



Subject : **SAGE**
Keyword : **SAGE**

Publication : **SOLUTIONS/F**
Date : **01/12/2009**
Page(s) : **5**

Frequency : **PERIODIC**
Circulation : **17350**

Size : **82.29 cm²**
1117 Id : **200912300566T**

Les réseaux sociaux... pour véhiculer son **image**

Les médias sociaux font leur entrée comme média et outil de veille, assure l'éditeur Sage. Près d'un dirigeant de PME sur 5 (19%) utilise déjà les réseaux sociaux généralistes (Facebook, Ziki) ou professionnels (Viadeo, LinkedIn) pour promouvoir son activité, de manière régulière ou plus épisodique. Ils sont même 12% à avoir créé un blog pour parler de leur activité.

Parmi les usages les plus courants: promouvoir son activité (40%) et détecter des innovations intéressantes (47%). D'autres champs d'expérience sont explorés, en particulier suivre l'actualité de ses marchés (38%) et suivre l'actualité de la concurrence (36%).

Les médias sociaux sont donc encore utilisés essentiellement pour la recherche et la diffusion d'information, les dirigeants d'entreprise ne semblant pas encore rentrer plus avant dans la participation «relationnelle».

