



## 30<sup>ο</sup> Συνέδριο Social Media



**Θέμα:** "Social Media και Επιχειρήσεις. Πού θα πάει αυτή η σχέση;"  
8 Φεβρουαρίου 2012 @ Μουσείο Μπενάκη/Πειραιώς

Το 3ο Συνέδριο του Ινστιτούτου Επικοινωνίας διερευνά την πορεία της σχέσης ανάμεσα στα Social Media και τις Επιχειρήσεις αυτή τη φορά και όχι μόνο το ευρύ κοινό. Στο πλαίσιο αυτό παρουσιάζονται ευρήματα δύο ad hoc ερευνών που έγιναν για τα social media στην Ελλάδα (ποιοτική έρευνα με ατομικές συνεντεύξεις - *in depth interviews* και ποσοτική έρευνα μέσω web) σε στελέχη επιχειρήσεων για να αποτυπωθεί η στάση και η συμπεριφορά των Επιχειρήσεων για τα Social Media στο ανανεωμένο και ταχύτατα αναπτυσσόμενο πεδίο των Social Media. Το συνέδριο και οι έρευνες ήταν πρωτοβουλία του ΙΕΠ και σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε μέσα από τη συνεργασία του Πανεπιστημίου Αθηνών, του Οικονομικού και του Πάντειου Πανεπιστημίου με την MRB Hellas.

### 1. Ποια είναι η **εικόνα** που έχουν οι επιχειρήσεις για τα Social Media;

Η έκθεση μιας επιχείρησης σε ένα περιβάλλον «out of control» περιγράφεται ως δύσκολο διαχείρισιμο. Αλλά η παρουσία μιας επιχείρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πλέον αναπόφευκτη για τις επιχειρήσεις που κάθε μέρα προσαρμόζονται όλο και καλύτερα στα νέα δεδομένα.

Τα Social Media αποτελούν ένα περιβάλλον που:

- από την φύση του **αντιστέκεται στον έλεγχο**,
- έχει χτιστεί επάνω **στην φιλοσοφία της ελευθερίας λόγου**
- απαιτεί **λεπτούς χειρισμούς εύθραυστων ισορροπιών** στο πως μια επιχείρηση πρέπει να μιλήσει ή να χειριστεί καταστάσεις στα SM.

Για αυτό στις περισσότερες επιχειρήσεις το κομμάτι των social media διαχειρίζονται ή πρέπει να διαχειρίζονται άνθρωποι που έχουν εκπαιδευτεί επάνω στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και είναι γνώστες του αντικείμενου, έχουν ικανότητα χειρισμού και έχουν προσαρμοστεί στην λογική και την φιλοσοφία των social media. Πρέπει να είναι ένα με την ψυχή των Social Media.

Στο πλαίσιο αυτό η παρουσία μιας εταιρείας στα social media συνδέεται κυρίως με την **Εξωστρέφεια - Αμεσότητα - Καινοτομία -Χτίσιμο θετικής εικόνας. Θέματα που ακόμα απαιτούν δουλειά στο χτίσιμο εμπιστοσύνης μεταξύ Επιχειρήσεων και Social Media είναι η Σιγουριά -Οργάνωση - Παραγωγικότητα- Αλήθεια.**

**Η Αλληλοεπίδραση με πελάτες / η διαφήμιση , ο γρήγορος, στοχευμένος και εύκολος τρόπος αλλά και το δέσιμο εμπιστοσύνης με τους πελάτες** αποτελούν τους βασικούς λόγους που αξίζει να χρησιμοποιήσει τα social media μια επιχείρηση. Στον αντίποδα, βασικοί λόγοι ενδοιασμού χρήσης αποτελούν **η Απώλεια Ελέγχου / η Ανασφάλεια, η Έλλειψη εμπειρίας / Ανθρωπίνων Πόρων αλλά και η Αρνητική Φημολογία** που μπορεί να προκληθεί ή συνήθως προκαλείται.

## 2. Ποια είναι τα κοινά των επιχειρήσεων ως προς τα Social Media;

Διακρίνονται 3 βασικοί τύποι επιχειρήσεων με βάση το βαθμό αντίληψης και τις συνήθειες πρακτικές αναφορικά με τα Social Media:

- Οι «**Customer Control**» με 40,3% που εστιάζουν στην ευκολία χρήσης και επικοινωνίας του μέσου στην διάχυση γνώσης και στην ανάλυση πελατών και προσέλκυση νέων Πελατών. «*Επεμβαίνω και προσπαθώ να κοντρολάρω τη διαδικασία ελέγχου της σχέσης με τον Πελάτη*».
- Οι «**Image Control**» με 31,2% που εστιάζουν στην Διαφήμιση και Προώθηση προϊόντων, στην Διάχυση θετικής φημολογίας, στον Έλεγχο και Διαχείριση φήμης και την συλλογή απόψεων. «*Πρέπει να προστατέψω τη Φήμη μου*»
- Και οι «**Customer Engagement**» με 28,5% που εστιάζουν στην Άμεση & γρήγορη επικοινωνία, στην Εξυπηρέτηση πελατών, στο Crowd sourcing, στο Δέσιμο/ Χτίσιμο εμπιστοσύνης, στην Ανταλλαγή απόψεων αλλά και την Δυνατότητα εμπορικής ανάπτυξης. «*Θέλω να έχω μία ισότιμη σχέση με τον Πελάτη μου*»

## 3. Ποιο είναι το προφίλ των κυρίαρχων Social Media;

**Για το Facebook:** Ο ηγέτης των Social Media

- Το πιο γνωστό και το πιο δημοφιλές
- Παρέχει πολλά εργαλεία για διαφήμιση και αναζήτηση
- Έχει αποδείξει πως οι χρήστες που είναι ευχαριστημένοι από το προϊόν είναι πρόθυμοι ν' ανοίξουν διάλογο με το brand.

**Για το Twitter:** Ένα «πινγκ πονγκ» ιδεών

- Δυνατότητα ταχύτατης διασποράς πληροφορίας
- Αμεσότητα ανταπόκριση από τους followers που είναι συνεχώς on line
- Περιορισμένη χρήση σε περιβάλλον business: αίσθηση αδυναμίας «προβολής» πληροφορίας γιατί «χάνεται αμέσως»

**Για το LinkedIn :** «Ο μελλοντικός Χρυσός Οδηγός»

- Αμιγώς επαγγελματικός χαρακτήρας
- Business to business/ έχει μια τεράστια βάση δεδομένων από βιογραφικά όπου οι εργοδότες συλλέγουν την πληροφορία και αναλύουν κάθε υποψήφιο εργαζόμενο

## 4. Που θα πάει αυτή η σχέση Επιχειρήσεων και Social Media;

Συνολικά, οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να αντιλαμβάνονται τον ρόλο και τις δυνατότητες των social media -και των social networks- και φαίνεται ότι άρχισαν να τα εντάσσουν ως χρήσιμα και δημιουργικά εργαλεία στην προβολή της επιχείρησης. Τα Social Media ήρθαν όχι μόνο για να μείνουν αλλά και να ενσωματωθούν πολύ περισσότερο στον χώρο των επιχειρήσεων, να γίνουν εργαλεία δουλειάς και άντλησης γνώσης και να σταθούν επί ίσοις όροις με τα παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας.

*Επιχειρήσεις : «αφεθείτε στα social media, μην προσπαθείτε απλά να προσδεθείτε»*