

Zo wordt online over elektronica retailers gesproken

19-04-2016 09:27

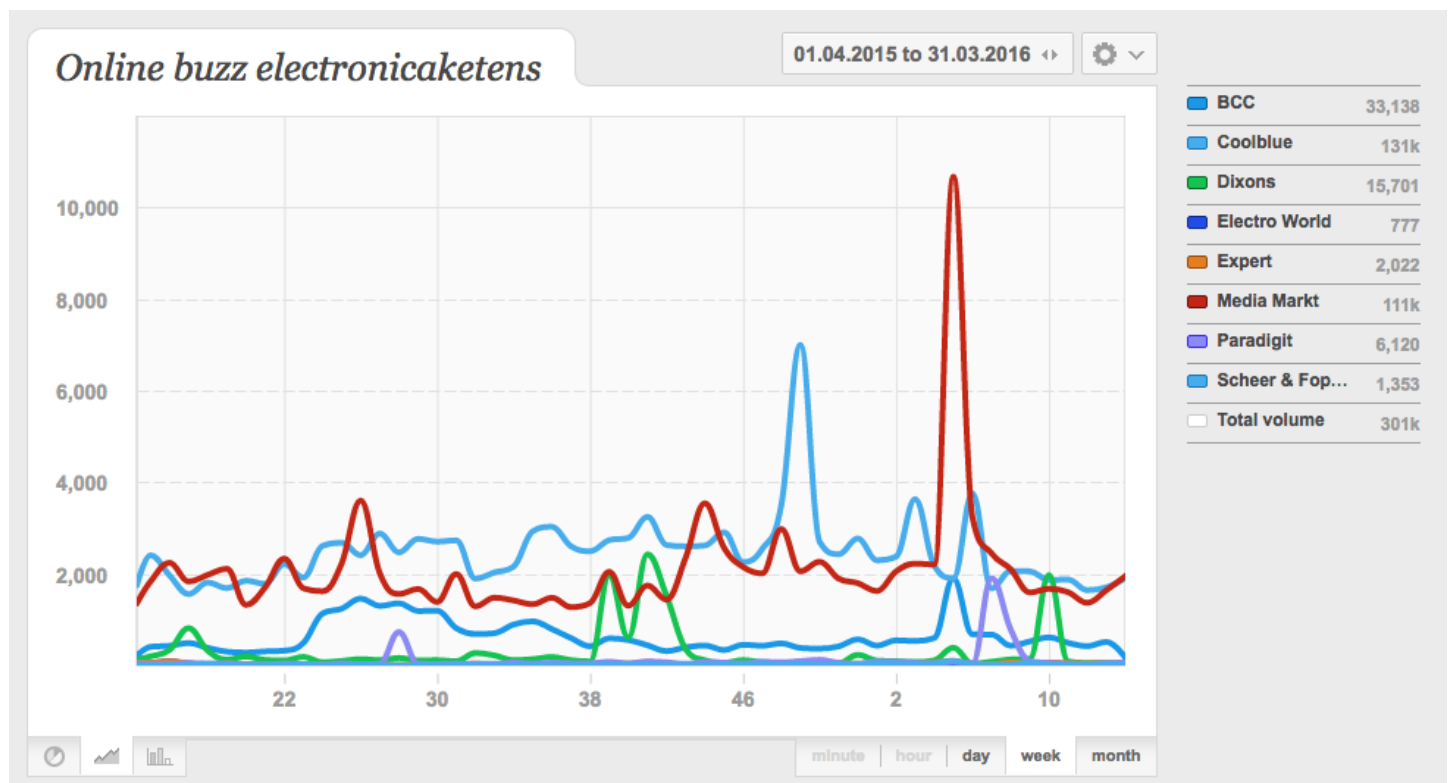
Door Jaap van Zessen

Social media analyst bij [Buzzcapture](#)

Coolblue is op online en social media de meest besproken elektronica retailer van Nederland. Media Markt volgt daarna en op ruime afstand is BCC de derde meest besproken keten van Nederland. De BTW-actie van de Media Markt leverde de meeste publiciteit op.

Media Markt piekt

Op alle openbare websites en social media is Coolblue van alle elektronica ketens het meest besproken. De Sinterklaasactie van Coolblue zorgde voor de meeste buzz voor Coolblue, maar de BTW-actie van Media Markt werd binnen de branche het meest besproken:



Tijdens de jaarlijkse "21% BTW Weg Ermeel-actie"; betaalt Media Markt de btw en dit levert ze veel online publiciteit op. In de week van 25 januari werden bijna twaalfduizend online berichten geplaatst over Media Markt:

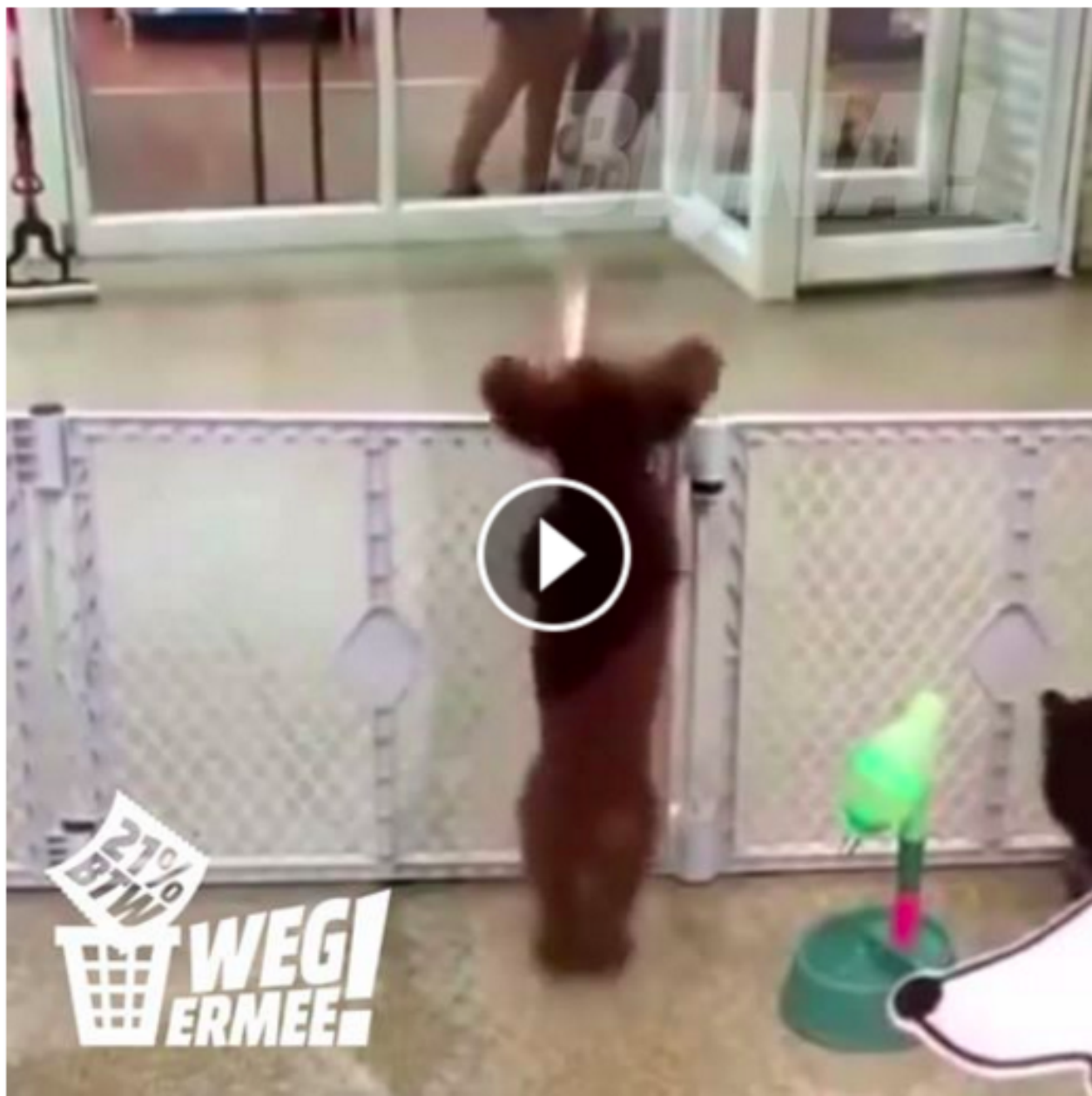


Media Markt NL

27 januari · 🌐

👍 Vind de pagina leuk

Bijna, bijna, bijna, bijna! Om 18:00 uur start de BTW-actie 😊



89K weergaven

👍 Leuk

💬 Reactie

➦ Delen



👍 1,5K

Chronologisch ▾

247 keer gedeeld

434 reacties

Berichten van Media Markt zelf leverden veel likes en shares op. Toch was er ook een tegengeluid te horen op social media. Er ontstond commotie om de prijsverhogingen die Media Markt kort voor de actie doorgevoerd had en vervolgens werd deze actie door veel media opgepikt en vaak geliked:



Metro Holland ✓

27 januari · 🌐

👍 Vind de pagina leuk

De 'BTW Weg Ermee'-actie van Mediamarkt blijkt helemaal niet zo voordelig als de prijzen daarvoor met 100 euro omhoog worden gegooid. Dit werd ontdekt door een klant die op zoek was naar een wasmachine en droger.



Mediamarkt verhoogt prijs met 100 euro voor actie

Zodra er 'Sale' en 'Korting' op de winkelruiten hangt, kopen we allemaal massaal in. Logisch, want je bent een heel stuk goedkoper uit. Toch? Soms kom je toch bedrogen uit, blijkt in ieder geval bij Mediamarkt....

METRONIEUWS.NL

👍 Leuk

💬 Reactie

➦ Delen



👍 😱 4K

Populairste reacties ▾

Opvallend was ook dat er op site van [Tweakers](#) bijna drieduizend berichten zijn geplaatst deze week.

PR-stunt zorgt voor positieve buzz Coolblue

De meest besproken week voor Coolblue leverde louter positief sentiment op en werd veroorzaakt door een PR-stunt waarin een overname werd gesuggereerd, terwijl dit uiteindelijk een grap was met Sinterklaas:

In dezelfde week als de BTW-actie van Media Markt werd ook BCC het meest besproken. BCC garandeert namelijk de laagste prijs en volgt daarom de kortingsactie van de Media Markt. Beiden worden in veel online berichten in Ã©Ã©n adem genoemd.

Faillissementen en doorstarts domineren het nieuws

Dixons werd begin oktober vaak besproken toen de winkelketen failliet werd verklaard met enkele zusterbedrijven van de BAS Group. Kort daarop volgde al het nieuws dat Dixons een [doorstart](#) zou maken. Ook Paradigit werd het [meest besproken](#) toen het failliet werd verklaard in februari van dit jaar. Paradigit kon enkele dagen later [bekendmaken](#) toch een doorstart te maken, wat opnieuw tot buzz leidde.

De ketens Expert, Scheer & Foppen en Electro World kenden geen extreme pieken in online volume in het afgelopen jaar. De laatstgenoemde keten beschikt bovendien helemaal niet over social media-accounts. â€œWij hechten veel waarde aan het lokale karakter van onze winkels. Tegelijkertijd geloven wij met name in het sociale karakter van social media. Er moet een sociale relatie zijn dus bedrijf en consument om dit succesvol te maken. Die sociale relatie is er ook bij Electro World, maar met name in de relatie tussen de consument en de lokale ondernemer. Vandaar de keuze om dit op lokaal niveau te doen, en niet landelijkâ€;, verklaart marketingmanager Caressa Jansen van franchiseorganisatie United Retail, dat ook achter de formules Euronics en Witgoed specialist zit.

Meeste fans op Facebook

Van de acht onderzochte ketens is Facebook voor alle bedrijven het kanaal waarop de meeste fans zijn verzameld. Totaal hebben de bedrijven ruim een miljoen likes verzameld op Facebook, ruim 88 procent van alle likes of volgers van social media kanalen. Media Markt heeft met ruim een half miljoen fans de meeste volgers, Coolblue, Dixons en BCC volgen op gepaste afstand.

Op Twitter krijgen ruim 68 duizend volgers de berichten van de bedrijven te lezen. Hier is niet Media Markt maar Coolblue met 33 duizend het bedrijf met de meeste volgers. Ook op YouTube heeft Coolblue de meeste abonnees verzameld, bijna 26 duizend mensen ontvangen automatisch nieuwe videoâ€™s van Coolblue per mail.

De drie grootste bedrijven op basis van de online buzz zijn ook de enige die actief zijn op Instagram en Pinterest. Opvallend is dat geen van de bedrijven op Pinterest meer dan honderd volgers heeft. Op Instagram hebben Media Markt en Coolblue wel een groot publiek opgebouwd:

KETEN						FANS
	6.055	93.789	417	7	21	100.289
	33.431	287.432	25.992	15.700	89	362.644
	8.481	108.476	45	×	×	117.002
	×	×	×	×	×	0
	3.947	41.459	88	×	×	45.494
	14.576	502.567	1.571	21.500	38	540.252
	1.447	8.939	522	×	×	10.908
	340	2.028	15	×	×	2.383