

REPUTATIONSANALYSE

Messung der Reputationsdimensionen für ein erfolgreiches Reputationsmanagement

Erprobte Forschungsdesigns geben einen umfassenden Überblick über den Status Quo der Reputation.

Die Analyse zeigt Optimierungspotenzial und Risiken.



In Zeiten, in denen Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher werden, ist die Reputation für **Unternehmen, Institutionen** und auch **Behörden** wichtigster immaterieller Wert. Entsprechend wächst das Reputationsrisiko.

Um den Unternehmenserfolg abzusichern, muss das Reputationsrisiko mit effektiven Pflege- und Präventionsmassnahmen minimiert werden.

Die systematische Reputationsanalyse unterstützt ein effektives Reputationsmanagement, das die relevanten Stellschrauben kennt und gemäss der Unternehmensstrategie steuert.

Tools und Methoden

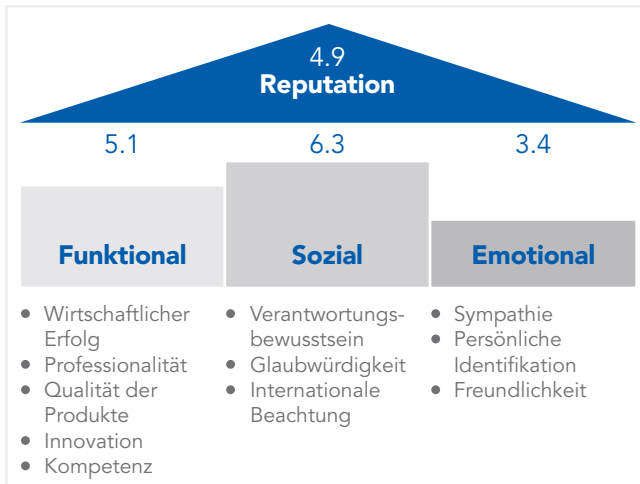
In einer ganzheitlichen Reputationsanalyse gilt es, die verschiedenen Sichtweisen der Stakeholder zu erfassen.

Das LINK Institut entwickelt im Rahmen der Reputationsanalyse ein individuell zugeschnittenes Forschungsdesign, angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse und Stakeholdergruppen. Dabei werden Methoden der Markt- und Medienforschung miteinander kombiniert.



ReputationControl – Für eine handlungsorientierte Analyse

ReputationControl ist ein umfassendes Befragungstool, das wissenschaftlich fundierte quantitative Befragungen der Stakeholdergruppen mit inhaltsanalytischer Medienbeobachtung kombiniert.



Corporate Reputation Index (CRI)



Relevanz und Erfüllung der Reputationstreiber:
Direkte Handlungsempfehlungen auf Basis der Wirkungsanalyse

Corporate Reputation Index

Unter dem Dach der Reputation werden im Corporate Reputation Index drei verschiedene Reputationsdimensionen zusammengefasst: die funktionale (objektive Kriterien wie wirtschaftlicher Erfolg), soziale (normative Kriterien wie Nachhaltigkeit) und emotionale (subjektive Kriterien wie Sympathie) Dimension.

Der Index ermöglicht sowohl eine branchenübergreifende Betrachtung (Benchmarking) der Reputation als auch eine Betrachtung zwischen verschiedenen Subgruppen oder Stakeholdern.

Mediale Echtzeitanalyse

Die Ergebnisse von Reputation Control werden mit Daten umfangreicher Medienbeobachtung (Print, Online, Social Media) in Beziehung gesetzt. Vor dem Hintergrund der Medienresonanz gewinnen die Ergebnisse an Überzeugungskraft und der Erfolg des Reputationsmanagements lässt sich langfristig evaluieren.

Steuerungsrelevante Ergebnisdarstellung

LINK identifiziert mittels mehrstufigen Wirkungsmodellen die Einflussstärke der einzelnen Reputationstreiber. Somit sind direkte und individuelle Handlungsempfehlungen ableitbar und entsprechend ein unmittelbarer Übergang zu einem erfolgreichen Reputationsmanagement gegeben.

LINK Institut – Ihr Partner für zuverlässige Entscheidungsgrundlagen.

Ihre Ansprechpartnerin

Philipp Fessler
Head of Analytics
Tel +41 44 497 49 07
philipp.fessler@link.ch