

Le moins que l'on puisse dire est que l'usage réel des réseaux sociaux par les salariés est assez peu au bénéfice de leur entreprise. 61% d'entre eux utilisent Facebook avant tout pour communiquer avec leurs amis selon une enquête Cegos parue ce mercredi 18 janvier.



Stratégie

Réseaux Sociaux

Les réseaux sociaux sont d'abord utilisés pour la sphère privée, si l'on en croit l'enquête de Cegos (1) rendue public mercredi 18 janvier. Facebook arrive très largement en tête des réseaux utilisés par les salariés (61%), loin devant Viadeo (9%) et LinkedIn (6%) qui sont, eux, à usage professionnel.

Des équipes incompetentes ? Côté entreprises, l'utilisation des réseaux sociaux n'est pas encore tout à fait au point, d'après l'enquête. Si une entreprise sur deux y est présente, 43% des responsables de ces réseaux en interne seulement jugent leurs équipes compétentes sur le sujet.

Carnet d'adresses. L'élargissement et l'entretien de leur cercle de connaissances représentent, pour 59% des utilisateurs, une raison d'utiliser les réseaux sociaux à titre professionnel, suivis par la veille (pour 44%) et la communication avec d'autres collègues (pour 41%). Un quart des salariés se rendent sur les réseaux pour leur recherche d'emploi. " Les salariés se servent des réseaux sociaux comme d'un " carnet d'adresses " ou au mieux comme d'une source d'information pour leur veille, commente Philippe Gerard, manager des formations digitales chez Cegos. Les ressources potentielles de ces réseaux pour un usage professionnel plus " actif " (prospection, recrutement, projets collaboratifs,...) sont encore peu développées ".

Prudence. Seuls 20% des salariés craignent de donner leur point de vue sur leur entreprise sur Internet. Un chiffre qui s'explique sans doute par une méfiance à l'égard de leur entreprise. " 45% d'entre eux pensent qu'ils n'ont pas le droit de parler de leur entreprise sur les réseaux sociaux, quand seulement 25% des responsables de réseaux sociaux affirment avoir mis en place de telles interdictions ", souligne Philippe Gérard.

En conclusion, n'hésitez pas à nous interroger pour vous accompagner dans la définition de votre stratégie digitale et sa mise en oeuvre opérationnelle que cela soit en conquête commerciale, fidélisation ou communication.

L'équipe d'Expertise est là pour vous conseiller.

(1) Enquête réalisée auprès de 1 200 salariés et 300 responsables de réseaux sociaux dans les entreprises

L'Express.fr