

DE INVLOED VAN SOCIAL MEDIA



BIJ ONLINE AANKOPEN

VAN SCROLLEN NAAR SHOPPEN

INHOUDSTAFEL

VOOR WE ERIN DUIKEN

VOORWOORD

2.000 SCROLLENDE SHOPPERS

SAMENSTELLING ONLINE BEVRAGING

WAAROM DEZE DEEP DIVE?

WIJ LEGGEN HET UIT

Jasper hier, founder van Twaalfde Man.

Na het succes van ons eerste datarapport pakken we het deze keer anders aan en twee keer zo groot. We spraken met 2.000 jongeren tussen 18 en 30, de jonge shopper met koopkracht. Met één duidelijke focus: de invloed van social media op online aankopen bij jongvolwassenen.

Waarom? E-commerce is booming

Maar hierdoor hebben marketeers veel vragen:

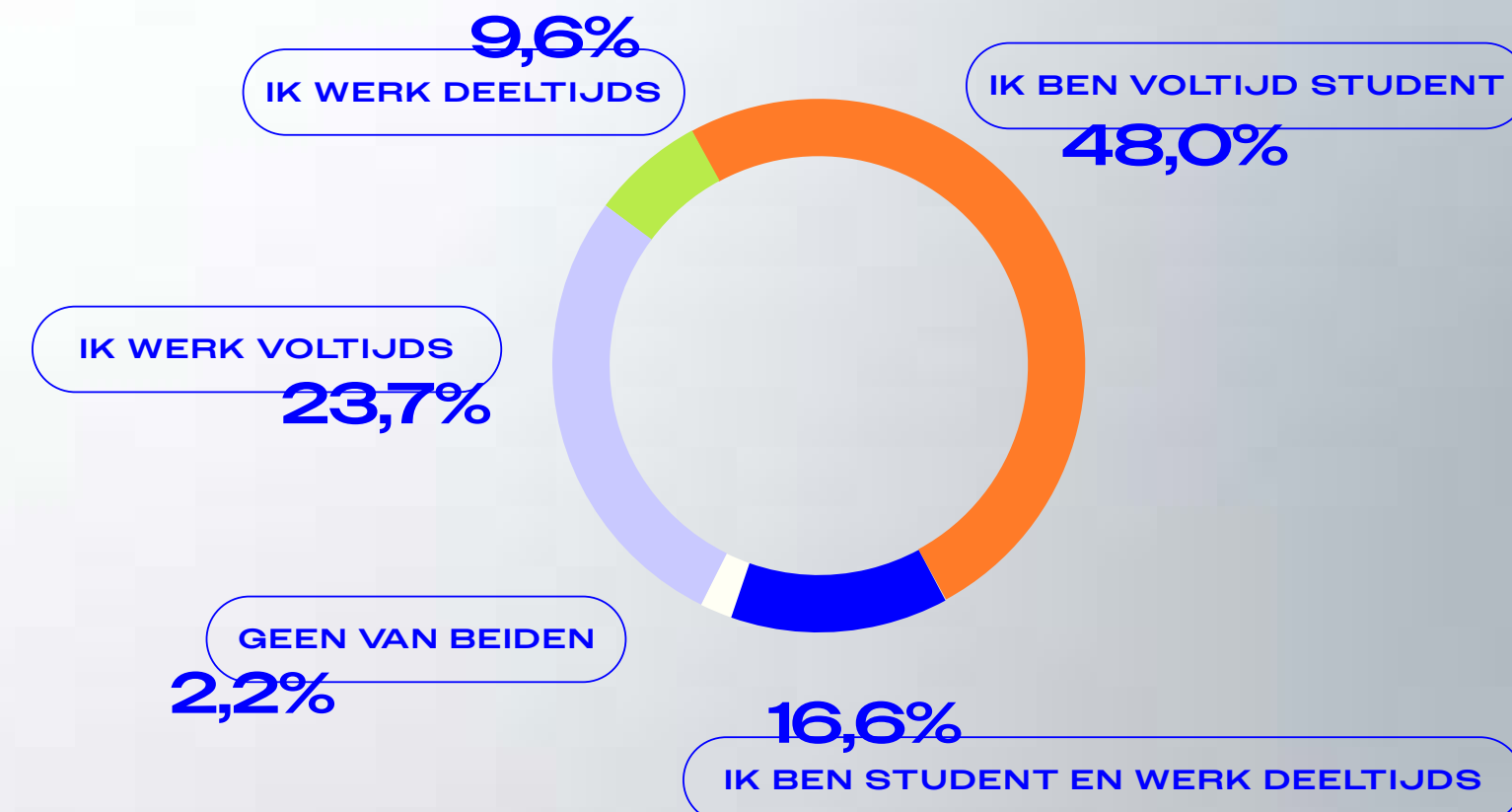
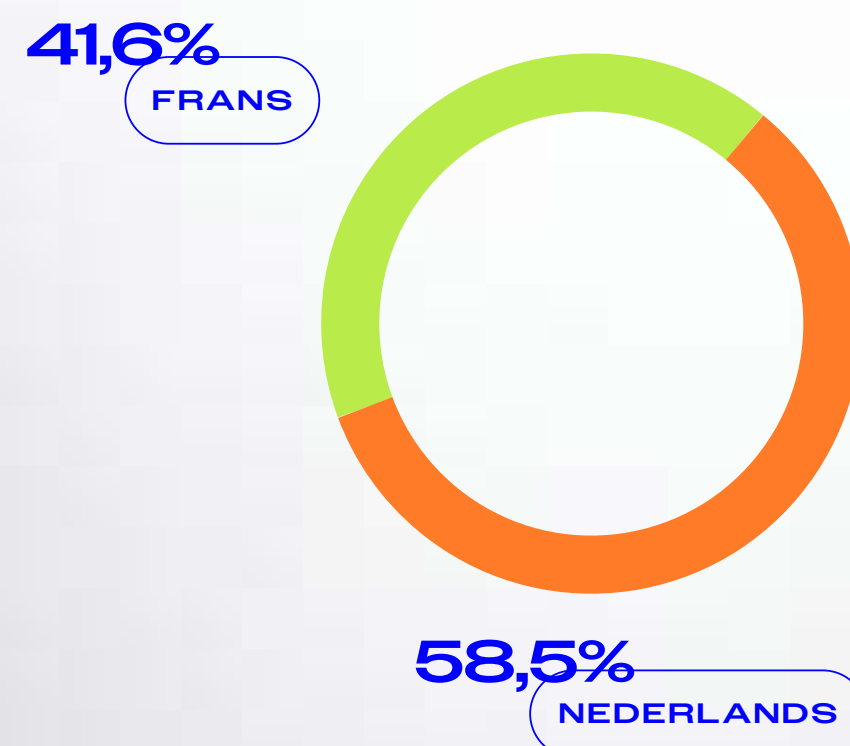
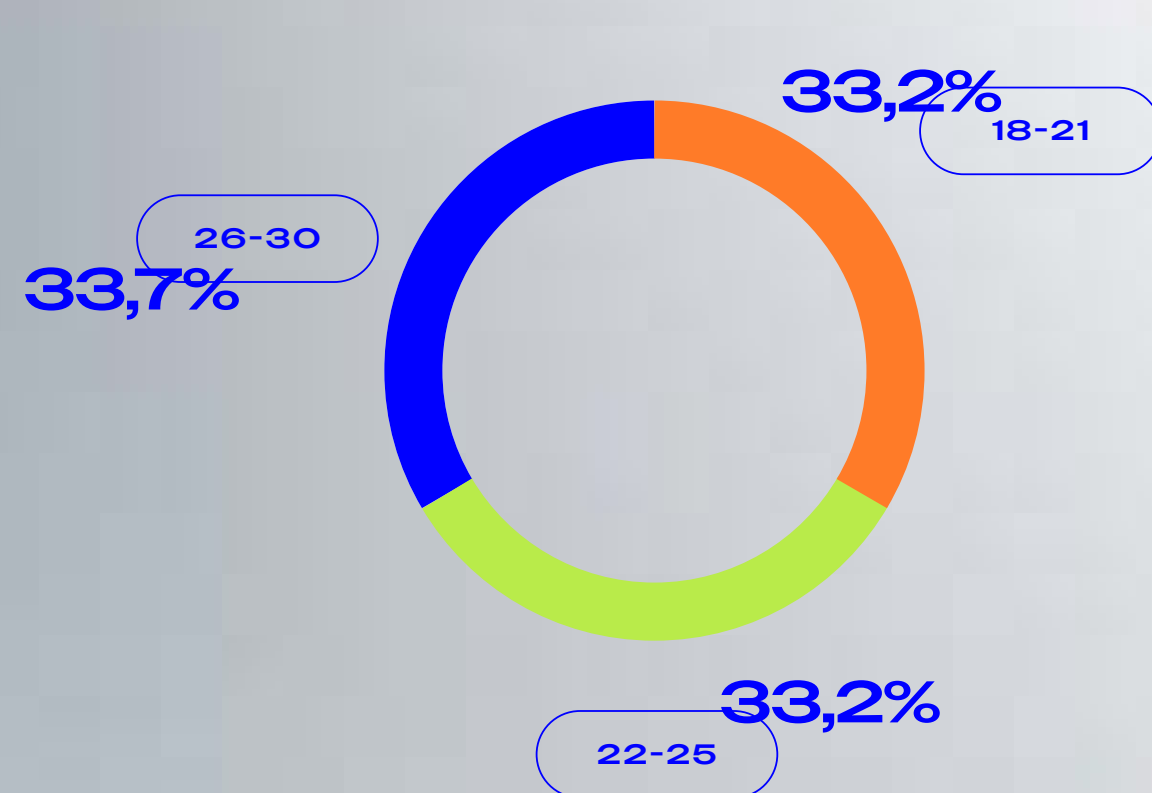
- Zijn grote influencers nog relevant?
- Is TikTok meer dan alleen awareness?
- Hoe win je het vertrouwen van deze kritische generatie?
- Waar haken ze af? En wat voor content scoort echt?

Ons datarapport geeft je de antwoorden, opnieuw gratis. We geloven in de kracht van elkaar gunnen. Dus veel leesplezier en have some fun!

Jasper

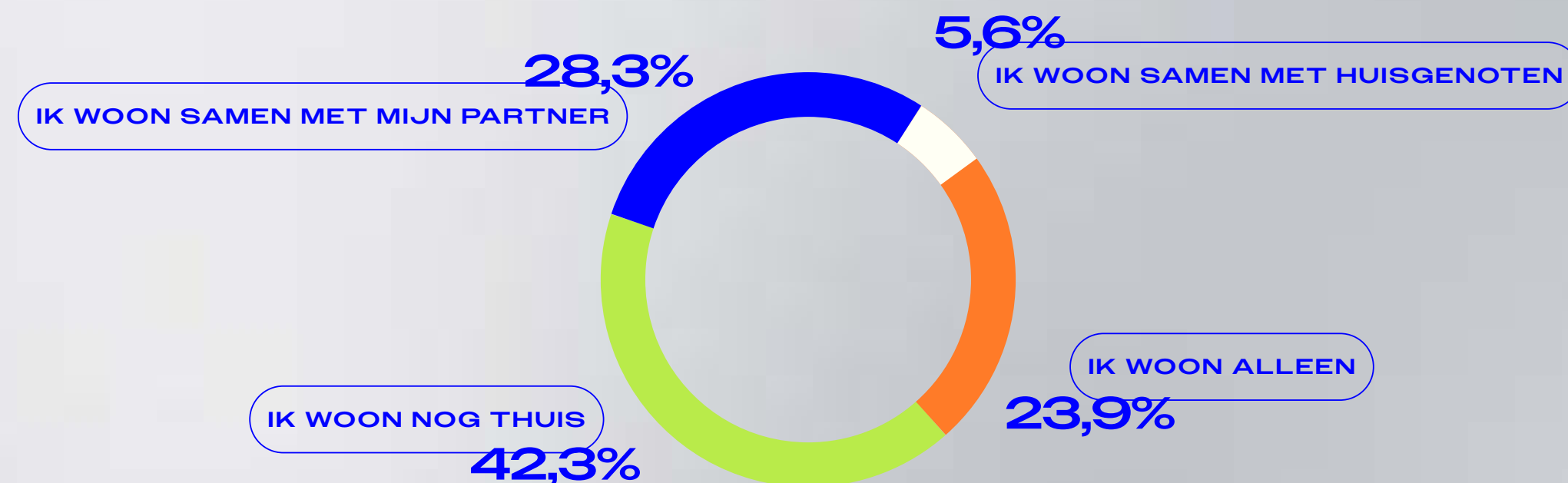


2.000 SCROLLENDE SHOPPERS



We doken samen met 2.000 Belgische jongvolwassenen tussen de 18 en 30 in hun shopgedrag en scrollgewoontes.

Om een scherp & representatief beeld te krijgen van deze generatie, zorgden we voor een evenwichtige verdeling over Vlaanderen, Brussel en Wallonië. We hielden ook rekening met de levensfase waarin jongeren zich bevinden: of ze nog bij hotel mama wonen of al een eigen stekje hebben. Want ook dat heeft een impact op hun koopkracht en online shopgedrag.



SOCIAL MEDIA



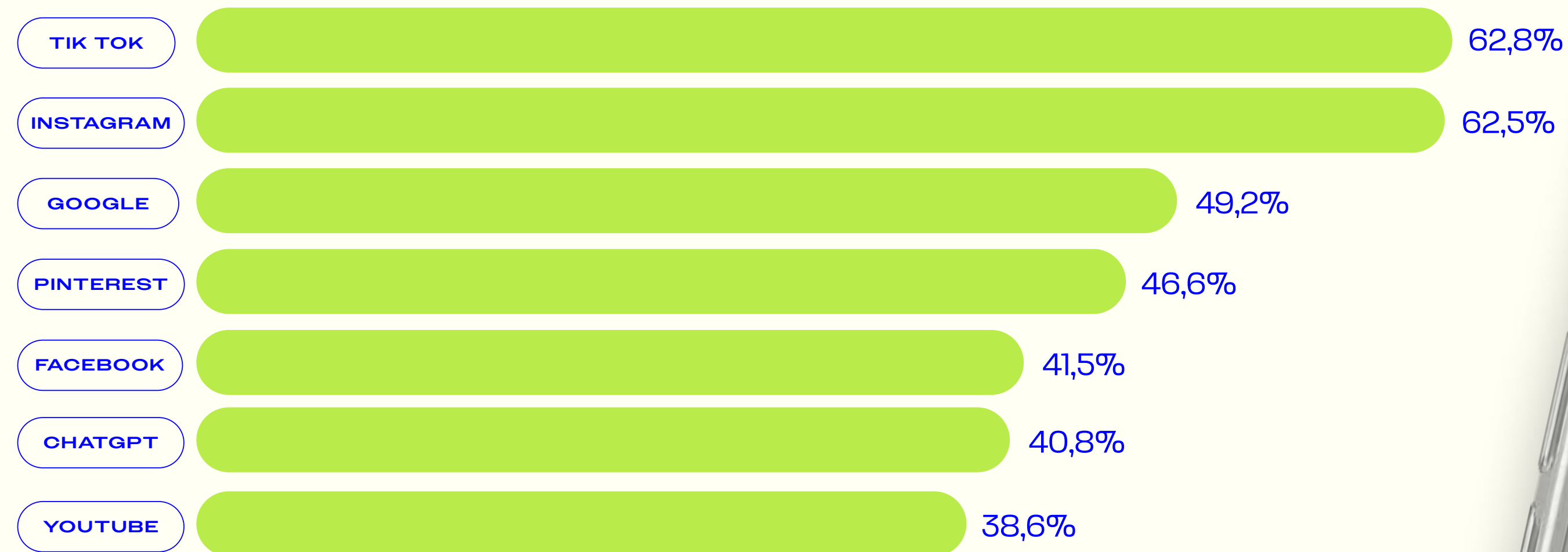
ALS INSPIRATIEBRON

IS TIKTOK DE NIEUWE GOOGLE?

MOVE OVER, GOOGLE

Van DIY-tutorials naar de beste skincare essentials.
TikTok en Instagram domineren op vlak van inspiratie.

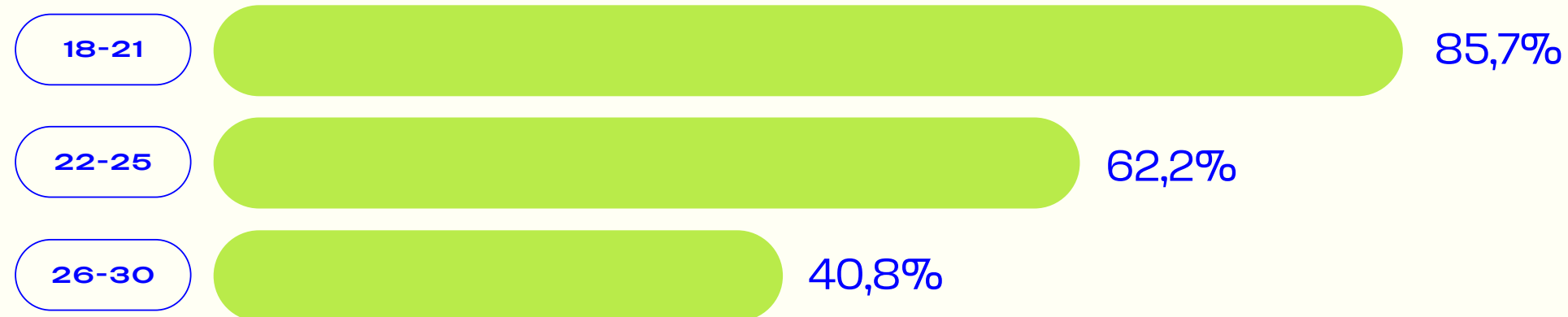
77% Bij studenten ligt het cijfer zelf hoger,
hier zegt 77% TikTok te gebruiken.



Op welke platformen zoek
je vaak naar inspiratie voor
producten die je wil kopen?

TIKTOK = POPULAIREST BIJ 18-21 JAAR

TikTok is dé place to be voor 18–21-jarigen (85,7%).
Maar zodra je richting de 30 gaat, swipe je blijkbaar minder.
Bij 26–30-jarigen zakt dat aandeel naar 40,8%.



CHATGPT ALS INSPIRATIEBRON BIJ JONGVOLWASSENEN

CHATGPT IS HERE TO STAY

4/10 jongvolwassenen gebruikt ChatGPT als inspiratiebron voor hun online aankopen.

4 op de 10 jongeren gebruiken AI al om inspiratie te zoeken van interieurideetjes tot sportadvies en recepten. En het opvallende? Niet alleen Gen Z doet mee. Ook in alle andere leeftijdsgroepen liggen de cijfers verrassend hoog.



41,9%
22-25
39,9%
18-21
40,7%
26-30

WERKEND

60,4%

STUDENT

53,9%

SAMENWONEND

60,4%

ALLEENWONEND

53,9%

HUISGENOTEN

50,2%

THUISWONEND

40,8%

ONLINE KOOPGEDRAG

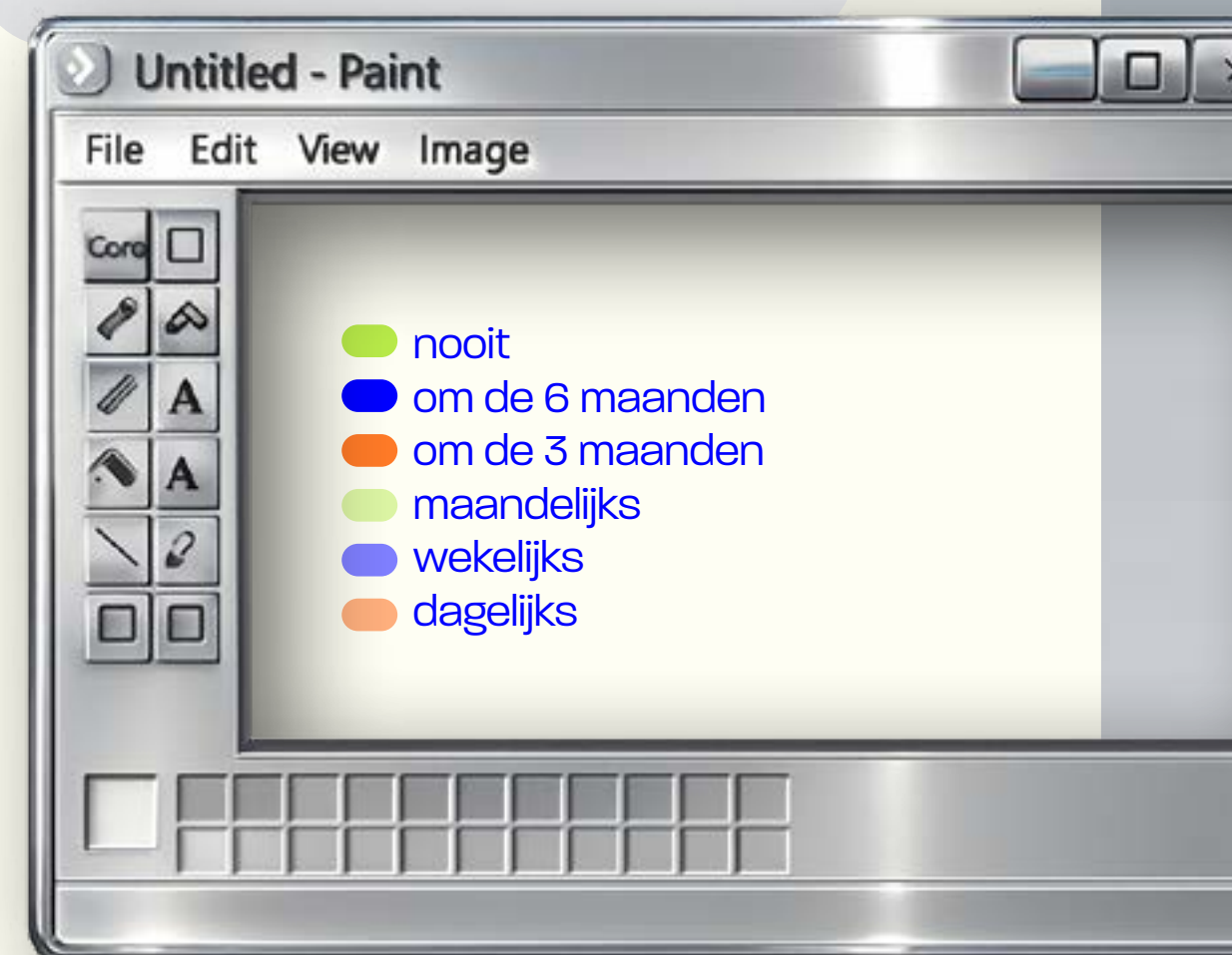
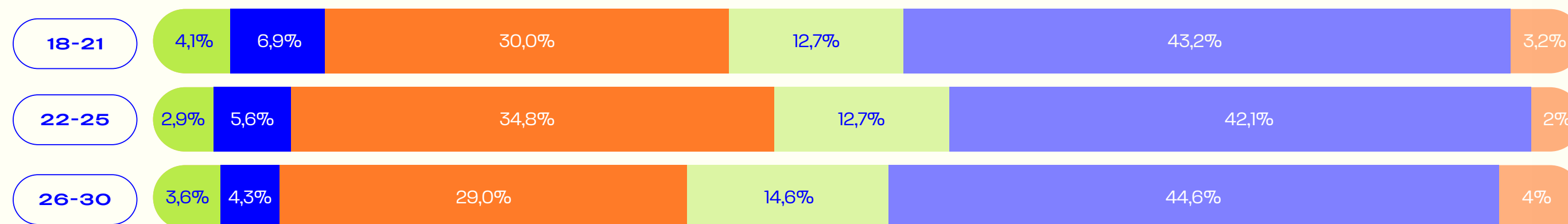


BIJNA 1 OP 3 KOOPT MAANDELIJKS VIA ADVERTENTIES

Scrollen = shoppen. Bijna 1 op 3 Belgen koopt maandelijks iets via een advertentie op TikTok of Instagram. Social ads? Die zetten aan tot swipen, kiezen en kopen.

44,1%

De smartphone is trouwens het aankoopdevice. 44,1% koopt meestal via smartphone, veel meer dan laptop of tablet.



PRODUCTEN



ONLINE ONTDEKKEN

SOCIAL PROOF BEGINT IN DE GROEPSCHAT

APPROVAL VAN PEERS WEEGT ZWAAR DOOR

Meer dan de helft vraagt eerst aan vrienden wat zij ervan vinden. De groepschat moet eerst groen licht geven.

56,9%

EERST VRIENDEN VRAGEN WAT ZIJ ERVAN VINDEN

47,3%

DOORKLIKKEN NAAR DE WEBSITE

38,5%

METEEN OPSLAAN

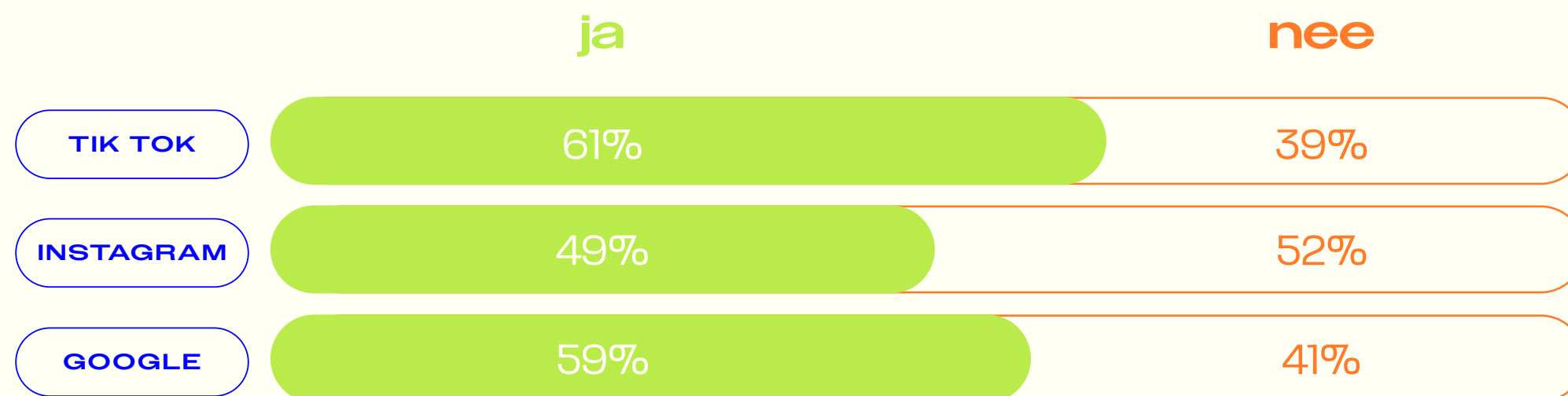
31,0%

ZOEKEN NAAR REVIEWS



SAVED FOR LATER...

SLA JE SOMS PRODUCTEN OP MET DE INTENTIE OM ZE LATER TE KOPEN?



WAAROM SLA JE DINGEN OP VOOR LATER?

OMDAT IK OP EEN GOED MOMENT WIL WACHTEN OM TE KOPEN

52.3%

OM HET LATER TERUG TE KIJKEN

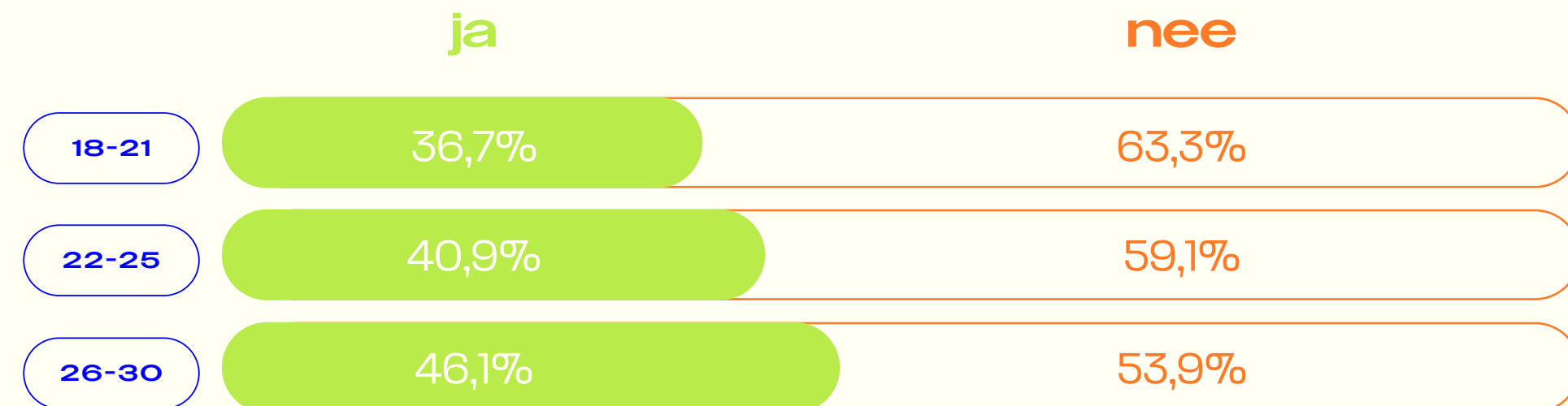
51,4%

OM TE VERGELIJKEN MET ANDERE PRODUCTEN

38%

UGC STUURT ONS SHOPGEDRAG

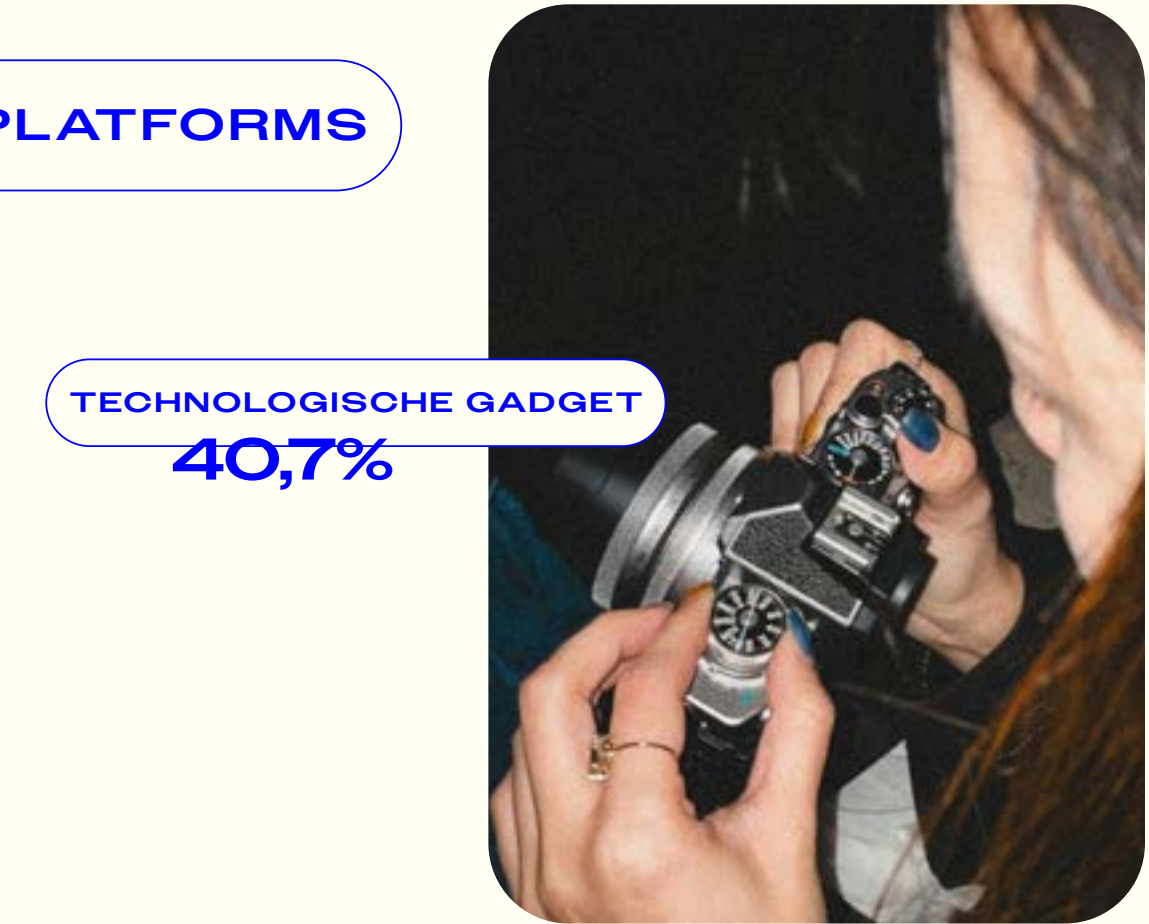
Bijna 4/10 geeft aan dat ze de laatste 3 maanden user-generated content hebben bekeken voor ze een product hebben aangekocht.



Of het nu een review, haul of snelle TikTok is: user-generated content doet iets met ons. Zelfs bij 26- tot 30-jarigen zegt bijna de helft volmondig "ja" op de vraag of dit hen beïnvloedt tijdens het online shoppen.

SPIEGELTJE AAN DE WAND

WELKE SOORT PRODUCTEN KOOP JE MEESTAL VIA TIKTOK OF ANDERE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



HUMOR SELLS

Welk soort content zorgt ervoor dat jij sneller iets wil kopen?

80,4%

HUMORISTISCHE CONTENT

76,5%

REVIEWS VAN ECHTE MENSEN

Perfekte plaatjes? Die scoren het minst. Slechts 11% vindt esthetische productbeelden overtuigend. Mensen willen oprechte content zien die toont hoe een product écht is.

HOW-TO VIDEO'S

47,3%

IMPACT VAN ONLINE CREATORS



& INFLUENCERS

CREATORS DIE DICHTER BIJ HUN VOLGERS STAAN, ZIJN GELOOFWAARDIGER

Welke content creators vertrouw jij het meest?

GROTE INFLUENCERS MET >100K VOLGERS

28,8%



LOKALE CONTENT CREATORS

38,5%



27,9%
MERKEN ZELF



TRANSPARANTE COMMUNICATIE IS EEN MUST ALS CREATOR

Wat doen content creators die jij vertrouwt anders of beter?

ZE VERTELLEN GEEN VERKOOPVERHAAL

34,3%

ZE ZIJN AUTHENTIEK OF OPRECHT

30,9%

64,7%

ZE ZIJN EERLIJK OVER HUN SAMENWERKINGEN



Size doesn't always matter. Meer dan 6 op de 10 vindt authenticiteit belangrijker dan een groot bereik.

Niche creators zijn relevanter dan ooit: 7 op 10 wil zich herkennen in de persoon achter de content.

ENKEL DOOMSCROLLLEN OP TIKTOK?

HELL NO!

“Ik zie TikTok
als een betere
zoekmachine
dan Google voor
producten.”

62%

GAAT HIERMEE AKKOORD

STUDENTEN

61,4%

WERKENDE

62,2%

SAMENWONEND

61,6%

THUISWONEND

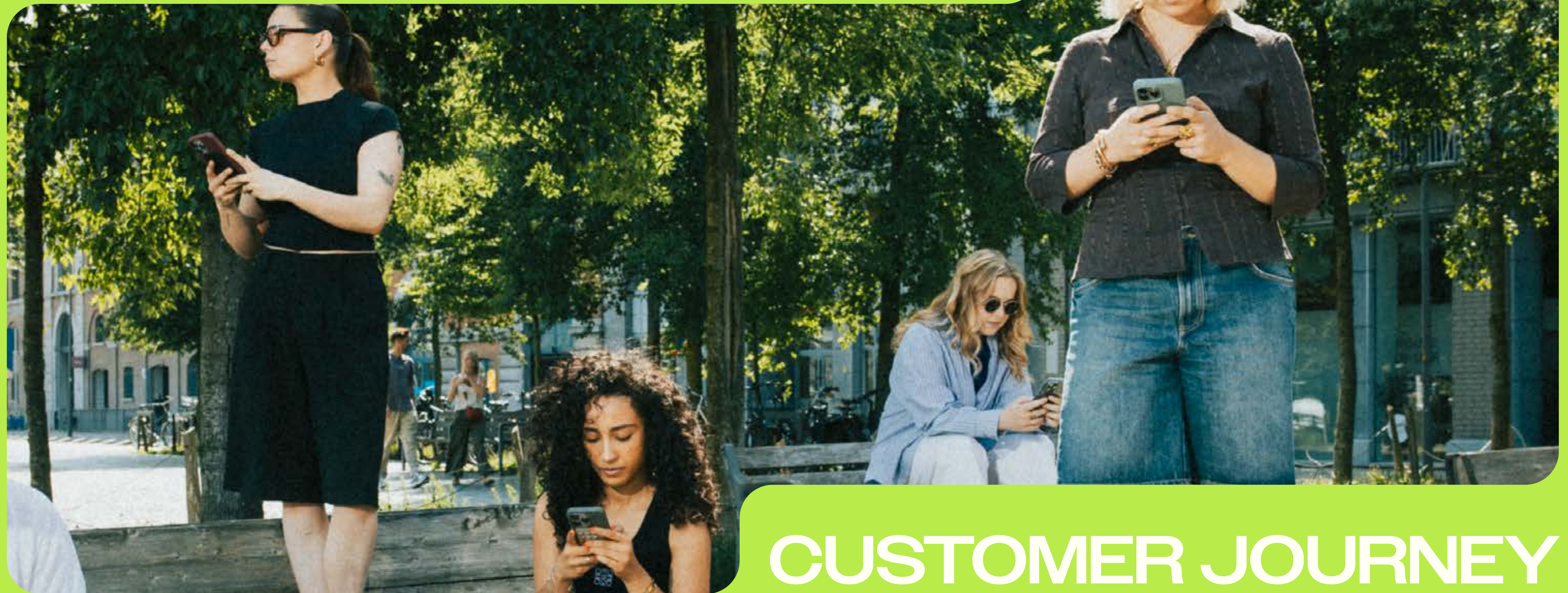
61,2%

ALLEENWONEND

63%

De levensfase heeft geen invloed op deze vraag

BELANGRIJKE ELEMENTEN & TOUCHPOINTS



CUSTOMER JOURNEY

REAL > PERFECT

“Ik koop sneller iets als ik het zie in een ‘realistische’ video dan in een perfect gestylede advertentie.”

72%

gaat hiermee akkoord en ziet liever authentieke content.



Hoe speel je daar als merk nu op in? Werk samen met creators die echt aansluiten bij je doelgroep en hun leefwereld. Zet je eigen medewerkers in als authentieke gezichten via employee generated content. En vertel vooral een authentiek verhaal.

HOE SNELLER HOE LIEVER

Snelle levering en een duidelijke website? Dat is de sweet spot voor vertrouwen. Vooral 26- tot 30-jarigen zijn meer bezig met het checken hoe snel iets toekomt en hoe duidelijk alles uitgelegd staat online.

SNELLE LEVERING

42,3%

25,9%

BEKENDHEID

Wat maakt een webshop voor jouw betrouwbaar?

DUIDELIJKE WEBSITE

28,2%

DE GROOTSTE RED FLAGS BIJ WEBSHOPS

Bijna 9/10 zegt dat ze afhaken bij een webshop wanneer de leveringsprijs te hoog is.



IRL IN REAL LIFE IMPACT MAKEN

“Een pop-up store of fysieke winkel verhoogt mijn vertrouwen in een merk dat ik online heb leren kennen.”

54,9% gaat hiermee akkoord en ziet liever authentieke content.



NAWOORD

Jasper hier nog even.

Je bent helemaal tot op het einde geraakt: nice! We hebben veel gedeeld: van scrollgedrag tot de rol van authentieke content creators en checkout frustraties.

De kern van het verhaal?

Jongeren kopen anders.
Denken anders.
Vertrouwen anders.

En social speelt daarin de hoofdrol.

We hopen dat dit rapport niet gewoon inspirerend was, maar ook echt bruikbaar. En dat wat je al voelde nu ook gewoon backed is met data.



[CONNECTEN? DAT KAN HIER](#)

[JASPER OP LINKEDIN](#) →

[INSCHRIJVEN OP DE WEKELIJKSE NIEUWSBRIEF](#) →

[DON'T CALL US, WE'RE GEN Z](#)

[VIDEOCALL BOEKEN](#) →

WIE ZIJN WE?



Als Next Gen Agency helpen wij merken jongeren te begrijpen, te bereiken en te activeren.

Wij kijken niet van buitenaf naar hun leefwereld, maar we staan er zelf middenin. Ons eigen Gen Z-team weet exact wat er leeft onder deze jongeren. Denk maak aan actualiteit, relevant creators, tone of voice en humor.

Wij helpen onze klanten met strategie, productie en optimalisatie van hun content. Daarnaast adverteren we op de belangrijkste momenten en op de juiste kanalen. Op deze manier helpen we merken om een grote en belangrijk doelgroep van A tot Z te leren kennen en voor zich te winnen.

BENIEUWD HOE WIJ DIT EXACT DOEN?

CHECK VOLGENDE PAGINA



WAT DOEN WE?

PROJECT BASED

Waar het allemaal mee start: we duiken eerst in het hoofd van de jongeren. 'Na een intake met jouw merk en een panelgesprek met de jongere doelgroep, bouwen we een strategie die werkt.

Daarna schakelen we naar productie: we maken content op maat van elk kanaal: snackable, shareable en scroll-stopping. We activeren via creators die wel bij je merk passen, slimme ads en community management die aanvoelt als een conversatie.

Maandelijks is het tijd voor een reality-check. Wat werkte, wat niet, what's next? Zo blijf jij mee, met minimale tijdsinvestering en maximale impact.

Sounds good?



WORKSHOPS

De jongeren doorgronden in een halve dag? We geven je een laagdrempelige crash course die alle hoekjes en kantjes van de jongere generatie uit de doeken doet. Voor de creatieve zielen: we dumpen nog alle ideeën in een interactieve brainstorm. Zo hebben jullie een concrete handleiding om zelf aan de slag te gaan.



1-ON-1 COACHING

Liever je eigen jongerenguru opvoeden? Dan gaan we voor een tête-à-tête met onze strateeg. Via een persoonlijk coachingstraject starten met een intakegesprek. Daarna volgen workshops over alles wat telt binnen social media land. Je medewerker leert de tricks, jij houdt de kennis in huis.



VOOR WIE WIJ HET DOEN



THANK YOU

