

IVRM

REPUTATIE- ONDERZOEK





REPUTATIE MEETBAAR EN STUURBAAR

Goed reputatieonderzoek geeft inzicht in wat stakeholders van je organisatie vinden en verwachten. Het biedt concrete stuurinformatie om de impact van je reputatiebeleid te vergroten en de reputatiewaarde van je organisatie of sector te verhogen.

Met onze eigen methodiek voor reputatieonderzoek voorzien we je van de juiste informatie over sterke punten, verbeterpunten, reputatiekansen en -risico's. Dat doen we cijfermatig én diepgaand. Niet met standaard vragenlijsten, maar geheel afgestemd op de context van jouw organisatie of sector. Hierdoor levert het onderzoek zeer waardevolle en concrete input voor de reputatiestrategie en beleidskeuzes.



Aanpak IVRM Reputatie

Op basis van jarenlange reputatie- en onderzoeksexpertise heeft IVRM een eigen methodiek ontwikkeld. Deze is gebaseerd op:

■ De IVRM Reputatiemix

Dit model combineert de traditionele, 'harde' reputatiefactoren (zoals de kwaliteit van producten/diensten, leiderschap en innovatie) met 'zachte' factoren, zoals de maatschappelijke betekenis, omgevingssensitiviteit en wendbaarheid van de organisatie. Recente inzichten laten zien dat juist deze zachte factoren in steeds sterkere mate de reputatie van organisaties bepalen. De IVRM Reputatiemix is op pagina 4 weergegeven.

■ Maatwerk

Goed reputatieonderzoek is maatwerk. Met standaard methodieken en generieke vragenlijsten biedt onderzoek niet meer dan algemene inzichten en adviezen, in plaats van praktische stuurinformatie. Daarom vertalen wij de factoren en aspecten uit de Reputatiemix op maat naar de specifieke context van jouw organisatie en sector. Dat doen we door ons goed in te lezen en door de tijd te nemen om samen tot de juiste vraagstellingen te komen.

■ Kwantitatief/kwalitatief

IVRM zet een unieke combinatie in van kwantitatief en kwalitatief onderzoek binnen iedere stakeholdergroep, om zo cijfermatig inzicht én diepgang te verkrijgen. Bij kwalitatief onderzoek voegen we op een slimme manier dus ook een kwantitatieve component toe. Hierdoor krijg je ook bij kleine stakeholdergroepen betrouwbare, harde resultaten en kun je ontwikkelingen in de reputatie goed volgen.

■ Stakeholderfocus

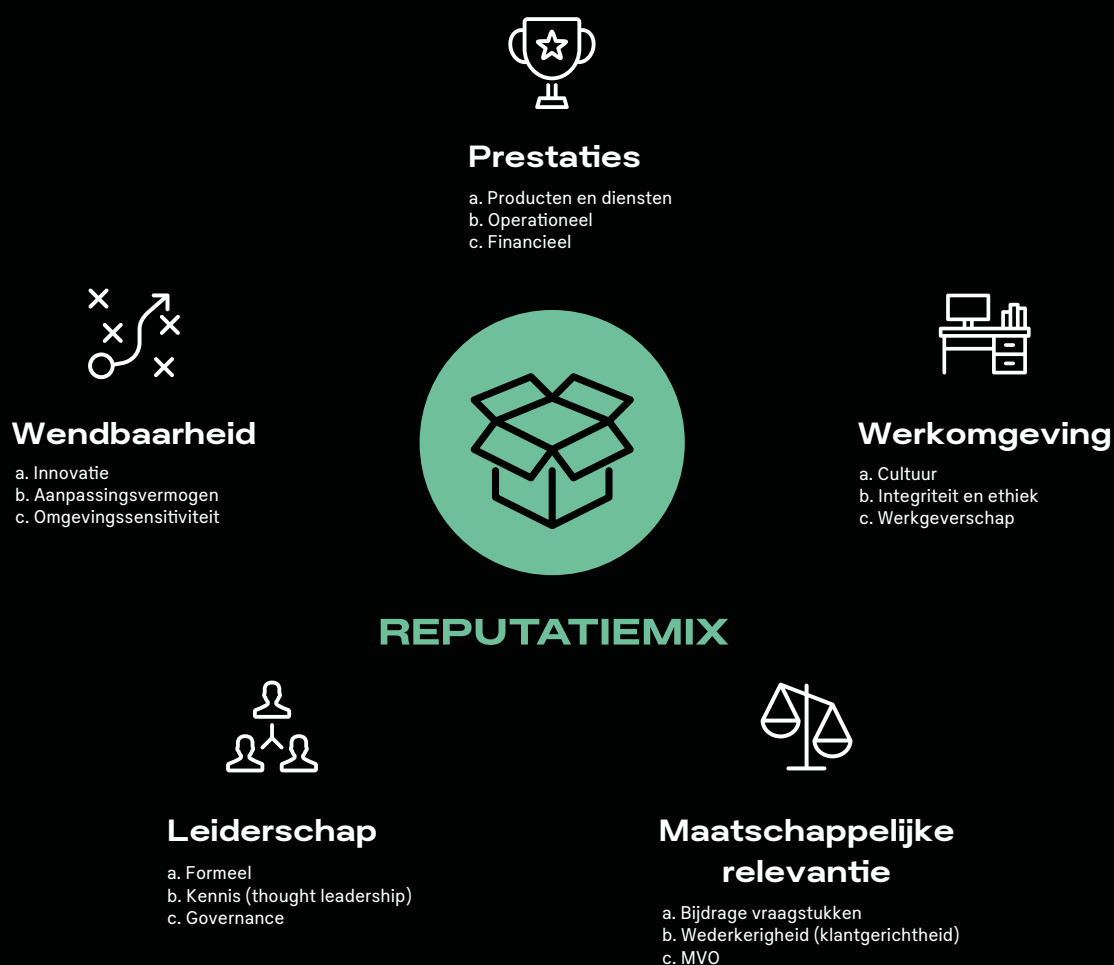
Goed reputatieonderzoek richt zich niet alleen op de reputatie van de organisatie, maar ook op de belangen en verwachtingen van stakeholders ten aanzien van jouw organisatie of sector. We bieden diepgaand inzicht in deze aspecten, zodat je hier met strategie en beleid optimaal op kunt aansluiten.

■ Implementatie

IVRM Reputatie combineert onderzoekskennis met expertise in het ontwikkelen én uitvoeren van reputatiestrategieën. We ondersteunen je desgewenst bij het vertalen van de resultaten van het reputatieonderzoek naar de juiste reputatiestrategie en bij de uitvoering.

IVRM REPUTATIEMIX

Om reputaties te meten en te versterken, gebruiken wij de IVRM Reputatiemix als uitgangspunt. Deze bestaat uit vijf factoren: prestaties, leiderschap, maatschappelijke relevantie, werkomgeving en wendbaarheid. Iedere factor bestaat uit drie aspecten, die wij vertalen naar de context van onze opdrachtgevers.



IVRM Reputatie verhoogt de reputatiewaarde van jouw organisatie en merk. Met een sterke reputatie geven stakeholders de voorkeur aan jouw organisatie, heb je meer klanten, trotse werknemers en geniet je maatschappelijk vertrouwen. Zo zorgen we samen voor positieve impact op de samenleving.

MEER WETEN? WE SPREKEN JE GRAAG.

Check voor reputatieonderzoek cases [onze website](#)



Berlinda Harkink
bharkink@ivrm.nl
06 - 15 07 04 91

Bij crisis 24/7 bereikbaar op: 035 303 42 16



Over IVRM Reputatie

IVRM verhoogt de reputatiewaarde van jouw organisatie en merk. Want met een sterke reputatie geniet je maatschappelijk vertrouwen, geven stakeholders de voorkeur aan jouw organisatie, heb je meer klanten, trotse werknemers en een sterke concurrentiepositie. WZo zorgen we samen voor positieve impact op de samenleving. Zie ook ivrm.nl

Veldweg 28 | 1404 CV Bussum | 035 - 69 269 43 | info@ivrm.nl

IVRM



WEET.