

Zorg investeert in social media, maar durf ontbreekt

#gezondcommuniceren2014 - onderzoek social media bij zorg- en welzijnsorganisaties in Nederland

Room8
Transmissie
Gorinchem, 12 februari 2014

Voorzichtige inzet en vraag om verbetering, maar de noodzaak is duidelijk

#gezondcommuniceren2014 – onderzoek social media bij zorg- en welzijnsorganisaties

Zorginstellingen hebben een voorkeur voor het gebruik van Twitter en Facebook in hun mix van sociale media. In mindere mate wordt ook LinkedIn ingezet. In veel gevallen ontbreekt een heldere aanpak. Meer dan driekwart van de organisaties geeft aan dat ze wel een strategie hebben, maar in een kwart van de gevallen is die voor verbetering vatbaar.

Ook ervaren de organisaties knelpunten in de inzet van social media. Een derde van de instellingen mist het overzicht en een kwart weet niet welke berichten goed zijn om te delen. Bovendien geeft maar liefst 70 procent aan dat de organisatie te weinig tijd en geld heeft om er echt werk van te maken. Zorginstellingen zijn van plan meer te investeren in social media. Maar liefst 41 procent is het van plan het gebruik te intensiveren en 10 procent gaat ermee aan de slag.

Dit zijn de belangrijkste uitkomsten van het landelijk onderzoek *#gezondcommuniceren2014* naar de inzet van social media voor zorg- en welzijnsinstellingen. Wij vroegen organisaties naar hun gebruik van social media, wat versturen ze? Hoe vaak? En waar lopen ze tegen aan? In dit rapport staan de uitkomsten van het onderzoek.

De eerste grafieken geven inzicht in het algemene gebruik van social media. Ook hebben we gekeken of de grootte van de organisatie invloed heeft op het gebruik. Daarna kijken we hoe ze het gebruiken: welke berichten verstuurt een organisatie? En waar loopt een gemiddelde organisatie tegenaan? Verder hebben we gevraagd wat ze willen verbeteren en wat hun plannen voor 2014 zijn.

Belangrijkste conclusies

- 40% van alle zorginstellingen wil meer werk maken van social media.
- Facebook, Twitter, LinkedIn zijn de belangrijkste kanalen; er is weinig animo om nieuwe kanalen te gebruiken.
- Veel gebruikers in de zorg zijn voorzichtig en aftastend. Dit is grotendeels het gevolg van onwetendheid.

Johan van de Minkelis

Transmissie- adviesbureau voor zorg en welzijn
E: johanvandeminkelis@transmissie.nl

Erik van de Nadort

Communicatiebureau Room8
E: erik@room8.nl

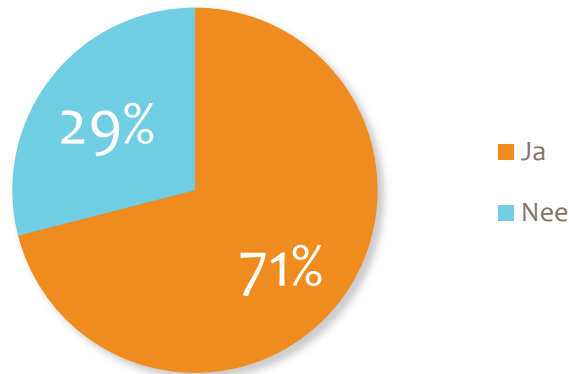
Over *#gezondcommuniceren*

#gezondcommuniceren is een jaarlijks terugkerend onderzoek naar de inzet van communicatiemiddelen in de zorg- en welzijnssector. Het onderzoek ondervraagt instellingen in deze sector naar de investeringsplannen, strategische grondslagen en knelpunten, en monitort, in 2014, de daadwerkelijke inzet van social media. Op die manier vormt *#gezondcommuniceren* een meetlat voor de inzet van communicatiemiddelen bij zorg- en welzijnsinstellingen, en biedt het een communicatief perspectief op de ontwikkelingen in deze sector. *#gezondcommuniceren* is een initiatief van adviesbureau Transmissie en communicatiebureau Room8.

Resultaten

In onderstaande grafieken ziet u de belangrijkste resultaten van #gezondcommuniceren2014.

1. Social-media-accounts

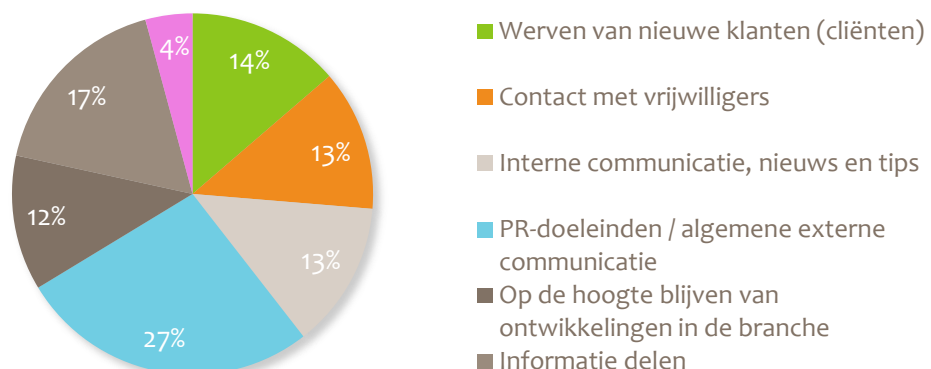


Bijna driekwart van de organisaties heeft een social-media-account. Kleinere organisaties maken veel minder gebruik van social media dan de grotere organisaties. Van de kleine organisatie maakt slechts 46 procent gebruik van social media. De middelgrote organisaties van 21 tot 50 medewerkers gebruiken social media het meest. Van de grote organisaties is bijna driekwart (74 procent) actief met social media.



* In de volgende grafieken wordt in de percentages uitgegaan van de organisaties die gebruikmaken van social media.

2. Gebruik van social media

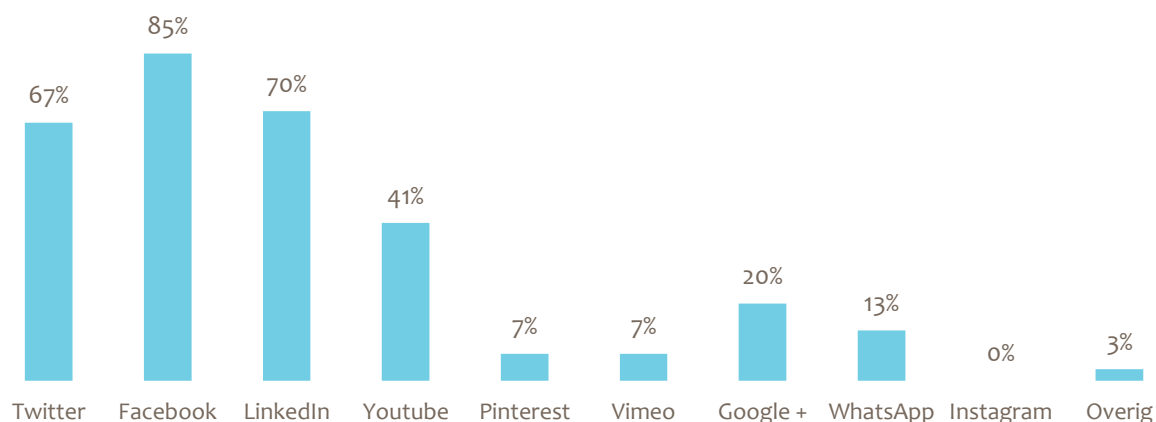


Meer dan de helft van de organisaties gebruikt social media om informatie over hun organisatie te verspreiden. Dit is onderverdeeld in interne communicatie, PR-doelinden en het delen van algemene informatie (57 procent). Voor het contact met andere doelgroepen wordt het minder gebruikt. Slechts 14 procent van de organisaties gebruikt social media om nieuwe cliënten/klanten te werven. En 13 procent

van de organisaties gebruikt het in het contact met vrijwilligers. Organisaties gebruiken social media ook om op de hoogte te blijven van ontwikkelingen in de branche (12 procent).

Social media vooral gebruikt om te zenden.

3. Kanalen



De traditionele social media Facebook en Twitter zijn de meest populaire media bij zorg- en welzijnsorganisaties. Gevolgd door LinkedIn en YouTube. Facebook wordt het meest gebruikt om nieuws uit de organisatie (inclusief weetjes en leuke feitjes) en informatie over de organisatie inclusief dienstverlening te versturen. Opvallend detail is dat vacatures bijna alleen via LinkedIn worden verspreid. Een ander opvallend punt is dat extern, branchegerelateerd nieuws bijna niet wordt gedeeld.

Organisaties sturen nieuws uit organisatie, maar delen geen branchenieuws

Facebook facts

85% is aanwezig op Facebook

Van de organisaties verstuurt:

- 56% Nieuws uit de organisatie
- 2% Extern nieuws
- 20% Informatie over de organisatie en dienstverlening
- 5% Links naar de eigen site
- 0% Vacatures

LinkedIn facts

70% is actief op LinkedIn

Van de organisaties verstuurt:

- 11% Nieuws uit de organisatie
- 2% Extern nieuws
- 17% Informatie over de organisatie en dienstverlening
- 5% Links naar de eigen site
- 36% Vacatures

Twitter facts

67% is aanwezig op Twitter

Van de organisaties verstuurt:

- 38% Nieuws uit de organisatie
- 14% Extern nieuws
- 13% Informatie over de organisatie en dienstverlening
- 5% Links naar de eigen site
- 2% Vacatures

YouTube facts

41% is aanwezig op YouTube

Van de organisaties verstuurt:

- 8% Nieuws uit de organisatie
- 2% Extern nieuws
- 12% Informatie over de organisatie en dienstverlening
- 0% Links naar de eigen site
- 0% Vacatures

4. Strategie

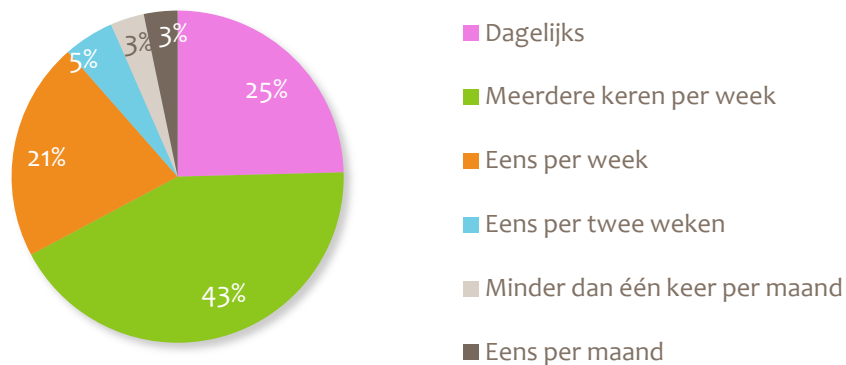
- 38 % van de organisaties heeft een strategie
- 26 % heeft een strategie, maar vindt deze voor verbetering vatbaar
- 22 % van de organisaties heeft geen strategie

5. Richtlijnen

Ruim de helft van de organisaties hanteert richtlijnen voor hun medewerkers

- 61 % van de organisaties heeft richtlijnen voor hun medewerkers
- 11 % heeft richtlijnen, maar vindt deze voor verbetering vatbaar
- 28 % heeft geen richtlijnen opgesteld

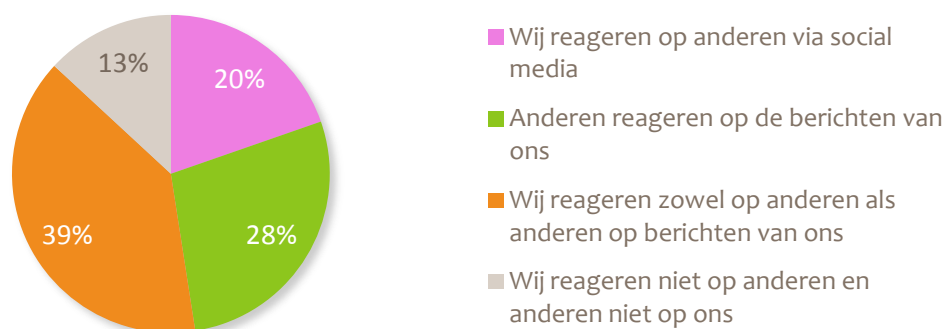
6. Aanwezigheid



89% van de organisaties met een of meer accounts is minimaal één keer per week actief op social media. Slechts 11 procent van de organisaties is minder dan één keer per week aanwezig op social media. Met de aanwezigheid op social media wordt bedoeld de frequentie waarmee iemand platforms van social media bezoekt.

Organisaties frequent aanwezig op social media

7. Interactie

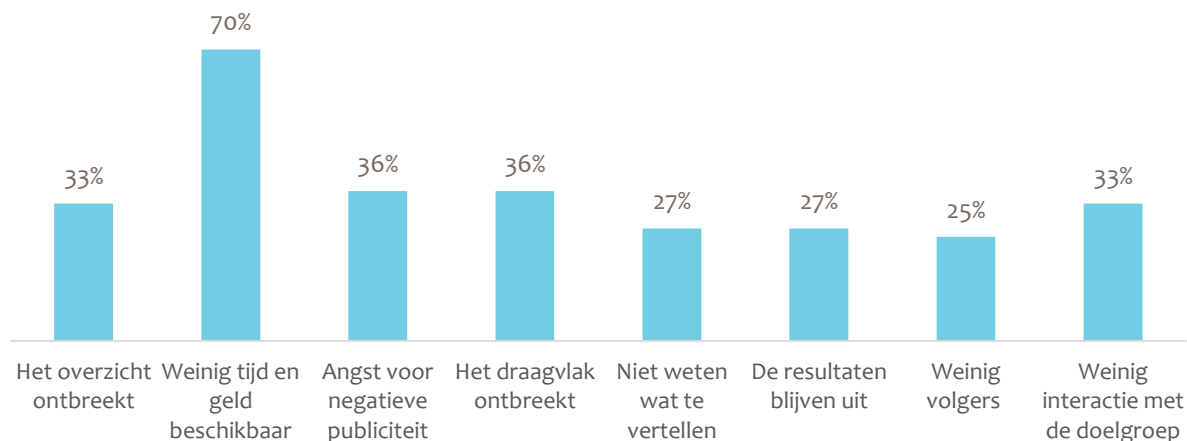


Bijna de helft van de organisaties (39 procent) geeft aan dat ze via social media interactie heeft met andere gebruikers. Eenvijfde van de organisaties merkt op dat ze wel op anderen reageren, maar dat anderen niet reageren op hun eigen berichten. Meer dan een kwart (28 procent) geeft aan dat anderen

reageren op berichten van de organisatie, maar de organisatie daar niet op reageert. 13 procent geeft aan dat ze geen interactie hebben via social media.

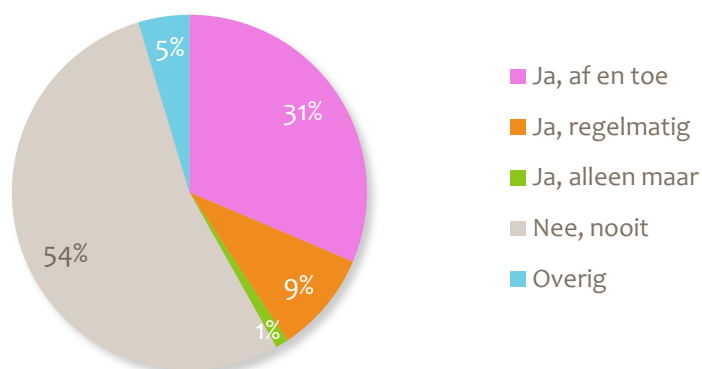
Minder dan de helft van de organisaties heeft interactie met de doelgroep

8. Knelpunten



Tijdens de enquête zijn de deelnemende zorginstellingen gevraagd in hoeverre en in welke mate zij te maken hebben met veel voorkomende knelpunten. Maar liefst 70% geeft aan dat weinig tijd en een beperkt budget een knelpunt voor hun organisatie is. In het algemeen geeft per knelpunt iets meer dan een kwart van de zorginstellingen aan dat het desbetreffende knelpunt ook op hen van toepassing is.

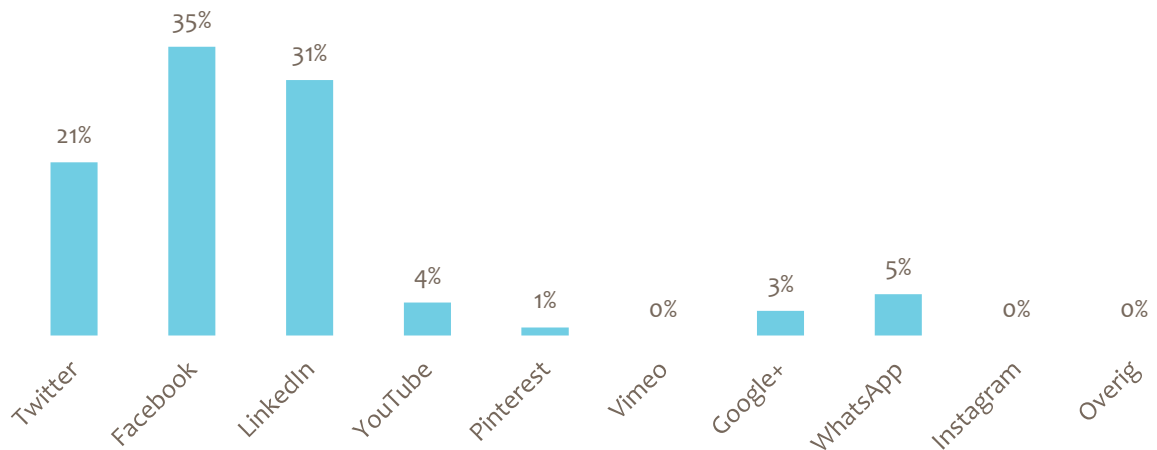
9. Persoonlijke accounts in zakelijke context



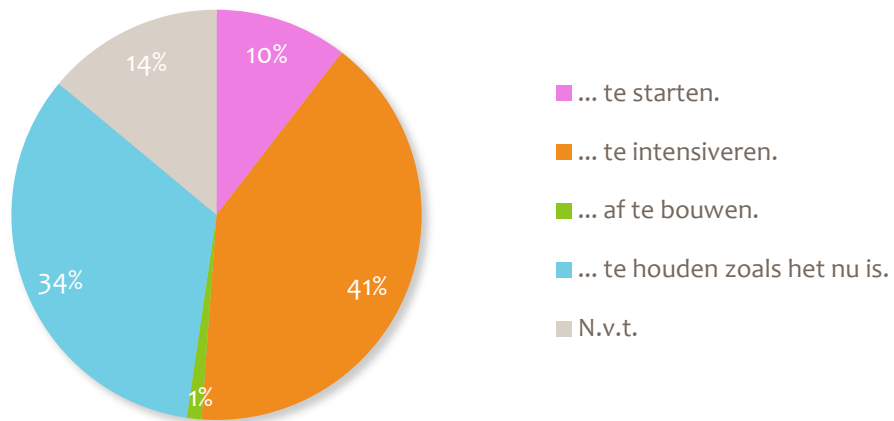
Facebook is ook bij de inzet van persoonlijke accounts nummer 1. Medewerkers van de organisatie zetten dit medium het meest in voor zakelijk gebruik. LinkedIn staat met 31 procent op de tweede plek, dit is een verschuiving ten opzichte van het social media gebruik als organisatie (zie 'kanalen'). Daar was Twitter de grootste naast Facebook. De inzet van persoonlijke Twitter-accounts haalt de derde plek. De verschillen tussen de media zijn hier groter. Persoonlijke accounts van Vimeo en Instagram worden helemaal niet gebruikt in de zakelijke context.

Facebook ook in persoonlijk gebruik nummer 1

Gebruik persoonlijke accounts



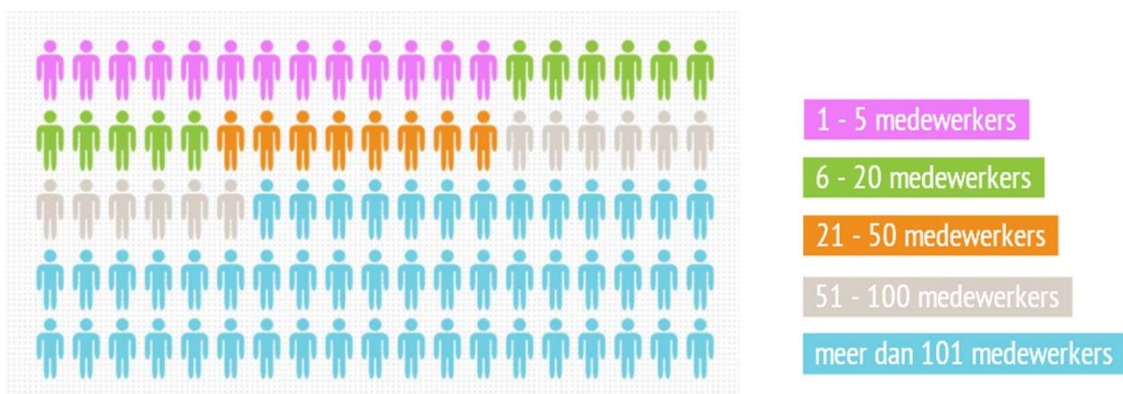
10. Plannen voor 2014



Zorgorganisaties onderschrijven de noodzaak van social media. Meer dan de helft van de organisaties wil erin investeren. Maar liefst 41 procent is van plan meer met social media te gaan doen; 10 procent geeft aan zich op social media te oriënteren en er in 2014 mee aan de slag te gaan.

Over het onderzoek

#gezondcommuniceren is een onderzoek naar het gebruik van social media in de zorg en welzijnssector. In januari en februari 2014 is dit onderzoek uitgevoerd. Aan het onderzoek 2014 hebben 86 organisaties deelgenomen. In onderstaande grafiek is de verdeling van het aantal respondenten en de grootte van hun organisatie te zien.





COLOFON

Uitgevoerd door



Transmissie – adviesbureau voor zorg en welzijn

Robberstraat 18
4201 AK Gorinchem
T: 0183 68 28 24
E: info@transmissie.nl
www.transmissie.nl



Communicatiebureau Room8

Poëzieplantsoen 17
4207 TV Gorinchem
T: +31 (0)622 84 19 19
E: info@room8.nl
www.room8.nl



Auteurs

Johan van de Minkelis
Erik van de Nadort
Ronald Borggreve
Rieke Lindeboom