

SOCIAL MEDIA
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΧΡΗΣΤΕΣ INTERNET & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ
ΧΡΗΣΗΣ – ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ – ΣΤΑΣΕΩΝ - ΑΠΟΨΕΩΝ ΓΙΑ ΤΑ
SOCIAL MEDIA

MRB HELLAS S.A.

για λογαριασμό του
Ινστιτούτου Επικοινωνίας

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2010

ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΧΡΗΣΤΕΣ INTERNET (ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ)

Στόχος:

Διερεύνηση της χρήσης και της συμπεριφοράς των χρηστών Internet στην Ελλάδα, σε σχέση με τα Social Media, και των απόψεων που έχουν για διάφορους τομείς & εφαρμογές Social Media στην αγορά, στην κοινωνία, στη ζωή μας

Μέθοδος Συλλογής Στοιχείων:

Ποσοτική Έρευνα WEB

(ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο αναρτημένο στο server της e-MRB)

Δείγμα:

1022 χρήστες Internet, 15 ετών και άνω

Δειγματοληψία:

Panel e-MRB

Συλλογή Στοιχείων:

4 – 12 Οκτωβρίου 2010



ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΣΤΕΛΕΧΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στόχος:

Η διερεύνηση στάσεων/ απόψεων και χρήσης/ αξιοποίησης των Social Media από τις επιχειρήσεις

Μέθοδος Συλλογής Στοιχείων:

Ποσοτική Έρευνα WEB

(ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο αναρτημένο στο server της E-MRB)

Δείγμα:

270 στελέχη επιχειρήσεων

Δειγματοληψία:

Αποστολή επιστολής με τον ηλεκτρονικό σύνδεσμο (link) από το **Ινστιτούτο Επικοινωνίας** σε στελέχη από εταιρίες/ οργανισμούς μέλη του

Για τις ανάγκες της έρευνας οι επιχειρήσεις κατηγοριοποιήθηκαν ως εξής:

Διαφημιζόμενοι Σύνολο $n=113$

«Μεγάλοι» Διαφημιζόμενοι $n=83$

Εταιρείες Media και Επικοινωνίας $n=103$

M.K.O. / οργανισμοί – Άλλες $n=54$

Συλλογή Στοιχείων:

7 – 18 Οκτωβρίου 2010



SOCIAL MEDIA

ΧΡΗΣΤΕΣ INTERNET - ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ

5

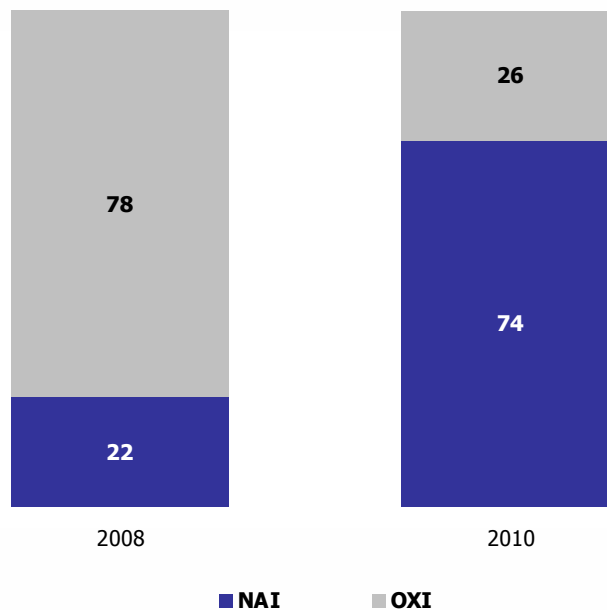
Social
Media

«Γνώση του όρου»



6

• Έχετε ακούσει τον όρο «Social Media»;



%

Βάση1: Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey

Βάση2: Σύνολο χρήστες Internet,
N=1022



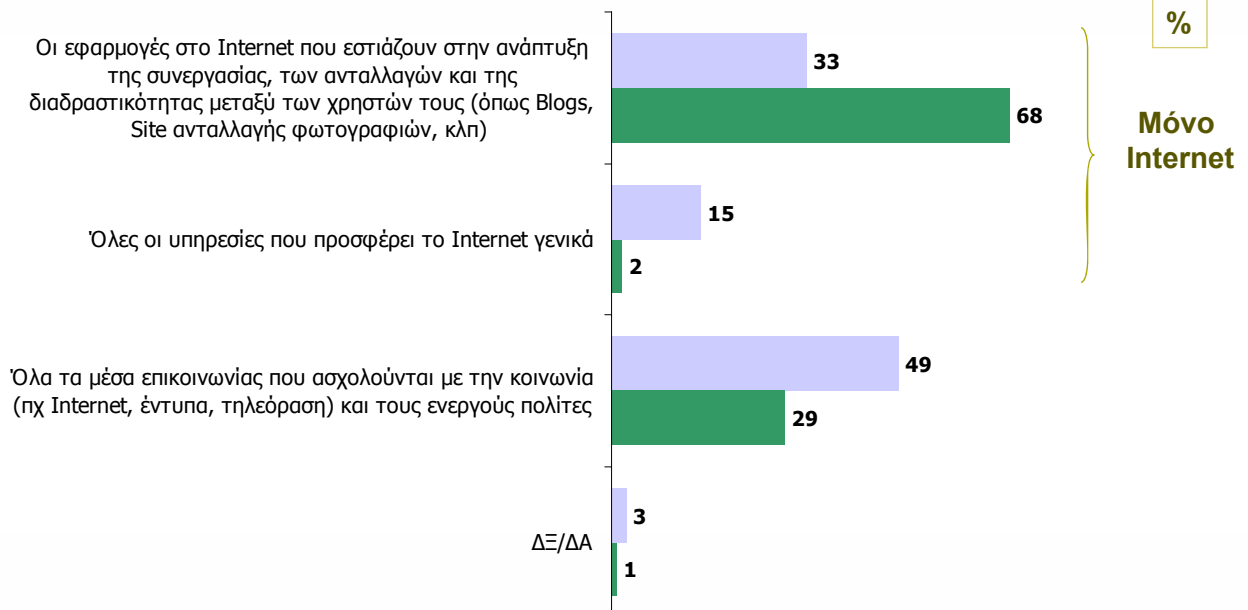
B. Έχετε ακούσει τον όρο social media;

7

• Τι από τα παρακάτω πιστεύετε ότι είναι τα Social Media;

Σύνολο χρηστών:

ΕΡΕΥΝΑ 2008
ΕΡΕΥΝΑ 2010



%

Μόνο Internet

Βάση1: Χρήστες Internet, Sample = 701 Πηγή: TGI 2007 – 2008/ Re-contact Survey,
Βάση2: Σύνολο Χρήστες Internet, N=1022

Γ. Τι από τα παρακάτω πιστεύετε ότι είναι τα social media; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΤΟΝ ΚΩΔΙΚΟ Ή ΤΟΥΣ ΚΩΔΙΚΟΥΣ ΠΟΥ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ.



8

Social
Media

«Δραστηριότητες»



★★★★☆ rated 3.75 by you and 23 others

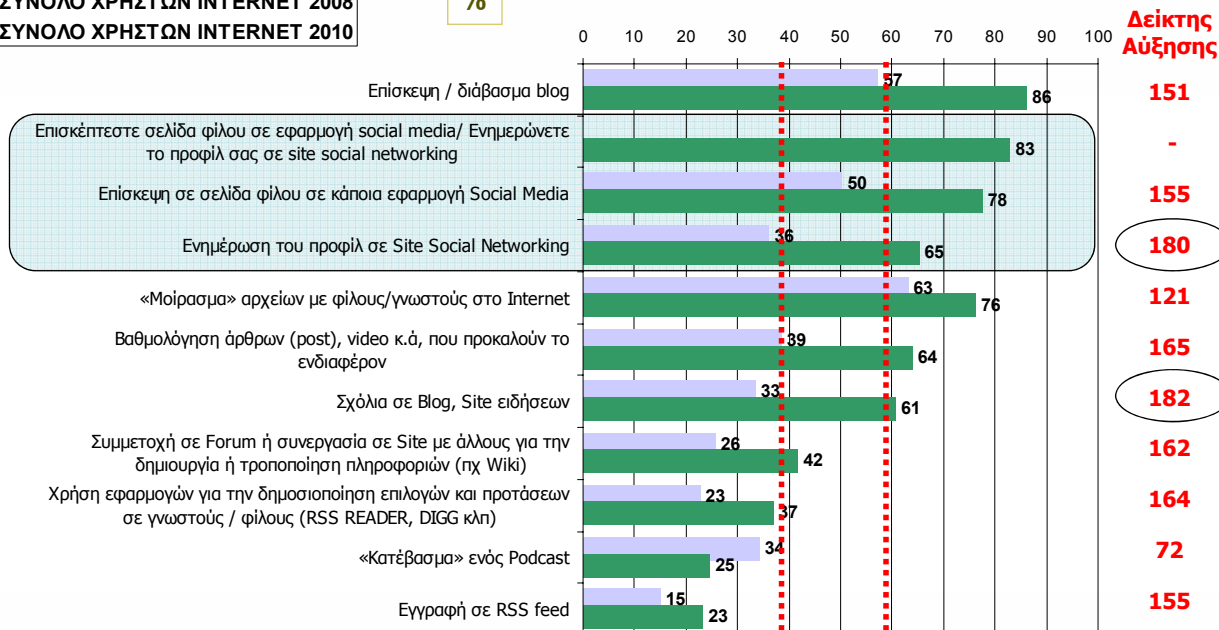


9

• Δραστηριότητες που κάνουν τουλάχιστον μια φορά το μήνα στο Internet

■ ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΣΤΩΝ INTERNET 2008
■ ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΣΤΩΝ INTERNET 2010

%

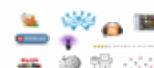


ΜΟ Αναφορών
2008 (37,6%)

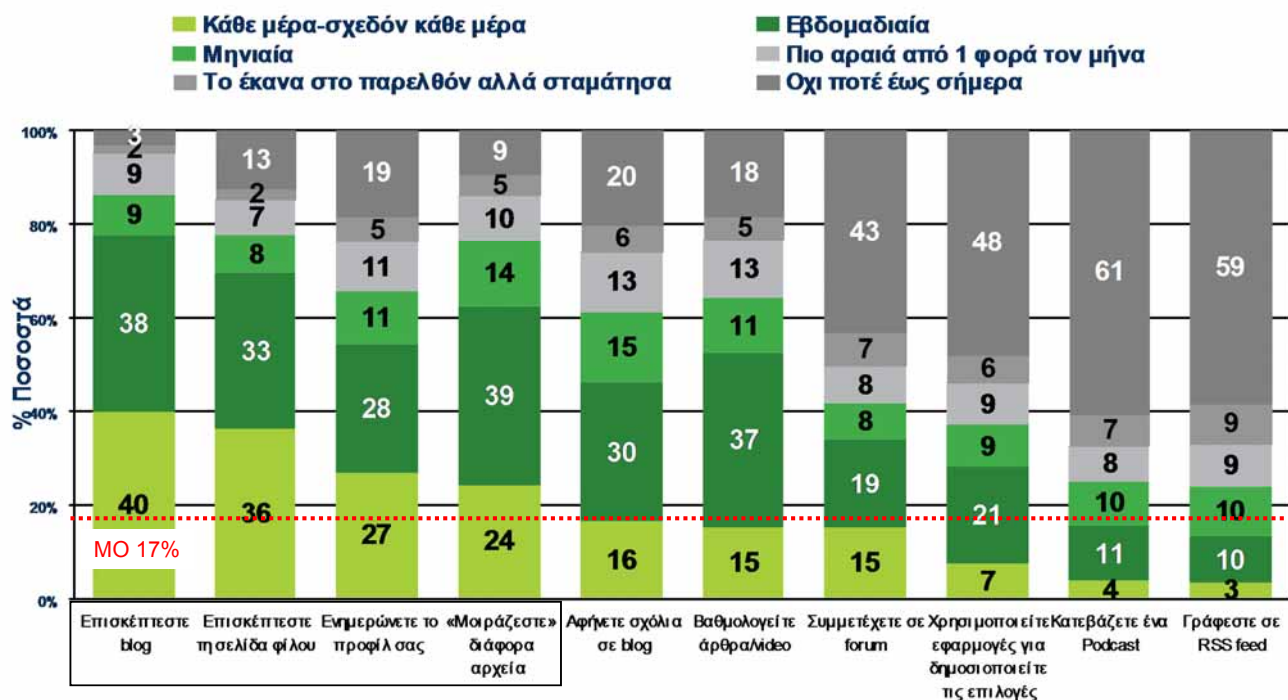
ΜΟ Αναφορών
2010 (58,1%)

Βάση1: Χρήστες Internet, Sample = 701 Πηγή: TGI 2007 – 2008/ Re-contact Survey, Βάση2:
Σύνολο Χρήστες Internet, N=1022

Ερ.1. Κάνετε στο Ίντερνετ κάποια από τις παρακάτω δραστηριότητες και με ποια συχνότητα;



• Με ποια συχνότητα κάνουν κάθε δραστηριότητα Social Media



Βάση: Σύνολο Χρήστες Internet, N=1022

Ερ.1. Κάνετε στο Ίντερνετ κάποια από τις παρακάτω δραστηριότητες και με ποια συχνότητα;

11

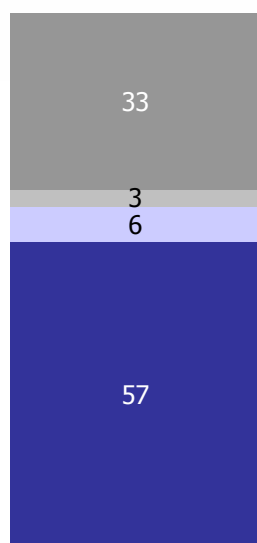
Social Media

Επίσκεψη/ χρήση blog

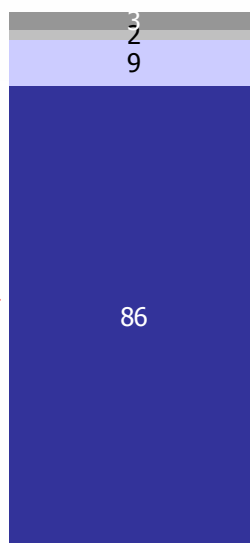


12

%



2008



2010

■ ΟΧΙ ΠΟΤΕ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

■ ΤΟ ΕΚΑΝΑ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΑΛΛΑ ΣΤΑΜΑΤΗΣΑ

■ ΠΙΟ ΑΡΑΙΑ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ

■ ΝΑΙ, ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ

Βάση1. Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey

Βάση2: Σύνολο χρήστες Internet,
N=1022

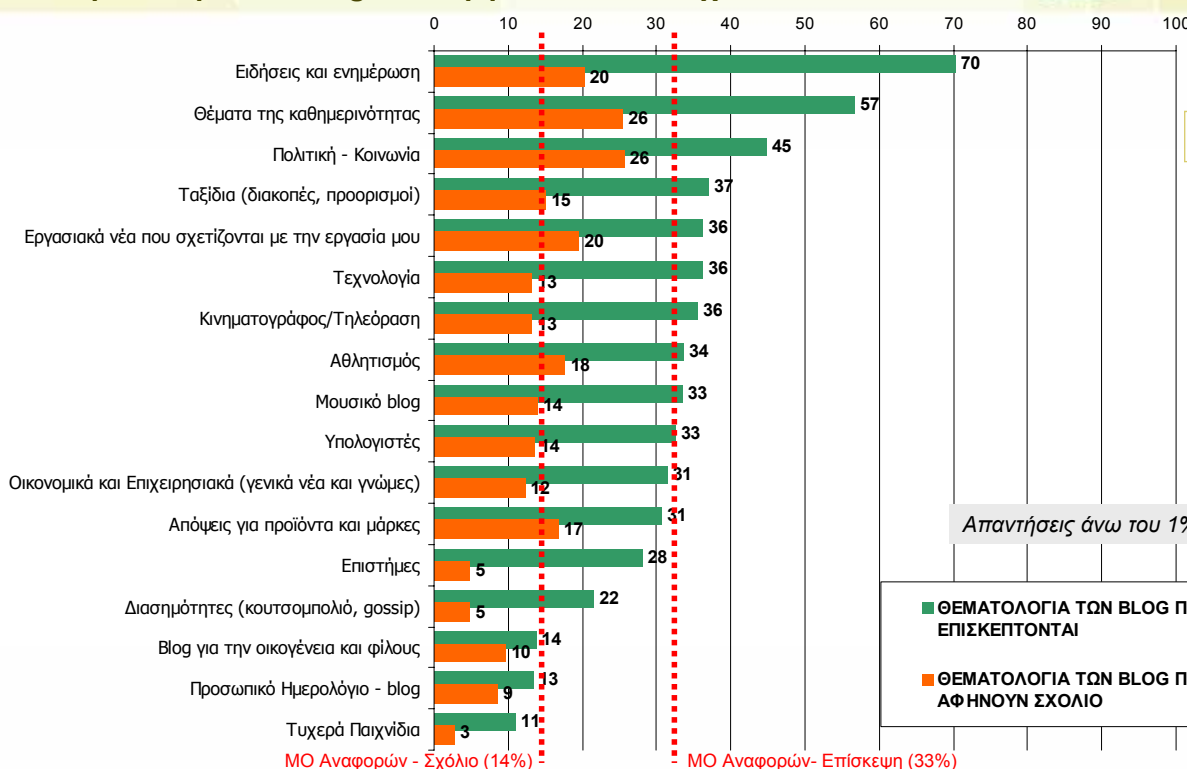
Ερ.1_1. Επισκέπτεστε/διαβάζετε blog



13

- Θεματολογία των blog που επισκέπτονται πιο συχνά
- Θεματολογία των blog που αφήνουν κάποιο σχόλιο

%



ΜΟ Αναφορών - Σχόλιο (14%)

ΜΟ Αναφορών- Επίσκεψη (33%)

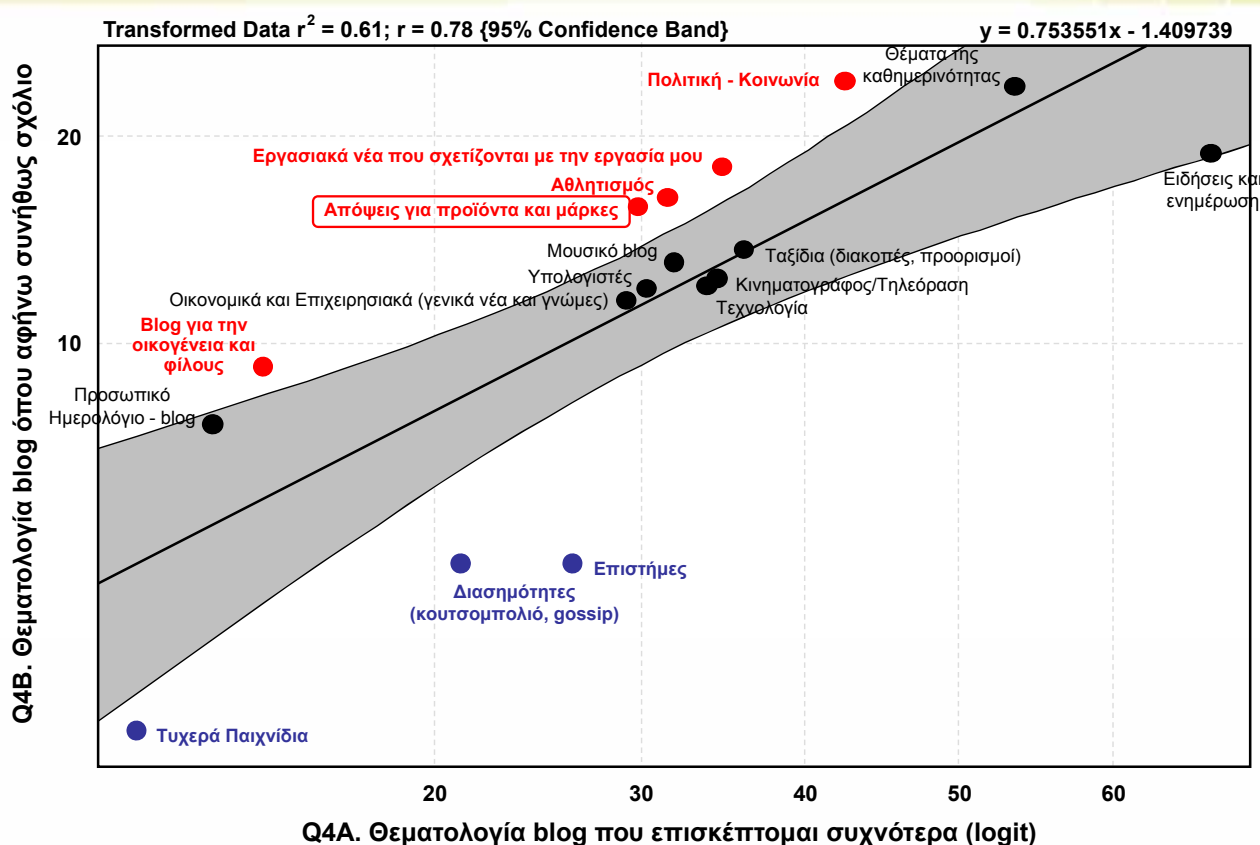
Βάση: Όσοι επισκέπτονται blog με συχνότητα τουλάχιστον 1 φορά το μήνα N=881

Ερ.4Α. Ποια είναι η θεματολογία των blog που επισκέπτεστε πιο συχνά;

Ερ.4Β. Ποια είναι η θεματολογία του blog όπου αφήνετε συνήθως ένα δικό σας σχόλιο; ΕΩΣ ΤΡΕΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΡΩΤΗΣΗ



14



15

Social Media

Αρχεία που βλέπουν/
ανεβάζουν/ μοιράζονται



16

• Είδη αρχείων που βλέπουν/ κατεβάζουν πιο συχνά από ιστοσελίδες social media



%

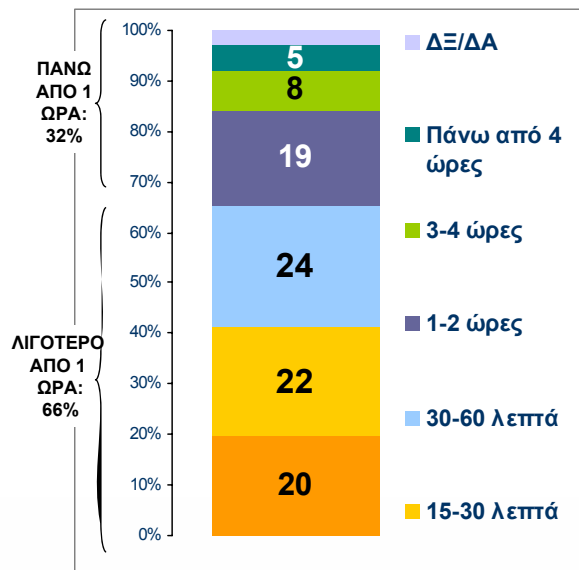


Απαντήσεις άνω του 1%

Βάση: Χρήστες Internet που βλέπουν/ κατεβάζουν αρχεία, N=991

Ερ.5Γ. Ποια είδη αρχείων βλέπετε/ κατεβάζετε πιο συχνά από ιστοσελίδες social media (όπως blog, site social networking, site ανταλλαγής αρχείων video, φωτογραφιών κλπ);

• Μέσος χρόνος που αφιερώνουν off-line την ημέρα στα αρχεία που κατεβάζουν



Ερ.8. Πόσο χρόνο την ημέρα κατά μέσο όρο αφιερώνετε για να δείτε/ ακούσετε/ χρησιμοποιήσετε, χωρίς να είσαστε στο Ίντερνετ, διάφορα αρχεία (μουσική, ταινίες, φωτογραφίες, αρχεία κειμένων κλπ) που έχετε κατεβάσει γενικά από το Ίντερνετ;

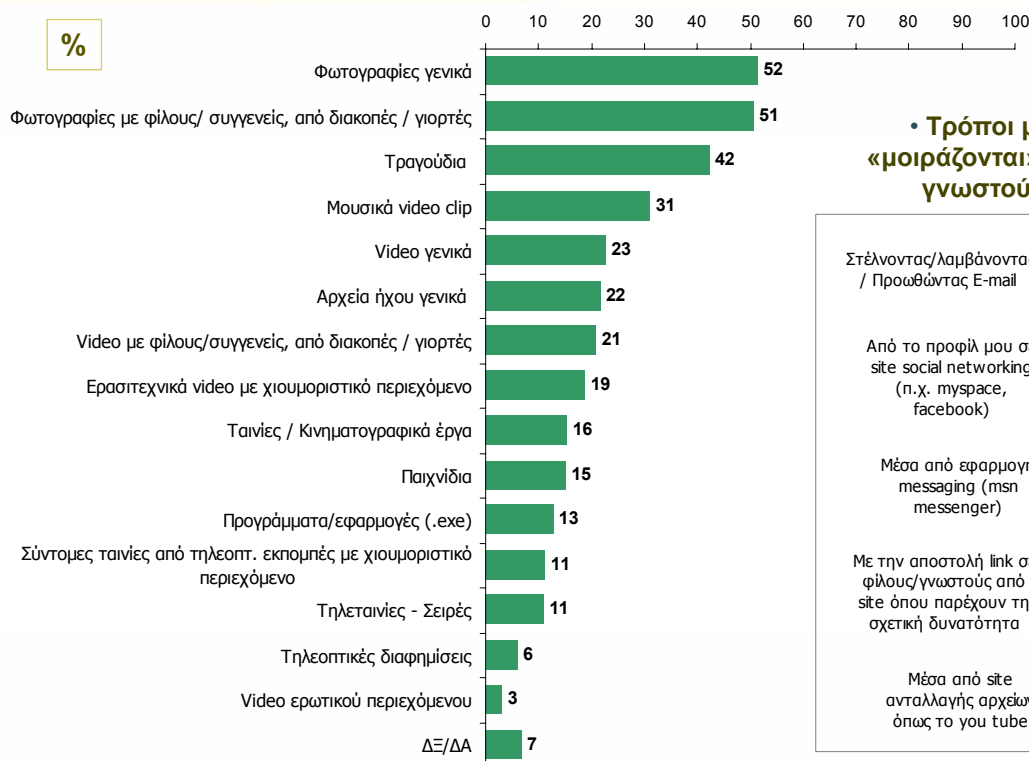


17

• Είδη αρχείων που «μοιράζονται» με φίλους/ γνωστούς στο Ίντερνετ



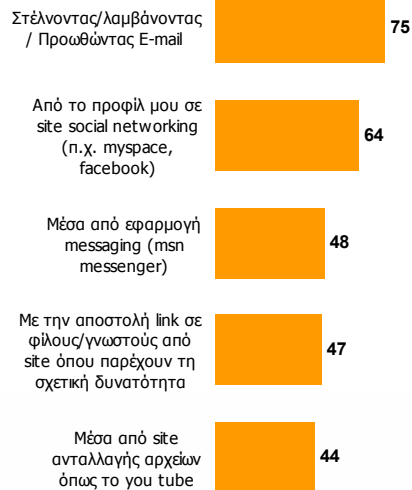
%



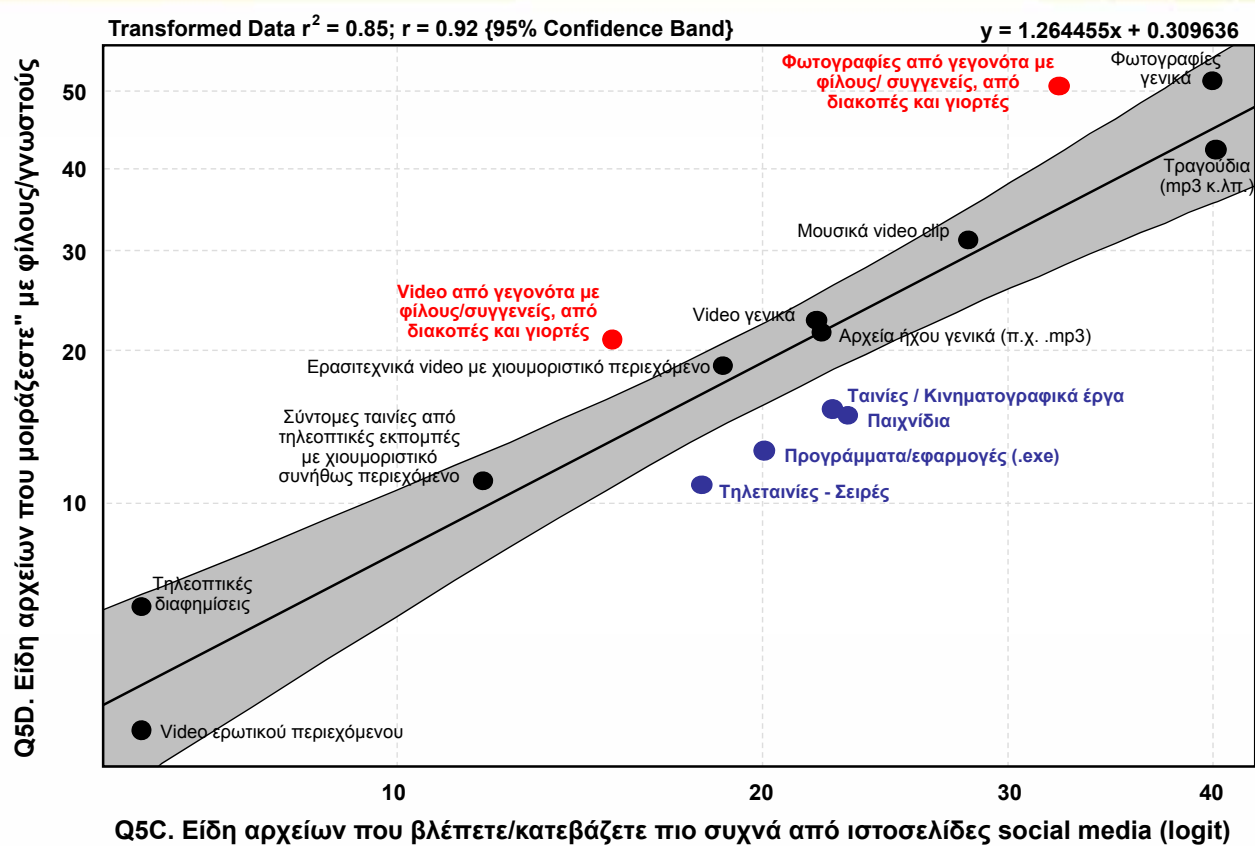
Βάση: Χρήστες Ίντερνετ που «μοιράζονται» αρχεία, N=877

Ερ.5Δ. Και πείτε μου τώρα ποια είδη αρχείων «μοιράζεστε» με φίλους/ γνωστούς σας στο Ίντερνετ;

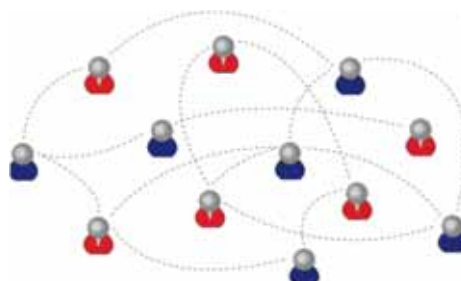
• Τρόποι με τους οποίους «μοιράζονται» αρχεία με φίλους/ γνωστούς στο Ίντερνετ



18

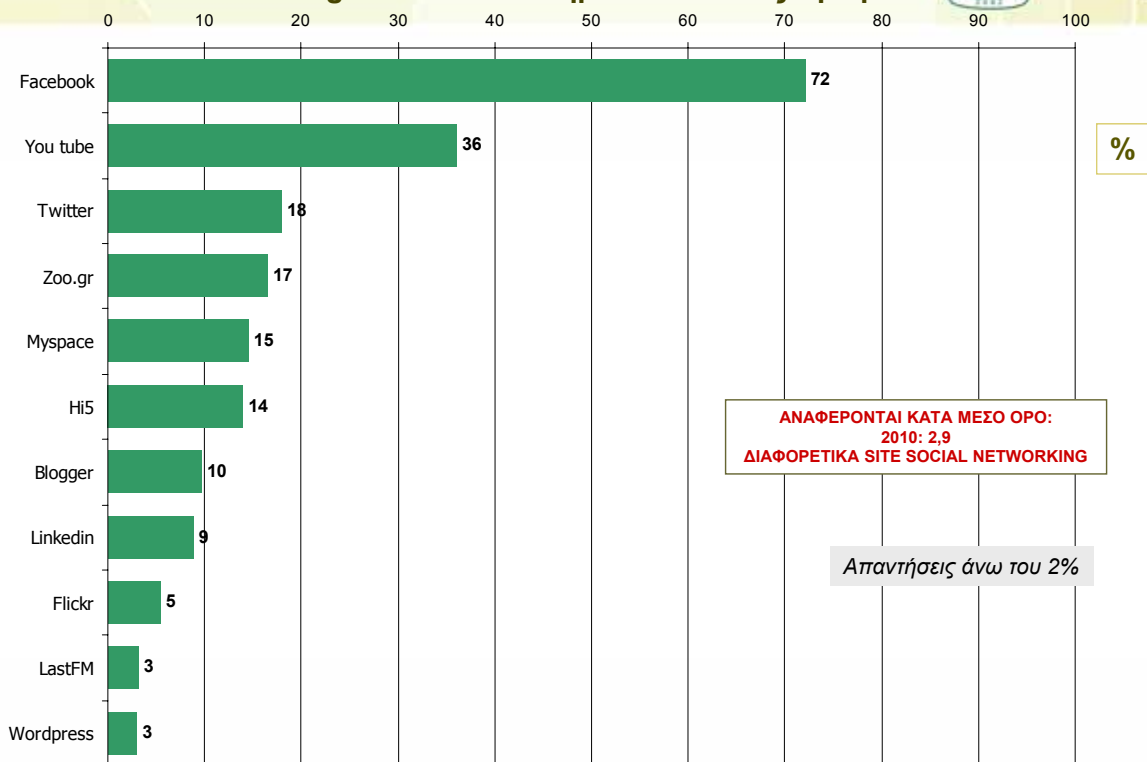


19

Social
MediaΠροφίλ σε
Site Social Networking

20

• Site social networking στα οποία διατηρούν δικό τους προφίλ



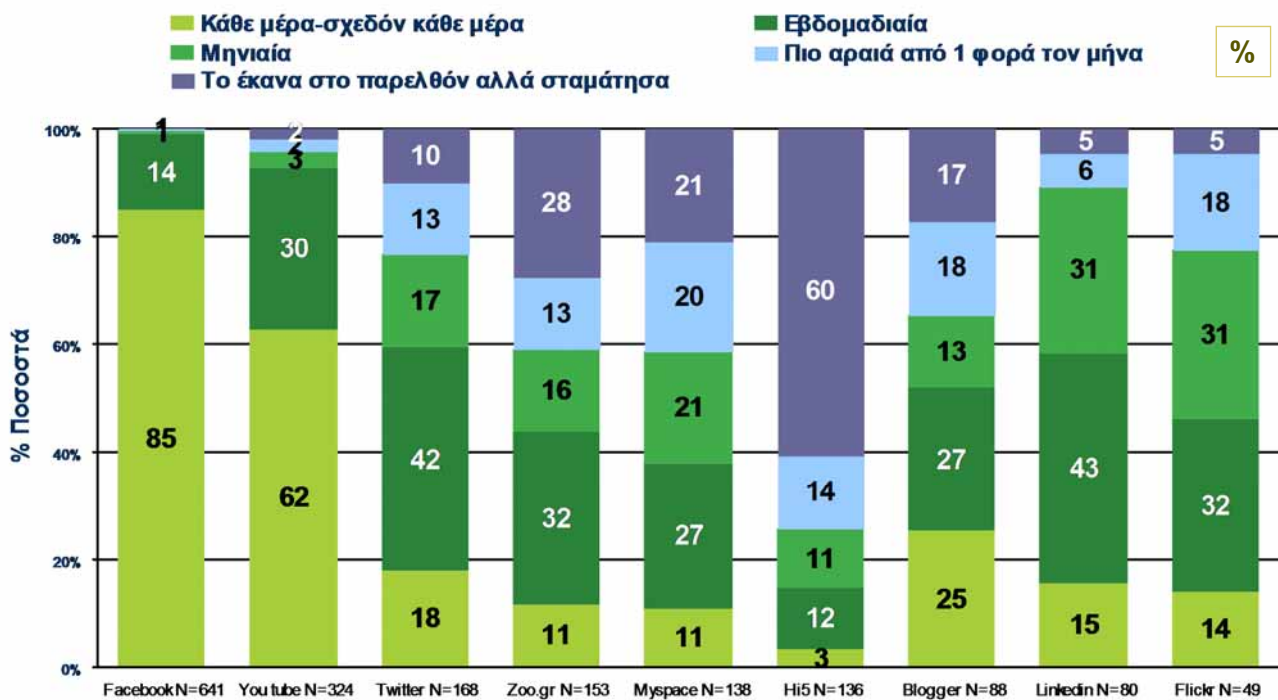
Βάση : ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ, N= 1022

Ερ.10Α. Απαντήσατε σε προηγούμενη ερώτηση ότι ενημερώνετε το δικό σας προφίλ σε κάποιο site social networking. Σε ποιο/ποια από τα site που ακολουθούν διαθέτετε δικό σας προφίλ;

21

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ

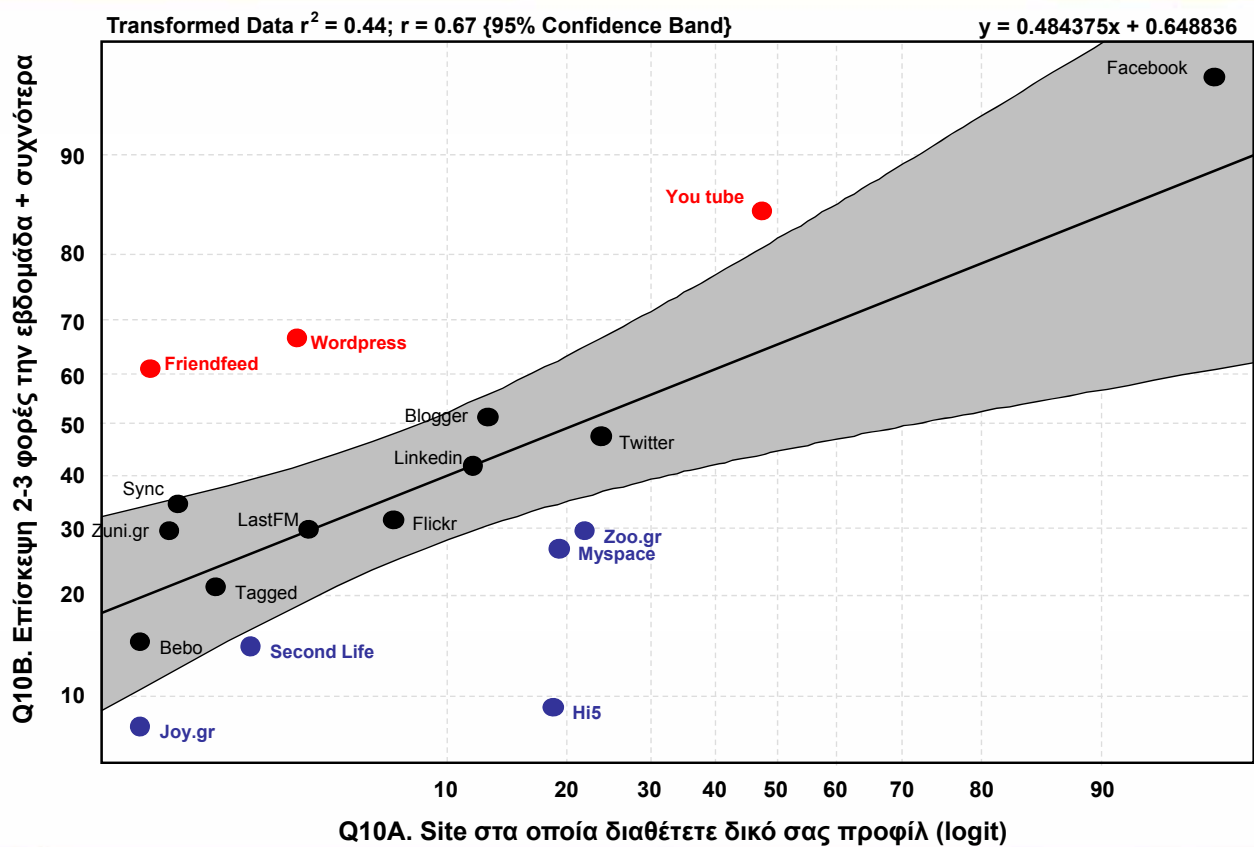
• Site social networking στα οποία διατηρούν δικό τους προφίλ



Βάση : Όσοι ενημερώνουν το προφίλ, τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα, N=628

Ερ.10Β. Και πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το ... (το/τα site για social networking που ανέφερε Ερ.10Α.);

22



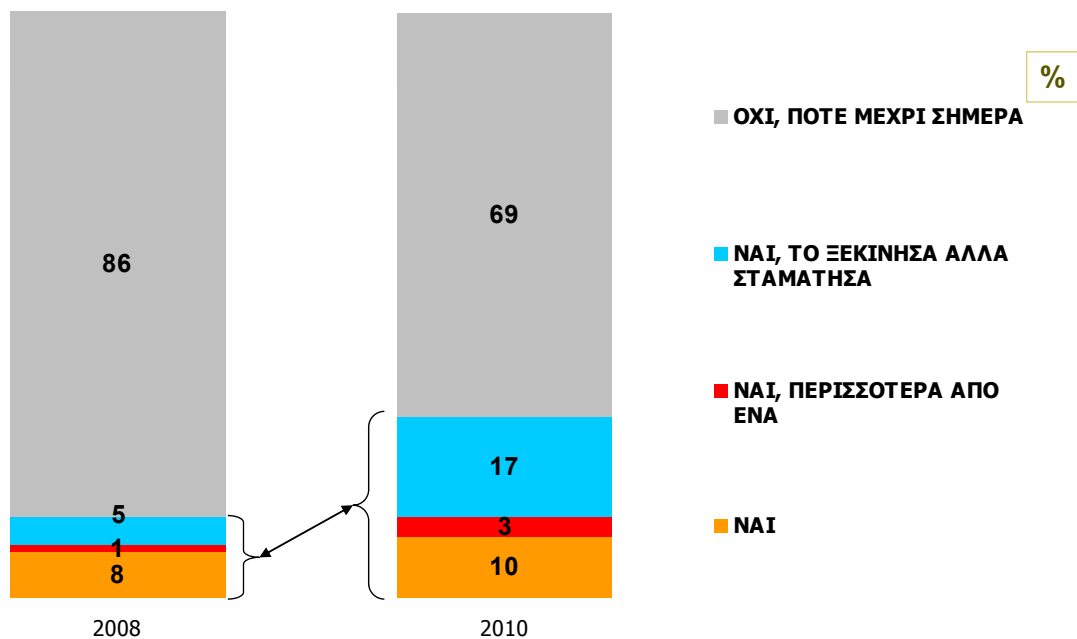
23

Social
Media

=εκίνημα, δημιουργία,
συγγραφή, διαχείριση Bloa



- Έχετε ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράψετε, διαχειρίζεστε δικό σας Blog ;



Βάση1: Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey

Βάση2: Σύνολο χρήστες Internet, N=1022

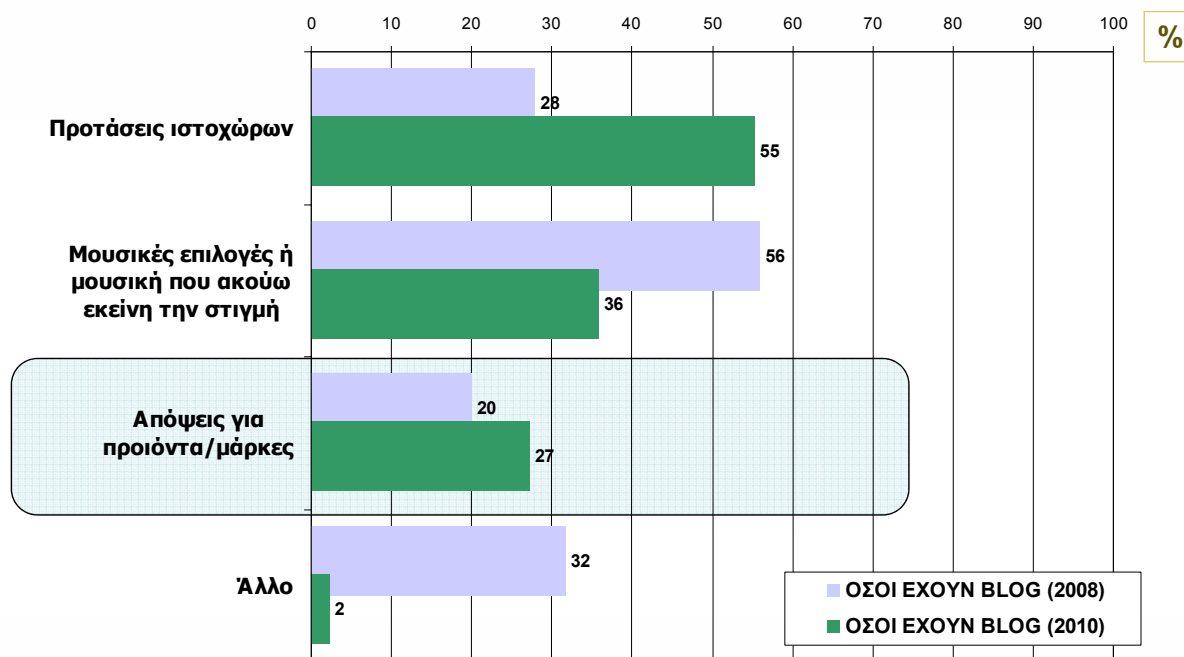
Ερ.2. Έχετε ξεκινήσει το δικό σας blog; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ – ΑΥΤΗ ΠΟΥ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΣΤΙΓΜΗ



25

ΕΡΕΥΝΑ 2008
ΕΡΕΥΝΑ 2010

- Έχετε στο blog σας ως post κάποιο από τα εξής;



Βάση1 : Όσοι έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog, Sample = 58, Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey

Βάση2: Όσοι έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog, N=141

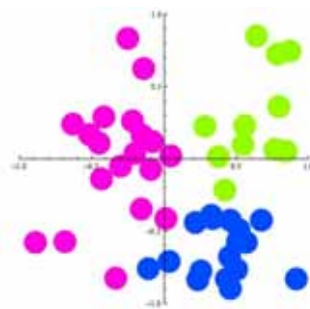
Ερ.2Γ Μήπως έχετε στο blog σας ως post κάποιο από τα εξής;



26

Social
Media

Ομάδες Κοινού



27

• Ομάδες Κοινού

Δημιουργοί

- Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog
- Δημιουργία και ανέβασμα ήχου/ μουσικής (π.χ. Podcast)

Ενεργοί

- Σχόλια σε Blog, Site
- Συμμετοχή σε Forum
- Βαθμολόγηση άρθρων
- Χρήση εφαρμογών για την δημοσιοποίηση επιλογών και προτάσεων
- Ενημέρωση του προφίλ σε Site Social Networking

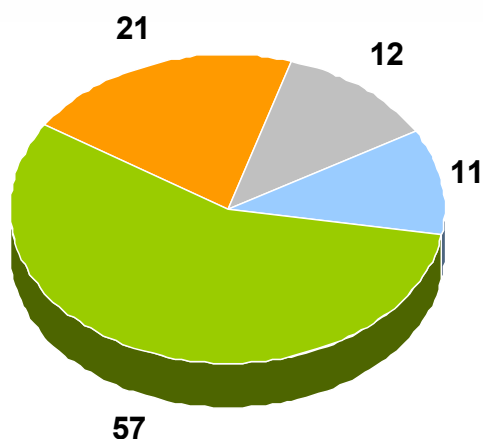
Θεατές

- Επίσκεψη / διάβασμα Blog
- Επίσκεψη σε σελίδα φίλου σε κάποια εφαρμογή Social Media
- «Μοίρασμα» αρχείων
- «Κατέβασμα» Podcast
- Εγγραφή σε RSS feed



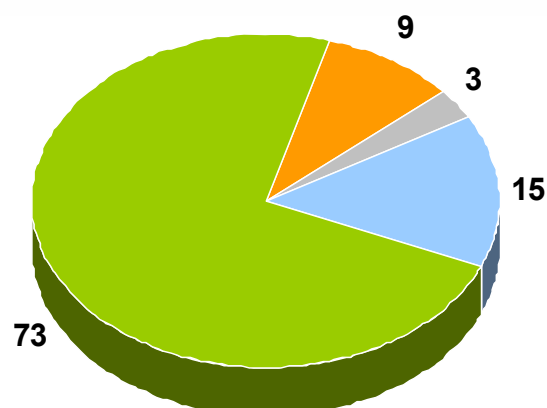
2008

2010



ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΕΝΕΡΓΟΙ
ΘΕΑΤΕΣ ΑΝΕΝΕΡΓΟΙ

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey



ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΕΝΕΡΓΟΙ
ΘΕΑΤΕΣ ΑΝΕΝΕΡΓΟΙ

Βάση: Σύνολο Δείγματος, N=1022



ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ VS SEGMENTS

%	ΣΥΝΟΛΟ	SEGMENTS			
		ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ	ΕΝΕΡΓΟΙ	ΘΕΑΤΕΣ	ΑΝΕΝΕΡΓΟΙ
N=	1022	149	749	92	32*
ΦΥΛΟ					
ΑΝΔΡΑΣ	57,6	65,3	57,1	50	55,6
ΓΥΝΑΙΚΑ	42,4	34,7	42,9	50	44,4
ΗΛΙΚΙΑ					
15-24	36,4	38	39,4	18	9,9
25-44	49,7	47,6	48,1	63,8	57,7
45+	13,6	14,4	12,1	18,2	32,4
ΠΕΡΙΟΧΗ					
ΑΘΗΝΑ	52,9	53	52,4	54,6	57,2
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	17,3	16,8	18,3	10,2	16,4
ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ	29,8	30,2	29,2	35,3	26,3
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ					
ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	55,7	65	51,8	66	73,2
ΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	16,3	12,4	16,3	19	26,8
ΦΟΙΤΗΤΕΣ / ΜΑΘΗΤΕΣ	27,3	21,4	31,2	14,3	0

* ΧΑΜΗΛΗ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

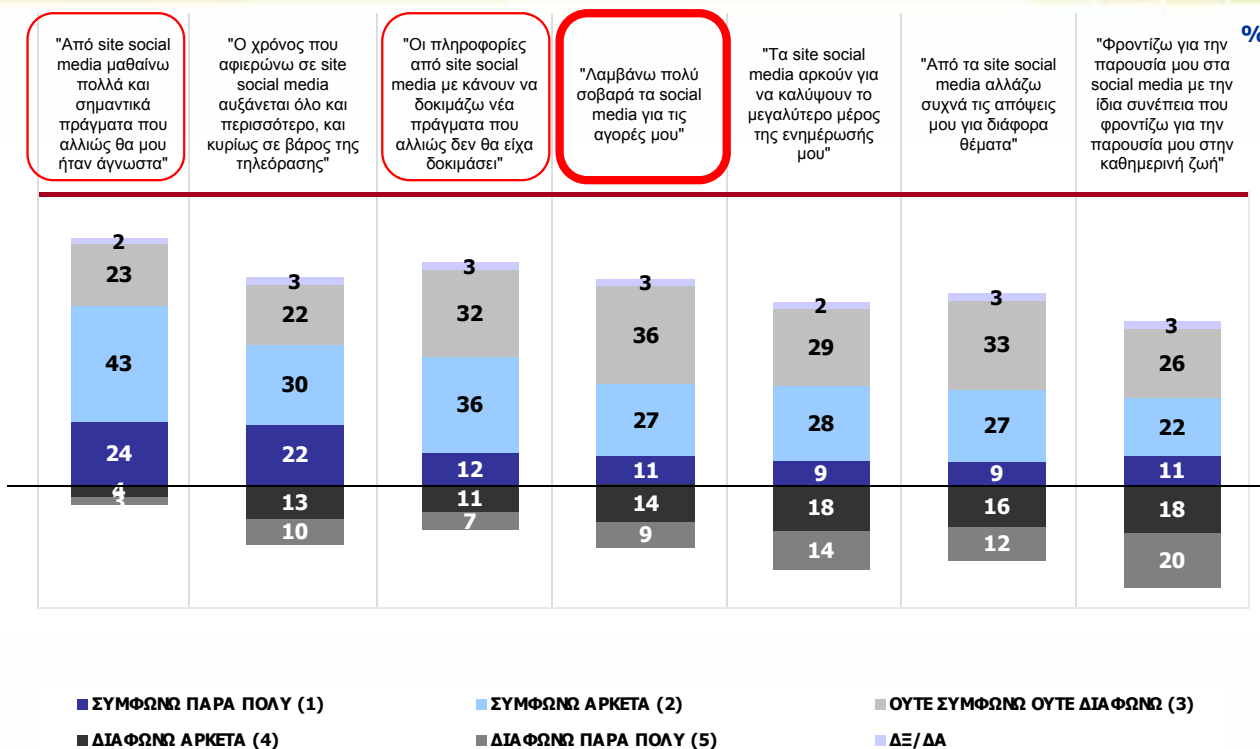
Social
Media

Γενικές Στάσεις και Απόψεις σχετικά με το Internet



31

• Ποιοτικά χαρακτηριστικά χρήσης Site social media

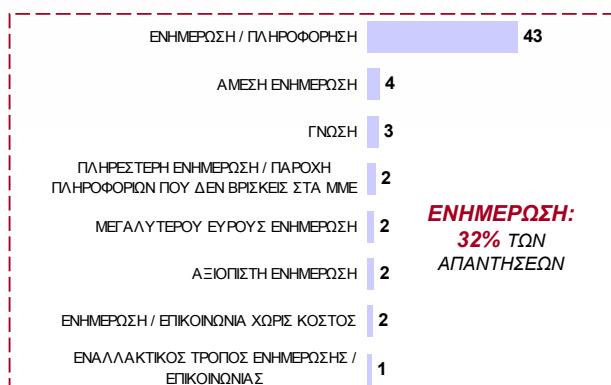


Βάση : ΟΣΟΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ SOCIAL MEDIA ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ, N=989

Ερ.11. Σε τι βαθμό θα λέγατε ότι συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις εξής φράσεις... ; ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΑΝΑ ΦΡΑΣΗ.

32

• Ποιοτικά χαρακτηριστικά χρήσης Site social media

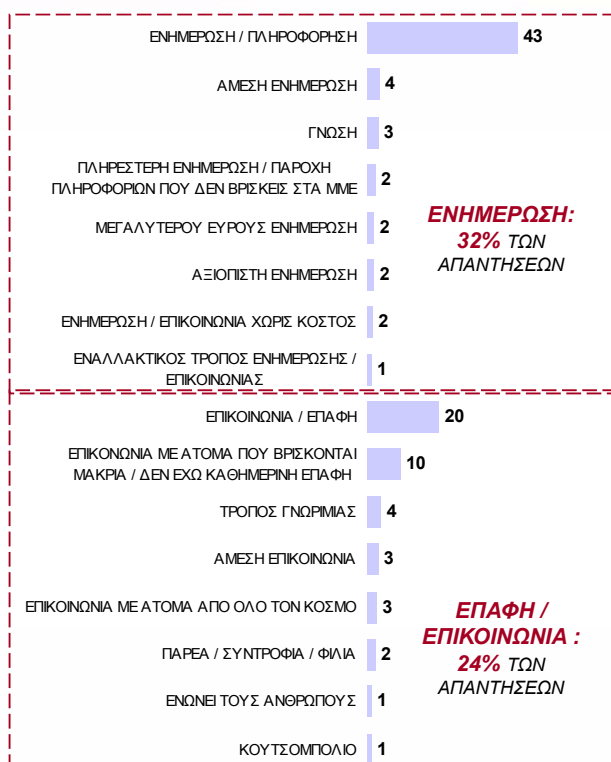


Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΟΛΟΙ Ερ.12 Εσείς προσωπικά τι πιστεύετε ότι προσφέρουν κυρίως τα social media; ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ (ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΡΩΤΗΣΗ)

33

• Ποιοτικά χαρακτηριστικά χρήσης Site social media

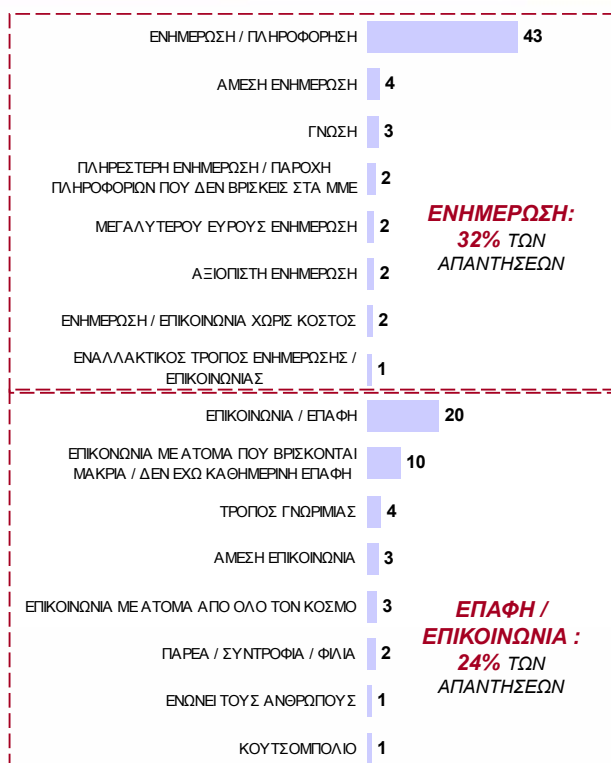


Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΟΛΟΙ Ερ.12 Εσείς προσωπικά τι πιστεύετε ότι προσφέρουν κυρίως τα social media; ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ (ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΡΩΤΗΣΗ)

34

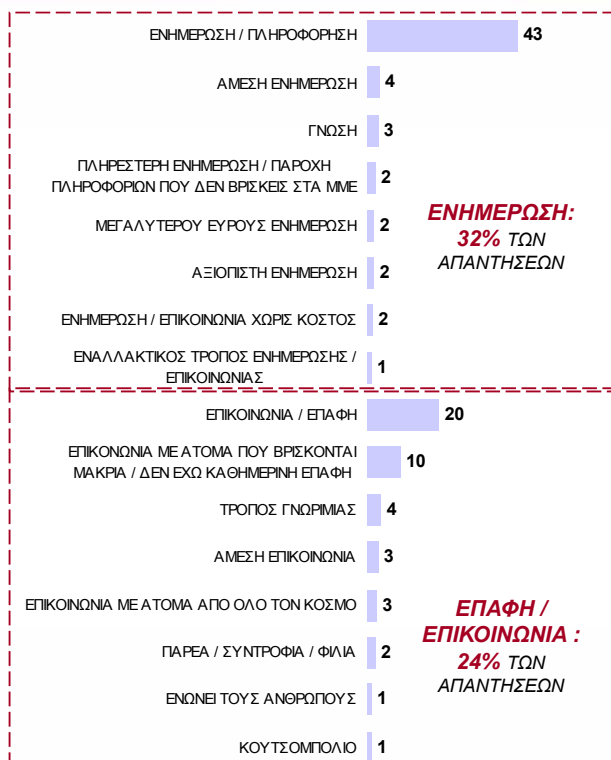
• Ποιοτικά χαρακτηριστικά χρήσης Site social media



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΟΛΟΙ Ερ.12 Εσείς προσωπικά τι πιστεύετε ότι προσφέρουν κυρίως τα social media; ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ (ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΡΩΤΗΣΗ)

35



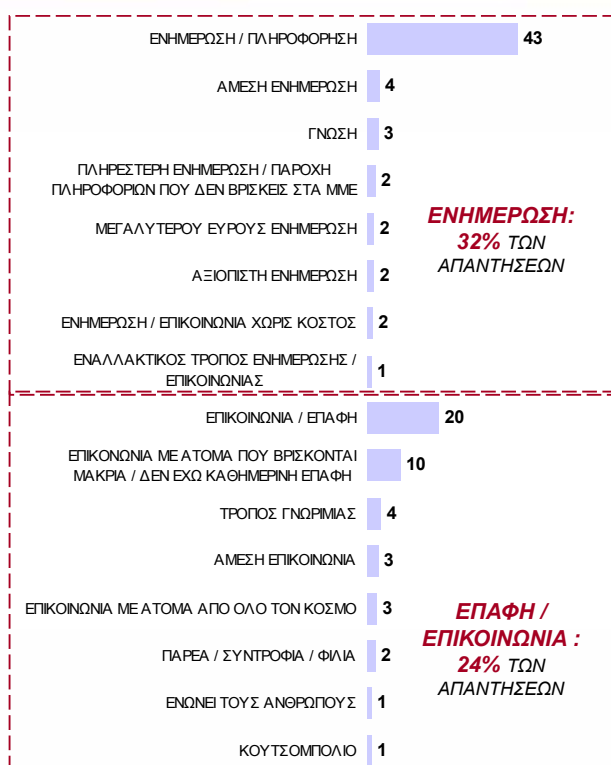
Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΟΛΟΙ Ερ.12 Εσείς προσωπικά τι πιστεύετε ότι προσφέρουν κυρίως τα social media; ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ (ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΡΩΤΗΣΗ)

36



• Ποιοτικά χαρακτηριστικά χρήσης Site social media



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΟΛΟΙ Ερ.12 Εσείς προσωπικά τι πιστεύετε ότι προσφέρουν κυρίως τα social media; ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ (ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΡΩΤΗΣΗ)

37



ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ



ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

38

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ



ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

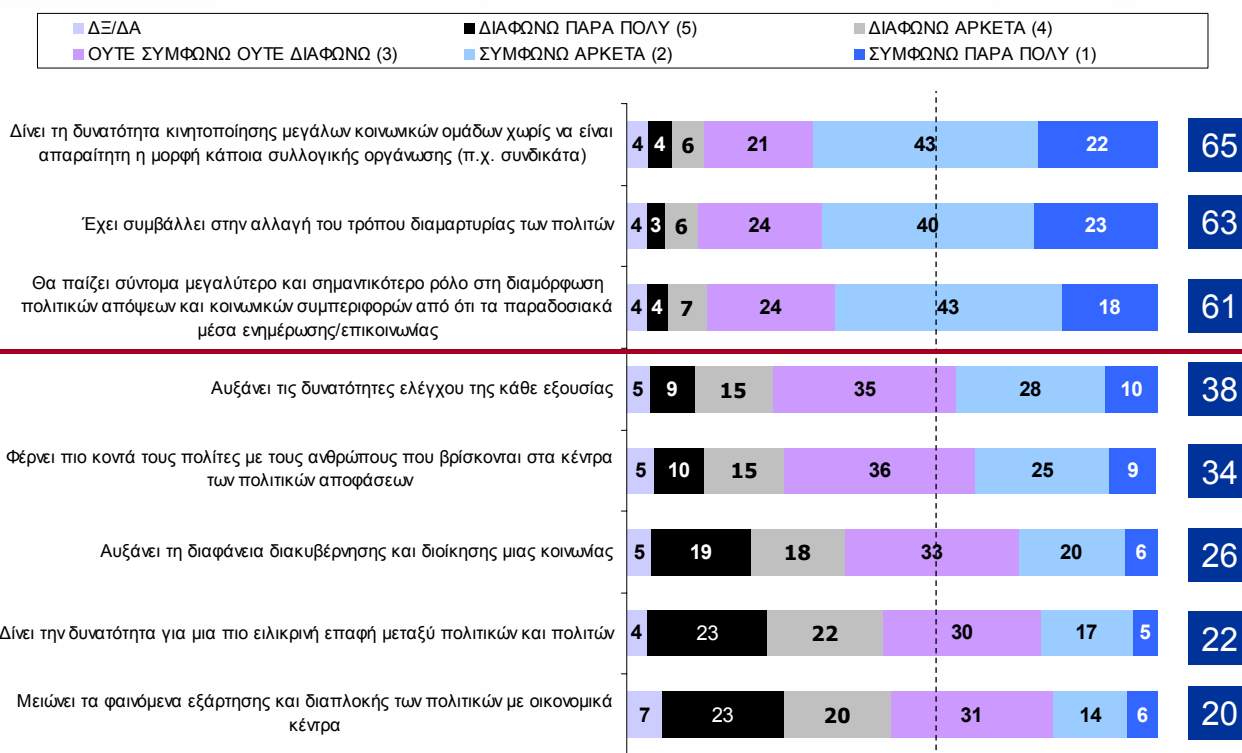
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

39

• «SOCIAL MEDIA ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ»



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

Average top 2 boxes

ΕΡ.15 Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και την πολιτική και τον ακτιβισμό. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

ΔΞ/ΔΑ	ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.15 Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και την πολιτική και τον ακτιβισμό. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

Average top 2 boxes

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ
ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ



SOCIAL MEDIA
και...

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

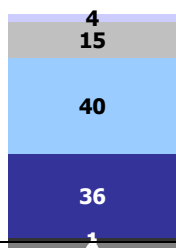
• «SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ»



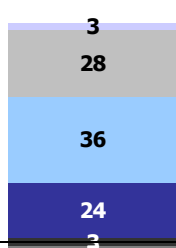
Κατάταξη κατά φθίνουσα σειρά Top 2 Box απαντήσεων

%

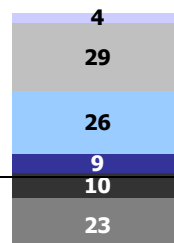
«Με την αύξηση της χρήσης των social media έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό και τα κρούσματα έκθεσης προσωπικών δεδομένων»



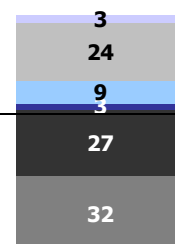
«Κάποιοι εκφράζουν την άποψη ότι η όλο και μεγαλύτερη διάδοση των Social Media δημιουργεί το φαινόμενο του Μεγάλου Αδερφού»



«Υπάρχουν αποτελεσματικοί τρόποι προστασίας των προσωπικών δεδομένων για τους χρήστες των social media»



«Η χρήση των social Media δεν δημιουργεί κανένα ή σχεδόν κανένα πρόβλημα προσωπικών δεδομένων»



■ ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

■ ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)

■ ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)

■ ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)

■ ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)

■ ΔΕΞ/ΔΑ

Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.16 Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

43

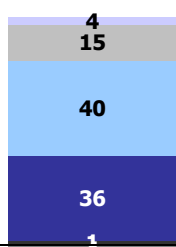
• «SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ»



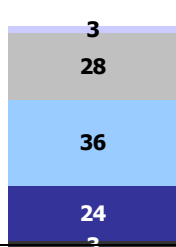
Κατάταξη κατά φθίνουσα σειρά Top 2 Box απαντήσεων

%

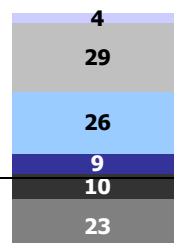
«Με την αύξηση της χρήσης των social media έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό και τα κρούσματα έκθεσης προσωπικών δεδομένων»



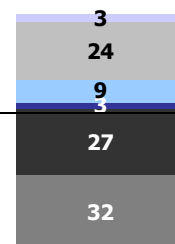
«Κάποιοι εκφράζουν την άποψη ότι η όλο και μεγαλύτερη διάδοση των Social Media δημιουργεί το φαινόμενο του Μεγάλου Αδερφού»



«Υπάρχουν αποτελεσματικοί τρόποι προστασίας των προσωπικών δεδομένων για τους χρήστες των social media»



«Η χρήση των social Media δεν δημιουργεί κανένα ή σχεδόν κανένα πρόβλημα προσωπικών δεδομένων»



■ ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

■ ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)

■ ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)

■ ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)

■ ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)

■ ΔΕΞ/ΔΑ

Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.16 Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

44

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ



ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

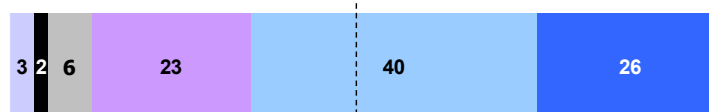
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

45

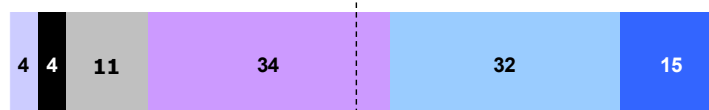
• «SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΘΕΜΑΤΑ: vs ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ»

■ ΔΕΞ/ΔΑ	■ ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)	■ ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
■ ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)	■ ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)	■ ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

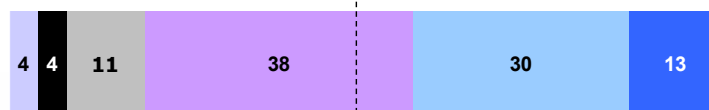
Η ανωνυμία ή η δυνατότητα παραποίησης της ταυτότητας που έχουν οι χρήστες των social media αποτελεί σοβαρό λόγο μη ύπαρξης εμπιστοσύνης



Η ενημέρωση μέσα από τα social media είναι περισσότερο ειλικρινής και αυθεντική σε σχέση με την ενημέρωση που προσφέρουν τα παραδοσιακά μαζικά μέσα



Στα παραδοσιακά media το στοιχείο του επαγγελματισμού είναι πολύ μεγαλύτερο από ότι στα social media



Average top 2 boxes

Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.17 Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

46

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ



ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

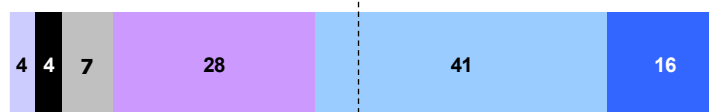
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

47

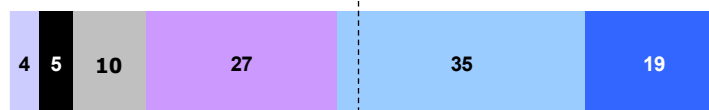
• «SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΘΕΜΑΤΑ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ»

ΔΕ/ΔΑ	ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

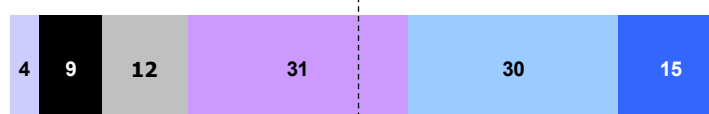
Η χρήση των Social Media στην εκπαίδευση μπορεί να ενισχύσει την καινοτομία



Τα Social Media μπορεί να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο στην Ανώτερη και Ανώτατη εκπαίδευση



Τα Social Media μπορεί να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο στην Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια εκπαίδευση



Average top 2 boxes

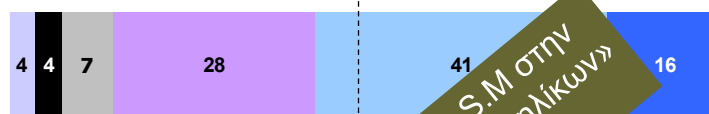
Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.17 Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

48

ΔΞ/ΔΑ	ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

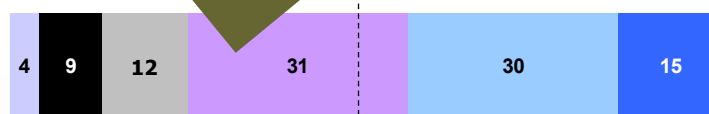
Η χρήση των Social Media στην εκπαίδευση μπορεί να ενισχύσει την καινοτομία



Τα Social Media μπορεί να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο στην Ανώτερη και Ανώτατη εκπαίδευση



Τα Social Media μπορεί να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο στην Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια εκπαίδευση



Θετική συνεισφορά των S.M στην εκπαίδευση κυρίως των «ενηλίκων» προάγοντας την καινοτομία

Average top 2 boxes

Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.17 Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ



ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

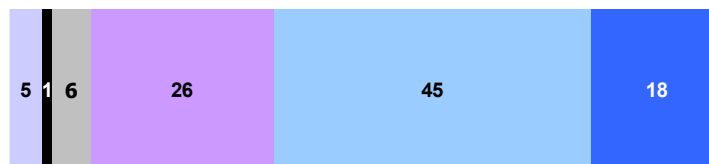
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

• «SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΘΕΜΑΤΑ: & ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ»

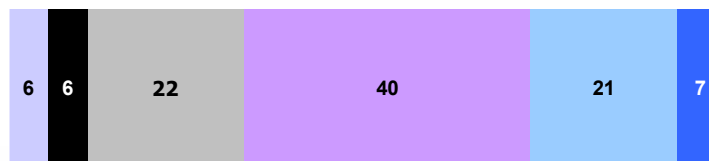


ΔΕ/ΔΑ
 ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)
 ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)
 ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)
 ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
 ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

Το κινητό τηλέφωνο αποτελεί πολύ καλό σύμμαχο των social media τόσο ως προς την αύξηση του αριθμού των χρηστών όσο και ως προς το βαθμό χρήσης των Social Media



Σε αρκετούς τομείς το κινητό τηλέφωνο λειτουργεί ανταγωνιστικά ως προς τα social media



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.17 Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

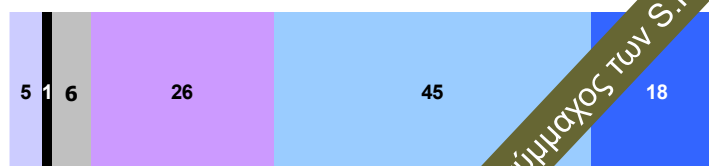
51

• «SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΘΕΜΑΤΑ: & ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ»



ΔΕ/ΔΑ
 ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)
 ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)
 ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)
 ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
 ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

Το κινητό τηλέφωνο αποτελεί πολύ καλό σύμμαχο των social media τόσο ως προς την αύξηση του αριθμού των χρηστών όσο και ως προς το βαθμό χρήσης των Social Media



Σε αρκετούς τομείς το κινητό τηλέφωνο λειτουργεί ανταγωνιστικά ως προς τα social media



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.17 Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

52

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ



SOCIAL MEDIA
και...

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

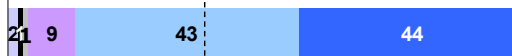
53

• Social Media και Επιχειρήσεις

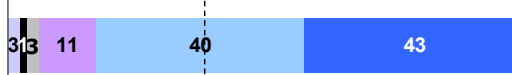
ΔΕ/ΔΑ
 ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (4)
 ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)

ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (5)
 ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ (3)
 ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ (1)

Η διάδοση των Social media αλλάζει και τον τρόπο που οι επιχειρήσεις δημιουργούν και στήνουν τις διαφημιστικές τους καμπάνες



Δίνει την δυνατότητα και σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις να έρθουν σε επαφή με μεγάλο αριθμό πελατών που δεν θα μπορούσαν ποτέ να πλησιάσουν με άλλα μέσα



Τα social media είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας των επιχειρήσεων με τους πελάτες



Αυξάνει τις δυνατότητες ελέγχου των επιχειρήσεων από τους πελάτες τους



Αυξάνει την κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων



Βοηθά στη διαφανή διοίκηση μιας επιχείρησης



Average top 2 boxes

Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ. 14Α Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και τις επιχειρήσεις. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

54



Βάση : Σύνολο χρηστών, N=1022

ΕΡ.14Α Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και τις επιχειρήσεις. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

55

Social Media

Αγορά Μέσω Internet



56

• «ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΜΕΣΩ INTERNET;»



Έχω χρησιμοποιήσει το Internet για να ενημερωθώ για κάποιο προϊόν/υπηρεσία που ήθελα να αγοράσω, αλλά τα αγόρασα με άλλο τρόπο

32

Έχω πραγματοποιήσει αγορά προϊόντος/υπηρεσίας μέσω Internet τελ. 3 μήνες

52

Έχω πραγματοποιήσει αγορά προϊόντος/υπηρεσίας μέσω Internet παλιότερα

13

ΔΘ/ΔΑ 3

Βάση: Σύνολο χρήστες Internet, N=1022

ΟΛΟΙ: ΕΡ. 20 Τι από τα παρακάτω που αφορούν την αγορά προϊόντων/ υπηρεσιών έχετε κάνει μέσω του Internet;

57

• «ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΜΕΣΩ INTERNET;»



%	ΣΥΝΟΛΟ	ΦΥΛΟ		ΗΛΙΚΙΑ				ΠΕΡΙΟΧΗ			ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ		
		ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	15-24	25-34	35-44	45+	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΥΠ. ΕΛΛΑΔΑ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	ΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	ΦΟΙΤΗΤΕΣ/ΜΑΘΗΤΕΣ
N=	1022	589	433	375	310	198	139	540	177	305	569	167	279
Έχω χρησιμοποιήσει το Internet για να ενημερωθώ για κάποιο προϊόν/ υπηρεσία που ήθελα να αγοράσω, αλλά τα αγόρασα με άλλο τρόπο	32	30	36	40	28	26	32	35	32	28	29	36	37
Έχω πραγματοποιήσει αγορά προϊόντος/ υπηρεσίας μέσω Internet τελ. 3 μήνες	52	54	49	45	58	58	47	51	50	55	59	41	45
Έχω πραγματοποιήσει αγορά προϊόντος/ υπηρεσίας μέσω Internet παλιότερα	13	13	12	12	12	14	15	11	15	15	10	19	15
ΔΘ/ΔΑ	3	3	3	3	2	2	5	3	3	2	2	3	4

Βάση: Σύνολο χρήστες Internet, N=1022

ΟΛΟΙ: ΕΡ. 20 Τι από τα παρακάτω που αφορούν την αγορά προϊόντων/ υπηρεσιών έχετε κάνει μέσω του Internet;

58

SOCIAL MEDIA ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Social
Media

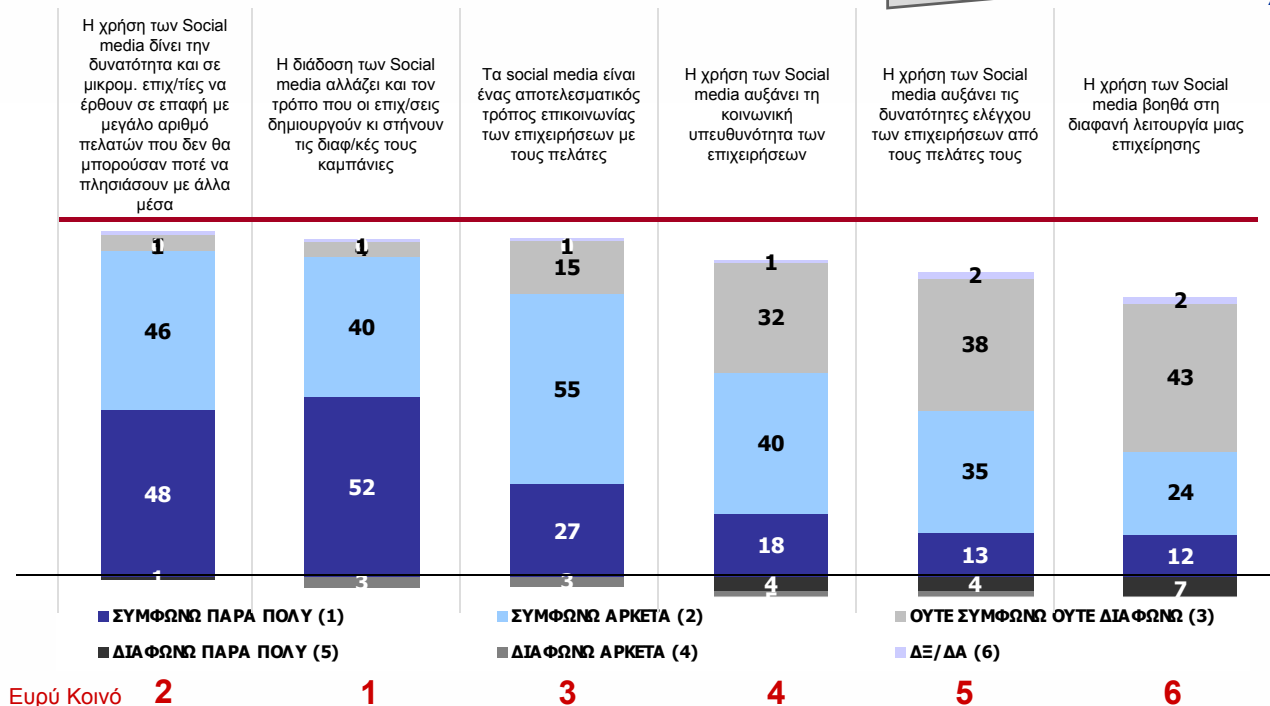
**Βαθμός συμφωνίας
με απόψεις για τα Social Media**

• Βαθμός συμφωνίας με απόψεις για τα Social Media;



Κατάταξη κατά φθίνουσα σειρά Top 2 Box απαντήσεων

%



Βάση : Σύνολο Στελεχών, N=270

11. Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τα social media και τις επιχειρήσεις. Με την βοήθεια της κλίμακας που βλέπετε στο επάνω μέρος της οθόνης θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις φράσεις που θα σας διαβάσω;

61

Social
Media

Πολιτική που ακολουθούν οι εταιρείες
ως προς τα Social Media

62

• Ποια είναι η «Πολιτική Εταιρίας» για τα Social Media:



Δεν έχουμε κάποια εταιρική πολιτική σχετικά με social media οποιασδήποτε μορφής

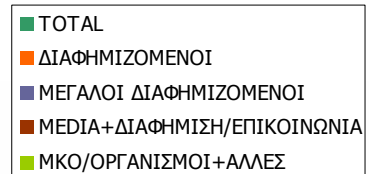


%

Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

7. Τι από τα παρακάτω ισχύει στην επιχείρηση / οργανισμό όπου εργάζεστε;

63



• Ποια είναι η «Πολιτική Εταιρίας» για τα Social Media:

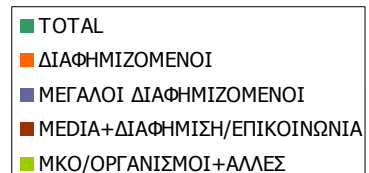


Δεν έχουμε κάποια εταιρική πολιτική σχετικά με social media οποιασδήποτε μορφής



%

Ζητάμε από μερικούς εργαζομένους να αφιερώνουν χρόνο σε κοινωνικά δίκτυα για να διατηρούν την παρουσία της εταιρίας μας



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

7. Τι από τα παρακάτω ισχύει στην επιχείρηση / οργανισμό όπου εργάζεστε;

64

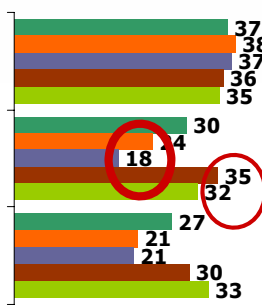
• Ποια είναι η «Πολιτική Εταιρίας» για τα Social Media:



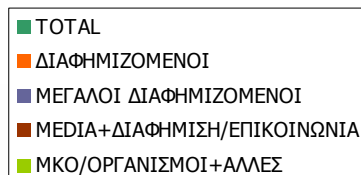
Δεν έχουμε κάποια εταιρική πολιτική σχετικά με social media οποιασδήποτε μορφής

Ζητάμε από μερικούς εργαζομένους να αφιερώνουν χρόνο σε κοινωνικά δίκτυα για να διατηρούν την παρουσία της εταιρίας μας

Έχουμε τη δική μας ομάδα σε ένα κοινωνικό δίκτυο για τις προσωπικές ανακοινώσεις και για κοινωνικά γεγονότα



%



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

7. Τι από τα παρακάτω ισχύει στην επιχείρηση / οργανισμό όπου εργάζεστε;

65

• Ποια είναι η «Πολιτική Εταιρίας» για τα Social Media:

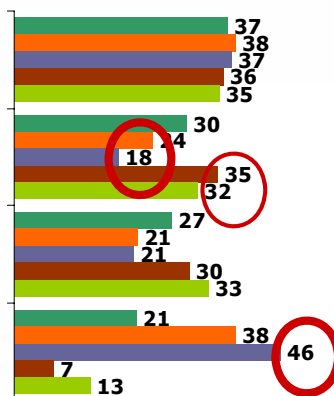


Δεν έχουμε κάποια εταιρική πολιτική σχετικά με social media οποιασδήποτε μορφής

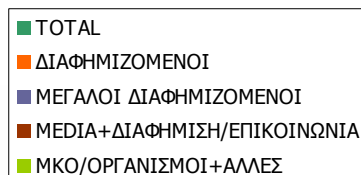
Ζητάμε από μερικούς εργαζομένους να αφιερώνουν χρόνο σε κοινωνικά δίκτυα για να διατηρούν την παρουσία της εταιρίας μας

Έχουμε τη δική μας ομάδα σε ένα κοινωνικό δίκτυο για τις προσωπικές ανακοινώσεις και για κοινωνικά γεγονότα

Εμποδίζουμε την πρόσβαση μερικών / όλων των εργαζομένων στα κοινωνικά δίκτυα



%

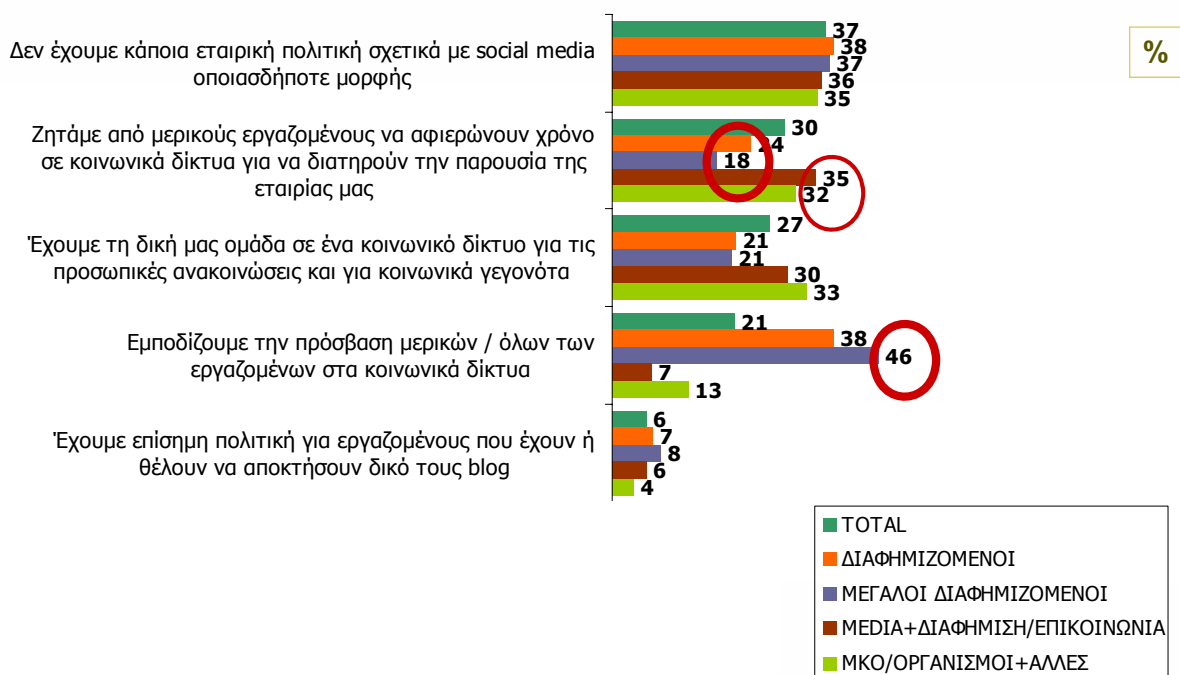


Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

7. Τι από τα παρακάτω ισχύει στην επιχείρηση / οργανισμό όπου εργάζεστε;

66

• Ποια είναι η «Πολιτική Εταιρίας» για τα Social Media:

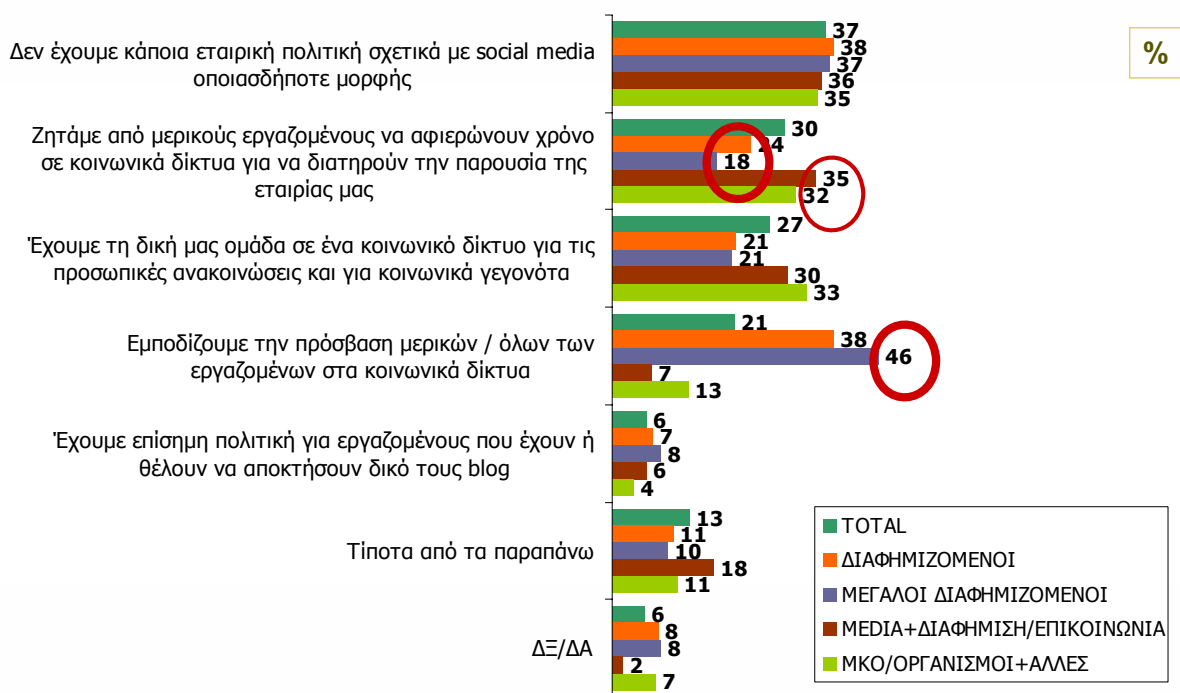


Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

7. Τι από τα παρακάτω ισχύει στην επιχείρηση / οργανισμό όπου εργάζεστε;

67

• Ποια είναι η «Πολιτική Εταιρίας» για τα Social Media:



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

7. Τι από τα παρακάτω ισχύει στην επιχείρηση / οργανισμό όπου εργάζεστε;

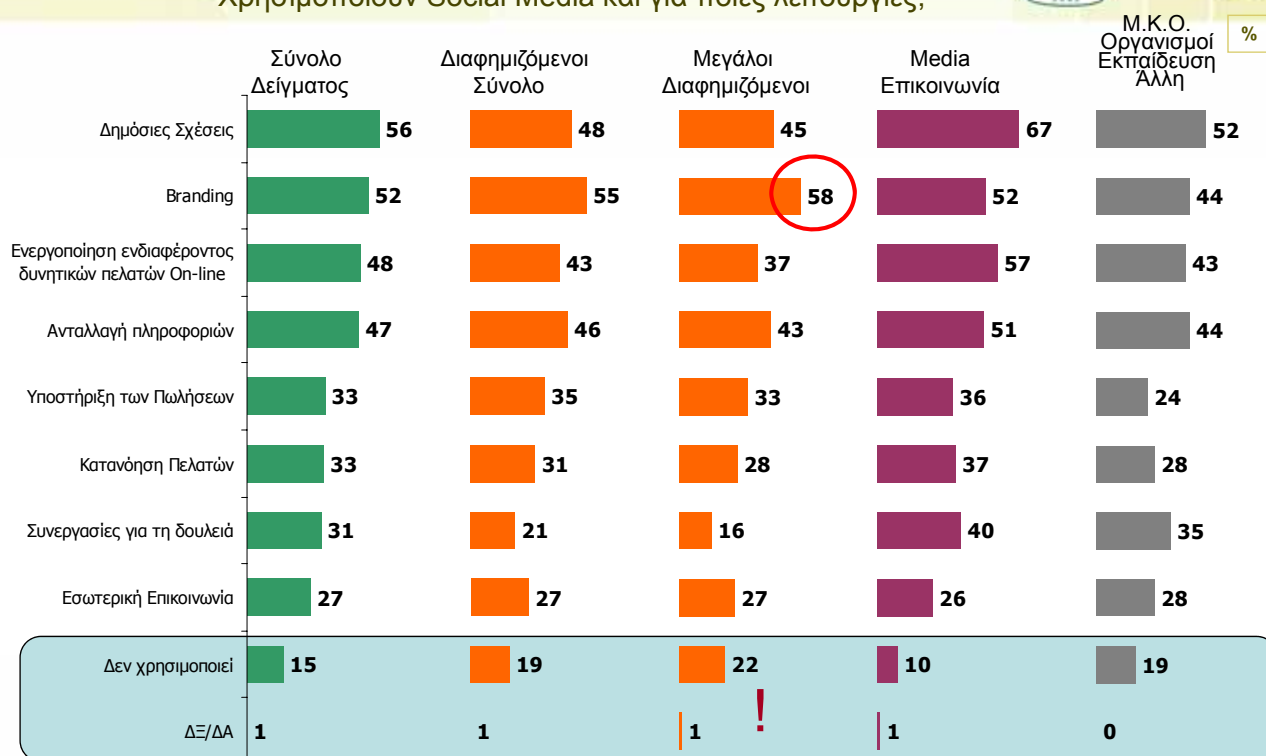
68

Social Media

Χρήση μη χρήση των Social Media στις λειτουργίες μιας επιχείρησης

69

• Χρησιμοποιούν Social Media και για ποιες λειτουργίες;

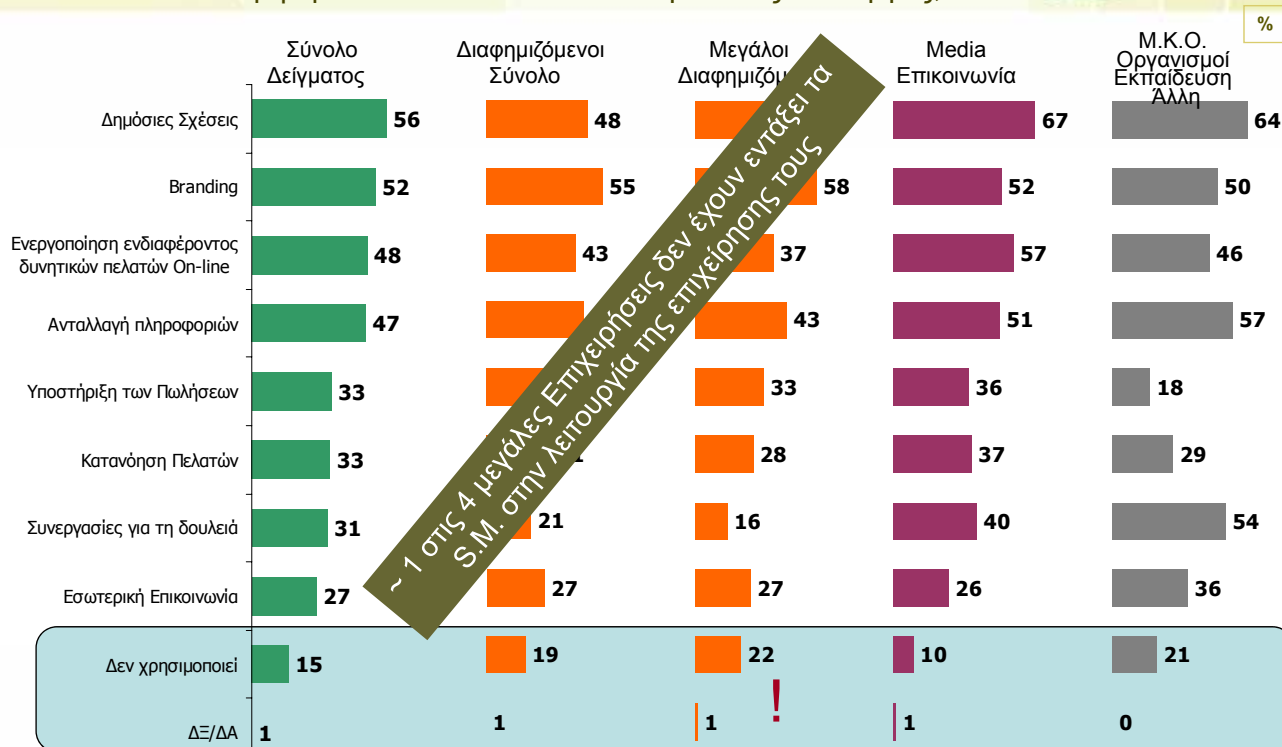


Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270 Σύνολο Διαφ. n=113 «Μεγάλοι» Διαφ. n=83 Media & Επικ/νια n=103 Άλλες n=54

1. Για την υποστήριξη ποιός / ποιών από τις παρακάτω επιχειρηματικές λειτουργίες δραστηριότητες χρησιμοποιεί η επιχείρηση/ οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media);

70

• Χρησιμοποιούν Social Media και για ποιες λειτουργίες;



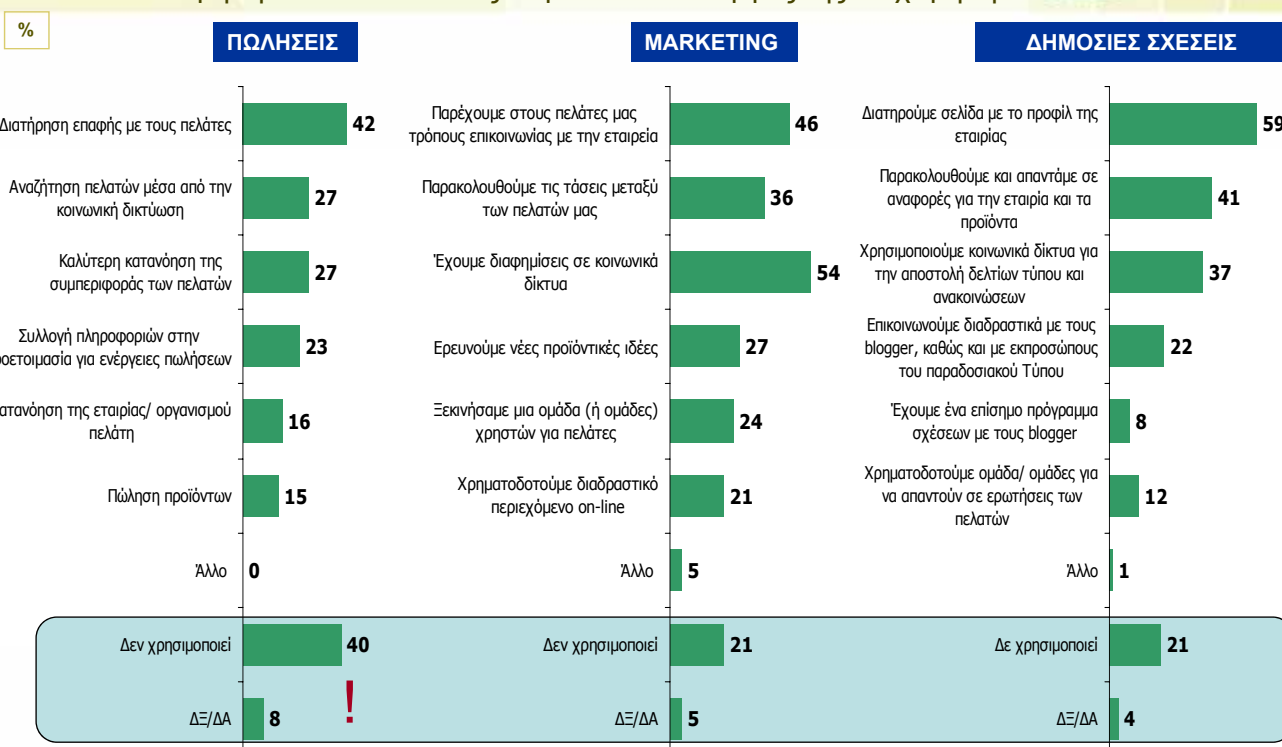
Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270 Σύνολο Διαφ. n=113 «Μεγάλοι» Διαφ. n=83 Media & Επικ/νια n=103 Άλλες n=54

1. Για την υποστήριξη ποιός / ποιών από τις παρακάτω επιχειρηματικές λειτουργίες δραστηριότητες χρησιμοποιεί η επιχείρηση/ οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media);

71

Μεγάλοι διαφημιζόμενοι

• Χρήση Social Media στις παρακάτω λειτουργίες της επιχείρησης



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=83

1. Για την υποστήριξη ποιός / ποιών από τις παρακάτω επιχειρηματικές λειτουργίες δραστηριότητες χρησιμοποιεί η επιχείρηση/ οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media);

72

Social
Media

«Χρήση Social Media
από την επιχείρηση»

Social
Media

«Σκοπεύουν να
χρησιμοποιήσουν στο μέλλον»

Social
Media

«Σημαντικότητα της χρήσης
των S.M. ανά τομέα

73

%

Χρήση των S. M.
στις λειτουργίες
της Επιχείρησης

Μελλοντική χρήση /
επέκταση
χρήσης των S. M.

Σημαντικότητα

Δημόσιες Σχέσεις

56

108

60

1

34

3

Branding

52

108

56

3

37

1

Ενεργ./ση ενδιαφ. δυνητικών πελατών On-line

48

119

57

2

35

2

Ανταλλαγή πληροφοριών

47

101

47

5

17

6

Κατανόηση Πελατών

33

142

47

6

23

4

Υποστήριξη των Πωλήσεων

33

147

49

4

19

5

Συνεργασίες για τη δουλειά

31

129

40

7

12

7

Εσωτερική Επικοινωνία

27

89

24

8

9

8

Δεν χρησιμοποιεί / Δεν σκοπεύει

15

6

Σειρά
αναφορών

Σειρά
αναφορών

ΔΞ/ΔΑ

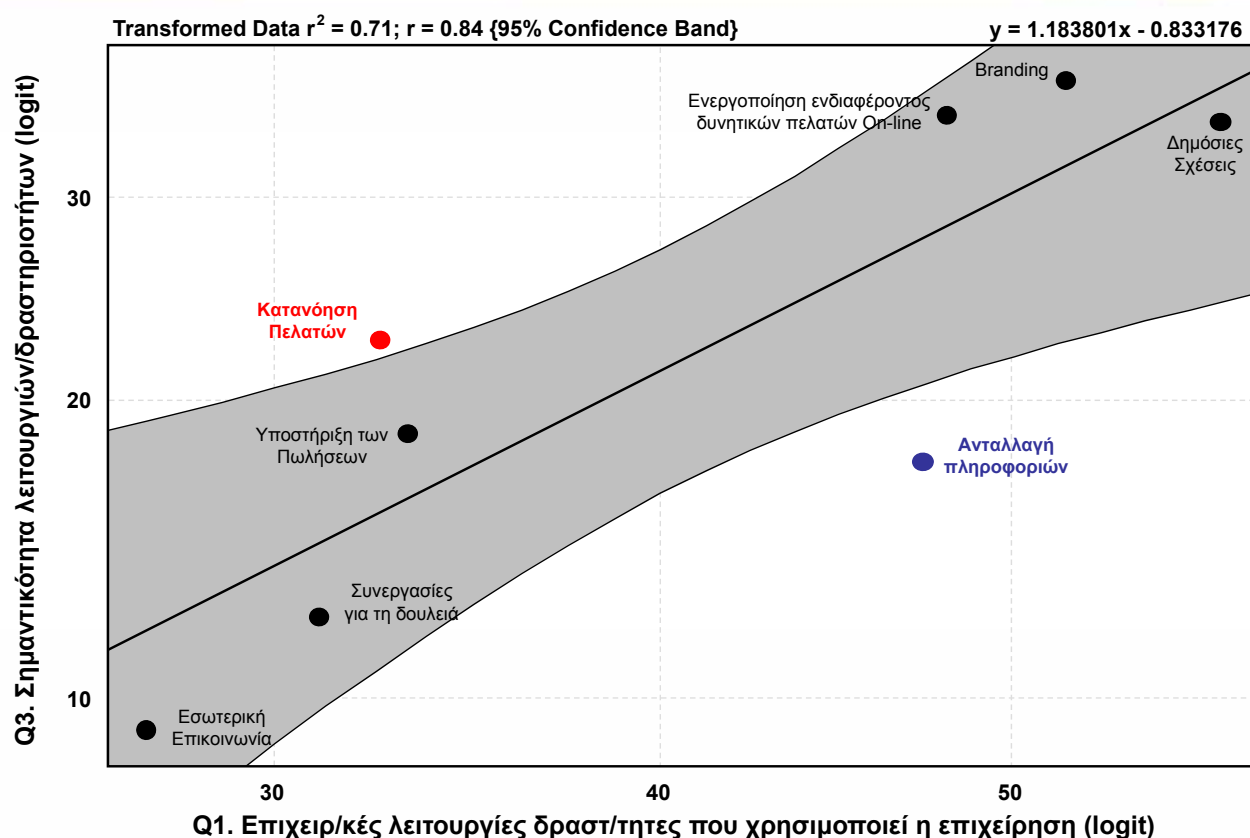
8

2

Index
Μελλοντικής χρήσης
vs
Χρήσης

Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

74



Μεγάλοι διαφημιζόμενοι

%	Χρήση των S. M. στις λειτουργίες της Επιχείρησης	Μελλοντική χρήση / επέκταση χρήσης των S.M.	Σημαντικότητα
Branding	58	105	48
Δημόσιες Σχέσεις	45	126	21
Ανταλλαγή πληροφοριών	43	109	15
Ενερ/ση ενδιαφ. δυνητικών πελατών On-line	37	140	35
Υποστήριξη των Πωλήσεων	33	136	25
Κατανόηση Πελατών	28	186	29
Εσωτερική Επικοινωνία	27	103	12
Συνεργασίες για τη δουλειά	16	156	7
Δεν χρησιμοποιεί / Δε σκοπεύει	22	8	
ΔΞ/ΔΑ		12	

Index
Μελλοντικής χρήσης
vs
Χρήσης

Σειρά
αναφορών

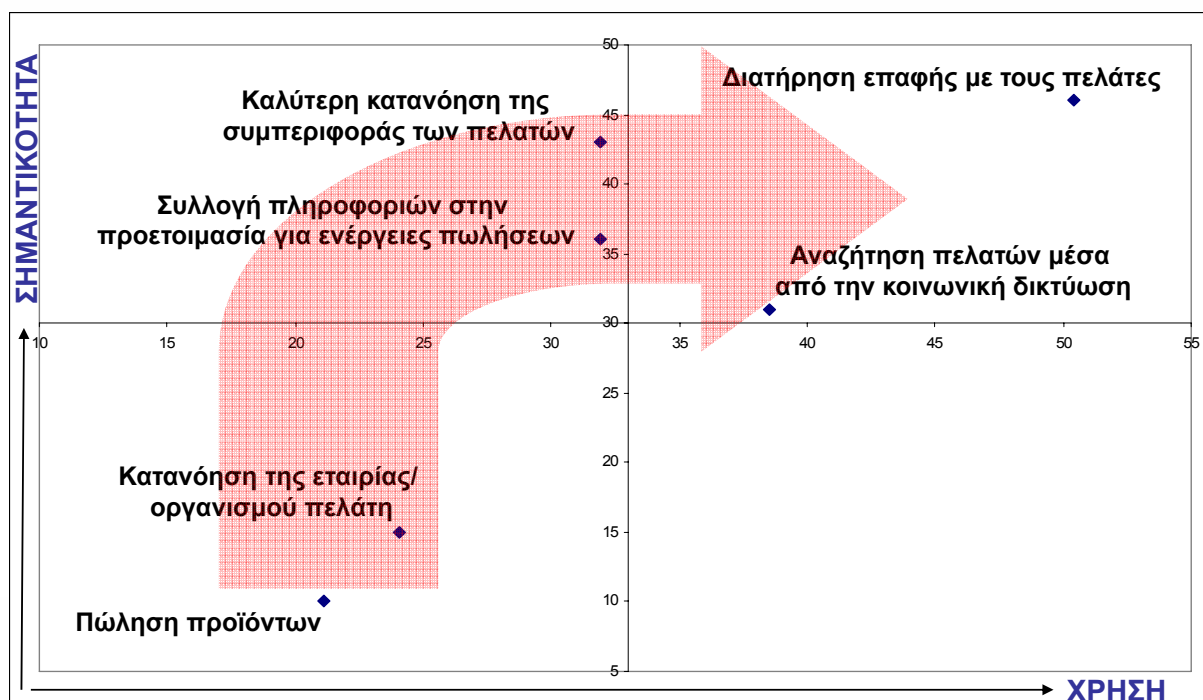
Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=83

Social
Media

Χρήση των Social Media για Πωλήσεις

77

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Πωλήσεις



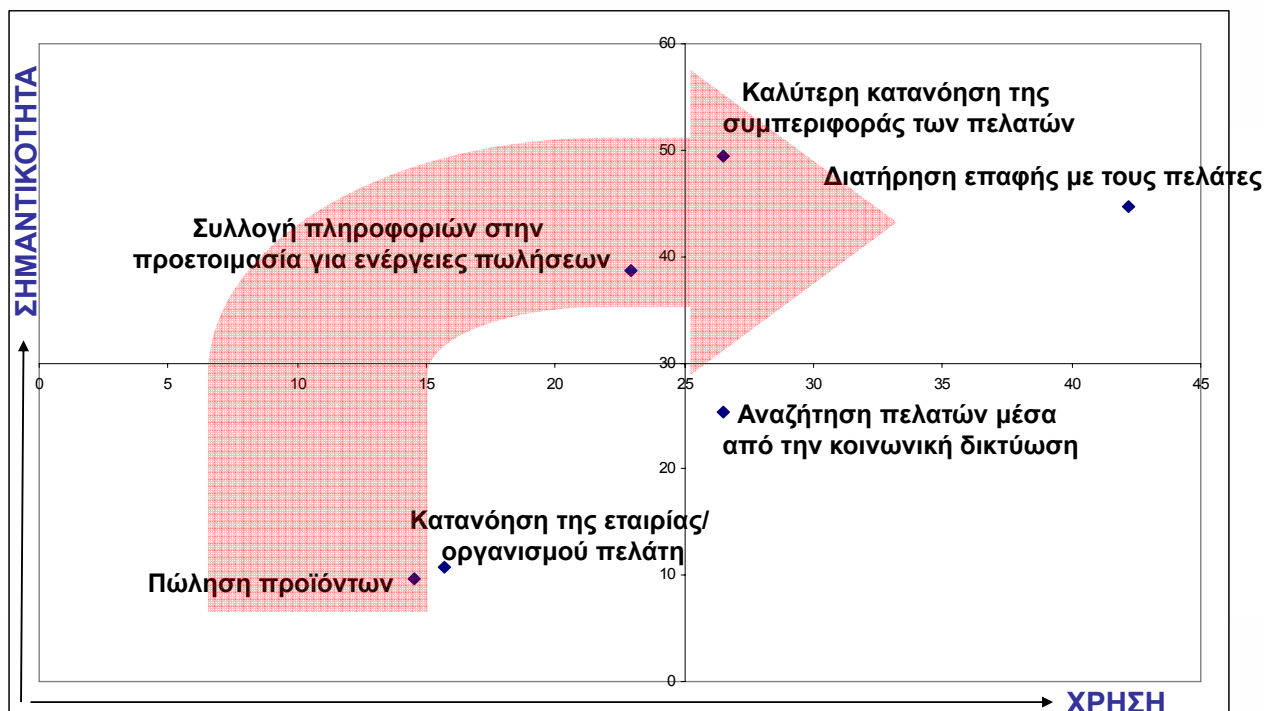
Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

4. Παρακαλώ σημειώστε όλους τους τρόπους με τους οποίους ο οργανισμός/ επιχείρηση όπου εργάζεστε χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα Social Media στο τμήμα των πωλήσεων.

4α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες που αφορούν στις πωλήσεις και πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία ως προς τη χρήση των Social Media.

78

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Πωλήσεις



Βάση: Σύνολο Στελεχών Μεγάλων Διαφημιζόμενων N=83

4. Παρακαλώ σημειώστε όλους τους τρόπους με τους οποίους ο οργανισμός/ επιχείρησή όπου εργάζεστε χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα Social Media στο τμήμα των πωλήσεων.

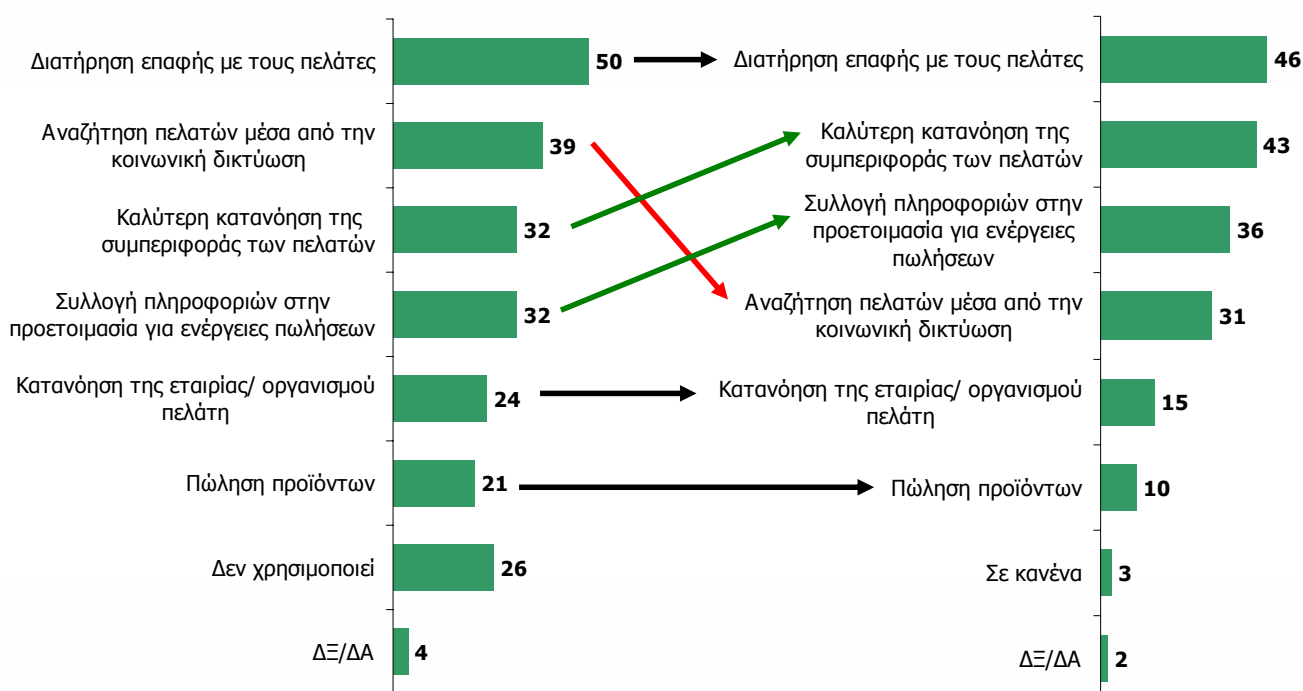
4α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες που αφορούν στις πωλήσεις και πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία ως προς τη χρήση των Social Media.

79

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Πωλήσεις:



%



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

4. Παρακαλώ σημειώστε όλους τους τρόπους με τους οποίους ο οργανισμός/ επιχείρησή όπου εργάζεστε χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα Social Media στο τμήμα των πωλήσεων.

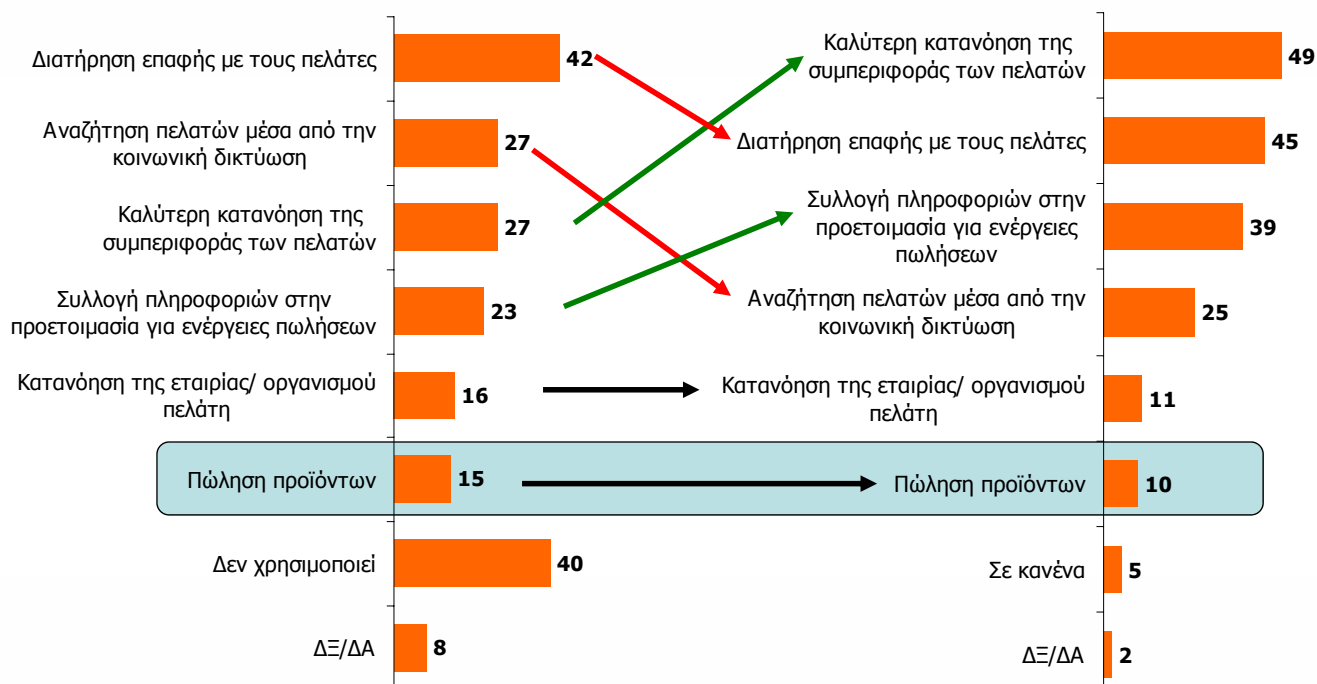
4α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες που αφορούν στις πωλήσεις και πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία ως προς τη χρήση των Social Media.

80

•Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Πωλήσεις:



%



Βάση: Σύνολο Στελεχών «Μεγάλων Διαφημιζομένων» N=83

4. Παρακαλώ σημειώστε όλους τους τρόπους με τους οποίους ο οργανισμός/ επιχείρηση όπου εργάζεστε χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα Social Media στο τομέα των πωλήσεων.

4α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες που αφορούν στις πωλήσεις και πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία ως προς τη χρήση των Social Media.

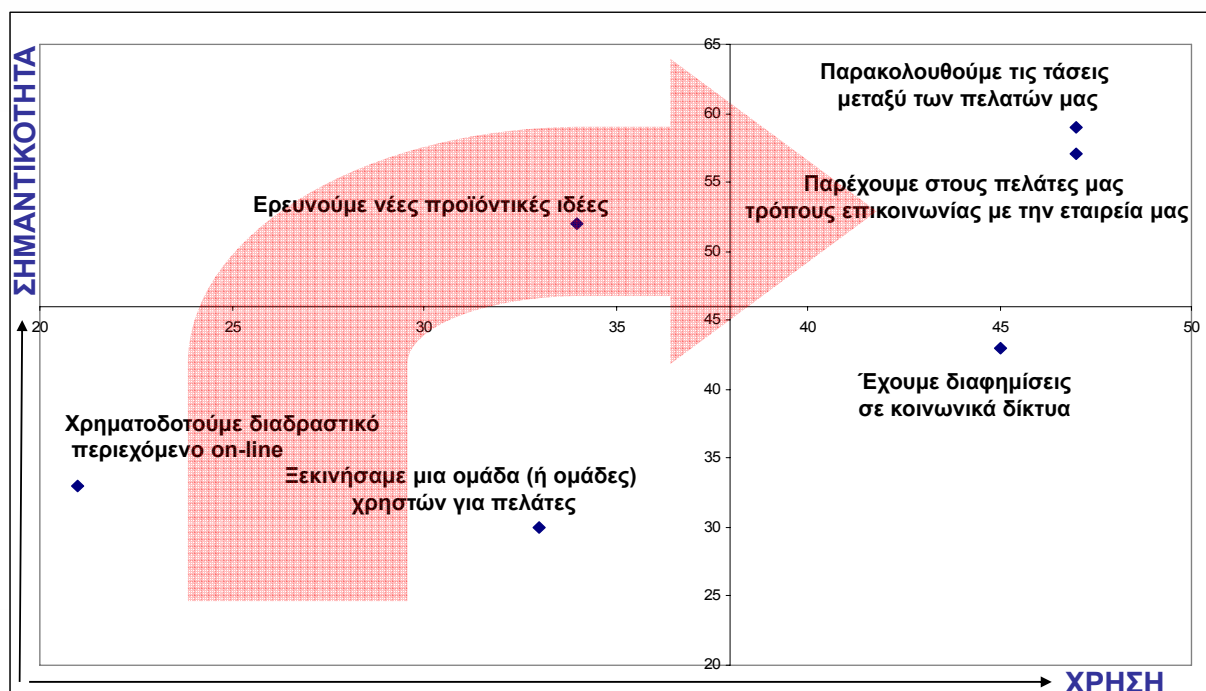
81

Social
Media

Χρήση των Social
Media στο Marketing

82

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στο Marketing:



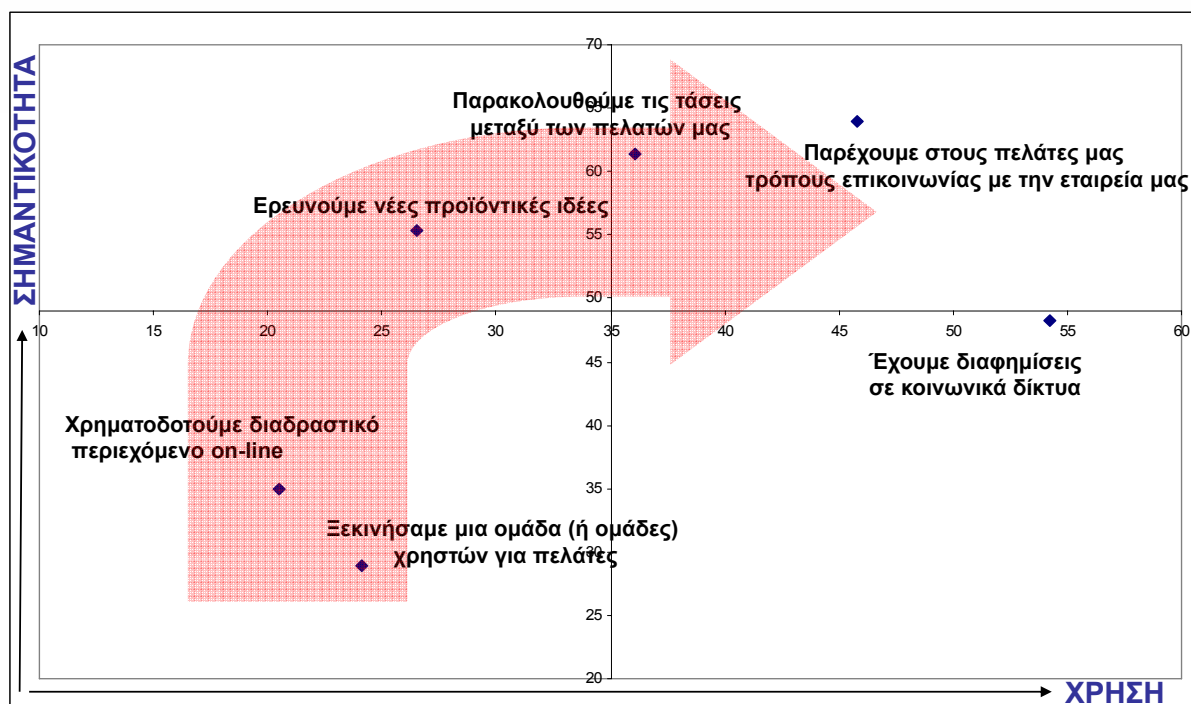
Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

5. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες χρησιμοποιεί σήμερα η επιχείρηση / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Social Media.

5A. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση social Media.

83

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στο Marketing:



Βάση: Σύνολο Στελεχών Μεγάλων Διαφημιζόμενων N=83

5. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες χρησιμοποιεί σήμερα η επιχείρηση / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Social Media.

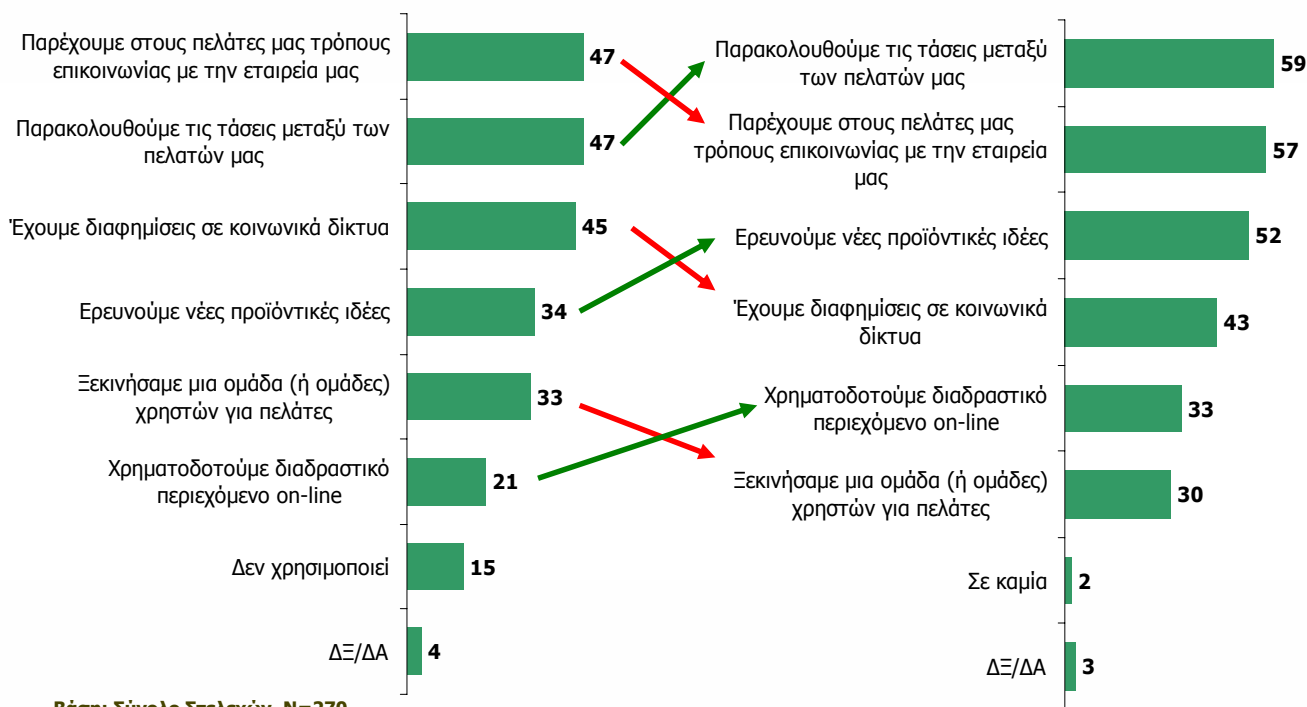
5A. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση social Media.

84

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στο Marketing:



%



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

5. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες χρησιμοποιεί σήμερα η επιχείρησή / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Social Media.

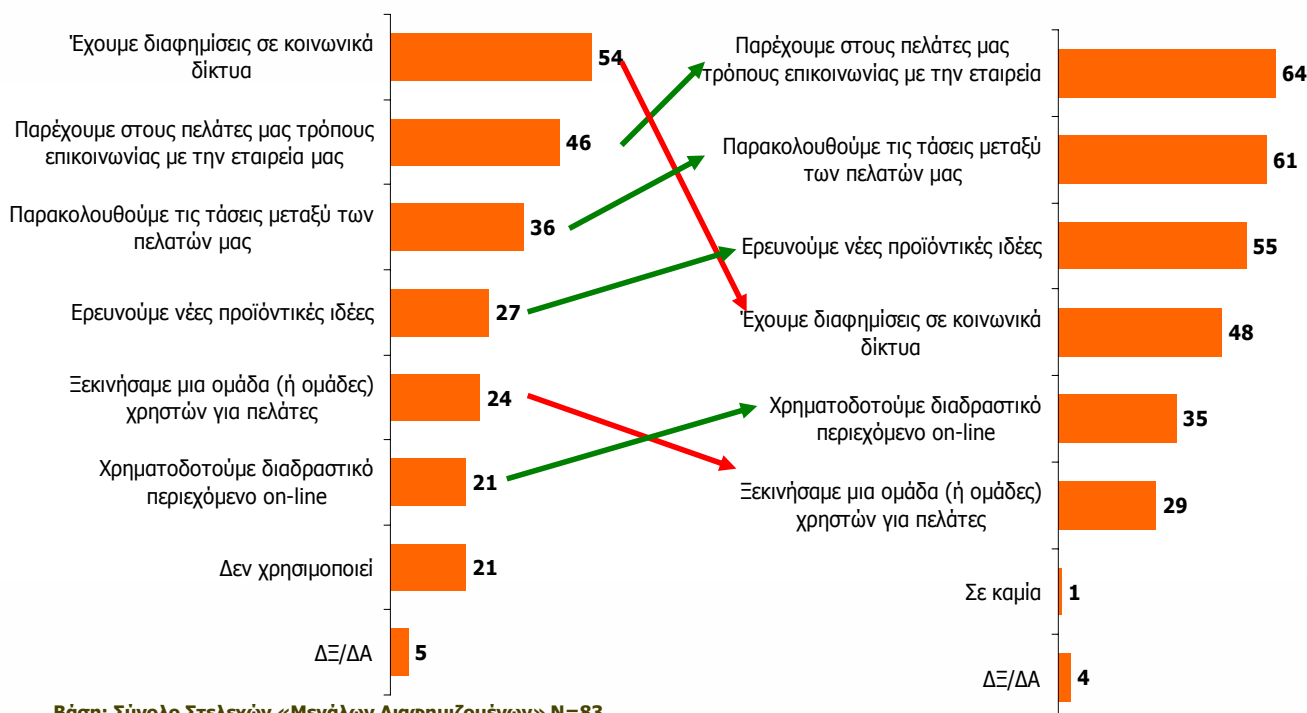
5Α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση social Media.

85

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στο Marketing:



%



Βάση: Σύνολο Στελεχών «Μεγάλων Διαφημιζομένων» N=83

5. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες χρησιμοποιεί σήμερα η επιχείρησή / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε τα Social Media.

5Α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες marketing στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι πρέπει να δώσει προτεραιότητα η εταιρεία / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση social Media.

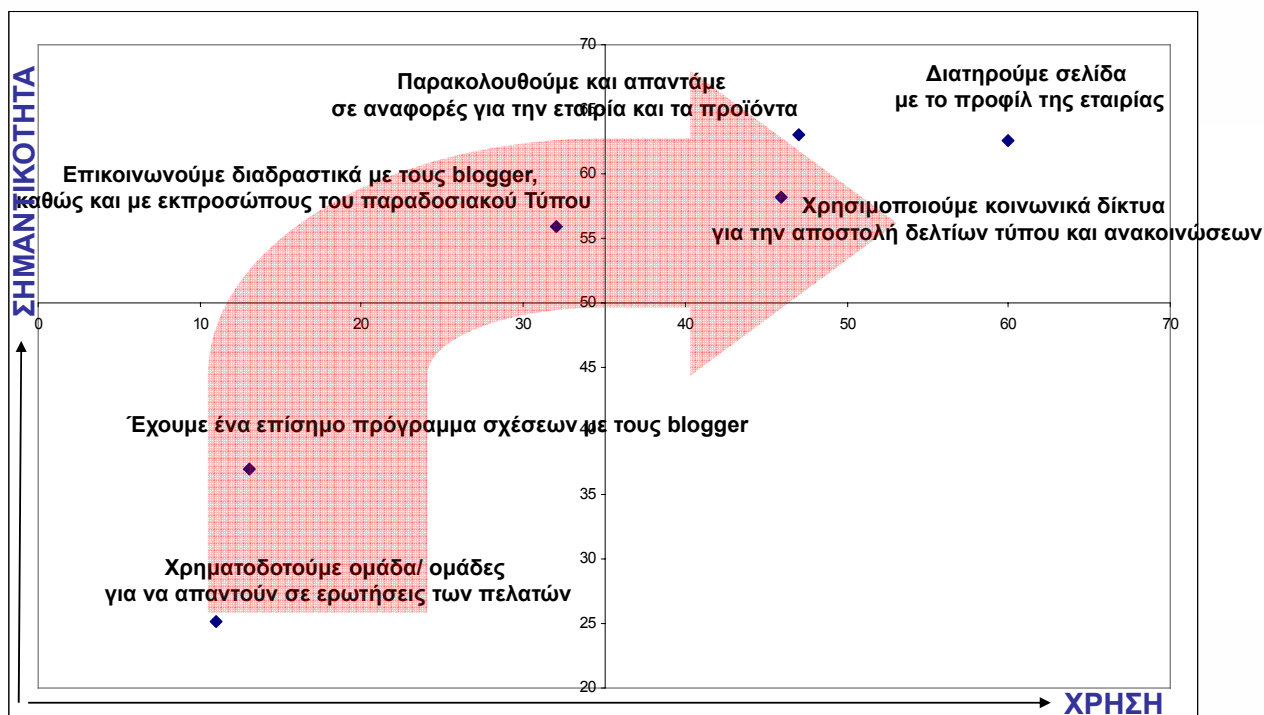
86

Social
Media

Χρήση των Social Media στις Δημόσιες Σχέσεις

87

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Δημόσιες Σχέσεις:

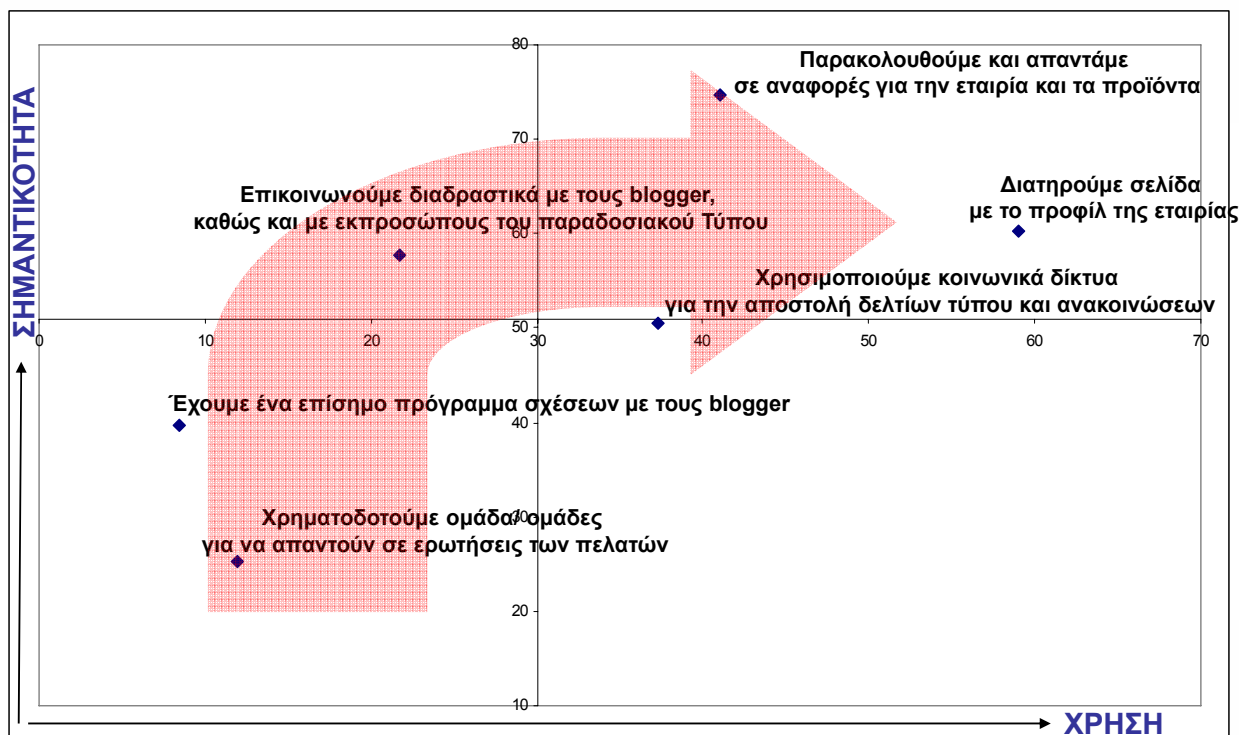


6. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων που χρησιμοποιεί η επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε και παρέχονται από κοινωνικά δίκτυα.

6α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι θα πρέπει να δώσει προτεραιότητα η επιχείρησή σας / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση των Social Media.

88

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Δημόσιες Σχέσεις:



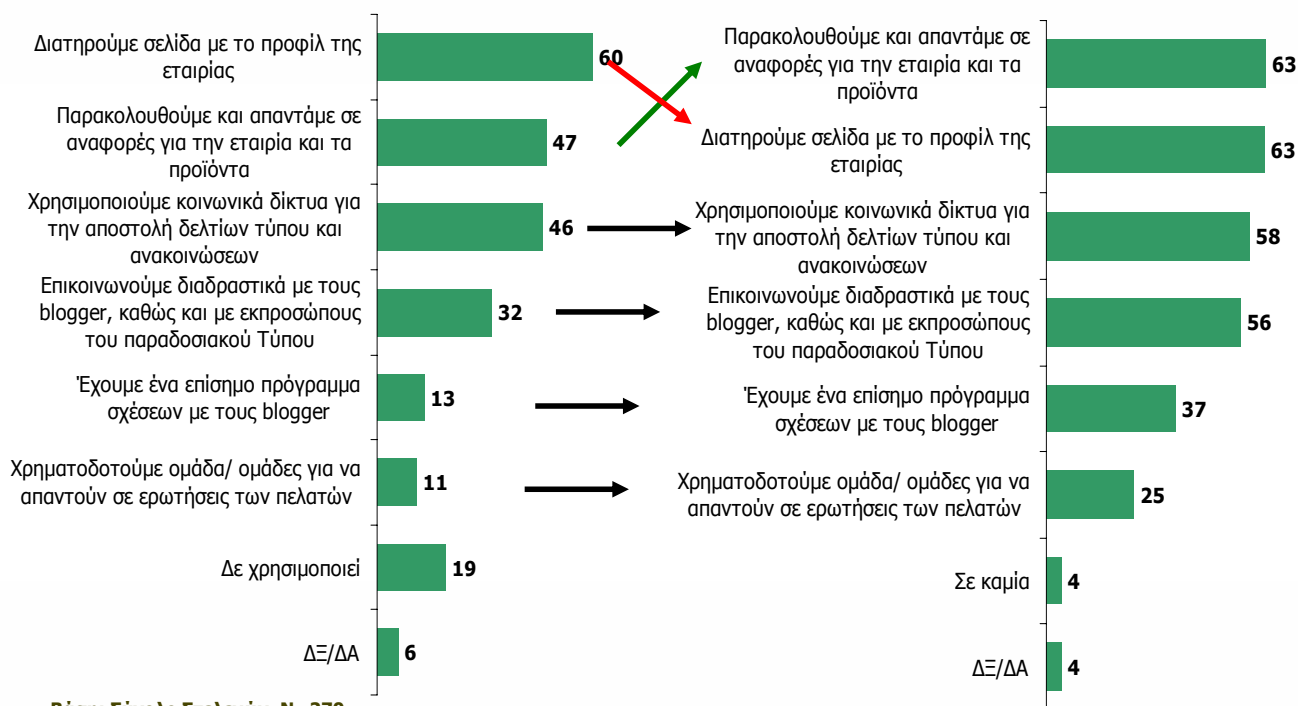
Βάση: Σύνολο Στελεχών Μεγάλων Διαφημιζόμενων N=83

6. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων που χρησιμοποιεί η επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε και παρέχονται από κοινωνικά δίκτυα.

6α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι θα πρέπει να δώσει προτεραιότητα η επιχείρησή σας / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση των Social Media.

89

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Δημόσιες Σχέσεις:



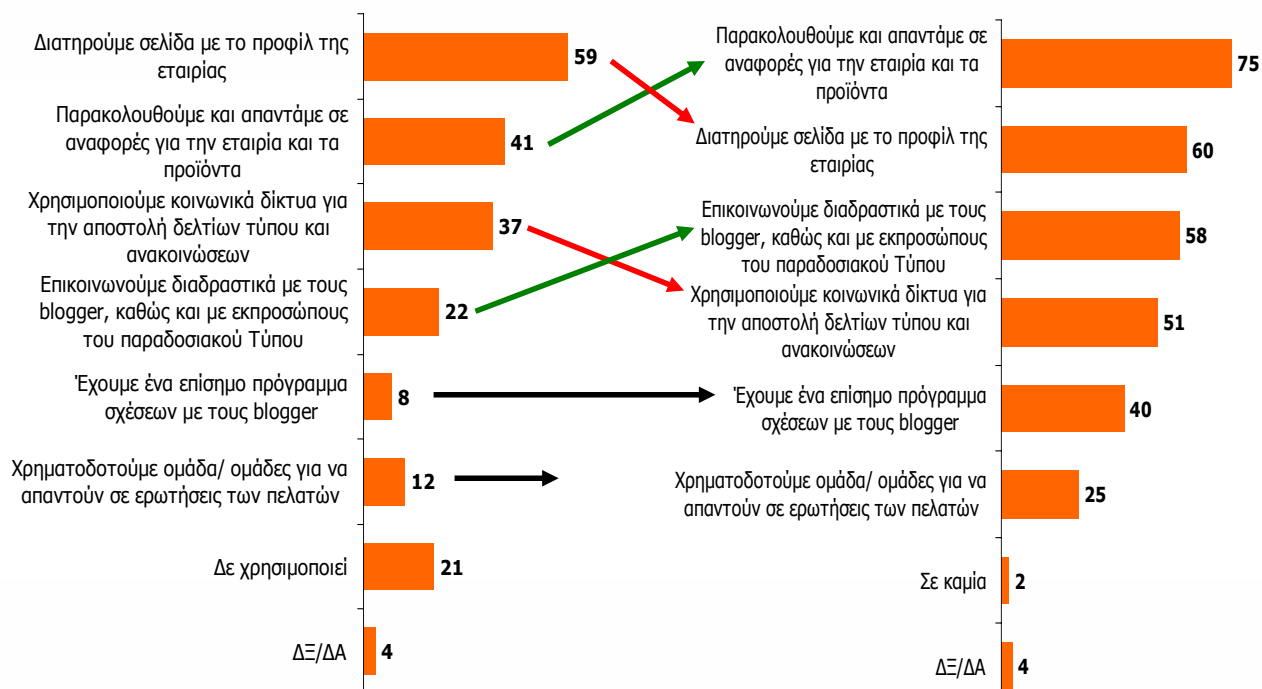
Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

6. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων που χρησιμοποιεί η επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε και παρέχονται από κοινωνικά δίκτυα.

6α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι θα πρέπει να δώσει προτεραιότητα η επιχείρησή σας / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση των Social Media.

90

• Χρήση vs Σημαντικότητα / προτεραιότητα των Social Media στις Δημόσιες Σχέσεις:



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=83

6. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων που χρησιμοποιεί η επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε και παρέχονται από κοινωνικά δίκτυα.

6α. Παρακαλώ επιλέξτε όλες τις λειτουργίες δημοσίων σχέσεων στις οποίες πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι θα πρέπει να δώσει προτεραιότητα η επιχείρησή σας / οργανισμός στον οποίο εργάζεστε ως προς τη χρήση των Social Media.

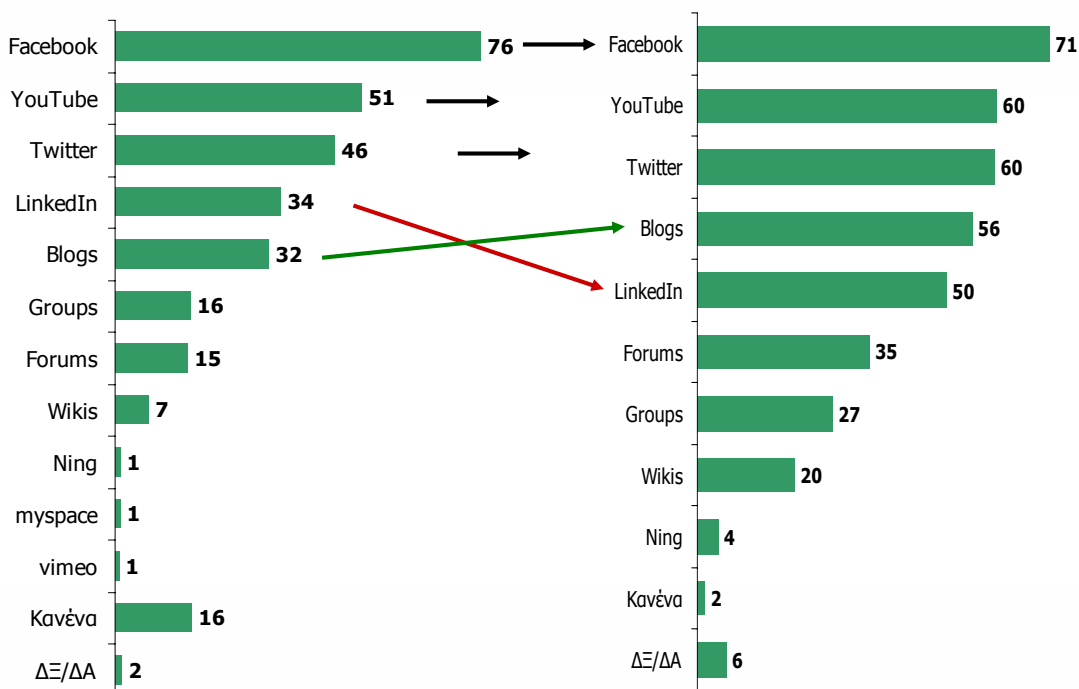
Social
Media

Δίκτυα που
χρησιμοποιεί η εταιρία

- Δίκτυα που χρησιμοποιούν vs Ποια δίκτυα / εργαλεία θα πρέπει να χρησιμοποιήσει η εταιρία στο άμεσο μέλλον;



%



Βάση: Σύνολο Στελεχών, N=270

9. Ποια από τα παρακάτω δίκτυα ή εργαλεία πιστεύετε εσείς προσωπικά ότι αξίζει να χρησιμοποιήσει η εταιρεία οργανισμός στον οποίο εργάζεστε στο άμεσο μέλλον;

93



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

94

Τα Social Media αυξάνουν εντυπωσιακά ή εμφανίζουν μεγάλη δυναμική σε θέματα όπως :

- Την Αναγνωρισιμότητά τους τόσο σε Ποσοτικό όσο και σε Ποιοτικό επίπεδο
- Τον βαθμό και τη συχνότητα χρήσης τους
- Την εμπλοκή των Πολιτών / Πελατών σε θέματα :
 - Πολιτικής – Κοινωνίας
 - Εργασιακών Σχέσεων
 - Πολιτισμού
 - Μάρκων / Προϊόντων
 - Οικογένειας / Φίλων

Τα Social Media αυξάνουν εντυπωσιακά ή εμφανίζουν μεγάλη δυναμική σε θέματα όπως :

- Τα ποσοστά δημιουργίας Blogs
- Τα ποσοστά των ομάδων των Δημιουργών και των Ενεργών χρηστών
- Την εμπιστοσύνη για Γνώση / Ενημέρωση, την ταύτιση εις Βάρος της TV, το άνοιγμα σε Νέα Πράγματα, την αξιοποίηση στις Αγορές, την Κοινωνικοποίηση, την Ψυχαγωγία, την Κινητοποίηση Μεγάλων Κοινωνικών Ομάδων
- Την εμπλοκή τους στον τρόπο που οφείλουν να επικοινωνούν οι Μάρκες
- Την ευκαιρία των μικρότερων Επιχειρήσεων να επικοινωνήσουν με πολύ περισσότερους πελάτες σε σχέση με τα παραδοσιακά κανάλια
- Τη δύναμή τους στο να φέρουν πιο κοντά την Εκπαίδευση με την Καινοτομία

Τα Social Media πρέπει όμως να διανύσουν ακόμα δρόμο σχετικά με τη διαχείριση της «αντιλαμβανόμενης» εικόνας τους όσον αφορά ... :

- Στο φόβο που νοιώθουν οι χρήστες σχετικά με τη διαχείριση των Προσωπικών τους Στοιχείων και του φαινομένου του «Μεγάλου Αδελφού».
- Στους Αμυντικούς Μηχανισμούς, στις Αντιστάσεις και στην Αδράνεια που εμφανίζουν οι Μεγάλοι Διαφημιζόμενοι σχετικά με την ένταξη των S.M. στη ζωή της Επιχείρησης και των Μαρκών.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

