

Public Affairs & Reputação Corporativa



Gestão de Crise Corporativa



O que é uma Crise Corporativa?

Em um ambiente corporativo, uma crise é definida como um evento ou situação inesperada que pode ameaçar os negócios de uma organização, causar danos à saúde e segurança de funcionários e consumidores, interromper as operações ou prejudicar a marca ou a reputação de uma empresa.



O fenômeno das **policrises** impõe um desafio adicional à **confiança e reputação** das empresas

pandemias crises migratórias polarização
fake news e algoritmos racismo pobreza
guerras desastre ecológico inflação



Os três patamares de ação em uma Crise

ABC da Crise



Nosso estudos demonstram que em Crise, a melhor alternativa é tomar a liderança da situação e comunicar-se rapidamente



Fonte: Ipsos Reputation Council

Gestão de Crise

+ Como fazemos?

1 Uma empresa/entidade tem uma crise desencadeada publicamente ou entre grupos específicos.

2 Acionada pelo cliente, a Ipsos implementa a metodologia (questionário e amostra) **no mesmo dia** para mapear o problema.

3 **Entre 24 e 48 horas* depois**, podemos obter as informações sob o contexto de Crise.

4 **Cinco dimensões são avaliadas com indicadores próprios:**



Mensuração KPIs Reputação



Nível de awareness / conhecimento de notícias sobre a crise



Veículos de acesso às notícias e associação da crise à empresa



Preocupação e opiniões sobre a crise e impacto na reputação da empresa

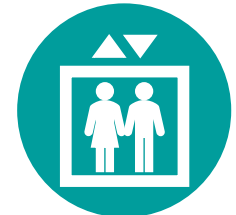


Informações demográficas com acompanhamento dos “Cidadãos Informados”

* Informações básicas; resultados totais.

**Dependendo das escolhas de amostra definidas para o cliente, o tempo de campo pode variar para mais ou para menos.

Gestão de Crise



Informações demográficas e definição de “Cidadãos Informados”



Medição de Reputação das empresas



Conhecimento sobre notícias em geral e notícias sobre a crise



Veículos de informação e conteúdo



Preocupação e opiniões sobre a crise

+ Educação e Ramo Ocupacional

- Avaliação do ramo ocupacional (público ou privado) e níveis educacionais

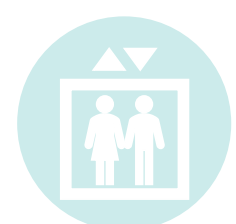
+ Hábitos de acesso à informação

- Frequência de acesso a diferentes tipos de mídias e temas de interesse

+ Atuação Social

- Avalia diferentes tipos de atuação, entre envolvimento em economia, política, investimentos, ativismos sociais ou ambientais e engajamento em debates públicos, acadêmicos ou na esfera governamental

Gestão de Crise



Informações demográficas e definição de “Cidadãos Informados”



Medição de Reputação das empresas



Conhecimento sobre notícias em geral e notícias sobre a crise



Veículos de informação e conteúdo




Preocupação e opiniões sobre a crise

+ Pirâmide Reputacional

- Avaliação da Reputação da Empresa e concorrentes para comparativo e contextualização

Advocacy - Nível mais alto de reputação. 

O "advocacy" é quando alguém recomenda uma organização para outra, baseado em suas ações corporativas, marcas, produtos ou serviços. É o poder de uma boa reputação transformada em recomendação.

Após adquirirem familiaridade, os stakeholders devem ser favoráveis à organização. É uma medida emotiva da reputação, refletindo como as pessoas se sentem sobre a empresa. 

Advocacy

Confiança

Favorabilidade

Familiaridade

Conhecimento

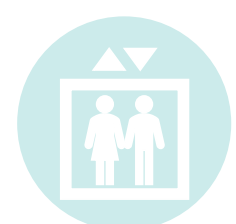
Alicerce mais forte de reputação. 

A confiança, reflexo das ações consistentes de uma empresa, é o fator mais influente na reputação organizacional. É a variável mais fortemente correlacionada com a Reputação.

É fundamental como caminho inicial para consolidação de uma boa imagem.

Para consolidar a sua imagem, uma empresa precisa ser conhecida e reconhecida. Sem conhecimento não há reputação.

Gestão de Crise



Informações demográficas e definição de “Cidadãos Informados”



Medição de Reputação das empresas



Conhecimento sobre notícias em geral e notícias sobre a crise



Veículos de informação e conteúdo



Preocupação e opiniões sobre a crise

+ Acesso a notícias sobre Empresas

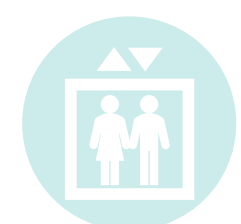
- Avaliação de recall sobre notícias em geral.
- Avaliação do teor das notícias recebidas.

+ Notícias sobre a Empresa em Crise

- Avaliação de recall sobre notícias envolvendo a empresa
- Recall espontâneo do teor das notícias
- Recall e teor das notícias recebidas sobre a crise específica



Gestão de Crise



Informações demográficas e definição de “Cidadãos Informados”



Medição de Reputação das empresas



Conhecimento sobre notícias em geral e notícias sobre a crise



Veículos de informação e conteúdo



Preocupação e opiniões sobre a crise

+ Meios de acesso à informação

- Mapeamento completo dos canais de comunicação em que se informou sobre a Empresa e sobre a crise em questão.

+ Preocupações e Impactos Futuros

- Preocupações em relação à crise instaurada
- Avaliação da percepção sobre possíveis impactos sociais, econômicos ou individuais.
- Impactos futuros sobre a relação com a empresa (consumo e reputação).



Gestão de Crise: cronograma de entrega

Cronograma entregá o máximo de velocidade

A pesquisa em comunicação de crise requer recursos para agir rapidamente e experiência para fornecer insights sob pressão



Amostra Representativa



Com quem?

- Homens e mulheres, 18+ anos
- Classes ABC (conectada)
- Sub-amostra de cidadãos KOLs



Amostra representativa da população brasileira, de acordo com 4 variáveis sociodemográficas (gênero, idade, classe e região)

DISTRIBUIÇÃO AMOSTRAL (%)



Região

Norte	7%
Nordeste	23%
Sudeste	46%
Sul	15%
Centro-Oeste	8%



Idade

18a34	35%
35a44	21%
45a54	17%
55+	28%



Classe Social

A	15%
B	30%
C	55%



Sexo

Masculino	48%
Feminino	52%

Investimento (a partir de)
R\$ 35.000,00

+

Para mais informações:



Helio Gastaldi

Head, Public Affairs e
Corporate Reputation

helio.gastaldi@ipsos.com

+55 11 99289-0111



Priscilla Branco

Sr. Manager, Public Affairs

priscilla.branco@ipsos.com

+55 11 97606-3263



Rafael Pisetta

Manager, Public Affairs

rafael.pisetta@ipsos.com

+55 11 98493-5985

Cenários

Opção Entrega 1

- ✓ 400 entrevistas
- ✓ Questionário 12'
- ✓ Apresentação em PPT

Entrega em: **3 dias úteis**

a partir do início do campo

Investimento

R\$ 35.000,00

Opção Entrega 2

- ✓ 1100 entrevistas
- ✓ Questionário 12'
- ✓ Apresentação em PPT

Entrega em: **7 dias úteis**

a partir do início do campo

Investimento

R\$ 66.000,00

Public Affairs & Reputação Corporativa



Obrigado!