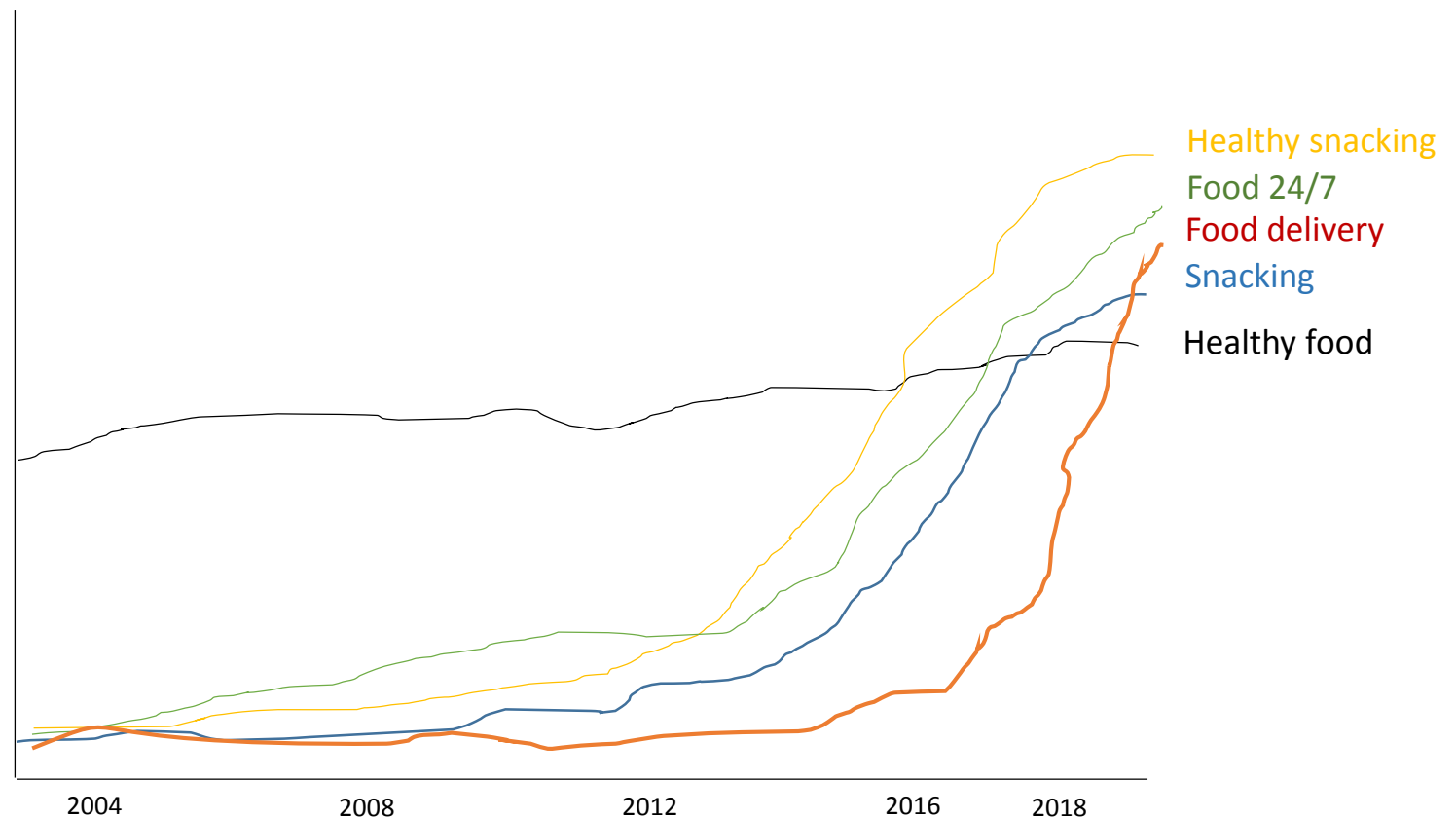
Bovenstaande ontwikkelingen hebben een grote rol in de toenemende vraag naar 'healthy snacking', food dat 24/7 beschikbaar is, en gemak in de vorm van 'food delivery'.

Social & harde data laten ons zien dat de consument zoekende is naar bovenstaande variabelen (hij is op zoek naar oplossingen) en wil geholpen worden.

Wereld



Europa



Vitaliteit

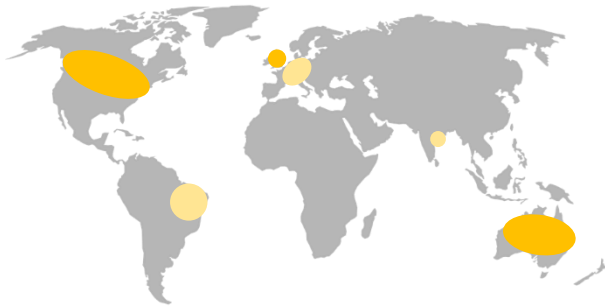
Healthy food als “constante” variabele, dat steeds belangrijker wordt (zie vorige slide)

Organic wordt minder relevant

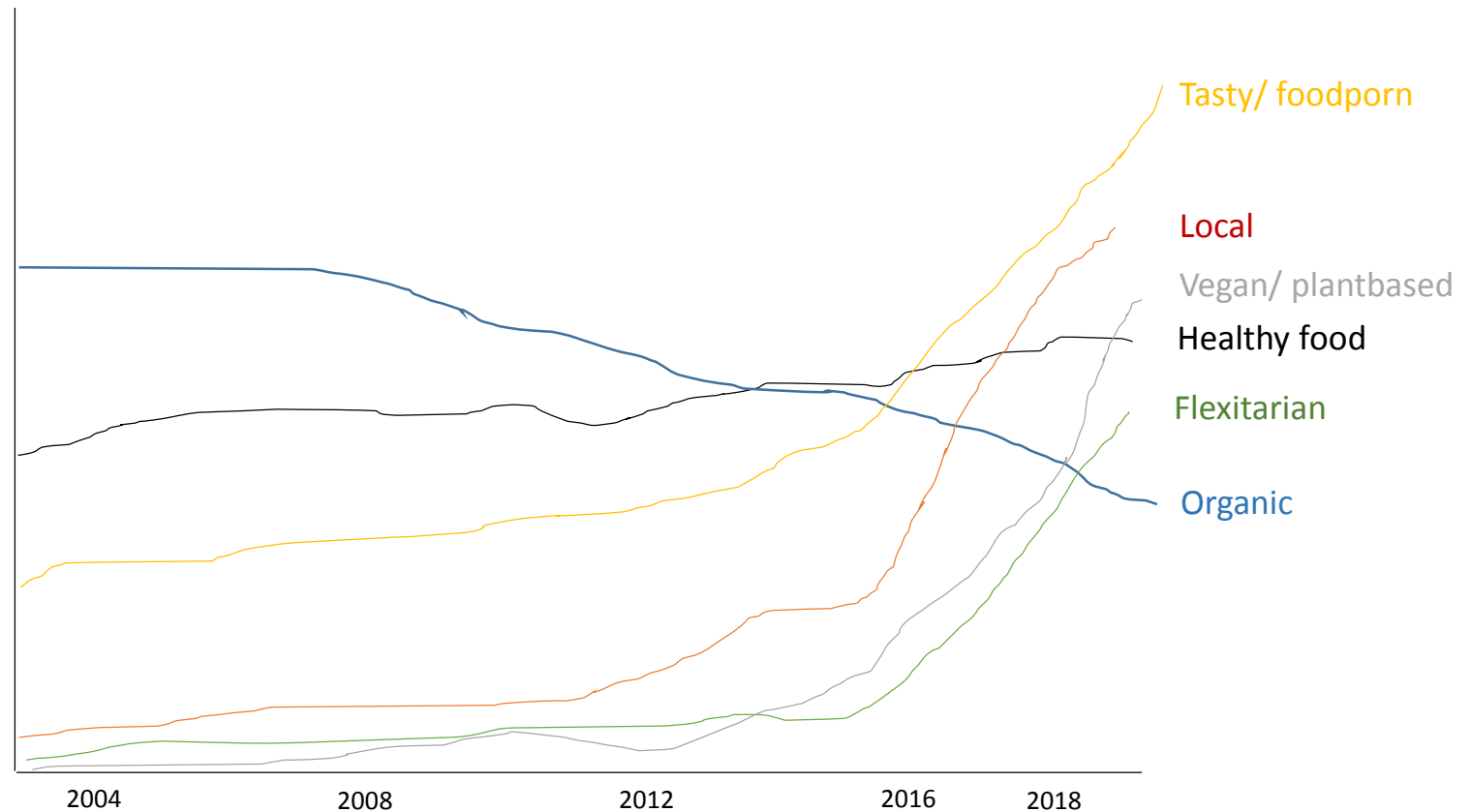
Local wordt belangrijker

Flexitarian/ vlees minderen, vegan/ plant based stijgende

Wereld



Europa



Het Foodatelier
Hulsmaatstraat 41
7523 WB ENSCHEDE
T 053 480 17 30

Mariana Gelici-Zeko MSc
mariana@hetfoodatelier.nl

