

skillnaden är den lingvistiska (språkförstående) söktekniken. Analystekniken är patenterad och läser varje ord i varje hittad artikel och förstår exakt vad artiklarna handlar om, vilka de viktigaste ämnena är och känner igen företag och personer.

Grundpriset ligger på 1 650 kronor per månad för 1 användare.

Nobicon

Erbjuder integrerad omvärldsbevakning där bevakning av sociala medier ingår som en del i kundens samlade omvärldsbevakning. Nobicon introducerade 2009 Omvärld 2.0, en tjänst som ger tillgång till verktyg för nyhetsspaning via webbvakning, bloggbevakning, inkommande RSS-nyhetsflöden, och nyhetsflöden från betalkällor. Nobicon erbjuder även konsulttjänster relaterade till omvärldsbevakning.

Pris för webbtjänsten Omvärld 2.0 Grundtjänst är från 2 250 kronor/mån. Då ingår integrerad webbvakning, bloggbevakning, inkommande och utgående RSS-flöden, prenumerationsfunktioner med e-post, individuell användarhantering, arkiv med personliga och delade mappar.

Twingly

Twingly har skapat en produkt för att länka tillbaka till och uppmärksamma de bloggar som skriver om tidningars artiklar. Idag är Twingly en etablerad aktör av social media-tjänster i Europa och kunderna utgörs av mediehus, e-handelsaktörer och omvärldsbevakningsföretag. Flera av Twinglys sökverktyg är gratis att använda för omvärldsbevakning i sociala medier.

Retriever

En nordisk leverantör av mediebevakning, verktyg för redaktionell research, medieanalys och företagsinformation. Retriever ägs av den svenska nyhetsbyrå TT och norska nyhetsbyrå NTB och bevakar webbpublicerat och tryckt redaktionellt material, radio/tv och sociala medier. De utför kvalitativa analyser av redaktionella och sociala medier och har digitala sökbara arkiv för webbpublicerat och tryckt redaktionellt material, radio/tv och sociala medier. Vidare har Retriever en databas för bevakning av företagsinformation från mer än 1,5 miljoner svenska företag. Sedan 2009 erbjuder Retriever även bevakning av bloggar via ett samarbete med Twingly.

MediaPilot

MediaPilot är ett svenskt medieanalysföretag specialiserat på kvalitativa analyser. All bevakning sker externt och analyseras av MediaPilots analytiker eller genom en automatiserad process som WordSpace i ett analysverktyg som analyserar över 25 språk och har en heltäckande global lösning.

Josefin Udén

Så får du kommunikationschefsjobbet

Kommunikationsjobben blir fler och medan journalister sedan länge hittat nya jobb i branschen pekar trenden på att även lobbyister, politiker och statsvetare börjar göra det. När mediekanalerna blir fler utökas kraven på kommunikatorerna och för att nå toppen får du idag slåss med fler yrkesgrupper.

Veckans Brief frågade tre svenska rekryteringsfirmor vad de prioriterar när de rekryterar en kommunikationschef idag och bad om lite stärkande tips inför intervjun. Att vara noga påläst nämndes av samtliga.

Erik Haglöf, vd på Bohmans Nätverk

Vilka kriterier är viktigast att besitta som kommunikationschef?

Det börjar och slutar med trovärdighet inom området man ska representera, om det är dagligvaruhandeln eller försvarsindustrin. Att man har trovärdighet är en bra början. Sedan handlar det om att man kan hanterat. En kommunikationschefsroll kan vara strategiskt orienterad, i andra fall ett mer operativt arbete och i en tredje är det en kombination. Att man behärskar och kan hantera det.

Måste man vara utbildad i pr och kommunikation eller väger erfarenhet in mer?

Jag tror idag att det är regel mer än undantag att man är utbildad och dessutom har någon form av erfarenhet. Men sedan är det klart att det finns undantag, människor som gjort en fantastisk karriär bara på att vara begåvade, utan utbildning. I Sverige och resten av Europa är det stort fokus på utbildning, medan man kanske i USA och viss mån England bryr sig mer om erfarenhet.

Var finns kompetensen idag, ser man trender i var man kan hitta rekryter?

När det gäller lobbyister så är det vanligt att man kommer från den politiska världen, som Rosengren på Kinnevik. Sedan går det trender i olika delområden, som nu inför valrörelsen då man pratar om sociala medier, då måste man ha det också i verktygslådan. Detta medför att folk aldrig blir helt kompletta. Men jag tror på en polarisering, vissa vill inte ens ta i det, utan

anser att någon yngre kan få bli guru i sociala medier. Generellt är det är ett konstant högt tempo och jag tror att man sliter ut folk, det är ett rätt hetsigt jobb. Sedan tror jag en trend idag är att människor är mer benägna att röra sig oftare nu än för tio år sedan. Man stannar kortare på samma arbetsplats.

Lönespann för kommunikationschef idag?

Det är ett väldigt brett spann hur man än vänder på det. Är det en ren kommunikationschefsroll finns en mer välbetald storebror som heter kommunikationsdirektör och då är det ofta ett företag med mer makt, så det är väldigt svårt att svara på.

Tips till sökande?

Var väl påläst. Sök jobben du är väldigt intresserad av och är lämpad för, där börjar och slutar allt. Sen tror jag man bör vara mentalt förberedd. Tala med folk som har bra input på dessa roller. Våga ta snacket om varför du är lämpad för jobbet, även om du kanske saknar viss kompetens på området. Utveckla varför din erfarenhet behövs. Ställ gärna frågor. Var jordad. Sedan tror jag att det är viktigt att våga vara personlig, berätta vem du är, varför och kom förbi de värsta klyschorna.

Har ni fler uppdrag idag mot för ett år sedan?

Jo, det tror jag alla har märkt av att det är positivt, vissa branscher är mer intakta, men jag skulle gissa på en uppgång på 20-30 procent.

Sara Pettersson, chef research på Hammer & Hanborg

Vilka kriterier är viktigast att besitta som kommunikationschef?

Det är svårt att säga något riktigt generellt, det varierar väldigt mycket beroende på typ av organisation eller företag. Några ofta förekommande erfarenheter som efterfrågas av våra uppdragsgivare är erfarenhet av intern och extern kommunikation på både strategisk och operativ nivå. Erfarenhet av pressarbete och kriskommunikation och gärna erfarenhet av att själv har medietränat andra personer då man inte alltid själv är talesperson. Att fungera som kommunikationsexpert och coach för hela organisationen är även det ett ofta förekommande önskemål från våra uppdragsgivare. Kommer man att vara chef för en kommunikationsavdelning så efterfrågas ofta tidigare erfarenhet av formellt personalansvar, inte bara arbetsledningserfarenhet.

Måste man vara utbildad i pr och kommunikation eller väger erfarenhet in mer?

I de allra flesta av våra rekryteringar krävs att man har någon typ av eftergymnasial utbildning inom kommunikation. Det behöver inte vara en akademisk utbildning utan kan vara från exempelvis Berghs, IHM eller Poppus.

Var finns kompetensen idag, ser man trender i var man kan hitta rekryter?

Är det en tjänst som pr-ansvarig eller pressekreterare inom offentlig förvaltning eller inom en intresseorganisation så ser vi vissa tendenser att våra uppdragsgivare sneglar på de olika partierna. Dock är det fortfarande erfarenheten av kommunikationsarbete som väger tyngst.

Lönespann för kommunikationschef idag?

Det är väldigt brett, helt beroende på vilken typ av organisation eller företag vår uppdragsgivare verkar inom, det kan vara från 40 000 kronor i månaden upp till närmare 100 000 kronor i månaden.

Tips till sökande?

Läs annonsen noga och se vilka krav som ställs, försök utläsa vad som är krav och vad som är meriterande för tjänsten. Uppfyller du exempelvis åtta av tio kriterier för tjänsten ska du söka den, men är det färre än så kan det bli svårt att gå vidare till nästa steg i processen. Berätta även varför du söker tjänsten, vad är lockande, vad kan du tillföra den nya organisationen och vad är utmaningen för dig. Våra uppdragsgivare vill oftast inte ha en person som gjort allt som tjänsten innefattar en eller flera gånger tidigare.

Har ni fler uppdrag idag mot för ett år sedan?

Den trend som vi sett hittills under 2010 i jämförelse med 2009 är att det är fler tillsvidareanställningar vi rekryterar. Vilket torde vara ett tecken på att vi är på väg uppåt efter senaste konjunkturedgången. Under en lågkonjunktur är det fler tidsbegränsade anställningar som tillsätts, då många företag eller organisationer har anställningsstopp. Vi ser helt klart en vändning på alla de marknader vi verkar, Stockholm, Oslo, Malmö och särskilt Göteborg som drabbades väldigt hårt av konjunkturedgången håller nu på att återhämta sig och nyanställa personal.

Yvonne Lilliedahl, Comsearch

Vilka kriterier är viktigast att besitta som kommunikationschef?

Rollen som kommunikationschef kräver allmän kunskap i kommunikation, ibland specialisering inom något delområde, ren allmänbildning och samhällsintresse. Men det beror på vilken typ av organisation eller företag du ska arbeta i och vilken roll kommunikationen där spelar. Rent generellt är det ett ledningsverktyg för den affärsdrivande verksamheten och som

chef och ansvarig ska du därmed kunna bidra till din arbetsgivares övergripande strategi och mål utifrån en kommunikativ aspekt genom analys och planering, genomföra aktiviteter och utvärdering av arbetet. Du ska professionellt kunna ansvara för ditt företags budskap och arbeta med områden som intern kommunikation, massmedierelationer, ekonomisk information, samhällskontakt/PA, samhällsinformation och marknadskommunikation med målgrupper som medarbetare, journalister, investerare, politiker, medborgare och kunder. Specifika situationer som t ex krishantering och internationella relationer ställer också krav på kompetensen.

Måste man vara utbildad i pr och kommunikation eller väger erfarenhet in mer?

Grundläggande är insikter och kunskap i kommunikation. Vilken typ eller grad beror på befattning, arbetsgivare och t ex vilken process eller kanske utveckling som företaget/organisationen befinner sig i. För en befattning ska du ha en övergripande kunskap om delar som t ex kommunikationsteori, ekonomi, strategi, ledarskap, krishantering, nya medier, omvärldsanalys och produktion men för en annan krävs fokus på några specifika delområden. Personliga egenskaper är givetvis också av stort värde.

Var finns kompetensen idag, ser man trender i var man kan hitta rekryter?

Vi lever i ett allt mer kommunikations- och konkurrensintensivt samhälle. Detta medför förändrade krav och behov hos många företag och organisationer. En aktör som för några år sedan inte ansåg det vara prioriterat att synas i samhällsdebatten, kan idag ha helt andra behov. Så vi har under senare år kunnat se nya typer av yrkesgrupper vars kunskap och erfarenhet är av värde, t ex från politiken eller journalistiken.

Lönespann för kommunikationschef idag?

Enligt statistik från Sveriges Informationsförening låg en genomsnittlig lön för en informationschef 2009 på cirka 47 000 och för en kommunikationsdirektör ca 77 000 kronor.

Tips till sökande?

När du ska börja söka nytt jobb, tänk igenom vad du vill och vilka mål du har för din fortsatta utveckling och karriär. Se över din cv och skriv ett personligt och fokuserat brev som visar att du är kvalificerad för det du söker. Förbered dig inför intervjun och läs gärna på om arbetsgivaren och tjänsten. Var dig själv och stäng av mobilen.

Har ni fler uppdrag idag mot för ett år sedan?

Ja, det är ett ökat intresse. Det märks att konjunkturen vänder.

Josefin Udén

Tom Beckman: Se tävlingar som ett sätt att dokumentera case

Att Spinn lanserar två nya tävlingskategorier och presenterar sin nya jury, sätter återigen tävlandet i blickfånget. Veckans Brief har bett Tom Beckman på Prime, årets juryordförande för pr-kategorin i Guldägget och flitig tävlare, om några tips.

Tom Beckmans utgångstips är att inte betrakta tävlingsbidragen enbart i den dimensionen. I stället bör man se tävlingar som ett av många starka skäl till att dokumentera sina projekt, eller case.

– Många gånger blir casen dåliga för att man missat att dokumentera under arbetets gång. Självklart ska man redan från början se till att dokumentera arbetet och resultaten så att man kan redovisa dessa i case. Att till slut sätta ett bra namn på caset är heller inte oviktigt.

I både Spinn och andra tävlingar finns ett antal punkter som ska redovisas för varje bidrag (till exempel utmaning, lösning, genomförande, resultat). Dessa kan ofta användas som en naturlig disposition för caset som ska dokumenteras.

Ett annat grundläggande tips är också att se tävlingsbidraget som att skapa en kampanj för kampanjen – att lyfta ut de delar som är intressantast och det som har en chans att sticka ut när en jury tittar igenom 50 case-filmer i rad.

– Jurys tittar ofta efter svårighet, unik lösning och resultat vilket gör att man inte ska missa att ta med de utmaningar och problem som nästan alltid finns vid uppstart.

Enligt Tom Beckman finns det tio starka skäl till varför en byrå bör sammanställa projekt/göra case:

- Förtydliga specialroller internt
- Intern kunskapsspridning
- Extern kunskapsspridning

