Studiu Valoria: Doar 3 din 10 companii folosesc social media pentru vânzări

Conform studiului „Like & Share 2017”, un studiu despre social media marketing în cadrul companiilor din România lansat azi de Valoria, eficiența marketingului în cadrul rețelelor de socializare este recunoscută de 80% dintre companii. De asemenea, 63% dintre acestea spun că social media reprezintă un canal eficient de creare a oportunităților de vânzare, dar numai 3 din 10 folosesc social media pentru vânzări.

„Studiul Like & Share se înscrie în seria cercetărilor pe care le-am făcut în ultimii ani pe acest subiect. Este un studiu de percepție privind rolul pe care îl are social media marketing în companiile din România. Chiar dacă unghiurile de analiză s-au diversificat de-a lungul timpului, corelat cu dinamica social media, întrebările esențiale au rămas. Din acest studiu aflăm informații despre cele mai utilizate platforme, proporția companiilor care au o strategie de promovare pe social media, de cât timp utilizează companiile social media, cu ce frecvență, în ce scop, care sunt beneficiile și bugetele alocate sau care este rolul social media în procesul de vânzare al companiilor”, spune Elena Badea, Managing Partner Valoria, co-autoarea studiului.

Cele mai folosite platforme de social media

Social media este deja parte din mixul standard de marketing. Dacă în urmă cu patru ani, 22% dintre companii își puneau întrebarea dacă să includă social media în planul lor de marketing, acum doar 5% au în continuare un anumit tip de rezistență la această abordare. Mai exact, 87% dintre companiile din România spun că utilizează rețelele sociale în marketing, iar 8% spun că vor începe să le utilizeze în

perioada următoare.

Cele mai folosite platforme pentru social media marketing în România sunt: Facebook – 96%, LinkedIn – 70%, Youtube – 44%. Conform Social Media Examiner, pe primele trei locuri la nivel global se află: Facebook – 93%, Twitter – 76% și LinedIn – 67%. Este de remarcat faptul că atât Facebook, cât și LinkedIn au procente mai mari de utilizare în companiile din România decât la nivel global.

Platformele cele mai folosite de companiile din România pentru reclamele sponsorizate sunt: Facebook – 81%, Google – 50% și LinkedIn – 14%. Tot Social Media Examiner arată că, la nivel global primele trei locuri sunt ocupate de: Facebook – 87%, Google – 39% și Twiter – 18%, urmat abia apoi de LinkedIn cu 17%.

Abordarea strategică a social media marketing

Doar 25% dintre respondenți spun că au o strategie privind social media marketing la nivelul întregii companii, 51% spun că au o astel de strategie la nivelul echipei de marketing, iar 4% au o strategie de social media marketing numai la nivelul echipei comerciale. În continuare, două din 10 companii nu au nici un fel de strategie pentru social media marketing.

Conform rezultatelor cercetării, cele mai multe companii folosesc social media marketing în România de 2-3 ani (25%), dar la nivel global, procentul cel mai mare este cel al companiilor care folosesc social media marketing de peste 5 ani (21%). Companiile care folosesc social media marketing de mai puțin de un an este de 15% în România și de 20% la nivel global.

Bugete și activități de social media marketing

37% dintre companiile din Romania au investit sub 1000 de euro în promovarea prin intermediul rețelelor sociale în ultimul

an, 25% au investit între 1000 și 3000 de euro, 11% au investit între 3000 și 5000 de euro, în timp ce 9% au investit între 5000 si 10000 de euro pentru același demers. Un procent de numai 13% dintre respondenți au afirmat că au investit peste 10000 de euro în promovarea companiilor lor prin social media în ultimul an.

Cele mai multe companii (82%) oferă followerilor conținut despre produsele și serviciile companiei, 66% dau informații despre companie, iar 58% au conținut despre campanii, promoții, vânzare directă sau indirectă. Ofertele de locuri de muncă apar pe social media la doar 41% dintre companii. La nivel global, 41% dintre companii măsoară randamentul investițiilor în social media, comparativ cu 59% în România.

Timpul alocat și frecvența postărilor în social media

Timpul săptămânal alocat pentru promovarea companiei în social media, constatăm că atât în România (59%) cât și la nivel global (36%), cele mai multe companii spun că alocă maxim 1-5 ore pentru această activitate. Totuși, la nivel global 21% dintre companii alocă 11-20 de ore, pe când în România doar 7% alocă acest buget de timp, aceasta fiind cea de-a doua cea mai importantă diferență dintre cele două analize.

Rezultatele cercetării arată că 37% dintre companiile din România au postări zilnice pe canalele de social media, 31% o dată la 2-3 zile, iar 27% au o postare pe săptămână. Corelat cu aceste rezultate, știm că există în continuare o provocare majoră în companii legată de capacitatea de a genera conținut pentru social media, ceea ce condus la scăderea cu 12% a procentului de companii cu postări zilnice în ultimii trei ani.

Beneficiile social media marketing

Dacă la nivel global principalele trei beneficii aduse de social media marketing sunt: creșterea notorietății companiei – 90%, creșterea expunerii pe piață – 89% și fidelizarea

clienților, în România primele două locuri se păstrează cu procente de 84% respectiv 57%, dar pe locul al treilea găsim generarea de oportunități de vânzare cu 50%. Cea mai mare discrepanță este generată de faptul că la nivel global 66% dintre companii au ca beneficiu generarea unei perspective asupra pieței cu ajutorul social media, dar în România numai 19% dintre companii au această capacitate.

„În condițiile în care social media devine cea mai importantă sursă de informare, acest studiu arată care este abordarea companiilor privind marketingul în acest mediu și cu ce rezultate. Informațiile despre companii au evoluat de la simple imagini cu logo-ul companiei și mesajul text care să justifice scopul postării la ceea ce în prezent vedem exprimat ca mesaj sub forma 360°video, live streams, conținut vizual cât mai dinamic (realitatea augmentată). Deoarece informația se consumă tot mai mult prin news feed în social media, este important să urmărim cum vor evolua marketing-ul și comunicarea companiilor în acest mediu. Studiul ***Like & Share*** *oferă instantaneul de care avem nevoie ca să știm direcția în care mergem”, spune Constantin Măgdălina, Expert Tendințe și Tehnologii Emergente, co-autor al cercetării.*

* * *

Despre studiu

Studiul Valoria sondează percepțiile directorilor de marketing și managerilor din conducerea companiilor din România cu privire la rolul marketingului prin rețelele de socializare în cadrul mixului de marketing. Chestionarul, la care s-au primit 339 de răspunsuri, a fost aplicat în perioada 9 februarie – 11 aprilie 2017. Raportul prezintă și date comparative cu rezultatele studiului global similar realizat de Social Media Examiner. 12% dintre respondenți provin din companii cu cifra de afaceri mai mare de 100 de milioane EUR, 7% din companii cu cifră de afaceri între 50-100 milioane EUR , 26% din companii cu cifră de afaceri între 10-50 milioane EUR, 24% cu cifra de

afaceri între 1-10 milioane EUR și 31% sub 1 milion de EUR cifră de afaceri. 16% dintre respondenți au funcția de CEO/Președinte/Director General, iar 70% au funcția de Marketing Director/Manager/Specialist. Acest studiul a fost realizat cu sprijinul echipei Doingbusiness.ro.

Despre Valoria

Valoria Business Solutions este o companie de consultanță, training, și coaching. Misiunea companiei este aceea de a transforma în valoare potențialul echipelor și organizațiilor. Competența, încrederea, inovația și pasiunea sunt valorile pe care le susținem prin tot ceea ce facem. Credem în oameni și în aspirația lor de împlinire personală și profesională și în dorința lor de a-și accelera potențialul. Aflați mai multe despre noi pe: www.valoria.ro.