

## De (on)zin van Sociale Netwerken.

17 november 2009 | ManagementSite

Door: Christian ter Maat

[link naar het originele ManagementSite artikel](#)

Wie is er nog geen lid van een Sociaal Netwerk? Welke waarde voegen sociale netwerken toe aan haar leden, de investeerders, de adverteerders en aan de maatschappij?



### het sociale verleden

Voor het tijdperk van een redelijke internet penetratie, vanaf begin 2000, bestonden er nauwelijks virtuele netwerken. Het woord sociaal geeft aan dat het geen ICT of computer netwerken zijn, wat een handig onderscheid is in een online wereld. Mensen groeperen zich al eeuwen in sociale netwerken; vriendenclubs, rotaries, verenigingen, teams, old boys networks etc. Nadat een groot deel van de zakelijke & prive computers en tegenwoordig ook de smartphones aan elkaar geknoopt waren, ging men intensief contact onderhouden via de email en later ook via: SMS, Skype & Chat en aanvullend ontstonden er sociale netwerken.

## de community markt

De sociale netwerk site Facebook groeit sterk in Nederland. In week 37 bezochten ongeveer 3,6 miljoen Nederlanders de website. De eerste keer dat Facebook.com een vermelding kreeg in top 50 van best bezochte sites per week, was in week 13 van 2009. Uit de maandcijfers is af te leiden dat, gemeten naar totale surf tijd, Facebook inmiddels de nummer 9 site van Nederland is met een gemiddelde sessielengte van 6,7 minuten. Vergeleken met de nummer één sociale netwerk site in Nederland; Hyves, scoort Facebook op diverse vlakken nog wat minder. Hyves (9 miljoen leden) is na Google de best bezochte website van Nederland met een stabiel bereik van 50% per week en 6,4 miljoen unieke bezoekers in week 37. Facebook gaf onlangs aan wereldwijd zo'n 300 miljoen leden te hebben en ook winst te maken.

Een andere netwerk site die de afgelopen maanden snel steeg is LinkedIn.com. Deze zakelijke netwerk site bereikte in augustus 2,2 miljoen Nederlandse bezoekers terwijl hier in januari 2009 nog 1,5 miljoen unieke bezoekers zijn gemeten. LinkedIn wereldwijd heeft onlangs zijn vijftig miljoenste gebruiker verwelkomd. Het kostte LinkedIn na de start in 2003 bijna een jaar en vier maanden om de mijlpaal van één miljoen leden te bereiken. Het laatste miljoen kostte slechts twaalf dagen. Bijna de helft van de leden komt uit landen buiten de Verenigde Staten; ruim een vijfde woont in Europa. Buiten de VS heeft Nederland relatief gezien de meeste gebruikers. LinkedIn profileert zich als een netwerk voor zakelijke gebruikers. Mede daarom heeft de site minder leden dan algemene netwerksites zoals Facebook en Hyves. De afgelopen jaren is LinkedIn grondig gemoderniseerd met zaken als zoekfuncties, discussiegroepen, weblogs en mobiele applicaties. Hekkenluiters zijn: Plaxo (15 miljoen wereldwijd) en Xing (8 miljoen wereldwijd).

## Wat doen al die mensen op de sociale netwerken?

	MySpace users	Facebook users	LinkedIn users
	%	%	%
Stay in touch with friends	97%	97%	65%
Make plans with friends	66	62	9
Make new friends	52	52	10
Organize with others for an event, issue or cause	43	56	13
Promote yourself or your work	27	22	47
Make new business or professional contacts	26	20	67
Flirt	20	22	0

Source: Pew Internet Project; March 30, 2009

Volgens Mikolaj Jan Piskorski (associate professor en Marvin Bower Fellow in the Strategy unit aan Harvard Business School) is het belangrijk om de gebruikers van sociale netwerken te onderzoeken en op hun wensen in te spelen. De belangrijkste resultaten uit zijn onderzoek Understanding Users of Social Networks zijn:

- Sociale netwerken moeten de fouten in de echte wereld voorkomen, bijvoorbeeld het ontmoeten van kennissen van vrienden (3e graad) die jou kunnen helpen. Normaal zijn mensen niet echt geneigd om voor jou probleem te gaan shoppen in hun netwerk, nu kan je dat zelf.
- Foto's zijn de 'killer apps' van de sociale netwerken; 70% van de online gebruikers kijkt naar foto's van anderen; voyeurisme.
- Mannen en vrouwen gebruiken netwerken op verschillende manieren; 1) mannen kijken naar vrouwen die ze niet kennen, 2) mannen kijken vrouwen die ze kennen, 3) vrouwen kijken naar andere vrouwen die ze kennen. Twee derde van alle pageviews zijn gericht op vrouwen.
- Het bedrijfsleven zou sociale netwerken niet moeten zien als een extra kanaal; maar juist de netwerken sociaal inzetten om bijvoorbeeld producten te testen of om gebruikersfeedback te vragen e.d.

### **de waarde voor de leden**

De meeste sociale netwerken zijn zondermeer handige tools. Digitale adresboeken die zichzelf onderhouden (gebruikers werken zelf hun profiel bij) en inzicht geven in relatief onbekenden. De doelstelling om te groeien via vrienden naar nieuwe kennissen, zakenrelaties of dates wordt maar weinig gebruikt. Zoeken, communiceren, bespieden en stalking lijken de meest gebruikte functies.

### **de waarde voor de investeerders**

In 2007 betaalde Microsoft 240 miljoen dollar voor 1,6% van de aandelen van Facebook Inc. En op dat moment zou Facebook dan ongeveer 15 miljard dollar waard zijn. Vierjaar eerder was Facebook begonnen in een Harvard studenten kamer als; 'online hangout'. Met het aantal leden van vandaag zou de waarde kunnen oplopen tot bijna 19 miljard dollar.

Het Nederlandse Hyves had zo'n 3,5 miljoen leden in 2007 en zou op basis van de waardering van Facebook 850 miljoen dollar toen waard zijn, oftewel 600 miljoen

euro. Nu zijn dat 9 miljoen leden, dus volgens een snelle rekensom zou Hyves nu ongeveer 1,5 miljard Euro waard zijn. Waarde en prijs zijn verschillende zaken, dus 1,5 zal er zeker niet betaald worden. Er zijn veel minder actieve profielen op Hyves en er wordt weinig winst gemaakt. De vrije cashflow en de groei gedurende de komende jaren zal de waarde (niet koopprijs) van Hyves bepalen. Schattingen lopen uiteen van 75 tot 300 miljoen. De populariteit van Facebook en LinkedIn nemen toe, dus de vraag; make (grow members) or buy? Hyves zou er verstandig aan doen nu te cashen, voordat de bubble barst.

### **de waarde voor de adverteerders**

Ruim 50 procent van de interactieve marketingbedrijven verwacht in de eerste helft van 2009, ondanks de recessie, meer geld te zullen uitgeven aan sociale media. Dat blijkt een onderzoek van Forrester onder 145 grote marketingspecialisten. Het merendeel van de marketeers in het onderzoek geeft aan de aandacht willen verleggen van 'display ads' en games naar sociale media als sociale netwerken, blogs en user-generated content. Volgens het onderzoeksbureau zou van elke 11 minuten dat iemand online is één minuut gependend wordt binnen een 'member community'.

### **de waarde voor de maatschappij**

Hoe meer tijd mensen online besteden, dus te minder aan 'echte interactie' en dat is toch een verarming. Berichte online worden korter van eerste lange emails, naar kortere chats, naar complete onzin op Twitter; 'ik sta bij kilometerpaal 36,2 op de A2' e.d.

Skype (bellen) blijft wel groeien tot, ongeveer 521 miljoen gebruikers (in oktober 2009) die samen 185 miljoen dollar omzet genereren voor Skype. Met 27,7 miljard vrije belminuten en 3,1 miljard betaalde minuten. Het eens zo bejubelde Second Live is op zijn retour, van een gemiddelde van 28 uur per maand in de virtuele wereld in Engeland tot nu negen uur per maand.

### **de toekomst**

Jongeren verlaten nu al weer sociale netwerken omdat deze 'verouderen'. In Nederland ziet men vooral op LinkedIn, de 'connections' en 'groups' verzamelaars. Mensen met +500 of +1000 connections en tot 50 groepslidmaatschappen? Hoe sterk zijn die bij elkaar geharkte netwerken? Naarmate de verbindingen zwakker worden zal het netwerk aan waarde inboeten. Ook op internet geldt de wet 'less = more'. Een netwerk als digitaal adresboek met uitgebreide profielen en curriculum vitae is zeer praktisch. Het grote voordeel is dat de leden zelf hun profiel actueel

houden, zolang dat netwerk niet inslaapt. De zoekfunctie om mensen uit het netwerk van anderen te vinden of je voor te bereiden op een gesprek met een onbekende zijn interessant. De netwerk functies breiden steeds verder uit. Na apps op LinkedIn nu ook hier de Twitter berichten, videos en foto's worden toegevoegd. De nieuwste trend in sociale netwerken is 'private online communities', Bijvoorbeeld; [asmallworld.net](http://asmallworld.net) Deze netwerken bestaan rond een groep van gelijk 'gezinden' en slechts enkele kunnen nieuwe leden inviteren, een soort van ballotage. Ook kunnen leden worden verwijderd, zelfreiniging. Deze exclusieve netwerken zullen rond allerlei thema's en mensen ontstaan. Het jezelf in de etalage zetten op een grote netwerksite zal dan niet meer nodig zijn. Specialistische netwerken zullen de rol overnemen. Headhunters, verkopers, stalkers en andere voyeurs worden buiten gesloten. De revival van Old Boys, Girls, Friends en Specialists networks.

De nieuwste technologie van Google; Wave; een online samenwerkingstool voor berichten, presentaties, creaties, foto's en andere interacties, alle real time online, zal de 'oude email' gaan vervangen. Voeg hierbij niet alleen het adresboek van Gmail maar ook de netwerken en video conferencing (Skype 7.0) en dan is Google; de spin in het web.

*Christian ter Maat; LinkedIn [282 connections & 7 groepen]*

© Copyright 2009 Carevolution