

HOLDNINGER TIL VIRKSOMHEDERNES BRUG AF SOCIALE MEDIER APRIL 2010

DI Handel har i samarbejde med CATINÉT Research undersøgt danskernes holdning til virksomheders brug af sociale medier i forbindelse med markedsføring af brand og produkter. 1101 respondenter deltog i undersøgelsen.

Spørgsmål 1: I hvor høj grad anser du det for naturligt, at virksomheder benytter sig af sociale medier (f.eks. Facebook, Youtube, Twitter o.l.) til at markedsføre brand og produkter?

- Af de 1101 adspurgte erklærede 50 pct., at de fandt det naturligt:

	Abs.	%
I høj grad	290	26,3
I nogen grad	261	23,7
I mindre grad	203	18,4
Slet ikke (1)	177	16,1
Ved ikke	170	15,4
Resp.	1101	100
Gennemsnit	2,71	

Spørgsmål 2: I hvor høj grad kunne du finde på at bruge sociale medier som informationskilde, når du søger oplysninger om en virksomhed eller produkter (f.eks. virksomhedsprofiler på Facebook, film om produkter og deres anvendelse på Youtube eller følge opdateringer om produkter via Twitter)?

- 37 pct. af de adspurgte er i høj grad villige til at bruge sociale medier som informationskilde, når der søges oplysninger om virksomheder og produkter:

	Abs.	%
I høj grad	188	17,1
I nogen grad	221	20,1
I mindre grad	181	16,4
Slet ikke (1)	405	36,8
Ved ikke	106	9,6
Resp.	1101	100
Gennemsnit	2,19	

Spørgsmål 3: I hvor høj grad anser du det for naturligt, at virksomheder benytter sig af sociale medier (f.eks. Facebook, Youtube, Twitter o.l.) til at markedsføre brand og produkter?

- 78 pct. af de adspurgte mellem 15 – 19 anser det for naturligt at virksomhederne benytter sig af sociale medier til at markedsføre brand og produkter.
- 23 pct. af de adspurgte aldersgruppen 70+ finder dette naturligt.

	15 - 19 år		20 - 24 år		25 - 29 år		30 - 39 år		40 - 49 år		50 - 59 år		60 - 69 år		70 år+		Total	
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
Er det naturligt at virksomheder benytter sig af sociale medier:																		
I høj grad	26	44,1	25	41,7	40	34,8	62	30,5	53	29,3	43	25,0	31	18,7	10	6,9	290	26,3
I nogen grad	20	33,9	14	23,3	38	33,0	60	29,6	46	25,4	27	15,7	32	19,3	24	16,6	261	23,7
I mindre grad	10	16,9	9	15,0	21	18,3	40	19,7	41	22,7	33	19,2	28	16,9	21	14,5	203	18,4
Slet ikke (1)	1	1,7	10	16,7	12	10,4	25	12,3	25	13,8	37	21,5	40	24,1	27	18,6	177	16,1
Ved ikke	2	3,4	2	3,3	4	3,5	16	7,9	16	8,8	32	18,6	35	21,1	63	43,4	170	15,4
Resp.	59	100	60	100,	115	100	203	100	181	100	172	100	166	100	145	100	1101	100
Gennemsnit	3,25		2,93		2,95		2,85		2,77		2,54		2,41		2,21		2,71	

Sprørgsmål 4: I hvor høj grad kunne du finde på at bruge sociale medier som informationskilde når du søger oplysninger om en virksomhed eller om produkter (f.eks. virksomhedsprofiler Facebook, film om produkter og deres anvendelse på Youtube e.l.)?

- 58 pct. af de adspurgte mellem 15 – 19 kunne finde på at bruge sociale medier til at indhente information om virksomheder og produkter.
- 40 pct. af de adspurgte i alderen 40 – 49 kunne finde på at bruge de sociale medier som informationskilde.
- 7 pct. i alderen 70+ kunne finde på det.

	15 - 19 år		20 - 24 år		25 - 29 år		30 - 39 år		40 - 49 år		50 - 59 år		60 - 69 år		70 år+		Total	
<i>Kunne du finde på at bruge sociale medier som informationskilde?</i>	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
I høj grad	16	27,1	19	31,7	29	25,2	40	19,7	39	21,5	16	9,3	28	16,9	1	0,7	188	17,1
I nogen grad	18	30,5	14	23,3	29	25,2	54	26,6	33	18,2	40	23,3	24	14,5	9	6,2	221	20,1
I mindre grad	10	16,9	7	11,7	22	19,1	41	20,2	39	21,5	27	15,7	21	12,7	14	9,7	181	16,4
Slet ikke (1)	11	18,6	18	30,0	32	27,8	58	28,6	62	34,3	75	43,6	74	44,6	75	51,7	405	36,8
Ved ikke	4	6,8	2	3,3	3	2,6	10	4,9	8	4,4	14	8,1	19	11,4	46	31,7	106	9,6
Resp.	59	100	60	100	115	100	203	100	181	100	172	100	166	100	145	100	1101	100
Gennemsnit	2,71		2,59		2,49		2,39		2,28		1,98		2,04		1,35		2,19	