

Donath Business & Media

MR. Think

# Blogy a sociální sítě očima firemních komunikátorů

Závěrečná zpráva doplňkového průzkumu k Blogbarometru™ 2015



Praha, prosinec 2015

# Obsah

Blogosféra a sociální sítě očima komunikátorů .....	3
O průzkumu .....	4
Hlavní zjištění .....	5
Monitorování sociálních sítí a blogů.....	6
Jaký význam mají sociální sítě a blogy?.....	7
Vzrostl meziročně význam sociálních médií? .....	8
Komunikují firmy na sociálních sítích a s blogery?.....	9
Kdo nám odpovídal? .....	10
O autorech .....	11
Prohlášení o volné distribuci .....	11
Kontakt.....	11

# Blogosféra a sociální sítě očima komunikátorů

Podle letošních výsledků Blogbarometru™ 2015 se meziročně projevila v české blogosféře vyšší aktivita firem. Rozhodli jsme se tento důležitý závěr ověřit, proto jsme se zeptali komunikačních odborníků z podnikového a veřejného sektoru na jejich názory na význam blogů a sociálních sítí. Věřím, že vás předkládané výsledky zaujmou.

Michal Donath

Managing Director

Donath Business & Media

## O průzkumu

Průzkum byl realizován jako doplněk širšího projektu IPREX Blogbarometer™ 2015, který probíhá druhým rokem v rámci mezinárodní sítě PR agentur IPREX Global Communication i v dalších evropských zemích.

On-line šetření v České republice provedla ve dnech 5. až 20. listopadu 2015 PR agentura Donath Business & Media ve spolupráci s poradenskou společností MR. Think (Market Research Think).

Do průzkumu se zapojilo 207 (44,6 %) respondentů z celkem 464 oslovených marketingových a PR manažerů.

## Hlavní zjištění

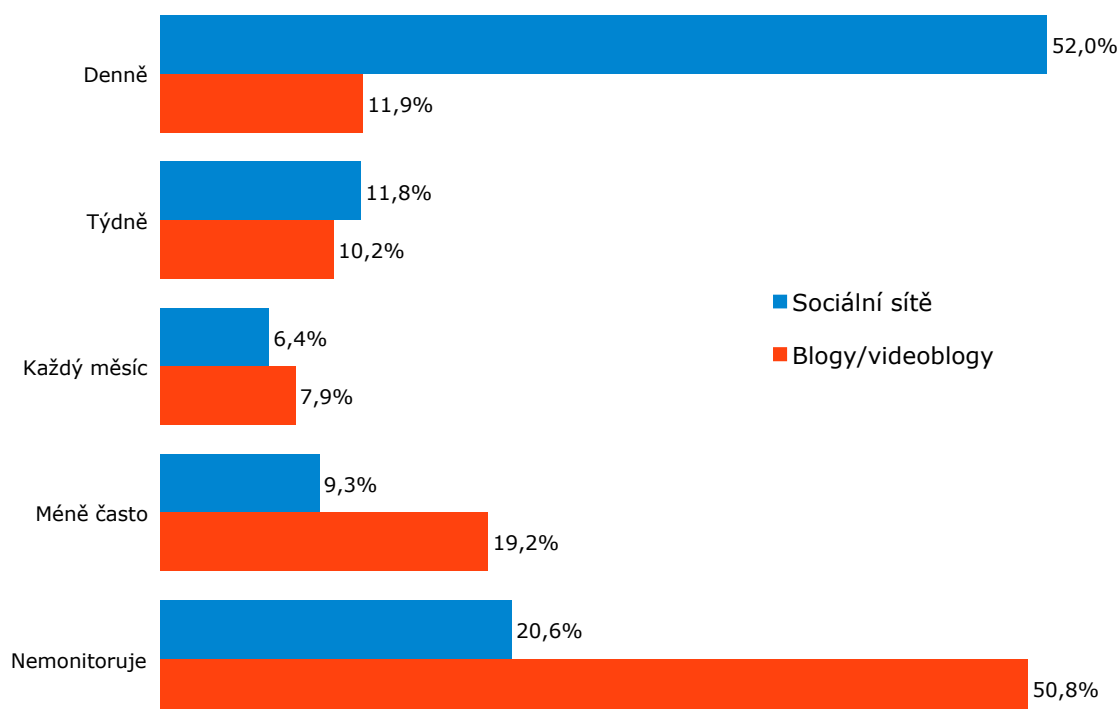
Potvrdilo se, že význam sociálních sítí i blogů pro firmy a organizace narůstá. Většina respondentů (56,9 %) uvedla, že se význam sociálních sítí meziročně ve sféře jejich zájmu zvýšil. Důležitost blogosféry vzrostla pro 31,5 % firem.

Denně sociální sítě monitoruje více než polovina (52,0 %) firem a blogy/videoblogy více než desetina (11,9 %).

Sociální sítě mají podstatný význam pro 65,1 % firem a organizací, blogosféra je důležitá jen pro 26,7 % a polovina firem ji nesleduje vůbec.

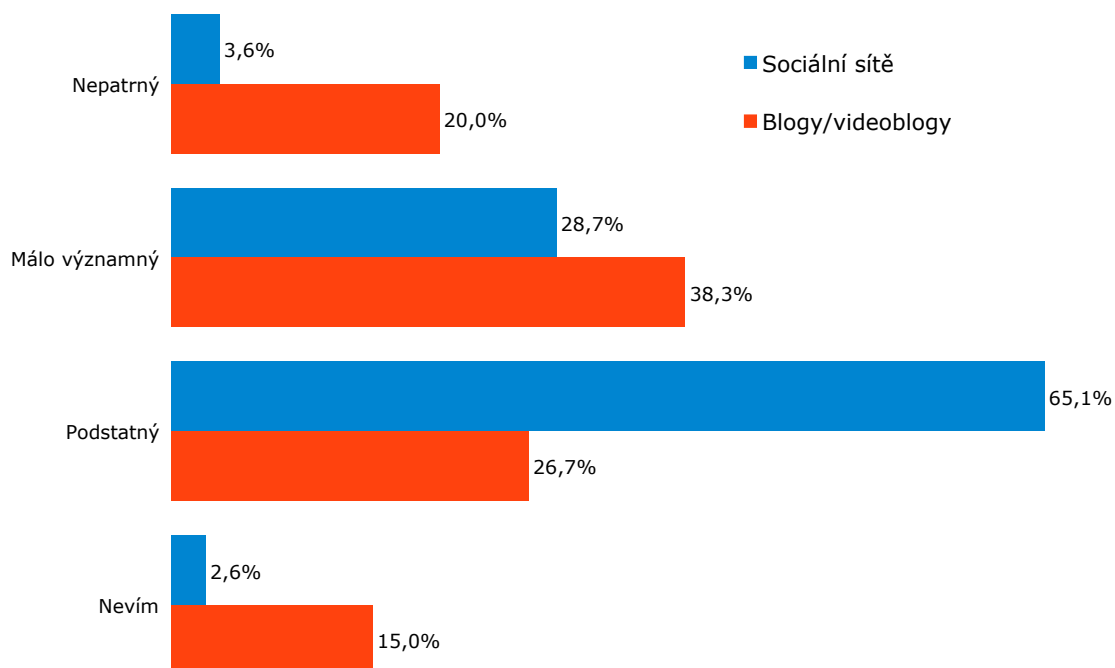
Na sociálních sítích komunikuje 79,0 % podniků a organizací, zastoupených v průzkumu. Blogery oslovuje jen 27,6 % z nich. Struktura těch aktivnějších odpovídá vnímání blogerů podle předchozího výzkumu Blogbarometr™ 2015.

## Monitorování sociálních sítí a blogů



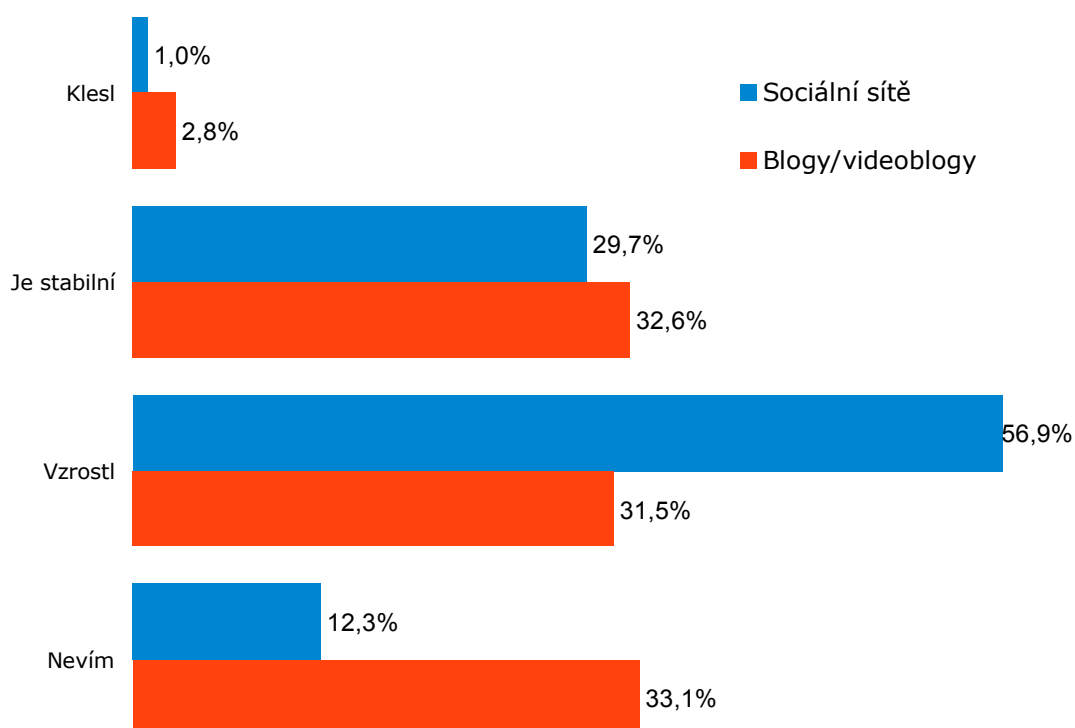
Tento graf ukazuje rozdílný význam, jaký jednotlivé firmy/organizace přikládají sociálním sítím a blogům. Zatímco těsná většina respondentů (52,0 %) uvedla, že jejich firma/organizace monitoruje sociální sítě denně, tak srovnatelný počet firem/organizací (50,8 %) blogy či videoblogy vůbec nikdy nemonitoruje. Tyto výsledky jsou konzistentní i s následujícími otázkami, kdy je pro respondenty dění na sociálních sítích mnohem významnější, než aktivity blogerů. Blog se pro ně stává důležitý, až když je jeho obsah šířen sociálními sítěmi. Je překvapující, že pětina respondentů (20,6 %) uvedla, že jejich firma/organizace nikdy dění na sociálních sítích nemonitoruje. Mezi těmito respondenty jsou častěji zástupci státní a veřejné správy, ale netvoří většinu.

## Jaký význam mají sociální sítě a blogy?



Pro většinu respondentů (65,1 %) je význam sociálních sítí pro oblast jejich zájmu podstatný. Tyto firmy/organizace pak častěji tuto oblast monitorují denně. Z grafu je opět patrné, že sociální sítě jsou pro respondenty důležitější, než je oblast blogů či videoblogů. O slabším vnímání blogosféry jako něčeho relevantního pro oblast komunikace firmy svědčí i poměrně vysoké procento respondentů (15 %), kteří na otázku významu blogů pro jejich sektor neumí odpovědět. Přesto více než čtvrtina firem/organizací (26,7 %) uvádí, že jsou pro ně blogy/videoblogy podstatné. Jedná se především o firmy ze sektoru FMCG, služby, maloobchod a organizace, které jsou aktivní v kultuře.

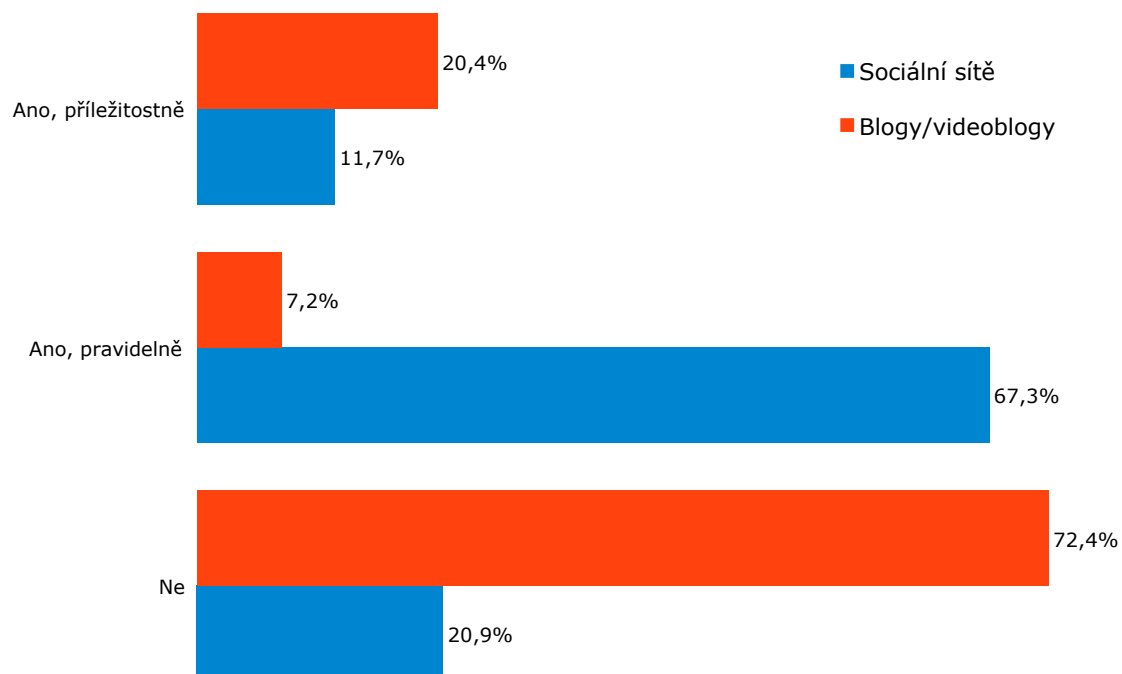
## Vzrostl meziročně význam sociálních médií?



Z pohledu většiny firem/organizací (56,9 %) meziročně vzrostl význam sociálních sítí ve sféře jejich zájmu. Důležitost blogosféry vzrostla pro 31,5 % respondentů. V grafu je opět zajímavé vysoké zastoupení odpovědí odborníků, kteří neumějí posoudit, jaké jsou aktuální trendy v sociálních médiích.



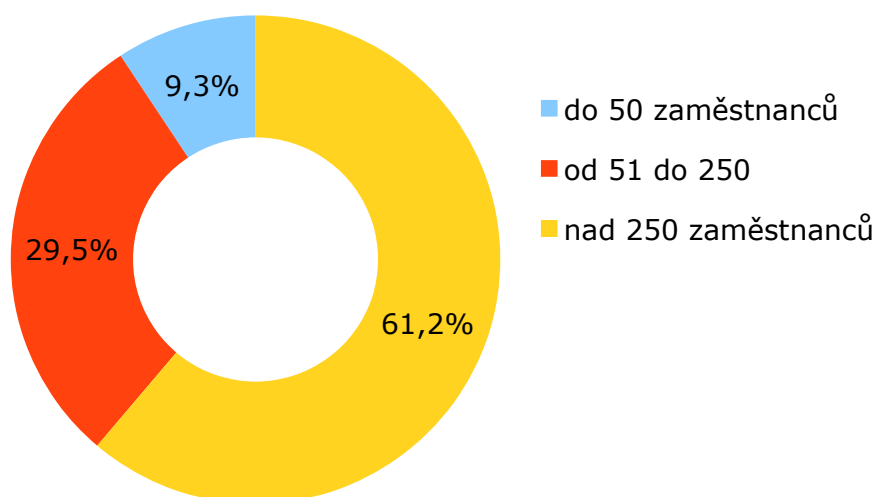
## Komunikují firmy na sociálních sítích a s blogery?



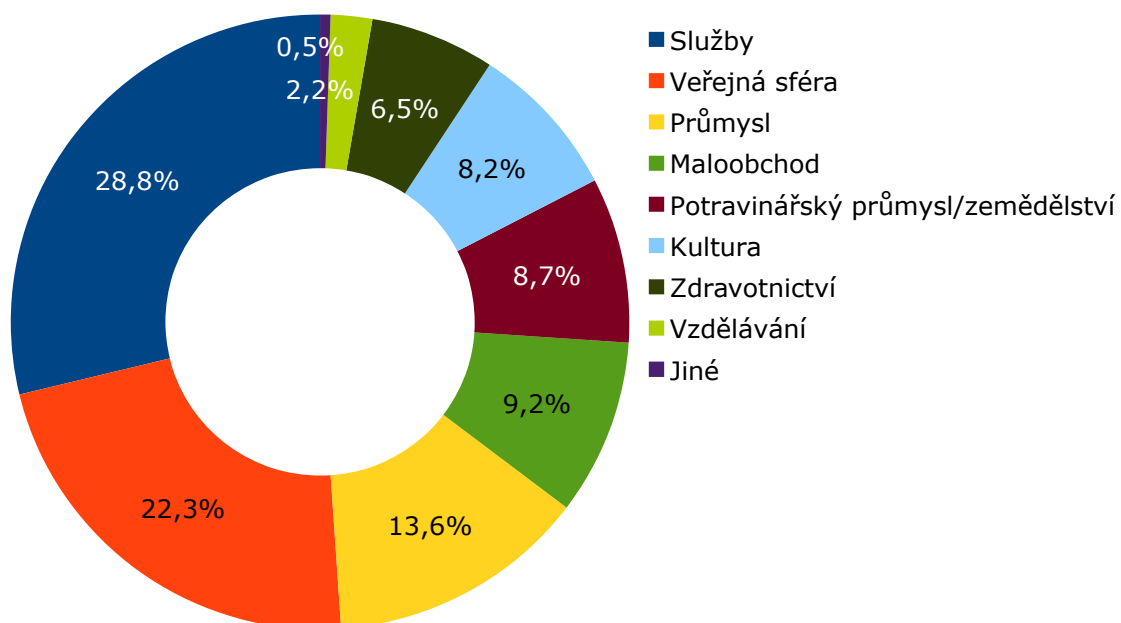
Nové média nabízejí firmám a organizacím řadu nástrojů pro přímou komunikaci se svými cílovými skupinami. Na sociálních sítích komunikuje 79,0 % firem/organizací. Blogery pravidelně a příležitostně oslovuje 27,6 % respondentů, což odpovídá počtu firem, pro jejichž oblast podnikání mají blogy podstatný význam.

# Kdo nám odpovídal?

Velikost firmy/organizace:



Obor působení:



## O autorech



Donath Business & Media

Společnost působí v oblasti public relations a public affairs v Česku a na Slovensku od roku 1991. Informace o společnosti najdete na adrese [www.dbm.cz](http://www.dbm.cz).



MR. Think

Poradenská agentura MR. Think (Market Research Think) vznikla v roce 2003. Nabízí komplexní specializované a nezávislé poradenství ve výzkumu trhu a marketingu. Více informací najdete na adrese [www.mrthink.cz](http://www.mrthink.cz).

## Prohlášení o volné distribuci

Tato studie je určena k volné distribuci. V případě citací uvádějte prosím jako pramen ©2015 Donath Business & Media.

## Kontakt

Donath Business & Media  
Tel.: +420 224 211 220  
E-mail: [tomas.jelinek@dbm.cz](mailto:tomas.jelinek@dbm.cz)

