

Secondo una indagine di **Regus**, condotta a livello mondiale, è emerso come un sempre maggior numero di società investa nei social media con scopi aziendali (Enterprise Social Media): il 25% delle aziende ha incluso nel budget questo tipo di spesa, mentre il 40% sta già incrementando il giro di affari grazie agli ESM.

Le società italiane seguono la tendenza generale, con una percentuale di poco minore (38%). L'utilizzo maggiore è dato dal mantenimento di relazioni con i **contatti commerciali** (58%) e l'adesione a

### **gruppi di interesse**

specifici (54%).

Sembra che siano le società di medio-piccole dimensioni a mostrare maggiore interesse.

Tra i settori di indagine, Ict, retail, media & marketing e consulenza risultano sopra la media in termini di utilizzo di ESM; manifatturiero, servizi finanziari e sanità sono sotto la media.

Infine, va rilevato che il 34% dei manager intervistati sono scettici: ritengono che i social network non saranno un mezzo significativo per mettersi in contatto con i clienti.

[Leggere il rapporto \(pdf\)](#)