

Formation

Les métiers des relations publiques à l'ère du numérique

La digitalisation engendre une mutation constante des métiers et de la formation continue. Tour d'horizon

Chloé Rosselet
Office pour l'orientation, la formation professionnelle et continue (OFPC)

Spécialistes en veille médiatique, en référencement ou en campagnes digitales, social strategists ou community managers: à l'heure du Web 4.0, les profils des communicants sont de parfaits indicateurs du basculement de la branche dans un écosystème fondamentalement digital. Finis les geeks formés sur le tas. Les praticiens d'aujourd'hui doivent démontrer des compétences spécifiques: rédaction Web, storytelling et production de vidéos à destination des réseaux sociaux, mais aussi maîtrise d'Adwords, de Google Analytics et d'outils de gestion de contenus de site Web, etc.

UNIGE pionnière

Surfant sur la vague de l'innovation numérique, Medi@LAB (institut d'enseignement et de recherche en médias et communication digitale de la Faculté des sciences de la société de l'Université de Genève a récemment étoffé son offre de



Les praticiens d'aujourd'hui doivent démontrer des compétences spécifiques: rédaction Web, storytelling et production de vidéos à destination des réseaux sociaux, notamment. CORBIS

Séminaire digital

Vendredi 16 juin, Medi@LAB organisera une journée dédiée aux développements récents en termes de gestion des médias sociaux et de stratégies de contenus digitales.

Intervenant: Yan Luong, social media strategist. Inscriptions avant le 2 juin: christophe.jaquette@unige.ch
Plus d'infos sur <http://medialab-geneve.ch>

formation postgrade pour répondre aux besoins du marché. Un diplôme of advanced studies (DAS) en relations publiques digitales, proposé en collaboration avec l'école CREA Genève (INSEEC, est ainsi venu s'ajouter au DAS en communication digitale, expertise Web et réseaux sociaux).

Les participants à ces formations (idéalement titulaires d'un

diplôme universitaire et/ou de trois ans d'expérience professionnelle) ont l'avantage de pouvoir intégrer ces cursus tout au long de l'année, les modules étant indépendants les uns des autres.

RP connectées

Le premier diplôme, dédié à la communication globale sur le Net, est constitué de dix modules, eux-mêmes divisibles en deux certificats of advanced studies (CAS), de cinq modules chacun. L'objectif? Fournir aux professionnels des outils concrets de gestion de projets Web: site institutionnel, applications mobiles, géolocalisation, référencement, etc.

Fanny Rannaud, 28 ans, global digital producer chez Helvet Group à Nyon, interviendra dans le second DAS, dont le premier module a débuté le 19 mai. En automne, elle sensibilisera les participants aux problématiques des RP externes, de l'e-réputation, du branding et de la promotion des messages sur le Web. «La démultiplication des sources de l'information et de ses canaux de distribution sont de réels défis pour les entreprises, explique la spécialiste. A cela s'ajoute le fait qu'il faut prendre en compte les attentes des publics cibles, toujours plus avides d'interaction avec les marques, par exemple via la création de communautés en ligne ou la mise en place de campagnes de crowdsourcing.»

Diversification de l'offre

De son côté, la Haute Ecole de

gestion et tourisme de Sierre (HES-SO Valais; www.hes-so.ch) s'apprête à lancer un nouveau CAS en Web Stratégies pour la rentrée de 2017-2018. En six mois, le cursus promet (principalement aux détenteurs de bachelors en informatique ou en communication) d'apporter des pistes de réponses à la question suivante: «Votre présence sur le WEB est-elle à la hauteur de votre entreprise?»

La filière de formation professionnelle, quant à elle, est régulièrement mise à jour. Reprise par l'institut privé de formation SAWI (www.sawi.com) suite à la dissolution récente de l'Institut suisse de relations publiques (SPRI), la formation au Brevet fédéral de Spécialiste en relations publiques inclut également la digitalisation des pratiques. «Le programme est réadapté chaque année en fonction de l'actualité de l'évolution professionnelle, précise Nadia Yousfi Picenni, directrice de cours au SAWI. Ainsi, nous abordons des thématiques telles que la création et l'édition de contenu Web, l'événementiel 2.0, la sécurité de l'information en ligne, l'élaboration d'une charte interne d'utilisation des médias sociaux dans l'entreprise, l'e-réputation ou la gestion de crise, notamment via les médias sociaux.»

Le cursus, destiné aux communicants, se déploie sur une année. Les prérequis? Etre au bénéfice d'une expérience professionnelle de deux à six ans dans la branche, suivant la formation préalable (CFC, maturité, bachelor).