

**Centre d'études AAPQ-Infopresse
en communications marketing**

**Résumé des résultats du sondage sur l'utilisation des médias sociaux en
2010 dans l'industrie des communications**

Benoit Cordelier, codirecteur

Pauline Breduillieard, associée de recherche

Février 2010

L'utilisation des médias sociaux dans l'industrie des communications en 2010

Ce sondage a été réalisé durant le mois de janvier auprès des membres de l'AMR.

Nombre de répondants : 72

Faits saillants :

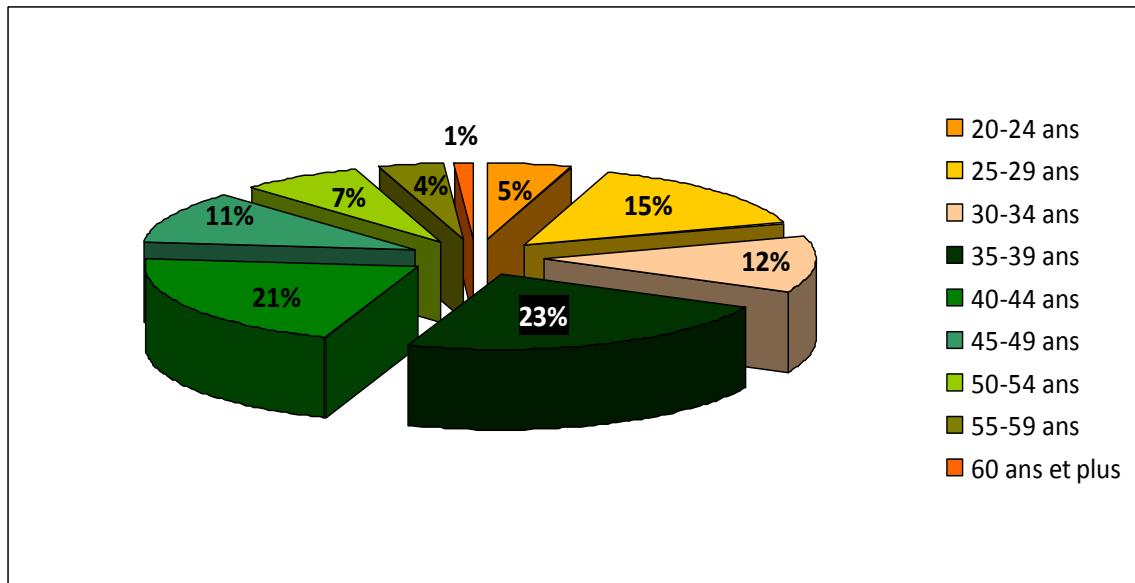
- 49% des répondants ont un niveau intermédiaire de connaissance en médias sociaux.
- Même si les médias sociaux sont intégrés aux plans de communications des entreprises à 73%, cela représente seulement moins de 10% du budget de communication (70%).
- Le principal bénéfice pour une entreprise à utiliser les médias sociaux est selon les répondants la visibilité pour l'entreprise (90%).
- Majoritairement, le développement des stratégies en médias sociaux dans les entreprises est confié à l'interne (service de communication spécialisé ou non).

Profil sociodémographique

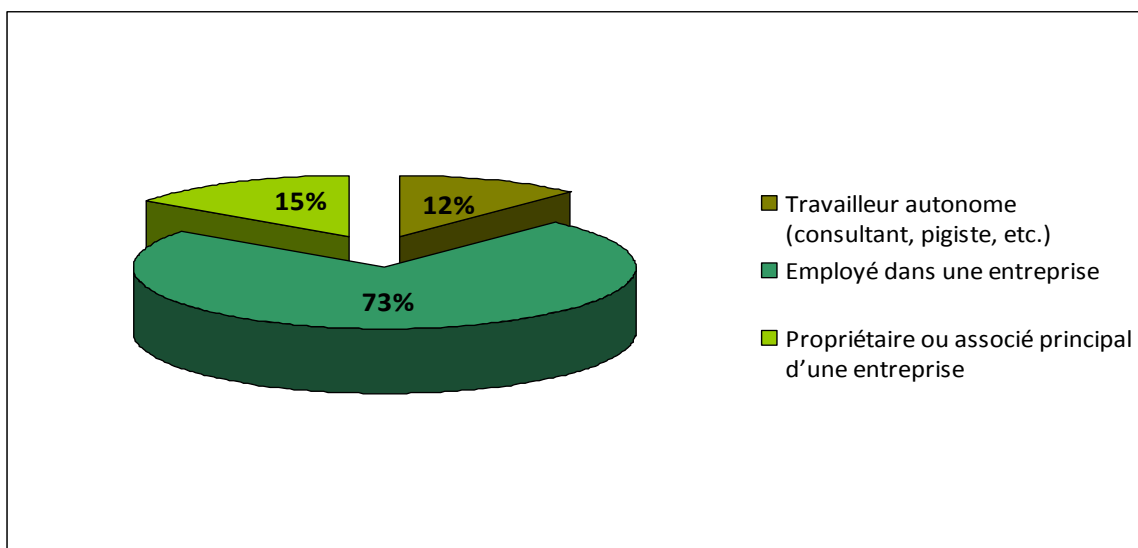
- Le sexe des répondants

62% sont des femmes et **38%** des hommes.

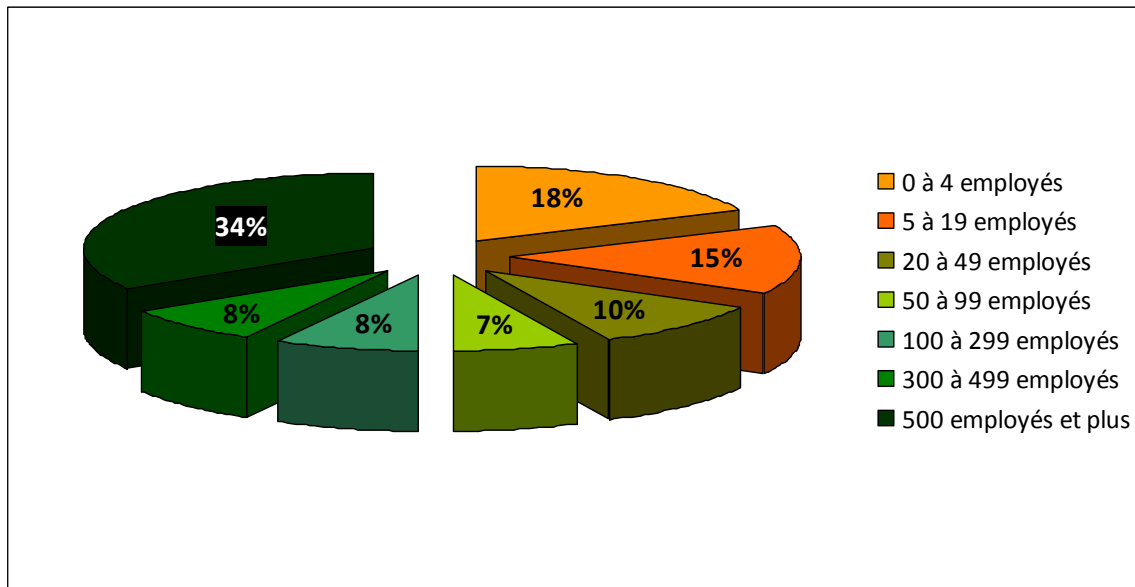
- L'âge des répondants



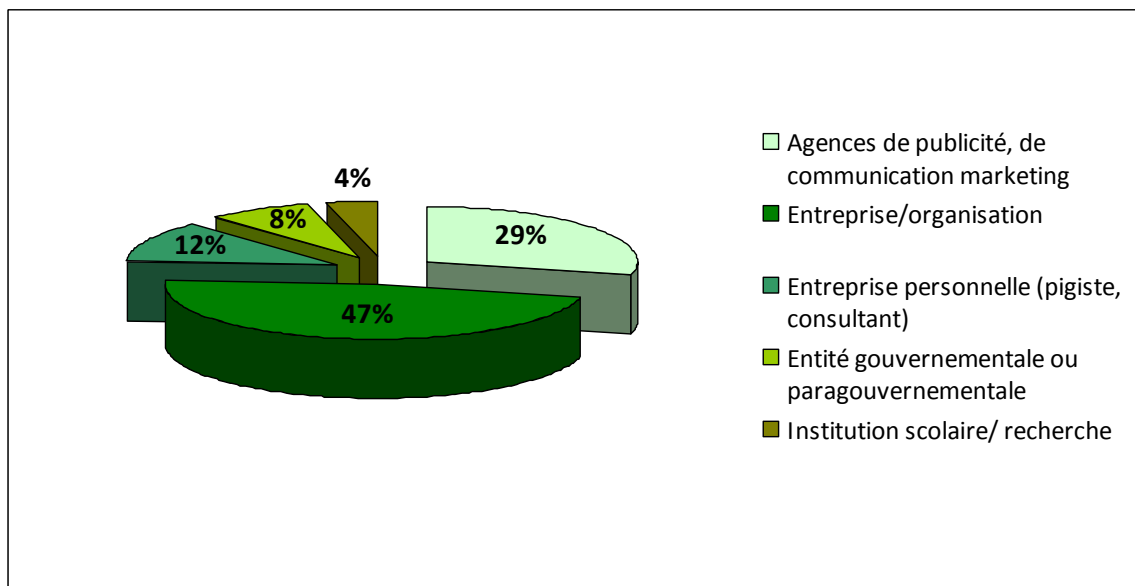
- Le statut professionnel des répondants



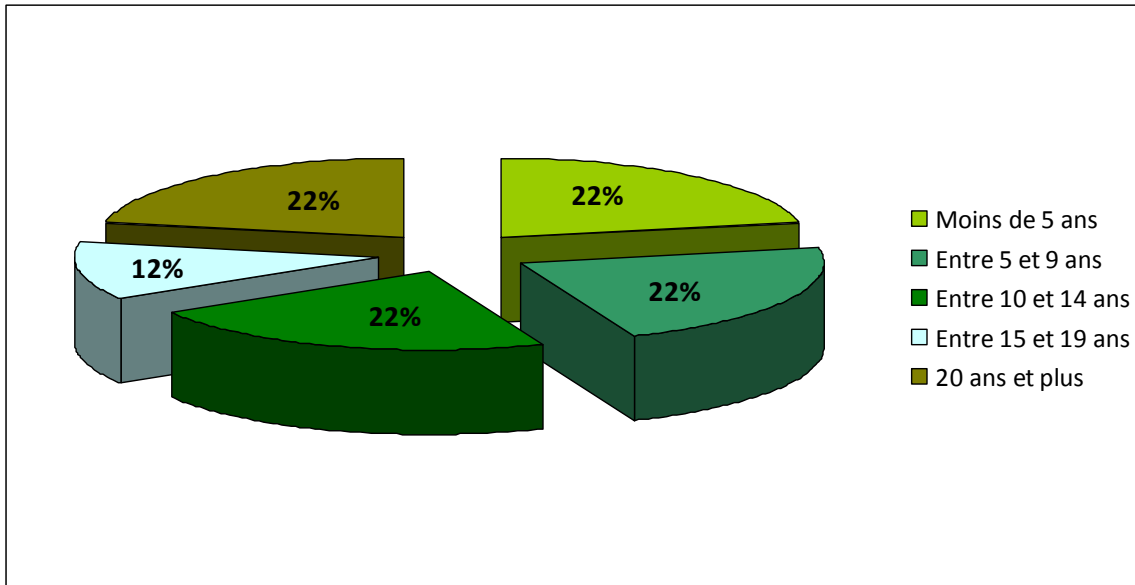
➤ Taille de l'entreprise dans laquelle les répondants travaillent



➤ Le type d'organisation dans laquelle travaillent les répondants



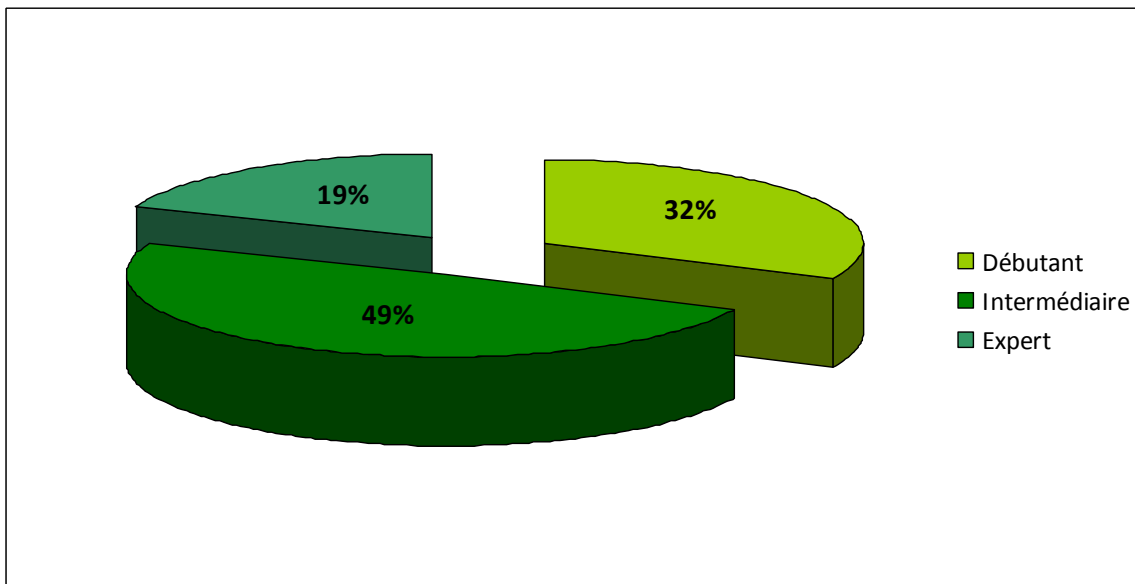
➤ Le nombre d'années d'expérience dans le milieu des communications



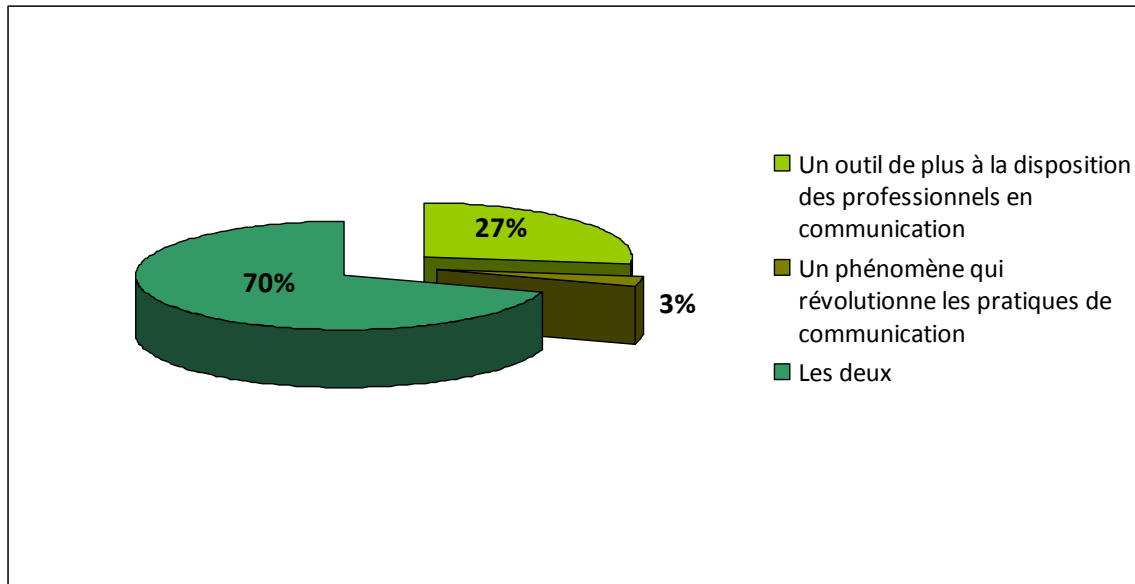
1. Pour votre entreprise, utilisez-vous les médias sociaux dans vos stratégies marketing et plan de communication de votre entreprise?

73% des répondants utilisent les médias sociaux dans les stratégies marketing et plan de communication de leur entreprise contre **27%** qui ne les utilisent pas.

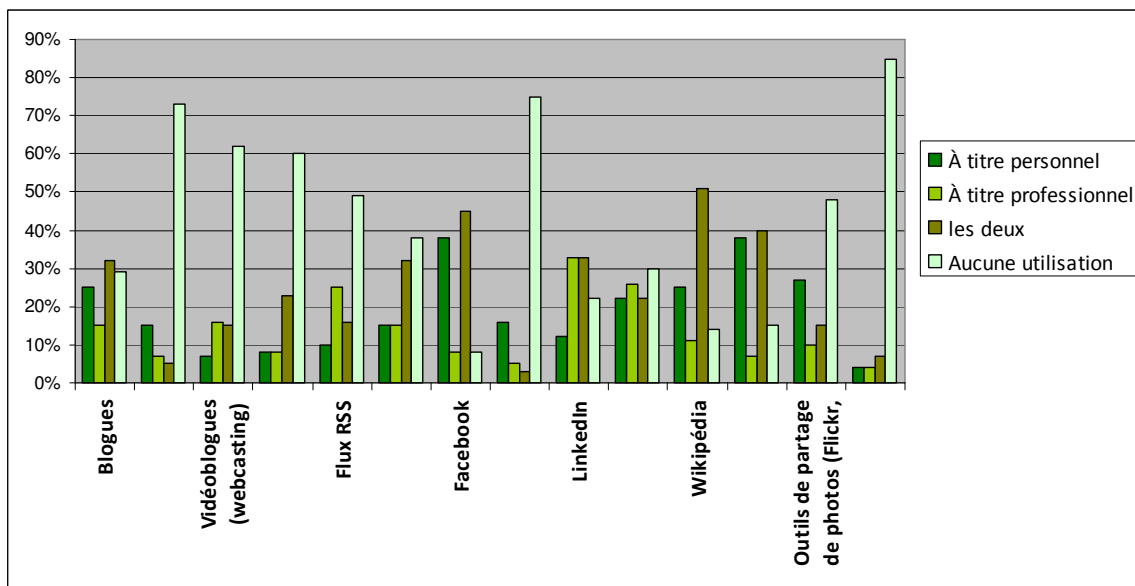
2. Quel est, selon vous, votre niveau de connaissance/confort avec les médias sociaux?



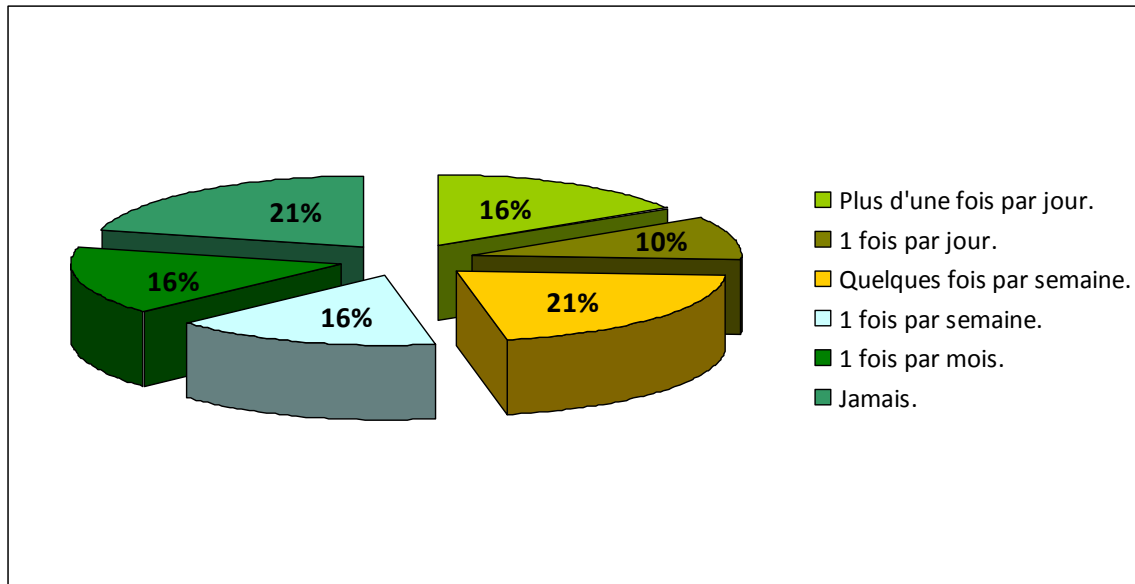
3. Selon vous, les médias sociaux sont:



4. Utilisez-vous les plateformes et outils suivants?



5. À quelle fréquence visitez-vous des blogues?



6.

a. Avez-vous un blogue personnel?

75% des personnes interrogées n'ont pas de blogue personnel. Seulement **25%** disent en avoir un.

b. Avez-vous une page de réseautage personnelle?

Par contre **71%** possèdent une page de réseautage personnelle contre **29%** qui n'en possèdent pas.

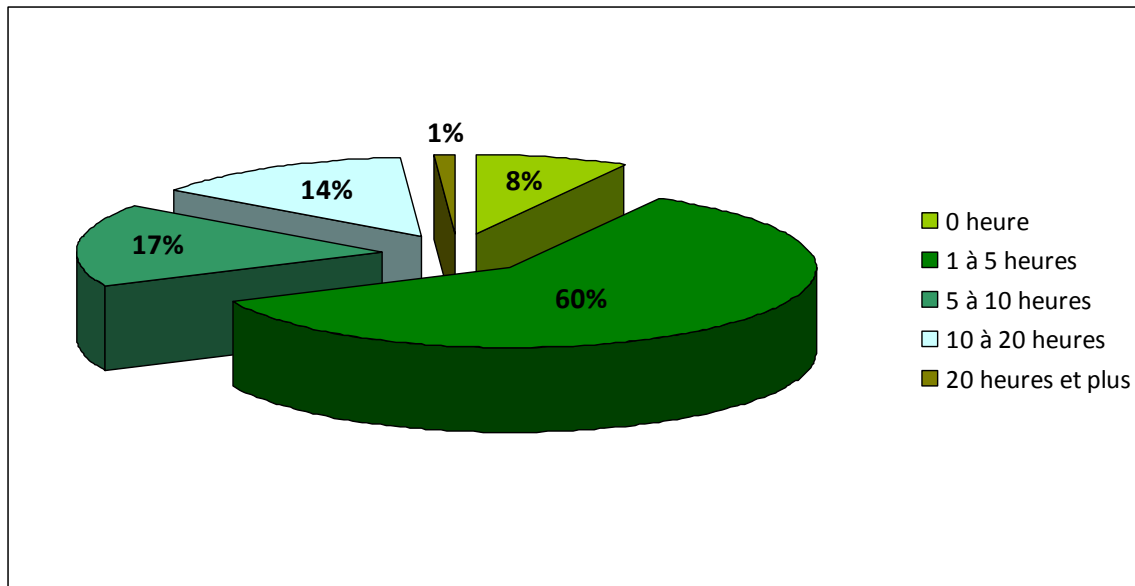
7. Est-ce que l'organisation pour laquelle vous travaillez a une page de réseautage ou un blogue?

63% des organisations dans lesquelles travaillent les répondants possèdent un blogue ou une page de réseautage. Tandis que **37%** n'en ont pas.

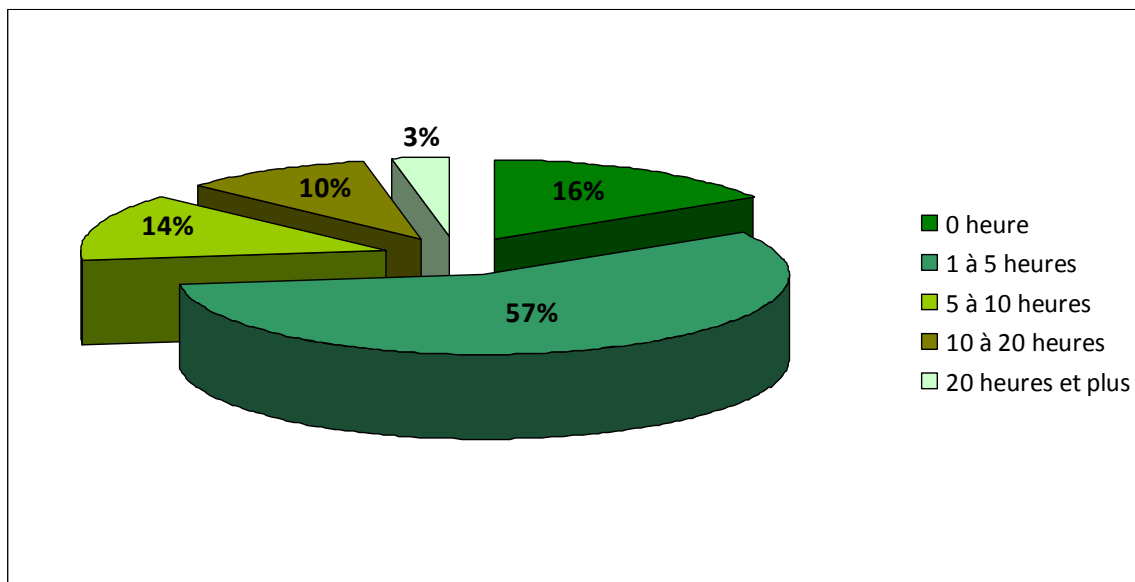
8. Si oui à la question 7, en êtes-vous le principal responsable?

Parmi, ces 63% seulement **28%** des personnes interrogées sont responsables de la page ou du blogue de leur organisation.

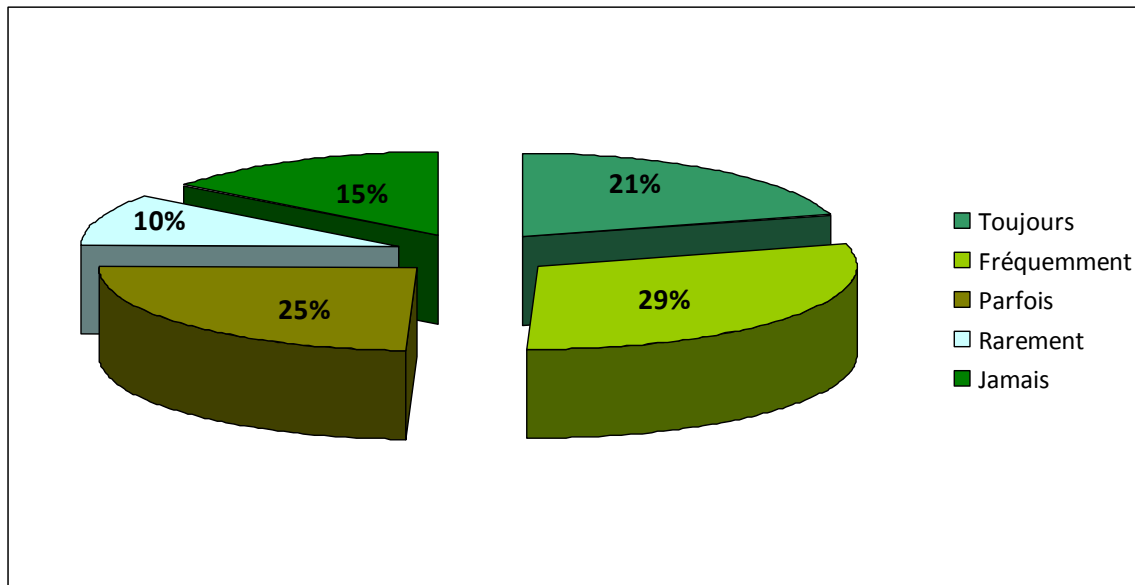
9. Combien d'heures par semaine consacrez-vous aux médias sociaux à titre personnel?



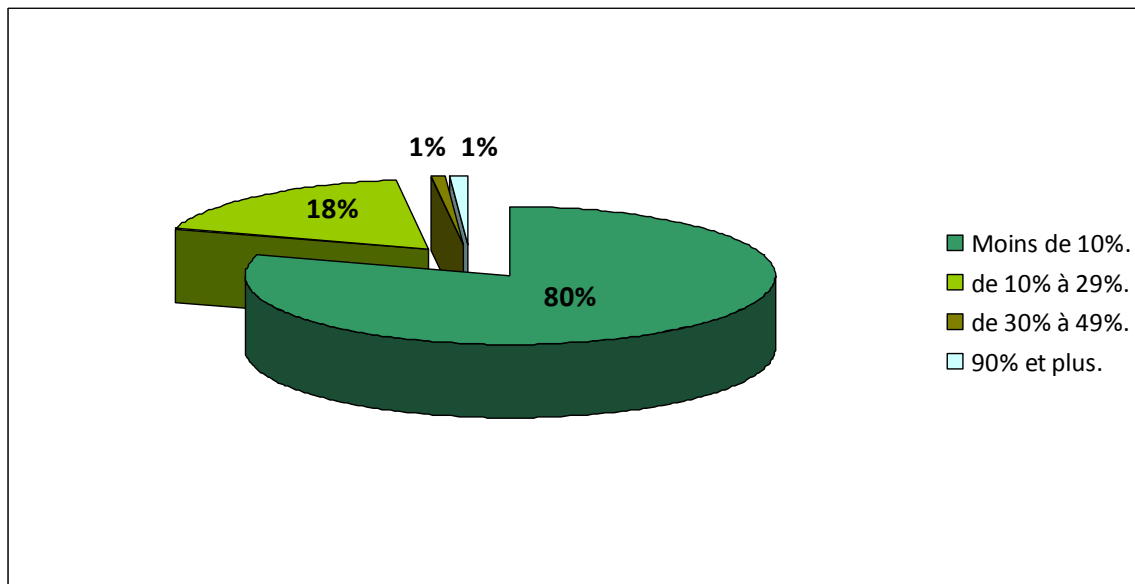
10. Combien d'heures par semaine consacrez-vous aux médias sociaux à titre professionnel?



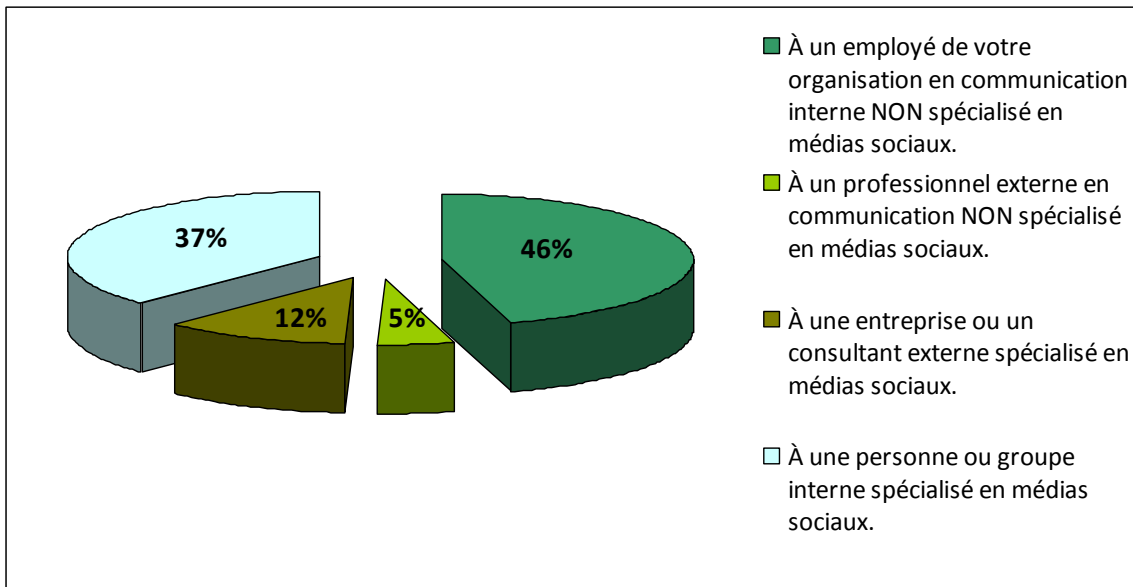
11. À quelle fréquence incorporez-vous les médias sociaux dans vos plans de communication?



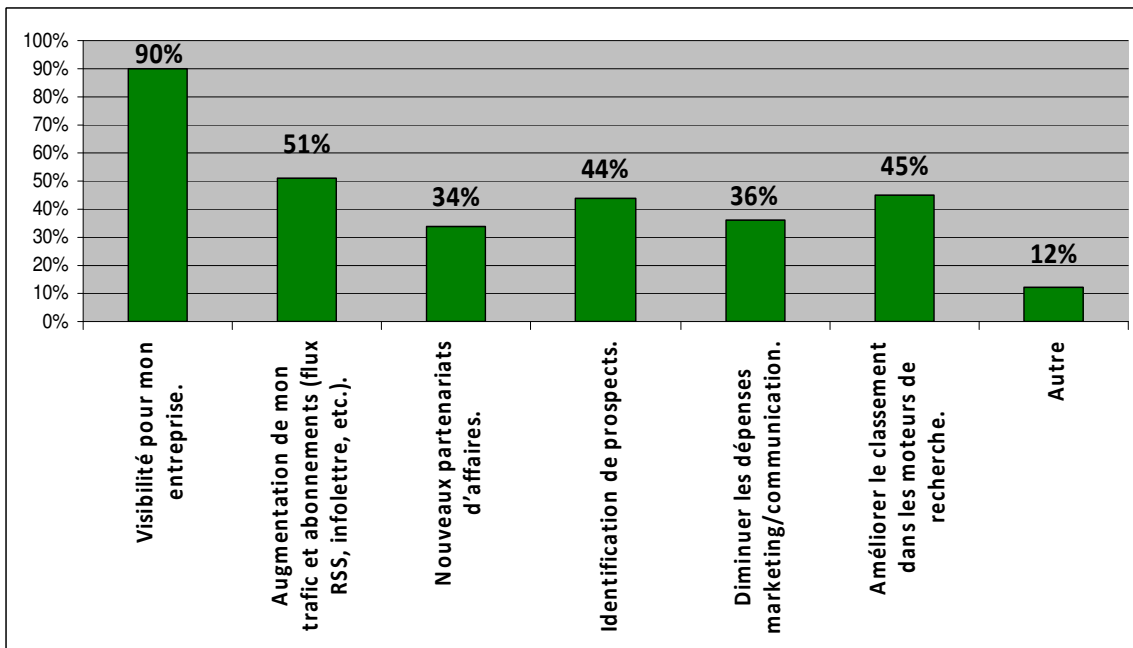
12. Dans vos plans, quel pourcentage du budget, en moyenne, est consacré aux médias sociaux?



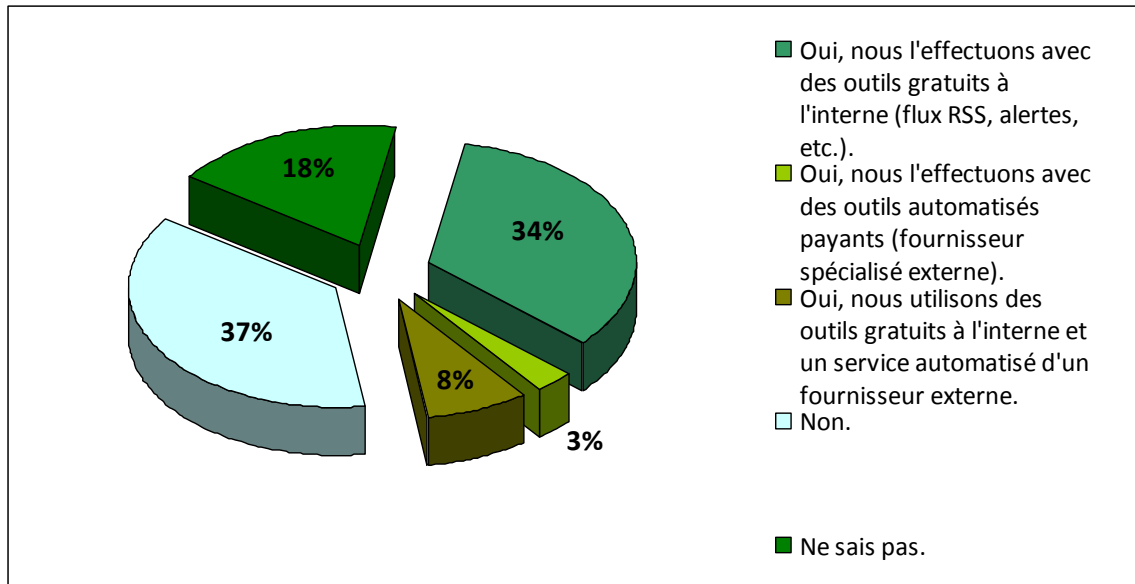
13. À qui est confié le développement des stratégies en médias sociaux dans votre entreprise?



14. Quels bénéfices marketing les médias sociaux apportent-ils à votre entreprise?



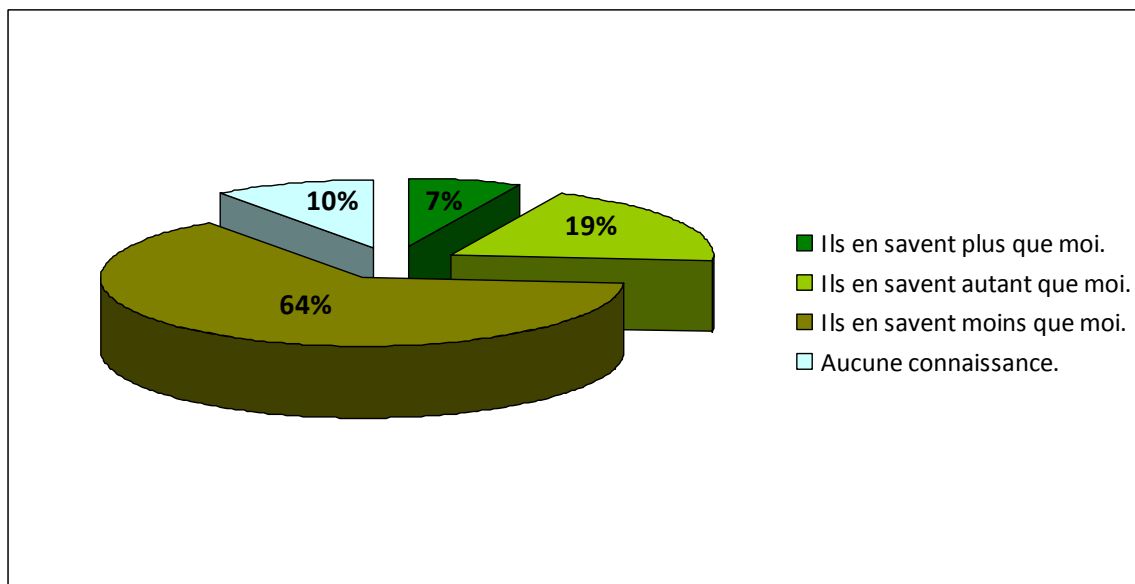
15. Effectuez-vous une veille des médias sociaux au sujet de votre organisation?



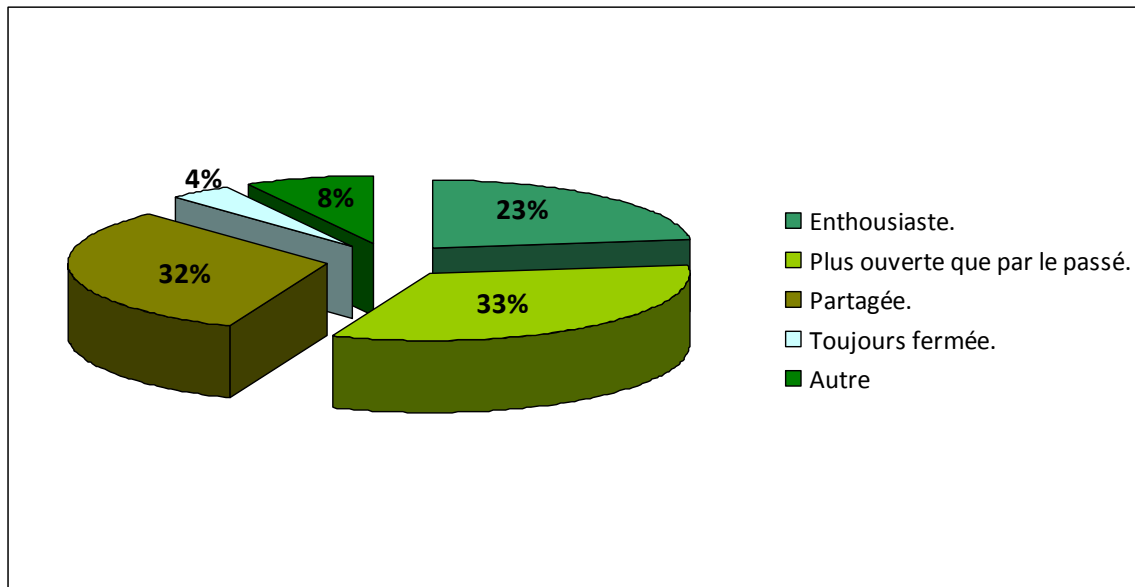
16. Dans les stratégies marketing et plans de communications que vous conseillez à vos clients, intégrez-vous les médias sociaux?

74% des répondants conseillent à leurs clients d'intégrer les médias sociaux dans leurs plans de communications et stratégies marketing. Tandis que **26%** ne le font pas.

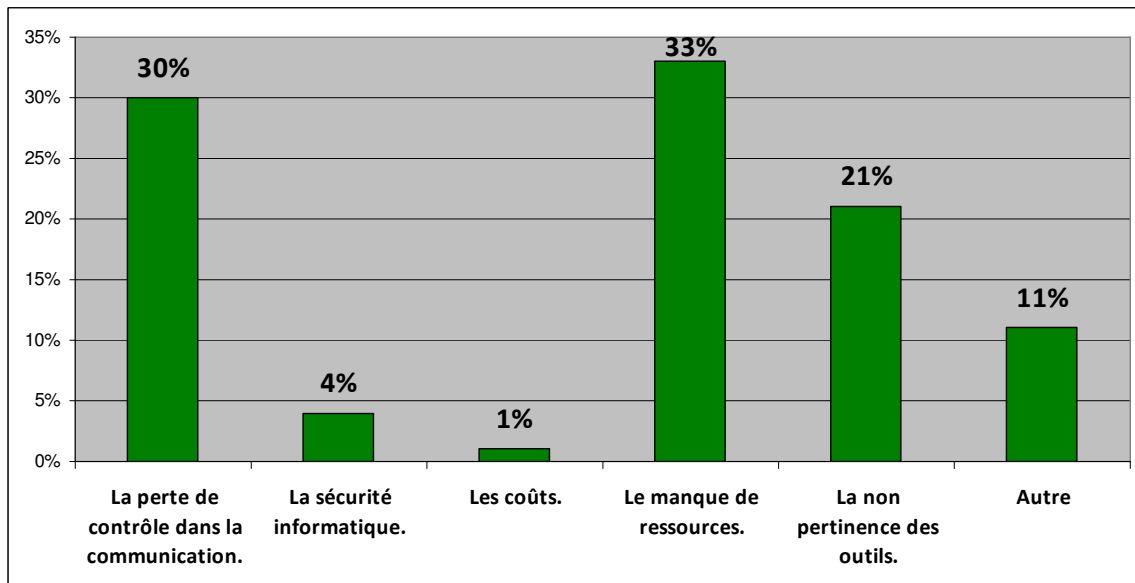
17. En général, comment décririez-vous le niveau d'expertise en médias sociaux de vos clients?



18. Comment décririez-vous l'attitude actuelle de vos clients à l'égard de l'intégration des médias sociaux dans leurs communications?



19. Quelle raison est la plus souvent citée par vos clients qui résistent aux médias sociaux?



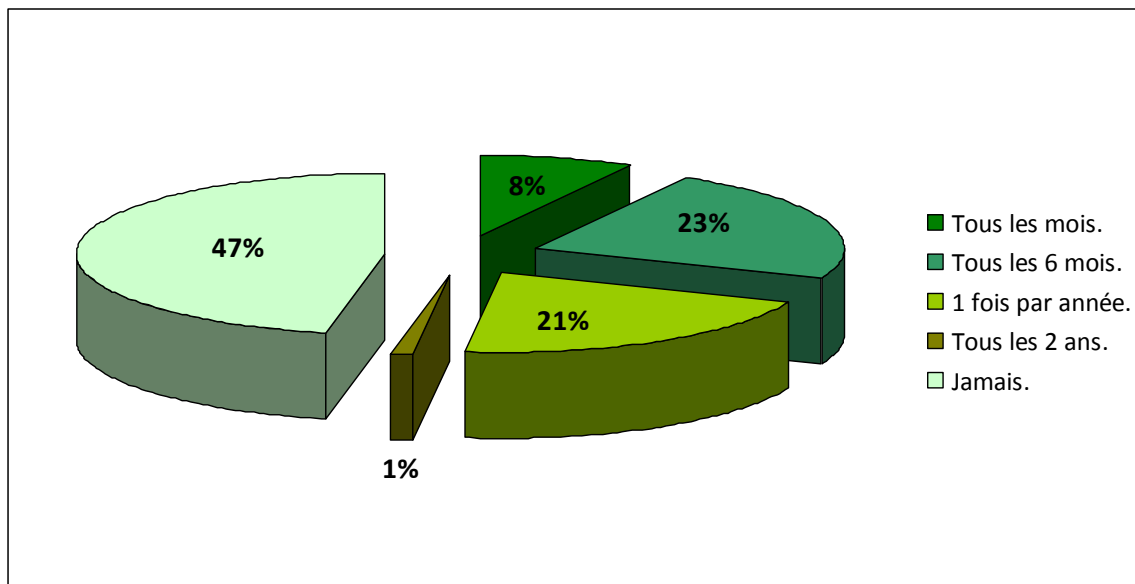
20. Quel énoncé est le plus approprié lorsque vient le temps de discuter de médias sociaux avec vos clients?

81% des professionnels en communication marketing initient la conversation sur les médias sociaux avec leurs clients. Seulement **19%** des clients prennent l'initiative.

21. Vous considérez-vous assez formé pour conseiller adéquatement vos clients au sujet des médias sociaux?

Seulement **34%** des personnes interrogées se considèrent assez formés pour conseiller leurs clients au sujet des médias sociaux. Alors que **47%** disent ne pas être assez formés et que **19%** ne sont pas certains.

22. À quelle fréquence assistez-vous à des formations sur les médias sociaux?



23. Croyez-vous que le ralentissement économique a accéléré le développement des médias sociaux?

55% des professionnels interrogés pensent que le ralentissement économique a accéléré le développement des médias sociaux, **19%** ne se prononcent pas et **26%** pensent que non.

24. Quels sont les médias sociaux sur lesquels vous aimeriez apprendre davantage?

