

ŞİRKETLERİN İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSI 2013

TÜRKİYE ANALİZİ

TÜRKİYE'DEKİ ŞİRKETLERİN %86'SININ İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSI (RMS)

70 PUANIN ALTINDA

“2013 senesi boyunca itibar yönetimi performansı ölçümlenen 14 değişik sektörden 161 şirketin %14’ü, 70 puanın üzerinde RMS puanını elde edebildi. %86’sı ise 70 RMS’in altında puan aldı”

RepMan Türkiye Halk Geneli İtibar Yönetimi Performans Değerlendirme Araştırması 2011 senesinden beri düzenli olarak gerçekleştirilmekte ve her ay bir sektörün itibar yönetimi performansını ölçümlenmektedir.

2013 senesinde değerlendirilmeye 14 sektör alınmıştır. Her sektör için pazarının en az %70’ini oluşturan şirketlerin itibarları ölçümlenerek, sektörün itibar yönetimi performansı hesaplanmıştır. 2013 senesinde toplam 161 şirket değerlendirmeye alınmıştır.

Türkiye kent halk geneli nezdinde	2011	2012	2013
Görüşülen kişi sayısı	13.247	16.243	12.299
Sorgulanan sektör sayısı	12	15	14
Sorgulanan şirket sayısı	110	155	161

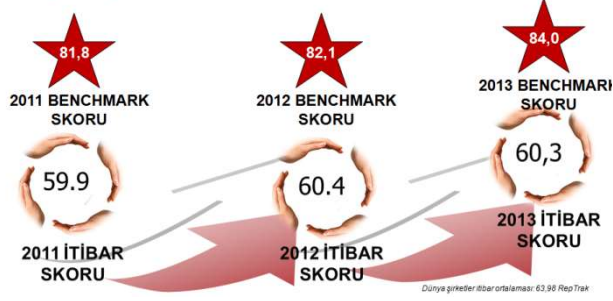
Sorgulanan Sektörler

- ✓ Akaryakıt
- ✓ Bankacılık
- ✓ Bilişim
- ✓ Dayanıklı Tüketim
- ✓ Hızlı Tüketim
- ✓ İlaç
- ✓ Holdingler
- ✓ İnşaat
- ✓ Otomotiv
- ✓ Perakende
- ✓ Teknoloji Perakende
- ✓ Telekomünikasyon
- ✓ Ulaşım - Hava
- ✓ Ulaşım – Kara

“İTİBAR SÖZÜNÜN ARKASINDA DURMAKTIR..”

Türkiye halk geneli nezdinde 2013 senesinde şirketlerin elde ettiği itibar yönetimi performans skoru (RMS) ortalaması 2012 senesiyle hemen hemen aynı skoru alarak 60,3 ile “orta” diye adlandırılan 60-70 RMS puan aralığının başında konumlanmıştır.

Türkiye Tüm Şirketler İtibar Yönetimi Performans Ortalaması



İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibar...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

- 65-70 arasında alınan itibar skoru “Kurum İtibar Yönetimi” için başlangıç noktası kabul edilebilir
- **Güçlü bir kurum itibar algısı** için itibar skorunuzun en az 70 olması gerekmektedir

Sorgulanan 161 şirketin elde ettiği RMS daha detaylı değerlendirildiğinde şirketlerin %14'ünün (22 şirket) 70 RMS puanını geçtiği görülmüştür. Orta diye ifade edilen 60-70 RMS puan aralığındaki şirket oranı %40 şeklindedir. Elde edilen skorlar göstermektedir ki, Türkiye'de her 2 şirketten birinin itibar yönetimi performansı halk nezdinde zayıf algılanmaktadır.

Türkiye'de 2 şirketten 1'inin itibar yönetimi performansı zayıf...

Şirketlerin RMS ölçeğindeki dağılımı

İtibar yönetimi performans değerlendirilmesi	2011 (n=110)	2012 (n=155)	2013 (n=161)
0-49 / Çok zayıf	8%	3%	12%
50-59 / Zayıf	44%	45%	34%
60-69 / Orta	31%	44%	40%
70-79 / Güçlü	15%	8%	13%
80-89 / Çok güçlü	2%	1%	1%

n: Şirket sayısı

2013 senesi İtibar Yönetimi Skoru en yüksek şirketler

#	2013
1	Ülker 82,6
2	Eti 79,0
3	THY 77,3
4	BMW 77,2
5	Coca-Cola 77,2
6	Arçelik 75,7
7	Mercedes-Benz Türk 75,5
8	Pınar 74,8
9	Casper 74,7
10	Turkcell 74,5
11	BİM 74,5
12	Opet 73,6
13	Teknosa 73,4
14	Nestle 72,6
15	Sütas 72,3
16	Dimes 72,0
17	Toshiba 71,9
18	Audi 71,9
19	Volkswagen 70,8
20	Shell 70,5
21	Migros 70,4
22	Beko 70,1

*İlgili şirketler, belirtilen senelerde sorgulanmamıştır.

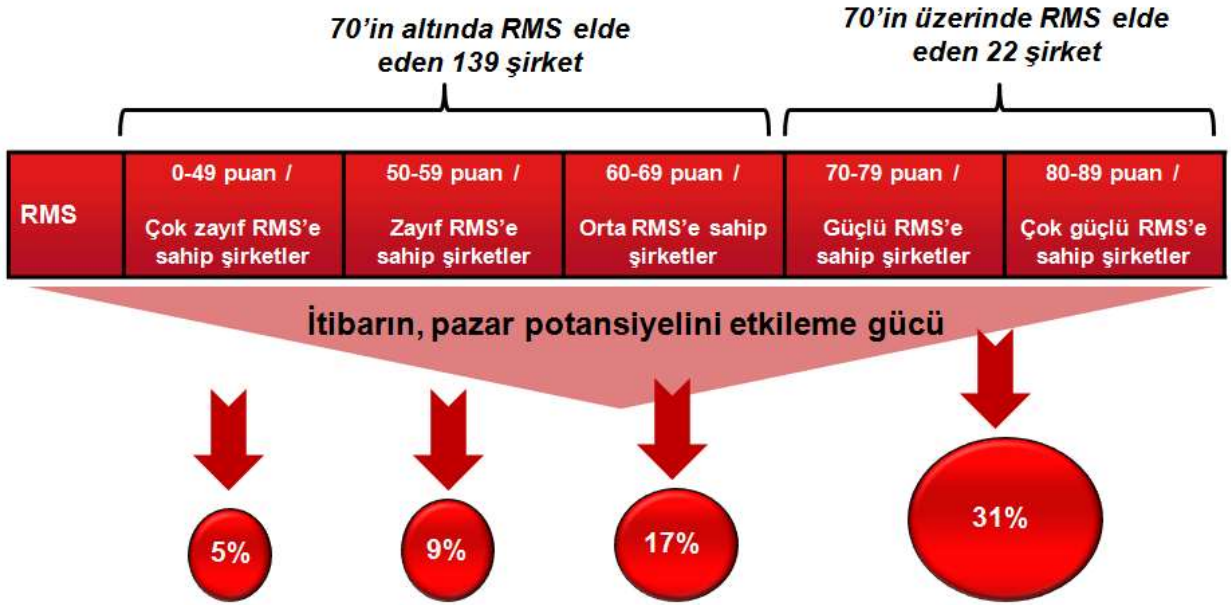
“Yönetilmeyen itibarı rakipler yönetir.”

Türkiye Halk Geneli nezdinde 12.299 kişi ile görüşülerek elde edilen sonuçlar, İtibar yönetimi performansındaki başarının (70 ve üzeri RMS puanına sahip olmak), şirketlerin iş sonuçlarına doğrudan yansıdığını göstermektedir.

Görüşülen kişilerin %31’i 70 ve üzeri RMS elde eden şirketlere “bağlı” olduklarını ifade ederken, “ürünlerini almaya” kesinlikle devam edeceklerini belirtmektedirler. Bu oran 70 puanın altında RMS elde eden şirketler için ciddi oranda düşerek itibar yönetiminde elde edilen performansın pazara nasıl yansıdığını açık bir şekilde göstermektedir.

İtibar yönetimi performans skoru 70’in üzerinde olan 22 şirket halk genelinin

İtibar ve İş Sonuçları Arasındaki Güçlü İlişki



İlgili şirketlerin ürün ve hizmetlerini "kesinlikle" kullanmaya devam edeceğini belirtilen kişilerin yüzdesini ifade etmektedir.

“İtibarımızı yönetmekten daha önemli bir işimiz var mı?”

2013 senesinde, Türkiye halk geneli nezdinde 70 RMS puanını geçerek başarılı bir itibar yönetimi performansı gösteren şirketlerle, en düşük RMS skorunu elde eden şirketler arasında özellikle

- ✓ “Tanınma”,
- ✓ “Çalışan Kalitesi”
- ✓ “Finansal Sağlamlık”

alanları arasında gösterilen performans farkının daha da açıldığı görülmektedir.

Türkiye’de şirketlerin itibar yönetimi performansı
detay değerlendirme



RMS 76,8 ← -33,6 → RMS 43,3

İtibar alanları	İlk 10 şirket skoru	Son 10 şirket skoru
Yönetim Kalitesi	78,7	46,6
Ürün / Hizmet Kalitesi	78,0	44,4
Çalışan Markası	77,6	42,9
Finansal Sağlamlık	77,2	43,1
Kurumsal Sorumluluk	74,6	43,7
Duygusal Bağlılık	74,2	41,9
Tanınma	79,7	23,2

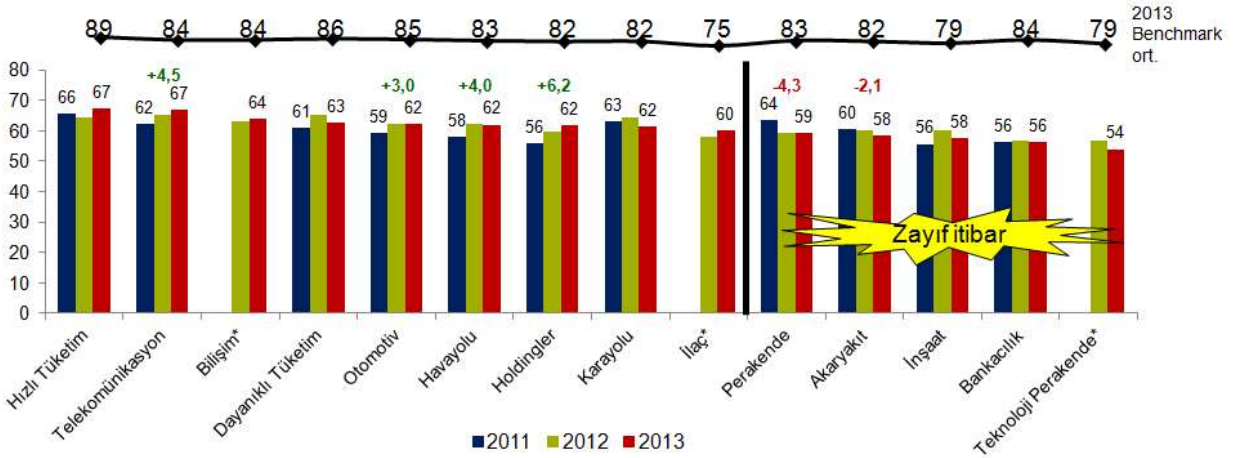
“İtibar riskleri sever, riskler itibarla yönetilir....”

Araştırma kapsamında yer alan 14 sektörün elde ettiği RMS puanları incelendiğinde özellikle “Hızlı Tüketim” ve “Telekomünikasyon” sektörlerinin itibar yönetimi performanslarıyla farklılaşma yolunda oldukları görülmekte.

60 RMS puanının altında RMS puanı alan, Teknoloji Perakende, Bankacılık, İnşaat, Akaryakıt, Perakende sektörleri ise itibar yönetimi açısından “zayıf” diye ifade edilen puan aralığında kalarak sektör itibarı açısından riskli grupta yer aldıklarını göstermektedirler.

“Hızlı Tüketim ve Telekomünikasyon farklılaşma yolunda..”

Sektörler itibar yönetimi performans değerlendirilmesi



*İlgili sektörler, 2011 senesinde sorgulanmamıştır.

Bu sektörlerin itibar yönetimi performanslarının “zayıf” olmasında en önemli neden, sektör içerisinde yer alan şirketlerin çoğunun zayıf itibara sahip olmasıdır. Örneğin inşaat sektöründe sorgulanan 12 şirketin %92’si 60 RMS puanının altında skor elde etmiş ve bu durum tüm sektörün zayıf itibar algısına neden olmuştur.

RMS’i düşük sektörlerin en önemli sorunu ne?

	Sektör içerisinde zayıf RMS’e (60 skor altı) sahip şirket oranı	Sorgulanan şirket sayısı
İnşaat	92%	12
Bankacılık	75%	20
Teknoloji Perakende	75%	8
Akaryakıt	64%	11
Perakende	60%	10
Otomotiv	50%	20
Ulaşım	45%	11
Dayanıklı Tüketim	42%	12
İlaç	33%	12
Holdings	25%	12
Bilişim	20%	10
Hızlı Tüketim	17%	18



“İtibar yönetimi, şirket içinde başlar.. “

2013 senesinde Türkiye halk geneli nezdinde sektörler ve şirketlerinin elde ettiği itibar yönetimi performansları (RMS) göstermektedir ki itibar yönetimi alanında Türkiye’de çok başarılı şirketler olsa da, genel olarak şirketlerin önünde uzun bir yol bulunmaktadır. İtibar yönetimi konusunda yolun başında olunan yapılarda ilk adım “İÇ ALGININ” kontrol edilmesi, Kültür ve değerlerin gözden geçirilmesi, Risklerin belirlenmesidir.

Tüm bunlara dayanarak 2013 senesi sonuçları, 2014 senesi için; **İtibar yönetimi, şirket içinde başlar.. “** mesajını vermektedir.

ARAŞTIRMAYA DAİR GENEL BİLGİLER;

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi (www.repman.com.tr) tarafından GfK Araştırma Şirketi'nin (www.gfk.com) ana sponsorluğunda 2011 senesinden beri her sene sektörler itibar yönetimi performans değerlendirilmesi gerçekleştirilmekte ve kamuoyu ile sonuçları paylaşılmaktadır.

2013 senesi RepMan araştırması;

- Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesini temsilen 15 ilde Türkiye kent halk geneli nezdinde serbest saha **yüz yüze görüşme yöntemi** uygulanarak,
- Ocak 2013 – Ocak 2014 döneminde her ay farklı sektör sorgulanarak toplam 14 sektör, 161 şirket ve her sektörün benchmarklarının itibar yönetimi performansının ölçülmesiyle,
- Yıl boyunca GfK tarafından aylık gerçekleştirilen TR*BUS araştırması kapsamında sorgulanarak
- "RepMan Kurum İtibarı Yönetimi"** araştırma modeli kullanılarak hazırlanmıştır

Araştırma, her sektör için pazarının gücünü %70'den fazla oranda temsil edebilecek şirketleri inceleyerek gerçekleştirilmiştir. Bir sektörün itibarını, parçalarının yani o sektörü oluşturan şirketlerin algı ve itibarının oluşturduğu baz alınarak önce şirketlerin algısı ve itibarı bulunmuş, şirketlerin oluşturduğu algı ve itibar yönetimi performansı ortalaması ile sektör itibarları bulunmuştur. Ayrıca sektör içerisinde en beğenilen şirketler de sorgulanarak ideal şirketin itibar yönetimi performans (RMS) skoru bulunmaktadır. (Benchmark) Dolayısıyla benchmark skorunun elde edilmesiyle, sektörün elde edebileceği en yüksek RMS skoru da bulunmaktadır.

Benchmark Nedir?

Benchmark ütöpik bir şirkettir. Tek bir şirket değildir. Görüşülen her bireyin kendi algısında "en beğendiği" şirketi ifade eder. Her birey tarafından belirtilen şirket değerlendirmeye alınır ve benchmark skorları bu şirketlerin ortalamasıyla elde edilir. Örneğin, Dayanıklı Tüketim Ürünleri sektörü benchmarkını bulmak için soru aşağıdaki içerikte sorulmuştur.

"Lütfen Türkiye'de veya dünyada bildiğiniz tüm dayanıklı tüketim ürünleri sektöründeki (beyaz eşya, küçük ev aletleri vb ürünlerin yer aldığı) şirketleri düşününüz. En çok beğendiğiniz/ takdir ettiğiniz dayanıklı tüketim ürünleri sektörü şirketinin hangisi olduğunu lütfen söyleyebilir misiniz?"

RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS)

RepMan İtibar Yönetimi skoru (RMS), kurumların yedi ana alandaki performanslarının ölçülmesi ile hesaplanmaktadır.



Yukarıda kutuların içerisinde yer alan ana boyutlar olmak üzere 7 faktörde şirketlerin gösterdiği performansları ile hesaplanan bir takdir-güven göstergesidir. İtibar düzeyi, endeks puanı olarak hesaplanmakta olup 0 - 100 arasında ifade edilmektedir.

RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS) nasıl okunmalıdır?

İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibarı...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

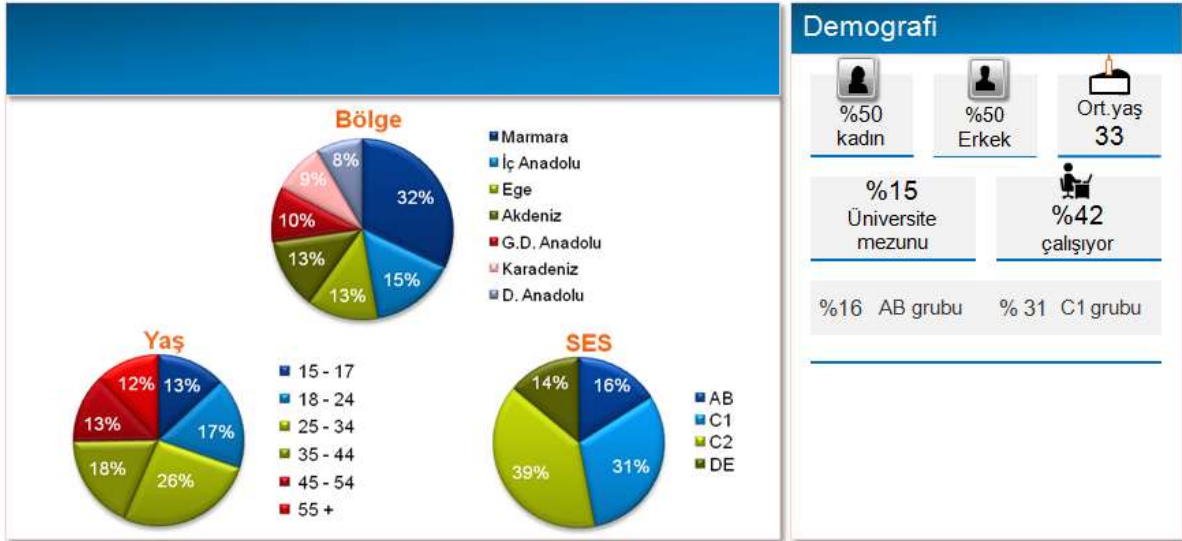
65-70 arasında alınan itibar skoru "Kurum İtibar Yönetimi" için başlangıç noktası kabul edilebilir

Güçlü bir kurum itibar algısı için itibar skorunuzun en az 70 olması gerekmektedir

Türkiye'de ve dünyada "Benchmark" şirketlerin aldığı en yüksek itibar skoru 82-88 aralığındadır

TÜRKİYE KENTSEL ALANDA YAŞAYAN HALK GENELİ DEMOGRAFİK VERİLER

Türkiye halk geneli kent profili



Detaylı bilgi almak istemeniz halinde araştırma ekibi olarak bizlerle her zaman iletişime geçebilirsiniz.

Kontaklar:

Nuran AKSU - Araştırma Danışmanı – RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi Danışma Kurulu Üyesi