

Kurumsal İtibar Ölçümü

“Güçlü bir itibar, sadece kriz anlarında değil, her gün kurum performansına katkı sağlayan stratejik bir varlıktır.”

Neden İtibar Ölçümü?

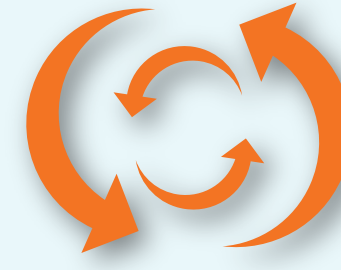
Kurumsal itibar, sadece kriz anlarında devreye giren bir koruma kalkanı değil; Günlük iş süreçlerini, pazarlama verimliliğini, çalışan bağlılığını, paydaşlarla olan ilişkileri ve kurumsal anlatınızın bütünlüğünü belirleyen bir **strateji unsuru** ve **değer yaratım alanı**.

Güven Temelli, Etki Odaklı Ölçüm

Ipsos'un Kurumsal İtibar ölçümü beş bileşenden oluşuyor: Bilinirlik, tanınma, beğeni, güven, savunuculuk. İtibar ölçümünün merkezinde, tanınma ve beğeniyle desteklenen “güven” yer alıyor. Karmaşık skorlar yerine itibarın en sade ve anlamlı göstergesi olarak **“güven”** skorunu önceliklendiriyoruz.



İTİBAR



360 Derece Ölçüm

Ipsos'un Kurumsal İtibar ölçümü, **iç paydaşları** (çalışanlar, yönetim), **iş ortaklarını** (yatırımcılar, tedarikçiler, bayiler), **kamuoyunu**, **fikir önderlerini** (medya, akademisyenler, STK'lar) ve geleceğin iş insanları olan **üniversite öğrencilerini** kapsanarak 360 bakış açısı sunuyor.



Krizden Önce Hazırlık, Kriz Anında Yönetim

Ipsos olarak kurumlara, kriz çıkmadan önce riskleri belirleme ve hazırlık yapma imkanı sunuyoruz. Gerekirse, kriz anında **hızlı hasar analizi** ve **doğru iletişim stratejileriyle** yönlendirme sağlıyoruz.

“İtibarınız sizin adınıza söylenenlerden değil, söylenenlerin ne kadar inandırıcı olduğundan beslenir.”



Detaylı bilgi için Beste.Yildiz@ipsos.com ve Gulce.Yeniev@ipsos.com ile iletişime geçebilirsiniz.