

Presentasjon av Bacheloroppgave

Norske Bedrifters erfaringer med sosiale medier



Gøran Blekkan Nilsen og André Kristiansen

05.05.15

Presentasjon av Bacheloroppgave

Sosiale medier har de siste ti årene vokst seg ekstremt store, i tillegg til å være hyppig brukt av privatpersoner har også flere bedrifter tatt i bruk disse mediene.

Det finnes i dag lite litteratur som omhandler bedrifters bruk og erfaringer i sosiale medier, da spesielt norske bedrifter. Det er dette temaet vi har valgt å skrive om i vår Bacheloroppgave.

Problemstilling som skal løses:

Fokuset for denne oppgaven var å finne svar på følgende spørsmål:

“Hvilke erfaringer sitter norske bedrifter på innen sosiale medier?”

Vårt hovedfokus for denne oppgaven har vært store norske bedrifter, da disse benytter seg mer av sosiale medier, sammenlignet med små og mellomstore bedrifter.

Hvorfor valgte vi denne oppgaven

I løpet av vårt treårige studie, IT-støttet bedriftsutvikling, har vi blitt introdusert for mange ulike fag og emner innenfor IT, økonomi og forretningsverdenen. Vi hadde da et stort spekter av ulike oppgaver vi kunne valgt. Et tema som skilte seg ut i gruppen vår, var bedrifters bruk av sosiale medier. Dette er et høyaktuelt tema nå, og vi tror det kommer til å være det i fremtiden også. Vi har tidligere hatt prosjektoppgaver som går på norske bedrifters bruk av sosiale medier, og vi ønsket derfor å utforske dette ytterligere.

Hvordan løser vi denne oppgaven

Under utarbeidelsen av denne oppgaven har benyttet oss av teori, som vi har tilknyttet oss igjennom denne treårige utdannelsen. Vi startet med å se tilbake på teori fra tidligere emner, og satte oss bedre inn i feltet, sosiale medier. Da det ikke eksisterer så mye litteratur på bedrifters erfaringer, startet vi med å gjøre undersøkelser på internett. Videre gikk vi inn på de ulike sosiale mediene som vi følte var mest relevante, og så hvordan ulike norske bedrifters opptreden var. Dette resulterte i at vi ønsket å gjennomføre dybdeintervjuer med to store norske bedrifter, som har opplevd suksess, og fått anerkjennelse for deres arbeid. Vi var da så heldige at vi fikk lov å intervju Ingeborg Volan,

spesialrådgiver for sosiale medier i NRK og Per Anders Tveit, sosiale medier-ansvarlig i Komplet Group.

Midlertidige resultater

I de intervjuene som har blitt gjort har vi fått mye informasjon knyttet til disse bedriftenes erfaringer. Dette er informasjon om hvilke sosiale medier som benyttes mest, gir best resultater/effekt og kostnader knyttet til de forskjellige mediene. I tillegg har vi fått svar på hvilke retningslinjer og strategier de forskjellige bedriftene praktiserer i deres arbeid med sosiale medier.

Videre arbeid

Det gjenstår fortsatt en del arbeid før vi kan trekke noen konklusjon i henhold til problemstillingen. Dette vil være å gå igjennom intervjuene for å trekke ut det mest relevante for oppgaven og knytte dette opp mot teorien.