



Casino Fuff: Nu med vinstgaranti!



Hammer & Hanborg har för nionde gången genomfört Kommunikatören. Undersökningen, som är Nordens största i sitt slag, når ut till drygt 20 000 professionella kommunikatörer och marknadsförare. I år har 3 384 svarat.

Undersökningen syftar till att lyfta fram de olika yrkesroller som finns inom kommunikation och marknadsföring samt att:

- Berätta om utvecklingen inom kommunikationsområdet
- Hitta nya trender såväl inom kommunikationsbranschen som på kommunikatörernas arbetsmarknad
- Tydliggöra vikten av och affärsnyttan med strategisk kommunikation och marknadsföring
- Berätta om och premiera betydelsefulla kommunikationsinsatser
- Försöka få en glimt av framtidens kommunikation

Vilka är det som har svarat?

73% av respondenterna är kvinnor, ungefär lika stor andel är mellan 31-50 år och knappt två tredjedelar bor i Storstockholm. 68% arbetar inom privat sektor, 25% inom offentlig sektor och resterande inom ideell sektor. Fler än 8 av 10 har en slutförd högskoleutbildning. Två tredjedelar är tillsvidareanställda, 12% har en tidsbegränsad anställning och 17% är egna företagare. 71% vill byta jobb inom det närmaste året. Dessa resultat ligger i linje med förra årets undersökning, undantaget en ökning av de som vill byta jobb det närmaste året.

Bra kommunikation är uthållig och tydlig

ICA var bäst på kommunikation under 2012 då de lyckats utveckla sitt reklamkoncept till att även innefatta frågor om CSR och miljöhänsyn, utan att tappa humorn. Skatteverket vinner i kategorin offentlig verksamhet för att de har ett rakt och konkret tilltal som på ett serviceinriktat sätt gör det komplicerade enkelt. Priset för bästa kommunikationsteam går till Swedbank.

Årets tema: Förtroende

Förra årets tema kommunicera i kris följs i år av **förtroende** då flera företag nu har stora utmaningar med att återuppbygga och behålla sitt anseende. Miljö och personalpolitik blir allt viktigare att prioritera när kraven på transparens ökar. De senaste årens kriser – ekonomiskt och politiskt såväl som hos företag och organisationer – har gjort frågan vem vi vågar lita på och vilka företag vi vill förknippas med högaktuellt. Vi tror att förtroendekapitalet hos ett företag eller organisation är avgörande för hur man klarar en krissituation. Men vad är det som egentligen bidrar till förtroende och vilken roll spelar kommunikation? Det undersöker vi i årets Kommunikatören.



Bemötande – nyckeln till förtroende

Vilka faktorer tycker du är viktigast för ett företags/myndighets/organisations förtroende?

	Alla	Privat sektor	Offentlig sektor	Ideell sektor
Bemötande	60%	60%	65%	54%
Kommunikation	47%	44%	48%	52%
Transparens	47%	45%	48%	47%
Service	34%	34%	34%	29%

Av resultaten framgår det tydligt att ett företags bemötande, kommunikation och öppenhet värderas högre av respondenterna än det faktiska erbjudandet när det gäller att bygga förtroende. Resultatet är samstämmigt oavsett om det skärs efter sektortillhörighet, företagsstorlek, ålder eller kön på respondenterna.

Men, i det egna företags förtroendearbete tillmäts faktorer som hör till det faktiska erbjudandet högre värde än vad de gör rent generellt. Detta blir ännu tydligare i den privata sektorn där både produkter och tjänster ses som viktigare faktorer än att vara transparent och kommunikationen kommer efter service och leverans

Vilka faktorer är viktigast för att bygga förtroende för din organisation?

	Alla	Privat sektor	Offentlig sektor	Ideell sektor
Bemötande	54%	51%	60%	51%
Kommunikation	40%	34%	50%	65%
Service	39%	40%	40%	26%
Leverans	35%	40%	26%	21%



VD/GD viktig

I vilken utsträckning bidrar VD/GD till att bygga förtroende i din organisation?

	Alla	Privat sektor	Offentlig sektor	Ideell sektor
Mycket hög	25%	24%	25%	32%
Hög	39%	40%	37%	41%
Varken eller	23%	22%	25%	18%
Låg	8%	9%	9%	5%
Mycket låg	5%	5%	5%	4%
Medelvärde	3,7	3,7	3,7	3,9

Nästan två tredjedelar av respondenterna svarar att deras VD/GD bidrar i hög eller mycket hög utsträckning till att bygga förtroende i deras organisation. Ännu högre är andelen i den ideella sektorn. Även respondenter som arbetar på mindre företag samt respondenter som inte vill byta jobb det närmaste året anser att VD/GD har större betydelse för förtroendeskapande.

De har högst förtroende

I finansbranschen är Handelsbanken den klara vinnaren i årets undersökning. Långsiktighet och bra kundbemötande nämns som faktorer till varför detta är en bank man litar på. Det var en jämnare kamp i sjukvårdsbranschen men Karolinska Sjukhuset/Karolinska Institutet tar hem första platsen precis före Landsting/allmänsjukvård. I mediebranschen uttrycker respondenterna störst förtroende för public serviceföretagen. SVT är klar etta i kategorin och beskrivs som ett långsiktigt och seriöst medieföretag som ligger långt framme i utvecklingen av nya medier och har ett väldigt brett och i många fall högkvalitativt utbud. Svenska Spel vinner i den mer svårdefinierade gaming-branschen. Förtroendet för Svenska Spel bygger på att det är ett statligt företag som är transparent och seriöst i sin verksamhet.

En kommunikativ undersökning

Kommunikatören är Nordens största undersökning i sitt slag. Den går ut till drygt 20 000 professionella kommunikatörer och marknadsförare och har i år besvarats av 3 384 personer. Undersökningen syftar till att lyfta fram yrkesrollerna inom kommunikation och marknadsföring samt deras betydelse för företag och organisationer. Varje år inriktas undersökningen mot områden som påverkar kommunikatörerna i deras yrkesroll. I år har temat varit förtroende.

Den fullständiga rapporten och mer information om Kommunikatören hittar du på hammerhanborg.com

Hammer & Hanborg är Nordens ledande rekryteringsföretag inom kommunikation och marknadsföring. Företaget grundades 1994 och det är nionde gången som vår stora kandidatundersökning genomförs. De tidigare undersökningarna genomfördes 2004 samt 2006 – 2012.



HAMMER & HANBORG

hammerhanborg.com