37% des salariés sont « fans » de leur entreprise sur les réseaux sociaux. Voici l'un des principaux enseignements d'une étude menée par l'Observatoire Cegos. Publiée hier, cette enquête vise à mieux comprendre l'impact des médias sociaux sur l'activité professionnelle. Celle-ci montre notamment que l'usage des réseaux sociaux relève principalement de la sphère privée. Au travail, cette utilisation se révèle davantage « passive ».

Parmi les autres informations clefs de cette étude :

- 61% des salariés déclarent être membre de Facebook.
- Les réseaux sociaux professionnels arrivent loin derrière, avec 9% pour Viadeo et 6% pour LinkedIn.
- A titre professionnel, les salariés utilisent d'abord les réseaux sociaux pour agrandir le cercle de leurs connaissances (59%), prendre des informations sur le marché, les concurrents (44%) ou chercher un emploi (25%).
- 32% des salariés sondés estiment que les réseaux sociaux favorisent l'accès à l'information.
- En revanche, 18% estiment que les réseaux ont une influence négative sur la gestion de leur temps de travail.
- Aujourd'hui, 37% des salariés se déclarent « fans » de leur entreprise.
- Seuls 20% des salariés ont des craintes vis-à-vis de leur employeur lorsqu'ils s'expriment sur les réseaux sociaux.
- Mais, 45% des salariés pensent qu'ils n'ont pas le droit de parler de leur entreprise sur les réseaux. Et, seuls 9% des salariés évoquent leur entreprise sur ces plateformes.

Côté entreprise,

- Une entreprise interrogée sur deux est déjà présente sur les réseaux sociaux.
- 43% des responsables de réseaux sociaux jugent leurs équipes compétentes sur ce sujet.

- 47% des entreprises de 250 à 5 000 salariés estiment avoir besoin d’un community manager dans les 3 ans à venir.
- Seuls 23% des entreprises disposent d’un réseau social interne

L’enquête a été menée en France auprès de 1200 salariés et 300 responsables de réseaux sociaux dans les entreprise
Source :https://frenchweb.fr