

FAGOMRÅDE

KOMMUNIKATION & MARKEDSFØRING

HVEM ER MEDLEMMERNE INDEN FOR KOMMUNIKATION & MARKEDSFØRING?

Arbejdsopgaverne består i at skrive og holde styr på nyheder, hjemmesider, sociale medier, oversættelsesarbejder og markedsføringsmaterier. De arbejder både med intern kommunikation og kundevendte kommunikationsopgaver. De arbejder primært som marketingskoordinatører eller kommunikationsmedarbejdere. De har en klar opfattelse af deres fag og faglighed og modsat mange andre fagområder har relativt mange papir på det, de kan.

TILGANG TIL JOBBET

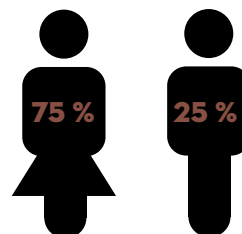
De er ambitiøse og omhyggelige med deres opgaver. De er stolte af deres faglighed og er ofte meget opsøgende i forhold til andre, de deler faglighed med. De sætter en ære i at få oversat og omsat viden til kolleger og kunder.

SÅDAN BINDER DE DANMARK SAMMEN

De omsætter produkter, viden og nyheder til markedet omkring dem og skaber synlighed omkring virksomheden i forhold til kunder og markedet. De binder med deres sproglige kundskab virksomheden sammen med kunderne og markedet. De arbejder med kundeoplevelser og kunderelationer og bidrager til, at andre kan se værdien i deres og andres opgaver. De får tingene til at ske.

1 %

AF HK/PRIVATS
MEDLEMMER
ARBEJDER INDEN
FOR FAGOMRÅDET.



TYPISKE ARBEJDSOMRÅDER:

OVERSÆTTELSE
ORDREBEHANDLING
TOLKNING
KOMMUNIKATION
INDLÆG TIL HJEMME-
SIDER
OUTBOUND-MARKE-
TING
EVENT MARKETING
TEGNSPROGSTOLKNING

MEDLEMMER OM

TILBUD FRA HK/PRIVAT

Jeg kunne godt tænke mig, at de kørte kurser, som rakte ud over introduktionsniveauet – hvor man skal have nogle forudsætninger, og hvor de bygger videre på en faglighed, man allerede har. Det er der også lidt af, men så er det programmering eller et eller andet meget teknisk.”

MULIGHEDER OG FREMTID

”Den strategiske del er kommet mere ind det sidste års tid. Det er fedt, for så får jeg lov at gøre det også. Jeg startede mere lavpraktisk, og så har det udviklet sig. Jeg kan godt lide det brede og det med at være lidt generalist. Fx i forhold til de sociale medier, som jeg sidder med nu – det er en ny ting.”

KRAV TIL FAGLIG UDVIKLING

”Cirka halvdelen af alle tolkeopgaver, jeg sidder med, vil falde fra om 3-4 år. Arbejdsløsheden kan stige. Jeg kan enten styrke mig inden for faget med en kant eller skifte fag. Så vil der være behov for kompetenceudvikling og dokumentation af det, jeg kan nu.”

H K / P R I V A T K O N G R E S 2 0 1 5



VI BINDER
DANMARK
SAMMEN

FORANDRINGER UDFORDRER FAGLIGHEDEN

OPGAVERNE BLIVER MERE KOMPLEKSE, og konkurrencen fra kolleger med længere uddannelser bliver stadig større. Fremtiden kalder på kommunikationsmedarbejdere, der kan indtræde i de mere koordinerende specialtroller i forhold til virksomheden og arbejdsprocesser. Fremtidens kommunikations- og markedsføringsmedarbejdere skal både være generalister og specialister og gå fra

at drifte til at innovere og udvikle. Alt fra opdateringer på hjemmesider over oversættelsesarbejde til markedsføringsmaterialer skal de være udførende på. De skal omsætte og oversætte viden til værdi. Det kræver, at de skal sætte sig selv i centrum og genopfinde deres rolle. Det kræver forretningsforståelse og relationskabelse på tværs af faglighed og på tværs af afdelinger.

CHEF OM KOMMUNIKATION & MARKEDSFØRINGS FREMTID

"HK'erne har en fin og vigtig fremtid foran sig, hvis de formår at udvikle sig derhen, hvor de bedste af dem allerede er. De er the missing link, der binder virksomheden, fagligheder og rutiner sammen. De skal fremover folde sig mere ud og tage den rolle helt bevidst på sig."

CHEF OM KOMMUNIKATION & MARKEDSFØRINGS VÆRDISKABELSE

"Mens de andre er konsulenter, er vores kontomedarbejdere koordinatører. De er omdrejningspunktet i hverdagen - de holder styr på processer, arkiver og arbejdsgange. De har stor berøringsflade i hele virksomheden. De medvirker også til udvikling og stiller spørgsmålstegn; gør vi det på den rigtige måde? Der skal helst være nogen, der eksekverer, og det kan HK'erne."

DE FIRE JOBROLLER INDEN FOR KOMMUNIKATION & MARKEDSFØRING

Medlemmerne kan opdeles i fire gennemgående roller i virksomheden. Rollerne beskriver bestemte funktioner, opgavetyper og kompetencer. De fleste medlemmer har job, der indeholder elementer fra flere af rollerne.



KOORDINATOR

Spiller aktører sammen i kommunikationsprojekter

- / Leder og styrer projekter og delprocesser og sørger for, at alle er klædt på til at bidrage.
- / Får processerne til hænge sammen i forbindelse med interne og eksterne kommunikationsopgaver.
- / Omsætter og oversætter kommunikation til værdi for ledere, kolleger og kunder.



KONSULENT

Kvalificerer kommunikationstiltag og strategiudvikling

- / Rådgivende eksperterolle over for ledelse, kolleger, samarbejdspartnere og kunder.
- / Bidrager til udvikling af strategier for kommunikation og branding samt procedurer m.m. for kommunikation, marketing, salg og kundeservice i virksomheden.



DRIFT

Sætter ord og billeder på virksomheden

- / Internt kommunikationsarbejde - produktion af indhold til intranet, udarbejdelse af nyhedsbreve m.m.
- / Eksternt rettet kommunikationsarbejde. Fx redigering og produktion af indhold til hjemmesider og nyhedsbreve til kunder og omverdenen.
- / Oversættelsesarbejde og tolkning.



KONTROLLANT

Sikrer professionelt udtryk i kommunikationen

- / Sikrer kvalitet i kommunikationsprodukter/opgaver, så der kommunikeres klart og målrettet, og så virksomheden fremstår professionel i sin kommunikation - både i sproglig og visuel formidling.