

Reputations-Analyse-Tool: 6 Merkmale zum Umgang mit Reputationsrisiken

Sehr geehrter Unternehmer

Sie haben erkannt: Die Reputation ist das wertvollste Gut jedes Unternehmens. Mit der nachfolgenden Checkliste können Sie analysieren, wo Sie punkto Aufbau, Stärkung und Verteidigung Ihrer Reputation stehen. Zählen Sie dazu Ihre „Ja“-Antworten zusammen und lesen Sie das entsprechende Fazit am Schluss des Tests.

- | 1. Strategische Vorgehensweise | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1.1. In Ihrem Unternehmen bestehen Grundlagen und Richtlinien für „Executional Excellence“. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.2. Sie vermarkten gute Produkte, die einen echten Nutzen zu einem guten Preis stiften. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.3. In Ihrem Unternehmen herrscht eine absolute Innovationskultur. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.4. Ihr Unternehmen bietet ein Arbeitsumfeld und eine Kultur, die zu Spitzenleistungen motivieren. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.5. Sie geben ein klares Bekenntnis zum „Guten Bürgertum“ Ihres Unternehmens ab. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.6. Sie und Ihre Kadermitarbeitenden zeigen Führungsstärke, -wille und freude. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.7. Ihr Unternehmen schafft überdurchschnittliche Performance. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.8. Ihr Unternehmen vermittelt Wachstumsperspektiven. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zwischenstand:

- | 2. Analytische Vorgehensweise | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 2.1. Sie kennen Ihre „Reputations-Treiber“ genau. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.2. Sie kennen Ihre Stakeholder, deren Agenda und deren Interessen und Ängste. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.3. Sie wissen, was bei der Pflege Ihres „Guten Rufes“ wirklich wirkt. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.4. Sie haben konkrete Aktivitäten zur Stärkung Ihrer Reputation geplant. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.5. Sie können diese Massnahmen konsequent und schnell umsetzen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.6. Sie messen, ob und wie Ihre Massnahmen Wirkung erzielen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.7. Sie passen Dinge an, verbessern sie stetig und testen neue Wege aus. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.8. Sie haben die Gewissheit, dass jede Aktivität letztlich auf die Stärkung Ihres Rufes einzahlt. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zwischenstand:

- | 3. Systematische Vorgehensweise | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 3.1. Sie setzen Ihre Reputationsarbeit systematisch um. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.2. Sie bearbeiten Ihre Stakeholder systematisch entlang Ihrer Agenda. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.3. Sie wissen, welche Teile des Systems die grösste Wirkung erzielen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zwischenstand:

- | 4. Fehlverhalten – Versprechen nicht einhalten. | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 4.1. In Ihrem Unternehmen herrscht absolute Klarheit punkto Vision und Mission. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.2. Sie haben Ihr Versprechen gegenüber „Kunden, Köpfen, Kapital“ glasklar formuliert. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.3. Sie haben Standards zur Einhaltung Ihres Versprechens definiert. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.4. Sie halten Ihr Wort. Immer. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.5. Sie lassen über sich erzählen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zwischenstand:

5. Issues – Themen erkennen und managen.

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 5.1. Sie haben alle externen «Issues» (Einflussfaktoren) eruiert, die Ihren Ruf gefährden können. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.2. Sie haben die «Driver» dieser Issues identifiziert (Politik, Einzelpersonen, Aktivisten, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.3. Sie lassen «Issues» und «Driver» täglich beobachten (On-/Offline). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.4. Sie haben ein einfaches «Cockpit» zwecks Information des CMT (Crisis Management Team) erstellt. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.5. Sie haben die Reaktionsbereitschaft des CMT im Eskalations-Fall sichergestellt. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zwischenstand:

6. Force Majeure – Krisen antizipieren.

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 6.1. Sie haben ein Krisen-Kommunikations-Projekt inkl. Ownership und Ressourcen definiert. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.2. Sie haben Risiken, Strukturen, Prozesse und Dokumente analysiert. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.3. Sie haben eine Dokumentation für den Ernstfall erarbeitet. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.4. Ihr CMT ist für den Umgang mit Medien trainiert und befähigt. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.5. Sie simulieren einen Ernstfall regelmässig mind. 1 x pro Jahr. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.6. Sie machen ad hoc Trainings mit fiktiven Journalisten. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zwischenstand:

Total

Auswertung:

30-35 Punkte

Wir gratulieren! Sie triumphieren definitiv im Umgang mit Ihren Reputationsrisiken. Für den Ernstfall sind Sie optimal gewappnet. Stellen Sie sicher, dass Sie auf diesem Niveau bleiben! Weitere Infos für das Tüpfelchen auf dem i finden Sie auf www.spitzenruf.ch.

20-30 Punkte

Sie als Unternehmer sind sich der Wichtigkeit Ihres Rufes bewusst. Sie haben bereits verschiedene Aktivitäten unternommen, um Ihre Reputation zu stärken und für den Krisenfall zu schützen. Was Ihnen unter Umständen noch fehlt ist der rote Faden – die Kontinuität in der Reputationsarbeit, damit auch noch die letzten Lücken gefüllt werden können. Besuchen Sie unseren Blog unter www.spitzenruf.ch und lassen Sie sich von möglichen Themen und Ansätzen inspirieren.

10-20 Punkte

Sie haben erkannt, dass der Ruf ein wichtiger Baustein für Ihr Unternehmen ist. Punktuelle Aktionen sind zwar vorhanden, was fehlt ist aber eine klare Systematik und ein klares Ziel. Klicken Sie sich durch die verschiedenen Artikel unter www.spitzenruf.ch und suchen Sie nach konkreten Anleitungen zur Systematisierung Ihrer Aktivitäten.

0-10 Punkte

Bisher haben Sie sich noch nicht gross um den Ruf Ihres Unternehmens gekümmert. Mit diesem Reputations-Analyse-Tool haben Sie aber bereits einen ersten Schritt gemacht. Nun gilt es dran zu bleiben! Unter www.spitzenruf.ch finden Sie praktische Handlungsanleitungen, Tipps und Tricks wie Sie mit einfachen Mitteln zur Stärkung Ihres Rufes beitragen können.

Brauchen Sie Hilfe bei der Auswertung unseres Reputations-Analyse-Tools? Wünschen Sie konkrete Tipps für Ihre individuelle Situation? Dann zögern Sie nicht und kontaktieren Sie uns via Telefon (041 720 33 22), E-Mail (spitzenruf@loepfe.ch) oder schauen Sie auf unserem Blog (www.spitzenruf.ch) vorbei. Wir freuen uns auf Sie!

Mit freundlichen Grüssen
Steven Loepfe