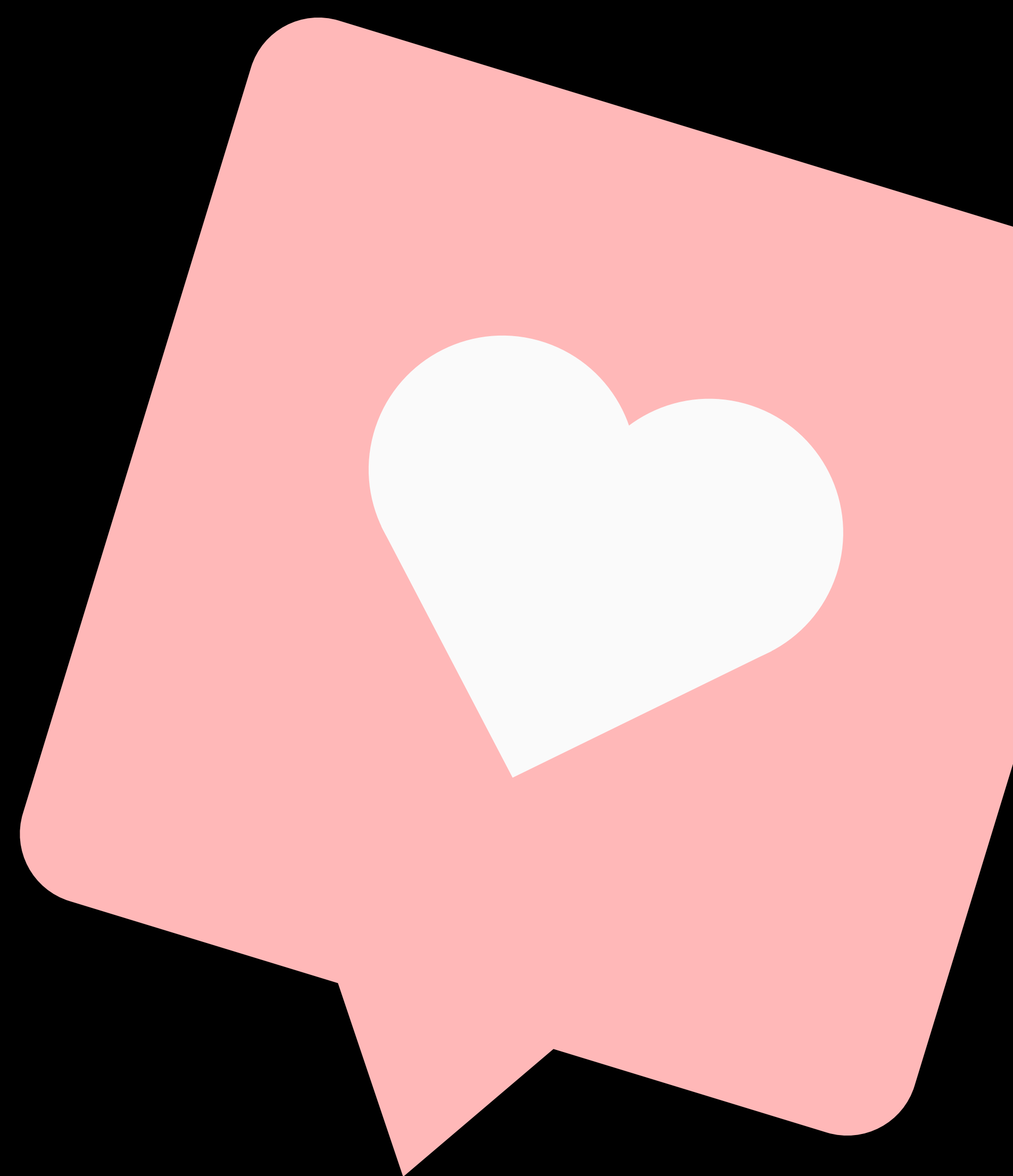


**Ako využívajú
slovenské
spoločnosti
sociálne siete
pre svoj
business?**

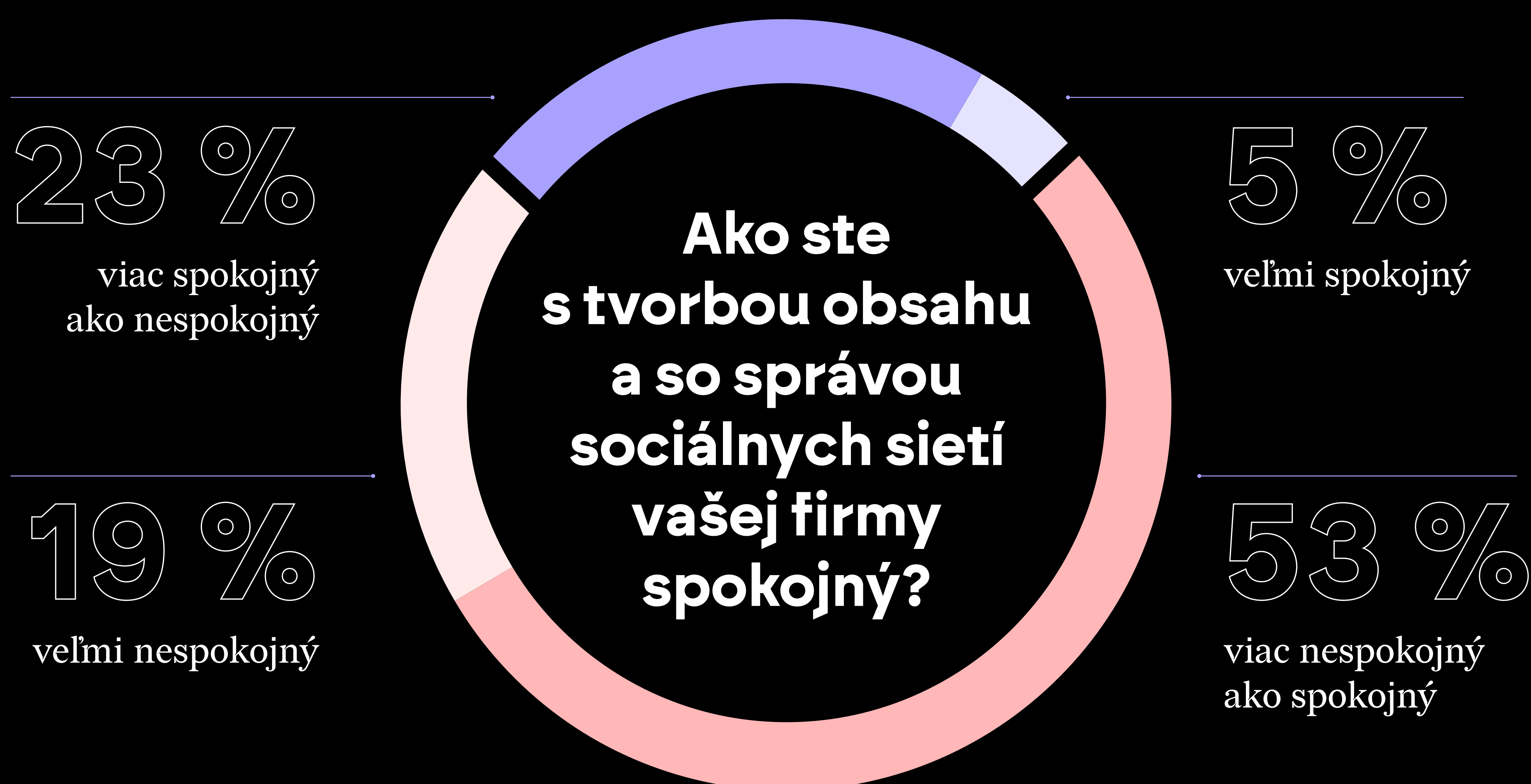
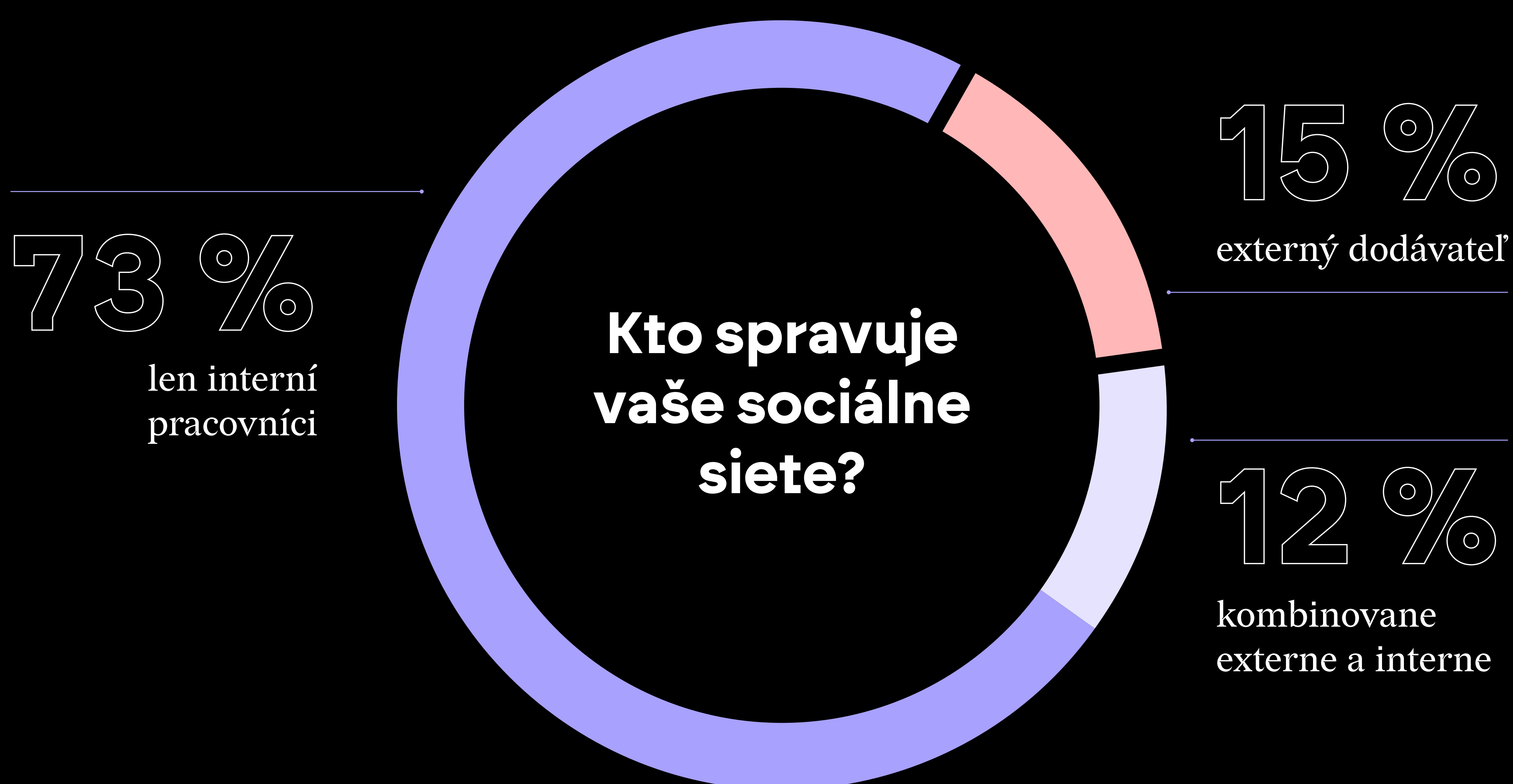
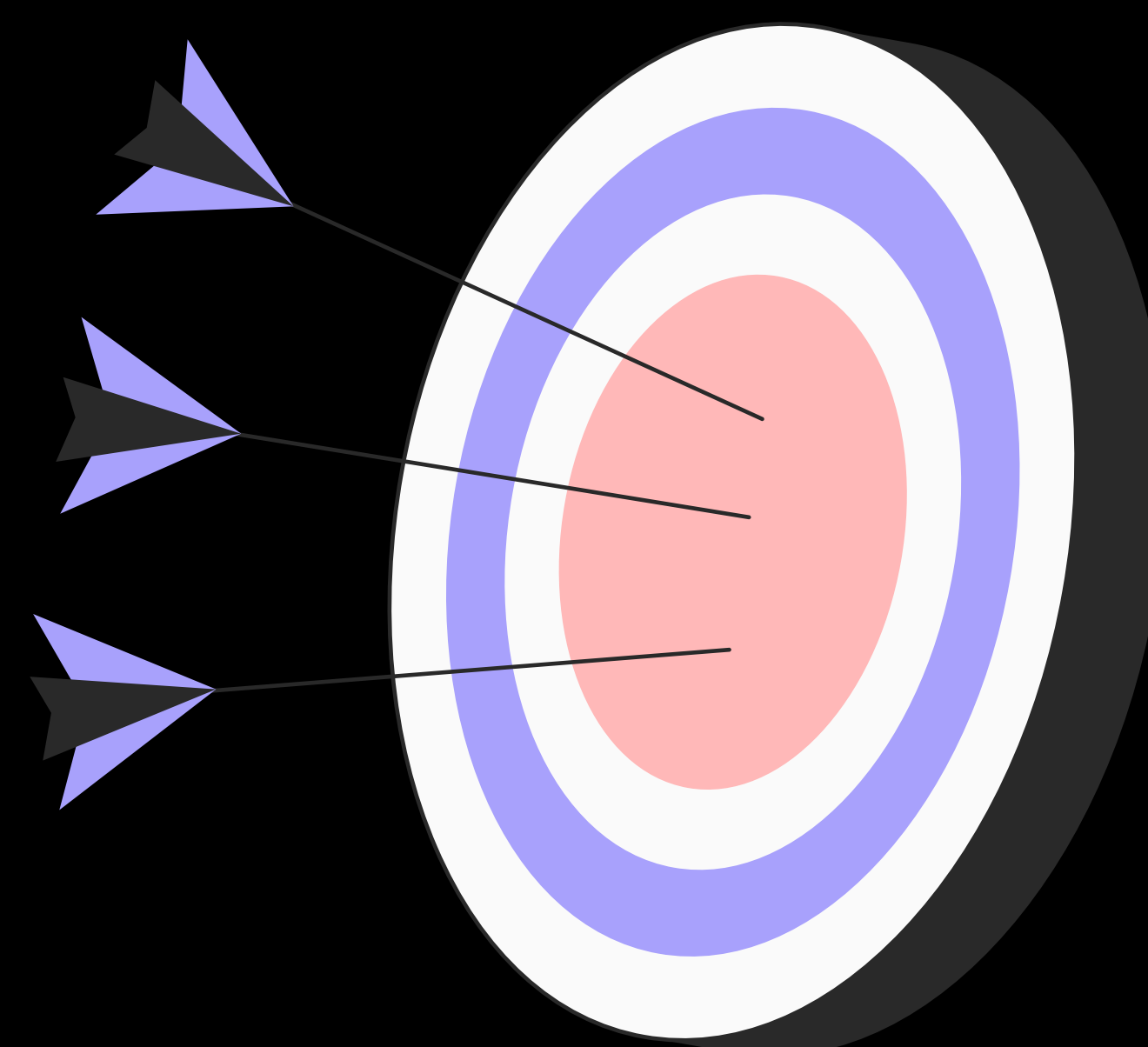


2CREATE
beyond marketing

Ako využívajú slovenské spoločnosti sociálne siete pre svoj business?

2CREATE®

Beyond-marketingová agentúra 2CREATE, ktorá má skúsenosti so správou sociálnych sietí pre viac ako 60 spoločností s rôznym business zameraním, realizovala prieskum v oblasti správy sociálnych sietí s cieľom zistenia miery spokojnosti využívania interných a externých zdrojov. Prieskum bol realizovaný v termíne marec až apríl 2024. Na otázky realizované formou internetového dotazníka odpovedalo 102 respondentov. Pre maximalizáciu objektivity sa do prieskumu zapájali len subjekty, ktoré v čase realizácie prieskumu neboli klientami agentúry 2CREATE.



Miera spokojnosti so správou sociálnych sietí podľa zapojenia externých správcov sociálnych sietí

Spoločnosti, kde správu sociálnych sietí riešia len interní pracovníci, sú na viac ako 80 % veľmi nespokojné alebo viac nespokojné. Naproti tomu v prípade spolupráce s externými odborníkmi, či už vo forme komplexne outsourcovanej správy, alebo kombinovanej správy s internými zdrojmi, dosahuje spokojnosť úroveň veľmi spokojný a viac spokojný ako nespokojný vyše 3-násobné hodnoty oproti spoločnostiam s čisto internou správou.

Interná správa

80%

veľmi nespokojné alebo viac nespokojné

3x

spokojnejšie

Spoločnosti s externe riešenými sociálnymi sieťami sú viac ako 3-násobne spokojnejšie.

39%

nevyhodnocujeme alebo len veľmi nepravidelne, resp. 1-x ročne

Ako často analyzujete a vyhodnocujete výsledky vašej komunikácie na sociálnych sieťach vo vašej spoločnosti?

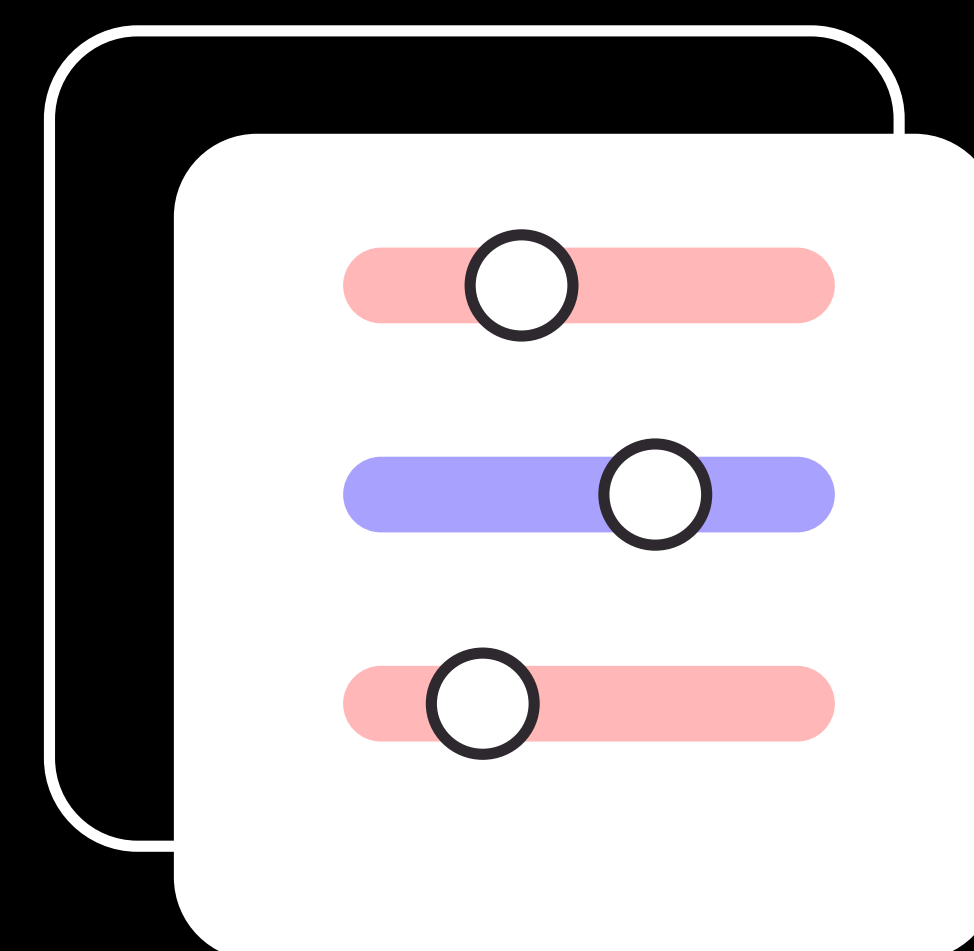
41%

1-x až 2-x mesačne máme vyhodnotenia, kde prechádzame priebežné výsledky

20%

1 x kvartálne alebo polročne

Prístup k systematickému vyhodnocovaniu výsledkov podľa využívania interných a externých správcov



Zo značiek, ktoré nevyhodnocujú správu sociálnych sietí vôbec alebo len veľmi sporadicky, je až 85 % spoločností, ktoré si správu realizujú len interne. Miera ich nespokojnosti je pritom zarážajúca – dve tretiny sú viac nespokojné ako spokojné a jedna tretina je veľmi nespokojná.

Žiadna zo spoločností, ktorá realizuje správu len interne a zároveň vyhodnocovanie nerealizuje vôbec, resp. len sporadicky, nie je s výsledkami správy svojich sociálnych sietí spokojná.

85 %

spoločností, ktoré nerobia žiadne alebo len sporadické vyhodnotenia, realizujú správu interne.

Sociálne siete sú najlepší a cenovo najefektívnejší spôsob na dosiahnutie obchodných cieľov.

47 %
úplne súhlasím

**Súhlasíte
s týmto
tvrdením?**

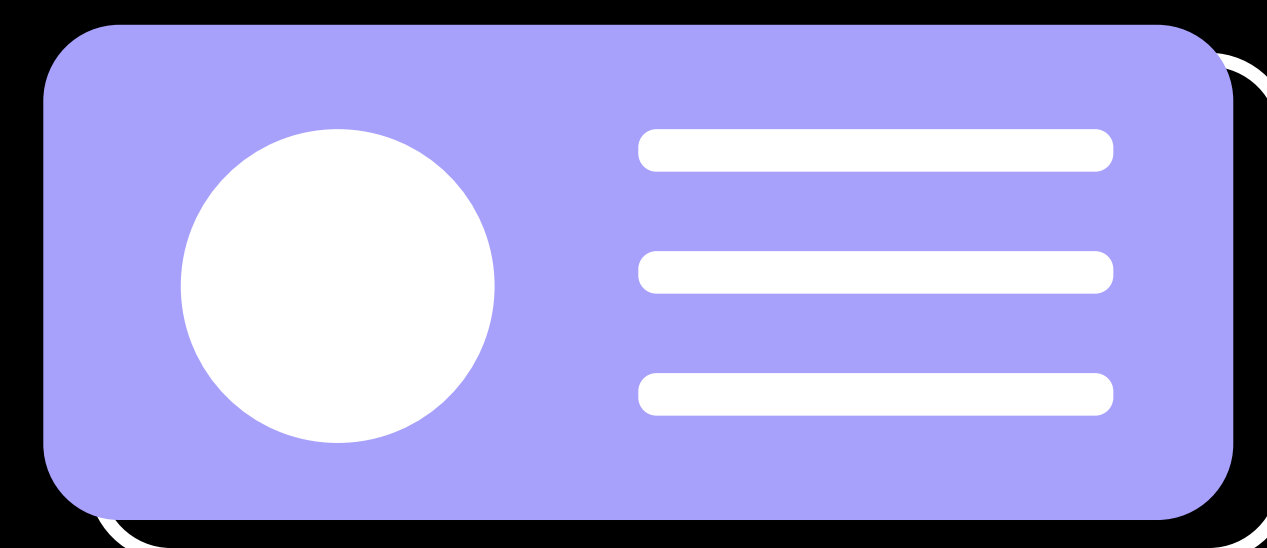
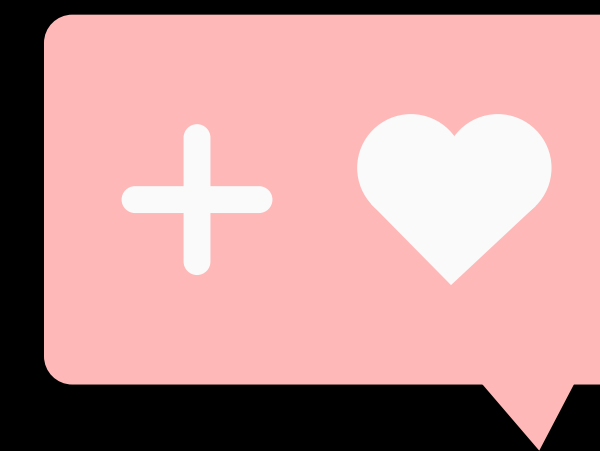
39 %

skôr súhlasím ako nesúhlasím

13 %

skôr nesúhlasím ako súhlasím

Dôvera v efektívne obchodné využitie sociálnych sietí vs. spokojnosť so správou a nastaveniami očakávaní

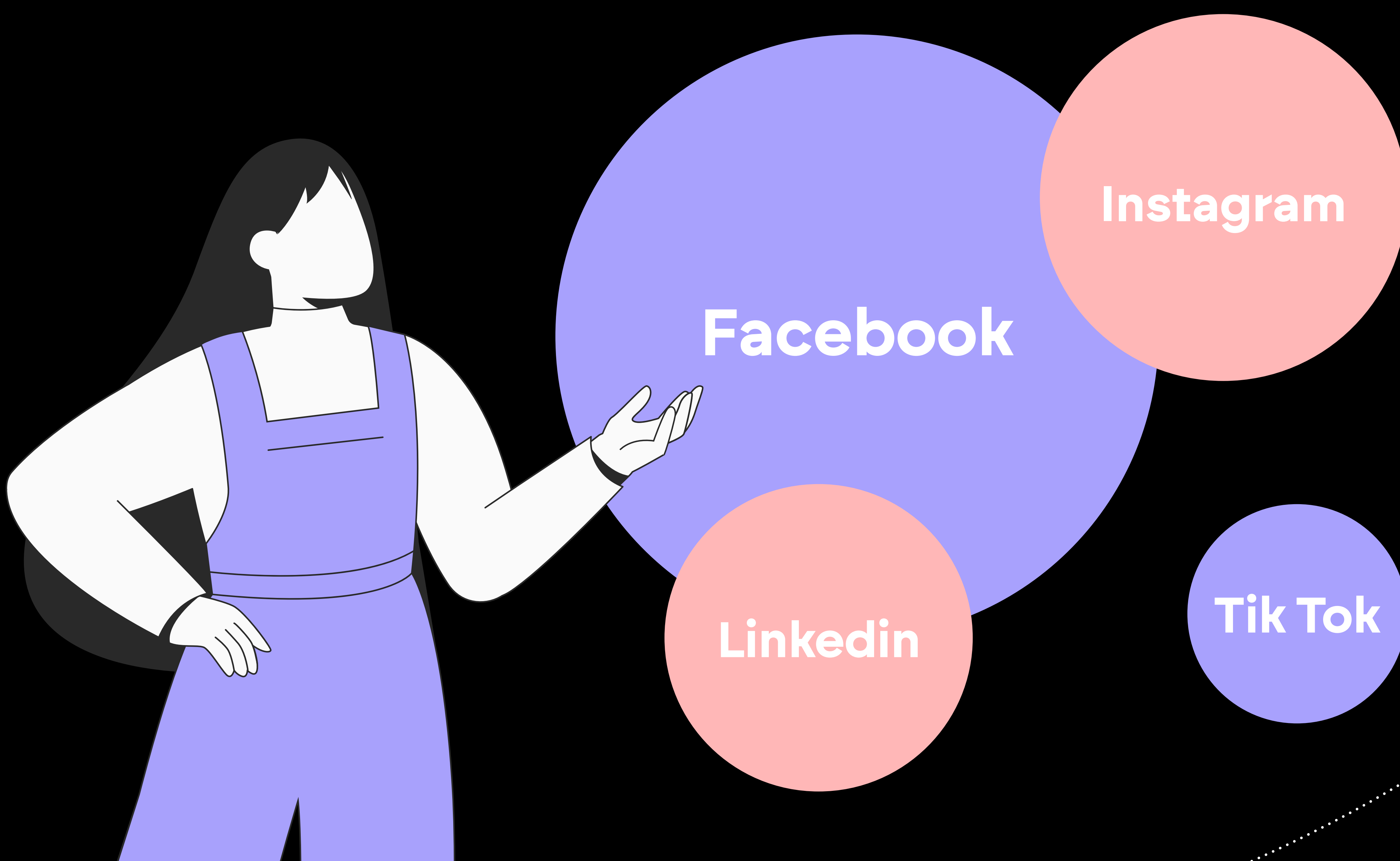


Až 87 % respondentov súhlasí s tým, že sociálne siete sú cenovo najefektívnejší spôsob na dosahovanie obchodných cieľov. Zo spoločností, ktoré s týmto tvrdením nesúhlasia, sú až tri štvrtiny aktívne len na jednej sociálnej sieti, a len 25 % má nejaké očakávania v oblasti obchodných výsledkov, no zároveň žiadna z týchto spoločností nie je ani trochu spokojná so správou svojich sociálnych sietí.

Až
87%

respondentov súhlasí s tým, že sociálne siete sú cenovo najefektívnejší spôsob na dosahovanie obchodných cieľov.

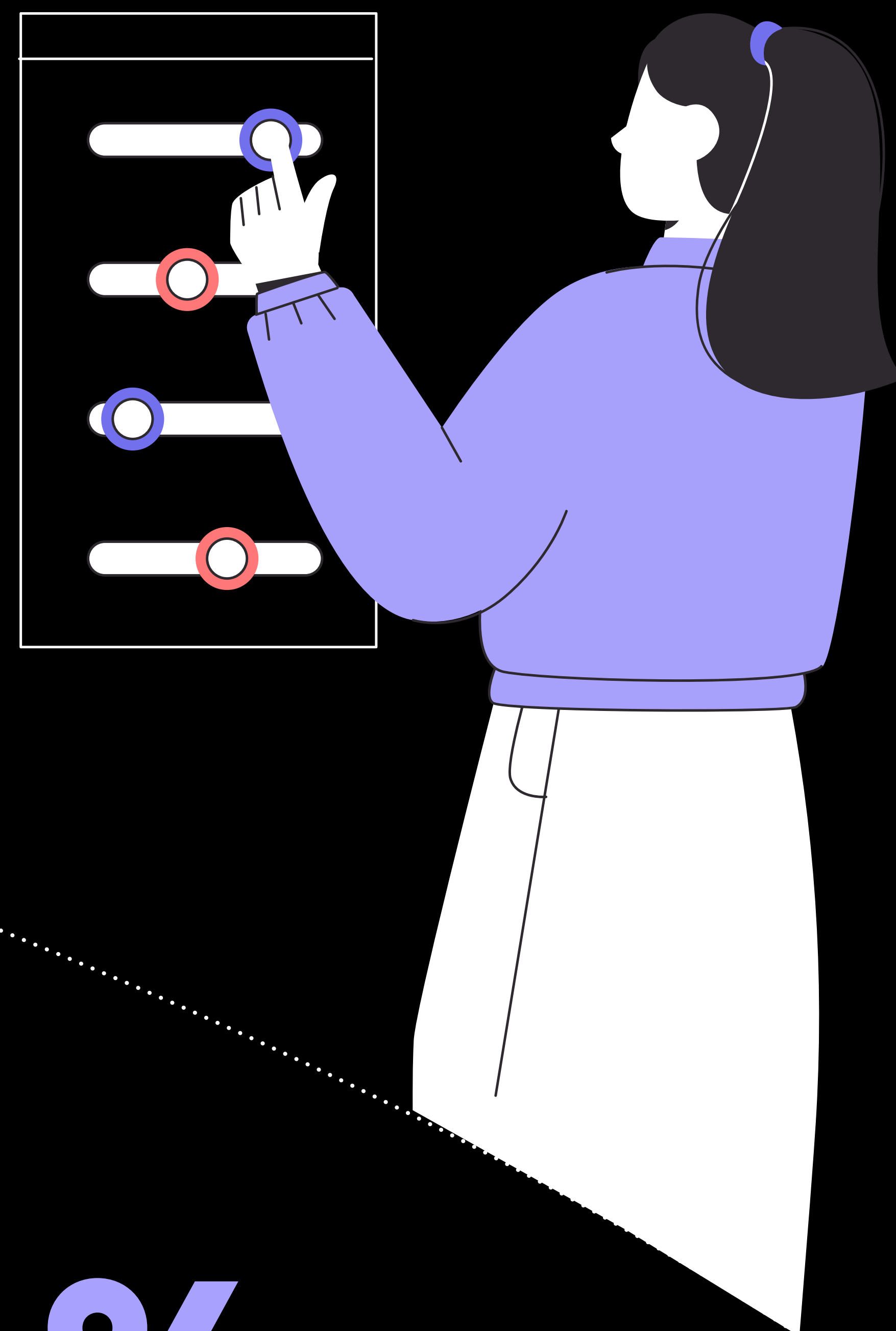
Aké sociálne siete spoločnosti aktívne využívajú a považujú ich za prínosné?



Synergický efekt využívania viacerých sociálnych sietí

2CREATE®

Viac ako 60 % spoločností, ktoré sa zúčastnili prieskumu, považuje svoju aktivitu za prínosnú len na jednej sociálnej sieti. Len 16 % využíva 3 a viac sociálnych sietí. Najčastejšou kombináciou sociálnych sietí v prieskume bola Facebook a LinkedIn. Najčastejšie využívanou sieťou je Facebook, ktorý aktívne spravujú dve tretiny respondentov. Nasledujú siete LinkedIn a Instagram, ktoré dosiahli takmer identickú mieru zapojenia do marketingovej komunikácie respondentov na úrovni zhruba 40 % z celkového počtu zapojených spoločností.



Viac ako
60 %

1 sociálna sieť

Len
16 %

3 a viac sociálnych sietí

24 %

áno, ale len sporadicky

3 %

áno, pravidelne

Spolupracujete s influencerami v komunikácii na vašich sociálnych sieťach?

21 %

nie a ani o tom neuvažujeme

52 %

zatiaľ nie, ale veľmi radi by sme v budúcnosti

27 % spoločností využíva v komunikácii na sociálnych sieťach spoluprácu s influencerami pravidelne alebo sporadicky. Viac ako polovica zatiaľ skúsenosti so spoluprácou s influencerami nemá, ale veľmi rada by takúto formu vyskúšala. Len 21 % spoločností neuvažuje o využívaní influencerov. Štyri z piatich spoločností majú celkovo pozitívne nastavenie na takúto spoluprácu.

9 %

neviem definovať
očakávania

**Aké sú vaše
očakávania
ohľadom využitia
sociálnych sietí
pre marketing a
komunikáciu?**

47 %

brand awareness
(zvyšovanie povedomia
o značke, získanie viac
followerov...)

44 %

podpora predaja
(zvýšiť zisk, zvýšiť počet
predaných výrobkov,
viac zákazníkov...)

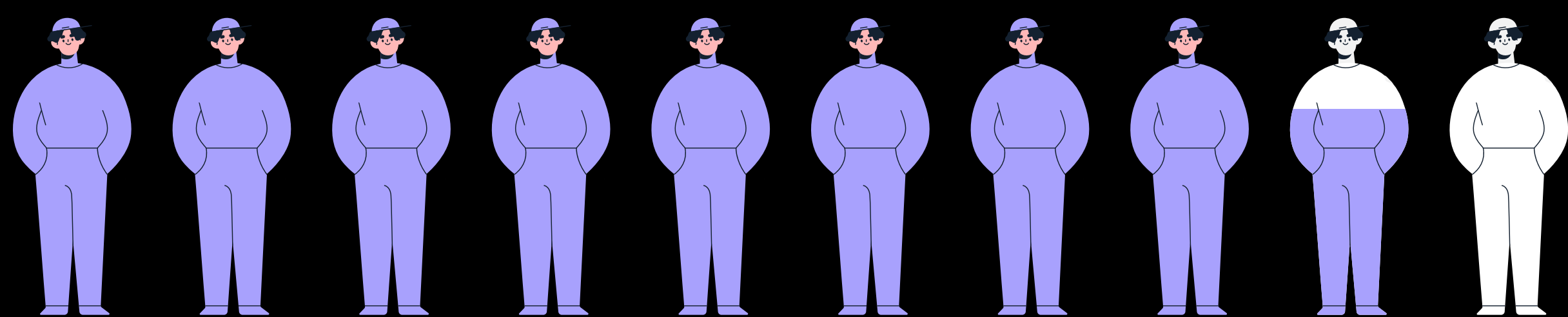
Ak je cieľom
podpora predaja,
len **50 %**
spoločností
realizuje pravidelné
vyhodnotenie

Nastavenie očakávaní od sociálnych sietí vs. systémový prístup k vyhodnocovaniu

Z otvorenej otázky vyplynuli rôzne odpovede získané od respondentov, ktoré sme rozdelili do 3 základných skupín. Menej ako 10 % spoločností vôbec nevie definovať očakávanie od sociálnych sietí. Len zhruba polovica spoločností, ktorých cieľom využitia sociálnych sietí je podpora predaja, realizuje pravidelné vyhodnocovania svojich aktivít 1-x až 2-x mesačne.

87%

respondentov uviedlo, že má záujem o konzultáciu a analýzu sociálnych sietí od externých odborníkov.



Sumarizácia zistení

Spoločnosti vedia vysoko pozitívne vyhodnotiť dôležitosť sociálnych sietí ako nástroja na dosiahnutie cieľov, no je až zarážajúce, akú malú pozornosť venujú systémovému vyhodnocovaniu a nastaveniu správnych očakávaní. Sú to pritom základné determinanty spokojnosti so správou sociálnych sietí.

Spoločnosti s internou správou sociálnych sietí majú prirodzene nižšiu mieru odborného know-how v rýchlo meniacich sa business podmienkach a možnostiach jednotlivých sietí. To vedie k nesprávnemu postupu pri nastavení očakávaní a definovaní si hodnotiacich kritérií, čím, samozrejme, uniká výrazný potenciál využitia sociálnych sietí na dosahovanie svojich cieľov.

Z výsledkov prieskumu však usudzujeme, že spoločnosti majú záujem tento stav zmeniť, ale potrebujú odbornú pomoc. Svedčí o tom aj fakt, že až 87 % respondentov uviedlo, že má záujem o konzultáciu a analýzu sociálnych sietí od externých odborníkov. Využitie externých zdrojov, či už v plnej, alebo čiastočnej hybridnej forme, preukázateľne vedie k viac ako 3-násobnému rastu celkovej spokojnosti s výsledkami na sociálnych sieťach.

Mimoriadne nevyužitým potenciálom je synergický efekt využívania viacerých sociálnych sietí a práca s influencerami. Viac ako polovica spoločností nemá takúto skúsenosť, ale veľmi rada by takúto formu minimálne vyskúšala.