



EXPERT OPINION

Eirik Øiestad

Managing partner og en av to grunnleggere i PR-byrået Släger. Eirik har mer enn 20 års erfaring som journalist, informasjonssjef og rådgiver.

30-05-2024 16:29 CEST

PR-arbeidsdagen er ikke bærekraftig

En stadig mer fragmentert og operativ arbeidsdag for PR- og kommunikasjonsfolk gjør at halvparten vurderer å slutte i jobben. Løsningen er å jobbe fokusert og i dybden av problemstillingene.

Sviktende konsentrasjon er et samfunnsproblem som ifølge forskere har nådd «epidemiske» nivåer. Endringen er ikke nevrologisk, men ligger i miljøene vi skaper, og en moderne tilværelse der en strøm av digitale forstyrrelser river hverdagen i småbiter. Med andre ord – det er en selvpåført krise.

PR- og kommunikasjonsfolk er hardt rammet av sviktende konsentrasjon. Ikke fordi vi er dårligere til å konsentrere oss enn andre, men fordi vi skaper miljøer og roller som hindrer oss i å jobbe fokusert. Dermed forsvinner også

vår mulighet til å gå i dybden, som er en forutsetning for å gjøre viktig arbeid. Resultatene blir overflatiske, og arbeidet sliter oss ut. Ingen gjennombrudd skapes på overflaten av en problemstilling. Det er der vi sitter fast.

Kompleksitet og verdi

Mynewsdesk-rapporten State of Nordic PR & Communication 2024, som er basert på svar fra 450 kommunikasjonsfolk, viser at en betydelig andel av oss sliter med arbeidshverdagen sin. Et flertall, om enn knapt, mener rollen deres har endret seg så mye at de vurderer å bytte jobb, eller å forlate bransjen.

Dette kan vi ikke leve med. Vi må skape utviklende og bærekraftige arbeidsdager i bransjen vår, og da mener jeg vi må gjøre to ting:

Redusere kompleksitet og skape økt anerkjennelse.

Vi må gi folk verktøy og betingelser for å gå i dybden på problemstillingene de skal mestre, og jobbe mer fokusert. Klarer vi det vil vi forbedre vår jobbtilfredshet, påvirkningskraft og Økonomi.

I løpet av to tiår i bransjen har jeg sett hvordan den faglige kompleksiteten har økt drastisk, og kanskje særlig i byråene. I dag mener jeg den grunnleggende modellen vi bygger byråvirksomhet på ikke er bærekraftig. Med bærekraftig mener jeg a) håndterbar og utviklende for de som jobber i bransjen, og b) økonomisk sunn for byråene.

I et tøffere marked vil mange få problemer med å kombinere disse to.

Helt konkret ser jeg to utfordringer i byråhverdagen: Et økende spenn i oppgaver, et faktum som bekreftes av Mynewsdesks undersøkelse, og en byråverden der hver medarbeider har for mange kunder. I en slik tilstand må kognitivt krevende arbeid – det eneste som kan lede til kritisk verdi for kundene – vike for overflatisk multitasking.

Undervurdert

Vi lever i en verden som stiller like høye profesjonelle krav til oss som det stilles til advokater, konsulenter og bedriftsledere. Like fullt blir ikke våre bidrag verdsatt på samme nivå som disse tre gruppene av fagfolk. Og der ligger et av våre grunnleggende problemer:

Betalingsvilligheten for, og anerkjennelsen av vår ekspertise har ikke økt i takt

med kompleksiteten i vårt daglige virke

PR-bransjen er ressursmessig en mygg sammenlignet med eksempelvis advokatbransjen, der de største aktørene omsetter for milliarder og leverer langt høyere driftsmarginer. Ser man bort fra de rene public affairs-byråene, hadde de 10 største PR-byråene en gjennomsnittlig driftsmargin på 8 prosent i 2022. Advokatfirmaene hadde en driftsmargin på 45 prosent samme år.

En oppskrift for vekst

For å oppnå nødvendig tyngde, enten våre roller er in-house eller i byrå, må vi vokse.

Målet må være at kommunikasjon som disiplin anses som viktig nok til å integreres i selve kjernen av organisasjoners arbeid: når strategier utvikles. Da må arbeidsdagen i større grad være definert av metodisk arbeid og smart bruk av teknologi. Vi må også ofre noe av vår intuisjon og inspirasjon for disiplin og struktur.

Vi må bringe mer fakta og mindre gjetting inn i diskusjonene. Språket vårt må skifte fra «jeg tror» eller «jeg føler», til «våre data viser». Eksperimentering med, og testing av kommunikasjon bør være en kritisk del av all strategiutvikling. Derfor må vi ha en plass i rommet når strategi utvikles.

Ved å gjøre alt dette, vil vi forenkle hverdagen til de som jobber i kommunikasjon, og arbeidet vil bli mer meningsfullt og verdsatt. Vi må skape en bærekraftig fremtid for vår bransje og menneskene i den. Når undersøkelser viser at et flertall av våre kolleger i Norden vurderer å skifte felt, har vi fått en grundig advarsel: Om vår bransje skal spille en avgjørende rolle i samfunnet i fremtiden, må vi begynne med en genuin transformasjon av vår arbeidsdag først.

Mynewsdesk – En effektiv måte å skape bevissthet og relasjoner på

Mynewsdesk hjelper virksomheter med å skape bevissthet, nå rett målgruppe og bygge sterke relasjoner. Med vår brukervennlige PR-plattform forenkler vi publisering, distribusjon og måling av alt ditt PR- og

kommunikasjonsarbeid.

Les mer på www.mynewsdesk.com/no.

Kontaktpersoner



Pressekontakt

Pressekontakt

Pressehenvendelser

press@mynewsdesk.com