

“Like” min virksomhed

- En undersøgelse af brugen af sociale medier i mindre danske virksomheder i 2012

1. august 2012

Det er tilladt at gengive tal og figurer fra rapporten med kildehenvisning til IVÆKST.

Introduktion

Sociale medier, som Facebook, Google+, Twitter, er allerede blevet en central del af danskernes hverdag. Over 50% af danskerne har en Facebook-profil og Danmark er generelt et af de lande i verden, hvor flest mennesker bruger internettet til dagligt.

Vi satte os for at finde ud af, om denne sociale trend på nettet også er gældende blandt de små og mellemstore virksomheder i Danmark.

Derfor foretog erhvervsportalen IVÆKST I foråret 2012 en undersøgelse blandt brugerne på IVÆKST om deres brug af sociale medier i virksomheden. Undersøgelsen løb over en måneds tid på ivaekst.dk og involverede 412 mindre virksomheder i Danmark.

Her er de bearbejdede resultater fra undersøgelsen.

God læsning

[IVÆKST](http://ivaekst.dk)

Kort om IVÆKST

IVÆKST er en erhvervsportal, ivaekst.dk, som tilbyder artikler om virksomhedsdrift, praktiske kurser og andre tilbud målrettet de små og mellemstore virksomheder i Danmark.

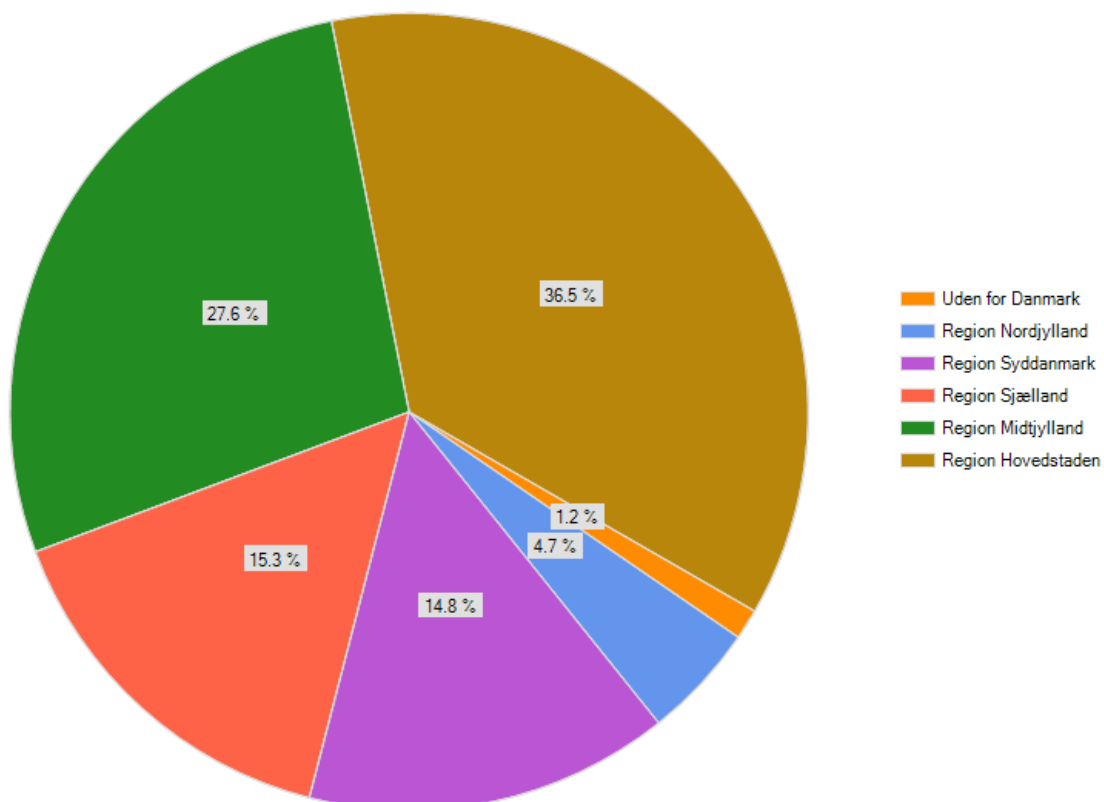
Alt indholdet fra IVÆKST er gratis.

Deltagerne

Fordelingen var på 58,5% kvinder og 41,5% mænd . Det er en del over landsfordelingen af mænd og kvinder og langt over kønsfordelingen blandt iværksættere ([Erhvervs- og Byggestyrelsen anslog i 2009 at kun op imod hver fjerde danske iværksætter er kvinde](#)).

Samtidig viser undersøgelsen, at $\frac{2}{3}$ af virksomhederne kun består af ejeren selv. Deltagerne kommer hovedsageligt fra Detail-, Handel- og Kommunikationsbranchen og er baseret primært i Hovedstadsområdet og i Midtjylland.

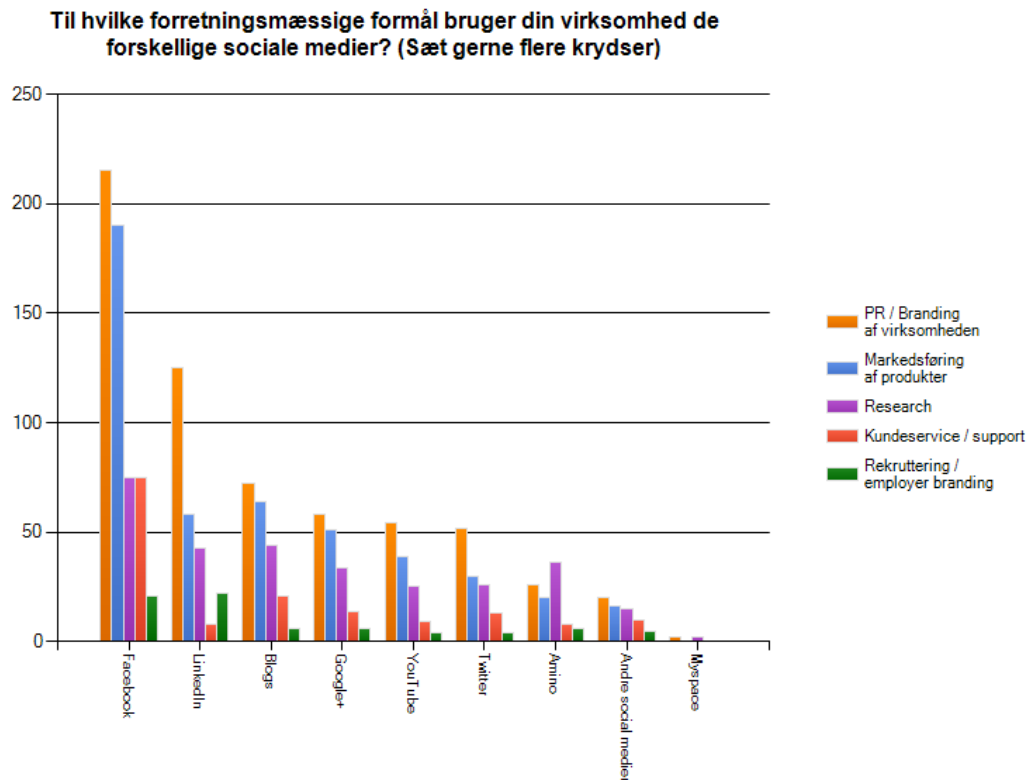
Hvor i landet er din virksomhed placeret?



Sociale medier er populære blandt de mindre virksomheder

Den massive dækning af sociale medier i pressen og i iværksætttermiljøet generelt ser ud til at have haft en effekt. Omtrent $\frac{2}{3}$ (ca. 65%) af alle iværksætterne i undersøgelsen har svaret “ja” til spørgsmålet om virksomheden bruger sociale medier.

Det er ikke overraskende Facebook, som er det mest populære medie til at brande virksomheden, markedsføre produkter, foretage research og yde support. LinkedIn er det foretrukne medie, når det handler om at rekruttere nye medarbejdere til virksomheden.



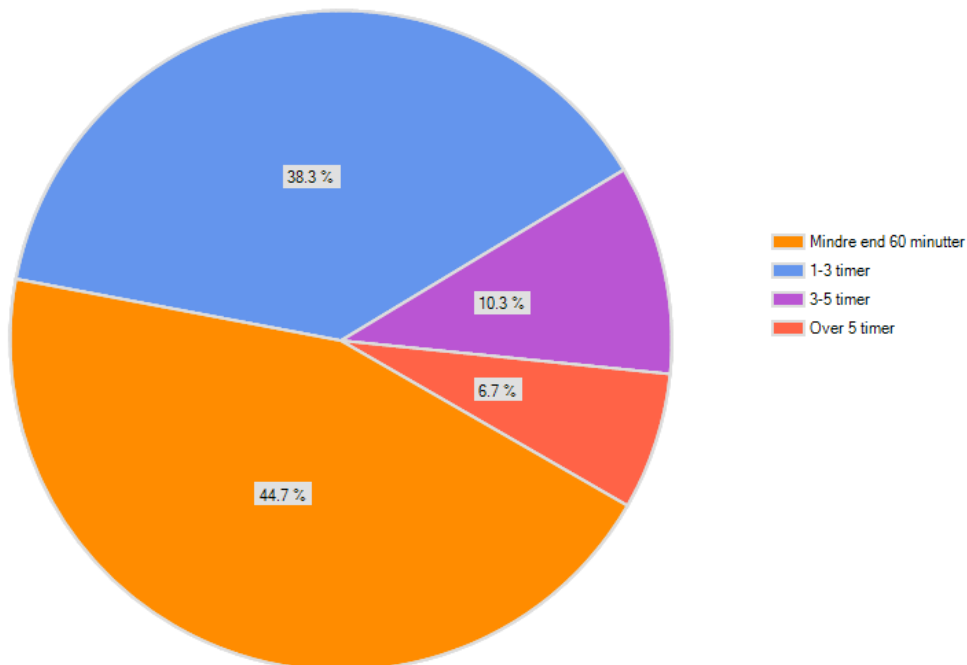
Sociale medier er ikke nogen tidsrøver

Selvom sociale medier spiller en udbredt rolle i de mindre virksomheder, så er det stadig begrænset, hvor meget tid virksomhederne afsætter til at bruge kanalerne.

Næsten halvdelen af alle virksomhederne bruger mindre end én time om ugen i de sociale medier og over 70% bruger mindre end 3 timer ugentligt.

En mindre andel (de resterende 17%) har dog allerede inkluderet sociale medier som en central aktivitet i deres virksomhed og bruger min. 3 timer om ugen på at nå ud til kunderne gennem Facebook og de andre nye alternativer på nettet.

Hvor lang tid bruger din virksomhed ugentligt på sociale medier i forretningsmæssige sammenhænge? (procent af samlede besvarelser)

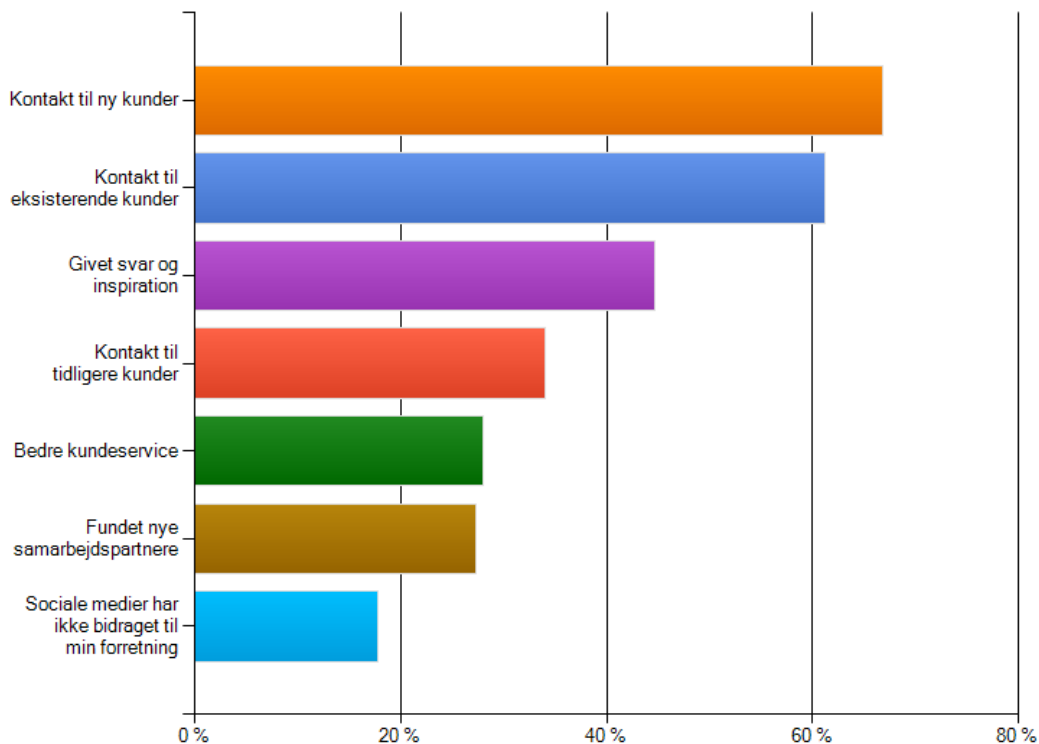


Hvad giver sociale medier?

De sociale medier skaber især værdi for de små virksomheder ved at give muligheder for at nå nye kunder og til at holde kontakten ved lige med eksisterende kunder. Over 60% af virksomhederne havde positiv erfaring med kundekontakten på de sociale platforme.

Desuden har de sociale medier fungeret som inspirationskilder for mange brugere og har hjulpet til at genoptage kontakten med tidligere kunder. Ca en fjerdedel af virksomhederne har også brugt de sociale medier til at yde bedre kundeservice og finde nye samarbejdspartnere.

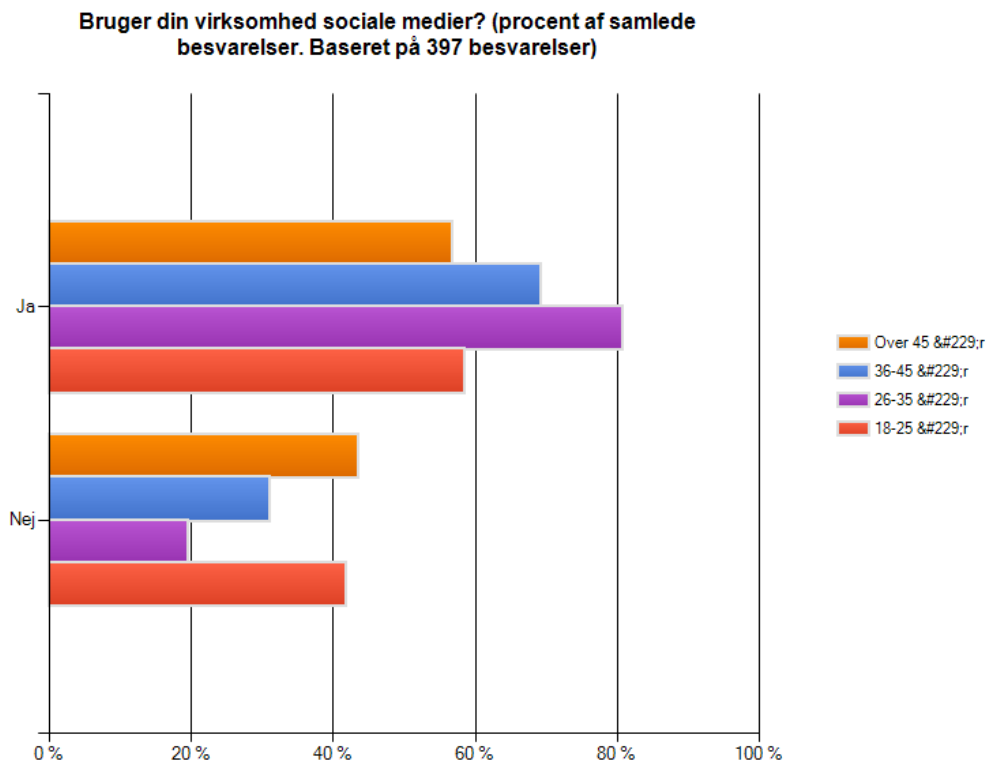
Hvordan har sociale medier bidraget til din forretning? (procent af samlede besvarelser)



De yngre kvinder fra Københavnsområdet

Ikke overraskende er den yngre del af iværksætterne, som har taget sociale medier mest til sig. 78% af brugerne under 35år er hyppige brugere i hverdagen, mens kun ca. 57% af iværksætterne over 45 år bruger sociale medier aktivt i virksomheden.

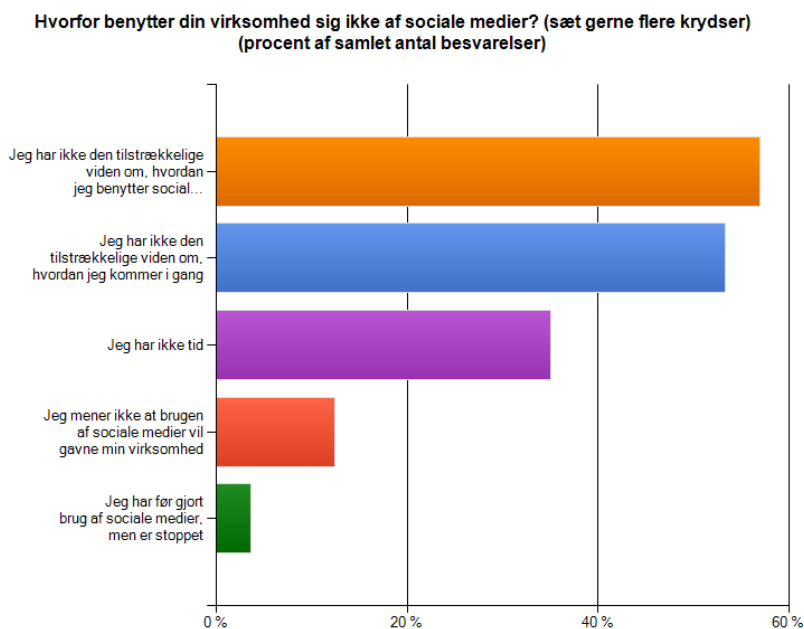
Kvinderne er lidt mere med på bølgen end mændene, hvor ca. 70% af kvinderne bruger sociale medier mod 60% af mændene. Der er størst aktivitet online blandt virksomhederne i Københavnsområdet, men hvis man justerer for befolkningstallet i de forskellige regioner, så er det nogenlunde jævnt fordelt.



Manglende viden om mulighederne

Blandt de 137 virksomheder (35% af alle virksomhederne i undersøgelsen) som endnu ikke har benyttet de sociale medier i forretningsmæssig øjemed planlægger lidt over 50% af bruge sociale medier aktivt i virksomheden i fremtiden. Kun 12% svarer direkte, at de ikke vil integrere sociale medier i virksomheden fremadrettet.

Hovedårsagerne til at virksomhederne ikke har brugt de sociale medier endnu handler i høj grad om manglende viden om de praktiske anvendelsesmuligheder og konkrete metoder til at bruge medierne effektivt. Tiden spiller selvfølgelig en rolle i en mindre virksomhed, men det er kun ca. en tredjedel af virksomhederne, som angiver det som en årsag til at de ikke anvender platformene.



Sociale medier betaler sig

76% af dem som benytter sociale medier allerede regner med at bruge kanalen i endnu højere grad i fremtiden.

Rent faktisk viser det sig, at desto mere tid virksomhederne allerede bruger på sociale medier desto mere forventer de at bruge på de sociale platforme i fremtiden.

Investeringen i tid ser altså ud til at give pote for virksomhederne.

Konklusion

I korte træk viser undersøgelsen af et overvejende flertal (65%) af de små virksomheder i Danmark allerede bruger sociale medier i dagligdagen. De fleste bruger mellem nogle minutter og 3 timer på sociale medier om ugen, mens et fåtal bruger mere.

Samtidig forventer næsten alle af de sociale medier-brugere at øge eller fortsætte deres tidsforbrug på sociale medier i virksomheden i fremtiden

Selvom det er de yngre som er mest med på bølgen, så er alle aldersgrupper pænt repræsenteret. Kvinderne er lidt bedre repræsenteret end mændene Det er ikke overraskende Facebook og LinkedIn, som er de mest populære medier blandt brugerne.

Virksomhederne bruger i overvældende grad de sociale medier til skabe kontakt til nye, eksisterende og gamle kunder samt at finde nye inspirationsveje.

Blandt de virksomheder som endnu ikke bruger de sociale platforme til at markedsføre sig på er det hovedsageligt et spørgsmål om manglende viden, om hvordan produkterne kan skabe mere værdi, end det er et spørgsmål om tid og ressourcer.

Vil du vide mere?

Opret en gratis bruger på ivaekst.dk og få adgang til:

- Over hundrede gratis kurser
- Praktiske værktøjer og downloads
- Skabeloner til juridiske dokumenter, forretningsplaner og meget andet
- Mere end tusinde faglige artikler om virksomhedsdrift og iværksætteri

Læs mere og opret dig her:

<http://ivaekst.dk/Opret-dig-som-bruger>

Få altid de nyeste tilbud fra IVÆKST -
Tilmeld dig vores nyhedsbrev her:

<http://ivaekst.dk/nyhedsbrev>