



Subject : <b>SAGE</b>	Frequency : <b>PERIODIC</b>
Keyword : <b>SAGE 100</b>	Circulation : <b>17350</b>
Publication : <b>SOLUTIONS</b>	Size : <b>88.65 cm<sup>2</sup></b>
Date : <b>01/12/2009</b>	1117 Id : <b>200912280748T</b>
Page(s) : <b>5</b>	

## De **sociale netwerken** ... om je **imago** uit te dragen

De sociale media doen hun intrede als media en waakhond, zegt uitgever Sage. Bijna één KMO-bedrijfsleider op 5 (19%) gebruikt algemene sociale (Facebook, Ziki) of professionele (Viadeo, LinkedIn) netwerken om zijn activiteit te promoten, op regelmatige of meer sporadische wijze. 12% onder hen heeft al een blog gemaakt om over hun activiteit te praten.

Enkele van de meest courante gebruiken: promoten van de activiteit (40%) en opsporen van interessante innovaties (47%). Andere ervaringsdomeinen worden onderzocht, in het bijzonder het volgen van de eigen markten (38%) en de actualiteit van de concurrentie (36%).

De sociale media worden nog vooral gebruikt voor onderzoek en informatieverspreiding. Bedrijfsleiders lijken dus nog niet deel te nemen aan het "relationele" aspect van sociale media.

