Репутации бизнеса

Центр социального проектирования «Платформа» при участии и поддержке Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО), предоставляет публикацию первого выпуска «Рейтинга динамики корпоративных брендов».

Лидерами репутационного роста по итогам мая стали РЖД, «Домодедово», «Соллерс» и «Сбербанк». Наибольшее снижение индекса репутации – у ЛУКОЙЛа, «Вконтакте» и «Полюс золото».

Обновление рейтинга будет происходить ежемесячно. В первый выпуск вошли компании, ставшие заметными ньюсмейкерами в течение мая.

В дальнейшем список компаний будет пополняться за счет добавления новых участников, активно присутствующих в информационном поле.

Интегральная оценка репутации каждого бренда складывается из трех составляющих.

Бизнес-репутация – отражение совокупности качеств, позволяющих успешно вести бизнес и оказывать влияние на других игроков. Политическая репутация – отражение способности оказывать влияние на принятие государственных решений и использовать возможности государства на благо своему бизнесу, а также способности эффективного взаимодействия со СМИ по формированию общественного мнения на пользу компании. Социальная репутация – отражение компетенций бизнеса в области социальной ответственности.

При составлении рейтинга учитывалось мнение около 100 экспертов, работающих в различных областях бизнеса, а также маркетинге, социологии и массовых коммуникаций.Финальные результаты прошли утверждение Экспертным советом рейтинга.

По словам руководителя ЦСП «Платформа» Алексея Фирсова, «рейтинг является началом системного отслеживания российской корпоративной истории – в ее объемной картине, на пересечении бизнеса, социума и политического импульса».

«Рейтинг показывает, как бизнес функционирует внутри

комплексной социальной среды. Финансовые индикаторы в этой картине являются важным, но не единственным фактором. Репутация это не вопрос масштабов и ресурсов, а точности и эффективности управленческих решений, умения встраиваться в политический контекст и чувствительности во взаимодействии с обществом», — отметил А. Фирсов.

Рейтинг динамики корпоративных брендов_май 2016