:: PRESSEMELDING ::

Sosiale medier i arbeidstiden – trussel eller mulighet?

12. juli 2012 – 4 av 10 arbeidstakere i Norge mener at bruken av sosiale medier i arbeidstiden har en negativ innvirkning på produktiviteten. Allikevel er vi mer sosiale enn noen gang. Det viser ferske tall fra Kelly Global Workforce Index®.   
  
34 % av de spurte synes det er akseptabelt å bruke sosiale medier i arbeidstiden. Respondentene mener samtidig at dette helt klart påvirker effektiviteten og produktiviteten, og hele 38 % hevder de blir mindre produktive pga tiden de bruker på sosiale medier. I tillegg sier så mange som 4 av 10 at det å mikse personlige og profesjonelle nettverk kan skape utfordringer.

– Mange har utviklet en form for avhengighet til de sosiale mediene. Facebook og Twitter har blitt en viktig del av folks kommunikasjon, og mange beslutninger tas nettopp i disse kanalene – også innenfor karriere og jobbsøking, sier Turid Momyr, adm. direktør i Kelly Services. – I tillegg til alle mulighetene disse mediene gir, merker vi også en slags nervøsitet i forhold til at to verdener – den personlige og den profesjonelle – nå møtes på én og samme arena.

Funnene er en del av de ferskeste resultatene fra Kelly Global Workforce Index® (KGWI), en årlig global arbeidslivsundersøkelse gjennomført av bemannings- og rekrutteringsselskapet Kelly Services. Hele 170 000 arbeidstakere i 30 land har deltatt i undersøkelsen, deriblant ca 3 000 i Norge.

Undersøkelsen tar bl.a. for seg faktorer som ansatte vektlegger i sin vurdering av potensielle arbeidsgivere, hvem og hva som påvirker deres karrierevalg, og bruken av sosiale medier i jobbsammenheng.

Resultater fra undersøkelsen i Norge viser:

* 39 % av generasjon Y (19-30 år) synes det er greit å benytte sosiale medier til personlige formål i arbeidstiden. Til sammenligning mener 36 % av generasjon X (31-48 år) og 24 % av Babyboomerne (49-66 år) det samme.
* 12 % mener det er greit å dele jobbrelaterte meninger med venner og kollegaer via sosiale medier
* 17 % av arbeidstakerne har fått beskjed om å slutte å bruke sosiale medier i arbeidstiden
* 2 av 10 sier det er mer naturlig for dem å søke jobb via sosiale medier enn via andre tradisjonelle kanaler som avis, jobbsøkerportaler på nett og rekrutteringsselskaper.
* Mer enn halvparten av de spurte (60 %) bruker sosiale medier og nettverk når de skal ta beslutninger i karrieresammenheng.

– Faktum er at bruken av sosiale medier har ekspandert mye raskere enn reglene og retningslinjene for bruken av disse, sier Momyr. – Samtidig som ansatte raskt ser fordelene ved å utnytte sosiale medier i jobbsammenheng, sliter arbeidsgivere og ledere med en rekke komplekse problemstillinger knyttet til personvern, overvåkning og spredning av sensitiv informasjon.

Med inntoget av sosiale medier og den rollen disse nettverkene etter hvert har fått i våre liv, er det viktig at bedrifter setter klare og tydelige retningslinjer for sine ansatte når det gjelder opptreden i disse kanalene. Dette bør kommuniseres internt og eksternt.

– Det er viktig at budskapet er klart og tydelig og at det ikke er noen tvil om hvem som kan uttale seg om hva og hvor, sier Momyr og fortsetter: – I prinsippet gjelder det her som i alle andre sosialer sammenhenger; er du ansatt et sted, så er du også representant for firmaet – uansett om du er i kundemøte, på café eller i sosiale medier. Du må bruke sunn fornuft og opptre profesjonelt, sier hun.

**Store muligheter**

For bedrifter med tydelige og klare retningslinjer for tilstedeværelse i sosiale medier, finnes det også mange muligheter der ute. Har du for eksempel fornøyde kunder og samarbeidspartnere som er aktive i disse kanalene, kan deres omtale og erfaringer være et meget verdifullt bidrag til å øke kjennskap og å bygge omdømme rundt din merkevare.

– Folk «hører» og tror generelt mer på venner og kjente enn på betalte reklamebudskap, og referanser og erfaringer fra de man har i nettverket blir mer og mer viktig, sier Momyr. – Det legges stadig ut spørsmål om både det ene og det andre, og folk ønsker tilbakemeldinger fra de man kjenner om erfaringer og opplevelser med produkter og tjenester.

Dette og flere resultater fra undersøkelsen kan du lese mer om i rapporten [*When Two Worlds Collide – The Rise of Social Media in the Workplace*](http://www.kellyservices.no/NO/KGWI-JULI-2012---Social-Media-at-Work/). Mer informasjon om Kelly Global Workforce Index® finner du under nyheter og pressemeldinger på våre nettsider [www.kellyservices.no](http://www.kellyservices.no).

**Billedtekst:**

– Samtidig som ansatte raskt ser fordelene ved å utnytte sosiale medier i jobbsammenheng, sliter arbeidsgivere og ledere med en rekke komplekse problemstillinger knyttet til personvern, overvåkning og spredning av sensitiv informasjon, sier Turid Momyr, administrerende direktør i Kelly Services Norge.

**For mer informasjon**, kontakt Kelly Services Norge, ved

Adm. direktør, Turid Momyr, telefon 23 23 86 00, mobil 90 17 87 10, eller e‐post turid.momyr@kellyservices.no

**Fakta om undersøkelsen**

Kelly Global Workforce Index® er en årlig, verdensomspennende undersøkelse blant arbeidstakere som avslører meningene rundt jobb og arbeidsliv sett fra et generasjonsperspektiv. Omkring 170 000 arbeidstakere fra Europa, Nord‐Amerika og Asia‐Stillehavsområdet har svart på undersøkelsen, og resultatene presenteres kvartalsvis.

I 2009 ble Kelly Services tildelt MarCom Gold Award for Kelly Global Workforce Index i Research / Study-kategorien. I 2010 vant undersøkelsen MarCom Platina Award.

Mer informasjon om undersøkelsen på [www.kellyservices.com](http://www.kellyservices.com)

**Om Kelly Services**

Kelly Services Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB) er en av verdens ledende aktører innen fleksibel bemanning, og tilbyr et omfattende spekter av rekrutterings‐ og bemanningsløsninger, inkludert midlertidig arbeidskraft og fulltidsansatte, outsourcing‐ og konsultent-tjenester innen HR. Selskapet formidler årlig arbeid til over en halv million mennesker innen en rekke bransjer verden over, og omsatte i 2011 for 5,6 milliarder USD. For mer informasjon, se [www.kellyservices.no](http://www.kellyservices.no) og følg oss på [Facebook](http://www.facebook.com/kellyservicesnorge), [LinkedIn](http://www.linkedin.com/company/kelly-services-norge), og [Twitter](http://www.twitter.com/kellynorge).  [Klikk her](http://itunes.apple.com/us/app/the-talent-project/id451280879) for å laste ned «The Talent Project», vår gratis app for iPad.