



İTİBAR ARAŞTIRMALARINDAN BEKLENTİLER “BEYİN FIRTINASI” TOPLANTISI

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center

Gündem

2

- AÇILIŞ
- TANIŞMA
- ARA
- KURUMSAL İTİBAR ARAŞTIRMALARI
- ÖĞLE YEMEĞİ
- SOSYAL PAYDAŞLAR
- KRİTİK BAŞARI FAKTÖRLERİ
- ARA
- İTİBAR ARAŞTIRMA RAPORLARI
- İTİBAR ZİRVESİ
- KAPANIŞ

Açılış

3

Vizyon:

Dünyada yapılmakta olan tüm itibar araştırmalarını merkezde toplamak, bunlarla ilgili **tartışma ortamları yaratmak** ve konuyla ilgili çevrelere bu kapsamda referans olabilecek bilimsel tabanlı çalışmalar **üretmek ve paylaşmak.**

Açılış

4

Misyon:

İtibar araştırmaları Türkiye'de **RepMan** modeli ile başladı. Son on yıldır bu model ile sektörünün lideri olan şirketler paydaş entegrasyonu stratejileri ürettiler. **Kurumsal iletişim stratejilerini** bu modelin verilerine dayanarak uyguladılar. Bu model Türkiye'de ve dünyada iř dünyasının ve akademik çevrelerin kıyaslama için tercih ettikleri altyapıyı oluşturdu. **şimdi bu merkez bu birikimini herkesin yararlanabileceği bir platforma taşıyor.**

Kimler var?



Salim
Kadıbeşegil



Haluk
Gürgen



Nuran
Aksu



Jouni
Heinonen



John
Sanders



Jean-Pierre
Beaudoin



Ole Christian
Apeland



Jonathon
Low



Peter
Hehir



Marcus
Renner



Toby
Webb



Pekka
Aula

Tanışma

6

Adnan avuş

Ali Ay

Ali Rıza Ersoy

Arzum Őatır

Aykut Bora

Berivan Mine Uçar

Haluk Grgen

Meltem Kazaz

Özlen Yalçınkaya

Semra Baysan

Serdar Dinler

Suat Özyaprak

Tayfun Zaman

Tolga Yavuz

Tülin Steinhauser

Yasemin Başcavuşoğlu

Yılmaz Öztürk



Birinci Oturum

7

1

Kurumsal İtibar Araştırmalarına
NEDEN
ihtiyacımız var?

2

Kurumsal İtibar Araştırmalarından
NE
Bekliyoruz?

İkinci Oturum

8

1

Kurumsal İtibar Araştırmaları
HANGİ
paydaşlar nezdinde yapılmalı ?
NEDEN?

2

APG(KPI)'ler Söz Konusu Olduğunda
Kurumsal İtibar Araştırmalarında
HANGİ
Paydaşlar Baz Alınmalı ?

Üçüncü Oturum

1

Kurumsal İtibar Araştırmalarının
Kalitesini Etkileyen Unsurlar

2

Kurumsal İtibar Araştırmalarında
NELER
Sorgulanmalı ?