

11.6.2010

Sosiaalinen media erottelee jyvät akanoista verkkoliiketoiminnassa

Käytännössä jokainen suomalainen nettikäyttäjä hyödyntää henkilökohtaisella tasolla sosiaalisen median palveluja. Tästä huolimatta tuoreimman IT-barometrin mukaan vain kuudesosalla suomalaisyrityksistä on selkeä strategia sosiaalisen median hyödyntämiselle. Määrä on yllättävän alhainen, eikä tulos juuri muuttunut vuotta aiempaan barometriin verrattuna.

Vaikka vain pienellä osalla yrityksistä on selkeä strategia sosiaalisen median hyödyntämiselle, ovat useat yritykset kuitenkin pohtineet työntekijöidensä sosiaalisen median käyttöä. Yli puolet IT-barometrin vastaajista ilmoitti, että heidän yrityksessään on pelisääntöjä ja käytäntöjä, jotka rajoittavat sosiaalisen median hyödyntämistä työpaikalla.

Sosiaalisen median käytön rajoittamisen sijaan yritysten kannattaisi laatia huolellinen sosiaalisen median strategia, joka ohjeistaisi työntekijöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa. Rohkaisemalla ja tukemalla työntekijöitään yritys voi hankkia tuntuvasti positiivista näkyvyyttä sekä modernina asiantuntijayrityksenä että useiden huippuosaaajien työllistäjänä.

Kuusi kymmenestä IT-barometrin vastaajasta kertoi yrityksensä tavoittelevan verkkoliiketoiminnan merkittävää kasvua. Tästä huolimatta vain 12 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että sosiaalista mediaa hyödynnetään laajasti liiketoiminnassa. Miksi luvut eivät kohtaa? Menestyvä verkkoliiketoiminta kulkee käsi kädessä sosiaalisen median hyödyntämisen kanssa. Tulevaisuudessa yrityksillä tulee olla monipuolinen sosiaalinen median strategia, jotta verkkoliiketoiminnasta saadaan maksimaalinen hyöty.

”Sosiaalinen media tarjoaa tehokkaat keinot verkkoliiketoiminnan kehittämiseen. Yksinkertaisimmillaan se tarjoaa uuden kanavan asiakaskontaktien solmimiseen, suositteluun ja palautteen keräämiseen. Myös B2B-yritykset voivat tehostaa verkkoliiketoimintaansa sosiaalisen median avulla, sillä suuriinkin päätöksiin vaikuttavat verkon kautta välittyvät mielikuvat. Brändin vahvistamisessa sosiaalinen media on tehokas apuväline toimialasta riippumatta”, sanoo Tietotekniikan liiton toiminnanjohtaja **Robert Serén**.

IT-barometrin tulokset ovat luettavissa osoitteessa www.ttlry.fi.