

agi

agenzia italia

La reputazione, come costruirla e come difenderla

Gianni Di Giovanni, Amministratore Delegato Agi

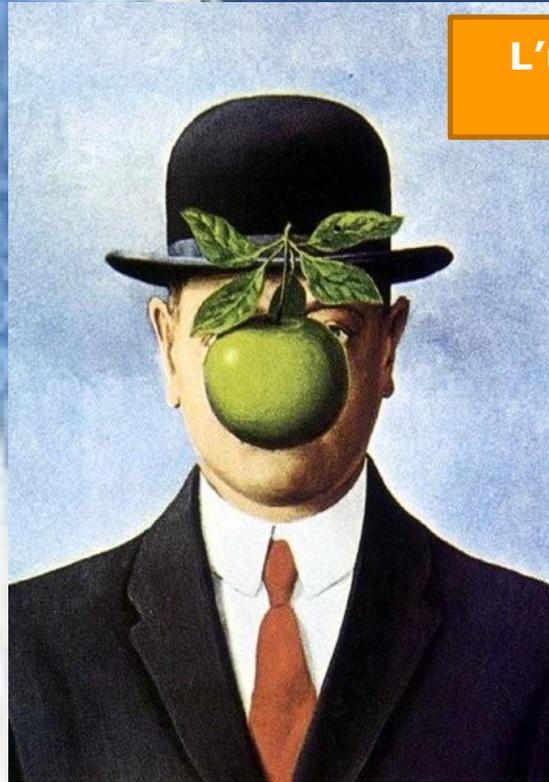
www.agi.it





LA
REPUTAZIONE
BENE
SUPREMO

L'uomo con la bombetta,
Renè Magritte



IL RICONOSCIMENTO SOCIALE HA SEMPRE AVUTO
LA SUA IMPORTANZA: cosa c'è di nuovo nell'era de
digitale?

E le
aziende?



Assemblea Ordinaria degli Azionisti
10 maggio 2013
unica convocazione

Ordinary Shareholders' Meeting
May 10, 2013
single call

Ancora di più: la reputazione

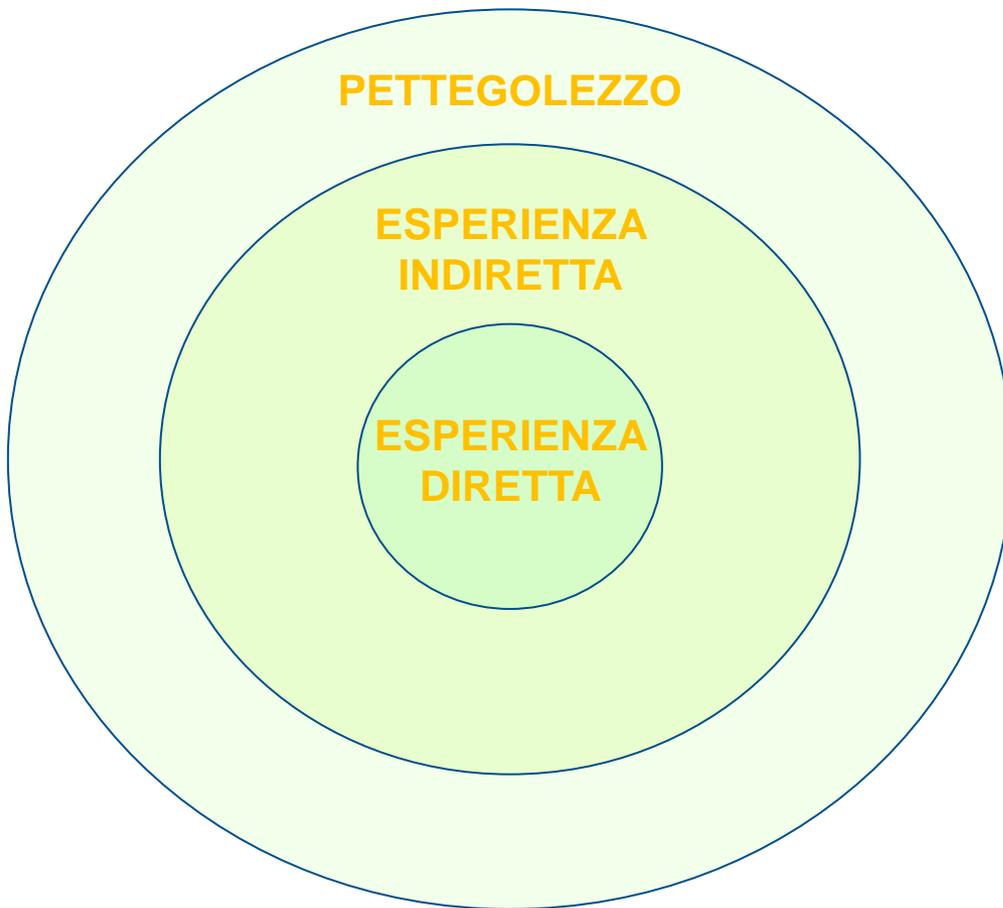


Donna allo Specchio - Tiziano

Reputation Management



Le 3 dimensioni comportamentali



○ CIÒ CHE SI FA È IMPORTANTE

- esperienza diretta (clienti, fornitori, enti regolatori, mediaecc.)
- esperienza indiretta tramite fonti fidate
- pettegolezzo

○ INDICAZIONI DI COSA ASPETTARSI IN FUTURO

○ EFFETTI NETWORK

- ciò che altri dicono di noi

Oxford Centre for Corporate
Reputation 2013

Le prospettive



L'industria della reputazione: gli stakeholders



Misurazioni: reputazione come leva di business

- ✓ LA VERA DOMANDA RIGUARDA IL VALORE DELL'INVESTIMENTO IN **INTEGRITÀ E REPUTAZIONE**, E QUANTIFICARNE L'EVENTUALE **ROI**



Molti pensano di sì

- ✓ Centro di ricerca Ipsos MORI in materia di reputazione 
- ✓ Classifica annuale "National Corporate Reputation Survey" di Harris Associates 
- ✓ Classifica annuale "Best US Corporate Reputations" di Delahaye 
- ✓ Classifica annuale delle "Global Most Admired Companies" della rivista Fortune 
- ✓ Concorso Best of European Business Awards di Roland Berger 
- ✓ Rilevazioni "Corporate Reputation" di Hill & Knowlton 
- ✓ Classifica annuale "The World's Most Respected Companies" della rivista Forbes 