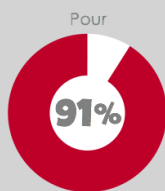


DES MEDIAS SOCIAUX AU SOCIAL BUSINESS



des dirigeants la transformation digitale de l'entreprise est un **objectif stratégique**

Les médias sociaux...



sont un **bouleversement sociétal** pour **75%**
sont une **priorité stratégique** pour **72%**
sont jugés comme **positifs** par **75%** des dirigeants

TOP 3 des médias sociaux utilisés en entreprise

| Utilisation par le répondant | | Médias sociaux | Utilisation par l'entreprise | |
|------------------------------|-----|----------------|------------------------------|-----|
| 2 | 78% | Facebook | 1 | 57% |
| 3 | 61% | Twitter | 2 | 55% |
| 1 | 82% | LinkedIn | 3 | 45% |

Les Médias Sociaux deviennent un canal de business

90%
87%
79%

présent que les médias sociaux

- sont un **outil de communication** efficace
- aident à la **compréhension** du client
- favorisent l'**engagement** du client



Près d'une entreprise sur deux utilise les médias sociaux pour

PROSPECTER

L'impact sur les ventes est encore jugé trop faible pour

2/3 des entreprises

La E-Réputation

est stratégique pour **93%** des dirigeants

MAIS **1 sur 2** estime que son entreprise ne **sait pas** la **mesurer**

Seulement **1/3** sait **l'influencer** en utilisant, par exemple, des **ambassadeurs de marque**

Près de **50%** d'entre eux pensent que leur entreprise ne **sait pas** gérer les **crises** de E-Réputation



2/3 des entreprises ont mis en place une **solution de suivi** de l'E-Réputation

Et pourtant, seulement...

34% sont encadrés dans leur prise de parole par une **charte**
26% sont **formés** à ces pratiques