

Che cos'è la Reputazione aziendale

La **Reputazione aziendale** è il primo fattore che clienti, banche, istituzioni, fornitori e i partner, valutano prima di contattare un'azienda per fare qualsiasi tipo di affare commerciale o istituzionale. Un'azienda che ha una reputazione di mercato coerente con le aspettative degli stakeholder è un'azienda valutata come **credibile e affidabile**, al contrario, rischia di perdere clienti, fatturato, e opportunità di crescita e di sviluppo commerciale e istituzionale.

Che cos'è la Due diligence reputazionale

E' l'insieme delle analisi e delle ricerche che gli stakeholder sopra menzionati, svolgono su vari canali: **istituzionali, pubblici, digitali, finanziari, commerciali, territoriali**, per cercare prove concrete di: notorietà, affidabilità, autorevolezza, solidità, correttezza commerciale, spirito solidale, competenza e credibilità dell'azienda presa in esame.

Cosa facciamo

Abbiamo creato un metodo proprietario che segue esattamente i percorsi di ricerca fatti dai clienti per verificare il livello reputazionale delle aziende. Anticipiamo le ricerche e le analisi dei clienti, perché sappiamo esattamente le informazioni che vogliono trovare e come e dove le vogliono visionare. Diamo risposta a tutte le domande che si pone il cliente, attraverso la costruzione dei **7 asset reputazionali** e la realizzazione degli **strumenti di Reputational management**, introdotti nei sistemi di comunicazione interni aziendali ed esterni di mercato per farli acquisire e visionare dai clienti.

Vantaggi dell'attività di Reputational management

Obiettivi

Alla fine del percorso, **avremo influenzato la percezione pubblica dell'azienda** che sarà vista dal mercato, dai clienti, e da tutti gli stakeholder come un'azienda riconosciuta, autorevole, credibile, affidabile, moderna, trasparente, solida e sicura con la quale intrattenere affari.

Per
approfondimenti
sul servizio:



Riduzione delle resistenze commerciali:

I clienti arrivano al primo incontro con un livello di fiducia già consolidato.

Aumento del tasso di conversione:

Una reputazione forte accelera i processi decisionali e riduce il tempo necessario per chiudere una trattativa.

Migliore capacità di attrarre talenti:

I professionisti più qualificati tendono a scegliere organizzazioni credibili e riconosciute.

Maggiore forza negoziale:

Una reputazione consolidata rafforza il potere contrattuale nei confronti di clienti, fornitori e partner.

Incremento del valore aziendale:

Gli asset reputazionali contribuiscono alla crescita del valore percepito dell'impresa e del suo brand.

Percezione di azienda

Riconosciuta, autorevole, affidabile, solida e credibile.



Due
Diligence
Reputazionale

