

## Inhoudsopgave

1. Inleiding
  2. Onderzoeksverantwoording
  3. Managementsamenvatting
  4. Resultaten
- 

### **1. Inleiding**

Om meer inzicht te krijgen in de rol en betekenis van Social Media voor Interne Communicatie heeft Corner-Stone hiernaar een online-onderzoek uitgevoerd onder Interne Communicatie managers.

De belangrijkste bevindingen van het onderzoek worden gepresenteerd op het (13e) Praktijkcongres Interne Communicatie 2010 op dinsdag 13 april dat geheel in het teken staat van de praktische toepassing van social media voor interne communicatiedoeleinden

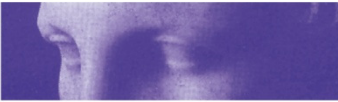
### **2. Onderzoeksverantwoording**

Het onderzoek is door middel van een online vragenlijst uitgevoerd onder tweeduizend Interne Communicatie Managers. Respondenten kregen per e-mail een uitnodiging voor het onderzoek. In de e-mail was een link opgenomen naar de vragenlijst. Door op de link te klikken opende het onderzoek automatisch en kon de respondent zelf via de computer de vragenlijst invullen.

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 2 maart tot en met 15 maart 2010

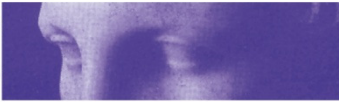
#### Respons:

- aantal uitgestuurde e-mails: 2.000
- aantal volledig ingevulde vragenlijsten: 389 (= 19,45%)

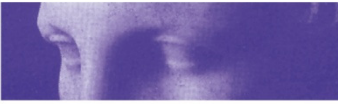


### 3. Managementsamenvatting

- LinkedIn is met 81,0% met afstand het door respondenten meest gebruikte social medium. Hyves (47,8%) en Twitter (41,6%) zijn tweede en derde. Bijna een op de tien respondenten geeft aan zelf geen gebruik te maken van social media.
- Amper een op de drie organisaties benut social media voor IC-doeleinden. De verwachting is echter dat dit beeld binnen nu en een jaar rigoureus zal veranderen en dat dan ruim 65% van de organisaties social media inzet voor IC.
- Twitter/Yammer en Social netwerk/Digitaal Smoelenboek zijn binnen organisaties de meest gebruikte social media voor IC-doeleinden.
- Social media worden primair ingezet om kennis te delen (77,8%), medewerkers te informeren (72,6%) en te discussiëren (61,5%). Ze worden amper benut voor crowdsourcing of co-creatie.
- Binnen organisaties die social media inzetten voor IC-doeleinden, wordt in zo'n 40% van de gevallen gemonitord wat medewerkers zeggen over de organisaties of collega's. In profit-organisaties is hiervoor meer aandacht (51,5%) dan in non-profit/(semi) overheidsorganisaties (34,5%).
- In veruit de meeste gevallen worden medewerkers niet actief gestimuleerd om social media intern te gebruiken. Veel respondenten geven aan dat het iets is wat 'vanzelf' moet groeien door het bestaan ervan bekend te maken in de organisatie en door er als IC-afdeling zelf (wel) actief gebruik van te maken.
- Tweederde van de organisaties (63,3%) monitort niet wat medewerkers op externe social media zeggen over de organisatie. Ook hier weer een duidelijk onderscheid tussen profit organisaties en non-profit/(semi) overheidsorganisaties. Binnen de meeste profit-organisaties (52,7%) vindt monitoring plaats terwijl dit binnen non-profit/(semi) overheidsorganisaties beduidend minder aan de orde is (29,6%).
- Binnen de overgrote meerderheid van de organisaties (83,2%) worden medewerkers niet actief gestimuleerd om gebruik te maken van externe social media.
- Als medewerkers Twitteren voor werkdoeleinden, doen ze dat in de helft van de gevallen onder eigen naam.
- Het gebruik van externe social media door medewerkers brengt risico's met zich mee zoals reputatie/imagoschade door negatieve berichtgeving, het openbaar worden van intern bedoelde informatie of ondermijning van genomen beleidsbeslissingen. Bijna 60% van de respondenten geeft aan met een of meerdere van deze risico's te maken te hebben gehad (primair reputatie/imagoschade).



- Slechts een op de zeven organisaties (14,4%) heeft gedragsregels opgesteld voor het gebruik van social media door medewerkers. Dit beeld zal echter snel veranderen. Eind 2010 verwacht 60% van de organisaties gedragsregels opgesteld te hebben.
- De meningen zijn verdeeld over de stelling “door de opkomst van social media verschuift de rol van IC van het zorgen dat de juiste informatie op het juiste moment bij de doelgroep komt naar het monitoren hoe er over bepaalde kwesties wordt gesproken in de organisatie en het daar waar nodig geven van aanvullende informatie”. Wanneer gekeken wordt naar het type organisatie, blijken IC-managers binnen profit-organisaties (36,3% eens) een duidelijk andere mening over de stelling te hebben dan IC-managers die werkzaam zijn voor non-profit/(semi) overheidsorganisaties (48,1% eens)



#### 4. Resultaten

<b>Welke social media gebruikt u zelf? (meerdere antwoorden mogelijk)</b>	
<b>Answer Options</b>	<b>Response Percent</b>
weblogs	31,9%
Wiki's	21,9%
LinkedIn	81,0%
Facebook	32,6%
Twitter	41,6%
Yammer	14,9%
Hyves	47,8%
Geen	9,0%
Anders nl. ....	6,7%

LinkedIn is met 81,0% met afstand het door respondenten meest gebruikte social medium. Hyves (47,8%) en Twitter (41,6%) zijn tweede en derde. Bijna een op de tien respondenten geeft aan zelf geen gebruik te maken van social media.

<b>Zet uw organisatie social media in voor interne communicatiedoelinden?</b>	
<b>Answer Options</b>	<b>Response Percent</b>
Ja	31,7%
Nee	33,5%
Nee, maar ik verwacht dat dit binnen nu en 1 jaar wel zal gebeuren	34,8%

Amper een op de drie organisaties benut social media voor IC-doeleinden. De verwachting is echter dat dit beeld binnen nu en een jaar rigoreus zal veranderen en dat dan ruim 65% van de organisaties social media inzet voor IC.



**Welke social media zet uw organisatie in voor interne communicatiedoelinden? (meerdere antwoorden mogelijk)**

Answer Options	Response Percent
Weblog	45,9%
Twitter/Yammer	56,6%
Sociaal Netwerk/Digitaal Smoelenboek	54,1%
Wiki	32,0%
Anders nl. ....	20,5%

Twitter/Yammer en Social netwerk/Digitaal Smoelenboek zijn binnen organisaties de meest gebruikte social media voor IC-doeleinden.

**Voor welke doeleinden zet uw organisatie social media in voor interne communicatie? (meerdere antwoorden mogelijk)**

Answer Options	Response Percent
Discussie	61,5%
Draagvlak	43,6%
Internal Crowdsourcing	12,0%
Traceren van collega's	29,9%
Delen van kennis	77,8%
Co-creatie	19,7%
Virtuele ontmoetingsplaats voor medewerkers	40,2%
Informereren	72,6%
Anders nl. ....	5,1%

Social media worden primair ingezet om kennis te delen (77,8%), medewerkers te informeren (72,6%) en te discussiëren (61,5%). Ze worden amper benut voor crowdsourcing of co-creatie.

**Monitort u wat medewerkers op INTERNE sociale netwerken zeggen over uw organisatie cq over collega's?**

Answer Options	Response Percent
Ja	41,7%
Nee	58,3%



Binnen organisaties die social media inzetten voor IC-doeleinden, wordt in zo'n 40% van de gevallen gemonitord wat medewerkers zeggen over de organisaties of collega's. In profit-organisaties is hiervoor meer aandacht (51,5%) dan in non-profit/(semi) overheidsorganisaties (34,5%).

In veruit de meeste gevallen worden medewerkers niet actief gestimuleerd om social media intern te gebruiken. Veel respondenten geven aan dat het iets is wat 'vanzelf' moet groeien door het bestaan ervan bekend te maken in de organisatie en door er als IC-afdeling zelf (wel) actief gebruik van te maken.

**Monitort u wat medewerkers op EXTERNE sociale netwerken zeggen over uw organisatie cq over collega's?**

Answer Options	Response Percent
Ja	36,7%
Nee	63,3%

Tweederde van de organisaties (63,3%) monitort niet wat medewerkers op externe social media zeggen over de organisatie. Ook hier weer een duidelijk onderscheid tussen profit organisaties en non-profit/(semi) overheidsorganisaties. Binnen de meeste profit-organisaties (52,7%) vindt monitoring plaats terwijl dit binnen non-profit/(semi) overheidsorganisaties beduidend minder aan de orde is (29,6%).

**Worden medewerkers actief gestimuleerd om gebruik te maken van EXTERNE social media?**

Answer Options	Response Percent
Ja	16,8%
Nee	83,2%

Binnen de overgrote meerderheid van de organisaties (83,2%) worden medewerkers niet actief gestimuleerd om gebruik te maken van externe social media.



### Als medewerkers van uw organisatie Twitteren voor werkdoeleinden, wie is dan de afzender?

Answer Options	Response Percent
De medewerker onder eigen naam	24,5%
De medewerker, inclusief vermelding van de organisatie	14,2%
De organisatie	10,9%
Niet van toepassing	50,4%

Als medewerkers Twitteren voor werkdoeleinden, doen ze dat in de helft van de gevallen onder eigen naam.

### Het gebruik van externe social media door medewerkers kan de communicatie verrijken, maar brengt ook risico's met zich mee. Met welke van de onderstaand risico's heeft u zelf ervaring? (meerdere antwoorden mogelijk)

Answer Options	Response Percent
Openbaar worden van intern bedoelde informatie	21,0%
Ondermijning van genomen beleidsbeslissingen	8,0%
Reputatie/imagoschade door negatieve berichtgeving	29,8%
Geen van de genoemde risico's	55,4%
Anders nl. ....	6,5%

De meeste organisaties hebben (nog) niet te maken met de genoemde risico's. Indien men hier wel mee te maken heeft gehad, speelt vooral reputatie/imagoschade door de berichtgeving.

### Heeft u gedragsregels opgesteld waaraan medewerkers zich moeten houden als ze gebruik maken van social media?

Answer Options	Response Percent
Ja	14,4%
Nee nog niet, maar overwegen om dit in 2010 nog wel te gaan doen	43,4%
Nee en zijn dit vooralsnog ook niet van plan	42,2%



Slechts een op de zeven organisaties heeft gedragsregels opgesteld voor het gebruik van social media door medewerkers. Dit beeld zal echter snel veranderen. Eind 2010 verwacht 60% van de organisaties gedragsregels opgesteld te hebben.

**Door de opkomst van social media zou de rol van Interne Communicatie verschuiven van "het zorgen dat de juiste informatie op het juiste moment bij de doelgroep komt" naar "het monitoren hoe er over bepaalde kwesties wordt gesproken in de organisatie en het daar waar nodig geven van aanvullende informatie". In hoeverre bent u het eens met deze visie?**

Answer Options	Response Percent
Mee eens	43,9%
Mee oneens	34,5%
Weet niet/geen mening	21,6%

De meningen over de stelling zijn verdeeld. Wanneer gekeken wordt naar het type organisatie, blijken IC-managers binnen profit-organisaties (36,3% eens) een duidelijk andere mening over de stelling te hebben dan IC-managers die werkzaam zijn voor non-profit/(semi) overheidsorganisaties (48,1% eens)