Secondo una nuova ricerca Weber Shandwick il 64% dei CEO delle più grosse aziende del mondo non è attivo online

Secondo una nuova ricerca di Weber Shandwick, la multinazionale leader in Italia nel settore delle relazioni pubbliche, la maggior parte dei CEO delle più grosse società del mondo – il 64% – non è ancora "social", ovvero non ha presenza attiva sui social media e non promuove online attività di engagement degli stakeholders.

Lo studio "Socialising Your CEO: From (Un)Social to Social" ha preso in esame la presenza e le attività digital dei CEO delle prime 50 aziende a livello globale.
"In questo periodo di precarietà e di incertezza generali, si registra un forte trend dei CEO a non rimanere in silenzio. Anzi, partecipano ai più importanti forum e convegni delle loro industry e le loro parole e i loro messaggi sono ampiamente presenti sulla stampa economica. Ma quando si parla di digital engagement, i CEO dimostrano di non essere pienamente "social" commenta Leslie Gaines-Ross, chief reputation strategist di Weber Shandwick ed esperta di online reputation. "Tuttavia il top management sta progressivamente prendendo confidenza con i new media, di conseguenza ci aspettiamo che la tendenza attuale si inverta molto rapidamente."
Più di 9 su 10 CEO delle maggiori 50 aziende mondiali (il 93%) hanno comunicato all'esterno in maniera tradizionale: il 93% è stato recentemente intervistato sui principali giornali generalisti ed economici e il 40% ha sfruttato la leva delle speaking opportunities per veicolare i propri messaggi ad audience esterne.

La Comunicazione online, tuttavia, non è andata di pari passo. La presenza sul web dei CEO si limita prevalentemente ad una pagina su Wikipedia, l'enciclopedia online costituita dal sapere dagli utenti. A parte Wikipedia la visibilità online dei CEO è piuttosto ridotta – solo il 36% può essere definito a pieno titolo "social" e intrattiene in qualche modo relazioni con l'esterno sul sito aziendale o sui social media (es. messaggi/ video/podcasts sui siti aziendali o su Youtube; presenza su Twitter, Facebook, LinkedIn, MySpace o nel blog aziendale).