

SOCIAL MEDIA MONITOR **ZORG**

01 | maart 2011

'Join the conversation!'



Social Media Monitor Zorg # 01



Voorwoord



Als regionaal kennis- en innovatieplatform op het terrein van de zorg economie houdt iZovator actuele ontwikkelingen en innovaties scherp in de gaten. Een van die ontwikkelingen betreft het gebruik van social media in de zorg. Twitter, Hyves, Facebook en LinkedIn zijn daar al bijna niet meer weg te denken. Verpleegkundigen zitten op Hyves. Een toenemend aantal artsen twittert. En steeds meer medewerkers hebben een LinkedIn-profiel. Ook een groeiende groep patiënten en cliënten maakt al actief gebruik van social media, en dat in een geheel nieuwe rol: die van de kritische klant met een vaak uitgesproken mening over de zorg. Die klant twittert over de wachttijden op de poli. Blogt over positieve of negatieve ervaringen met een arts. Krabbelt op Hyves over z'n mooie nieuwe heup. Of post op Facebook dat hij bang is voor de komende operatie.

Uit al deze voorbeelden blijkt dat men in de zorg graag gebruikmaakt van social media. Tegelijkertijd blijkt echter ook dat men vaak nog niet precies weet hoe dat het beste kan. Veel bedrijven en zorginstellingen vragen zich dan ook af of het noodzakelijk is om op dit terrein beleid te ontwikkelen en afspraken te maken binnen de organisatie.

Persoonlijk verwacht ik dat de toepassing van social media ongekende gevolgen zal hebben voor de zorg. De rollen en verhoudingen tussen patiënten (of cliënten) en professionals zullen sterk gaan verschuiven. Welk effect dat vervolgens heeft, is nu nog nauwelijks in te schatten. Om die reden is onderzoek op dit terrein van groot belang. Hoe wordt er gebruik gemaakt van social media in de zorg- en welzijnssector? Wat is het effect daarvan op professionals en patiënten? Welke invloed heeft het op de werkprocessen in deze sector? Allemaal vragen die nader systematisch onderzoek vereisen.

Deze eerste Social Media Monitor Zorg – die we hier met trots presenteren – bestaat uit een onafhankelijk onderzoek naar de vraag hoe de zorg- en welzijnssector gebruikmaakt van de 'Big 5': Facebook, Hyves, Twitter, LinkedIn en YouTube. Het onderzoek is uitgevoerd door iZovator in samenwerking met Redmax. In deze rapportage vindt u het verslag van onze eerste meting. We gaan dit onderzoek regelmatig herhalen, zodat u de belangrijkste ontwikkelingen op de voet kunt volgen. Wereldwijd is Nederland toonaangevend in zorg. Laten we ook op dit gebied koploper zijn! Want uiteindelijk wordt de patiënt daar beter van!

Yolanda Gagliardi | Directeur iZovator



<page 04>

Inhoudsopgave

<page 03> **Voorwoord**

<page 05> **Social media & Zorg: vooral nog experimenteren**

<page 07> **Methode & verantwoording**

<page 09> **Resultaten**

<page 10> **Aanwezigheid zorg op social media**

<page 12> **Populariteit zorg op social media**

<page 14> **Activiteit zorg op social media**

<page 15> **Aanwezigheid zorgsectoren op social media**

<page 22> **Populariteit en activiteit zorgsectoren op social media**

<page 27> **Top 10 zorg**

<page 29> **Top 3 per sector**

<page 31> **Conclusie**

<page 33> **Colofon**



Social media & Zorg: vooral nog experimenteren



Social media zijn de hype voorbij. Wekelijks komen er actualiteiten langs waarbij social media een cruciale rol spelen. Denk aan de opstanden in de Arabische wereld, waarbij burgers zich online organiseren tegenover de gevestigde autoriteiten. Of neem de Nederlandse Moerdijkcramp, waarbij burgers elkaar in een crisissituatie wisten te vinden terwijl de autoriteiten afwezig waren. Deze voorbeelden maken duidelijk dat social media in toenemende mate een onderdeel zijn geworden van ons dagelijks leven. Bovendien blijkt dat ze van invloed zijn op structuren en machtverhoudingen. Hierdoor hebben ze een duidelijke maatschappelijke impact.

Social Media: zorg & preventie

Hoe beïnvloeden social media de gezondheidszorg? Deze vraag is niet zomaar te beantwoorden. De grote hoeveelheid praktijkvoorbeelden toont in elk geval een rijkdom aan toepassingsmogelijkheden: twitterende huisartsen, een reuma-Hyve, bloggende psoriasispatiënten, een wervingscampagne voor donoren op Hyves (23.000 orgaandonoren erbij!), ggz-cliënten die via social media uit hun isolement komen, succesvolle wervingscampagnes voor personeel op de 'big 5' (Hyves, Facebook, Twitter, LinkedIn en YouTube), cliëntervaringen in beeld op YouTube, zonbeschermingsadvies van KWF-kankerbestrijding via twitter. Deze voorbeelden illustreren dat social media instrumenten zijn die een organisatie op tal van manieren kan inzetten om te interacteren met specifieke doelgroepen.

Van experimenteren naar resultaat: waar staat de zorg?

De opkomst van social media kan worden gezien als een ontwikkeling in een veranderend medialandschap. Uit eerdere introducties van nieuwe media blijkt dat deze tijd nodig hebben om uit te groeien tot volwaardige communicatiekanalen, waarbij de specifieke karakteristieken van het betreffende medium werkelijk worden benut. Hoe lang heeft het bijvoorbeeld niet geduurd, voordat televisie meer was dan 'gefilmde radio'?



Afgelopen jaar hebben veel zorgorganisaties en zorgprofessionals hun eerste schreden gezet op het terrein van social media. Daarbij wordt volop geëxperimenteerd met de 'big 5'. Deze experimenteerfase is nodig om alle kenmerken, toepassingsmogelijkheden en keerzijdes van de nieuwe social media te ontdekken. Vanuit deze ervaringen ontstaat de behoefte aan webmonitoring, waarbij kan worden gevolgd over welke onderwerpen of organisaties er wordt gecommuniceerd. De hierop volgende stap naar resultaatgerichte inzet van social media (als onderdeel van een organisatie-, marketing-, of communicatieplan) wordt nog weinig gezet. In de vervolgedities van de Social Media Monitor Zorg willen we graag meer ingaan op 'best practice' en behaalde resultaten ('ROI') door inzet van social media. Dat doen we graag in samenwerking met u. Daarom kijken we uit naar het gesprek hierover: offline en online!

'Join the conversation!'

Liesbeth Meijnckens | Adviseur e-health Redmax

Internetgebruik in Nederland

- 93% Nederlanders heeft thuis internet
- Steeds meer mobiel internet (met 3,3 miljoen smartphones)
- Inhaalslag ouderen: 55% van de 65-plussers gebruikt internet
- 80% heeft een profiel op social media
- Aanwezigheid op 'Big 5'
 - Hyves: 9.500.000
 - LinkedIn: 2.000.000
 - Facebook: 4.055.140
 - Twitter: 420.000
 - YouTube: 8.400.000 unieke bezoekers per maand



Methodie & verantwoording

Scope van het onderzoek

Voor deze eerste editie (nulmeting) van de Social Media Monitor Zorg zijn 579 zorginstellingen geanalyseerd. De volgende zeven sectoren zijn daarin meegenomen: gehandicaptenzorg (101), revalidatiezorg (113), GGZ (112), GGD (27), verpleeghuizen (76), ziekenhuizen (94) en thuiszorg. Voor het samenstellen van de lijsten is gebruik gemaakt van de websites van brancheverenigingen en een aangekochte adressenbestand. Hiermee is gestreefd naar een zo goed mogelijke afspiegeling van de Nederlandse zorg. De sector thuiszorg is in mindere mate representatief, omdat de lijst van instellingen afkomstig is van een branchevereniging die zich met name richt op kleinere instellingen. Voor alle instellingen is onderzocht wat de inzet is op LinkedIn, YouTube, Hyves, Twitter en Facebook. In het rapport noemen we dit “de kanalen”. De data is verzameld via desk research in de periode 7-18 maart 2011.

Onderzoeksmethodiek

Om de inzet op social media te kunnen bepalen zijn er drie meetgebieden benoemd: aanwezigheid, populariteit en activiteit.

- Met aanwezigheid wordt bedoeld: heeft instelling X op kanaal Y een profiel of niet?
- Populariteit wordt uitgedrukt in het aantal volgers, vrienden of fans per kanaal. Voor YouTube is gekeken naar het totale aantal views van de video's op een kanaal.
- Om de activiteit te bepalen is gekeken of de betreffende instelling in de maand februari nog gepubliceerd heeft (Twitter, Facebook, Hyves), hoeveel video's de instelling op haar kanaal geupload heeft (YouTube) en of de instelling haar diensten en/of vacatures vermeldt (LinkedIn). Specifiek voor Hyves is onderzocht of een instelling haar profiel open of dicht heeft gezet voor het publiek. Ook zijn er afgesloten Hyves profielen waar alleen medewerkers toegang mogen vragen.

Cijfers met betrekking tot de populariteit en activiteit zijn berekend over het aantal instellingen die een profiel hebben op het betreffende kanaal in de betreffende sector. Niet meegenomen in het onderzoek zijn themaaccounts, campagnes, accounts van medewerkers etc. Dit is een praktische afweging geweest; het betreft geen diskwalificatie van de relevantie van deze deelnames aan de sociale netwerken.



Samenstelling top 10 en top 3 lijsten

Voor het bepalen van de eindscore per instelling - en daarmee de samenstelling van de overall top 10 en top 3 per sector - is een gewogen gemiddelde van drie deelscores gehanteerd. Aanwezigheid telt 30%, populariteit 50% en activiteit 20%. Bij de score berekening is geen rekening gehouden met de grootte van de instellingen (zoals omzet of aantal medewerkers).

Daarnaast wordt aanwezigheid in de breedte op dit moment beloond. We beseffen ons desalniettemin dat instellingen in sommige gevallen bewust niet op een kanaal aanwezig zijn. Deze bewuste keuze wordt nu nog niet meegenomen, maar mogelijk in een volgende editie wel. Zoals Google haar algoritme ook aanpast op basis van ontwikkelingen, zal ook de scoreberekening van deze monitor rekening houden met de ontwikkelingen van het vakgebied.

Disclaimer

De Social Media Monitor is met de grootste zorgvuldigheid samengesteld. Mocht u onverhoopt het idee hebben dat er iets in de ranglijst niet klopt, laat het ons dan weten. Zie het colofon voor contactgegevens. Overname van gegevens is toegestaan met bronvermelding: Social Media Monitor Zorg, Izovator & Redmax (maart 2011)



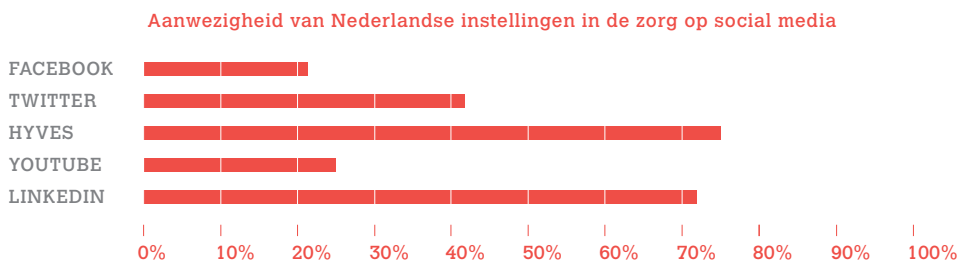
De resultaten





Aanwezigheid zorg op social media

Aanwezigheid van Nederlandse instellingen in de zorg op social media



Bovenstaande grafiek toont de aanwezigheid van de Nederlandse zorg op social media per kanaal. De grafiek toont uitsluitend de presentie op de diverse kanalen en zegt niets over aantallen volgers (de populariteit) of recent gebruik (de activiteit). Deze cijfers volgen verderop in dit rapport.

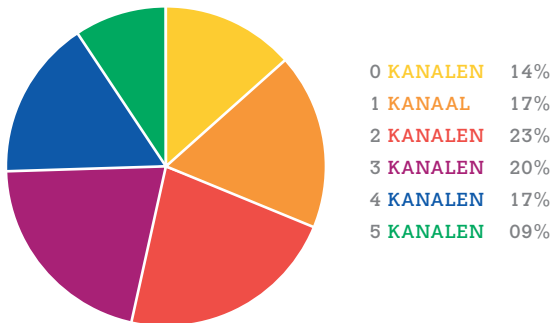
Opvallend is dat 76% van de Nederlandse zorginstellingen hun weg hebben gevonden naar Hyves. Dit past bij het feit dat Hyves in Nederland het grootste social media platform is met ruim 9.500.000 leden. Wel moet hierbij opgemerkt worden dat 397 Hyves-pagina's bestaan uit gesloten pagina's, bedoeld voor de medewerkers van instellingen. Slechts 43 Hyves-pagina's (10%) zijn toegankelijk voor patiënten. De lage score van YouTube is opvallend. Hoewel 8.400.000 Nederlanders iedere maand YouTube bezoeken, is slechts 26% van de instellingen actief op YouTube. Twitter scoort relatief hoog. Aan de instellingen is 41% aanwezig op Twitter, terwijl Nederland 'slechts' 421.000 actieve twitteraars telt.

LinkedIn scoort eveneens hoog. Veel organisaties hebben een bedrijfsprofiel aangeemaakt waar medewerkers lid van kunnen worden. Veel verder gaat de inzet van LinkedIn nog niet (verderop meer hierover).



<page11>

Percentage instellingen dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn

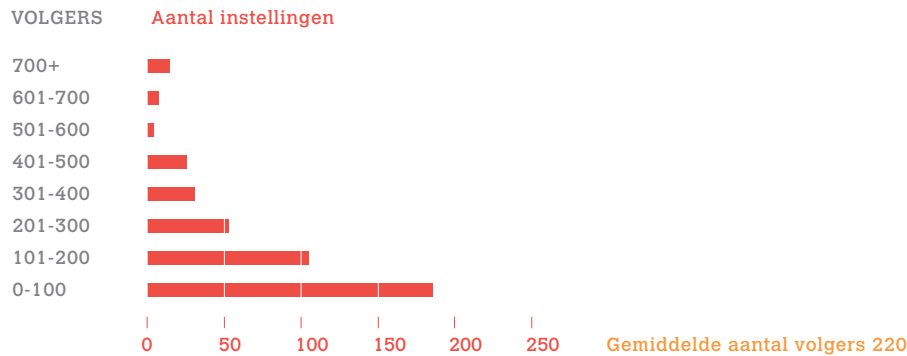


Bovenstaande grafiek laat zien welk percentage van de 579 onderzochte instellingen actief is op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen. Ondanks de hype in 2010 zijn er nog altijd 79 instellingen (14%) die in het geheel geen gebruikmaken van social media. Aan de andere kant is ook slechts een klein deel (9%) in de volle breedte aanwezig. Van de instellingen zit 20% alleen op LinkedIn en Hyves. Hyves is echter in de meeste gevallen alleen voor medewerkers toegankelijk, niet voor patiënten.



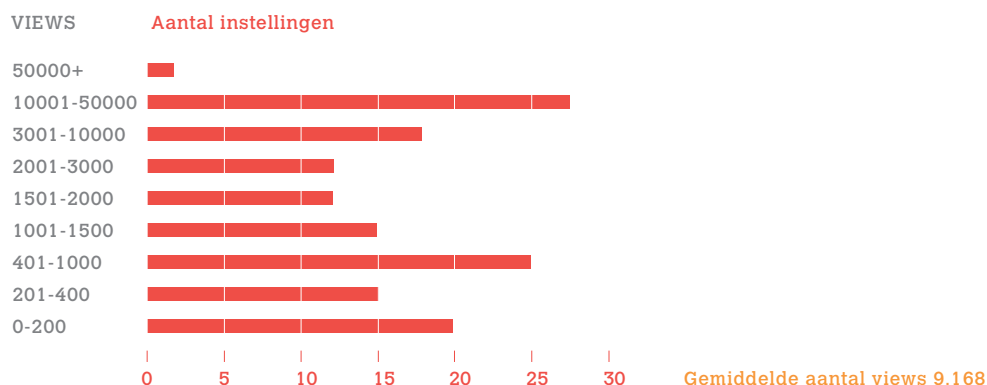
Populariteit zorg op social media

Aantal instellingen in de zorg met aanwezigheid op LinkedIn (72%), verdeeld naar aantal volgers



Bovenstaande grafiek laat voor LinkedIn zien hoeveel volgers de onderzochte instellingen hebben. Dit is weergegeven aan de hand van klassen. Duidelijk is dat het merendeel van de instellingen (191) tussen de 0 en 100 volgers heeft. Slechts een klein aantal heeft 700 volgers of meer. Let op: instellingen die geen LinkedIn-profiel hebben, zijn niet meegenomen.

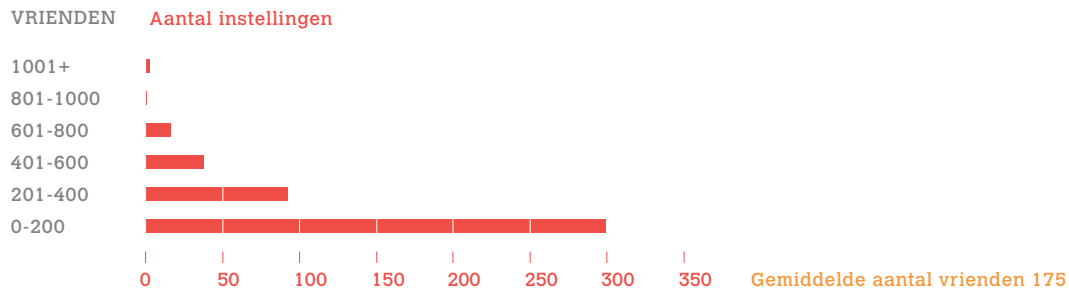
Aantal instellingen in de zorg met aanwezigheid op YouTube (25%), verdeeld naar aantal views



Analoog aan de grafiek hierboven, maar dan weergegeven voor het totale aantal views op YouTube. Twee instellingen hebben meer dan 50.000 views. Nog eens 28 hebben tussen de 10.001 en 50.000 views gehaald. Tijdens het onderzoek viel op dat veel instellingen hun YouTube filmpjes onder een andere naam plaatsen. Dit leidt niet tot een grotere vindbaarheid en herkenbaarheid van de instelling.

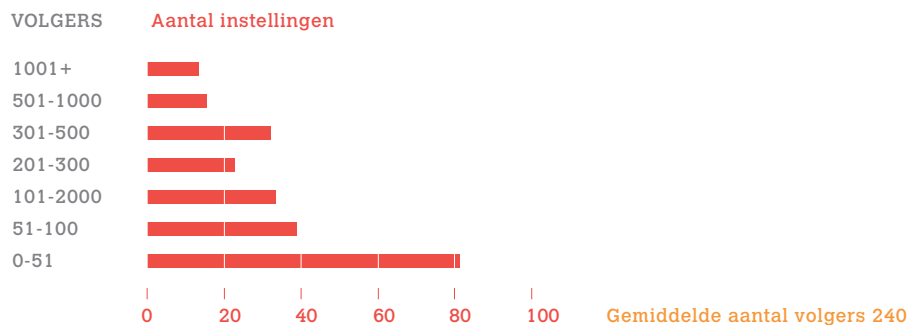


Aantal instellingen in de zorg met aanwezigheid op Hyves (76%), verdeeld naar aantal volgers



Bij instellingen die hun Hyves-pagina open hebben staan voor patiënten is het gemiddeld aantal volgers 405. Hiermee ligt het aantal volgers hoger dan instellingen die de Hyve alleen voor intern gebruik hebben aangemaakt (170) of de Hyve hebben afgeschermd (84). Er zijn vier instellingen met meer dan 1000 volgers. De koploper heeft 1.637 volgers.

Aantal instellingen in de zorg met aanwezigheid op Twitter (41%), verdeeld naar aantal volgers

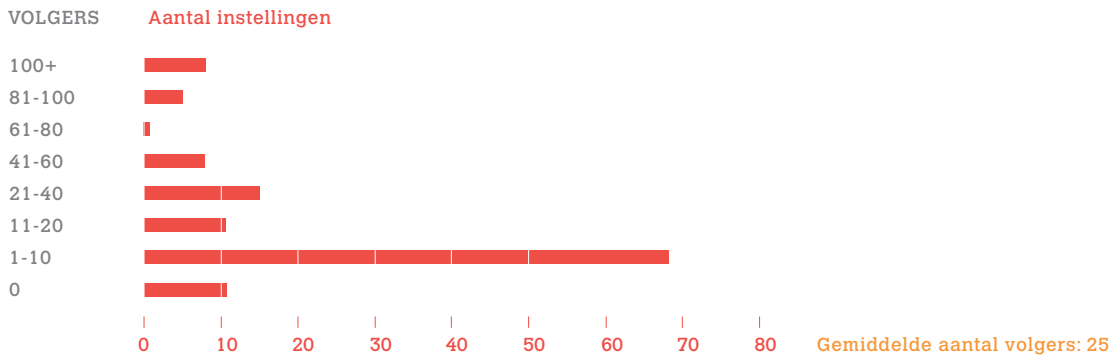


Duidelijk is dat het grootste deel van de aanwezige instellingen op Twitter tussen de 0 en 51 volgers heeft. Gemiddeld heeft een instelling 240 volgers. Opvallend is dat de instellingen zelf gemiddeld 64 twitteraars volgen.



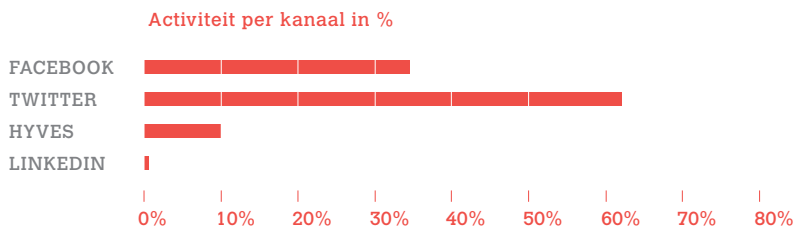
<page14>

Aantal instellingen in de zorg met aanwezigheid op Facebook (22%), verdeeld naar aantal volgers



Slechts 126 instellingen hebben een Facebook account (22%). Het overgrote deel heeft slechts een kleine schare volgers. De koploper heeft 273 volgers. Facebook is duidelijk nog in ontwikkeling en nog niet echt doorgedrongen in de zorg.

Activiteit zorg op social media

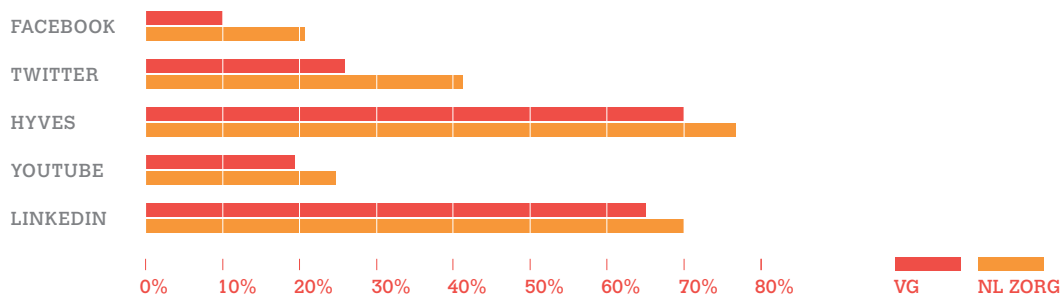


Bovenstaande grafiek laat per kanaal zien in welke mate de zorgsector op dat kanaal actief is. Voor Facebook, Twitter en Hyves geldt daarbij: is er in februari nog gepubliceerd (ja/nee)? Voor LinkedIn is het criterium: heeft de instelling haar diensten beschreven (ja/nee)? Dit is namelijk een redelijk nieuwe functie op LinkedIn (november 2010). De activiteit bij Hyves is alleen gemeten voor instellingen met een open profiel (10% van de aanwezige instellingen).



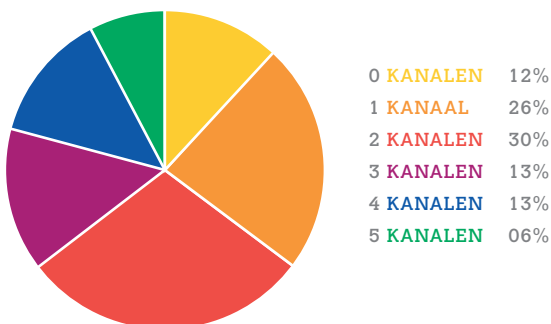
Aanwezigheid zorgsectoren op social media

Aanwezigheid van de gehandicaptenzorg op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg.



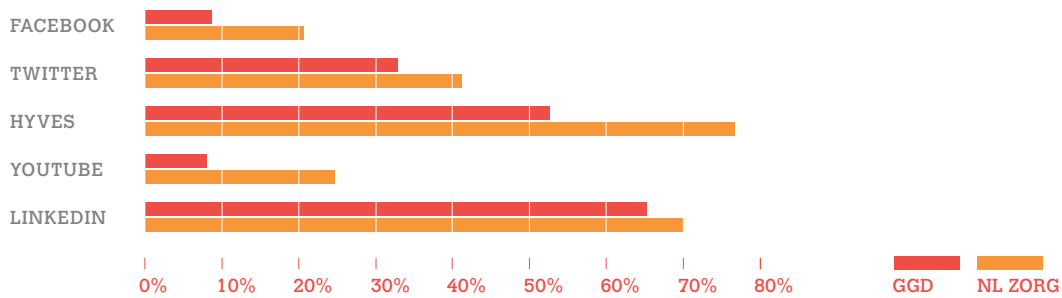
Instellingen voor gehandicaptenzorg scoren op alle social media net onder het landelijk gemiddelde. Van de instellingen is 68% actief op Hyves. Daarmee is het net iets populairder dan LinkedIn.

Percentage instellingen in de gehandicaptenzorg dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn



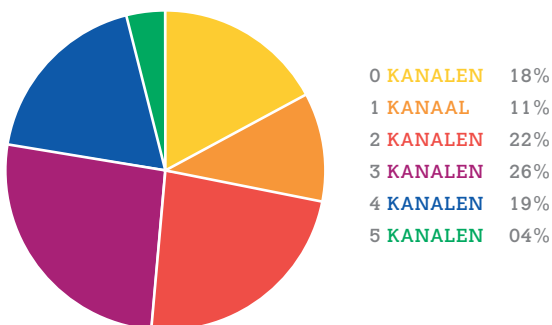
Opvallend is dat slechts 6% van de instellingen actief zijn op alle 5 kanalen. 26% van de instellingen is actief op 1 kanaal. Vaak gaat het hier echter om een besloten kanaal dat niet toegankelijk is voor patiënten.

Aanwezigheid van de GGD sector op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg



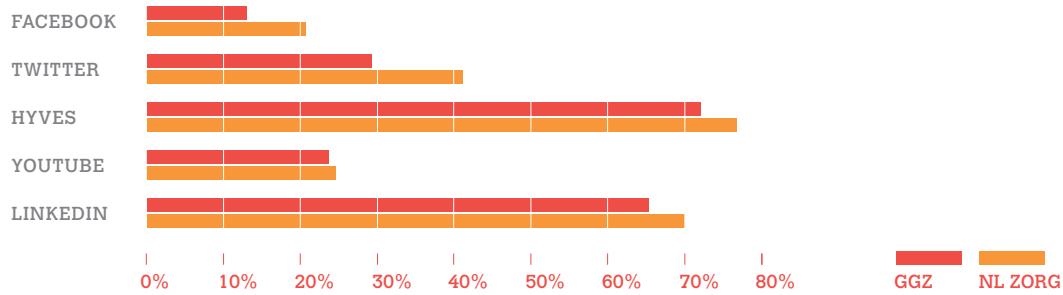
De GGD instellingen scoren op alle social media onder het landelijke gemiddelde. Opvallend is dat slechts 7% van de GGD instellingen actief is op YouTube. Een gemiste kans, omdat die kanaal een enorm bereik heeft onder de Nederlandse internetpopulatie (circa 65% volgens onderzoek van comscore).

Percentage instellingen in de GGD sector dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn



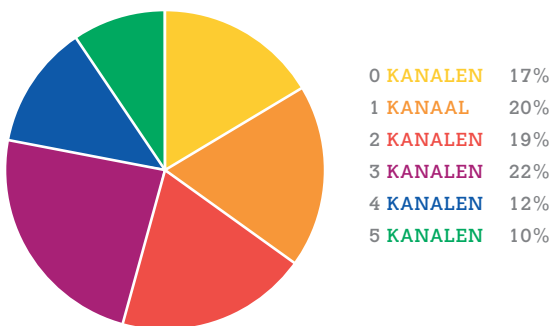
Opvallend is dat bijna 20% van de GGD instellingen op geen enkel kanaal is vertegenwoordigd. Vrijwel een overeenkomstig percentage is op maar liefst 4 kanalen aanwezig. Kortom, een sterk wisselend beeld.

Aanwezigheid van de ggz-sector op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg



Ondanks het feit dat veel ggz-instellingen het internet omarmd hebben (denk aan e-health interventies), scoort de sector onder het landelijke gemiddelde. Opvallend is voornamelijk de afwezigheid van de RIBW's op social media.

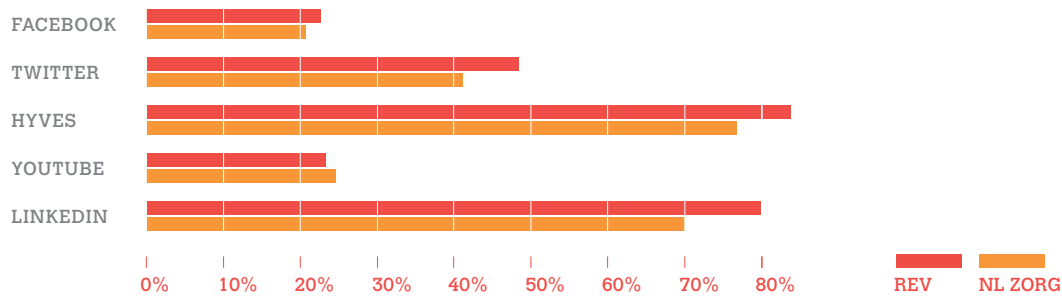
Percentage ggz-instellingen dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn



19 instellingen zijn geheel niet actief op social media. 11 instellingen zijn actief op alle kanalen. Het merendeel van de ggz-instellingen is actief op twee of meer kanalen.

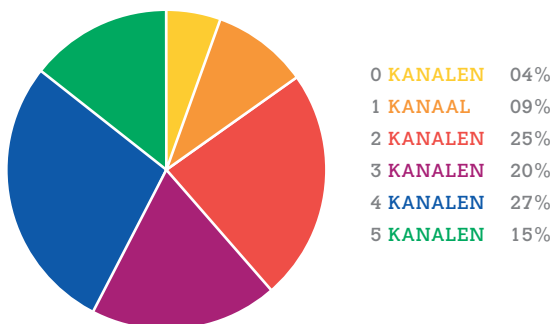


Aanwezigheid van de revalidatiesector op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg



Op vier van de vijf kanalen zijn revalidatie instellingen actiever dan het landelijk gemiddelde. Alleen op YouTube blijft deze sector achter. 84% van de instellingen is aanwezig op Hyves.

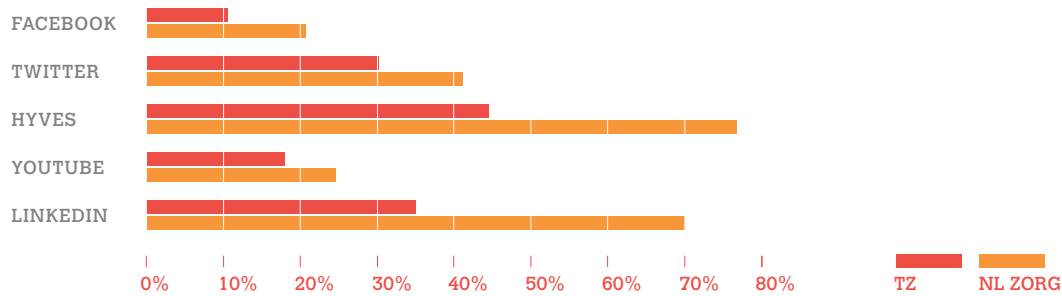
Percentage instellingen in de revalidatie sector dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn



42% van de revalidatie-instellingen is actief op 4 of 5 kanalen.
5 instellingen zijn in het geheel niet actief op het terrein van social media.

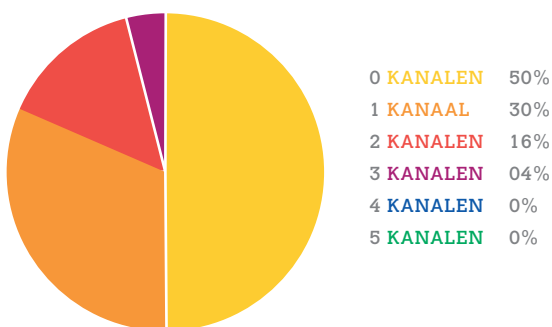


Aanwezigheid van de thuiszorg sector op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg



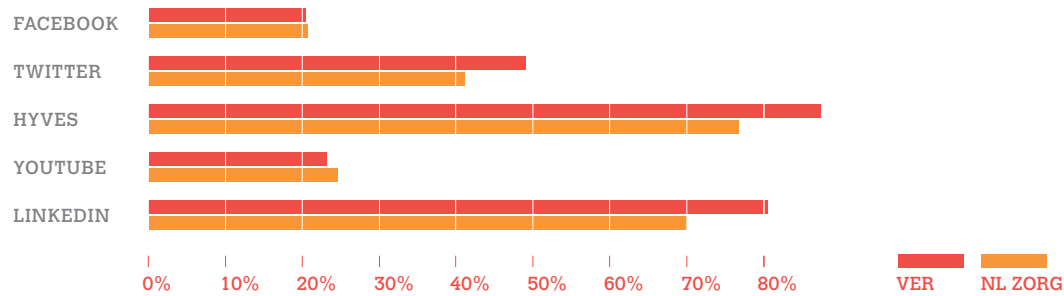
De thuiszorg instellingen scoren op alle social media onder het landelijke gemiddelde. Opvallend is het grote verschil in activiteit op LinkedIn. Waar landelijk 72% van de instellingen actief is op LinkedIn, is dat in de thuiszorg slechts 34%.

Percentage instellingen in de thuiszorg sector dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn



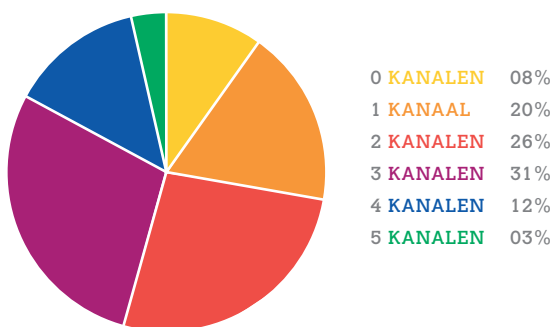
Precies de helft van de thuiszorginstellingen is niet actief op social media. Hiermee is de thuiszorg de slechtst scorende sector van dit onderzoek. Geen enkele instelling is aanwezig op vier of vijf kanalen. Slechts 20% is actief op twee of drie kanalen. Kanttekening hierbij is dat bij deze eerste editie van de Social Media Monitor Zorg met name is gekeken naar kleine thuiszorginstellingen.

Aanwezigheid van de verpleegsector op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg



89% van de verpleeginstellingen is actief op Hyves. Dit is 13% boven het landelijk gemiddelde. Alleen op YouTube en Facebook scoort de verpleegsector onder het landelijk gemiddelde.

Percentage instellingen in de verpleeg sector dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn

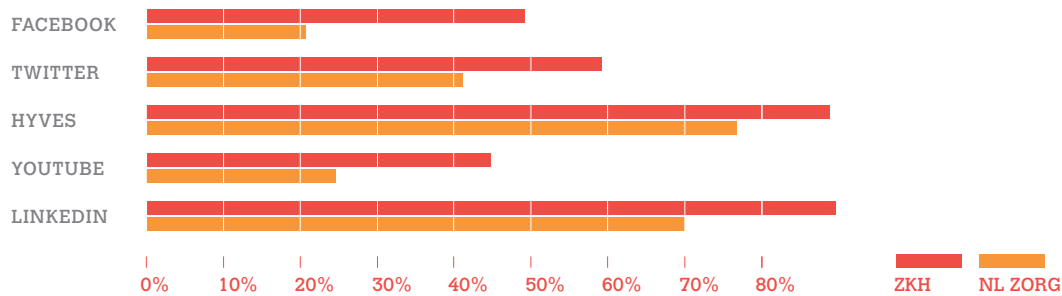


6 verpleeginstellingen zijn op geen enkel kanaal aanwezig. Slechts 2 instellingen zijn aanwezig op alle kanalen. Bijna 1 op de 3 instellingen is actief op drie kanalen.



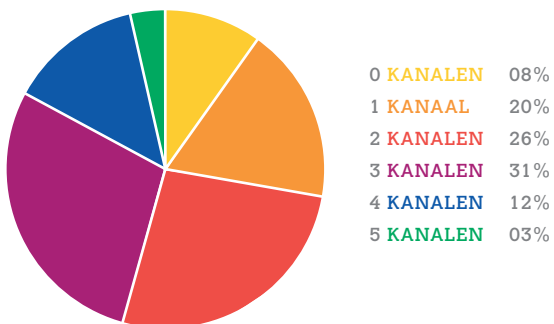
<page21>

Aanwezigheid van ziekenhuizen op social media, afgezet tegen de Nederlandse zorg



Ziekenhuizen scoren op alle social media ver boven het landelijke gemiddelde. 93% van de ziekenhuizen is actief op LinkedIn. Opvallend is dat 49% van de ziekenhuizen actief is op Facebook. Dit is meer dan twee keer zo veel als het landelijk gemiddelde.

Percentage instellingen in de ziekenhuissector dat op 0, 1, 2, 3, 4 of alle 5 kanalen aanwezig zijn



15 Ziekenhuizen zijn actief op alle social media kanalen. Slechts 4 ziekenhuizen zijn niet actief op social media. 68% van de instellingen is actief op 3 of meer kanalen. Hiermee zijn de ziekenhuizen de best scorende sector van het onderzoek.

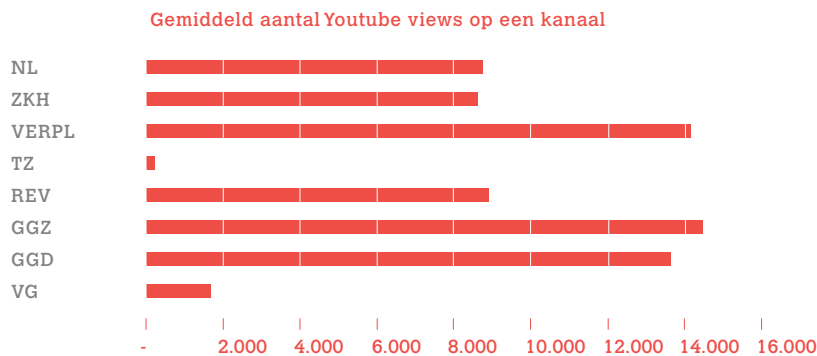


<page22>

Populariteit en activiteit zorgsectoren op social media

Onderstaande grafieken tonen per kanaal de populariteit en de activiteit. De populariteit is uitgedrukt in het aantal views bij YouTube of het aantal vrienden/fans/followers/volgers op de andere vier kanalen. Onder de populariteit staat de activiteit gevisualiseerd. Voor LinkedIn betekent dat of een instelling haar diensten al dan niet heeft beschreven (een nieuwe functie sinds november 2010). Voor de andere vier kanalen geldt: is er in februari 2011 op het kanaal gecommuniceerd door de instelling.

Let op: bij berekening van de cijfers voor populariteit en activiteit geldt dat alleen de instellingen zijn meegenomen die aanwezig zijn op het betreffende kanaal.



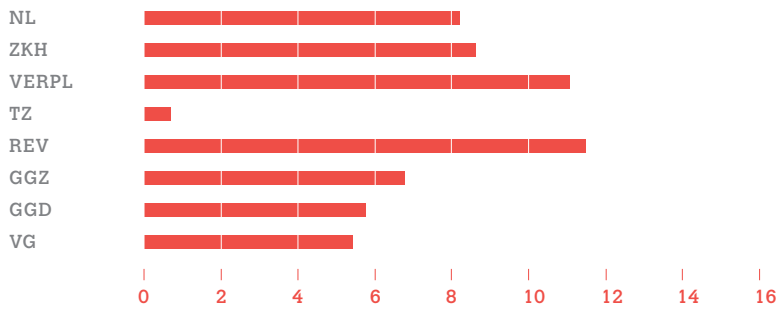
Opvallend in deze grafiek is het hoge aantal views in de verpleegsector. Ter nuance, een van de aanwezige instellingen steekt met kop en schouders boven de rest uit en trekt het gemiddelde flink omhoog.



<page23>



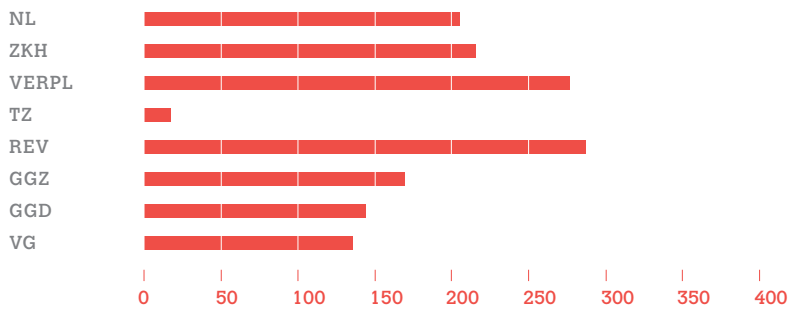
Gemiddeld aantal Youtube video's op een kanaal



Het aantal video's in de verpleegsector ligt relatief laag en in de ziekenhuissector relatief hoog. Conclusie is dat het hebben van veel video's niet per definitie het totale aantal views verhoogt.



Gemiddeld aantal volgers op LinkedIn



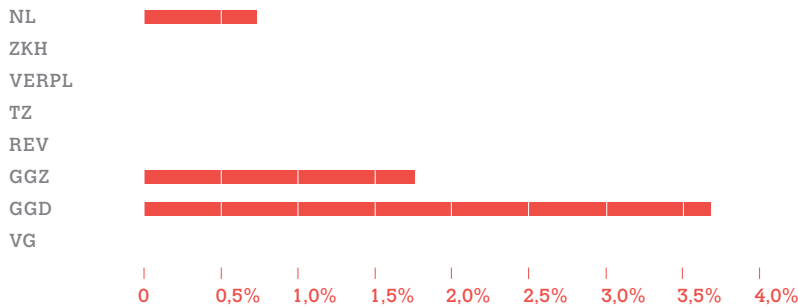
Met gemiddeld bijna 400 volgers springen de ziekenhuizen er op LinkedIn uit. Dat sluit aan bij een publicatie op het weblog zorg 2.0, waarin staat dat steeds meer medewerkers van ziekenhuizen op LinkedIn zitten (op dit moment 15%).



<page24>



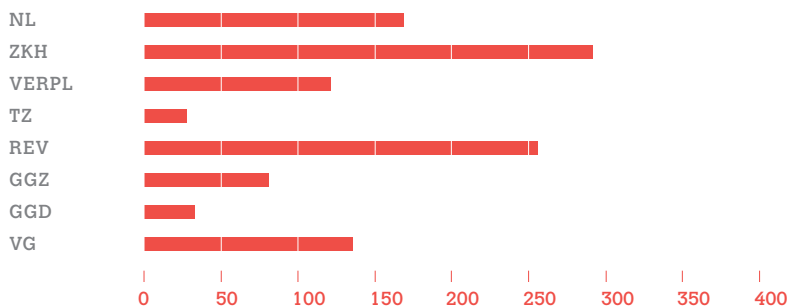
% actieve instellingen op LinkedIn



Wel of niet actief hangt in deze af van het feit of een instelling zijn diensten of vacatures heeft beschreven op LinkedIn. Dit is een betrekkelijk nieuwe functie (november 2010) en om die reden vallen de cijfers laag uit.



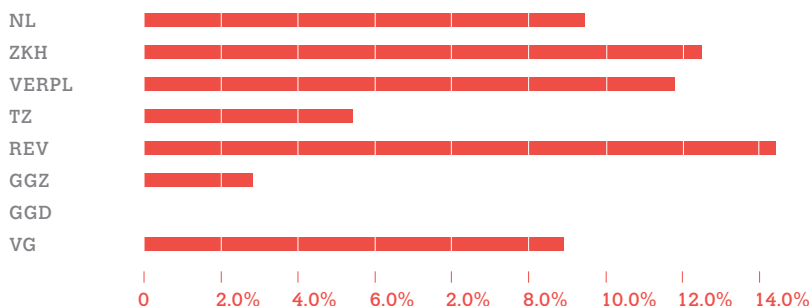
Gemiddeld aantal vrienden op Hyves



Opmerkelijk is dat het aantal LinkedIn volgers gemiddeld groter is dan het aantal Hyves vrienden. Vermoedelijk bestaat een behoorlijk deel van de volgers op LinkedIn uit eigen medewerkers.



% actieve instellingen op Hyves



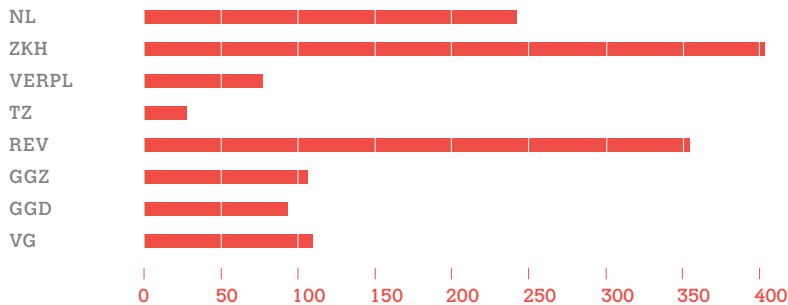
Actief betekent in dit verband dat de instelling haar profiel publiek toegankelijk heeft gemaakt en in februari nog gecommuniceerd heeft op het profiel. Opvallend is de GGZ: van de aanwezige instellingen op Hyves (ongeveer 70%) is slechts 3% actief. Veel accounts zijn besloten (37) of alleen voor intern gebruik (16).



<page25>



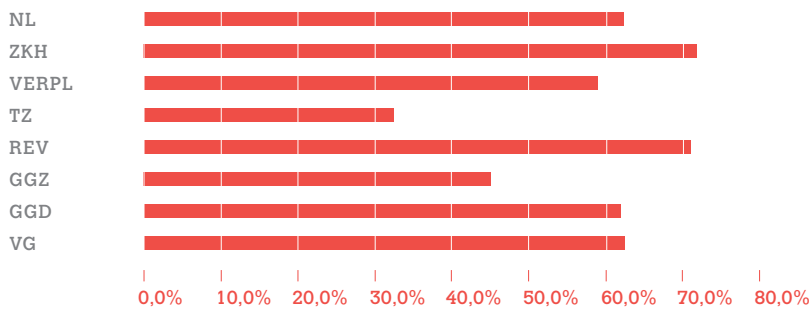
Gemiddeld aantal volgers op Twitter



Ook op Twitter springen de ziekenhuizen er uit. Dit is wederom in lijn met ander onderzoek (Harriët Messing, maart 2011) dat aantoont dat ziekenhuizen het afgelopen half jaar flink actiever zijn geworden.



% actieve instellingen op Twitter



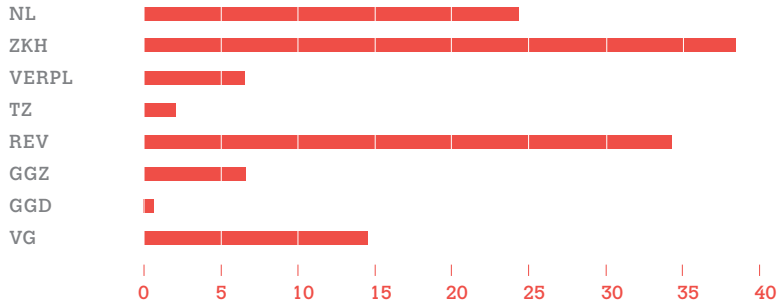
Opvallend is dat over de hele sector de percentages relatief hoog zijn, in vergelijking met Hyves en Facebook. Voor de meeste sectoren geldt: meer dan de helft van de aanwezige instellingen heeft in februari nog een tweet geplaatst. In de toekomst zal de definitie van 'actief' uiteraard scherper worden.



<page26>



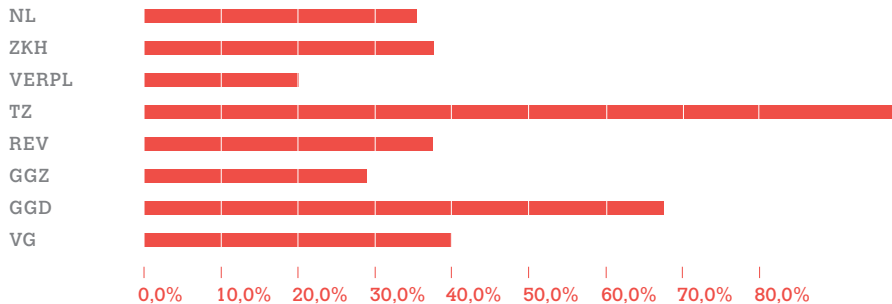
Gemiddeld aantal fans op Facebook



Het gemiddelde aantal fans op Facebook ligt betrekkelijk laag in vergelijking met Hyves en LinkedIn. Het medium zal absoluut een grotere rol gaan spelen in de zorg, gezien de stijgende gebruikersaantallen binnen de Nederlandse internetpopulatie.



% actieve instellingen op Facebook












Direct opvallend is het 100% percentage in de thuiszorg. Ter nuance, slechts één thuiszorg instelling is aanwezig op Facebook en deze instelling heeft in februari op haar Facebook profiel gecommuniceerd. Dat laatste is de graadmeter voor deze statistiek.

Top 10 zorg

Hieronder staan de tien zorginstellingen met de hoogste eindscore. Ze maken vrijwel allemaal gebruik van alle vijf social media. Slechts een instelling maakt geen gebruik van YouTube. Hoewel ze allemaal op LinkedIn zitten, heeft slechts een instelling hierop inmiddels zijn diensten beschreven. Op Twitter hebben alle instellingen recent nog gepost. Dat geldt echter niet voor Facebook, daarop hebben niet alle instellingen gepost in februari.



											
INSTELLING	SCORE	SECTOR	LI #volgers	YT #video's	YT #views totaal video's	H #leden	In februari nog actief?	T #volgers	T #volgt zelf	FB #fans	FB is er in februari gepost?
01 Maasstad Ziekenhuis	87	REV/ZKH	420	49	32.231	10	NEE	1.221	291	176	JA
02 Amerpoort	85	VG	159	5	887	518	JA	834	1.864	70	JA
03 Erasmus Medisch Centrum	82	REV/ZKH	2.969	4	1.457	621	intern	856	1	273	JA
04 VU Medisch Centrum	81	REV/ZKH	2.141	36	46.466	27	NEE	1.404	12	54	JA
05 Universitair MC Groningen	76	REV/ZKH	1.905	14	24.280	1.637	JA	609	142	119	NEE
06 Steinmetz de Compaan	73	VG	168	23	18.721	24	NEE	426	355	30	JA
07 St. Annaziekenhuis	71	REV/ZKH	133	13	8.277	15	intern	496	376	30	JA
08 Martini Ziekenhuis	66	REV/ZKH	328	5	2.283	779	intern	1.756	427	-	NEE
09 Deventer Ziekenhuis	64	REV/ZKH	316	6	7.790	133	JA	637	48	38	JA
10 Kwintess RIBW	60	GGZ	144	nvt	nvt	81	dicht	114	450	-	NEE



<page28>

Maasstad Ziekenhuis: Deze instelling staat op de eerste plaats, omdat de overall social media aanwezigheid van deze zorginstelling erg consistent en volledig is. Ze zijn op alle vijf platformen aanwezig. De accounts van het Maasstad Ziekenhuis zijn allemaal gestyled in de kleuren van het ziekenhuis. Ook is de instelling op alle kanalen actief met het plaatsen van content. En minstens zo belangrijk: de instelling gaat de dialoog aan met volgers, vrienden etc. Mede hierdoor heeft de instelling meer dan 1200 volgers en 32000 views op YouTube.

Amerpoort: Ook bij deze instelling is de overall social media strategie consistent en volledig. Er is bij deze instelling goed gebruik gemaakt van de Hyves- en Facebook-page. Voor Hyves is een branded pagina aangevraagd, waardoor het bedrijf de pagina zelf kan indelen. Dit is zeer overzichtelijk voor de bezoekers. Op Facebook is een goede intropagina geplaatst, waardoor de gebruiker gelijk ziet wat de instelling doet. De instelling heeft veel volgers en gaat de conversatie met de volgers aan.

Erasmus Medisch Centrum: Deze instelling is aanwezig op alle gemeten platformen. Op LinkedIn en Twitter heeft de instelling een grote groep volgers. De conversatie met andere personen op de verschillende platformen is echter minder dan bij de eerste twee instellingen. Ook zijn niet alle profielen gestyled naar de huiskeuren van de instelling.



Top 3 per sector



Gehandicaptenzorg

01	Amerpoort	85	159	5	887	518	JA	834	1864	JA	70	JA
02	Steinmetz de Compaan	73	168	23	18721	24	NEE	426	355	JA	30	JA
03	Koninklijke Visio	59	347	1	138	482	JA	165	32	JA	6	JA

GGD

01	GGD Amsterdam	53	228	10	6119	143	intern	131	43	NEE	0	JA
02	GGD IJsselland	44	52	0	0	52	intern	56	8	JA	1	JA
03	GGD Regio Nijmegen	35	2	6	592	0	NEE	26	0	NEE	0	NEE

GGZ

01	Kwintes RIBW	60	144	0	0	81	dicht	114	450	JA	0	NEE
02	Stichting GGZ Friesland	57	260	1	1688	242	dicht	433	435	JA	6	NEE
03	GGZ Noord-Holland Noord	56	362	1	152	81	intern	438	6	NEE	2	JA

Revalidatie

01	Maasstad Ziekenhuis	87	420	49	32231	10	NEE	1221	291	JA	176	JA
02	Erasmus Medisch Centrum	82	2969	4	1457	621	intern	856	1	JA	273	JA
03	VU Medisch Centrum	81	2141	36	46466	27	NEE	1404	12	JA	54	JA

Thuiszorg

01	Tugra Thuiszorg	29	0	0	0	0	NEE	4	0	NEE	2	JA
02	Buurtzorg	20	62	0	0	21	NEE	73	5	JA	0	NEE
03	De ZorgZaak	18	16	1	491	42	intern	0	0	NEE	0	NEE

Verpleging

01	Careyn, Schiedam	53	220	0	0	571	dicht	104	36	JA	21	JA
02	Stichting Sint Jacob, Haarlem	51	57	0	0	71	intern	52	279	JA	29	JA
03	Meander Medisch Centrum	41	374	6	1044	70	NEE	263	111	JA	1	NEE

Ziekenhuizen

01	Maasstad ziekenhuis	87	420	49	32231	10	NEE	1221	291	JA	176	JA
02	Erasmus MC	82	2969	4	1457	621	intern	856	1	JA	273	JA
03	VU medisch centrum	81	2141	36	46466	27	NEE	1404	12	JA	54	JA



<page30>

Gehandicaptenzorg

Amerpoort: Deze instelling heeft veel volgers op Twitter en volgt zelf ook veel mensen. Ook op alle andere gemeten social media is de instelling actief.

GGD

GGD Amsterdam: Van alle GGD instellingen doet de GGD Amsterdam het 't beste. Deze GGD is aanwezig op alle vijf platformen. Op LinkedIn telt de organisatie veel volgers en op YouTube zijn er relatief veel views.

GGZ

Kwintes RIBW: Deze instelling doet het erg goed op LinkedIn en Twitter. Op Twitter is de instelling erg actief en op LinkedIn zijn er veel volgers.

Revalidatiesector

Maasstad Ziekenhuis: Deze instelling is ook hier de winnaar. Alle vijf platformen worden door de instelling goed benut. Het ziekenhuis is actief op alle platformen en communiceert ook intensief via deze platformen. Als één van de weinige instellingen is het ziekenhuis bovendien goed actief op Facebook.

Thuiszorg

Tugra Thuiszorg: Deze instelling is goed actief op Twitter en Facebook, waardoor het als beste scoort in de thuiszorgsector. Kanttekening hierbij is dat in deze sector vooral is gekeken naar relatief kleine instellingen.

Verpleegsector

Careyn: Deze instelling doet het erg goed op Twitter, LinkedIn en Hyves. Op Twitter worden vaak berichten geplaatst, er zijn daar ook relatief veel volgers. Op Hyves heeft de instelling veel vrienden, terwijl ook op LinkedIn veel volgers zijn. De kanalen zijn goed opgemaakt.

Ziekenhuizen

Maasstad Ziekenhuis: Deze instelling is ook hier de overall winnaar. Alle platformen zijn door de instelling goed benut voor communicatiedoeleinden.



Conclusie: ziekenhuizen meest actief

Uit deze eerste Social Media Monitor Zorg blijkt dat de Nederlandse ziekenhuizen het beste presteren op social media. Daarbij is gekeken naar de aspecten aanwezigheid, populariteit en activiteit op vijf social media kanalen: LinkedIn, YouTube, Twitter, Hyves en Facebook. Om die reden komt ook de winnaar van het onderzoek (Maastad Ziekenhuis) uit deze sector. Met name voor de thuiszorg valt er op het terrein van social media nog veel te winnen. Kanttekening hierbij is dat in dit onderzoek vooral is gekeken naar de kleinere thuiszorginstellingen.

Op kanaalniveau blijkt de Nederlandse zorg redelijk aanwezig op Hyves (76%) en LinkedIn (72%). Van de vijf onderzochte kanalen hebben Hyves en YouTube echter het grootste landelijk bereik onder de Nederlandse internetpopulatie*. Afgezet tegen dat gegeven is YouTube met een aanwezigheid in de zorg van 26% nog sterk onbenut. Daar liggen dus kansen! Facebook is duidelijk nog in opkomst met een gemiddelde overall aanwezigheid van 22%. Gezien het aantal Nederlanders met een profiel dit kanaal (4 miljoen**), zal dit percentage waarschijnlijk groeien in de komende maanden.

Per kanaal nog een aantal opvallende zaken:



Hyves

Driekwart van de instellingen is aanwezig op Hyves, weinig instellingen zijn echter extern actief (10%). Bij instellingen die hun pagina open hebben staan voor patiënten is het gemiddeld aantal vrienden 405. Hiermee ligt het aantal vrienden hoger dan instellingen die de Hyve alleen voor intern gebruik hebben aangemaakt (170) of de Hyve hebben afgeschermd (84).

Het profiel maakt bij veel instellingen geen professionele indruk. Vaak zijn er meerdere accounts aanwezig. Ook zijn er veel besloten communities (18%) en profielen die alleen toegankelijk zijn voor de medewerker van de organisatie (40%). Verder staan veel profielen stil. Opmerkelijk: in de ggz zijn er anti-instelling profielen van patiënten!



<page32>



LinkedIn

Instellingen zijn vrij ruim aanwezig (72%) op LinkedIn, maar slechts een enkele instelling heeft de nieuwste functie 'het beschrijven van diensten' ontdekt.



YouTube

Een kwart van de instellingen heeft een kanaal op YouTube. Dat is duidelijk de minderheid. Er zijn een tiental instellingen met meer dan in totaal 10.000 views op hun eigen kanaal. In totaal zijn de video's van alle onderzochte instellingen bij elkaar echter ruim 1,3 miljoen keer bekeken. Gezien het grote bereik van YouTube in Nederland (volgens onderzoek van comscore eind 2010 ongeveer 65%) is dit medium nog zwaar onbenut in de zorg.



Facebook

Ondanks de toenemende populariteit van Facebook wereldwijd is dit kanaal nog niet echt doorgedrongen in de zorgsector. 22% van de instellingen is aanwezig, maar het gemiddelde aantal fans van de aanwezige organisaties is slechts 25. De activiteit ligt ook laag. Slechts eenderde heeft in februari nog gepubliceerd. Kortom, een groot deel van de accounts is niet erg actief.



Twitter

Van de onderzochte instellingen is 41% aanwezig op Twitter. Er zijn echter instellingen met meer dan 100 volgers die in februari niet gepost hebben. Dit betekent dat een groep van 100 geïnteresseerden zich heeft gemeld, maar de hele maand niets heeft vernomen van de betreffende instellingen. Het gemiddelde aantal volgers is 240, maar het gemiddelde aantal accounts dat de instellingen zelf volgen is 64.

* Bron: Comscore

** Bron: Facebook



Colofon

Over iZovator

iZovator is het regionale kennis- en innovatieplatform in de regio Gooi en Vechtstreek. iZovator stimuleert innovatie in de zorgeconomie, zodat de zorg goed aansluit bij de behoefte van de burger. Daarnaast bevordert iZovator de economische bedrijvigheid in de regio. iZovator heeft zich inmiddels op de kaart gezet als één van de toonaangevende partijen als het gaat om het vertalen van beleid naar concrete innovatieve activiteiten en projecten, zoals Zorg Dichtbij en Cross Sectoraal Leerbedrijf. Zij realiseert dit niet alleen voor de zorg, maar legt ook verbindingen met de multimedia- en toeristische sector. iZovator werkt hierbij nauw samen met zorginstellingen, ondernemers, overheid en onderwijs. Kijk voor meer informatie op: www.izovator.nl.

Over Redmax

Binnen de zorgsector heeft Redmax in de afgelopen jaren een bewezen reputatie opgebouwd. Redmax staat te boek als een internetbureau dat zorginstellingen resultaatgericht weet te ondersteunen bij de inzet van internet in de marktbenadering en zorgverlening. De kracht van Redmax ligt daarbij in de 'kijk' op de ontwikkelingen in de zorg en het vermogen om deze inhoudelijk, organisatorisch en technologisch om te zetten in realisatie en implementatie met duurzaam resultaat. De belangrijkste resultaatgebieden daarbij zijn online marketing & distributie en internethulpverlening (e-health). Voor meer informatie over ons werk en resultaten: kijk op www.redmax.nl.

Meer informatie?

Kijk voor meer informatie op: www.socialmediamonitorzorg.nl en volg ons op: twitter.com/smmz_nl.

Voor meer informatie over het onderzoek, kunt u contact opnemen met Yolanda Gagliardi van iZovator: 035 - 691 00 24 / yolanda.gagliardi@izovator.nl.

Wilt u weten hoe uw eigen zorginstelling heeft gescoord in dit onderzoek? Neem dan contact op met Bas van Pel van Redmax: 010 - 524 11 00 / bpel@redmax.nl