



Αθήνα, 08 Φεβρουαρίου 2012

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ #07612

«Social Media & Επιχειρήσεις: Πού θα πάει αυτή η σχέση;»

Οι Επιχειρήσεις θα πρέπει «να αφευθούν στα Social Media κι όχι να προσπαθούν να προσδεθούν».

Με μεγάλη επιτυχία ολοκληρώθηκε το Συνέδριο **«Social Media & Επιχειρήσεις: Πού θα πάει αυτή η σχέση;»** που διοργάνωσε το Ινστιτούτο Επικοινωνίας την **Τετάρτη 08 Φεβρουαρίου**, στο **Μουσείο Μπενάκη**.

Ενδιαφέροντα στοιχεία για τη διείσδυση και τη χρήση των social media στις Επιχειρήσεις στην Ελλάδα ανέδειξαν οι έρευνες –Ποιοτική και Ποσοτική- που διεξήγαγε το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Πάντειο Πανεπιστήμιο και την MRB Hellas.

Συνοπτικά, τα ευρήματα συγκλίνουν στο ότι οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να αντιλαμβάνονται τον ρόλο και τις δυνατότητες των social media -και social networks- και φαίνεται πως άρχισαν να τα εντάσσουν ως χρήσιμα και δημιουργικά εργαλεία για την προβολή της επιχείρησης. Τα Social Media ήρθαν όχι μόνο για να μείνουν, αλλά και να ενσωματωθούν στη ζωή των επιχειρήσεων, να γίνουν εργαλεία δουλειάς και άντλησης γνώσης και να σταθούν επί ίσοις όροις με τα παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας.

Η παρουσία μιας εταιρείας στα social media συνδέεται κυρίως με την **Εξωστρέφεια - Αμεσότητα - Καινοτομία - Χτίσιμο θετικής εικόνας**.

Διακρίνονται **3 βασικοί τύποι επιχειρήσεων** με βάση το βαθμό αντίληψης και τις συνήθεις πρακτικές αναφορικά με τα Social Media:

- Οι **«Customer Control»** με ποσοστό 40,3%, που εστιάζουν στην *Ευκολία Χρήσης και Επικοινωνίας του μέσου, στην Διάχυση Γνώσης και στην Ανάλυση Πελατών και Προσέλκυση νέων Πελατών*.
- Οι **«Image Control»** με ποσοστό 31,2%, που εστιάζουν στην *Διαφήμιση και Προώθηση προϊόντων, στην Διάχυση θετικής φημολογίας, στον Έλεγχο και Διαχείριση φήμης και την συλλογή απόψεων*.
- Και οι **«Customer Engagement»** με ποσοστό 28,5%, που εστιάζουν στην *άμεση & γρήγορη επικοινωνία, στην Εξυπηρέτηση Πελατών, στο Crowdsourcing, στο Δέσιμο/ Χτίσιμο Εμπιστοσύνης, στην Ανταλλαγή Απόψεων αλλά και την Δυνατότητα Εμπορικής Ανάπτυξης*.

Οι εισηγήσεις που πραγματοποίησαν 18 ομιλητές, ανώτατα στελέχη επιχειρήσεων, επιχειρηματίες και ειδικοί στα social media κράτησαν αμείωτο το ενδιαφέρον του κοινού που κατέκλυσε την αίθουσα του Μουσείου Μπενάκη, αφού τα εισιτήρια για το Συνέδριο είχαν εξαντληθεί από την αρχή της βδομάδας.

Ο Πρόεδρος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας κ. **Δημήτρης Γ. Μαύρος**, τόνισε την ανάγκη αξιοποίησης των social media από επιχειρήσεις και οργανισμούς, έτσι ώστε *«να μη μείνουν απλοί θεατές σε μια διαδικασία που τους αφορά και τους επηρεάζει»*. Επίσης υπογράμμισε το γεγονός ότι *«το μέλλον της επικοινωνίας και ο ρόλος της στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι σαφώς συνδεδεμένος με την χρήση των social media από τις επιχειρήσεις»*.

Το Συνέδριο είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν πάνω από 400 στελέχη επιχειρήσεων, ακαδημαϊκοί, δημοσιογράφοι και φοιτητές, ενώ παρακολούθησαν ακόμη περισσότεροι τη live μετάδοση μέσω Διαδικτύου τόσο από το www.skai.gr, όσο και από το www.neolaia.gr.

Την έναρξη του Συνεδρίου κήρυξε ο **Πρόεδρος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας** ο κ. **Δημήτρης Γ. Μαύρος**.



Η παρουσίαση των ευρημάτων της έρευνας έγινε από τον κ. **Δημήτρη Α. Μαύρο**, Διευθύνοντα Σύμβουλο της MRB HELLAS και ο σχολιασμός πραγματοποιήθηκε από τις Επίκουρες Καθηγήτριες κα **Ε. Αποσπότη**, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Δρ Μπέττυ Τσακαρέστου**, Πάντειο και τον Επίκουρο Καθηγητή κ. **Δ. Γκούσκο**, Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Ενδιαφέροντα στοιχεία και case studies παρουσίασε ο κ. **Matthias Luefkens**, EMEA Managing Director Burson-Marsteller Digital, που ήρθε ειδικά για το Συνέδριο του Ινστιτούτου Επικοινωνίας στην Αθήνα.

Εξαιρετικά στοιχεία μας έδωσε και ο δημοσιογράφος **Νίκος Ανδρίτσος**, SKAI, ο οποίος και μετέδωσε live μέρος της εκπομπής του «Στο Στόμα του Νίκου».

Ξεχωριστές ήταν και οι παρουσιάσεις του **Γιώργου Καράμπελα**, Marketing Manager, Dixons South-East Europe (Κωτσόβολος), **Τ. Παγκάκη**, Head of Communications, Ericsson Hub Southeastern Europe, του **Χάρη Καρώνη**, Προέδρου και Δ/νοντα Συμβούλου Realize SA / Viva.gr / Hellas Pay και της **Δ. Κοντοχρήστου**, Boehringer Ingelheim.

Ειδικά για το Συνέδριο ήρθε από το Λονδίνο και η Digital Communications Strategist και γνωστή blogger **Σοφία Γκιούσου**, που μαζί με τον **Θ. Γεωργακόπουλο** και την **Α. Τσαμαδή** έδωσαν την άποψη των bloggers στο Συνέδριο.

Η τελευταία ενότητα τοποθέτησε το θέμα της «διεκδίκησης» των social media από τους επαγγελματίες της επικοινωνίας στη ορθή του διάσταση: Οι **Χ. Λάτος**, **OgilvyOne**, **Θ. Παπαθανασίου**, **Frank** και ο **Γ. Φλέσσας**, **Civitas**, αντάλλαξαν απόψεις με το συντονισμό της **Ε. Παναγιωτοπούλου**, **Αθηναϊκή Ζυθοποιία**.

Συντονιστές στα τρία πάνελ ήταν ο **Δ. Γ. Μαύρος**, Πρόεδρος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας και CEO της SPOT/JWT, η **Μαρία Λαζαρίμου**, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Advocate/Burson-Marsteller, μέλος του ΔΣ του Ινστιτούτου Επικοινωνίας και επικεφαλής της Οργανωτικής Επιτροπής του Συνεδρίου, και η **Έλλη Παναγιωτοπούλου**, Corporate Relations Manager, Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας ευχαριστεί θερμά τον **Όμιλο SKAI**, την **ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ**, την **MRB Hellas** και την **Advocate/B-M** για τη χορηγία τους.

Ευχαριστούμε επίσης τους Υποστηρικτές **Cosmote**, **EPT** και **Think Digital**, καθώς και τους Χορηγούς Επικοινωνίας: **Marketing Week**, **neolaia.gr**, **deasy.gr**, **Lowe Worldwide Athens**, **Realize**, **viva.gr**, **Clipnews**, **naftemporiki.gr**, **24 Media** και **VDEL**.

Για περισσότερες πληροφορίες:

Ινστιτούτο Επικοινωνίας

Email: info@ioc.gr

Τηλέφωνο επικοινωνίας: 2103318065 – 7

website: www.ioc.gr

Σημειώσεις: Τα αναλυτικά στοιχεία της έρευνας, τα ονόματα των ομιλητών, σύντομα βιογραφικά τους και οι παρουσιάσεις τους θα βρίσκονται διαθέσιμα στο www.ioc.gr