

## 77% českých manažerů a majitelů firem nepoužívá Facebook pro firemní komunikaci

**Vedle Facebooku zná Česká byznys komunita nejvíce YouTube a Google+. Twitter aktivně používají pouze 2 % z nich**

**Praha, 19. září, 2013** – Anglo-česká PR agentura [Best Communications](#) zveřejnila výsledky svého aktuálního výzkumu týkajícího se užití sociálních sítí manažery a vlastníky firem\*. Přestože je na Facebooku v globálním měřítku v současné době na 4 miliony značek, 77,1 % dotázaných na českém trhu uvedlo, že jejich společnost profesní stránku na Facebooku (Facebook Business Page, dále jako FBP) nemá.

Jedna třetina zúčastněných (37,5 %) toto vysoké číslo zdůvodnila tím, že neví, co FBP je, dalších 24,7 % řeklo, že nevidí důvod pro používání FBP, a 17,5 % nepovažuje Facebook obecně za vhodný komunikační kanál pro jejich obchodní aktivity. Ze společností, které FBP naopak mají, 21,7 % uvedlo, že ji ale aktivně nevyužívají. 27,5 % sdílí odkazy, články, fotografie a další materiály týkající se jejich společnosti, 25,8 % potom sdílí materiály týkající se nejen jejich společnosti, ale i sektoru, v němž podnikají. Jedna čtvrtina (25,8 %) dotázaných uvedla, že jejich společnost aktualizuje jejich FBP jednou týdně, což je také nejčastější průměrná frekvence aktivit na FBP napříč českými manažery a majiteli společností. Nejvíce respondentů, kteří FBP využívají, bylo z Vysočiny (44 %), Karlovarského (31,3 %) a Moravskoslezského kraje (29,9 %). Pouze 21 % zúčastněných bylo z Prahy, což umisťuje hlavní město v rámci tohoto výzkumu na osmou pozici.

Přestože celých 58,6 % dotázaných zná či má účet na Twitteru, na nejrychleji rozvíjející se micro-blogové síti, pouze 1,7 % z nich uvedlo, že pravidelně samo tweetuje. Nejčastější frekvencí tweetů je pak jednou měsíčně, jak odpovědělo 30,9 % dotázaných. Na základě výsledků průzkumu je nejvíce známou sociální sítí (mimo Facebooku a Twitteru) YouTube (93,3 %), následovaný Googlem+ (85,9 %), blogy (41,7 %), LinkedInem (23 %) a Instagramem (17,5 %). Současně je YouTube používán 79,6 % dotázaných, Google+ pak 85,9 %, blogy 10,7 %, LinkedIn 8,2 % a Instagram pouze 2,7 %.

Co se týká užití blogů v korporátní komunikaci, pouze 9,9 % dotázaných uvedlo, že jejich společnost má aktivní blog a že pravidelně sleduje blogy ostatních společností podnikajících ve stejném odvětví. 12,4 % potom uvedlo, že jejich společnost sice vlastní blog nemá, ale pravidelně sleduje blogy společností ze stejného odvětví.

I přes pozitivní globální vývoj online komunikace pouze 14,7 % dotázaných souhlasilo s výrokem, že sociální sítě jsou budoucností komunikace. 10,7 % souhlasí s tím, že se jedná o aktuální trend, ale nevidí v tom nic přelomového, a 10,3 % považuje sociální sítě pouze za zábavu pro mladé.

**Euan Edworthy, CEO Best Communications**, řekl: “Náš průzkum potvrdil, že ačkoli česká byznys komunita aktivně pracuje s profily na sociálních sítích, globální trendy jsou na klíčových trzích, jako je Velká Británie či Spojené státy, mnohem silnější a jejich potenciál mnohem větší. V důsledku toho jsme nedávno spustili divizi Best Digital, abychom byli schopni uspokojit rostoucí potřeby našich klientů a využít možnosti, které můžeme předpovídat. Již za tento rok tvoří příjmy ze služeb na sociálních sítích 20 % našich celkových příjmů, a očekáváme, že příjmy divize Best Digital porostou až na 30 % během roku 2014. Což je velmi pozitivní trend pro náš tým.”

Co se osobního užití týče, čeští manažeri a majitelé firem nejvíce používají Facebook (33,9 %) a YouTube (23,2 %). Pouze 0,8 % uvedlo, že následuje zajímavé lidi na Twitteru, a pouze 0,2 %

dotázaných soukromě tweetuje. Celkově tento průzkum potvrdil globální trendy: mladí lidé jsou více aktivní v online komunikaci než starší lidé; a rovněž tak lidé z velkých měst než lidé z menších měst a vesnic, a lidé s vyšším vzděláním než lidé se vzděláním nižším. Ženy jsou na sociálních sítích aktivnější než muži. Na druhou stranu poslední statistiky uvádějí, že roste počet starších lidí, kteří jsou v online prostředí stále aktivnější, což tento výzkum rovněž potvrdil: 23,3 % dotázaných mezi 54 a 65 lety uvedlo, že pravidelně sleduje videa na YouTube, což je více než mezi dotázanými ve věku 18 – 26 (15,9 %) či 36 – 44 (20,2 %).

*\*Sběr dat byl realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos na reprezentativním vzorku 525. Respondenty byli manažeři a vlastníci firem využívající internet alespoň jednou týdně.*

- KONEC -

### **O Best Communications:**

Best Communications je jednou z největších PR agentur v zemi s 20 zaměstnanci a spolupracovníky, která v roce 2012 dosáhla ročního obrátu 29 mil. Kč. Služby Best Communications zahrnují širokou škálu PR aktivit, pořádání akcí, plánování a nákup médií, design a tisk, online komunikaci a sociální sítě, společenskou odpovědnost firem. Mezi klienty Best Communications patří například Areva, AVG Technologies, Colliers International, Disney Channel, Emirates Airline, Enterprise Investors, KFC, Prologis, SAFINA či Starbucks. Agentura má oddělenou divizi Best Digital, která pokrývá online komunikaci, marketing a služby týkající se sociálních sítí. O odvětví Best Digital se stará mezinárodní tým profesionálů zkušených v těchto oblastech.

Pro více informací navštivte: [www.bestcg.com](http://www.bestcg.com)

Facebook: [Best Communications](#)

Twitter: [BestPRPrague](#)

LinkedIn: [Best Communications](#)

Pro více informací kontaktujte:

Barbora Dlabáčková  
[barbora.dlabackova@bestcg.com](mailto:barbora.dlabackova@bestcg.com)  
+ 420 602 161 138

Kristina Sedeke  
[kristina.sedeke@bestcg.com](mailto:kristina.sedeke@bestcg.com)  
+420 602 117 155