

Cetelem patrocina el primer estudio sobre Social Business en España

Cetelem España, Grupo BNP Paribas, patrocina el primer estudio sobre Social Business en España, un estudio realizado por Best Relations y Fonta, y que recoge la opinión de 142 directores de Comunicación de todo el país. El documento completo se puede consultar en el siguiente enlace.

El estudio destaca que la atención al cliente es el área que más importancia tiene para las empresas a la hora de gestionar los medios sociales (90 %). De hecho, el 45% lo considera un objetivo primordial a la hora de gestionar su presencia corporativa en redes sociales, por encima incluso de la venta de productos o servicios (40,85%). Por otra parte, seis de cada diez empresas no mide la rentabilidad de su actividad en los medios sociales.

Otros datos destacables son el hecho de que las empresas usan las redes sociales para comunicarse con los consumidores, pero todavía no explotan suficientemente sus virtudes como herramienta de comunicación interna. También se pone de manifiesto que aunque existe una alta consideración respecto a la importancia de las redes sociales, la inversión en las mismas aún es baja. En otro orden, la investigación concluye que el 18 % no utiliza herramientas de monitorización on line, y una cuarta parte solo emplea soluciones gratuitas.

La muestra también asegura que los principales objetivos de las empresas en el uso de los social media están dirigidos, fundamentalmente, hacia las relaciones públicas externas, esto es, informar de la actividad de las empresas, conectar con los públicos, monitorizar la competencia, etc.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#)