

Budowa renomy firmy

Filip Stępień 173718

Czym jest renoma?

Renoma firmy to ogólna opinia i reputacja, jaką przedsiębiorstwo posiada w oczach swoich klientów, partnerów biznesowych, pracowników i społeczności. Jest to zbiór pozytywnych i negatywnych opinii, ocen oraz ogólnego postrzegania firmy na rynku.

Dlaczego renoma firmy jest ważna?

Budowanie renomy firmy jest ważne niezależnie od jej skali, zbudowanie i utrzymanie dobrej renomy firmy jest kluczowe dla sukcesu biznesowego. Pozytywna renoma może przyciągać klientów, inwestorów, partnerów biznesowych oraz pracowników, podczas gdy negatywna renoma może prowadzić do utraty klientów, trudności w pozyskiwaniu kapitału, a nawet problemów prawnych.

Powodzenie wiodących marek technologicznych

1. Apple (482,215 mln)*
2. Microsoft (278,288 mln)
3. Amazon (274,819 mln)
4. Google (251,751 mln)
5. Samsung (87,689 mln)

Mimo naszych subiektywnych odczuć co do podanych marek, odniosły one międzynarodowy sukces poprzez kilkunastoletnie pielęgnowanie renomy, przez co konsumenci byli w stanie im zaufać co przełożyło się na ich wyniki.

*klasyfikacja i szacowana wartość firmy na podstawie rankingu Best Global Brands 2022

Jak swoją renomę zbudowała firma Apple?

1. Poprzez innowacyjność wdrażanych produktów na rynek
2. Dokładanie dużej staranności wykonania ich produktów
3. Spójny ekosystem ich urządzeń pozwolił im wyróżnić się nad całym rynkiem, zapewniając rozwiązania, których nie byli w stanie zaoferować ich konkurenci
4. Mocna inwestycja w marketing oraz wsparcie klienta zapewniło im duże zaufanie wśród odbiorców
5. Ich produkty oraz marketing pozwoliły stworzyć środowisko, w którym możliwe było ukształtowanie wiernych konsumentów, którzy mimo ewentualnych potknięć firmy, byli w stanie dalej być przywiązani do marki

Dlaczego firmy mają słabą renomę?

1. Brak świadomości przedsiębiorców, jaką wagę ma renoma firmy.
2. Niska jakość świadczonych usług, lub produktów.
3. Niedostateczne wsparcie klienta
4. Mały nakład zasobów firmy na działania związane z marketingiem
5. Nie dostosowanie świadczonych usług do klienta, zaniedbanie aktualnych konsumentów.

Na co zwrócić uwagę podczas budowy renomy firmy?

1. Świadczenie wysokiej jakości produktu lub usług
2. Spełnianie oczekiwań klientów
3. Inwestowanie w marketing
4. Utrzymywanie dobrych relacji z aktualnymi klientami

Świadczenie wysokiej jakości produktu lub usług

Podstawowym składnikiem poprawnie funkcjonującej firmy jest świadczenie jakościowych usług lub produktów, jeżeli chcemy zyskać lojalność klientów, zbudować pozytywny wizerunek i osiągnąć sukces na rynku. Jeżeli wszystkie inne podpunkty wymienione na poprzednim slajdzie będą wykonane w nienaganny sposób, a jakość dóbr jakie będzie zapewniała nasza firma nie będzie na wystarczającym poziomie, nie będziemy mieli szans na wygraną z konkurencją i zaistnienie wśród konsumentów.

Spełnianie oczekiwań klientów

Produkt lub usługa zapewniana przez firmę może być w swoich obszarach idealna, mimo tego, jeżeli konsumenci nie będą zadowoleni z jej nabycia, ich opinia o firmie nie będzie pozytywna. Dlatego bardzo ważnym jest zrozumienie oczekiwań klientów i w jak największym stopniu dostosowaniu się do nich. Każdy zadowolony klient, będzie pozytywną wizytówką firmy, co w dłuższej perspektywie pozwoli zbudować pozytywny odbiór przedsiębiorstwa.

Inwestowanie w marketing

Idealnym dopełnieniem jakościowego produktu lub usługi jest efektywna strategia marketingowa, która nie tylko umożliwia dotarcie do nowych klientów, ale także pozwala na utrzymanie aktualnych odbiorców, którzy mogą nie zdawać sobie sprawy z pełnych możliwości jakie oferuje im wybrana firma. Dobrze wypromowany jakościowy produkt firmy jest w stanie zrobić większe wrażenie na konsumentach, co przyczyni się do pozytywnego odbioru przedsiębiorstwa.

Utrzymywanie dobrych relacji z aktualnymi klientami

Aby utrzymać dobre relacje z aktualnymi klientami, ważne jest postawienie na klarowność długoterminowej współpracy, słuchanie ich opinii i wdrażanie poprawek zasygnalizowanych przez nich. Dzięki temu produkt lub usługa, może stać się jeszcze bardziej jakościowa i w pełni spełnić wymagania klientów oraz pozwoli odbierać naszą firmę jako odpowiednią do przyszłej współpracy. Ten sposób działania pozwoli zbudować trwałe więzi z odbiorcami, co bardzo pozytywnie wpłynie na renomę przedsiębiorstwa.

Kryzys wizerunkowy - co robić?

Mimo przestrzegania punktów omówionych w poprzednich slajdach, nadal zbudowanie renomy może być trudne, nie spełnienie poszczególnych oczekiwań klienta, czy też pojedynczy błąd w wykonaniu usługi, bądź produktu może skutkować ogromnym problemem wizerunkowym. Dlatego ważne jest, aby firma posiadała wypracowany sposób radzenia sobie z kryzysowymi przypadkami. Kluczowe jest, aby działania podejmowane w celu naprawienia wizerunku były szybkie, satysfakcjonowały osobę poszkodowaną, oraz dawały jasny sygnał, stałym oraz potencjalnym konsumentom, że podobna sytuacja nigdy się nie powtórzy.

Źródła

<https://asset-cdn.campaignbrief.com/wp-content/uploads/2022/11/14115147/Best-Global-Brands-2022-Report.pdf>

<https://opinie.pro/jak-pozytywne-opinie-wplywaja-na-wizerunek-firmy/>

<https://nevadasmallbusiness.com/build-positive-reputation/>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/company-reputation>

<https://www.wix.com/blog/brand-reputation>