Utilisation des médias sociaux = Die sozialen Medien im Strommarkt

Autor(en): **Reymond, Céline**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Bulletin.ch : Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von Electrosuisse, VSE = revue spécialisée et informations des associations Electrosuisse, AES**

Band (Jahr): **104 (2013)**

Heft 8

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Utilisation des médias sociaux

Reflet de l'hétérogénéité de la branche

Céline Reymond,
Rédactrice de l'AES
celine.reymond@electricite.ch

Selon une étude parue en avril, 67 % des entreprises suisses seraient actives sur les médias sociaux. Ce chiffre semble élevé. L'AES a voulu avoir un aperçu actuel de ce qu'il en est dans la branche électrique. Raison pour laquelle un sondage a été effectué auprès des entreprises membres et non membres de l'AES dont vous trouverez le résultat dans ce numéro du Bulletin, ainsi que quelques exemples tirés de la pratique.

Le résultat de ce sondage reflète l'hétérogénéité de la branche, ce qui en soi n'est pas étonnant. Une partie de la branche perçoit en les médias sociaux une forme de communication d'avenir. D'autres sont plutôt sceptiques. Finalement, certaines entreprises ne disposent pas des capacités nécessaires à l'utilisation de ces canaux.

Les médias sociaux offrent à l'entreprise la possibilité de jouir d'une certaine proximité avec son public, ce qui revêt une importance particulière dans un domaine. Ils permettent d'aller à la rencontre des jeunes en quête d'une place d'apprentissage et de leur indiquer les nouveautés en matière de formation, comme la réforme du métier d'électricien-ne de réseau, ainsi que les places d'apprentissage disponibles. Les médias sociaux sont aussi un moyen de se positionner sur des thèmes comme l'efficacité énergétique et de se différencier des autres acteurs en vue de l'ouverture complète du marché. Je ne vous en dis pas plus et vous souhaite une bonne lecture.

Die sozialen Medien im Strommarkt

Nutzung so unterschiedlich wie die Branche

Céline Reymond,
Redaktorin VSE
celine.reymond@strom.ch

Laut einer im April erschienenen Studie nutzen 67 % der Schweizer Unternehmen die sozialen Medien aktiv. Diese Zahl scheint etwas hoch gegriffen. Der VSE will es genauer wissen und hat aus diesem Grund seine Mitglieder über ihr Nutzungsverhalten befragt. Das Resultat ist insofern nicht überraschend, als dass es die bestehende Heterogenität der Strombranche widerspiegelt. Wie das Resultat im Detail aussieht, können Sie in dieser Bulletin-Ausgabe nachlesen.

Im Grundsatz können folgende Aussagen gemacht werden: Ein Teil der Strombranche erachtet Social Media als zukunftsweisende Kommunikationsform. Ein anderer Teil begegnet Twitter und Co. mit Skepsis und Unsicherheit. Schliesslich gibt es noch Betriebe, denen schlicht die Kapazitäten für aktive Social-Media-Pflege fehlen. Hierbei handelt es sich oft um kleinere Unternehmen.

Dabei bietet Social Media den Unternehmen die Möglichkeit, Nähe zum Publikum zu schaffen. In einem Bereich ist dies von besonderer Bedeutung: Die sozialen Medien können im direkten Aktivitätsumfeld der Jugend auf offene oder neu gestaltete Lehrberufe wie im Falle des Netzelektrikers/in hinweisen. Auch können sie helfen, sich bei Themen wie Energieeffizienz zu positionieren und sich hinsichtlich der vollständigen Marktöffnung von den anderen Akteuren abzuheben. Mehr verrate ich an dieser Stelle nicht mehr. Ich wünsche Ihnen viel Spass bei der Lektüre.