

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ЯК СКЛАДОВА КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ділова репутация – один з найважливіших активів будь-якої організації. Репутация компанії – це сприйняття громадськістю компанії та того, як вона працює. Це включає громадську думку про продукти чи послуги компанії або те, як компанія ставиться до своїх працівників. Репутация може бути позитивною або негативною, і вона може змінюватися з часом [1].

На даний момент, підприємства з бездоганною репутацією є найбільш пріоритетними для інвесторів, клієнтів та, таким чином, вони виявляють свою прихильність до основних принципів сталого розвитку [2].

Опендатабот, відомий сервіс моніторингу реєстраційних даних українських компаній та судового реєстру, опублікував перший індекс підприємств України, що мають найбільші за обігом бізнесу та бездогану ділову репутацію. При складанні Індексу враховані як фінансові показники (фінансова звітність компаній за 2022 рік), так і ділова репутація бізнесів [3].

Репутация включає в себе (рис.1.)

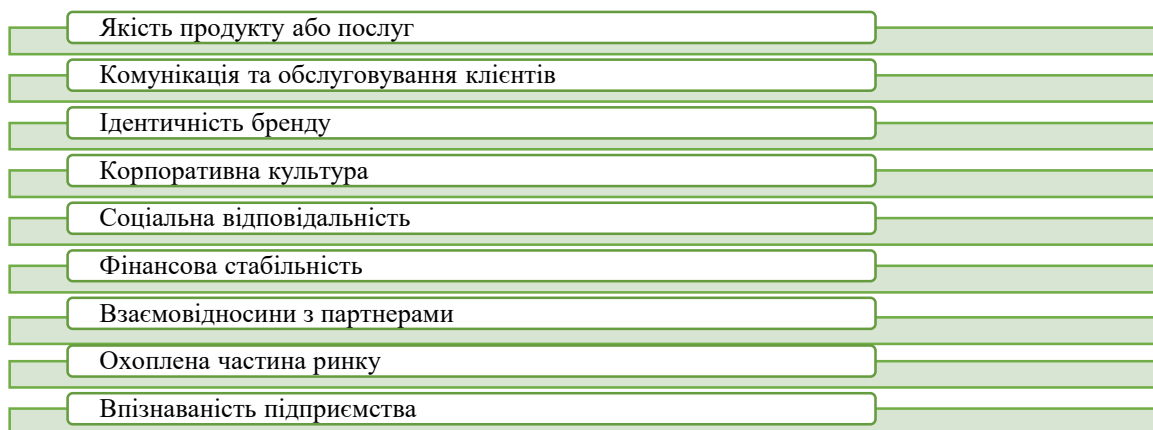


Рис.1. Складові репутації підприємства [складено автором самостійно]

Ефективне управління діловою репутацією – це дуже важливою складовою комунікації в сучасному світі між підприємствами та споживачами. Коли підприємства інвестують в управління репутацією, це не означає, що вони інвестують гроші. Це означає, що вони вкладають свої зусилля, щоб створити бездоганну репутацію. Спектр дій включає в себе зміцнення довіри, доброзичливість в спілкуванні з партнерами, інвесторами та споживачами.

Одним із найважливіших аспектів управління репутацією є проактивність. Це означає вжити заходів та покращити продукт до отримання негативу. Наприклад, підприємства можуть запроваджувати політику та процедури, щоб забезпечити задоволеність клієнтів, пропонувати виняткове обслуговування клієнтів і швидко та професійно реагувати на скарги. Також підприємства повинні ретельно перевіряти своїх постачальників та партнерів на скандальні та критичні ситуації, щоб уникнути зв'язку з цим та, в найгіршому варіанті, погіршення репутації компанії на ринку, зокрема, серед споживачів.

Управління репутацією – це постійний процес. Він вимагає:

1. Постійного моніторингу та коригування, щоб гарантувати, що репутація бізнесу залишається позитивною та стабільною;
2. Детального аналізу ситуації в світі та тенденцій ринку;
3. Ретельного вивчення бізнес-партнерів та контрагентів.

Отже, ефективне управління репутацією призводить до збільшення популярності та впізнаваності бренду, лояльності клієнтів та майбутніх партнерів.

Список використаних джерел

1. Indeed Editorial Team. June 25, 2022 Company Reputation: What It Is and How To Improve It [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/company-reputation>
2. Десять принципів Глобального договору ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://globalcompact.org.ua/desjat-principiv-gd-oon/>
3. Індекс Опендатабота [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/index>