



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	12.4.2012
Tekijä(t)	Riina Kangasniemi	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	65+liitteet
Otsikko	Sosiaalisen median rooli suurissa suomalaisissa teollisuusyrityksissä, B2B-näkökulma		
Ohjaaja	Esa Stenberg Eriikka Paavilainen-Mäntymäki		

Tiivistelmä

Sosiaalinen media muokkaa liiketoimintaa ja ihmisten mielikuvia liiketoiminnasta joka päivä. Se on läsnä kaikessa mitä teemme, miten koemme, ja miten jaamme tärkeitä asioita toistemme kanssa. Näin myös tapahtuu liiketoiminnassa. Yritykset eivät voi olla toiminnassaan huomioimatta sosiaalisen median luomia mahdollisuuksia, eikä sen tuomia haasteita. Sosiaalisen median käyttöä on tutkittu paljon ja keskustelu on vilkasta, varsinkin yritysten, sekä sosiaalisen median puolestapuhujien keskuudessa. Yritykset jotka toimivat kuluttajamarkkinoilla sekä yritysten välisillä markkinoilla toimivat yritykset yleisesti, ovatkin jo varsin hyviä hyödyntämään sosiaalisen median luomia mahdollisuuksia palautteen keräämisessä ja tiedon levittämisessä. Tutkimuskysymys, *Millainen on sosiaalisen median rooli suurten suomalaisten teollisuusyritysten B2B-kommunikoinnissa?* pyrkii selvittämään teollisuusyritysten näkemyksiä sosiaalisen median käytöstä yritysten toiminnoissa. Osakysymyksinä eroteltiin seuraavat kysymykset:

1. Miten teollisuusyritykset tällä hetkellä hyödyntävät sosiaalista mediaa?
2. Miten sosiaalinen media on muuttanut teollisuusyrityksen toimintaa?
3. Mitä mahdollisuuksia sosiaalisen median käyttö voi luoda kyseisille yrityksille B2B-kommunikoinnissa?

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena temahaastatteluin esitutkimuksena asiantuntijayrityksessä, sekä päätutkimuksena teollisuusyrityksissä.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että sosiaalisen median rooli teollisuusyrityksissä ei ole vielä suuri. Sen toimintoja kuitenkin tutkitaan aktiivisesti, sekä kokeillaan eri käyttötapoja. Yritykset ovat tiedostaneet sosiaalisen median tärkeyden liiketoiminnassa, ja ovat kaikki läsnä sen kanavissa. Sosiaalinen media luo mahdollisuuksia viestinnälle, informaation jakamiselle ja erilaisten yhteisöjen luomiselle, jotka edesauttavat innovatiivisen liiketoimintatapojen käyttöönottoa. Erityisesti yritykset näkivät mahdollisuuksia yritysten sisäisten prosessien kehittämisessä.

Asiasanat	sosiaalinen media, B2B, viestintä, kommunikaatio
Muita tietoja	