

İTİBARIN SÜPER LİGİ!

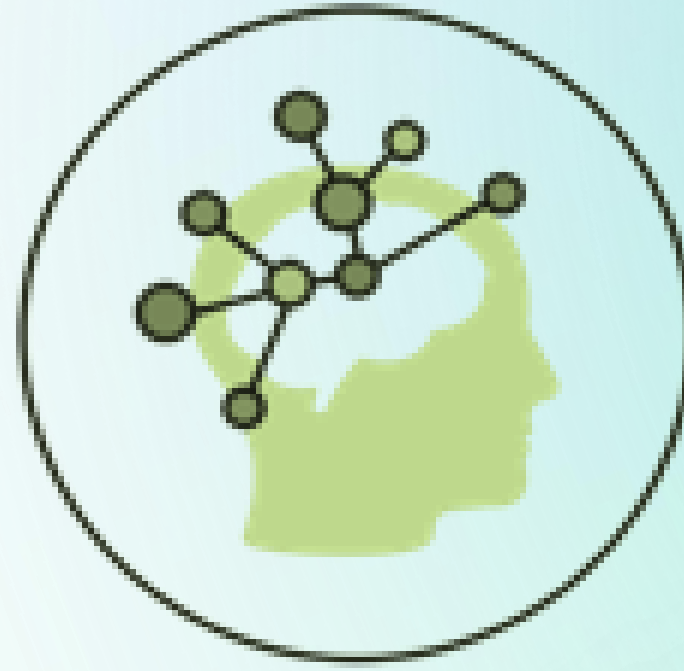
İtibar yönetimi
en kritik dönemine
girdi!

Belirsizlik Çağında En Değerli
Sermaye:
İtibar ve Güven

RepMan +  FUTURE
BRIGHT
GROUP = RepMan

ZMET®

ZALTMAN METAPHOR
ELICITATION TECHNIQUE



**“İtibarın anlamını tüketicinin
bilinç dışından deşifre etmek”**

Platon.Ai



“Yapay zeka ile itibar risk odaklarını çözümlemek ”

İtibarın Süper Ligi



**“Kamuoyu nezdinde şirketlerin
itibar karnesi”**

Bugünün kurum itibarını
anlamak için yola çıktık...

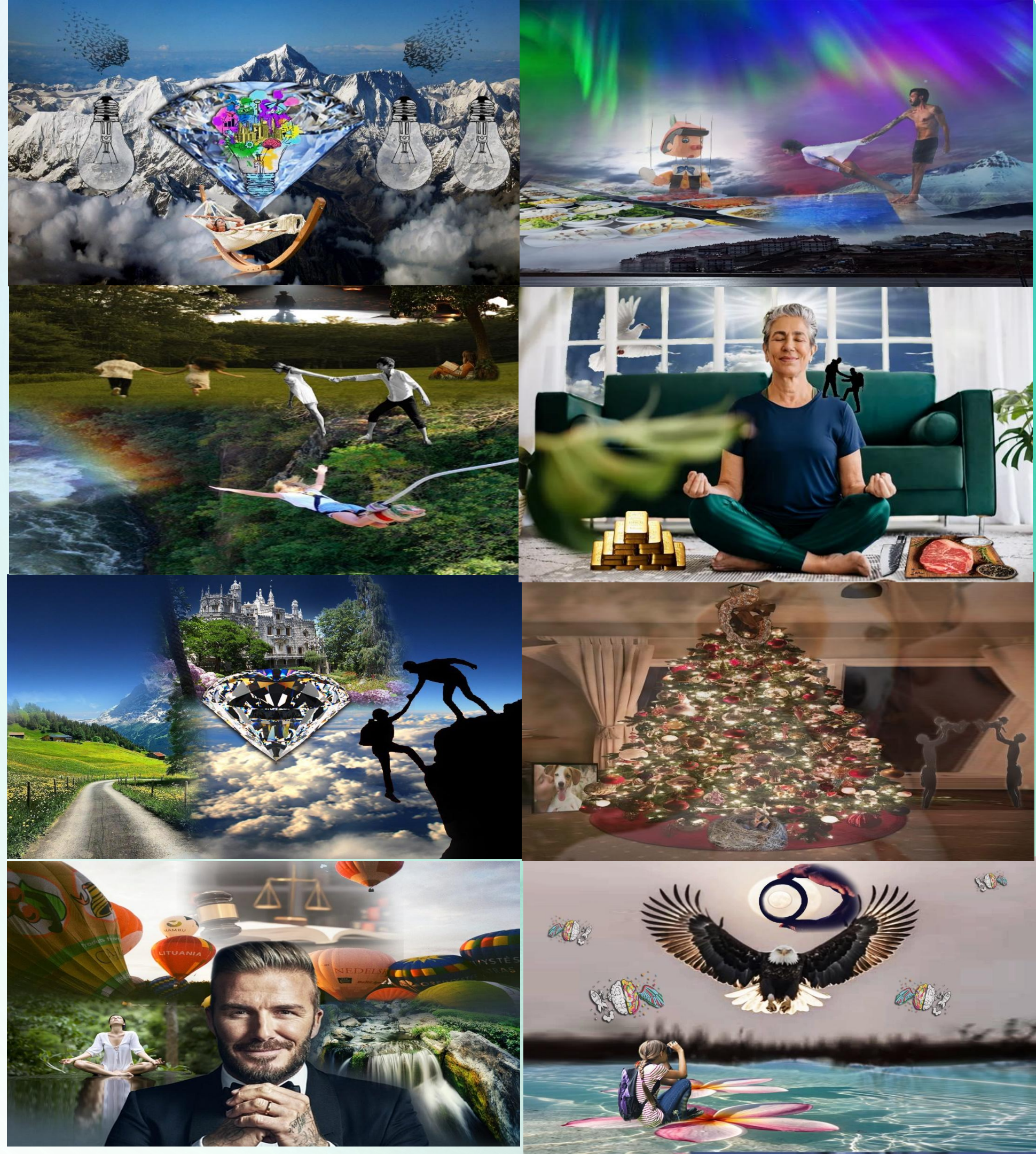
Yüksek itibara sahip bir şirketin müşterisi olmak...

İtibara karşı hırslı bir açlık hissediyoruz.

Toplumsal kompleksimiz,
bize en iyisini hakettiğimizi fısıldıyor.

ZMET®

ZALTMAN METAPHOR
ELICITATION TECHNIQUE



Yüksek itibara
sahip bir
şirketin müşterisi
olmanın
derin anlamı...



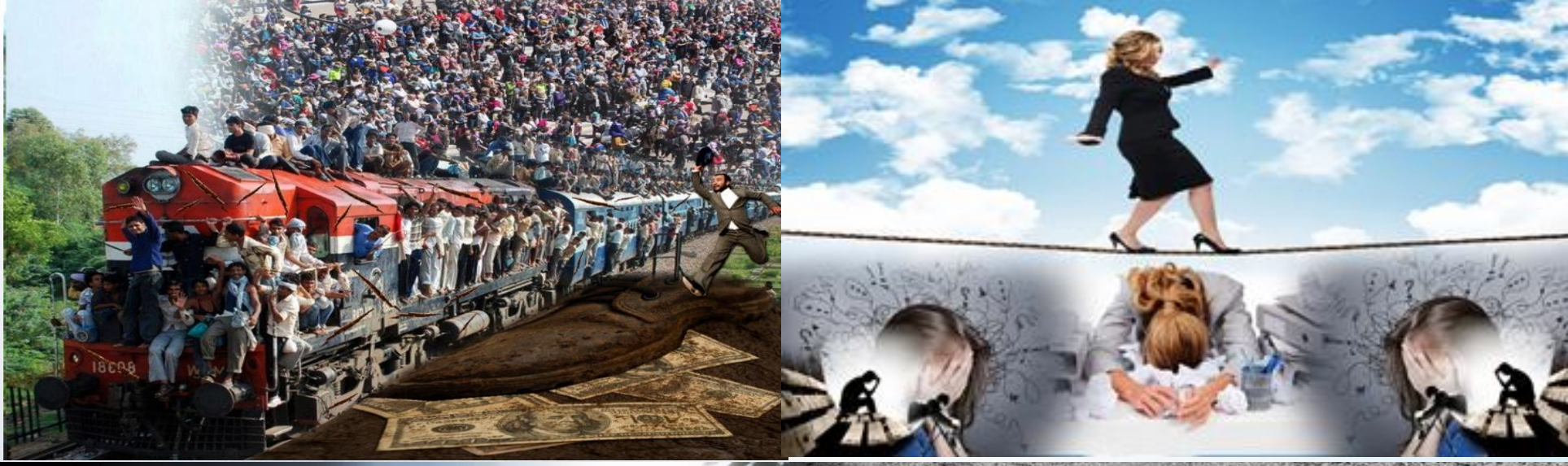
ÖZ
Bireye
İade-i İtibar



ZİRVE
Toplumsal Güce
Kaldıraç Etkisi, Statü

ZMET®

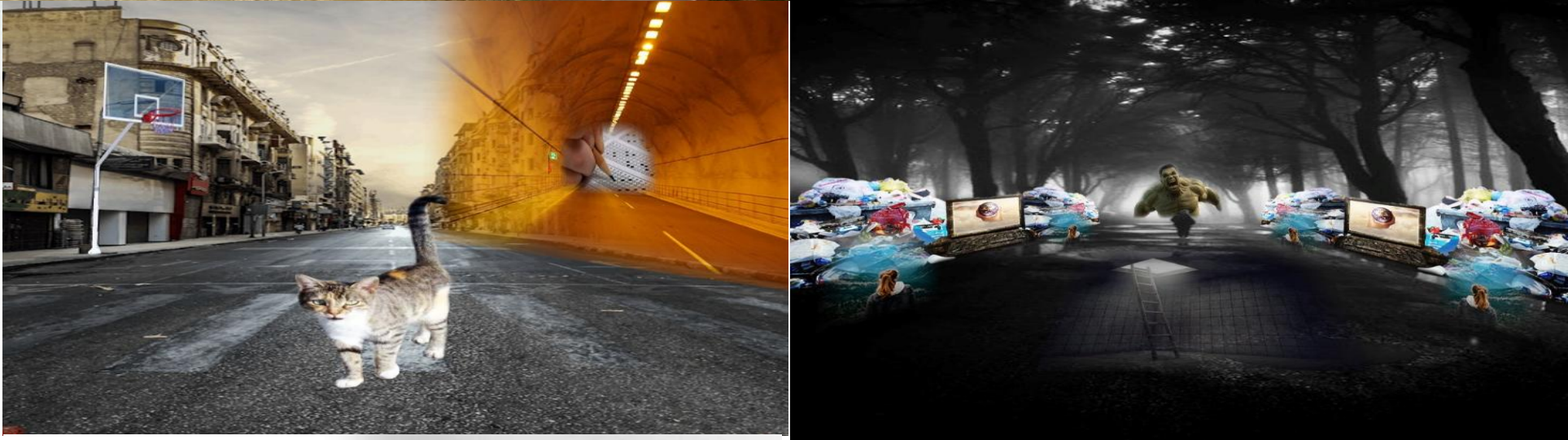
ZALTMAN METAPHOR
ELICITATION TECHNIQUE



Orta & düşük itibara sahip bir şirketin müşterisi olmak



Vasata razı olmak: Kafkaesk bir benlik
seyrelmesine razı olmak.



ZMET®

ZALTMAN METAPHOR
ELICITATION TECHNIQUE



Katılımcının seçtiği görsel

“

Bir sonraki adımı görmeden, bir sonraki adımda düşebileceğini tahmin ederek yürümek gibi bir şey. Güvenliğinin kaybolması; bu tarz köprüler çok sağlam olmayabiliyor. **Yürüyoruz, ama bir yandan da basamak kaybolabilir korkusu var.** Düşük ya da orta itibara sahip şirketlerde de aynı şey olabilir . Şu an buradayız ama başımıza ne geleceğini bilmiyor olabiliriz. Her an bir şey olabilir hissi kaygıyı doğurur. **Kaygı, anlık panik.** Sürekli kötü senaryolar bu sefer aklınızda döner. **Andan zevk alamazsın.** Ya da **odaklanacağın şeye odaklanamayabilirsin.**

”

40 Yaş, Kadın

Kurum itibarınnın yeni zeminini

Ürün ve hizmetlerin kalitesi

Adil, şeffaf, sorumlu, hesap verebilir olması;
liderlik gücüne sahip olması

Toplumu anlaması, topluma güven
vermesi ve toplumla bağ kurabilmesi

Sürdürülebilir bir dünya için çaba sarfetmesi,
önceliğinin toplum ve insan olması

Mali yapısının kuvvetli olması

Çalışan mutluluğuna
önem vermesi

İtibar yönetimi performans alanları



Türkiye İtibar Ligi 2025

16

Sektör

141

Marka

17.200

Görüşme

Çalışma her bir kategori demografik olarak Türkiye'yi temsil edecek şekilde hazırlanmıştır.
Saha çalışması 2025 yılı, Temmuz – Ağustos aylarında gerçekleştirilmiştir.

Sektörler | Alfabetik sıra ile

-  Akaryakıt
-  Bankacılık
-  Beyaz Eşya / KEA
-  Dijital Ödeme Yöntemleri
-  Elektrikli Şarj İstasyonları
-  E-Market
-  E-Ticaret
-  Ev Ürünleri ve Dekorasyon

-  Holding ve Grup Şirketler
-  İnternet Sağlayıcıları
-  Kişisel Bakım / Kozmetik
-  Seyahat & Turizm
-  Sigortacılık
-  Teknoloji Marketleri
-  Telekomünikasyon
-  Zincir Kahve Dükkanları

Genel
Benchmark
RMS

78,9

Türkiye Şirketler
Ortalaması
RMS

63,7

İtibarımızı
yönetiyor
muyuz?

70 ve ÜZERİ

%17

60-70 ARASI

%50,4

50-60 ARASI

%32,6

Lige giren
şirketlerin oranı

%17



RMS

72,1

Fark: 10,5



Lige giremeyen
şirketlerin oranı

%83



RMS

61,6

İtibarın
yeni
zemininde
güven
iki kat önemli!

Lige giren
%80

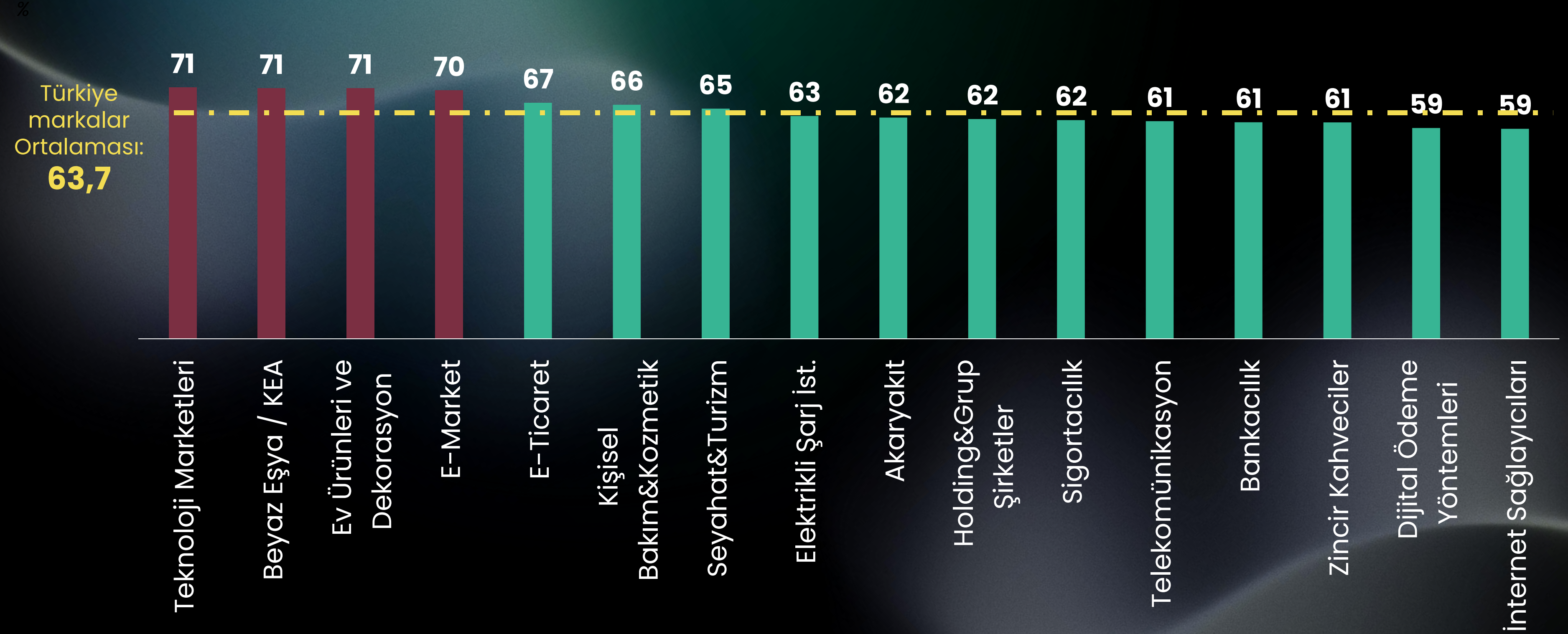


%22

Lige giremeyen
%58

Şimdi en itibarlı
sektörler...

Türkiye'nin en itibarlı sektörleri



İtibar
yönetiminde
yeni çarpan
etkisi
teknolojik
yatırım ve
inovasyon

4,3

Teknolojik yatırımlar

4,1

Yenilikçilik, yaratıcılık,
ilham vermek

İtibar kalkanı;

Söylemlere inanma, güvenmeyi

x4,8

KSS eforlarının takdirini

x4,2

Tavsiye gücünü

x4

SATIŞ gücünü

x3,5

İK potansiyelini

x3,3 kat artıyor

ve tebrikler!!!

İtibarın Süper Ligi 2025 | Alfabetik sıra ile |



Allianz 



dpet

amazon



 Paşabahçe

 arçelik

 karaca®

PHILIPS

trendyol^{.com}

beko

 Koç

SAMSUNG

trendyol go

 BOSCH

 koçtaş

 Shell

TURKISH
AIRLINES 

dyson

Media Markt

SIEMENS

hepsiburada

MİGROS
Hemen
MİGROS
sanalmarket

TEKNO SA

RepMan



RepMan
TÜRKİYE
İTİBAR LİGİ

RepMan
VISION

RepMan
STAKEHOLDER
RESEARCH

RepMan
ENGAGE

RepMan
RISKMAP

RepMan
RESPECT