

ДЕЛО. Деловой портал

ИнвестГазета

Business Spotlight



Все, что Вы хотели знать о маркетинге

О медиарынках, ТВ, радио и др.

Реклама

Свежих новостей - 10

Свежих новостей - 11

Свежих новостей - 21

[Главная](#)[Новости](#)[Журнал](#)[Каталог](#)[О MMR](#)[Форум](#)[Обложки](#)

ЖУРНАЛ

РЕПУТАЦИОННЫЙ ШАНС

ИРИНА РУБИС

Номер: 4 (57)

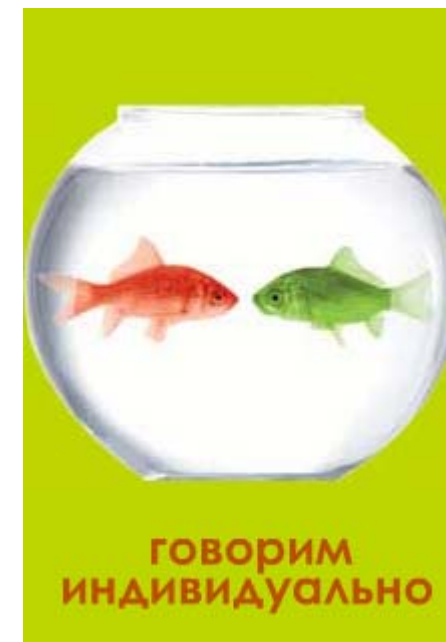
Дата: 26.02.2008

Рубрика: [МАРКЕТИНГ / ПРОФЕССИОНАЛ](#)

Две недели назад один из мировых лидеров в сфере управления и измерения корпоративной репутации Reputation Institute презентовал открытие представительства в Украине. О репутационном управлении в целом и причинах выхода на рынок именно сегодня MMR беседовал с управляющим партнером Reputation Institute Николасом Тредом (США).

Николас, поделитесь вашим видением комплекса мероприятий, охватывающим управление корпоративной репутацией.

Репутационный менеджмент - это междисциплинарное понятие. Каждый специалист, действующий от имени компании, влияет на ее репутацию, независимо от того, какой отдел он представляет - продаж или маркетинга,



Интервью



PR, HR и т. д. Reputation Institute рекомендует компаниям создавать репутационные комитеты, включающие представителей различных отделов компании - маркетинга, HR, отношений с инвесторами, PR, а также наиболее важные бизнес-подразделения.

Основная их задача - согласовывать все свои действия внутри компании и вовне, и оценивать, как эти активности влияют на репутацию компании. Для украинских компаний не секрет, что часто, например, инициативы HR-директора могут идти вразрез с теми ценностями, которые компания транслирует в общество (например, несправедливость оплаты труда).

Соответственно, согласованность и честность в части ценностей, которые транслируются всем заинтересованным в работе компании группам (акционерам, сотрудникам, потребителям, масс-медиа), является одним из важных оснований качественного репутационного менеджмента.

Чтобы управлять репутацией, немаловажно постоянно ее измерять: отслеживать среди всех групп репутационных аудиторий (репутационные аудитории - это отдельные персоны, группы или организации, которые непосредственно влияют на работу компании, часто их называют еще стейкхолдерами), анализировать ее сильные и слабые стороны, возможности и риски, а также использовать эти данные для улучшения репутации.

У каких украинских компаний есть шанс попасть в список наиболее уважаемых компаний мира?

Даже учитывая, что наше ежегодное исследование среди общественности измеряет репутацию 1000 крупнейших и наиболее известных компаний в мире (исходя из их доходов, ВВП их страны и уровня известности среди широкой общественности), список World Most Respected companies, публикуемый в Forbes, ограничен до 200 компаний, которые заняли топовые позиции.



Николас Тред,
управляющий партнер
Reputation Institute



Николай Княжицкий,
генеральный директор
телеканала ТВІ



Валерий Курейко,
генеральный директор
компании
стратегических
коммуникаций
Publicity Creating



Лисс Росс,
исполнительный
директор Starget PR
Agency



Юрий Никитин,
продюсер -
гендиректор компании
mamamusic

Все интервью

Новинки рекламы



16:18 04.03.2008
Порвать на немецкий
и порезать на
американский

16:11 04.03.2008
Охота за кедами в
Brantano

Этот список формируется, исходя из результатов RepTrak Pulse. Как только компания отвечает необходимым критериям, она может попасть в список Forbes. В Украине мы планируем опубликовать результаты исследований репутации компаний, полученных по итогам опросов внутри страны. Поскольку при подсчетах используется общая методика, результаты можно сравнивать, несмотря на месторасположение и область деятельности компании, а также узнать их место в международном рейтинге. Без такого исследования называть компании не стану.

Скажу только, что, по нашим расчетам, у пяти крупнейших украинских компаний, в том случае, если они станут публичными (то есть будут адекватно оценены), есть шанс попасть в данный листинг репутации.

Есть ли какой-то алгоритм, схема, следование которой позволит присоединиться к группе компаний с хорошей репутацией? Дайте конкретные рецепты.

По итогам 10-летних наблюдений мы выделили три лучших тактики, применяемых компаниями, которые успешно измеряют и управляют своей репутацией. Эти компании отличают себя от других:

- принятием общей модели репутационного менеджмента путем организационных функций;
- пониманием, что означают факторы и атрибуты репутации для разных групп стейкхолдеров;
- отслеживанием своей репутации среди разных групп акционеров относительно конкурентов.

Мы также настоятельно рекомендуем компаниям постараться ответить на следующие вопросы, чтобы понять состояние своей репутации и найти возможности ее улучшения:

- Кто является вашими стейкхолдерами (к ним, безусловно, относят и акционеров компании)?
- Что они говорят о вашей компании?
- Какие из репутационных факторов наиболее важны для них?
- На чем строится ваша коммуникация?
- Как вы можете стать ближе вашим стейкхолдерам?

Что собой представляет процесс исследования репутации?

Мы обычно работаем с компаниями, используя трехфазовый исследовательский подход.

Во-первых, мы определяем ключевых стейкхолдеров и их особые потребности, что дает нам возможность приспособить стандартную репутационную модель к определенным нуждам компании.

Во-вторых, проводится исследование среди выбранных групп стейкхолдеров и предоставляются результаты анализа репутации, применяя методологию RepTrak. Такие исследования могут занимать от 2-х месяцев до полугода. Все зависит от количества стейкхолдеров, трудности в их изучении (достижении). Соответственно и стоимость исследования зависит от количества групп стейкхолдеров и специфики их достижения.

В-третьих, мы работаем вместе с компаниями над определением приоритетов их дальнейшей деятельности и



15:03 04.03.2008
Станцию киевского метро снова брендировали



14:49 04.03.2008
Отделение банка как рекламная конструкция



13:42 04.03.2008
Gatorade поможет в любом спорте



13:39 04.03.2008
С Wonderbra вас не назовут плоской



13:20 04.03.2008
Музыка и баскетбол вместо кухни



13:00 04.03.2008
Dentsu обжигает соусами



12:55 04.03.2008
Никко Тин - это серийный убийца



12:52 04.03.2008
DDB Colombia убивает родителей

определяем план действий по улучшению репутации. Это позволяет им определить возможные отличия от своих конкурентов, а также увеличить свои доходы и рыночную ценность.

Какие факторы заставили вас выйти на рынок именно сейчас? Почему не раньше?

Мы очень заинтересованы во вхождении на рынки Восточной Европы и Азии, что продемонстрировано нашими последними исследованиями репутации крупнейших компаний Китая, Индии, России и Польши.

Выход на украинский рынок связан с тремя основными причинами. Первая - 2008-2009 годы эксперты называют годами бума IPO в Украине. Более 30-ти украинских компаний заявили о своих планах по выходу на различные фондовые площадки.

Публичность и репутационный менеджмент тесно связаны, так как, по нашим исследованиям, компании, которые уделяют репутации достаточное внимание, стоят на фондовых площадках на 40% больше, чем компании, в недостаточной мере уделяющие внимание своей репутации.

Вторая причина - вступление Украины в ВТО. Третья - нам удалось найти сильного партнера в Украине. Мы считаем, что Reputation Capital Ukraine, наш эксклюзивный представитель в Украине, имеет необходимый опыт и команду специалистов, которые полностью отвечают нашей философии.

Какие репутационные риски, по вашему мнению, ожидают украинские компании после вступления страны в ВТО?

Вступление Украины в ВТО предоставляет украинскому бизнесу как новые возможности, так и новые испытания. Одной из проблем является большая конкуренция мультинациональных компаний благодаря более низким торговым тарифам; с другой стороны, ожидается приток иностранных инвестиций.

Поэтому мы считаем, что репутационными рисками для украинских компаний является утрата доли рынка в пользу мультинациональных компаний и ослабление конкуренции в привлечении иностранных инвестиций.

Что собой представляет процесс/проект репутационного обслуживания у вашего института?

Мы предлагаем широкий спектр репутационных исследований и консалтинговых услуг. Наши проекты очень рознятся по размеру и зависят от потребностей клиента.

Минимальное исследование одной репутационной аудитории на территории Украины будет стоить от 10 тыс. евро. Исследование репутации украинских компаний в Европе будет зависеть от количества стран, количества репутационных аудиторий и сложности в достижении целевых групп. Но уровень цен будет таким же.

Исследование репутации украинских компаний за рубежом (Reputation Institute проводит исследования в 25

[Все новинки](#)

Вход

Запомнить!

Ok

[Регистрация](#)

Подписка

Подписаться

Отписаться

Ok

[Авторские колонки](#)



Еще раз о city-брендинге

странах) будет зависеть от количества стран, количества репутационных аудиторий и сложности в достижении целевых групп.

Кто такие стейкхолдеры

Стейкхолдеры, согласно определению Р.Е. Фримана, данному в 1984 году, - это «группа, которая может оказать влияние на достижение организацией своих целей или на работу организации в целом».

Это все группы людей (или организаций), которые являются важными для бизнеса определенной корпорации, чей вклад (работа, капитал, ресурсы, покупательная способность, распространение информации о компании и т. п.) является основным в успехе организации.



Давайте быть ярче!



Задача для решения №1 – анализ маркетинговой активности



О подмене терминов



Разбогатеть в ближайшем десятилетии мы в любом случае не успеем

[Добавить
Все колонки](#)

[Исследования](#)



15:36 04.03.2008
[Рекламным агентствам не хватает профессионализма](#)



13:38 03.03.2008
[Erste Bank: рекламный рынок Украины - самый перспективный](#)

14:12 28.02.2008

Рейтинг: **0**

[Печатать](#)


[Обсудить](#)

[Все новости номера](#)

ДОБАВИТЬ КОММЕНТАРИЙ

Login
 Пароль
 Войти?

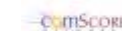
Комментарий*:



Введите текст, изображенный на рисунке



Ожидается скачок
роста рынка интернет-
рекламы



10:11 28.02.2008
Тенденции рынка
интернет-рекламы



09:53 26.02.2008
Рынок
телекоммуникационных
услуг

[Все исследования](#)

[Объявления](#)

Проект "РОЗОВЫЙ
ФЛАМИНГО"....

[Все объявления](#)
[Добавить](#)

МетаНовости



Рост евро ослабляет Европу

Ставки по кредитам не снизятся

Украинцев накрыла волна кредитомании

Киевляне вкладывают деньги в земельные участки

Тимошенко нашла в Украине энергетических террористов

Как взять кредит, если зарплата в "конверте"?