

# 7η ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ CSR 2011



## ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ/ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΑ SOCIAL MEDIA

ΧΟΡΗΓΟΙ



ALPHA BANK

ΣΚΑΪ

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Advocate



Burson-Marsteller

Re:CSR

TODAY BUSINESS

MarketingWeek

# ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, οργανισμός μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, έχει ιδρυθεί από την Ένωση Εταιρειών Διαφήμισης-Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ) και 4 μεγάλα πανεπιστήμια με τμήματα επικοινωνίας:

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης,  
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών,  
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το  
Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.

Όραμα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας είναι να αποτελέσει πρωτοπόρο φορέα συνεργασίας και διαλόγου μεταξύ της Ακαδημαϊκής κοινότητας και των κλάδων της Επικοινωνίας. Να συμβάλλει στην ανάπτυξη της έρευνας και την ανάδειξη κοινωνικών και επικοινωνιακών ζητημάτων αιχμής, μέσα από το συντονισμό των δράσεων και το συνδυασμό των γνώσεων και των πόρων των συνεργαζόμενων φορέων. Να συνεισφέρει στις προσπάθειες για κοινωνική ευημερία και ανάπτυξη.

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, πραγματοποιεί έρευνες κοινωνικού χαρακτήρα, με κύριο στόχο τη διερεύνηση και κατανόηση της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας μέσα από την ανάλυση των αξιών, των αναγκών και του τρόπου ζωής των διαφόρων κοινωνικών ομάδων. Σκοπός του ερευνητικού κέντρου του Ινστιτούτου Επικοινωνίας είναι η αποτύπωση της πραγματικής εικόνας της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας, των καταναλωτικών τάσεων, των εξελίξεων και του μελλοντικού ρόλου των Μέσων Επικοινωνίας.

---

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
Υπερείδου 7, 10558 ΑΘΗΝΑ  
Τηλ.: 2103318065-7, Fax: 2103213570  
e-mail: [info@ioc.gr](mailto:info@ioc.gr) / [www.ioc.gr](http://www.ioc.gr)



# ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ - ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΑ SOCIAL MEDIA

Η έρευνα για την «Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 2011» διεξήχθη στην Ελλάδα 3-20 Ιανουαρίου 2011, σε δείγμα 1.000 πολιτών. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 29 χώρες, από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της καναδικής εταιρίας δημοσκοπήσεων **GlobeScan Inc.** η οποία ειδικεύεται σε θέματα διερεύνησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) σε παγκόσμιο επίπεδο.

Στην Ελλάδα η έρευνα για την Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε για 7η φορά από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, με τη συνεργασία του **Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών**. Η φετινή έρευνα περιλαμβάνει στοιχεία διερεύνησης για τη **σύνδεση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με τα Social Media**.

Το τεχνικό μέρος της έρευνας έχει αναλάβει η MRB HELLAS.

## ΣΕ ΤΙ ΒΟΗΘΑΕΙ Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Η έρευνα σχεδιάστηκε για να καλύψει ορισμένους τομείς και να μπορεί να προσφέρει στις Εταιρείες στοιχεία ώστε :

- Να σχεδιάσουν επιτυχημένες στρατηγικές και προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- Να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσα από την κατανόηση των κυρίαρχων κοινωνικών τάσεων, περιορίζοντας ταυτοχρόνως τους κινδύνους και τις συνέπειες των κρίσεων.
- Να βελτιώσουν την επικοινωνία τους και τη συνεργασία τους με τις τοπικές κοινότητες, τους πολίτες-καταναλωτές, τους μετόχους, τους υπαλλήλους και τους συνεργάτες.
- Να χαράξουν ολοκληρωμένες και καινοτόμες επικοινωνιακές στρατηγικές, ανανεώνοντας ή ενισχύοντας το positioning που έχουν στην αγορά και την κοινωνία.
- Να δεσμεύσουν την ανώτερη διοίκηση και τους μετόχους σε ζητήματα κρίσιμα για τον προγραμματισμό εταιρικών πρωτοβουλιών και να βελτιώσουν τις πρακτικές διοίκησης της επιχείρησης.
- Να ενισχύσουν το καλό εταιρικό κλίμα και την ικανοποίηση του προσωπικού τους.

---

## ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

σε συνεργασία με

- Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών
- **GlobeScan Inc.**
- **MRB Hellas**

## ΟΙ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗΣ

- Προσδοκίες και απόψεις για το ρόλο των επιχειρήσεων
- Ηθικός καταναλωτισμός (συμπεριφορά του πολίτη/ ανταμοιβή, τιμωρία, αξιολόγηση προϊόντων)
- Αξιολόγηση των κλάδων και των επιχειρήσεων
- Το περιβάλλον, ο πολίτης, τα προϊόντα
- Απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR Reporting)
- Επικοινωνία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
- Η σύνδεση CSR με τα Social Media
- Δημιουργία 5 επιμέρους κοινών ανάλογα με το βαθμό Κοινωνικής Υπευθυνότητας απέναντι στις επιχειρήσεις.

### Ταυτότητα της Έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη 3-20 Ιανουαρίου 2011 σε δείγμα 1000 πολιτών αντιπροσωπευτικό του ελληνικού πληθυσμού, με τη μεθοδολογία της τηλεφωνικής συνέντευξης με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.

### ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αναλυτικά όλα τα ευρήματα της έρευνας για την “CSR 2011, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση/Σύνδεση με Social Media”, με επεξεργασμένα συμπεράσματα από την MRB και το Πάντειο Πανεπιστήμιο, διατίθενται στην Αναλυτική Έκθεση Αποτελεσμάτων από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας.

Τιμή για τα μέλη του ΙΕπ	700€
Τιμή για ΜΗ μέλη του ΙΕπ	1000€

### ΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΤΑ ΟΠΟΙΑ ΔΙΝΕΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ Η ΕΡΕΥΝΑ CSR 2011

1. Υπάρχουν **αλλαγές** στον Ηθικό καταναλωτισμό σήμερα;
2. Τι **προσδοκούν** οι πολίτες από τις εταιρείες σήμερα;
3. Τι πιστεύουν οι πολίτες για την ΕΚΕ και ποια είναι η **καταναλωτική τους στάση**;
4. Πως **αξιολογεί** ο πολίτης τους κλάδους και τις εταιρείες (αυθόρμητα και καθ'υπόδειξη);
5. Ποιες είναι οι **πηγές ενημέρωσης** για την απόδοση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών;
6. Ποια είναι η σχέση ΕΚΕ & **Social Media**;

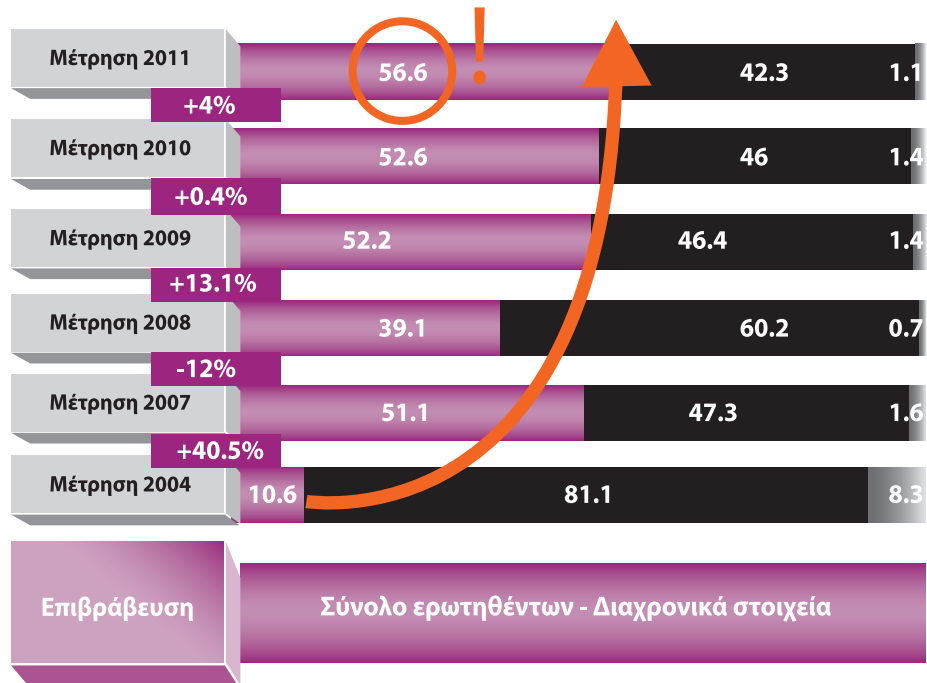
# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

## 1. Υπάρχουν αλλαγές στον Ηθικό καταναλωτισμό σήμερα

### A. Επιβράβευση κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων

Διαχρονικά Στοιχεία - N=1000

■ ΠΡΑΓΜΑΤΙ ΤΟ ΕΚΑΝΑ ΤΟΝ ΠΕΡΑΣΜΕΝΟ ΧΡΟΝΟ +ΤΟ ΕΧΩ ΣΚΕΦΤΕΙ ΑΛΛΑ ΤΕΛΙΚΑ ΔΕΝ ΤΟ ΕΚΑΝΑ  
■ ΔΕΝ ΕΧΩ ΣΚΕΦΤΕΙ ΝΑ ΤΟ ΚΑΝΩ ■ ΔΓ/ΔΑ



### B. Επιβράβευση κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων

Ανάλυση βάσει χώρας- Σημαντικές αυξήσεις



# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Η Επιβράβευση αποτελεί σήμερα την κυρίαρχη έκφραση του ηθικού καταναλωτισμού και διεθνώς.

## Γ. Επιβράβευση/ Τιμωρία κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων

Average of 14 Tracking Countries\*, 2001-2011



— Rewarded responsible company  
— Punished irresponsible company

\* Συμπεριλαμβάνονται η Αυστραλία, ο Καναδάς, η Κίνα η Χιλή, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ινδονησία, η Ιταλία, το Μεξικό, η Νιγηρία, η Ρωσία, η Τουρκία, το Ην. Βασίλειο και οι Ην. Πολιτείες Αμερικής.

## Δ. Τα κοινά κοινωνικής υπευθυνότητας

Ενεργοί πολίτες

+/+

58.6%

Οι Συνειδητοποιημένοι



24.1%

+/+ Έχουν τιμωρήσει και επιβραβεύσει

Οι Παρορμητικοί



20.8%

+/- Έχουν τιμωρήσει ή έχουν επιβραβεύσει αλλά δεν έχουν σκεφθεί να κάνουν το αντίθετο

Οι μάλλον Συνειδητοποιημένοι



13.7%

+/+ Έχουν τιμωρήσει ή έχουν επιβραβεύσει αλλά τουλάχιστον έχουν σκεφθεί έστω ένα από τα δύο

41.4%

-/-

Μη ενεργοί πολίτες

Οι Αδιάφοροι



24.2%

-/- Δεν έχουν σκεφθεί να κάνουν τίποτα

Οι μάλλον Αδιάφοροι



17.2%

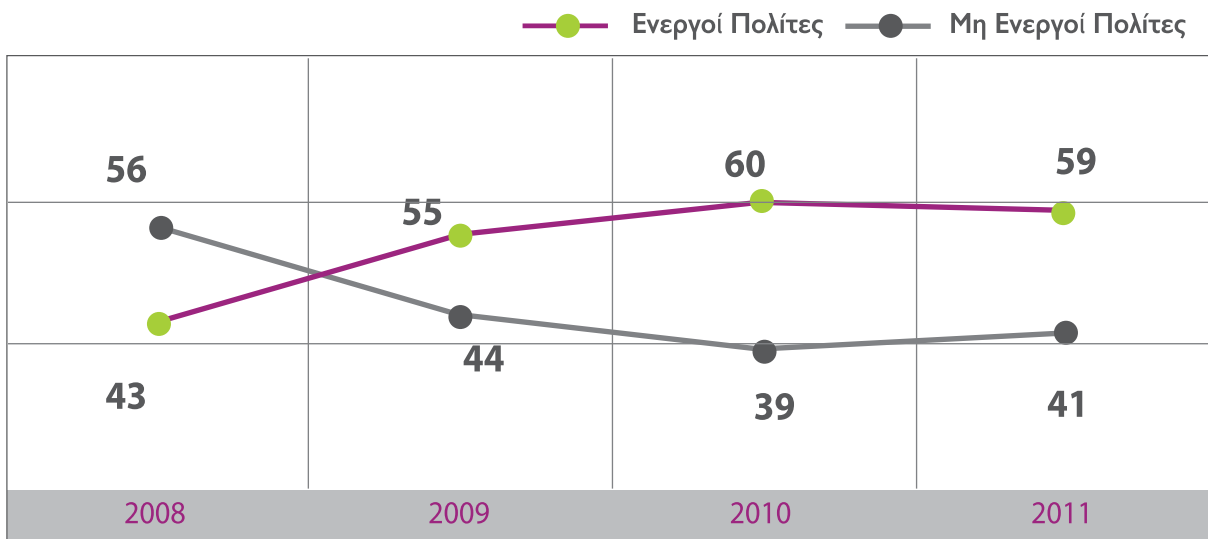
-/- Το πολύ, έχουν σκεφθεί να κάνουν κάτι

# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

## Ε. Διαχρονική εξέλιξη Ενεργών/ Μη ενεργών πολιτών

ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟΝ ΒΑΘΜΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

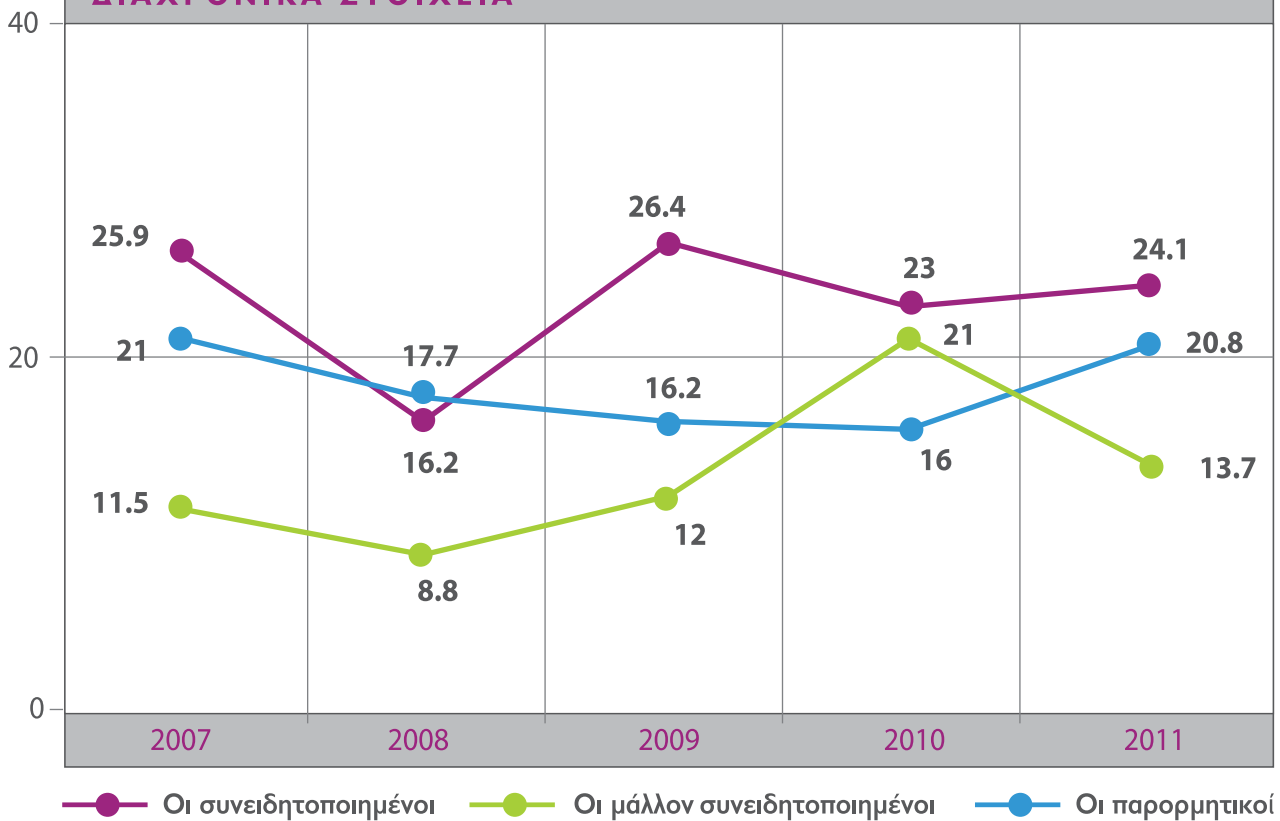
### ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ



## Ζ. Διαχρονική εξέλιξη Ενεργών Πολιτών

ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟΝ ΒΑΘΜΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

### ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

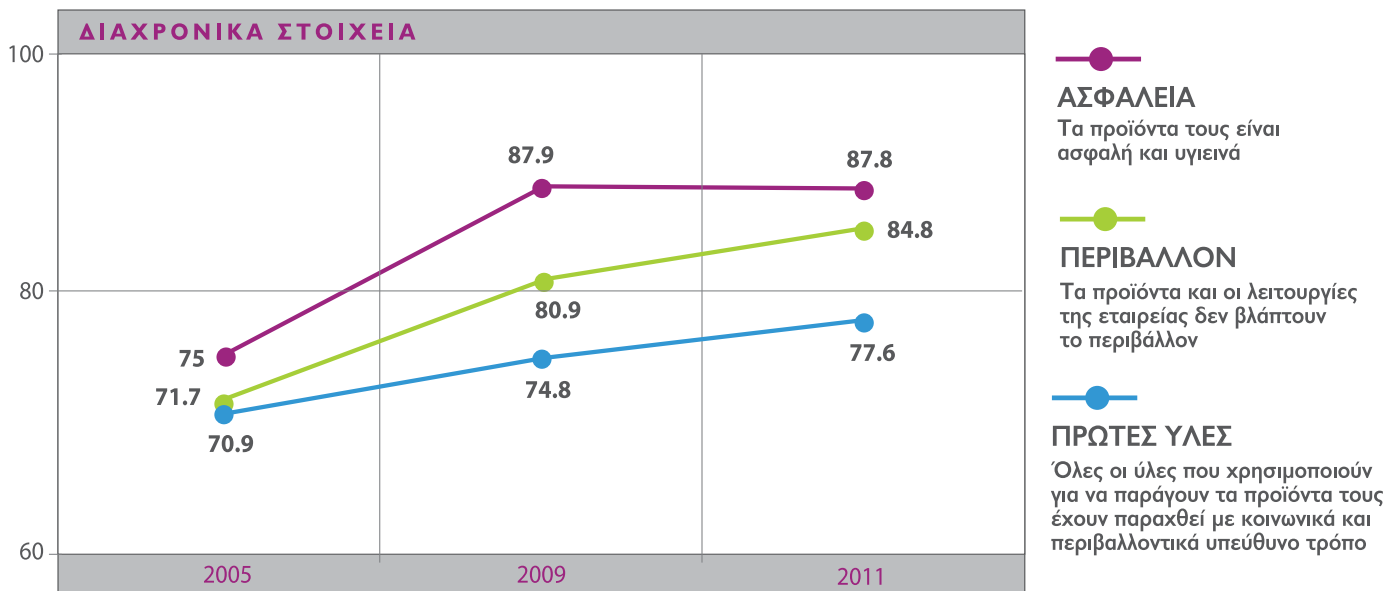


# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

## 2. Τι προσδοκούν οι πολίτες από τις επιχειρήσεις

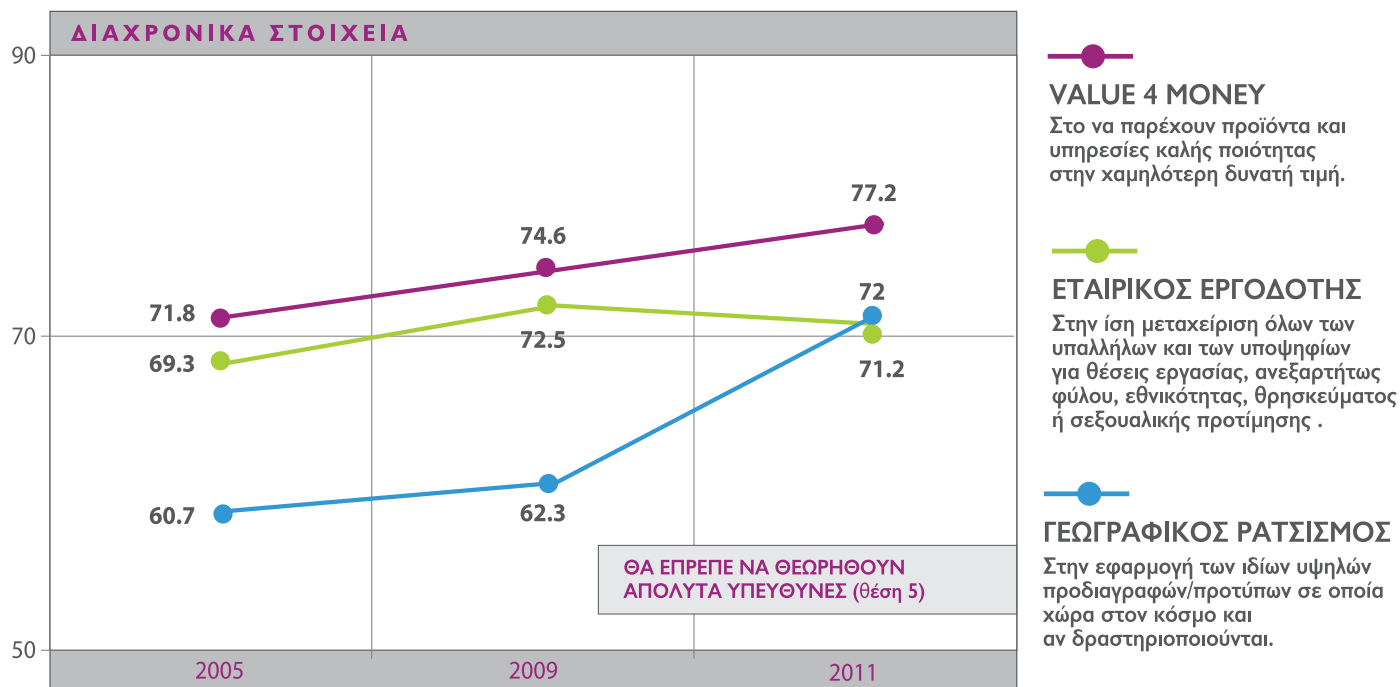
### A. Οι εταιρείες οφείλουν να... - Αντιλαμβανόμενες ευθύνες εταιρειών

Διαχρονικά στοιχεία N=1000



### B. Οι εταιρείες οφείλουν να... - Αντιλαμβανόμενες ευθύνες εταιρειών

Διαχρονικά στοιχεία





# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Περιοχές στις οποίες επιθυμούν οι πολίτες να δραστηριοποιούνται οι εταιρείες για τη βελτίωση της τοπικής κοινότητας

Prompted, by country, 2011



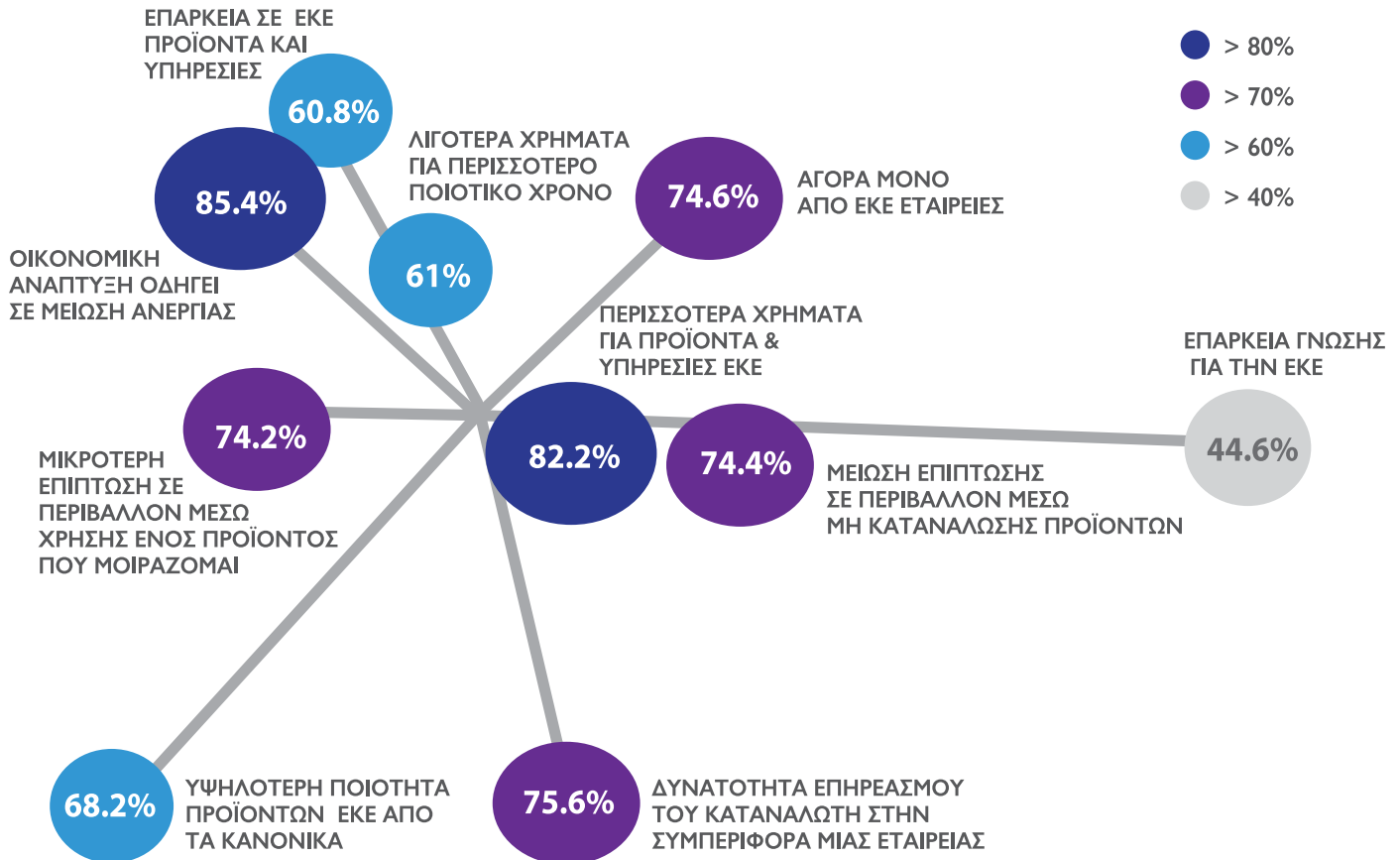
Εκπαίδευση/ Επιμόρφωση
  Υγεία
  Φτώχεια
  Περιβάλλον
  Ασφάλεια/ Εγκληματικότητα
  Τέχνη/ Πολιτισμός

Το λευκό διάστημα απεικονίζει τις απαντήσεις “Όλα”, “Κανένα”, “Άλλο” ή “ΔΞ/ ΔΑ”

## ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

### 3. Τι πιστεύουν οι πολίτες για την ΕΚΕ και ποια είναι η καταναλωτική τους στάση;

#### A. Καταναλωτικές Στάσεις πολιτών



Απαντήσεις “Σίγουρα και Μάλλον Συμφωνώ” στην ερώτηση:

“Παρακαλώ πείτε μου εάν, συμφωνείτε απόλυτα, μάλλον συμφωνείτε, μάλλον διαφωνείτε ή διαφωνείτε απόλυτα με κάθε μία από τις προτάσεις.”

# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

## 4. Πως αξιολογεί ο πολίτης τους κλάδους των εταιρειών;

### A. Κλάδοι/ Τομείς εταιρειών που είναι κοινωνικά υπεύθυνες

N=1000

ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ/ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ/  
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ



13.8%

ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΑ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



7.7%

ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ/ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ



4.9%

ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ/ ΜΠΑΚΑΛΙΚΑ



4.7%

ΥΨΗΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ/  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ/ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

2.6%

ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ/  
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

2%

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ/  
ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ/  
ΟΙΚΙΑΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

1.8%

ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/  
ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ

1.7%

ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ/  
ΜΗΧΑΝΕΣ

1.6%

Άλλες αναφορές 7,8%

ΚΑΜΙΑ 4,2%

ΔΞ/ ΔΑ 56%

Παρακαλώ πείτε μου το όνομα μιας μεγάλης εταιρείας που σας έρχεται στο μυαλό και θεωρείτε ότι ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της απέναντι στην κοινωνία καλύτερα από άλλες - με λίγα λόγια , είναι μια «υπεύθυνη εταιρεία» Κωδικοποίηση των ερωτήσεων με βάση τη λίστα βιομηχανικής κωδικοποίησης της Globescan.

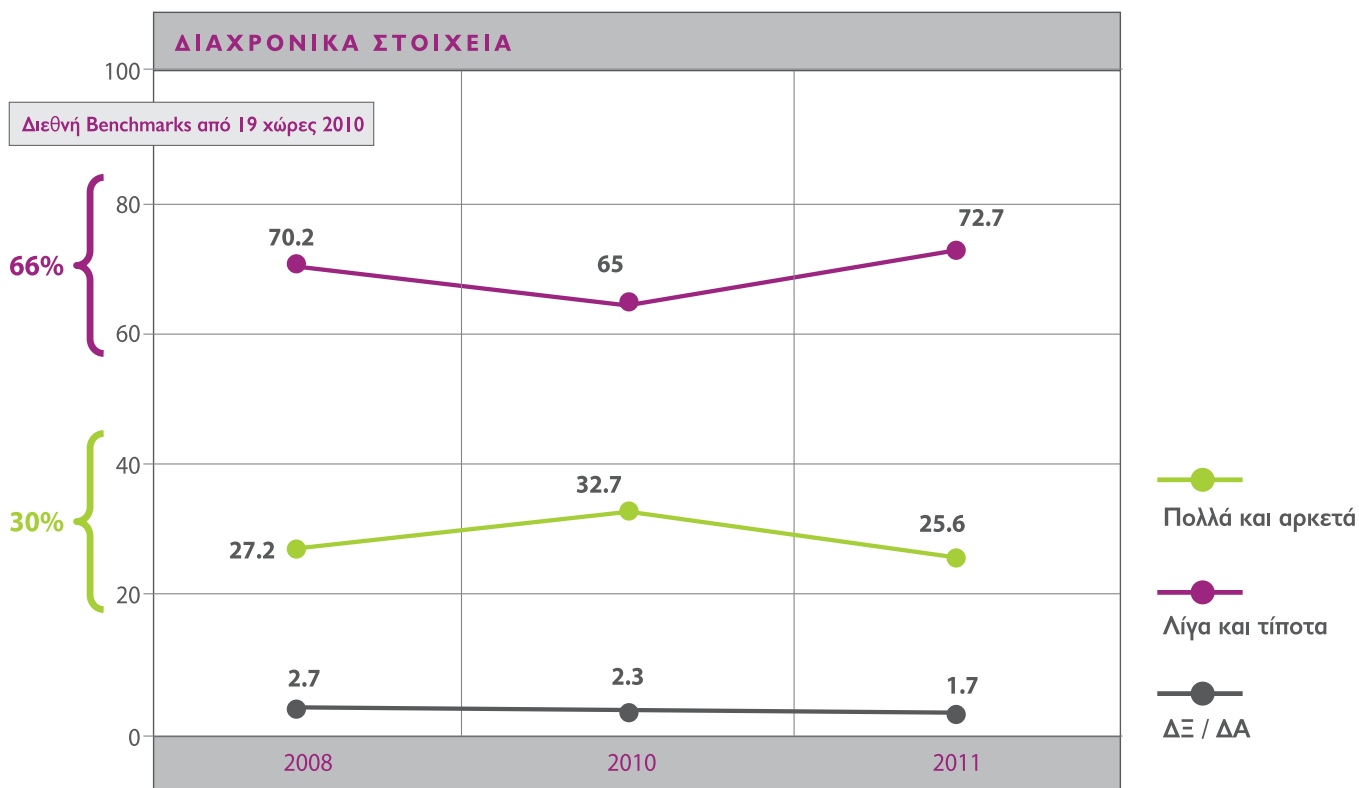
Μεθοδολογία ερώτησης: Αυθόρμητες αναφορές - μέχρι 2 απαντήσεις overall

# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

## 5. Ποιες είναι οι πηγές ενημέρωσης για την απόδοση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών;

### A. Ενημέρωση για την Απόδοση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

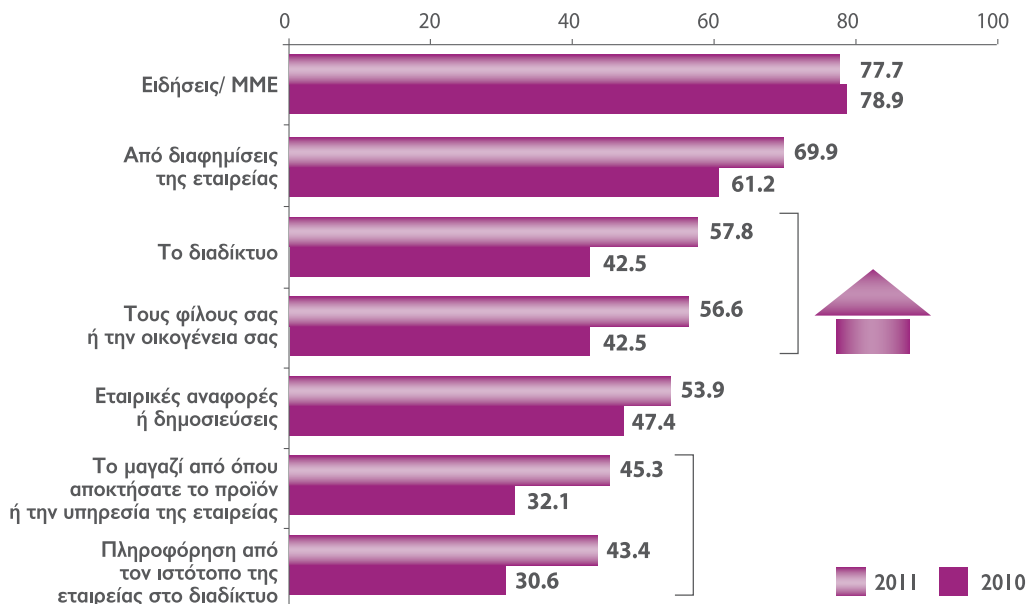
Διαχρονικά στοιχεία



«Τον τελευταίο χρόνο, σε σχέση με την προσπάθεια συγκεκριμένων εταιρειών να βελτιώσουν την κοινωνική και περιβαλλοντική τους συμπεριφορά και να προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, θα λέγατε ότι ακούσατε ή διαβάσατε...»

### B. Πηγές Ενημέρωσης για την Απόδοση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Διαχρονικά στοιχεία



# ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

## 6. Σχέση ΕΚΕ & Social Media

### A. Απόψεις για την σχέση ΕΚΕ & Social Media

Ομαδοποίηση σε 4 κατηγορίες με βάση τον βαθμό συσχετισμού/ σύνδεσης των επιχειρήσεων με τα social media.

Αρκετή συζήτηση γίνεται τα τελευταία χρόνια για το ρόλο των Social Media στην εξέλιξη της ΕΚΕ και της υπεύθυνης καταναλωτικής στάσης. Οι ερωτήσεις που ακολουθούν διερευνούν τη σύνδεση της ΕΚΕ και της υπεύθυνης κατανάλωσης με την εξάπλωση των Social Media. Παρακαλώ πείτε μου εάν συμφωνείτε απόλυτα, μάλλον συμφωνείτε, μάλλον διαφωνείτε ή διαφωνείτε απόλυτα με κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις.

#### ΑΥΞΗΣΗ ΕΚΕ

10. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ (51,4%)

#### ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1. Η ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΑΛΛΑΖΕΙ ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΟΥ **ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΤΗΝΟΥΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ** (69,2%)

2. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΔΙΝΕΙ ΤΗΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΕ ΜΜΕ **ΝΑ ΕΡΘΟΥΝ ΣΕ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΜΕΓΑΛΟ ΑΡΙΘΜΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ** (68%)

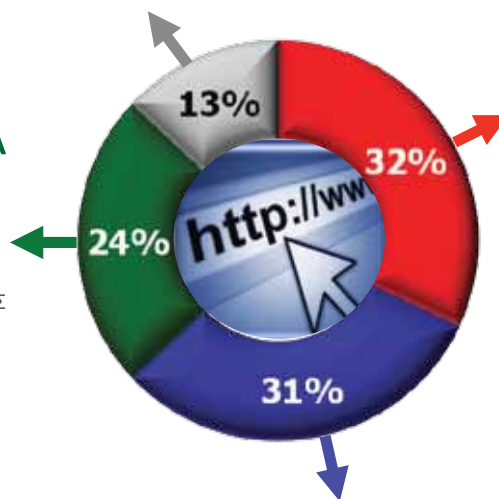
3. ΤΑ SOCIAL MEDIA ΕΙΝΑΙ ΕΝΑΣ **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ** (66,2%)

4. ΤΑ SOCIAL MEDIA ΕΧΟΥΝ ΑΡΧΙΣΕΙ ΝΑ ΠΑΙΖΟΥΝ ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟ ΡΟΛΟ ΣΤΟ ΠΩΣ **ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΩΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ** (59,6%)

#### ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

8. **ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΩΣ ΠΟΛΙΤΕΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΠΙΝΟΥΝ ΠΙΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ** (62,6%)

9. **ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΩΣ ΠΟΛΙΤΕΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΑ SOCIAL MEDIA, ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΟΥΝ ΠΙΟ ΥΠΕΥΘΥΝΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΑ ΜΙΑ ΚΡΙΣΗ** (57%)



#### ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΣΕ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

5. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΙΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΑΠΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ (50,6%)

6. **ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΥΝ ΜΙΑ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑΣ, ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΥ ΔΙΑΛΟΓΟΥ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ** (45,4%)

7. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΒΟΗΘΑ ΣΤΗ **ΔΙΑΦΑΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΙΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ** (40%)

## B. Τα κοινά social media

ως προς την αντίληψη που έχουν για τον ρόλο των social media στις επιχειρήσεις



**ΠΑΓΙΟΙ  
ΧΟΡΗΓΟΙ  
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΥ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

ALPHA TV

ALTER CHANNEL

ANTENNA TV

ASHLEY & HOLMES

BBDO

BOLD OGILVY

COCA COLA

DIAGEO

EPT AE

ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ - ΜΕΛΩΔΙΑ

LEO BURNETT

MEGA CHANNEL

OLYMPIC DDB

ΟΜΙΛΟΣ ΦΟΥΡΛΗ

STAR CHANNEL

VODAFONE



**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

Υπερείδου 7, 10558 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛ.2103318065-7, FAX 2103213570,

www.ioc.gr, email: info@ioc.gr

