

Information

Nouvelle communication de l'UPS: prise de congé et nouveau départ

C'est avec un mélange de joie et de tristesse que nous bouclons le dernier numéro du magazine de notre association. De nouvelles tâches nous attendent en matière de communication. Priorité au profil et au contenu. En ligne, mobile et «social», en affinité avec les médias. Telle sera notre nouvelle communication. Je m'en réjouis! **Par Roland A. Müller**

Ce numéro est le dernier d'«Employeur Suisse». La décision de mettre un terme à la publication de notre journal n'a pas été facile à prendre. Mais il est évident que nous devons nous adapter aux nouveaux modes de communication et orienter nos ressources dans cette direction.

L'ère Google confronte les communicateurs à certains défis. Prenons le cas de la crédibilité. Face au flot d'informations et à la multitude des acteurs en ligne, la crédibilité ne va plus de soi. Aujourd'hui, elle doit vraiment être conquise de haute lutte, par l'expertise, l'ouverture et la fiabilité des messages. L'internet mobile fait partie du quotidien des gens. Selon l'Office fédéral de la statistique, plus de la moitié des utilisateurs suisses appellent déjà leurs contenus par smartphone ou tablette. Chez nous aussi, la part des utilisateurs mobiles n'a cessé de progresser. Elle se situe aujourd'hui à environ 20 pour cent. La demande va encore s'accroître, la toile mobile fait des progrès fulgurants.

En ligne, mobile et «social»

Que signifie maintenant pour notre association l'évolution du monde de la communication? Nous devons affûter notre profil en nous concentrant sur nos thèmes prioritaires: marché du travail, politique sociale, formation. Ce sont les domaines où nous pourrions développer notre leadership, afficher clairement notre drapeau. Il importe aussi que nous puissions nous appuyer sur nos points forts, à savoir le contenu. Nous avons quelque chose à dire et disposons du savoir-faire pour le dire.

Il est évident que nos forces rédactionnelles doivent apporter un soutien

plus marqué que jusqu'ici aux grands thèmes traités par l'Union patronale. A cette fin, nous allons nous concentrer davantage sur la communication en ligne. Cela nous permettra d'être plus percutants sur le plan formel. Grâce à la communication en ligne, mobile et «sociale», nous pourrions élargir le rayon de nos messages. De nouvelles publications imprimées ou brochures spécialisées à large diffusion viendront s'y ajouter.

L'information aux médias sera un autre axe important de la communication. Nous allons devoir à l'avenir mettre davantage l'accent sur l'anticipation. Nous devons prévoir des fenêtres médiatiques suffisamment tôt. Cela passe par l'intensification de nos contacts avec les médias. De bonnes relations avec les journalistes sont payantes, surtout en raison de l'abondance des informations qui leur pose aussi problème. Nous souhaitons en outre nous orienter encore davantage vers le service aux journalistes, ce qui veut dire être aisément accessibles, encore plus disponibles, du spécialiste au président.

Plaque tournante et point d'ancrage: le site Internet

Dans la communication en ligne, nous avons déjà fait un bon bout de chemin. Qu'est-ce qui attend nos groupes cibles lors de l'ouverture de notre nouveau site l'année prochaine? Facile d'utilisation et convivial, il sera la plaque tournante et le point d'ancrage de notre communication, relié et fiable à un réseau. Son cœur sera constitué d'une salle de rédaction (newsroom) où afflueront tous les communiqués de presse, les annonces et les commentaires de

l'association. Nous souhaitons nous brancher de plus en plus sur le flot de nouvelles en provenance des médias, c'est-à-dire reprendre les nouvelles en provenance des milieux économiques et politiques qui intéressent les employeurs et les commenter. Cette interaction va dynamiser notre communication, la rendre plus visible et intéressante.

Indépendamment du site, nous offrirons une nouvelle Newsletter au format attrayant et nous serons également présents sur une plateforme de réseaux sociaux. Nos groupes cibles trouveront nos informations via divers canaux, aussi via Google. Notre site web est bien adapté aux moteurs de recherche et nos activités en ligne contribueront aussi à ce que nos informations y soient bien classées. En bref: nous nous concevons de plus en plus comme un fournisseur de contenus à la libre disposition de tout utilisateur, quels que soient le lieu et le moment où il les reçoit.

Remerciements et attente heureuse

Je tiens ici à remercier encore une fois René Pfister et son équipe du bon travail accompli pour le journal «Employeur Suisse». Au cours de ces dernières années, ils ont sorti chaque mois un produit journalistique de très bonne qualité. En même temps, je me réjouis de l'inauguration de notre nouveau système de communication en ligne. A bientôt donc sur notre site! ■