




Türkiye’de Şirketlerin İtibar Yönetimi Performansı ve İşveren Markası İlişkisi

Nuran Aksu
ZENNA Kurumsal Marka Araştırmaları ve Danışmanlığı
RepMan Forum 2018

 www.zennadanismanlik.com

 ZENNA_TR

 Zenna Danışmanlık

 Zenna Danışmanlık

RepMan Türkiye İtibar Yönetimi Performans Araştırması



9.649 kişi

18 yaş ve üstü Türkiye dijital halk geneli



2017 senesi Türkiye
Sektörler ve Şirketler İtibar
Yönetimi Performans Analizi
12 sektör – 112 şirket



Ocak 2017 – Ocak 2018
– CAWI (online)
yöntemiyle



RESPECT İş Dünyası İtibar Eğilimleri Araştırması

615 İş dünyası temsilcisi (yönetici pozisyonunda)

2018 senesi itibar eğilimleri
30'un üzerinde sektör temsilcisi

2017 Sonbahar (Eylül-Ekim)– CAWI
(online) yöntemiyle

RESPECT Halk Geneli İşveren Markası Performansı Araştırması

1.200 kişi

18 yaş ve üstü Türkiye dijital halk geneli

2018 senesi İşveren
Markası Öncelikleri ve
Performans Analizi

Mart 2018 – CAWI
(online) yöntemiyle

Genel Bilgiler

Halk Genelinde İtibarlı Şirketler ve Çalışanı Olma İsteği



4 kişiden üçü şirket **çalışanlarının işini severek yapmasının o şirkete bakışı olumlu etkilediğini** belirtiyor



2 kişiden biri **maaşı aynı olsa dahi daha itibarlı bir şirkette çalışmak için mevcut işinden ayrılabilceğini** belirtiyor



10 kişiden dördü **işsiz olsa da itibarı düşük bir şirkette çalışmayı düşünmeyeceğini** belirtiyor

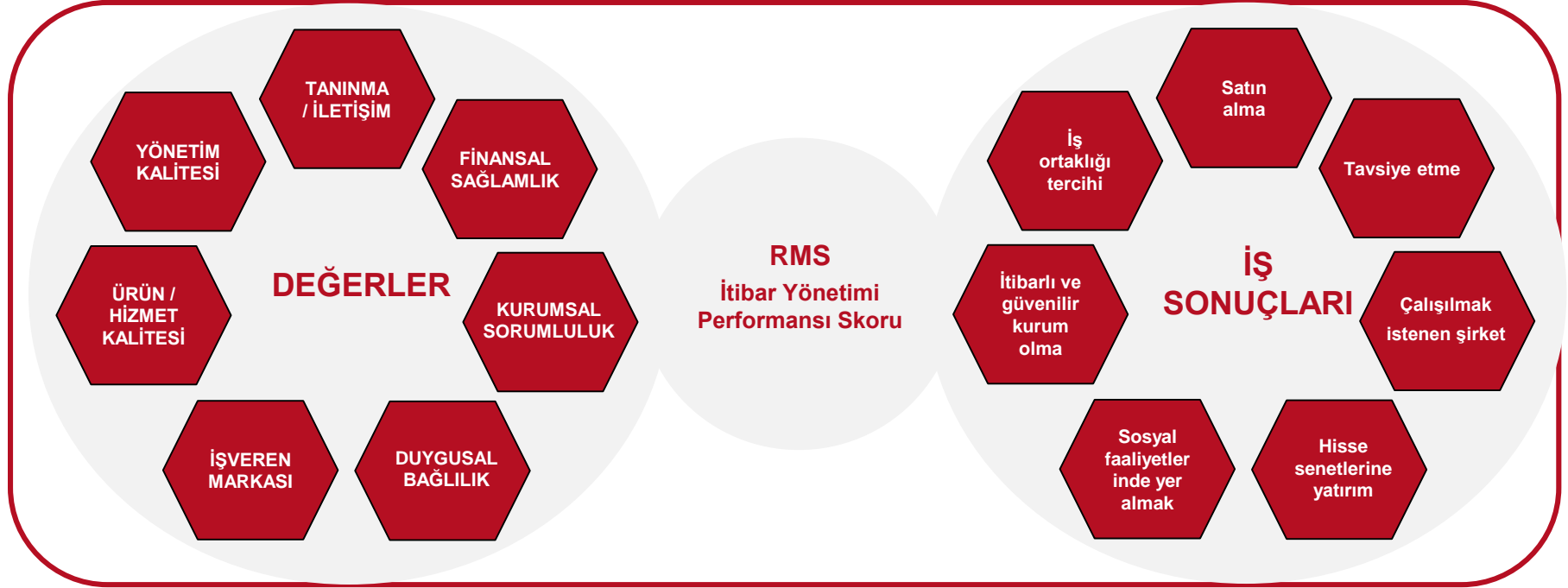


10 kişiden üçü **itibarı yüksek bir şirkette çalışmayı maaşı daha düşük olmasına rağmen tercih edebileceğini** belirtiyor

Türkiye'deki Şirketlerin İtibar Yönetimi Performansı

Bu çalışma kapsamında CAWI metodolojisi kullanılarak Ocak 2017- Ocak 2018 tarihleri arasında 18 yaş ve üstü Türkiye dijital halk geneli 9.649 kişi ve 12 sektörden 112 şirket ile görüşülmüştür.

RepMan Türkiye İtibar Yönetimi Performans Araştırması Neleri İnceledi?

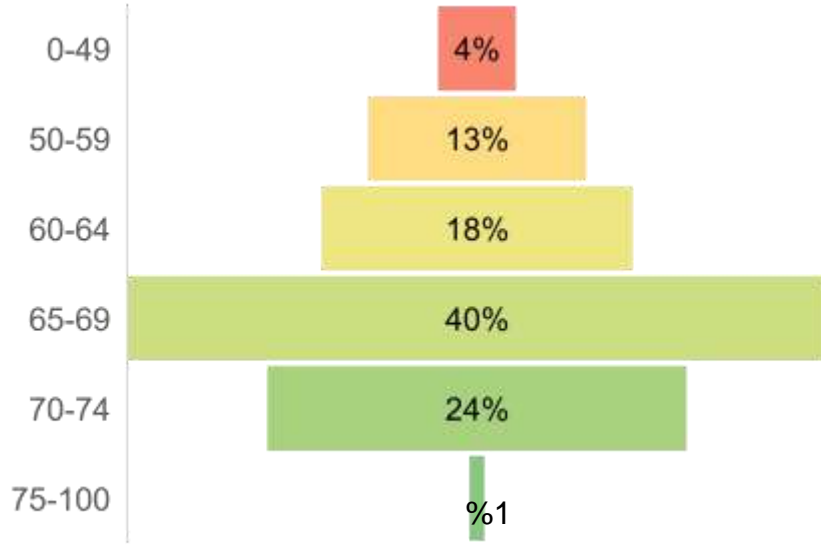


İtibar yönetimini performansı 7 boyut üzerinden ölçümlenmektedir.

Elde edilen itibar yönetimi performansı ise iş sonuçlarını hareket ettirmektedir.

Türkiye’de Şirketlerin RMS – İtibar Yönetimi Performansı

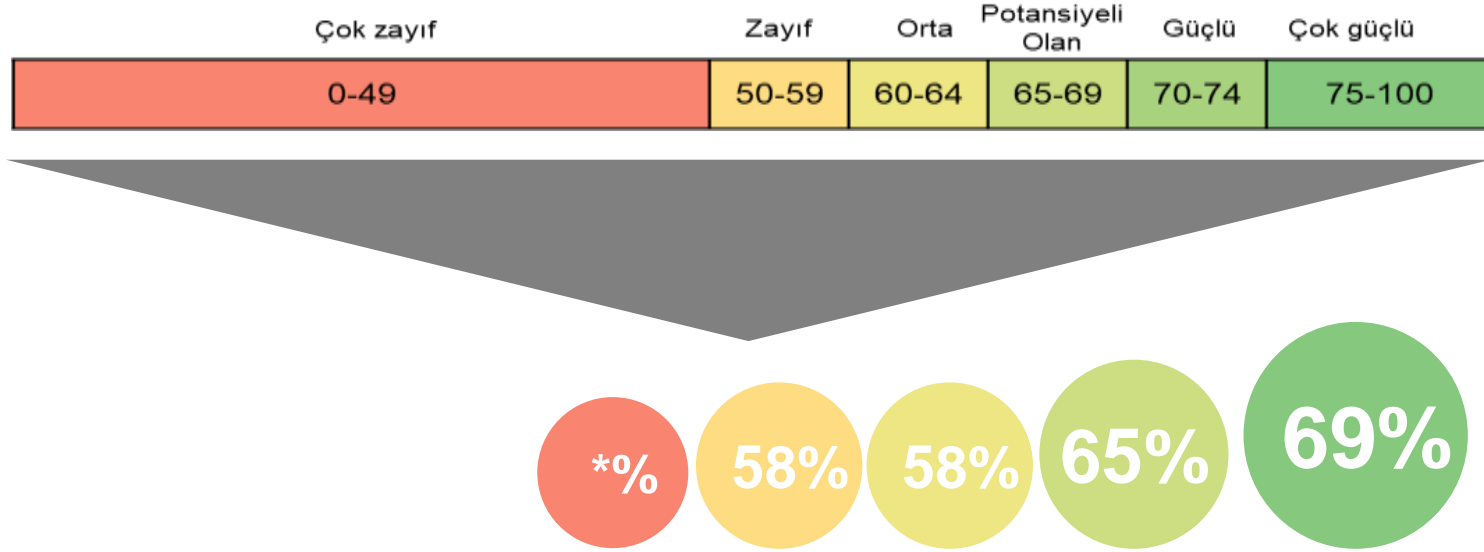
Çok zayıf	Zayıf	Orta	Potansiyeli Olan	Güçlü	Çok güçlü
0-49	50-59	60-64	65-69	70-74	75-100



Baz: 112 Şirket

65,6 (RMS)
Türkiye’deki Şirketlerin İtibar
Yönetimi Performans Ortalaması

RMS – İtibar Yönetimi Performansı – Çalışılmak İstenen Şirket Olma İlişkisi



**Yetersiz baz sebebiyle paylaşılmamıştır.*

İlgili şirketlerin çalışılmak istenen şirket olarak tanımlayacağını belirtilen kişilerin yüzdesini temsil eder

İř Dünyasını Yönetenler için 2018’de “İşveren Markası” Alanındaki Öncelikler

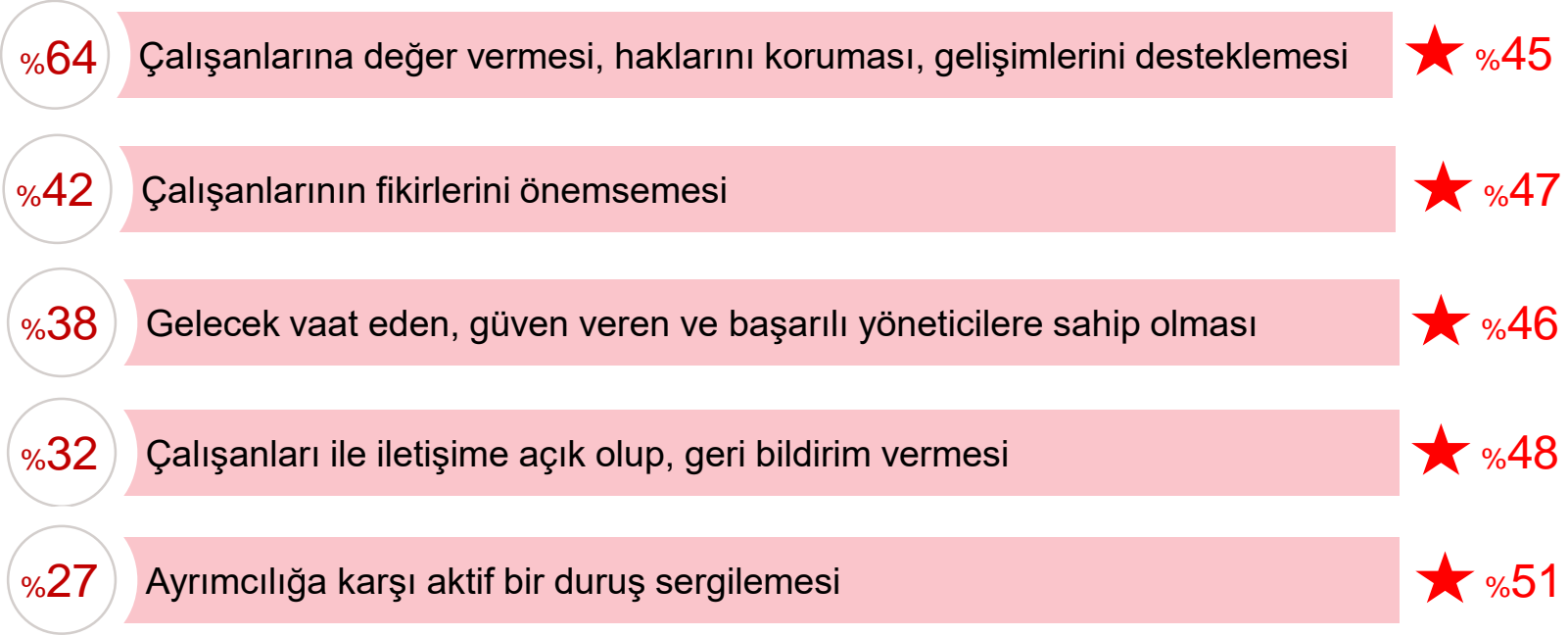
Bu çalışma kapsamında CAWI metodolojisi kullanılarak 2017 Sonbahar (Eylül-Ekim) döneminde, 615 İř dünyası temsilcisi (yönetici pozisyonunda) ile görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

«İşveren Markası» alanında yönetilmesi gereken öncelikli alanlar ve başarı performansı



Türkiye'deki şirketlerin bu alanda başarılı olmadığını düşününler (%16)

Çalışanlar nezdinde «İşveren Markası» alanında yönetilmesi gereken öncelikli alanlar ve başarı performansı



Baz: 1.200 (Tüm görüşülenler)

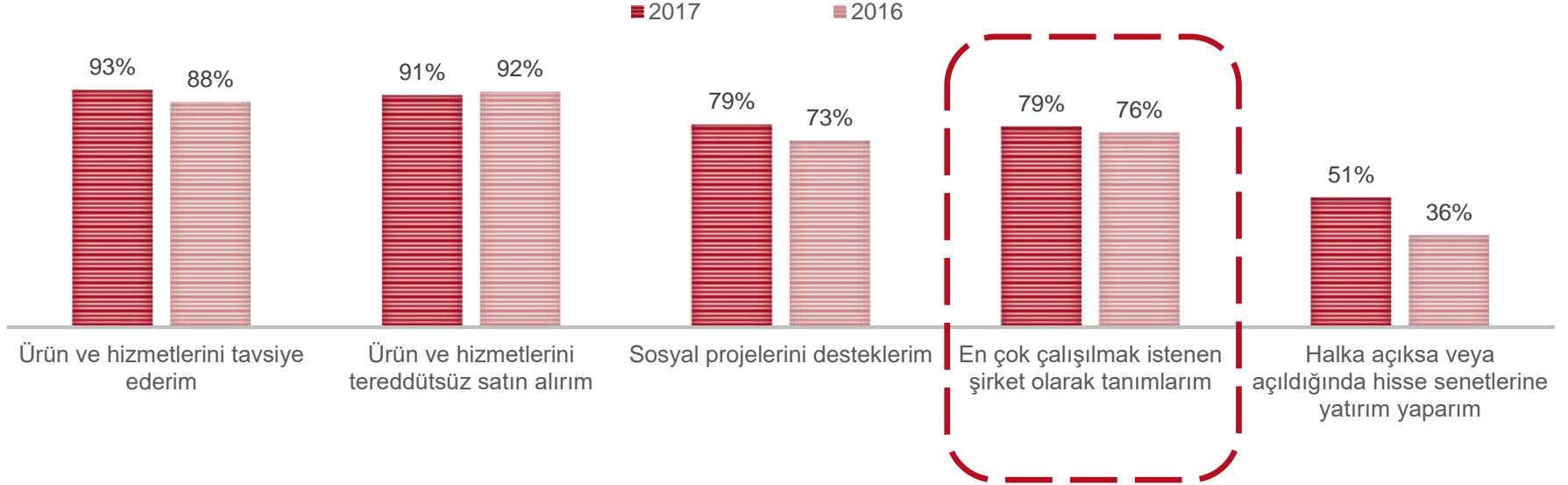
★ Çalışanlar nezdinde başarılı bulma puanını gösterir.

Çalışma, 18 yaş ve üstü Türkiye dijital halk geneli* nezdinde 19-22 Mart 2018 tarihleri arasında CAWI yöntemi ile 1.200 kişiyle görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

İtibar ve İş Sonuçları İlişkisi

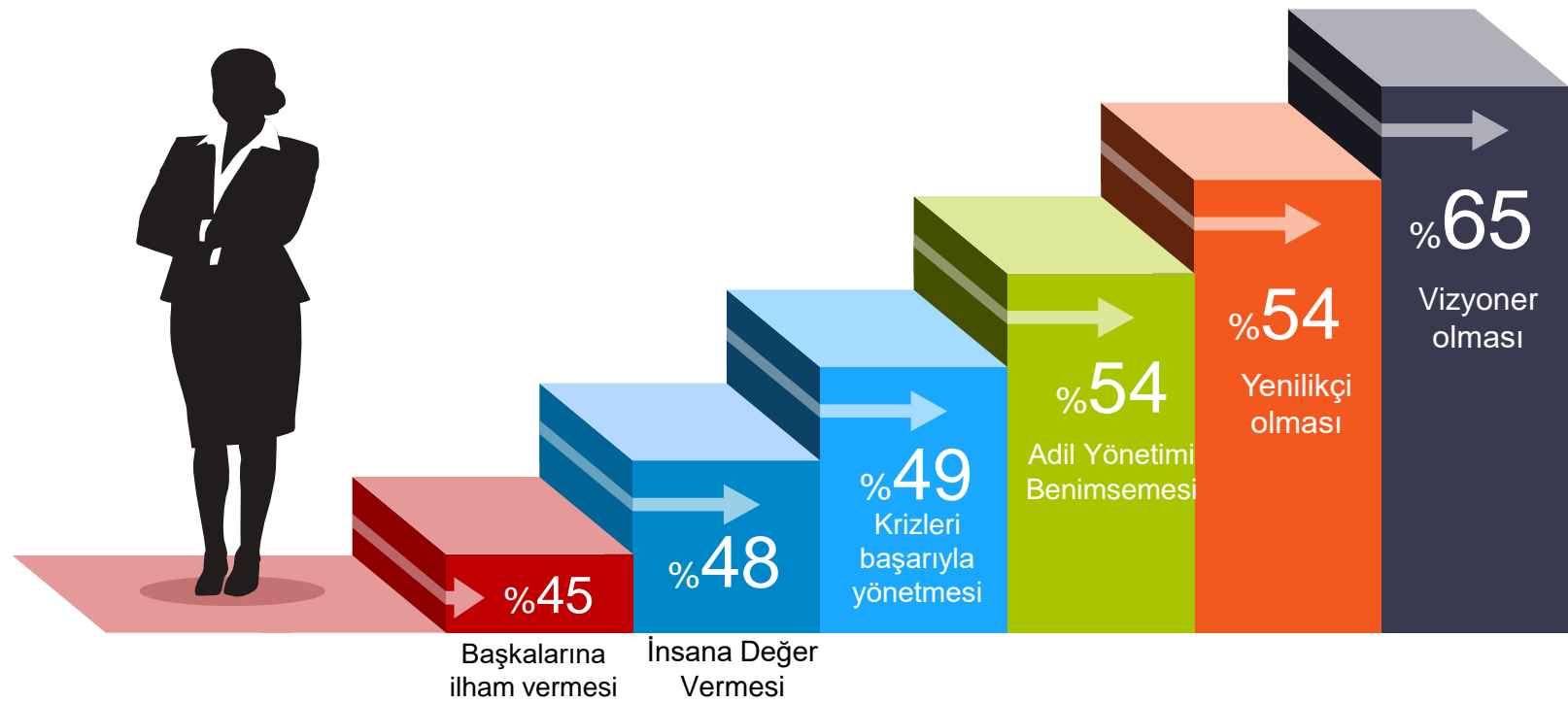
2016 Yılı Karşılaştırmalı Sonuçlar

İtibarlı olduğunu düşündüğüm bir şirketin...



İşveren Markasında CEO'nun Rolü

CEO'yu İtibarlı Yapan Özellikler





Teşekkürler

ZENNA Kurumsal Marka Yönetim
Araştırmaları ve Danışmanlığı

www.zennadanismanlik.com