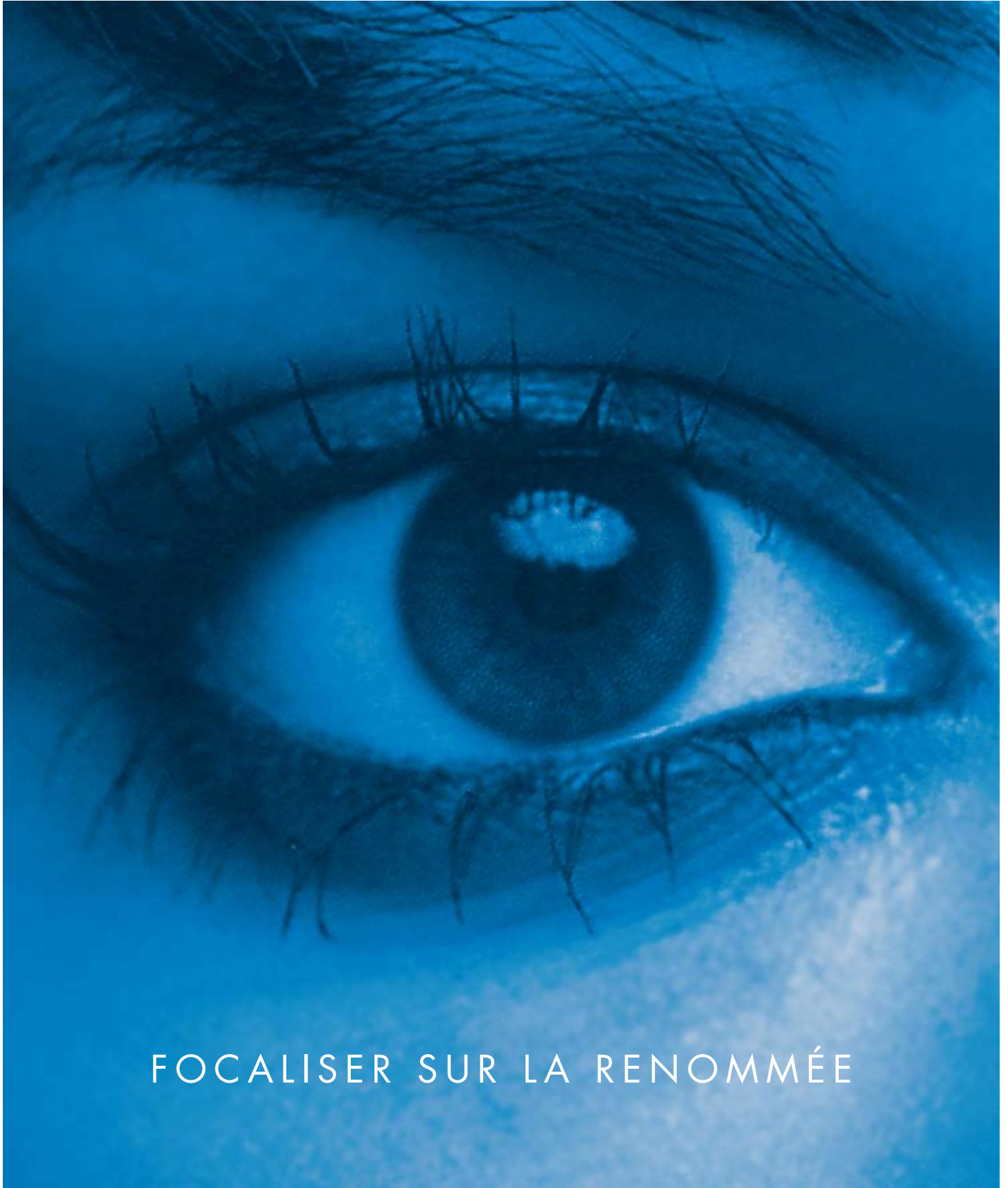


ANALYSE DE RÉPUTATION



FOCALISER SUR LA RENOMMÉE

ANALYSE DE RÉPUTATION

«La fortune stratégique et durable déterminante dont dispose une entreprise est probablement sa réputation.» (Cravens/Oliver/Ramamoorti, *European Management Journal*, 2003)

Définition de la réputation

La réputation est la crédibilité que des tiers reconnaissent à une institution sur la base de ses actions passées et qui influence notre décision de nous engager dans une relation de confiance. La réputation est l'image publique d'une entreprise.

Rôle des médias

Les entreprises n'ont souvent pas de moyens de réagir à la tendance croissante des médias de scandaliser par leur présentation exagérée de thèmes. La manière dont les médias présentent une entreprise est décisive pour la réputation de cette dernière. Les médias dominants marquent l'opinion publique et déterminent par conséquent la réputation. Par l'image d'une entreprise que les médias construisent, ils ont une influence décisive sur les actions des stakeholders et donc sur la réussite de l'entreprise.

La réputation est de plus en plus considérée comme facteur déterminant pour la réussite de l'entreprise. Se basant sur ce fait, ARGUS a développé l'analyse de réputation visant à évaluer l'opinion publiée par les médias. L'analyse de réputation sert d'instrument de gestion stratégique et contribue donc à la gestion de la réputation d'une entreprise.

Profit

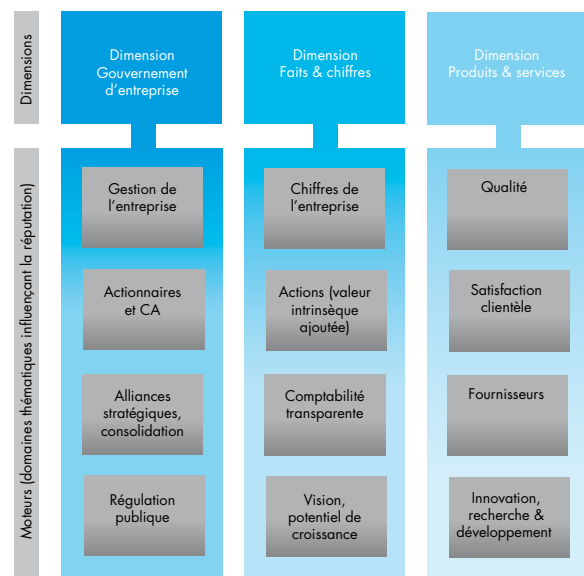
L'analyse de réputation d'ARGUS reflète de manière globale la réputation médiatique de votre entreprise. Nous examinons les articles parues dans les médias pertinents et évaluons la réputation qui en résulte. Lorsque l'analyse est établie de manière régulière, elle sert d'instrument d'alerte et permet de prendre des mesures proactives ainsi que d'identifier à temps des crises éventuelles.

Evaluation neutre

ARGUS examine les articles du point de vue d'un lecteur moyen et objectif afin de refléter l'image d'une entreprise qui se présente à un lecteur moyen de l'article.

Du message à la réputation

Toutes les déclarations faites dans les articles sont pondérées, évaluées en fonction de leur prédominance dans le texte et ensuite réunies selon des moteurs définis. Des moteurs sont des domaines thématiques qui sont actuellement pertinents pour l'entreprise ou qui peuvent éventuellement le devenir. Ils sont discutés dans les médias et constituent des chances ou des menaces pour l'entreprise. Des thèmes telles que la politique salariale, la durabilité, la responsabilité sociale ou des valeurs émotionnelles (confiance, crédibilité, sécurité) peuvent représenter des moteurs.



Dans la hiérarchie, les dimensions de la réputation sont placées au-dessus des moteurs. Chaque dimension contient divers moteurs. Ensemble, ils reflètent une image globale du champ d'action interne et externe.

Avant l'établissement de l'analyse, ARGUS élabore et détermine ensemble avec l'entreprise les dimensions de la réputation ainsi que les moteurs individuels. Dans le cadre d'une première analyse, ARGUS vérifie l'aspect global des dimensions du point de vue de la gestion des performances.

Afin qu'une comparaison soit possible, les dimensions de la réputation et les moteurs doivent rester identiques pendant toute la durée prise en compte pour l'établissement de l'analyse.

Indice de réputation

Les différents facteurs de pondération et évaluations sont reflétés par un indice. Grâce à cet indice, des valeurs se référant à divers moments peuvent être mises en relation.

De manière claire et en considérant toutes les dimensions, l'indice total de la réputation révèle la réputation d'une entreprise dans les médias.

Limitation des médias

Par défaut, les médias les plus grands et importants (médias dominants) sont pris en compte. Après accord avec ARGUS, la base de données peut pourtant être complétée par des titres de publication étant d'intérêt pour votre entreprise.

Tableaux et graphiques

Les résultats de l'analyse sont représentés sous forme de tableaux et des graphiques claires. Un «executive management summary» vous informe des chiffres-clés principaux et permet un aperçu rapide des développements décisifs.

Traduction

De plus en plus, les rapports doivent être établis dans la langue du groupe. En outre, les collaborateurs parlant une langue étrangère aimeraient être au courant de ce qui se passe au sein de l'entreprise. Si vous le désirez, ARGUS traduit les analyses dans différentes langues.

Approche scientifique

Lors de l'élaboration de l'analyse de réputation, ARGUS a profité du soutien d'un grand établissement d'enseignement supérieur suisse.

Indice total de la réputation (ITR)

