

Cision presenterar årets journalist- och kommunikatörsundersökning

Cision genomför årligen en journalist- och kommunikatörsundersökning i syfte att kartlägga arbetssätt och utmaningar i dessa yrkesroller samt skapa en bättre förståelse mellan journalister och kommunikatörer. Årets resultat presenterades 30 juni 2015 under ett seminarium i Almedalen.

En av årets tydligaste trender är att hemsidan är navet i kommunikationen för kommunikatörer. 9 av 10 säger hemsidan är företagets nav online. Hemsidan är även den vanligaste kanalen/plattformen att driva trafik till (89 %). Andra vanliga kanaler/plattformar att driva trafik till är Facebook, Youtube och sitt externa nyhetsrum.

Över 9 av 10 kommunikatörer säger att de kommer att arbeta lika mycket eller mer med egna och ägna kanaler under 2015 jämfört med 2014. De kanaler som kommunikatörerna kommer att ägna mer tid åt är sociala medier och ägda kanaler, så som hemsidan och blogg.

Samarbetet mellan journalister och kommunikatörer förväntas fortsätta öka. Över hälften av journalisterna anser att kontakt med PR-konsulter och kommunikatörer är vanligare nu än för 5 år sedan. Samtidigt säger 30 % av kommunikatörerna att de kommer att satsa mer på att arbeta med journalistkontakter under 2015.

Lyssnar man till journalisterna bör kommunikatörerna lägga mer resurser på att ta reda på vilka påverkare de ska nå ut till. Nästan 7 av 10 journalister menar att det vanligaste felet kommunikatörerna gör i kontakten med dem är att de hör av sig med nyheter som ligger utanför deras bevakningsområde. Kommunikatörerna antyder själva att de inte är fullt pålästa; 4 av 10 kommunikatörer vet inte vilka påverkarna inom den egna branschen är.

"Där jag ser att kommunikatörer kan lära sig mycket av journalister är kring utvärdering. Idag är det vanligt att digitalt journalistiskt innehåll utvärderas dagligen. Samtidigt utvärderar en majoritet av kommunikatörerna sitt digitala innehåll mer sällan än en gång i månaden. Här måste kommunikatörerna bli mer professionella och börja utvärdera mera", säger Alexander Mason, Kommersiell chef på Cision i Skandinavien.

Här kan du ladda ner årets journalist- och kommunikatörsundersökning:

<http://www.cision.com/se/artiklar-och-tips/2015-ars-journalist-och-kommunikatorsundersokning/>

Här kan du ladda ner tidigare års undersökningar: <http://www.cision.com/se/artiklar-och-tips/>

627 journalister och 350 kommunikatörer har svarat på årets undersökning.

För mer information, vänligen kontakta:

Alexander Mason, Commercial Director

E-post: alexander.mason@cision.com

Telefon: 073-345 16 00

<http://www.cision.com/se/>

Cision är en globalt ledande aktör inom affärsdriven informationshantering (media intelligence) och levererar ett komplett arbetsflöde för professionella IR- och PR-kommunikatörer. Cision är världsledande inom sin bransch och har huvudkontor i Chicago med över 100 000 kunder globalt. Cision har även kontor i Kanada, Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Portugal, Sverige, Finland och Kina och representerar varumärkena Gorkana Group, PRWeb, Help a Reporter Out (HARO) och iContact.