

Communicatieprofessional steeds meer allround adviseur

Communicatieprofessionals worden steeds meer allround adviseurs. Dit blijkt uit het Communicatiejaaronderzoek van het CommunicatiePanel, het online onderzoeksinstrument van Logeion en DirectResearch.

Communicatieprofessionals zijn erg trots op hun vak: 88 procent zegt trots tot zeer trots te zijn. 68 procent van de communicatieprofessionals ervaart dat de waardering voor het communicatievak in de afgelopen jaren is toegenomen.

In vergelijking met vorig jaar zetten communicatieprofessionals op meer specialismen in. Ze zijn trots op hun functie en voelen zich meer gewaardeerd in de afgelopen jaren. In het takenpakket van communicatieprofessionals staan in 2014 corporate-, online-en interne communicatie centraal, net als vorig jaar. Het aantal specialismen waar een communicatieprofessional op inzet, groeit dit jaar van vier naar vijf. Dat communicatieprofessionals op meer specialismen actief zijn, kan mede komen doordat de financieel gunstige vooruitzichten voor 2014 dit mogelijk maken. Driekwart van de respondenten gaat er vanuit dat de opdrachtportefeuille het komende jaar groeit. De communicatiesector profiteert van de economisch gezien betere tijden.

Logeion-voorzitter Ron van der Jagt: "Als beroepsorganisatie zetten wij in op een sterke, geïnspireerde en zelfbewuste beroepsgroep. De afgelopen twee jaar heb ik dan ook veelvuldig het thema 'Beyond Calimero' geadresseerd. Ik ben dan ook blij te zien dat een grote meerderheid van de communicatieprofessionals trots is op het vak. En terecht: we hebben een prachtig vak dat zich voortdurend blijft verbreden en verdiepen. Juist in deze tijd is het communicatievak interessanter en relevanter dan ooit."

Glazen huis

Het onderzoek peilde ook welke nieuwe trends en ontwikkelingen bekend zijn bij communicatieprofessionals. De meest bekende is het 'Glazen huis' waarin onder andere digitalisering en de behoefte aan transparantie de communicatie van organisaties beïnvloeden. De trend Datamining is het minst bekend, al proberen communicatieprofessionals wel inzichten te verkrijgen uit data.

Interactiever met sociale media

Communicatieprofessionals zetten sociale media veelvuldig in voor monitoring en zenden. Zij willen deze media echter dit jaar interactiever inzetten voor bijvoorbeeld co-creatie, crowdsourcing en -funding: 15 procent start daar in 2014 mee, 20 procent is daar in 2013 of al eerder mee begonnen.

Lees het complete onderzoeksrapport op de website van het CommunicatiePanel:

www.communicatiepanel.nl/resultaten/

Word ook lid van het CommunicatiePanel

Communicatieprofessionals die hun mening willen geven over alles wat er speelt in de boeiende wereld van communicatie, kunnen zich aanmelden voor het CommunicatiePanel via www.communicatiepanel.nl