

Eurooppalainen tutkimus tuo esille toimittajien kasvavan riippuvuuden sosiaalisesta mediasta

Cision kannustaa viestinnän ammattilaisia käyttämään sosiaalista mediaa tehokkaammin lähempien suhteiden luomisessa toimittajiin

Vaikka valtaosa englantilaisista toimittajista pitää sosiaalista mediaa ”tärkeänä työkaluna”, on mielipiteissä selvä kahtiajako. Epäilijät kyseenalaistavat sen ymmärtävätkö viestinnän ammattilaiset itse sosiaalisen median tarjoamat edut viestinnän tehostamisessa. Tulos ilmeni laajassa tutkimuksessa, jonka Cision toteutti yhdessä Sunderlandin yliopiston kanssa toimittajien keskuudessa Englannissa, Ranskassa ja Saksassa. Cision on johtava ohjelmistojen, palveluiden ja työkalujen tuottaja medialle ja viestinnän ammattilaisille.

Cision toteuttaa säännöllisesti tutkimuksia toimittajien keskuudessa. Tässä tutkimuksessa, joka tullaan tekemään vuosittain, ilmeni että englantilaiset toimittajat arvostavat sosiaalista mediaa tutkimusvälineenä enemmän kuin ranskalaiset ja saksalaiset kollegansa. Vaikka englantilaiset toimittajat luottavat kasvavassa määrin Twitterin, Wikipedian ja LinkedInin kaltaisiin työkaluihin taustoituksessa, valtaosa tiedonvaihdoista viestinnän ammattilaisten kanssa tapahtuu yhä perinteisin keinoin, lehdistötiedotteilla ja puhelinkeskusteluissa.

– Suomessa ei vastaavaa tutkimusta vielä nyt tehty, mutta oletettavasti tilanne on täällä vaikkapa Englantiin verrattuna huonompi – viestinnän ammattilaiset käyttävät sosiaalista mediaa nihkeästi suhteiden luomisessa toimittajiin. Toisaalta toimittajat ovat melko aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä ja käyttävät sitä taustoittaessaan lähteenä. Tässä on tosin suuri eroja yksittäisten toimittajien kesken, toteaa Cision Finlandin sosiaalisen median palvelujen päällikkö Susanna Tirkkonen.

Kysyttäessä englantilaisilta toimittajilta uskoivatko he viestinnän ammattilaisten ymmärtävän sosiaalisen median käyttötarkoituksia toimittajien kanssa työskenneltäessä, saatiin seuraavankaltaisia tuloksia: kolmannes (32 %) ei uskonut viestintäalan ymmärtävän, neljännes vastaajista (25 %) oli toista mieltä.

– Jos 40 % englantilaisista toimittajista etsii juttuja Twitteristä, on niiden yritysviestijöiden, jotka eivät vielä ole tiedostaneet sosiaalisen median tärkeyttä hypättävä nopeasti kelkkaan mukaan, Cisionin Euroopan johtajan Peter Granatin mukaan.

– Tutkimuksemme tuo englantilaistoimittajien ja -viestijöiden välisen räikeän kuilun. Toimittajat käyttävät sosiaalista mediaa juttujensa pohjana ja siitä huolimatta viestijät suosivat edelleen perinteisiä menetelmiä. Monissa yrityksissä viestintä käyttää kuitenkin sosiaalista mediaa onnistuneesti, esimerkiksi vastatessaan toimittajien kyselyihin Twitterissä, ja hankkii siten itselleen merkittävän etulyöntiaseman. Cisionin tutkimus tuokin esille sen, että myös muiden alan yritysten on päästävä samalle tasolle luodakseen paremmat suhteet viestintäammattilaisten ja toimittajien kesken – ja nopeasti! Granat toteaa.

Cisionin yritysviestintään ja PR-ammattilaisille kehittämä CisionPoint-ohjelmisto ja asiantuntijapalvelut tehostavat liiketoiminnan päätöksentekoa ja parantavat viestinnän tuloksia. Yhtiön paikallisten asiantuntijoiden globaali verkosto tuottaa oleellista tietoa mediasta, kohdistettua tiedonjakelua, mediaseurantaa ja tarkkoja media-analyyskejä. CisionPointista on tullut nopeimmin kasvava viestinnän ammattilaisten verkkosovellus. Tällä hetkellä Cision esittelee CisionPointia on-demand-vakioalustaksi maailmanlaajuisesti asiakkailleen, joihin kuuluu Fortune 500 -yrityksiä, kansainvälisiä PR-yrityksiä, voittoa tavoittelemattomia järjestöjä, yliopistoja ja pieniä yrityksiä. CisionPoint voitti vuonna 2009 parhaan uutispalvelun CODiE-palkinnon lisäksi Cision Social Media Dashboard voitti CODiE-palkinnon parhaana sosiaalisen median koontipalveluna vuonna 2010.

Muita keskeisiä havaintoja:

- Valtaosa (88 %) englantilaisista toimittajista käytti sosiaalista mediaa enemmän vuonna 2010 työssään kuin kolme vuotta sitten
- Lehdistötiedotteella on vielä roolinsa, viidesosa (21 %) vastaajista totesi käyttävänsä tiedotteita enemmän nyt kuin kolme vuotta sitten, verrattuna siihen 17,5 prosenttiin, jotka käyttävät niitä vähemmän
- Viidennes (20 %) englantilaisista toimittajista käy Twitterissa kerran päivässä etsiessään juttuja, harvoin kuitenkin tarkastaakseen faktoja
- 81 % englantilaisista toimittajista käy läpi blogeja tutkiessaan juttuja, painottaen niiden tärkeyttä yhtenä yritysten virallisten kommenttien lähteenä
- 41 % englantilaisista toimittajista ei saa "sosiaalisen median tiedotteita"
- Henkilökohtaiset kontaktit ovat yhä tärkeitä viestinnän ammattilaisten ja toimittajien keskuudessa, puolen (50 %) toimittajista puhuessa henkilökohtaisten kontaktiensa kanssa päivittäin

Tiivistelmän tutkimustuloksista englanniksi voi tilata osoitteessa <http://uk.cision.com/sjresearch/>

Tutkimuksesta

Cision toteutti tutkimuksen yhdessä Sunderlandin yliopiston kanssa Englannissa, Ranskassa ja Saksassa yhtäaikaaisesti heinäkuussa 2010. Tutkimuksen tarkoitus oli kohentaa media-alan käsitystä sosiaalisen median käyttöön otosta sekä myös sen teknologian ja prosessien vaikutuksesta toimittajien työhön.

Vastaajat etsittiin Cisionin mediatietokannasta, yli 1,5 miljoonan globaalin vaikuttajan joukosta. Maakohtaisesti kutsuttiin alatyöryhmiin tämän jälkeen 5000 eritaustaista toimittajaa, eri median tyypeistä, erilaisilla työkokemuksilla edustaen eri maantieteellisiä alueita.

Cisionista

Cisionin yritysviestintään ja PR-ammattilaisille kehittämä CisionPoint-ohjelmisto ja asiantuntijapalvelut tehostavat liiketoiminnan päätöksentekoa ja parantavat viestinnän tuloksia. Yhtiön paikallisten asiantuntijoiden globaali verkosto tuottaa oleellista tietoa mediasta, kohdistettua tiedonjakelua, mediaseurantaa ja tarkkoja media-analyyssejä. Cisionilla on toimistoja Euroopassa, Pohjois-Amerikassa ja Aasiassa sekä 125 maan yhteistyökumppaniverkosto. Cision AB on noteerattu Pohjoismaisessa pörssissä ja sen liikevaihto vuonna 2009 oli 1,5 miljardia Ruotsin kruunua.

Lisätietoja:

Oy Cision Finland Ab: Manager, Social Media Solutions Susanna Tirkkonen
susanna.tirkkonen@cision.com, +358 40 590 3393

Cisionin yritysviestintään ja PR-ammattilaisille kehittämä CisionPoint-ohjelmisto ja asiantuntijapalvelut tehostavat liiketoiminnan päätöksentekoa ja parantavat viestinnän tuloksia. Yhtiön paikallisten asiantuntijoiden globaali verkosto tuottaa oleellista tietoa mediasta, kohdistettua tiedonjakelua, mediaseurantaa ja tarkkoja media-analyyssejä. CisionPointista on tullut nopeimmin kasvava viestinnän ammattilaisten verkkosovellus. Tällä hetkellä Cision esittelee CisionPointia on-demand-vakioalustaksi maailmanlaajuisesti asiakkailleen, joihin kuuluu Fortune 500 -yrityksiä, kansainvälisiä PR-yrityksiä, voittoa tavoittelemattomia järjestöjä, yliopistoja ja pieniä yrityksiä. CisionPoint voitti vuonna 2009 parhaan uutispalvelun CODiE-palkinnon lisäksi Cision Social Media Dashboard voitti CODiE-palkinnon parhaana sosiaalisen median koontipalveluna vuonna 2010.