

Social media și mediul de afaceri românesc

Impactul marketingului prin intermediul rețelelor de socializare (social media) asupra mediului de afaceri local

31 octombrie 2013



Building a better
working world

Despre studiul “*Social media și mediul de afaceri românesc*”

Studiul analizează răspunsurile a 173 de reprezentanți ai unor companii din diverse industrii din România cu privire la modul în care abordează marketing-ul prin intermediul rețelelor de socializare și impactul pe care acesta îl are în prezent în activitatea lor.

Studiul are la bază un chestionar aplicat în perioada 22 august – 10 octombrie 2013. Așa cum se arată mai sus, în raport se analizează răspunsurile a 173 de respondenți din mediul local de business.

5 concluzii principale

1

78% dintre respondenți spun că utilizează rețelele de socializare pentru promovarea companiei. Studii similare arată că la nivel global* procentul este de 97%.

2

94% dintre respondenții care folosesc rețelele de socializare spun că folosesc Facebook (92% la nivel global), 43% utilizează Youtube (56% la nivel global), iar 41% LinkedIn (70% la nivel global).

3

52% dintre respondenți spun că folosesc marketingul pe rețelele de socializare de 1-3 ani. Aceasta indică o orientare rapidă a companiilor spre social media pentru promovarea produselor/seviciilor lor.

4

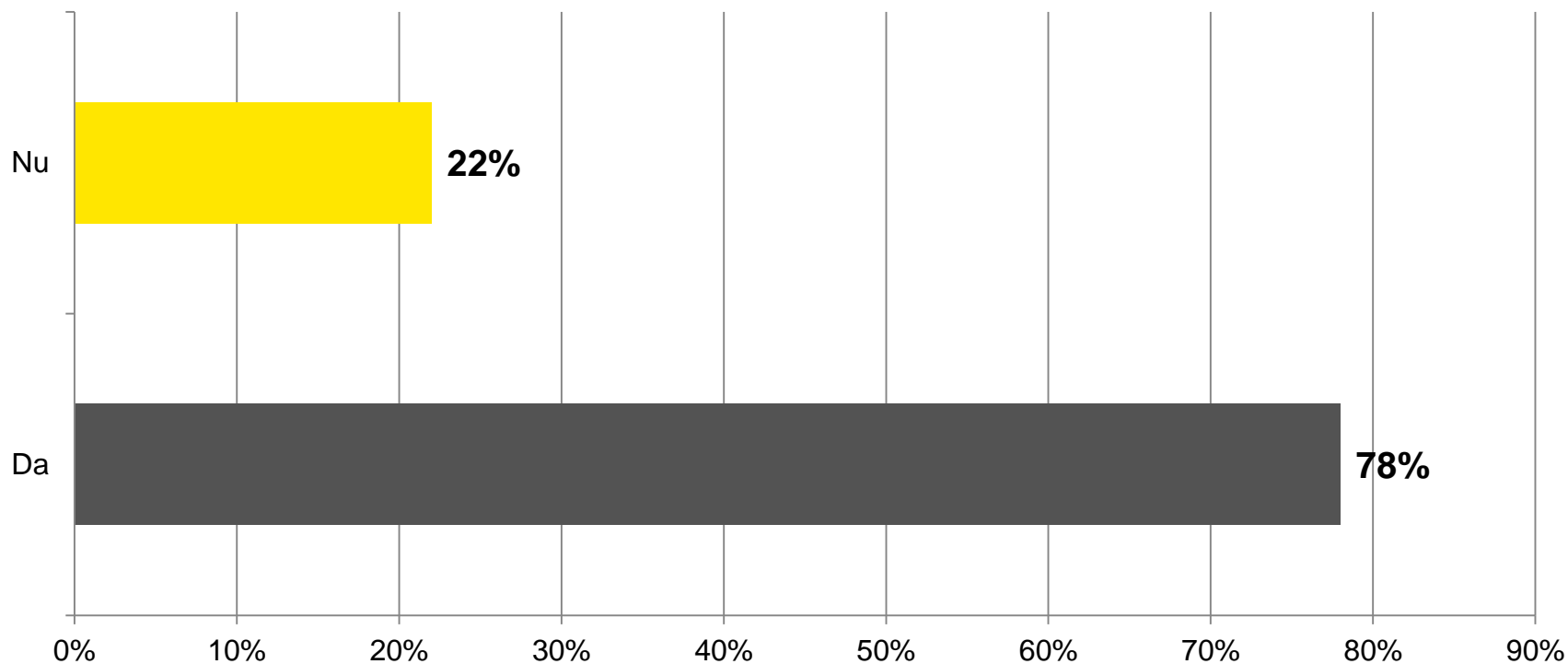
Comunicarea prin social media este în faza incipientă și în organigrama companiilor. Doar 39% din respondenți au afirmat că organizația lor are un departament special pentru comunicarea prin social media.

5

83% dintre respondenți, folosesc rețelele de socializare ca pe o modalitate foarte rapidă și eficientă de a prezenta noile produse și servicii.

Studiul utilizat cu preponderență pentru datele comparative este “2013 Social Media Marketing Industry Report - How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses”.

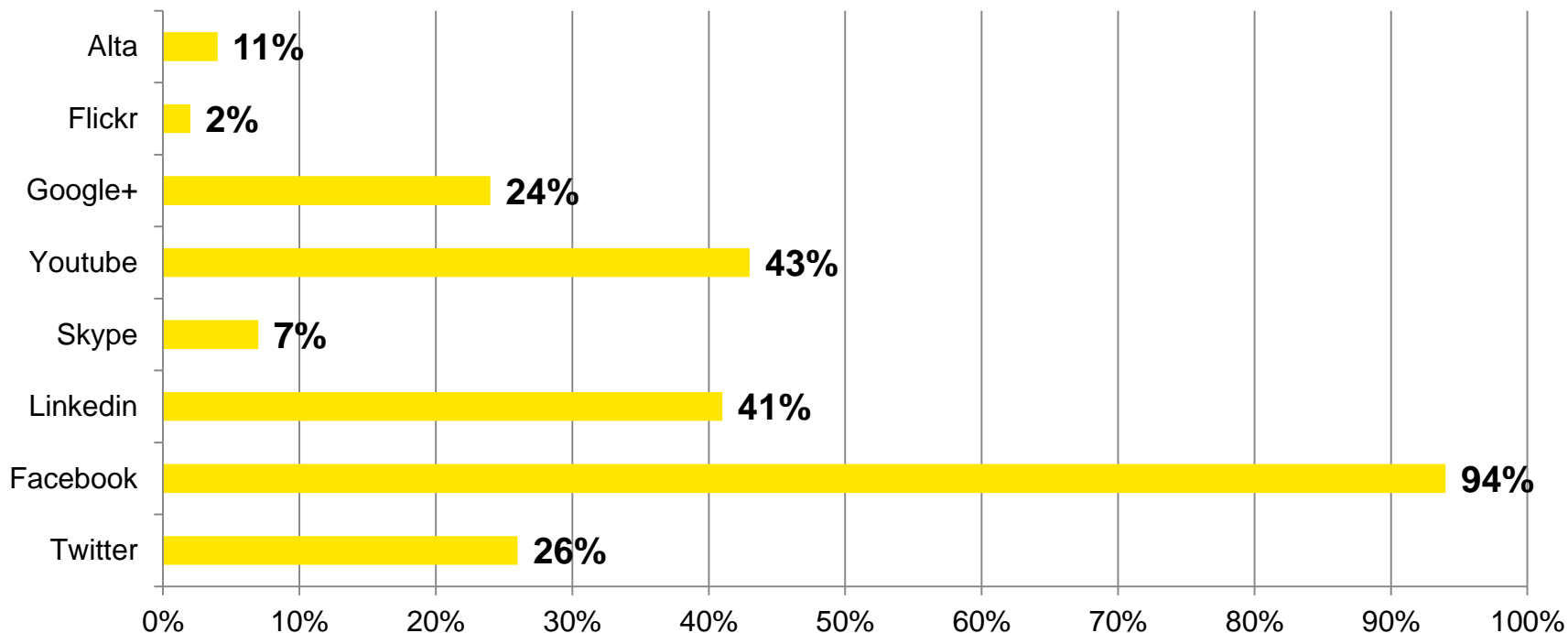
Q1 Folosiți rețelele de socializare pentru a vă promova compania?



Răspunsuri: 157
Au omis întrebarea: 16

78% dintre respondenți spun că utilizează rețelele de socializare pentru promovarea companiei. Studii similare arată că la nivel global procentul este de 97%. Diferența indică un nivel mai mare de conștientizare a potențialului rețelelor de socializare și a favorabilității pe care o poate genera pentru produsul/serviciile companiei.

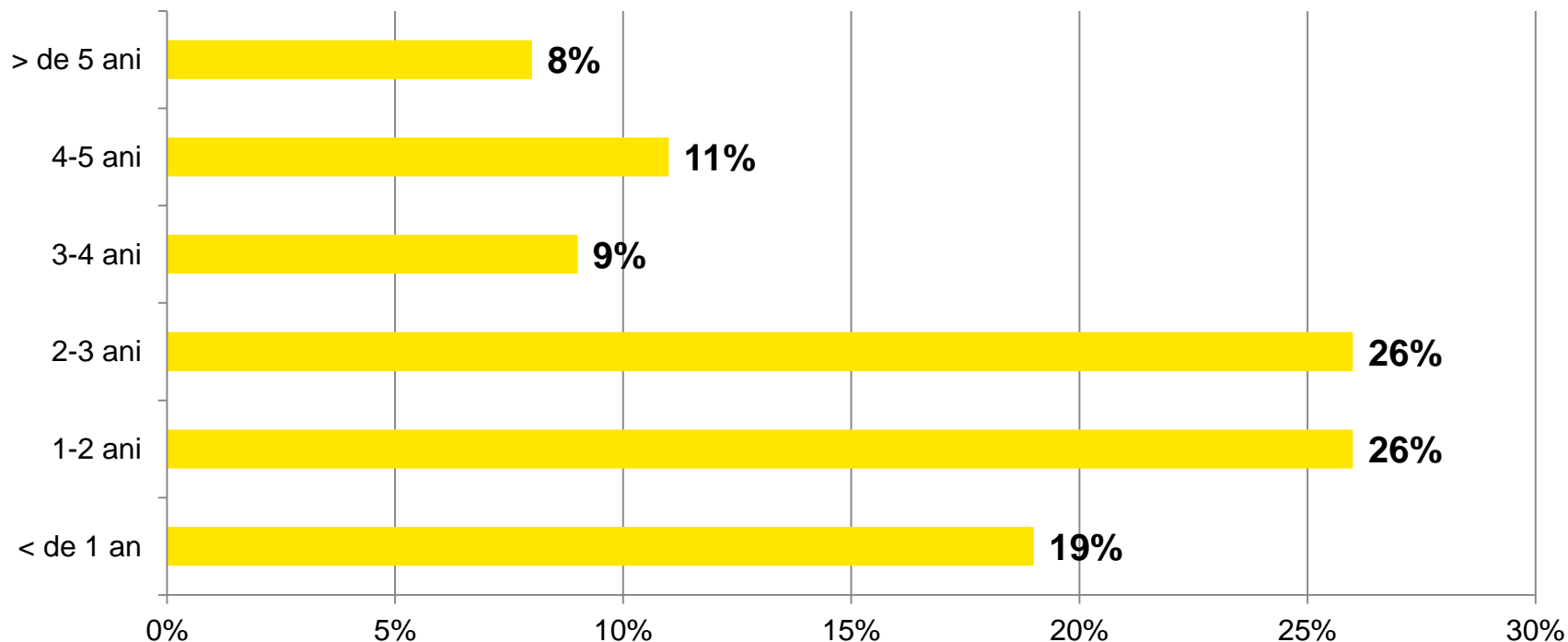
Q2 Dacă da, prin care dintre aceste platforme?



Răspunsuri:157

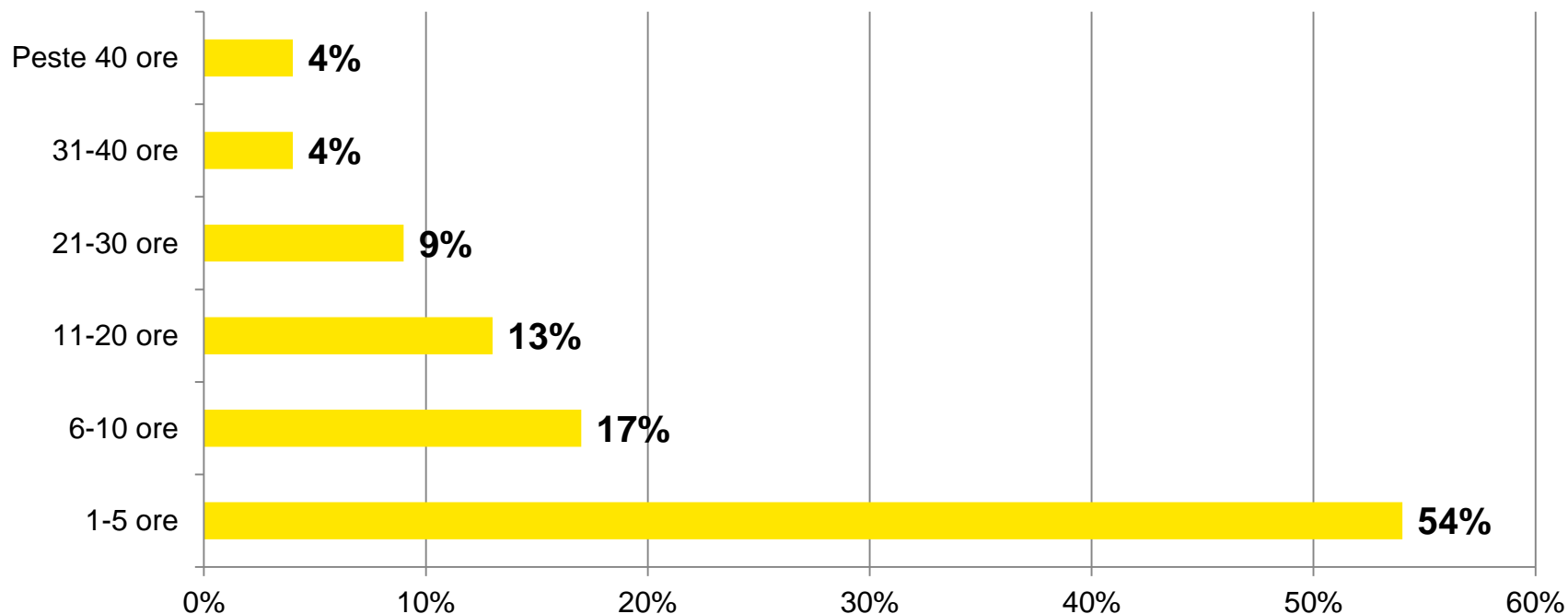
Au omis întrebarea: 16

94% dintre respondenții care folosesc rețelele de socializare spun că folosesc Facebook (92% la nivel global), 43% utilizează Youtube (56% la nivel global), iar 41% LinkedIn (70% la nivel global). O posibilă explicație poate fi aceea că românii preferă conținutul grafic/vizual și mai puțin text/blogging .



Răspunsuri: 153
Au omis întrebarea: 20

52% dintre respondenți spun că folosesc marketingul pe rețelele de socializare de 1-3 ani. Aceasta indică o orientare rapidă a companiilor spre social media pentru promovarea produselor/seviciilor lor.



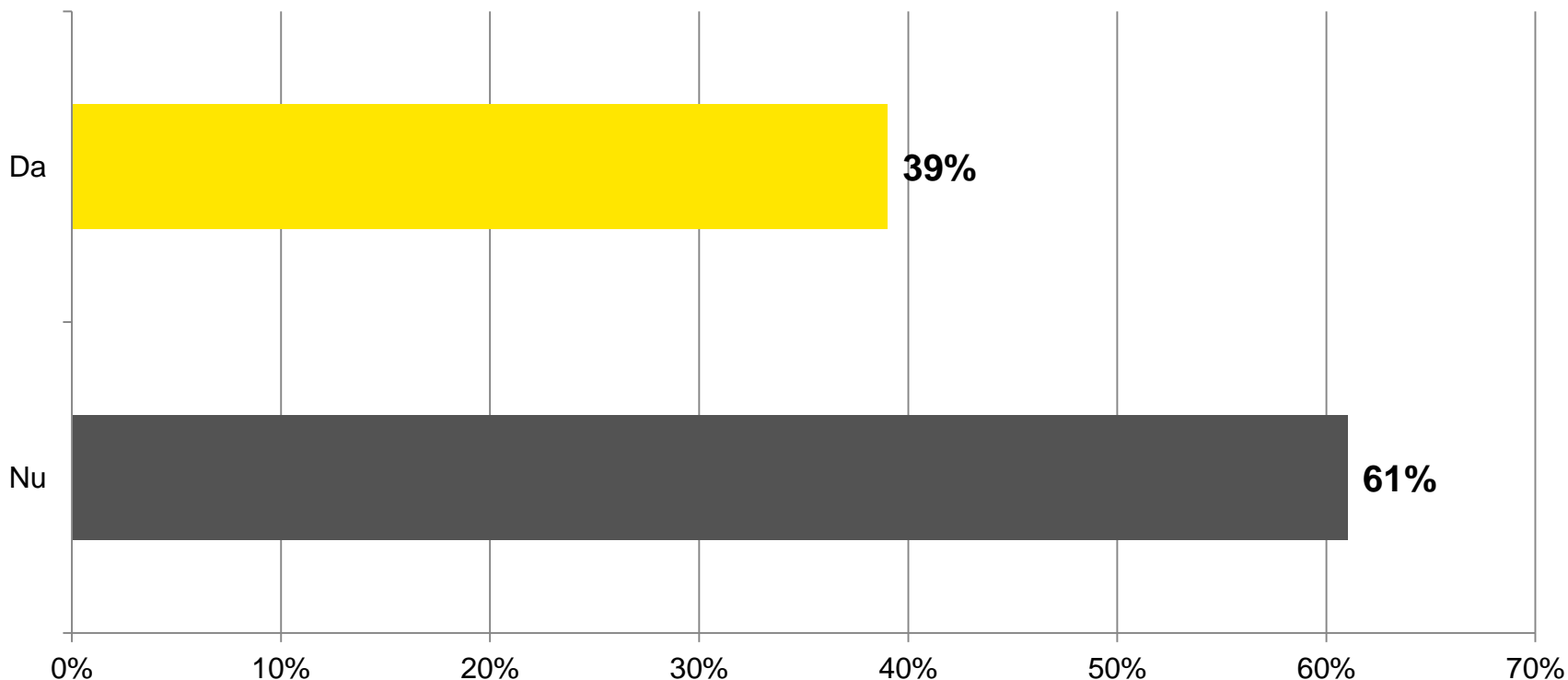
Răspunsuri: 154

Au omis întrebarea: 19

Cei 71% dintre respondenți folosesc marketingul de cel mult 3 ani pot fi puși în relație cu cei 71% care alocă 1-10 ore săptămânal. Aceeași tendință se observă la nivel global. Firmele care folosesc social media de mai mulți ani alocă mai mult timp săptămânal pentru utilizarea acesteia.

Q5

Organizația dumneavoastră are un departament special pentru comunicarea prin social media?



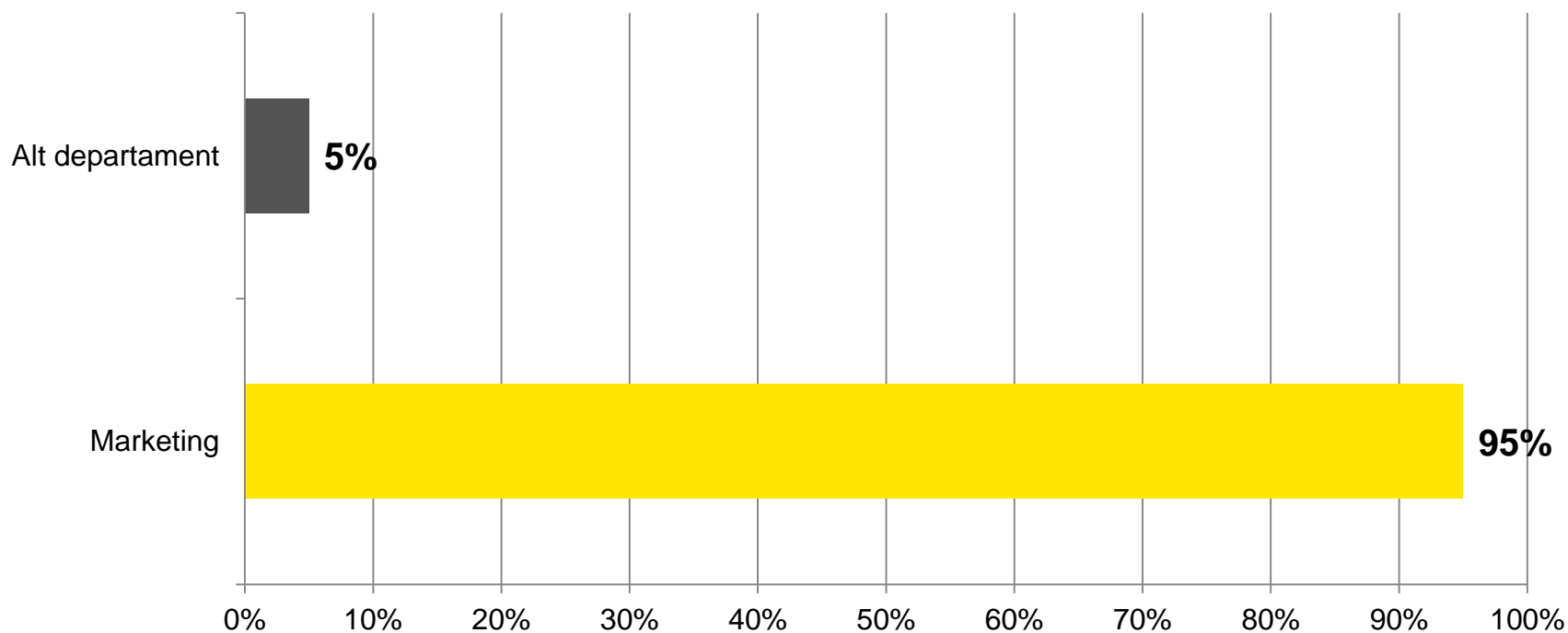
Răspunsuri: 154

Au omis întrebarea: 19

Comunicarea prin social media este în faza incipientă și în organigrama companiilor. Doar 39% din respondenți au afirmat că organizația lor are un departament special pentru comunicarea prin social media. Creșterea importanței acesteia (vezi slide 3) va impune în viitorul apropiat înființarea unor astfel de departamente.

Q6

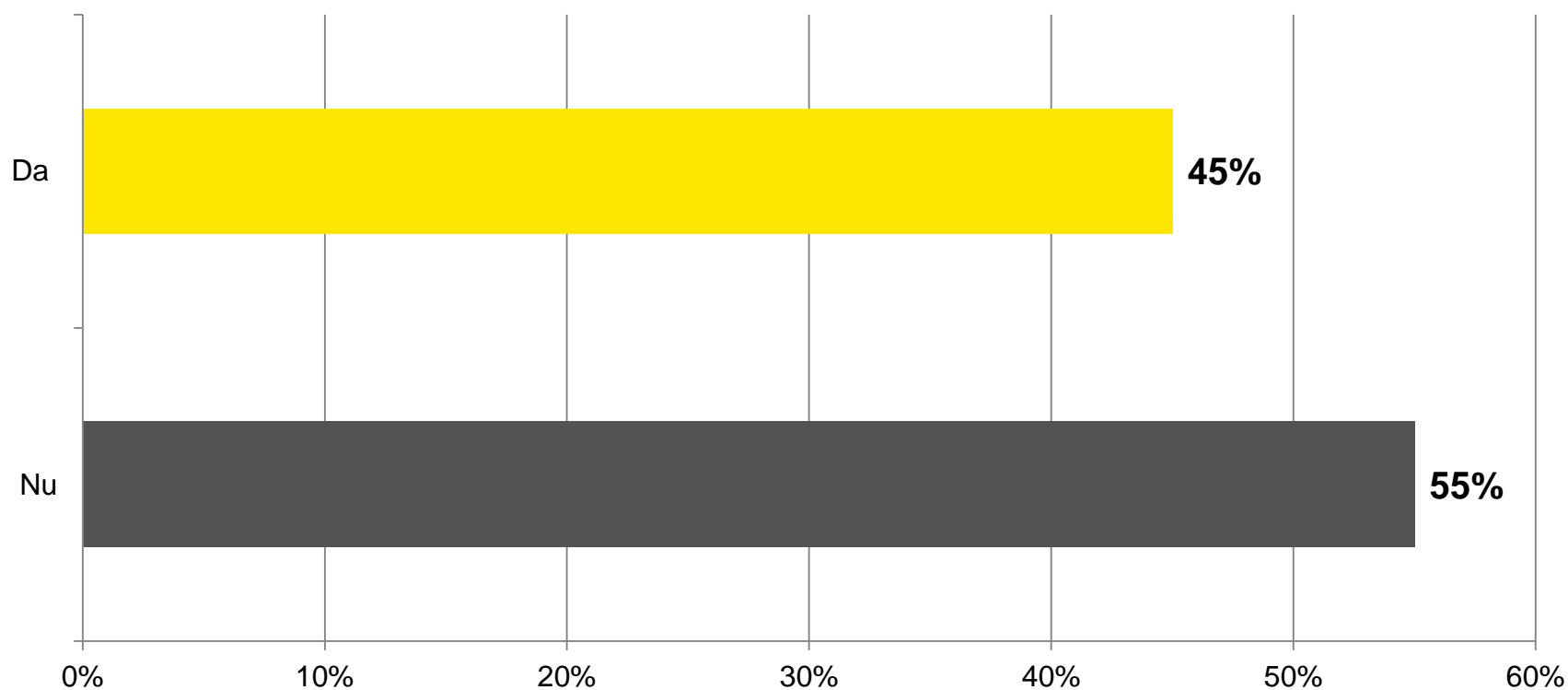
Ce departament al firmei dvs. se ocupă de social media?



Răspunsuri: 121
Au omis întrebarea: 52

La nivelul firmei, 95% dintre respondenți asociază utilizarea rețelelor sociale cu departamentul de marketing, în timp ce la nivel global 69% asociază această activitate cu acest departament.

Q7 Folosiți rețelele de socializare pentru recrutare?

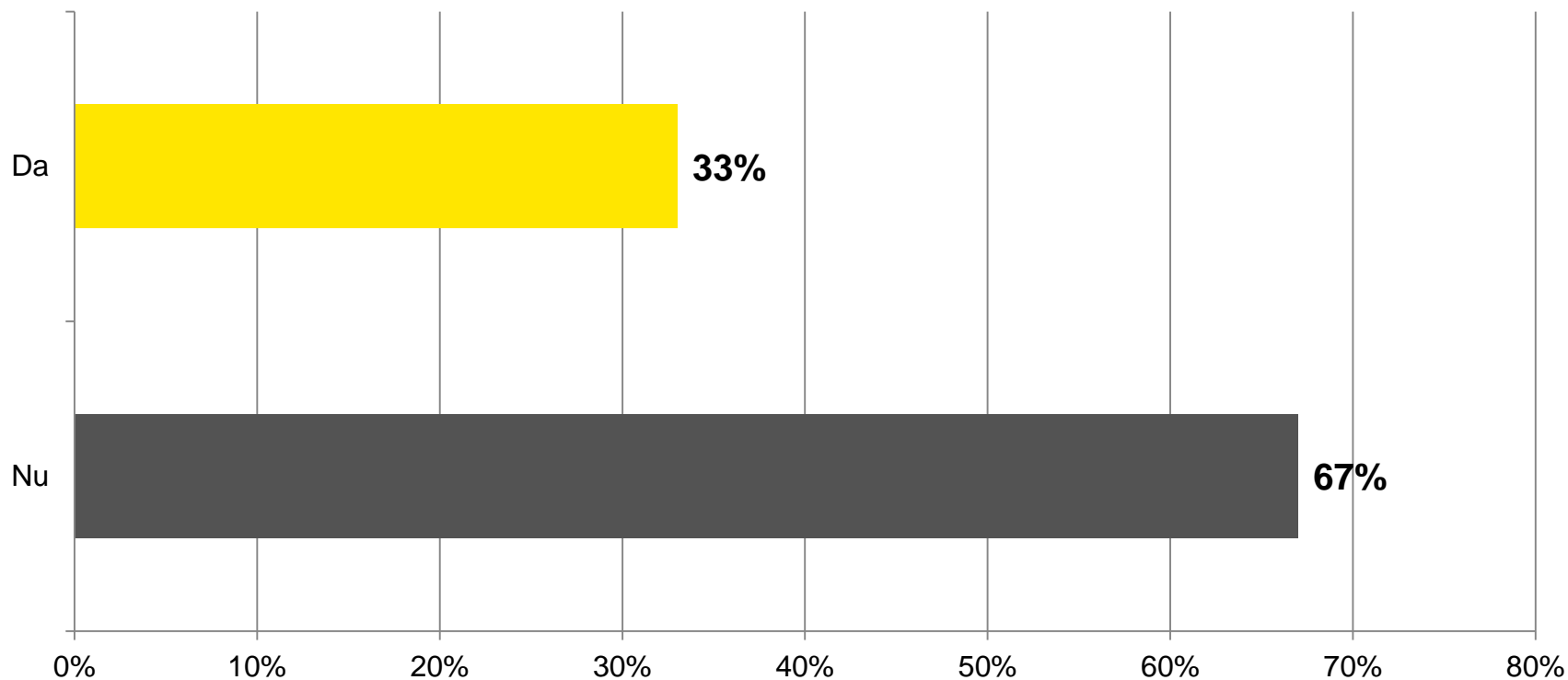


Răspunsuri: 155
Au omis întrebarea: 18

Pentru 45% dintre respondenți rețelele sociale reprezintă un tool de recrutare, ceea ce reflectă relația primordială pe care respondenții o stabilesc între social media și funcția de marketing.

Q8

Dacă nu, planificați să faceți lucrul acesta în viitor?



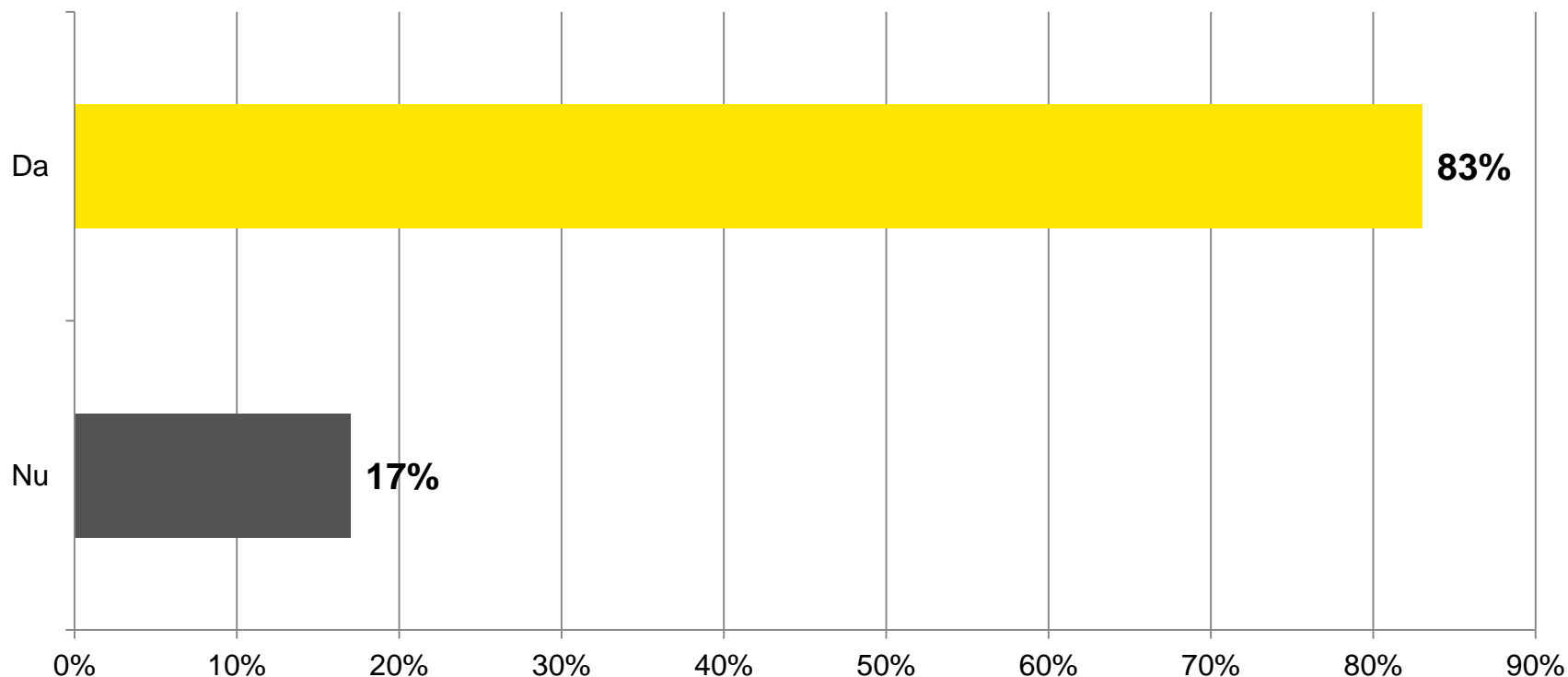
Răspunsuri: 130

Au omis întrebarea: 43

36% dintre respondenți rămân reticenti față de recrutarea candidaților folosind rețelele sociale, pe viitor. Însă 18% spun că intenționează să le folosească, ceea ce reflectă o tendință de deschidere a companiilor față de recrutarea prin intermediul social media..

Q9

Folosiți rețelele de socializare pentru a vă informa clienții în privința anumitor promoții sau noutăți?

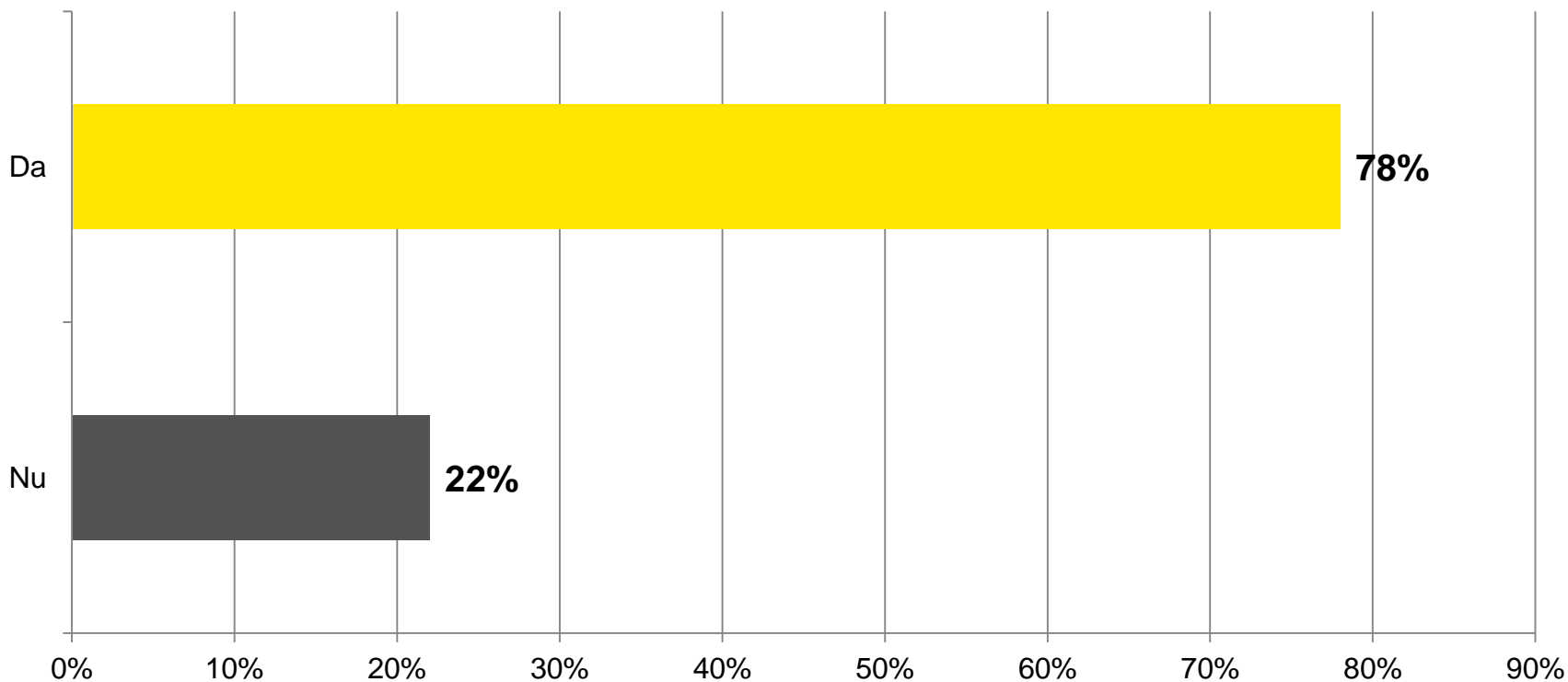


Răspunsuri: 154
Au omis întrebarea: 19

83% dintre respondenți, folosesc rețelele de socializare ca pe o modalitate foarte rapidă și eficientă de a prezenta noile produse și servicii în comparație cu 87% la nivel global.

Q10

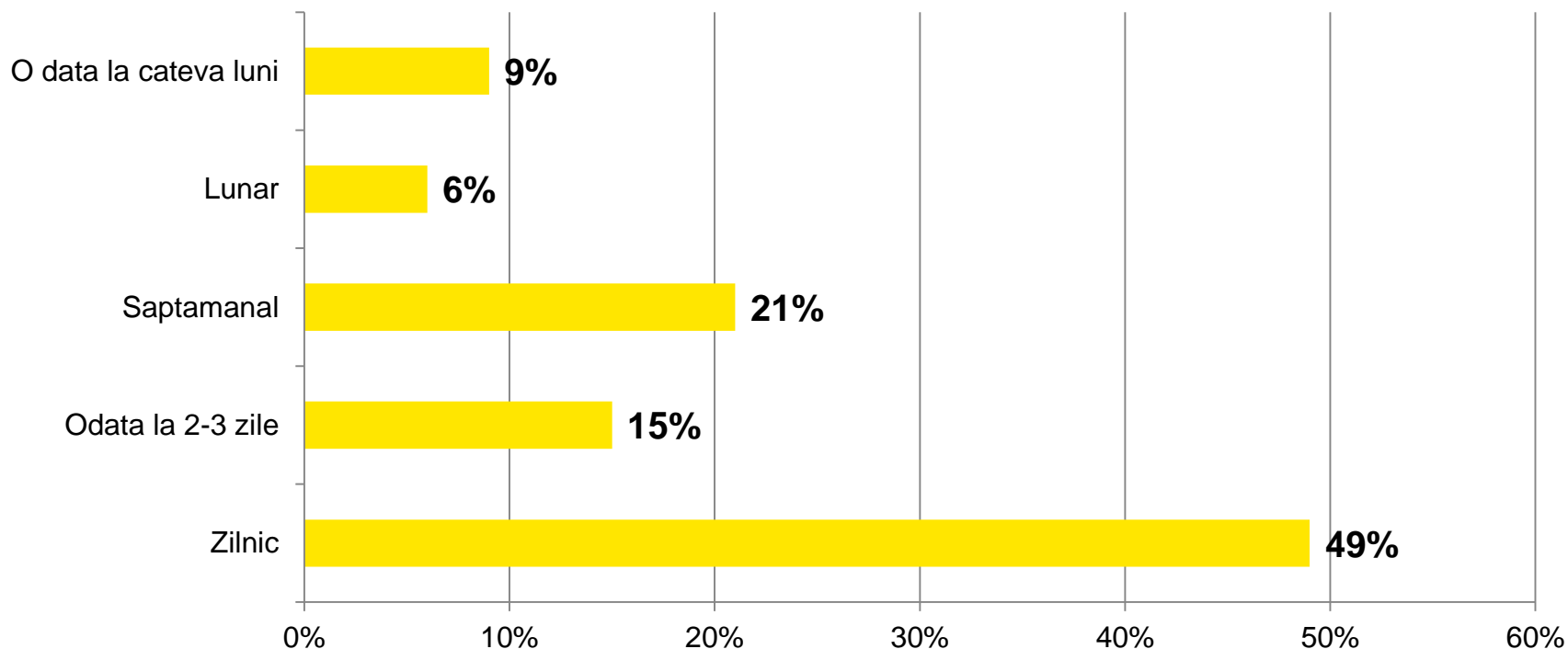
Comunicați direct prin rețelele de socializare cu potențialii clienți?



Răspunsuri: 154

Au omis întrebarea: 19

Datorită ușurinței prin care poți ține legătura cu clienții dar și cu potențialii clienți, rețelele de socializare sunt tot mai utilizate. 78% dintre respondenți comunică direct prin rețelele de socializare cu potențialii clienți.



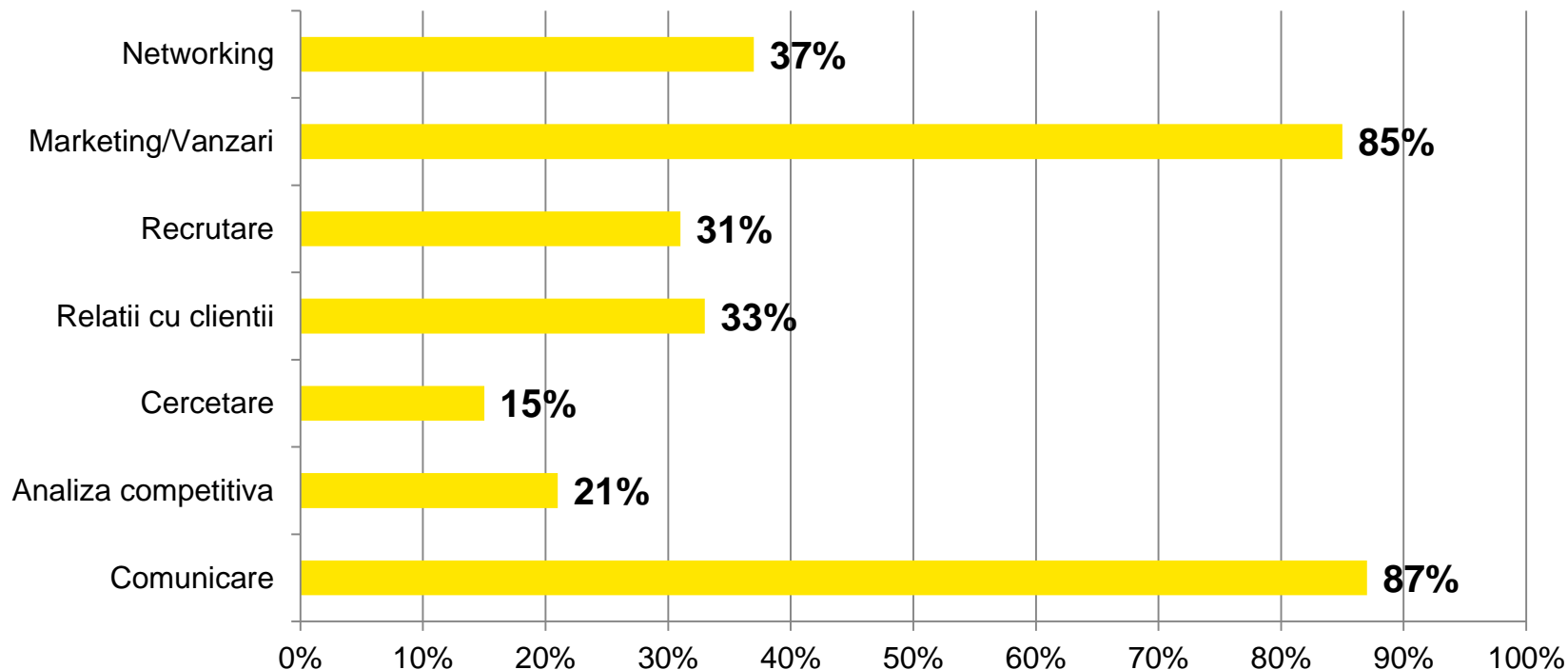
Răspunsuri: 153

Au omis întrebarea: 20

Aproximativ jumătate dintre respondenți postează zilnic informații despre companie pe rețelele de socializare. La nivel global 58% din companii postează zilnic informații și altele 30% postează de 1 până la 3 ori pe săptămână.

Q12

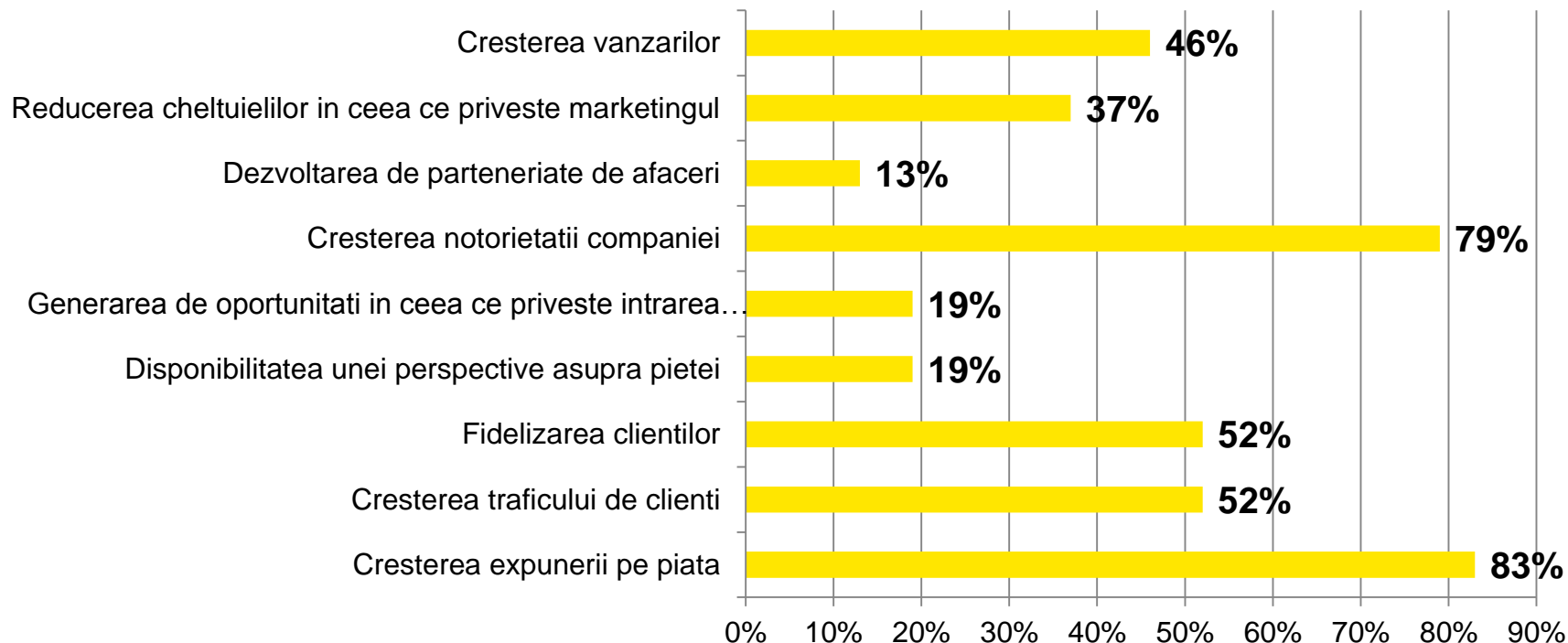
Pentru care din următoarele domenii folosiți rețelele de socializare în cadrul companiei în care activați?



Răspunsuri: 152

Au omis întrebarea: 21

Primele două domenii în care respondenții folosesc rețelele de socializare sunt comunicare (87%) și marketing/vânzări (85%). Deși nu avem aceste date în studiul nostru, dorim să menționăm că la nivel global 87% dintre eforturile de marketing prin social media sunt orientate către brand awareness iar 62% spre creșterea traficului.



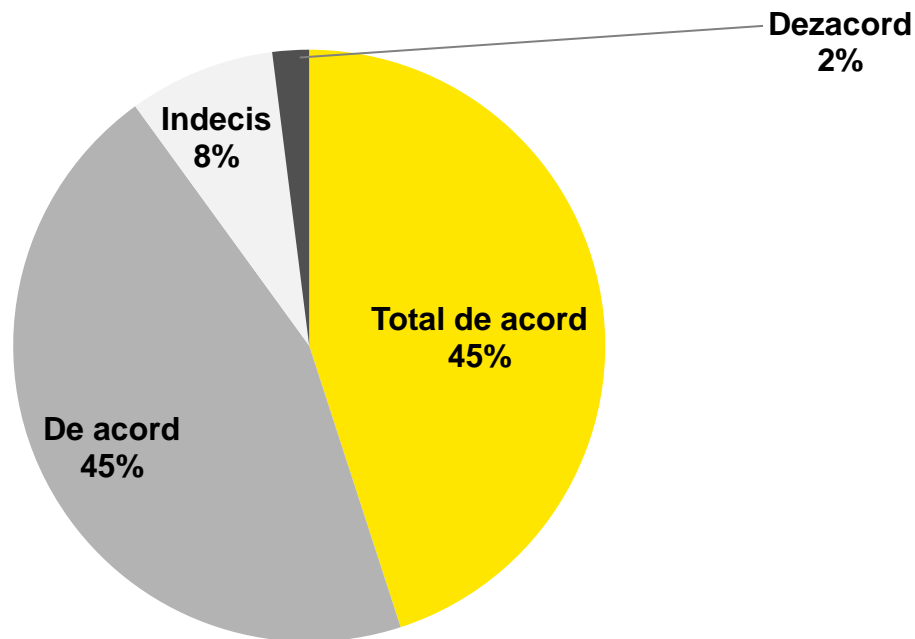
Răspunsuri: 152

Au omis întrebarea: 21

În top 3 beneficii asociate utilizării rețelelor de socializare sunt: 1. creșterea expunerii pe piață (83%), 2. creșterea notorietății companiei (79%), 3. fidelizarea clienților și creșterea traficului (52%). La nivel global rezultatele pentru această întrebare sunt: 1. creșterea expunerii pe piață (89%), 2. creșterea traficului (75%) și 3. o cunoaștere mai bună a pieței (69%).

Q14

Marketingul prin rețelele de socializare este important pentru compania dumneavoastră?

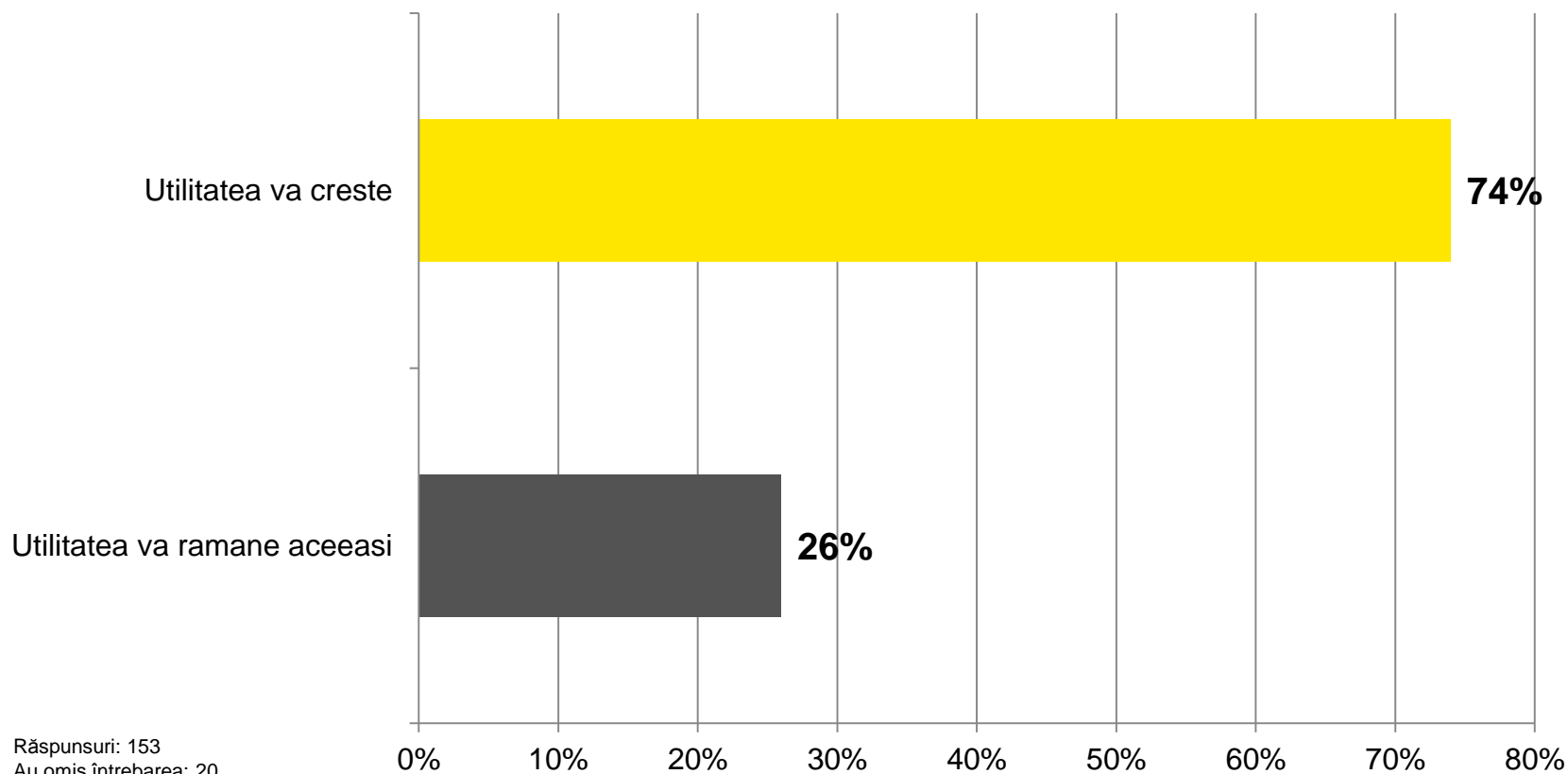


Răspunsuri: 153
Au omis întrebarea: 20

Majoritatea respondenților (90%) sunt de acord/total de acord că marketingul prin rețelele de socializare este important pentru compania lor. La nivel global 86% dintre respondenți consideră importante rețelele de socializare pentru compania lor.

Q15

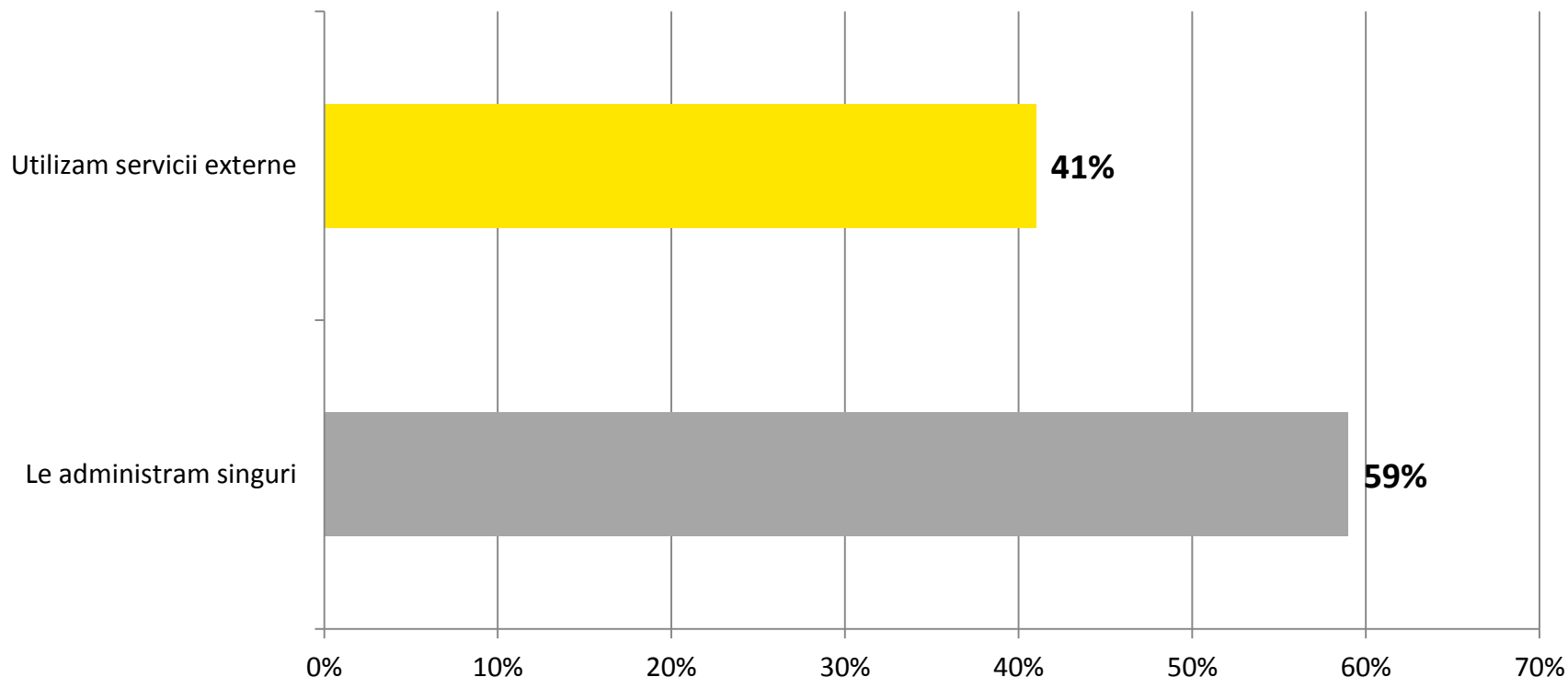
Cum se va schimba utilitatea rețelelor de socializare pentru compania dumneavoastră în viitorul apropiat?



74% dintre respondenți cred că utilitatea rețelelor de socializare va crește în viitorul apropiat exprimând o atitudine favorabilă față de importanța beneficiilor asociate acestora (vezi Q13).

Q16

Administrați singuri campaniile companiei dumneavoastră de pe rețelele de socializare sau utilizați servicii externe (agenții de profil)?



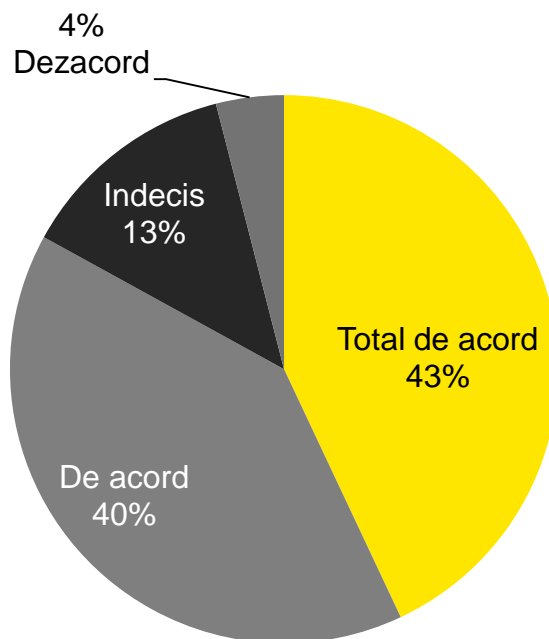
Răspunsuri: 154

Au omis întrebarea: 19

59% dintre companiile respondente spun că își administrează singure campaniile pe rețele de socializare, în timp ce 41% utilizează servicii externe în acest scop. La nivel global 26% dintre companii externalizează administrarea campaniilor pe rețele sociale, iar 74% și le administrează singuri.

Q17

Sunteți sau nu de acord cu următoarea afirmație: companiile care folosesc rețelele de socializare pentru a interacționa cu clienții actuali sau potențiali au un avantaj competitiv în comparație cu cele care nu fac acest lucru?

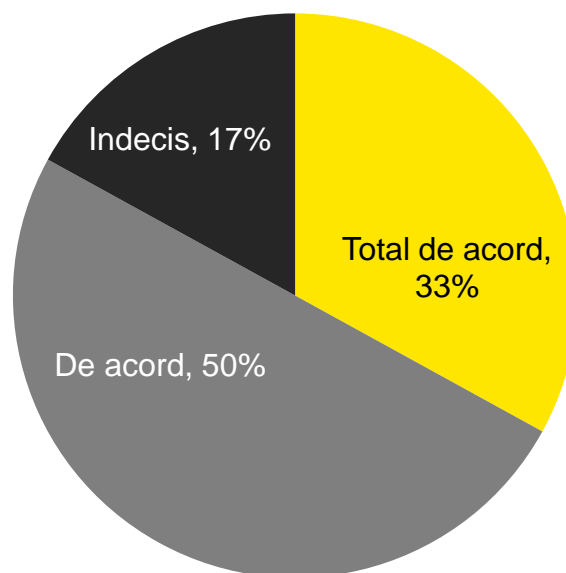


Răspunsuri: 153
Au omis întrebarea: 20

83% dintre respondenți sunt de acord că utilizarea rețelelor de socializare oferă companiilor lor un avantaj competitiv. Printre beneficiile majore menționate de aceștia sunt următoarele: creșterea expunerii pe piață și creșterea notorietății companiei.

Q18

Credeți că marketingul în cadrul rețelelor de socializare este eficient?

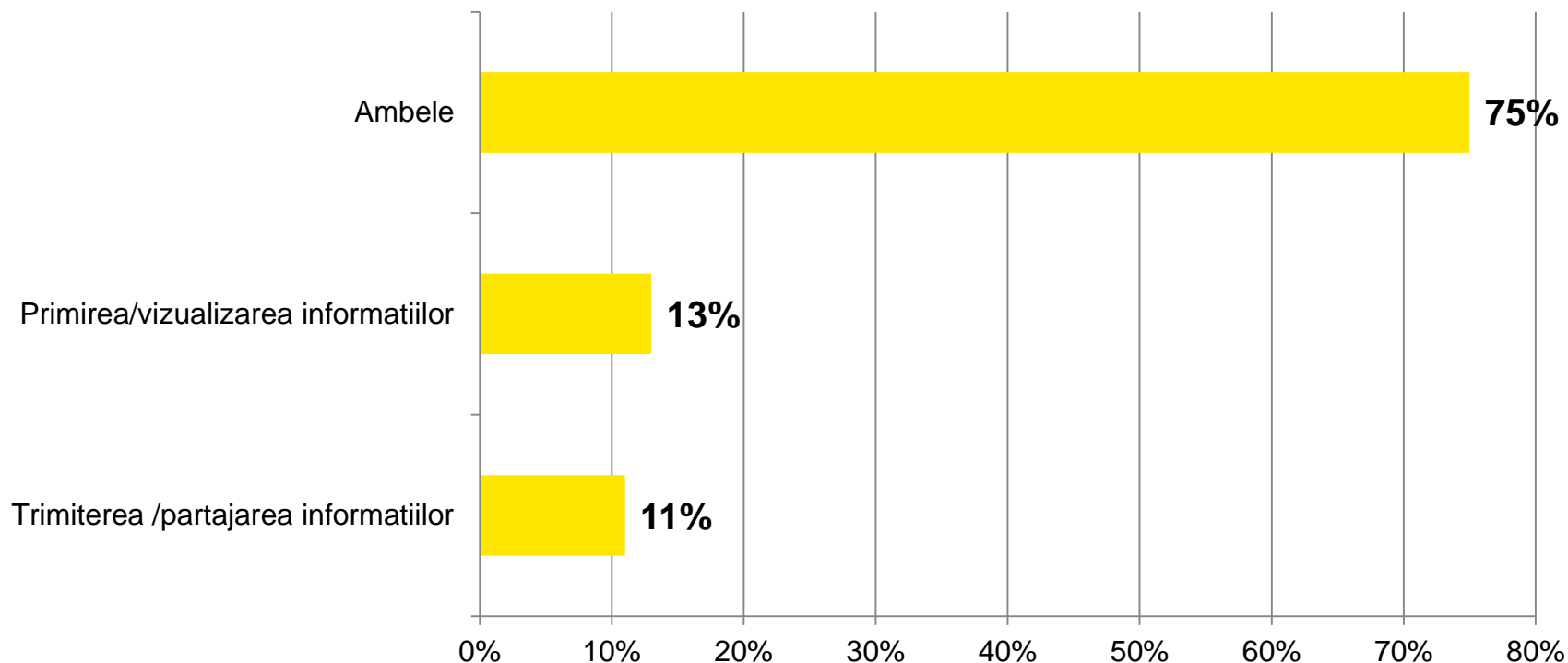


Răspunsuri: 152
Au omis întrebarea: 21

83% dintre respondenți sunt total de acord și de acord că marketingul prin intermediul rețelelor de socializare este eficient.

Q19

Care dintre aceste aspecte credeți că sunt mai importante în ceea ce privește rețelele de socializare?



Răspunsuri: 153

Au omis întrebarea: 20

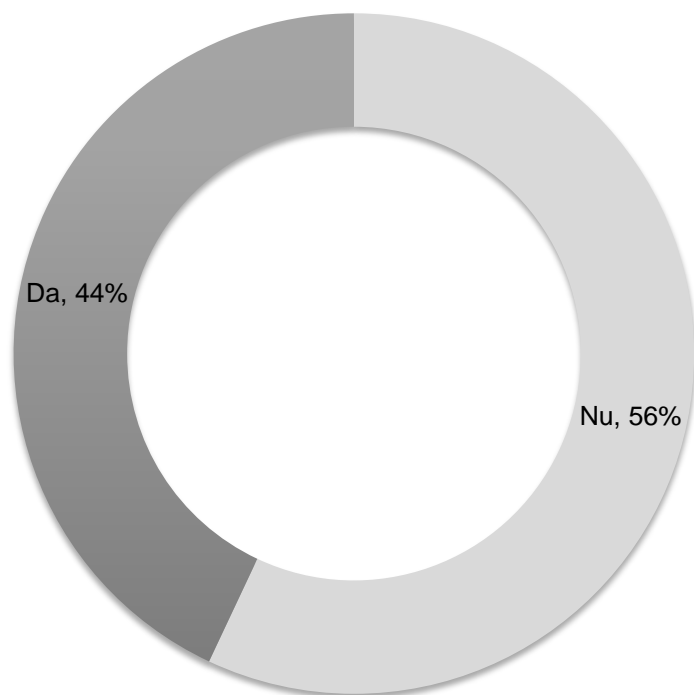
Dintre cei 90% (vezi Q14) care au spus că rețelele de socializare sunt importante pentru compania lor trei sferturi consideră că primirea/vizualizarea și trimiterea/partajarea informațiilor sunt cele mai importante în ce privește rețelele de socializare.

Date demografice

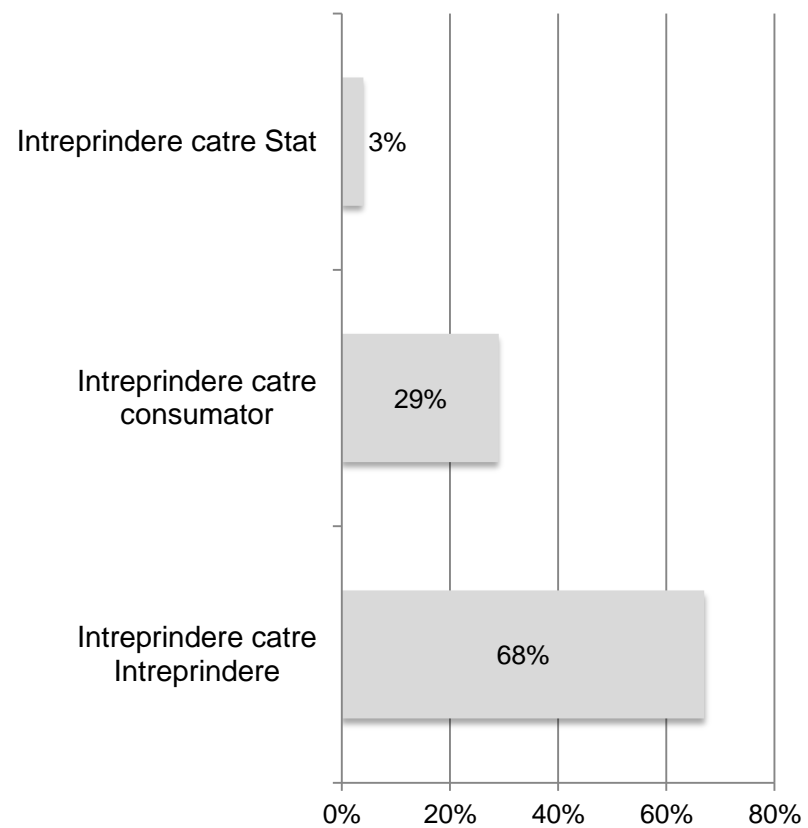
**Studiul are la bază un chestionar aplicat în perioada
22 august – 22 septembrie 2013 a acestui an.
În raport sunt analizate răspunsurile a 173 de
respondenți din mediul local de business.**

Date demografice

Companie românească (da/nu)

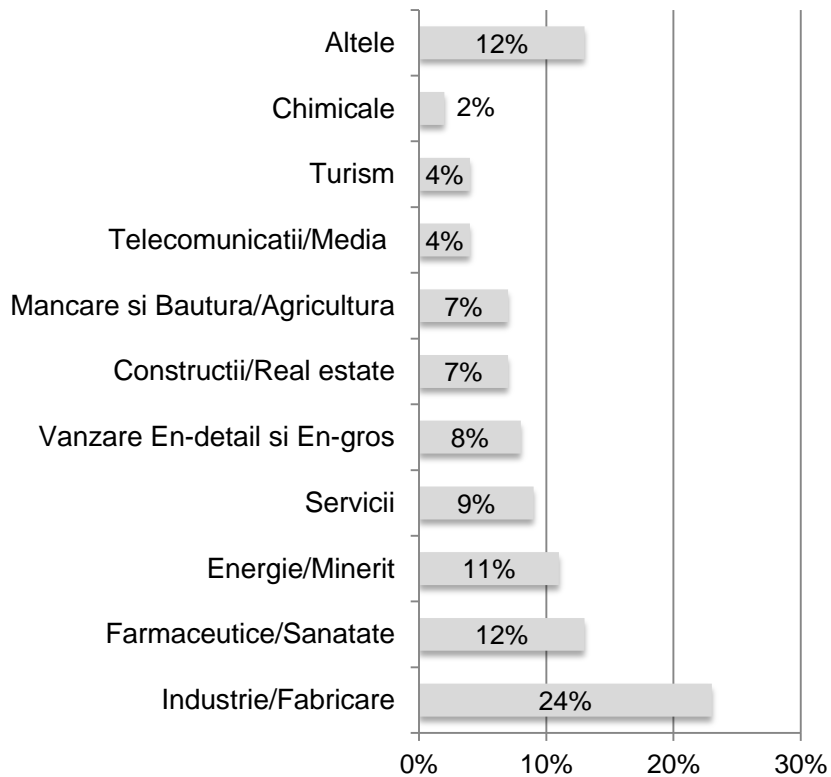


Tipul afacerii

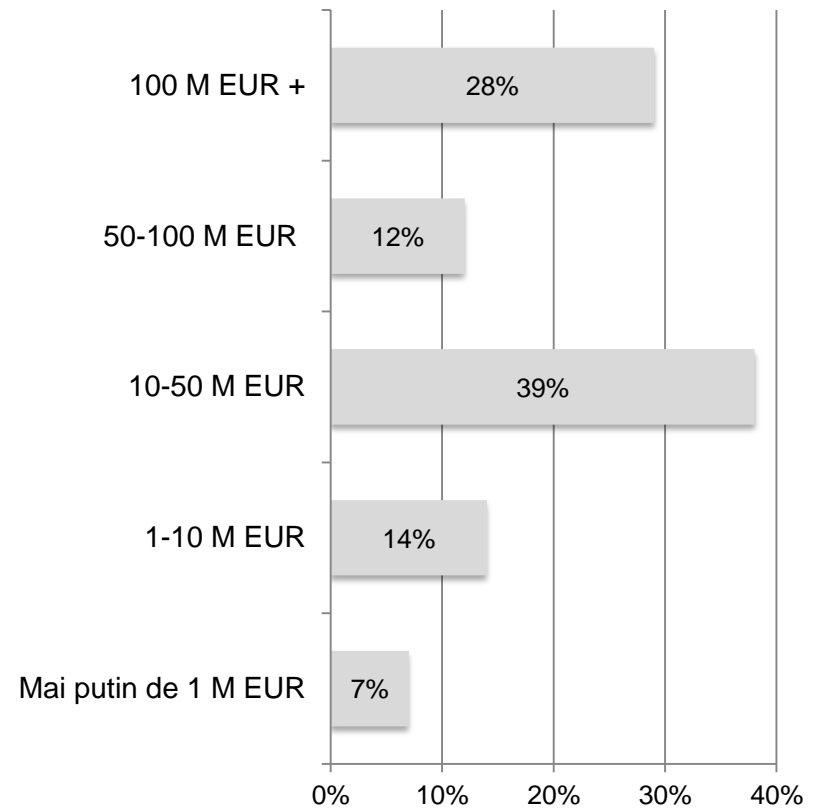


Date demografice

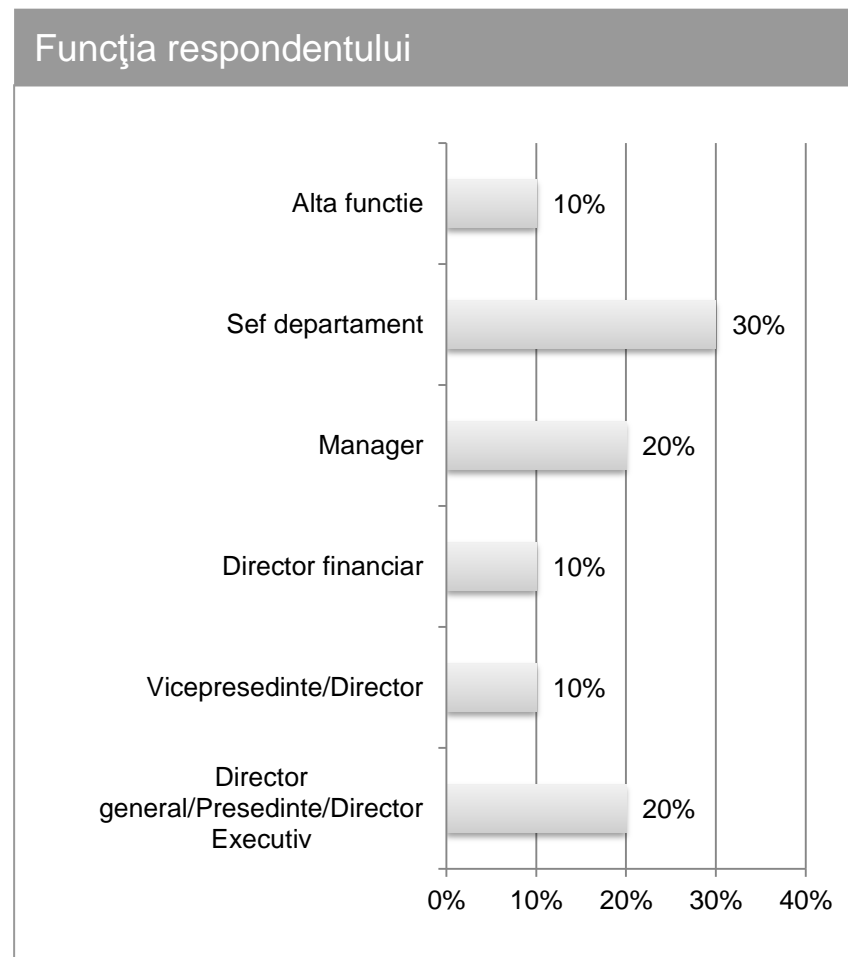
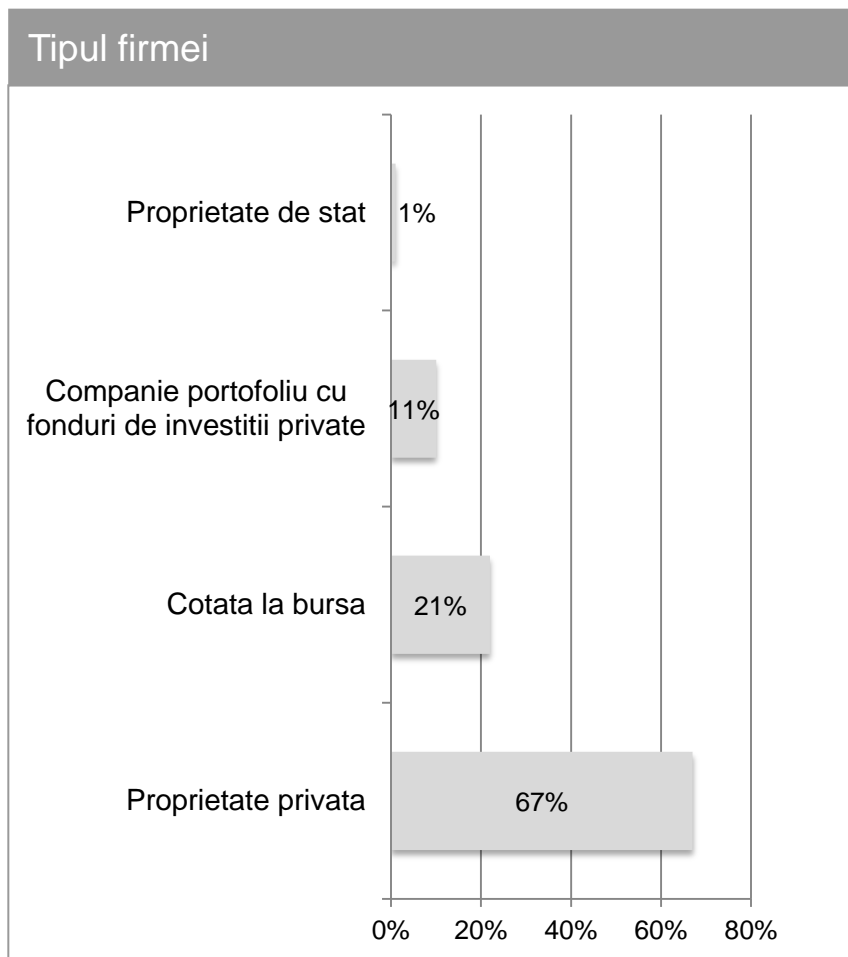
Industria



Venitul



Date demografice



Echipa de proiect



Constantin Măgdalina

Knowledge Management Officer,
Marketing, EY Romania

constantin.magdalina@ro.ey.com



Elena Badea

Head of Market Enablement
EY Romania

elena.badea@ro.ey.com

**Le mulțumim tuturor respondenților pentru
sprijinul oferit în realizarea acestui studiu.**

Vă mulțumim!

**Studiul va fi reluat în aceeași perioadă a anului 2014,
iar noua ediție va include date comparative.**