

# Cisionin tutkimus: Viestintätoimistot aktiivisimpia sosiaalisessa mediassa

## Kustannustehokkuutta vai roskajournalismia?

Sosiaalinen media on löytänyt paikkansa viestinnän ammattilaisten keskuudessa Suomessa. Cisionin tutkimuksessa selvitettiin kolmen ryhmän – toimittajien, viestintätoimistojen ja eri organisaatioiden viestintäosastojen – aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa.

Cisionin Pohjoismaissa teettämän kyselytutkimuksen mukaan sosiaaliseen mediaan panostetaan tulevaisuudessa nykyistä enemmän. Tällä hetkellä aktiivisimmin sosiaalista mediaa hyödyntävät työssään viestintätoimistot.

– Sosiaalisen median hyödyntäminen ja siihen suhtautuminen vaihtelee tutkittujen ryhmien välillä. Eniten sosiaalista mediaa hyödyntävät viestintätoimistot. Jopa 32 prosenttia toimistoista käyttää sosiaalista mediaa aktiivisesti asiakkaidensa viestinnässä, kertoo Manager, Social Media Solutions **Susanna Tirkkonen** Cisionilta.

Kaikki eivät kuitenkaan ole innoissaan uuden median esiin marssista. Tutkimukseen osallistuneista toimittajista joka kymmenes piti sosiaalista mediaa ajan ja rahan tuhlauksena. Asiaan epäilevästi suhtautuvien toimittajien mielestä journalismi ja sosiaalisessa mediassa kukoistava kansalaisjournalismi tulisi erottaa nykyistä selkeämmin toisistaan.

Tutkimuksen kolmannessa ryhmässä, yritysten viestintäosastoissa, sosiaalinen media koetaan perinteisiä kanavia kustannustehokkaampana vaihtoehtona yrityksen markkinoinnissa, minkä ansiosta sosiaalisen median hyödyntämistä lisätään.

### **Blogit ovat Twitteriä suositumpia**

Eniten sosiaalisessa mediassa seurataan blogeja. Toimittajista 55 %, viestintätoimistoista 72 % ja yritysten viestintäosastoista jopa 58 % lukee blogeja vähintään viikoittain. Viestintätoimistot ja -osastot ovat yhteydessä bloggaajiin kommentoimalla blogeja tai lähettämällä heille sähköpostia. Viestintätoimistoista kolmannes on lähestynyt bloggaajia myös tuotenäyttein. Toimittajat käyttävät blogeja tiedonhakutarkoituksessa. Ruotsissa toimittajien aktiivisuus blogien lukemisessa on selkeästi korkeammalla kuin Suomessa.

Vaikka blogeja seurataan innokkaasti, vain harva viestinnän ammattilainen pitää yllä omaa blogia.

– Toimittajista 13 prosenttia kertoo bloggaavansa. Myös vain harva viestintätoimisto ylläpitää blogia, sillä 67 prosentilla toimistoista ei ole omaa blogia, Tirkkonen summaa tutkimuksen tuloksia.

Mikroblogin – kuten Twitterin – suosio ei ole Suomessa toistaiseksi noussut suosituimpien sosiaalisen median kanavien joukkoon. Vähintään viikoittain mikroblogeja seuraa 12 % toimittajista, 23 % viestintäosastoista ja 39 % viestintätoimistoista. Muissa Pohjoismaissa Twitterin suosio on selkeästikin suurempi.

Suosituimmat sosiaalisen median kanavat ovat Facebook ja Wikipedia. Toimittajista 66 %:lla, viestintäkonsulteista 93 %:lla ja viestintäosastojen työntekijöistä 83 %:lla on oma Facebook -tili. Kaikissa tutkimusryhmissä Wikipedia nousi suosituimmaksi työssä käytettäväksi sosiaalisen median kanavaksi.

### **Lisätietoa tutkimustuloksista**

Lisätietoja siitä, kuinka pohjoismaiset toimittajat, viestintätoimistoissa työskentelevät henkilöt ja viestinnän ammattilaiset hyödyntävät sosiaalista mediaa saa oheisesta linkistä, joka johtaa tutkimustuloksiin <http://fi.cision.com/Tietopankki/Cision-oppaat/Tutkittua/>

### **Tutkimuksen taustaa**

Cision kehittää jatkuvasti sosiaalisen median palveluitaan asiakkaittensa nykyisiä ja tulevia tarpeita silmällä pitäen, siksi tutkittiin juuri viestinnän ammattilaisten, viestintätoimistojen ja toimittajien sosiaalisen median käyttöä.

Tutkimus toteutettiin verkkokyselynä 4.-23.2.2010. Pohjoismaisesti kyselyyn vastasi yhteensä 1847 ammattilaista. Vastauksista 434 tuli Suomesta. Tanskalaisten viestintätoimistojen vastausprosentti ei ollut riittävä, joten se ei ole mukana yhteenvedossa.

### **Lisätiedot:**

Oy Cision Finland Ab

Marketing Director Sanna Kurkela  
040 595 4686, [sanna.kurkela@cision.com](mailto:sanna.kurkela@cision.com)

Manager Social Media Solutions Susanna Tirkkonen  
040 590 3393, [susanna.tirkkonen@cision.com](mailto:susanna.tirkkonen@cision.com)