

19.10.2023 - 08:00 Uhr

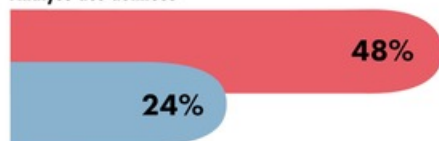
Formation en relations publiques: le besoin de rattrapage est le plus grand dans les domaines de l'analyse des données et de la communication sur la durabilité

Fit for future? Loin de là!

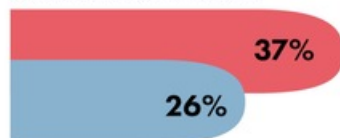
Les principales lacunes de formation dans le secteur des RP

Beaucoup de besoins – peu de promotion

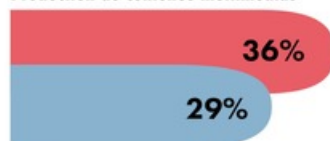
Analyse des données



Communication sur la durabilité

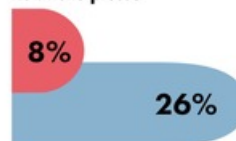


Production de contenus multimédias

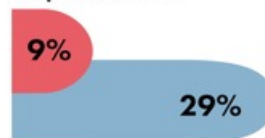


Peu de besoins – beaucoup de promotion

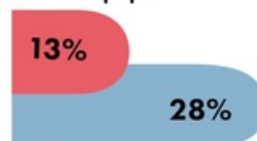
Relations presse



Compétence textuelle



Gestion de projets



● Besoin de formation ● Promotion par les entreprises

Zürich (ots) -

C'est dans les domaines de l'analyse des données et de la communication durable que les professionnels des RP souhaitent le plus souvent suivre des formations. Mais jusqu'à présent, les entreprises n'ont fait que quelques offres en ce sens. Dans ce contexte, le savoir-faire en matière de données et la communication sur la durabilité font partie des compétences de pointe de l'avenir pour les professionnels de la communication. Telles sont les conclusions du dernier Trendmonitor des RP publié par news aktuell, filiale de dpa, et PER. 297 professionnels et cadres dirigeants travaillant dans les RP en Suisse et en Allemagne ont participé à cette enquête.

Un grand souhait de formation sur les thèmes des données et de la durabilité

En première place des compétences requises les plus urgentes, on trouve les compétences à caractère technique: Près d'une personne interrogée sur deux souhaite une formation continue dans le domaine de l'analyse des données (48%). La communication sur la durabilité arrive en deuxième position (37%). Juste derrière, on trouve le souhait de se former à la production de contenus multimédias (36%). Près d'une personne interrogée sur trois estime qu'il serait judicieux de développer ses compétences dans les domaines de la gestion des réseaux sociaux (29%) et de la stratégie et de la conception (28%).

En revanche, les personnes interrogées voient plutôt moins de besoins de formation en ce qui concerne les compétences en gestion de projet, la communication interne (13% chacun) ainsi que les médias payants et la prospection du marché (12% chacun). Les domaines de communication classiques que sont les compétences textuelles (9%) et les relations avec les médias (8%) sont les moins demandés.

Les offres actuelles de formation continue des entreprises ne sont plus adaptées à la situation actuelle

Certes, la grande majorité des entreprises promeuvent l'amélioration des compétences, mais seule une entreprise sur dix ne propose pas encore de mesures de formation continue (13%). Mais dans certains domaines, l'aide ne répond pas aux besoins. Bien

qu'une formation personnelle à la collecte et à l'analyse des données soit la plus urgente, peu d'entreprises préparent jusqu'à présent leurs services de communication à l'analyse des données: près d'une personne interrogée sur deux le souhaite (48%), mais seule une entreprise sur quatre propose des formations en matière de savoir-faire sur les données (24%). En ce qui concerne la communication sur la durabilité, il existe également un écart important entre les besoins personnels et la promotion par l'entreprise: 37% souhaitent un soutien dans ce domaine, seuls 26% le reçoivent activement sous la forme de formations continues.

Dans les disciplines classiques de la communication, les entreprises investissent à nouveau beaucoup dans la formation continue, bien que le besoin soit plutôt faible selon les personnes interrogées: ainsi, près d'une entreprise sur trois promeut les compétences textuelles (29%), bien que seul un professionnel des RP sur dix estime avoir personnellement besoin d'aide dans ce domaine (9%). L'écart est tout aussi important en ce qui concerne les relations avec les médias, où une entreprise sur quatre propose une formation continue (26%), mais où seulement 8% estiment qu'il serait judicieux d'améliorer encore leurs compétences dans ce domaine. De même, près d'une entreprise sur trois met à disposition des formations à la gestion de projet (28%), bien que seule une entreprise sur dix en ait besoin (13%).

Les entreprises ne sont pas encore prêtes pour l'avenir

L'écart entre les besoins individuels de formation et l'offre réelle de formation des entreprises se reflète également dans les réponses des personnes interrogées sur les futures compétences de pointe du secteur des RP. Il en ressort que pour 41% des personnes interrogées, la communication sur la durabilité sera beaucoup plus importante dans les deux années à venir. Les compétences techniques - notamment la collecte et l'analyse de données - gagneront également beaucoup en importance à l'avenir, comme le pense un professionnel des RP sur trois (32%). Mais l'importance de certaines compétences non techniques ne cesse de croître. Ainsi, selon les professionnels des RP, la capacité à penser de manière critique (36%) et à s'engager avec curiosité dans le changement (33%) seront beaucoup plus mises en avant à l'avenir. De même, pour un professionnel de la communication sur quatre, l'intelligence émotionnelle va fortement gagner en importance (25%).

En revanche, aucune grande augmentation de l'importance n'est attribué au travail médiatique classique. Seuls 6% pensent que cette compétence deviendra beaucoup plus importante dans les deux années à venir. Cependant, la majorité des personnes interrogées lui attribue toujours la même importance dans la valise des compétences (54%). Il en va de même pour les compétences textuelles. Pour 12% seulement, cette compétence sera beaucoup plus importante à l'avenir, mais 43% estiment que le travail sur les textes ne perdra pas de son importance.

Vue d'ensemble des résultats:

Principaux domaines de formation continue personnelle:

- Analyse des données 48%
- Communication sur la durabilité 37%
- Production de contenus multimédias 36%
- Gestion des réseaux sociaux 29%
- Stratégie et conception 28
- RÉFÉRENCIEMENT 26%
- Communication en cas de crise 23%
- Relations avec les influenceurs 20%
- Créativité 16%
- Compétence interculturelle 16%
- Gestion de projets 13%
- Communication interne 13%
- Médias payants 12%
- Prospection du marché/études/enquêtes 12%
- Compétence textuelle 9%
- Relations avec les médias 8%
- Aucun d'entre eux, je n'ai pas besoin de formation 2%

Formation continue soutenue par l'entreprise:

- Gestion des réseaux sociaux 34%
- Production de contenus multimédias 29%
- Compétence textuelle 29%
- Gestion de projets 28%
- Stratégie et conception 28
- RÉFÉRENCIEMENT 27%
- Communication sur la durabilité 26%
- Relations avec les médias 26%
- Créativité 24%
- Analyse des données 24%
- Communication en cas de crise 22%
- Communication interne 19%
- Compétence interculturelle 15%
- Relations avec les influenceurs 13%
- Prospection du marché/études/enquêtes 13%
- Médias payants 10%

- Il n'y a pas de mesures de formation continue dans mon entreprise 13%.

Méthodes de promotion:

- Formation continue externe (séminaires, ateliers, etc.) 73%
- Formation en cours d'emploi 60%
- Plateformes numériques d'apprentissage externes 39%
- Partage des connaissances en interne via des communautés d'apprentissage d'entreprise 37%
- Plateformes numériques d'apprentissage internes 30%

Compétences en communication qui deviendront beaucoup plus importantes au cours des deux prochaines années:

- Communication sur la durabilité 41%
- Esprit critique 36%
- Curiosité/volonté de changement 33%
- Analyse des données 32%
- Intelligence émotionnelle 25%
- Créativité 24%
- Stratégie et conception 23%
- Production de contenus multimédias 23%
- Compétence interculturelle 20%
- Communication interne 19%
- Communication en cas de crise 16%
- RÉFÉRENCIEMENT 13%
- Gestion des réseaux sociaux 13%
- Compétence textuelle 12%
- Prospection du marché/études/enquêtes 10%
- Médias payants 9%
- Gestion de projets 8%
- Relations avec les médias 6%
- Relations avec les influenceurs 5%

Source: Trendmonitor des RP de news aktuell et PER. Enquête en ligne réalisée en février 2023 auprès de 297 professionnels de la communication travaillant dans des entreprises, organismes et agences de RP en Suisse et en Allemagne.

À propos de news aktuell (Suisse) SA

news aktuell (Suisse) SA a été créée en 2000 par l'agence nationale KEYSTONE-SDA sous forme de joint-venture avec l'agence de presse allemande dpa et fait désormais partie du Groupe dpa. news aktuell offre aux entreprises et aux organisations un accès efficace aux médias et au grand public. Via les outils intelligents ots et renteria, les contenus RP sont diffusés dans tous les formats de médias tels que les titres imprimés classiques, les portails en ligne ou les réseaux sociaux. Le réseau de diffusion ots donne une portée et une pertinence pour les contenus PR multimédia. Le logiciel RP renteria propose des contacts de qualité pour joindre personnellement les journalistes. En outre, news aktuell publie tous les contenus RP de sa clientèle sur la plateforme www.presseportal.ch. Un réseau international pour la publication d'actualités d'entreprises vient compléter l'offre. Cela permet d'atteindre tous les groupes cibles pertinents, des rédactions aux blogs spécialisés en passant par les influenceuses et influenceurs numériques.

Contact pour la presse:

news aktuell (Suisse) SA

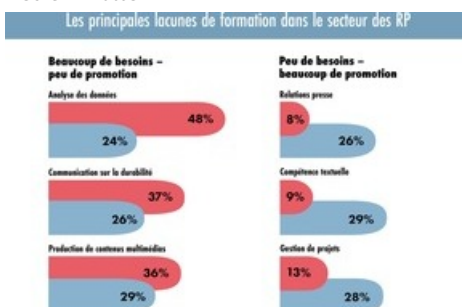
Beatrix Ta

Responsable de projet Communication du Groupe

Téléphone: +49 89/52394 - 38704

ta@newsaktuell.de

Medieninhalte



La formation dans le secteur des RP est-elle encore d'actualité? C'est dans les domaines de l'analyse des données et de la communication sur la durabilité que le besoin de rattrapage est le plus important. En revanche, il y a peu de besoins en matière de travail avec les médias et de compétence textuelle, mais les entreprises promeuvent fortement ces compétences par rapport à la demande. C'est ce que révèle une enquête de news aktuell et de PER. 297 professionnels et cadres dirigeants travaillant dans la communication d'entreprise ou dans des agences de RP en Suisse et en Allemagne ont participé à l'enquête. / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100000003 / L'utilisation de cette image à des fins éditoriales est autorisée et gratuite, pourvu que toutes les conditions d'utilisation soient respectées. La publication doit inclure le crédit de l'image.