



Sociale medier 2013

Danskernes holdning til og brug af sociale medier

YouGov[®]
What the world thinks



- ▶ Baggrund og metode
- ▶ Brugen af sociale medier
- ▶ De forskellige tjenester
- ▶ Segmentering
- ▶ Kommerciel involvering på sociale medier
- ▶ Fremtiden for sociale medier
- ▶ Tak for i dag

Baggrund og Metode



- **Undersøgelsen er gennemført i perioden 22. marts til 3. april 2013 via internettet.**
- **Undersøgelsen er gennemført blandt befolkningen 15-74 år. Deltagerne er udvalgt, således at de udgør et repræsentativt udsnit af den danske befolkning med udgangspunkt i målgruppen, og er efterfølgende vejet på dimensionerne køn, alder og geografi på baggrund af et ideal fra Danmarks Statistik.**
- **I alt er der brutto gennemført 2.061 interview, med en fænomenstørrelse på 81% (danskere, der benytter sociale medier).**

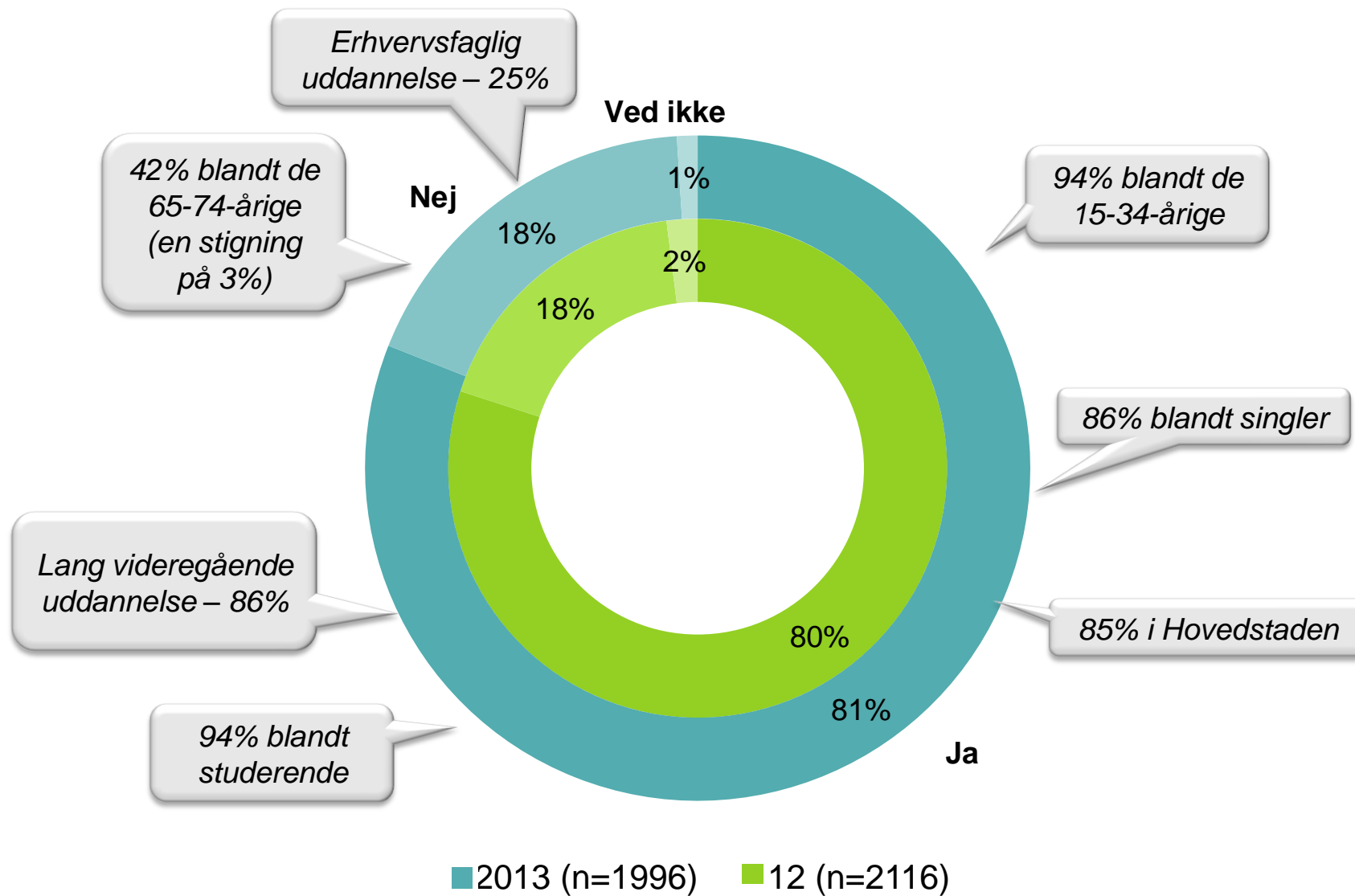


Brugen af sociale medier



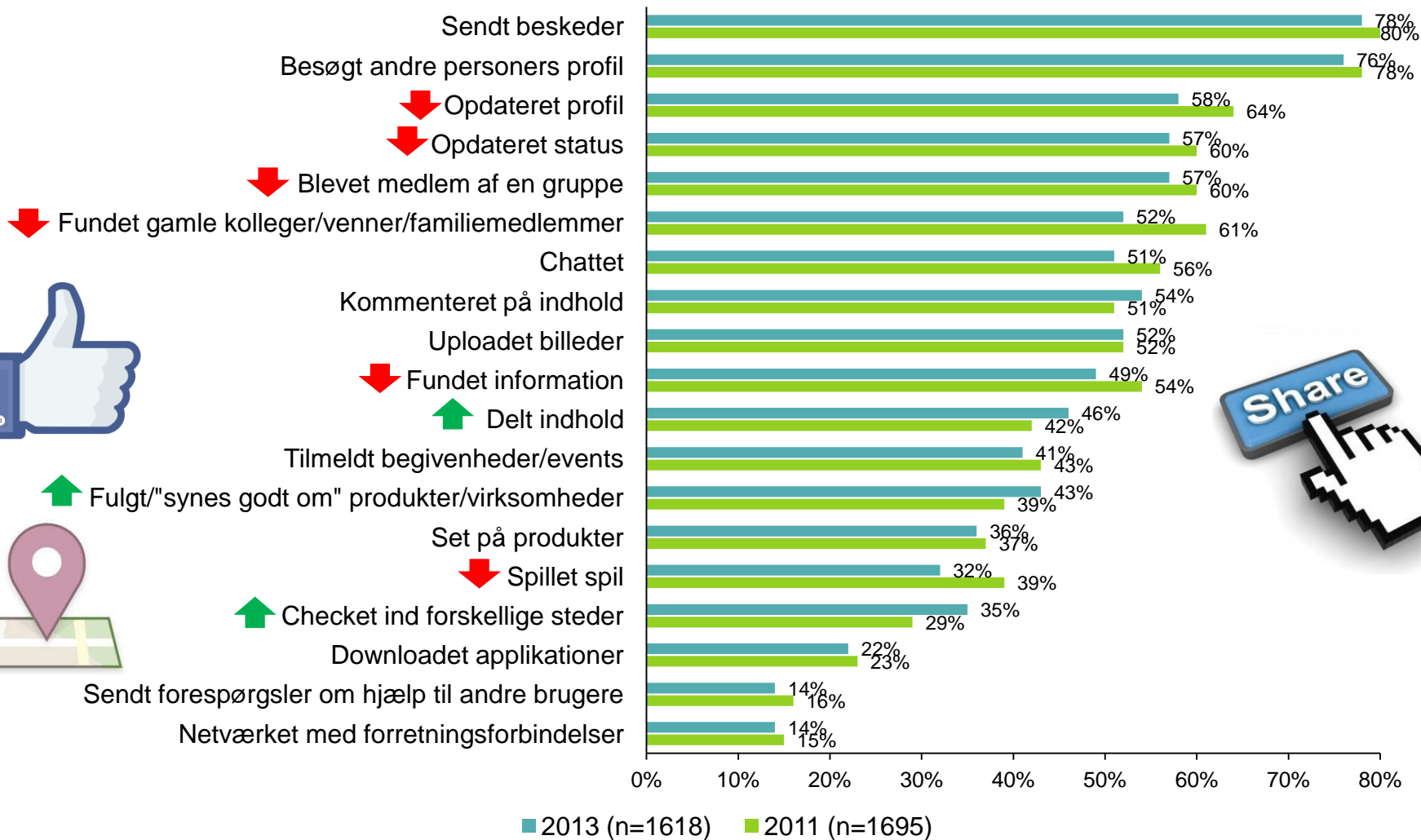
81% benytter sociale medier – lige stor andel af mænd og kvinder

30-04-2013



Handlinger der er foretaget på sociale medier inden for det seneste år

30-04-2013



Udbredelsen af smartphones og tablets

30-04-2013



Andel af brugere til internet

41%

54%

Logger på sociale medier flere gange dagligt

48%

61%



15%













31%

34%

43%

Facebook er fortsat nummer 1

30-04-2013

	Kendskab	Oprettet konto	Benyttet indenfor den seneste måned	Difference mellem kendskab og benyttet
Facebook	95%	93%	92%	-3%
YouTube	90%	39%	66%	-24%
Twitter 	84%	20%	15%	-69%
Google+ 	67%	28%	21%	-46%
Spotify 	64%	22%	21%	-43%
LinkedIn 	64%	41%	36%	-28%
Windows Live/Messenger 	64%	26%	17%	-47%
Netflix	59%	15%	16%	-43%
Arto 	55%	4%	1%	-54%
MySpace 	53%	6%	2%	-51%
Instagram 	52%	12%	10%	-42%
World of Warcraft	45%	5%	2%	-43%
Flickr 	39%	5%	4%	-35%
Second Life 	20%	2%	0%	-20%
Tumblr	20%	2%	3%	-17%
Pinterest 	18%	5%	4%	-14%
Soundcloud	14%	3%	3%	-11%
Yahoo Answers	12%	1%	1%	-11%
Foursquare 	11%	3%	1%	-10%
Formspring	6%	1%	0%	-6%
moneysavingexpert.com	1%	0%	0%	-1%
Ingen af disse	1%	1%	1%	0%
Ved ikke	0%	0%	0%	0%
Antal sites i gennemsnit	9,34	3,34	3,16	

De forskellige tjenester – profil og udvikling i benyttede antal timer pr. uge

30-04-2013



4 t 45 min

5 t 15 min

2 t 55 min



2 t 16 min

2 t 38 min



1 t 13 min

1 t 23 min



2 t 25 min

2 t 31 min

- Jeg har ikke noget imod at se reklamer på sociale medier, som er baseret på mine profilaktiviteter (2,34 -> 2,23)
- Reklamer på sociale medier er ofte relevante for mig (2,23 -> 2,07)
- Hvis jeg hører noget positivt om et produkt/virksomhed på sociale medier, er det sandsynligt, at jeg taler om det (2,89 -> 2,72)
- Jeg vil gerne udtrykke min mening om nye produkter på sociale medier (2,41 -> 2,21)
- Jeg kan lide at deltage i udviklingen af nye produkter på sociale medier (2,34 -> 2,27)



Segmentering



Segmenteringsanalyse

30-04-2013



◀ Helt uenig (1) Helt enig (5) ▶

Jeg kan ikke undvære sociale medier

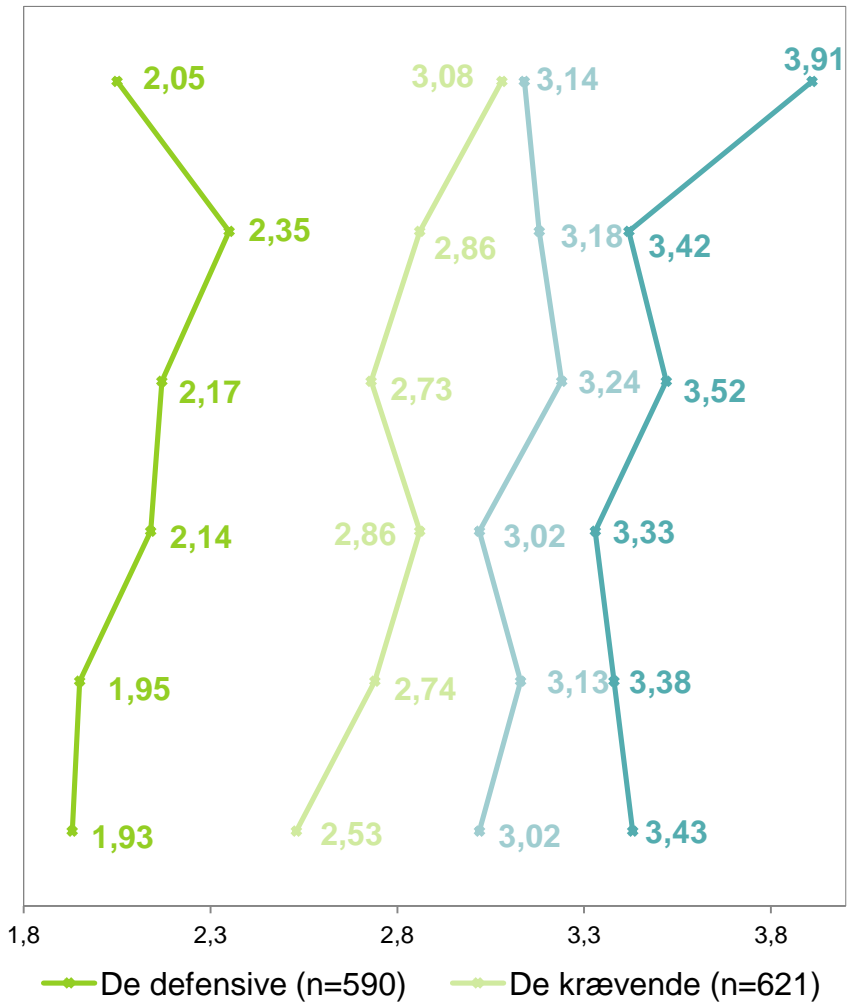
Hvis jeg hører noget negativt om et produkt/virksomhed på sociale medier, er det sandsynligt, at jeg taler om det

Hvis jeg hører noget positivt om et produkt/virksomhed på sociale medier, er det sandsynligt, at jeg taler om det

Hvis mine venner har angivet, at de følger/"synes godt om" et produkt/virksomhed, vil jeg være mere positiv over for dette/denne

Jeg bruger sociale medier til at holde mig orienteret om nye produkter

Jeg er mere loyal over for produkter/virksomheder som jeg følger/"synes godt om" på sociale medier

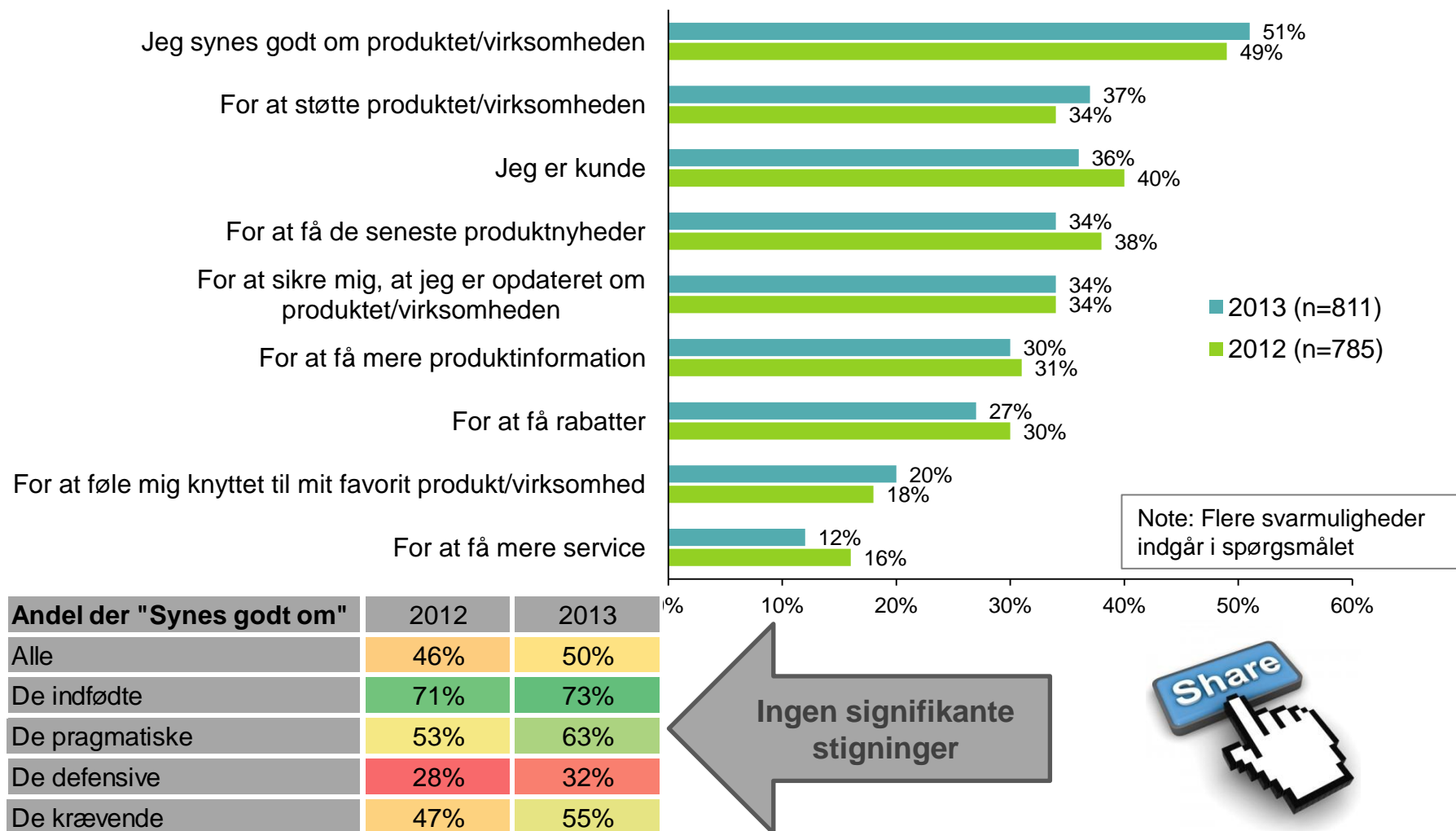


Kommerciel involvering på sociale medier



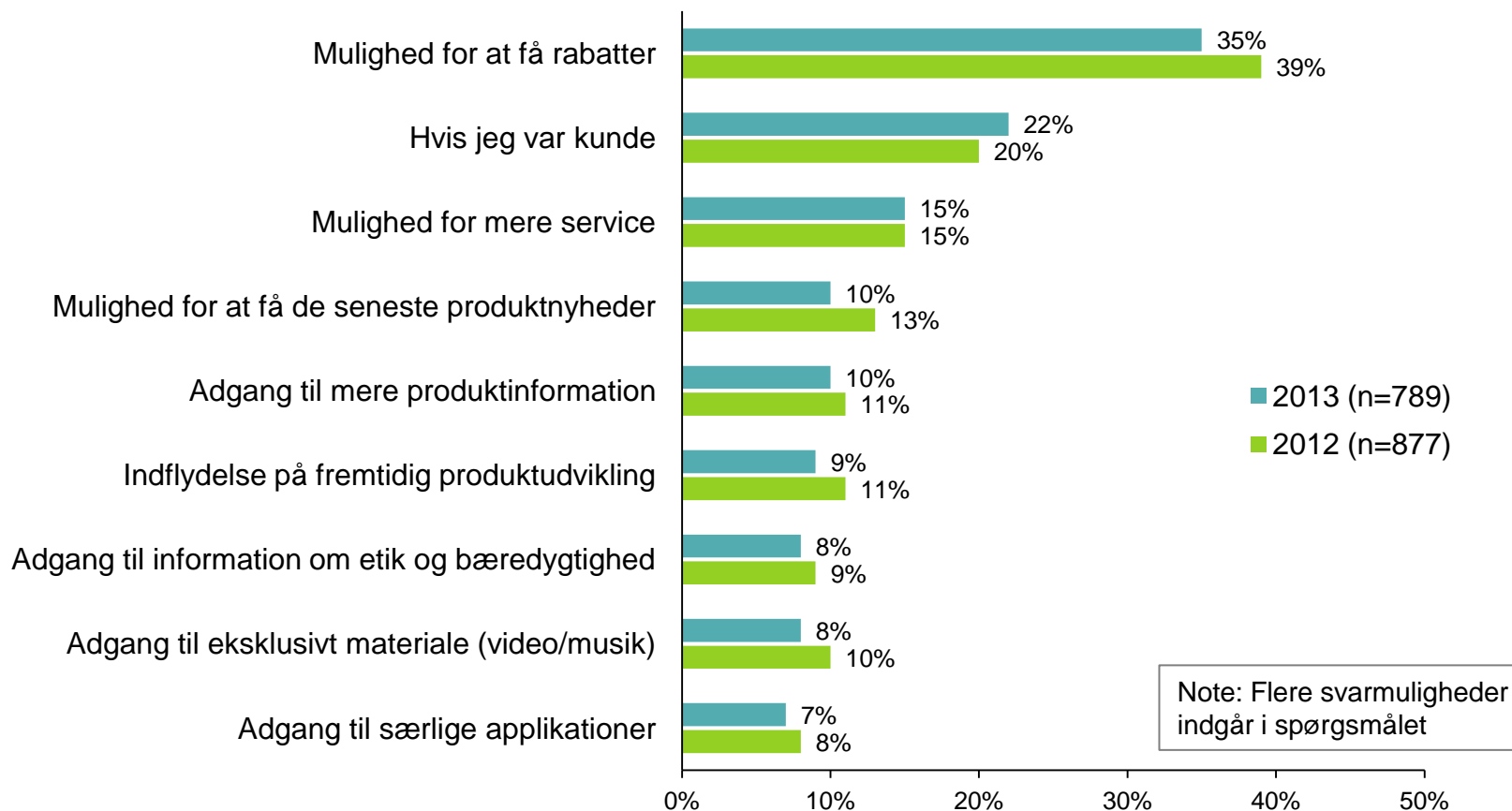
Primære årsag til at følge/"Synes Godt om" virksomheder er, at man synes godt om virksomheden

30-04-2013



Dem der i dag ikke følger virksomheder på sociale medier kan især motiveres til dette, hvis de kan opnå rabatter

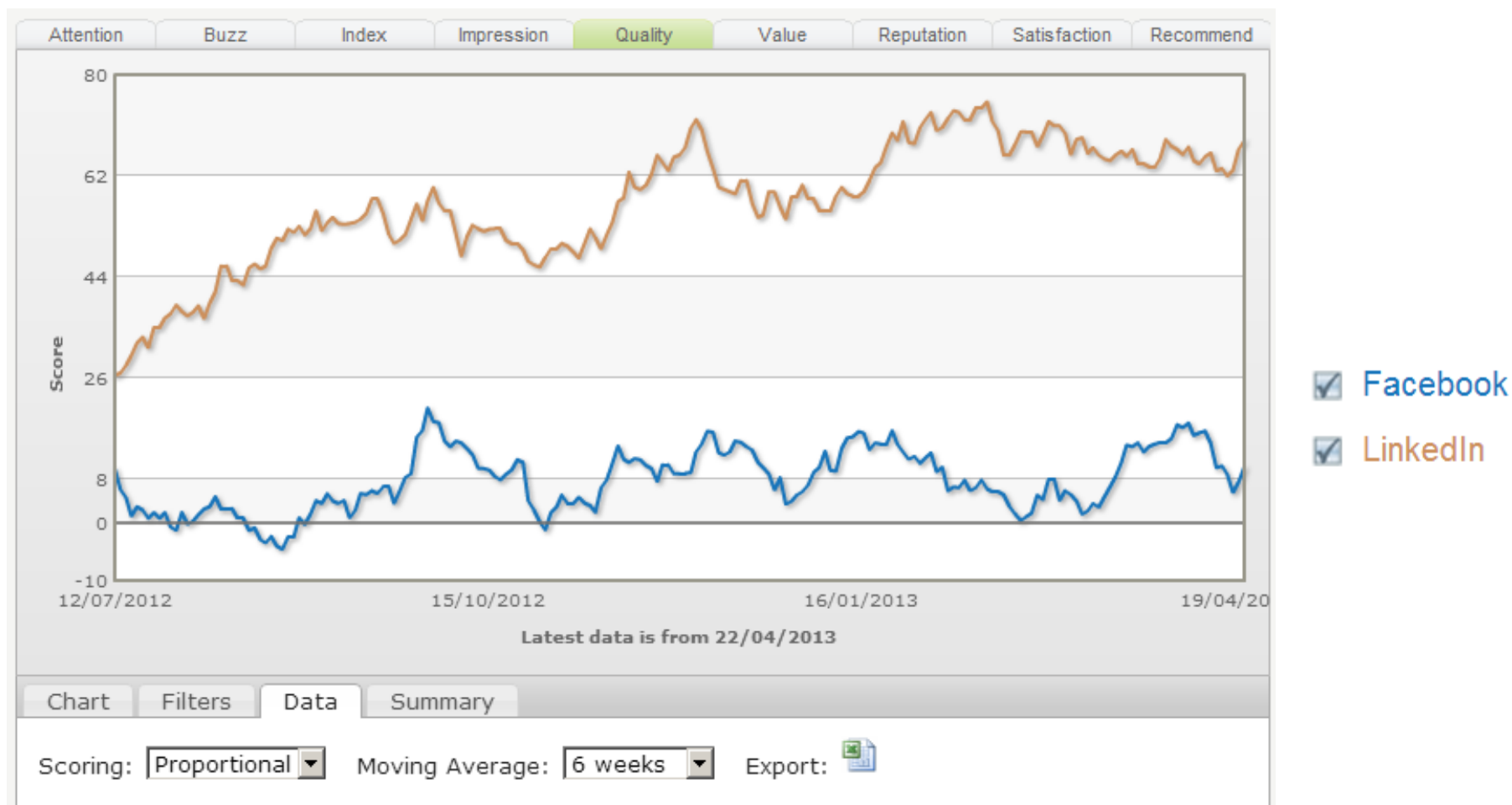
30-04-2013



- 25% kunne overhovedet ikke finde på at følge/"synes godt om" produkter eller virksomheder på sociale medier
- Hele 34% af "De defensive" svarer "Intet"

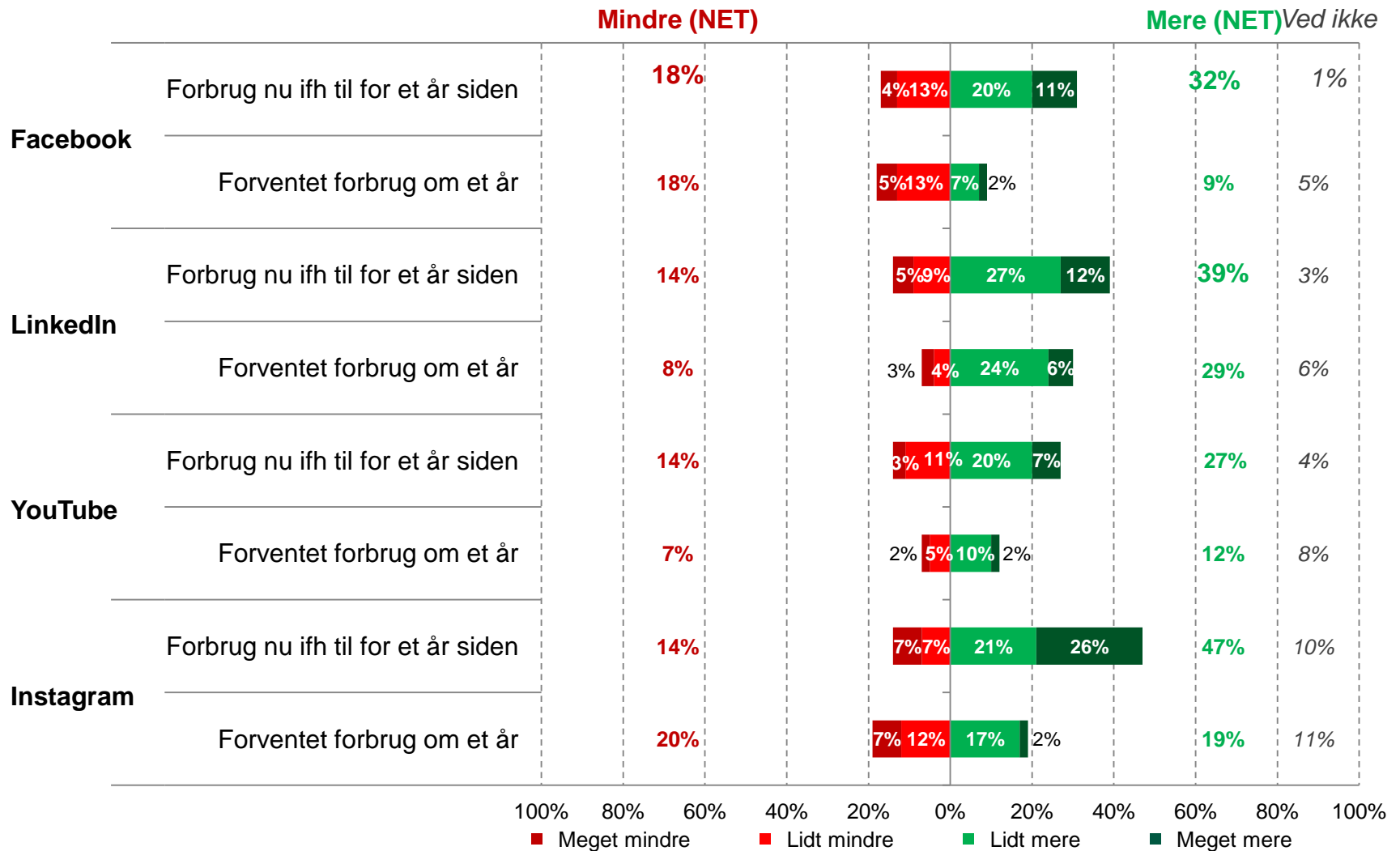
Fremtiden for sociale medier





Forbrug nu i forhold til for et år siden og forventet forbrug om et år

30-04-2013



- De kommercielt engagerede brugere af sociale medier udgør i dag 25%. Sidste år udgjorde denne andel 35%.
- Facebook synes at gå en svær tid i møde. Danskerne bruger Facebook massivt, men er blevet mere forbeholdne overfor tjenesten. Der skal mere til at imponere brugerne, og de har tilsyneladende nået en mætningsgrænse for reklameeksponering.
- LinkedIn går derimod en lys fremtid i møde. Andelen af brugere er steget væsentligt siden sidste år, og de forventer at bruge sitet endnu mere det kommende år. Den oplevede kvalitet er fortsat stigende i befolkningen.
- Det er tid til øget omhyggelighed, bevidsthed og segmentering for virksomhedernes kommercielle benyttelse af sociale medier.
- Sociale medier på vej til at blive et nødvendigt onde???



Merethe Kring

Research Team Manager

YouGov Denmark

✉ merethe.kring@yougov.com

☎ + 45 24 47 35 64

[in](https://www.linkedin.com/in/merethekring/) [dk.linkedin.com/in/merethekring/](https://www.linkedin.com/in/merethekring/)

YouGov Denmark A/S

Bryggervangen 55, 1
2100 København Ø
Tel: +45 7027 2224
www.yougov.dk

YouGov Denmark A/S

Agtrupvej 51A, 1
6000 Kolding
T: +45 7027 2224
www.yougov.dk

YouGov Sweden AB

Holländargatan 17 B
111 60 Stockholm
Tel: +46 8 41 00 58 10
www.yougov.se

YouGov Sweden AB

Västergatan 1
211 21 Malmö
Tel: +46 40 630 16 20
www.yougov.se

YouGov Norway AS

Møllergata 8
0179 Oslo
Tel: +47 22 42 32 00
www.yougov.no

YouGov Finland Oy

Myllypellontie 3 C 63
00650 Helsinki
Tel: +35 8 40 772 2651
www.yougov.fi

