

## **Datamining; steeds belangrijker binnen het communicatievak**

**Het Glazen Huis (omgaan met transparantie) en Horizontalisering (veranderende verhoudingen) zijn nog steeds de belangrijkste en bekendste trends in het communicatievak. Datamining (werken met gegevens) wordt ook steeds belangrijker, vergeleken met voorgaande jaren een groei van bijna 20%. De meeste communicatieprofessional zijn nog steeds trots op het vak (83%), al is er ten opzichte van 2014 sprake van een lichte afname (-5%).**

Een trend binnen het communicatievak is de toenemende mate van aandacht voor crisiscommunicatie en issue management. In 2013 dacht slechts 1 op de 5 communicatieprofessionals hier veel mee bezig te zijn, maar in 2014 en 2015 is dit gestegen naar bijna de helft. De communicatieprofessional gaat zich het komende jaar meer richten op het coördineren van communicatie-uitingen en minder op strategische ontwikkeling hiervan. Belangrijke thema's het komende jaar: `content marketing` en `storytelling`.

Communicatieprofessionals zijn trots op hun vak, met name op de verbindende rol die ze hierbij vervullen. De waardering die men ervaart is wel afgenomen ten opzichte van vorig jaar. De communicatieprofessional stelt geen moeite te hebben om de meerwaarde van hun vak uit te leggen. De meerderheid vindt echter nog steeds dat er vanuit de eigen organisatie beter over gecommuniceerd zou moeten worden.

De effecten van de crisis op het vak blijven volgens de communicatieprofessionals stabiel in vergelijking met vorig jaar. Men verwacht in 2015 geen negatieve gevolgen meer en zelfs een lichte groei in de opdrachtenportefeuille. Men verwacht geen grote personele wijzigingen of veranderingen in budget aan marketing en communicatie.

### **Trends**

De trend `Glazen Huis`, is nog steeds de belangrijkste en bekendste trend. Opvallend is dat de trend Datamining steeds belangrijker wordt in vergelijking met vorig jaar. Bijna de helft van de communicatieprofessionals geeft aan te zoeken naar mogelijkheden om data te verzamelen, maar vindt ook dat de eigen afdeling hier niet primair verantwoordelijk voor is. Het gevoel van betrokkenheid met de trend is laag en men stelt dat Datamining als trend een breder raakvlak heeft dan alleen met communicatie.

Lees het complete onderzoeksrapport op de website van het CommunicatiePanel:  
[www.communicatiepanel.nl/resultaten/](http://www.communicatiepanel.nl/resultaten/)

---

### **Word ook lid van het CommunicatiePanel**

Communicatieprofessionals die hun mening willen geven over alles wat er speelt in de boeiende wereld van communicatie, kunnen zich aanmelden voor het CommunicatiePanel via [www.communicatiepanel.nl](http://www.communicatiepanel.nl)