

Hoe communiceren West-Vlaamse brouwers met de buitenwereld?

Yannick Maekelberg • bachelor netwerkeconomie Howest

In de grote bevraging van West-Vlaanderen Werkt en Howest polsten we bij 16 West-Vlaamse brouwers ook naar hun communicatie-inspanningen op het vlak van traditionele reclame, sociale media en websites.

Uit de bevraging bleek dat 14 van de 16 brouwerijen bezig zijn met sociale media en dat 9 op 16 actoren ook fors inzetten op traditionele reclame.

In een aparte bijdrage zoomen we in op de **websites** van deze brouwerijen. Een website is immers een belangrijk communicatietool gericht naar klanten en belangstellenden.

De zestien websites werden geëvalueerd op basis van de situatie **einde april 2014** en gequoteerd op zes criteria: vindbaarheid, technologie, lay-out, gebruiksvriendelijkheid, content en interactie met onder andere sociale media. Deze zes criteria zijn telkens beoordeeld met een score van **1 tot 10**. Zijn de West-Vlaamse bierproducenten op een professionele manier bezig met hun online marketingstrategie en zijn ze prominent en doeltreffend aanwezig op internet?

Hoe scoren de 16 West-Vlaamse bierproducenten gemiddeld op onze analyse?

Welke brouwerijen kunnen pronken met de beste resultaten voor hun website?

Het antwoord op deze vragen leest u in de **tableteditie en in de digitale website-editie** van dit themanummer van West-Vlaanderen Werkt. ■

