

DEĐIŐEN DİNAMİKLER VE İTİBAR RİSKİ

Dr. Őeref OĐuz

2 Aralık 2013

Operasyonel Risk Konferansı

İTİBARIN TEMEL BİLEŞENLERİ



İTİBARIN TEMEL KAVRAMLARI

Kurumsal itibar, toplum tarafından “beğenilen, takdir edilen” bir şirket olmanın karşılığıdır. Bu nedenle şirketlerin, itibarlarını yönetmekten daha önemli bir işleri yoktur.

- İtibar; saygı görme, değerli ve güvenilir olma durumu, saygınlık ve prestij anlamında kullanılmaktadır.
- İtibar; finansal yatırımları ve örgütsel gelişimi hızlandıran bir değerdir.
- İtibar; kurumsal değerlerle toplumun değerleri arasındaki etkileşimin bir ürünüdür.
- Kurumsal itibar, iç ve dış paydaşların algılamalarının toplamıdır.
- Kurumsal itibar, bir şirketin en önemli sermayesidir.

İTİBARINA YATIRIM YAPAN ŞİRKETLER

- Ürün veya hizmetlerini müşterilerine 7 kat daha iyi fiyatla satabiliyor.
- 5 kat daha az stok bulundurabiliyor.
- Çalışılacak yer olarak 4 kat daha fazla tercih ediliyor.
- 3 kat daha fazla ortak olarak seçilme şansına sahip olabiliyor.
- Kriz durumunda ya da itibar zedeleyici bir hatada kendini 1,5 kat daha kolay affettirebiliyor.
- Rakiplerine oranla daha yüksek fiyat belirleme olanağı elde ediyor.
- Daha kolay yatırımcı kazanma, finansal piyasalarda kredibilite yükseltme olanağına sahip oluyor.
- Nitelikli insan kaynağına sahip oluyor.

Değer Bilmenin Matematiği

Bir Şeyin Değeri



**Sahip
Olmadan
Önce**

**O şeyin
Sahibi
iken**

**O şeyi
Kaybettikten
sonra**

İTİBARI RİSKE ATAN HER ŞEY

Reklam, **mezar taşına** yazdıklarındır. Burada "muteber biri yatıyor" diyebilirsiniz.

İtibar ise **meleklerin** senin hakkında **Allah katında** söyledikleridir.

Değer yargılarının **bilançosu** olan itibar, yalnızca kişi ve kurumlara dair olumlu düşünceler toplamı değil, aynı zamanda **ekonomik** bir değerdir.

İtibarını kaybetmiş biri, **zarını yitirmiş hücre** gibi, **sosyal ölüme** yakın durur.

İtibarı inşa etmek; **ödülleri yılların ardından gelen** zorlu bir uğraştır. Ancak itibarı **korumak** ise daha **kritik** ve **hayati** bir iştir.

"sizin yönetmediğiniz itibarı, rakipleriniz yönetir"

İTİBAR KRİZİYLE BAŞEDEBİLMEK...

- 1. Kriz komitesi kurun.
- 2. Çalışanlarınıza “kriz komitesi” kurduğunuzu duyurun.
- 3. Kriz komitesi “bilgi” üretsın.
- 4. Kriz dönemi sözcüleri ve sosyal paydaşları belirleyin.
- 5. Bilginin arşıvlenmesi ve ön araştırma şart.
- 6. Her an iletişim kurun.
- 7. Gerçek, yalnızca gerçekleri konuşun.
- 8. Kriz komitesinin iletişim araçları olmalı.
- 9. Araştırmalara duyarlı olun.
- 10. Kriz yönetilirken şirket dışı kaynakları fark edin.
- 11. ‘Liderliğin tam zamanı’ deyin ve korkmayın.
- 12. Krizler iyi yönetilirse aslında “fırsat” tır!