

Waarom gebruiken mensen sociale media?

Margaux Louwet
Masterproef Handelswetenschappen 2019 – 2020

Promotor: dr. Lieve Doucé
Copromotor: mevrouw Sophie Haenen



Gezien de brede scope versmallen we het onderzoek naar Facebook



Probleemstelling



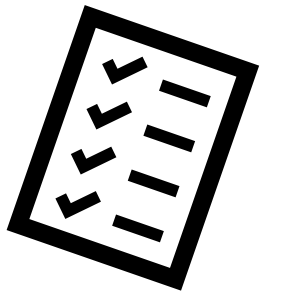
Facebook is niet meer weg te denken uit ons dagelijkse leven. Generatie X en Z verschillen erg van elkaar en zijn erg actief op dit platform. Verschillen ze dan ook op vlak van het gebruik van Facebook?

Hoofdonderzoeksvraag



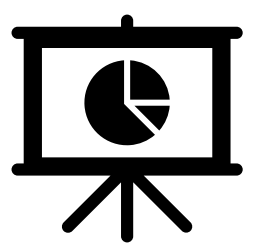
Wat is het verschil in het gebruik van Facebook tussen generatie X en Z?

Methodologie



- STAP 1:** Literatuurstudie
- STAP 2:** Mini-onderzoek
- STAP 3:** Hypotheses opstellen
- STAP 4:** Online enquête
- STAP 5:** Factor- en betrouwbaarheidsanalyse
- STAP 6:** Ongepaarde t-test

Resultaten onderzoek



Er zijn **zeven gebruiksredenen** die het Facebookgebruik van de generaties verklaren:



Belangrijke onderzoeksresultaten en advies

Generatie X (1965 – 1979)	Beide generaties	Generatie Z (1992 – 2006)
Gebruik Facebook		
Actieve gebruikers: informatie opzoeken, sociale bewaking, meningsuiting en creëren online imago	Wanneer? Gebruik in vrije tijd Waarom? Vooral omwille van het gebruiksgemak	Passieve gebruikers: Posten zelf geen content maar communiceren vooral met anderen. Ze gebruiken Facebook wel meer dan generatie X!
Houding ten opzichte van bedrijven op Facebook		
Grotere neiging om producten te kopen via advertenties Positievare attitude t.o.v. advertenties dan generatie Z	Liken van favoriete merken Liken van dezelfde merken als Facebookvrienden Veelvuldige advertenties of posts van bedrijven	Kleinere kans dan generatie X dat ze producten of diensten zullen aankopen via een advertentie.
Welke posts van bedrijven vinden de generaties interessant?		
Klantengetuigenissen	Info over producten en diensten	Info over promoties
Advies naar bedrijven		
Zorg voor interactie . Zorg dat generatie X zich kan identificeren met je merk door in te spelen op de interesses.	Ga voor kwaliteit in posts en advertenties en niet voor kwantiteit. Wees origineel!	Geef praktische informatie over producten, diensten en promoties. Facebook is en blijft een krachtig medium.