

VELKOMMEN TIL IPSOS' OMDØMMELSEMINAR 2020

GAME CHANGERS

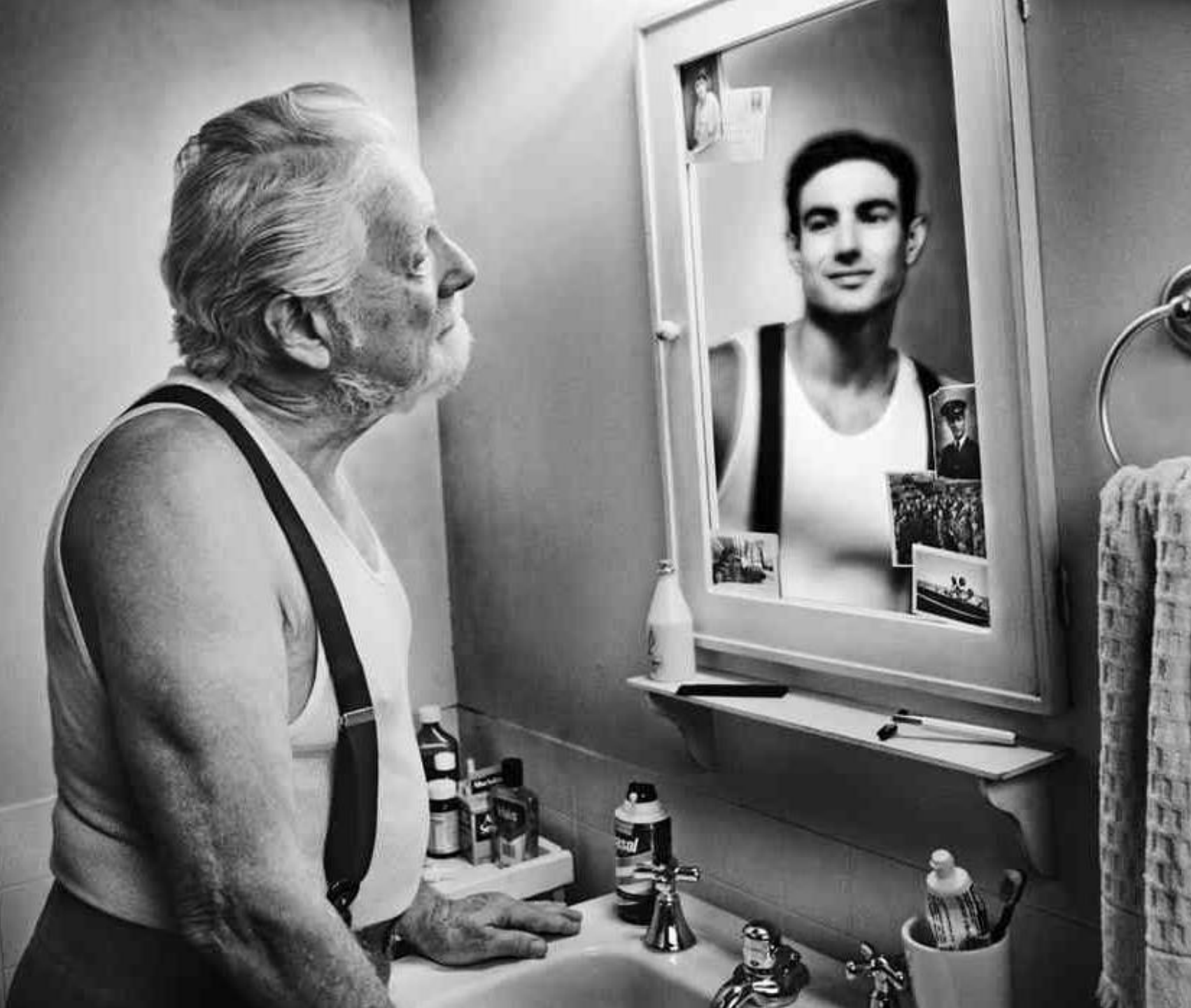


HVA ER OMDØMME?

DEFINISJON PÅ OMDØMME

***“Det subjektive inntrykket
omgivelsene har av
virksomheten”***





MÅL:

**Mindre avstand
mellom hva man
ønsker å bli oppfattet
som og hva man
faktisk oppfattes
som...**

VERDIEN AV OMDØMME

DU BLIR TRODD

KRISEHÅNDTERING

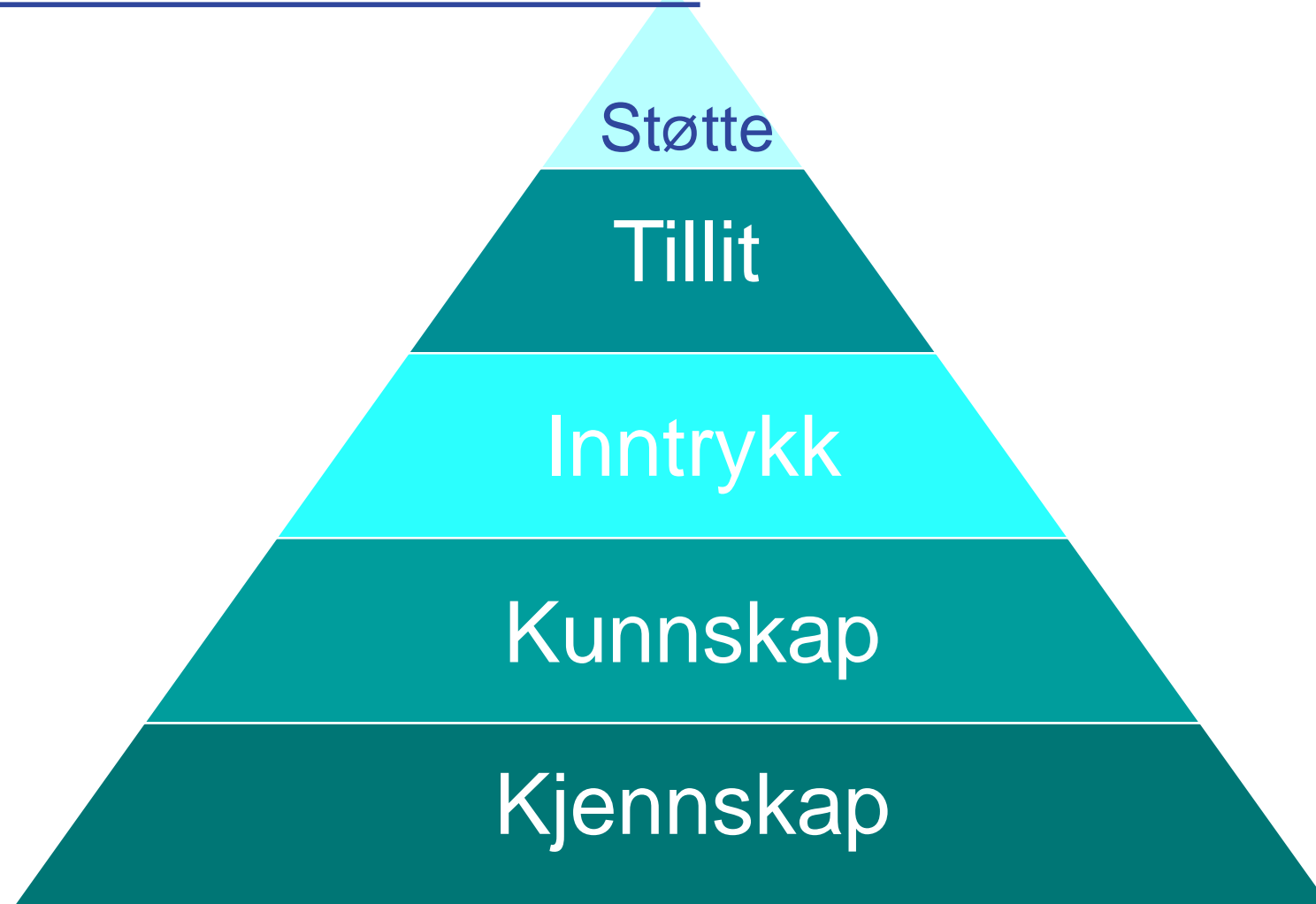
DU BLIR HØRT

**MER EFFEKTIV
KOMMUNIKASJON**

DU FÅR DELTA

**PÅVIRKE
BESLUTNINGER OM
RAMMEVILKÅR**

OMDØMME BYGGES TRINNVIS I BREDDE OG STYRKE



TILLITBYGGGENDE OMDØMMEUTVIKLING



Dag til dag jobbing med omdømme.

Kommunisere:

- Hvilke oppgaver virksomheten har
- Hvordan den løser dem
- Hva man gjør for kunder, brukere, samfunn og andre interessenter

TILLITBYGGGENDE OMDØMMEUTVIKLING

Green-washing

Purpose-washing



Autentisk

Aktiviteter og budskap knyttet til virksomhetens kjerne.

Mao: Det du driver med, det du kan, og det du er en autoritet på.

I tråd med visjoner og samfunnsoppdrag

Troverdig

Har virksomheten troverdighet til å stå alene bak et initiativ?

Partnerskap og allianser kan gi større tyngde og troverdighet.

Vesentlig

Vil tiltaket skape en stor effekt?

Er det konkret, nyttig og hjelper det saken?

PROFIL- UNDERSØKELSENE 2020

IPSOS PROFILUNDERSØKELSER

Årlige målinger av 91 etater, 108 bedrifter og 50 organisasjoner

- Datainnsamlingsperiode: April - august 2020
- 1000 intervju i hver undersøkelse.

Måler befolkningens inntrykk av virksomhetene på fem utvalgte faktorer:

Etater	Bedrifter	Organisasjoner
Totalinntrykk	Totalinntrykk	Totalinntrykk
Samfunnsansvar	Samfunnsansvar og moral	Samfunnsansvar
Effektivitet og økonomisk styring	Økonomi og lønnsomhet	Økonomi
Åpenhet og informasjon	Reklame og informasjon	Informasjon og reklame
Kompetanse og fagkunnskap	Miljøbevissthet	Gjennomslagsevne

OMDØMMEINDEKSEN

Indeks =

Meget godt inntrykk	4
Ganske godt inntrykk	2
Hverken godt eller dårlig inntrykk	-1
Litt dårlig inntrykk	-2
Meget dårlig inntrykk	-4
Helt umulig å svare/ubesvart	-6

Prosentverdien for hvert svaralternativ ganges med angitt verdi og legges sammen.

VIRKSOMHETER MED GODT OMDØMME

TYDELIG IDENTITET OG GODT OMDØMME



COOP



VINMONOPOLET



KREFTFORENINGEN












Meteorologisk
institutt



POLITIET

ETATER 2020

HØYEST ANDEL GODT INNTRYKK

- | | | | | | |
|----|--|------|-----|---|------|
| 1. |  Meteorologisk institutt | 82 % | 6. | KRIPOS | 73 % |
| 2. |  FHI
Folkehelseinstituttet | 82% | 7. |  Skatteetaten | 73 % |
| 3. |  Helsedirektoratet | 78 % | 8. |  NORGES DOMSTOLER | 72 % |
| 4. |  POLITIET | 77 % | 9. |  Mattilsynet | 71 % |
| 5. |  FORBRUKERRÅDET | 75 % | 10. |  Brønnøysundregistrene | 69 % |

MEST FREMGANG 2019-2020



+117 poeng



+108 poeng



+103 poeng

Helse- og omsorgsdepartementet

+ 95 poeng

BEDRIFTER 2020

HØYEST ANDEL GODT INNTRYKK

1.		89 %	6.		77 %
2.		88 %	7.		77 %
3.		85 %	8.		75 %
4.	 VINMONOPOLET	85 %	9.		74 %
5.		78 %	10.		74 %

MEST FREMGANG 2019-2020



+ 87 poeng



+ 67 poeng













posten + 64 poeng



+ 59 poeng

ORGANISASJONER 2020

HØYEST ANDEL GODT INNTRYKK

1.	 KREFTFORENINGEN	82 %	6.	 FRELSSES ARMEEN	72 %
2.	 Norges Røde Kors	80 %	7.	 Redd Barna	71 %
3.	 DEN NORSKE TURISTFORENING	76 %	8.	 RSK	69 %
4.	 MEDECINS SANS FRONTIERES LEGER UTEN GRENSER	75 %	9.	 unicef	64 %
5.	 NORSK LUFTAMBULANSE	74 %	10.	 KIRKENS BYMISJON	62 %

IPSOS' OMDØMMEPRIS 2020



STATUTTER:

- Prisen skal deles ut til en norsk bedrift, etat eller organisasjon som over lang tid har vært blant de ledende bedrifter, etater eller organisasjoner nordmenn flest har et godt totalinntrykk av.
- Prisen kan også gis til en bedrift, etat eller organisasjon som har demonstrert evne til å styrke sin profil betydelig over en lengre periode.
- Ved vurderingen legges det størst vekt på totalinntrykk, men sterkt omdømme på en av profilmaktorene kan også kvalifisere til prisen.

TIDLIGERE VINNERE:

- 2004: Tine
- 2005: Norges Røde Kors
- 2006: Frelsesarmeen
- 2007: Meteorologisk institutt
- 2008: TV 2
- 2009: Norsk Luftambulans
- 2010: IKEA
- 2011: Meteorologisk institutt
- 2012: Coop Norge
- 2013: NRK
- 2014: Forsvaret
- 2015: Skatteetaten
- 2016: NSB
- 2017: Gjensidige
- 2018: Vinmonopolet
- 2019: Ruter



JURYENS BEGRUNNELSE:

Årets vinner får prisen fordi de over flere år kan vise til tydelig positiv utvikling av omdømmet og for en spesielt sterk utvikling i 2020; et år som har satt denne virksomheten og dens ledelse på en prøve uten sidestykke.

Vi legger vekt på at vinneren gjennom de siste 5-6 årene har oppnådd en betraktelig forbedring av sitt omdømme i befolkningen i Norge og har lyktes å flytte negative holdninger til positive, sammenlignet med hva nivået var for 10 år siden og bakover i tid.

I tillegg legger vi vekt på at vinneren i forbindelse med epidemien i år har lyktes så godt med sin kommunikasjon med befolkningen at andelen med positivt totalinntrykk har gått fra respektable 60% i 2019 til hele 78% i år. Samtidig har andelen som er negative falt fra et historisk lavt nivå på 12% i fjor, til bare 5% i år.

Ipsos gir Helsedirektoratet Omdømmepreisen for 2020.

Sammenlignet med bedrifter er det selvfølgelig ikke opplagt at embetsverket bør arbeide for å bli populære i befolkningen og spesielt i en situasjon der sterke inngripende tiltak må innføres. Samtidig er landets myndigheter i slike situasjoner, avhengig av den autoriteten som kommer fra befolkningens tillit til at riktige vurderinger gjøres i fagetatene. Vi mener Helsedirektoratet ved gradvis forbedring av sitt omdømme, har oppnådd et forhold til befolkningen som i år har vært av uvurderlig verdi. Det er utviklingen over tid og den sterke prestasjonen i 2020 som gjør at Ipsos mener Helsedirektoratet fortjener årets omdømmepreis.

IPSOS OMDØMMEPRIS 2019 GÅR TIL:



HelseDirektoratet

Vi gratulerer!