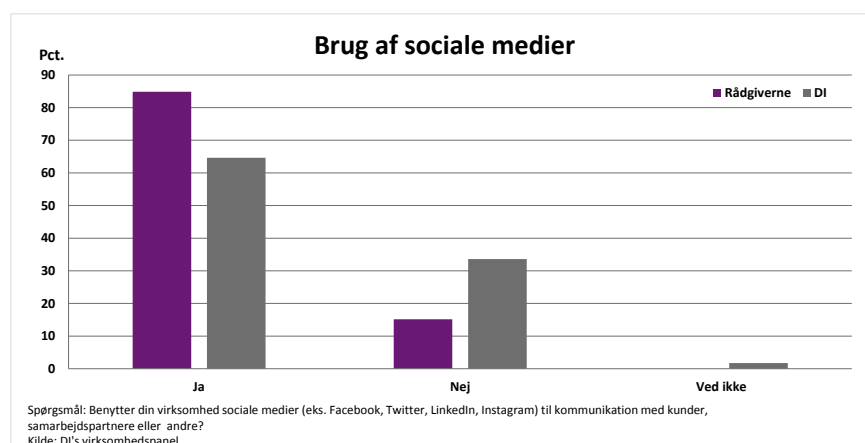




Næsten alle rådgivere bruger de sociale medier

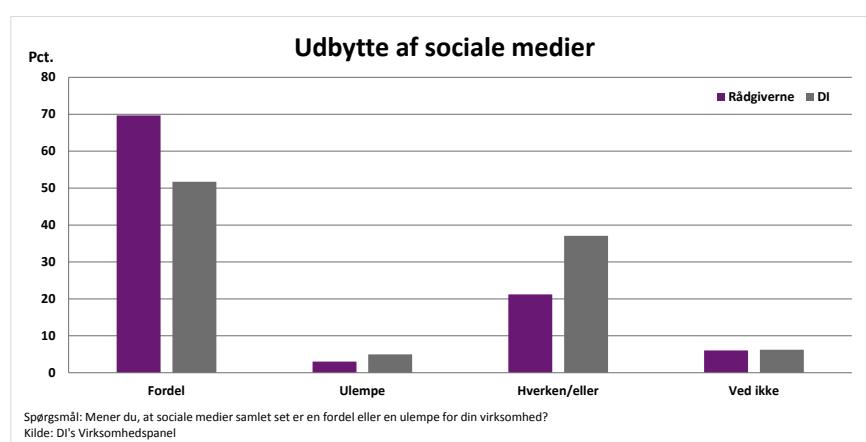
85 pct. af rådgivervirksomhederne i DI's virksomhedspanel benytter sig af sociale medier i arbejdsrelaterede sammenhænge. 70 pct. mener, at sociale medier udgør en fordel for virksomheden. 3 ud af 4 rådgivere mener sociale medier bidrager til en bedre markedsføring af virksomheden, mens næsten hver anden rådgiver mener sociale medier gør det lettere at rekruttere nye medarbejdere.

Knap 85 pct. af rådgivervirksomhederne angiver, at de i et eller andet omfang benytter sociale medier i arbejdsrelaterede sammenhænge. Det er 20 pct. point højere end for hele DI's medlemskreds, hvor omkring 65 pct. af virksomhederne benytter sig af sociale medier.

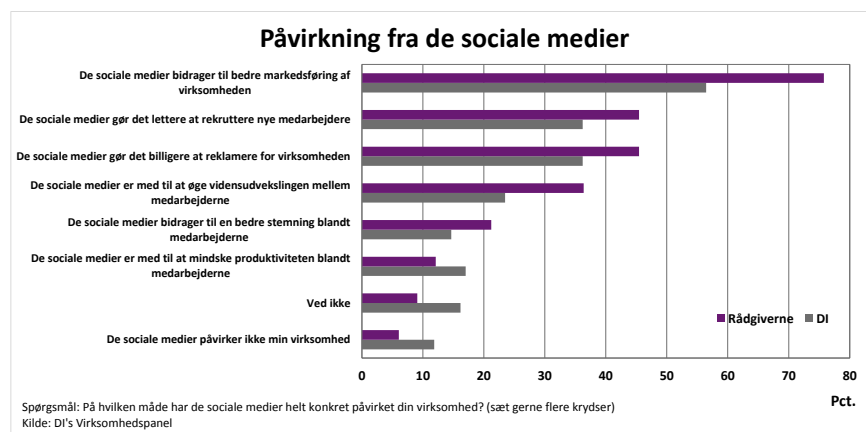


15 pct. af rådgivervirksomhederne angiver ikke at bruge sociale medier i arbejdsrelaterede sammenhænge, og det tilsvarende tal for alle DI-medlemmer er 34 pct.

Knap 70 pct. af rådgivervirksomhederne mener, at de sociale medier udgør en fordel for virksomheden. Dette tal ligger højt i forhold til alle DI's medlemmer, hvor det her er godt halvdelen, der mener, at sociale medier er en fordel. Kun tre pct. af rådgivervirksomhederne opfatter sociale medier som en ulempe, mens det tilsvarende tal for DI er fem pct.

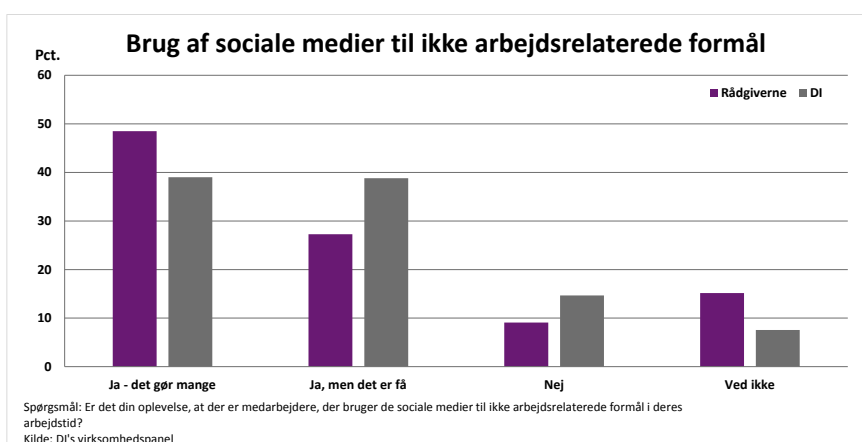


Omkring 76 pct. af rådgivervirksomhederne angiver, at sociale medier bidrager til en bedre markedsføring af virksomheden, hvilket er 20 pct. point højere end det tilsvarende tal for hele DI's medlemsvirksomheder. 45 pct. af rådgivervirksomhederne mener, at sociale medier gør det lettere at rekruttere nye medarbejdere og samme andel mener, at sociale medier gør det billigere at reklamere for virksomheden.



17 pct. af DI's medlemmer mener, at de sociale medier er med til at mindske produktiviteten blandt medarbejderne, mens det er godt 12 pct. af rådgivervirksomhederne, der mener det samme.

Knap 48 pct. af rådgivervirksomhederne oplever, at mange medarbejdere benytter sociale medier til ikke arbejdsrelaterede formål i arbejdstiden. Her er det tilsvarende tal for alle DI-medlemmer 39 pct. Godt 10 pct. af rådgiverne oplever ikke, at der benyttes sociale medier til ikke arbejdsrelaterede formål i arbejdstiden, mens dette gør sig gældende for knap 15 pct. af DI's medlemmer.



Resultaterne stammer fra DI's virksomhedspanel, hvor der er blevet spurgt til virksomhedernes brug af sociale medier som Facebook, Twitter, LinkedIn og Instagram til kommunikation med kunder, samarbejdspartnere og lignende. I alt 33 rådgivervirksomheder har besvaret spørgsmålene, ud af samlet set 464 virksomhedsbesvarelser.