

**Framework de Dados e Comunicação**

Estratégias de Comunicação:

Gestão

de Imagem e

Reputação

# Mídia influencia na **construção de Reputação** por ser o **espaço público** da sociedade contemporânea

*“A esfera pública se distingue como uma estrutura comunicacional (...), não se refere nem às funções nem ao conteúdo da comunicação de todo o dia, mas ao espaço social gerado pela comunicação”*

**Jürgen Habermas**

# FATORES PARA A CONSTRUÇÃO DE INDICADORES DE REPUTAÇÃO

Produtos / Serviços	Produtos e serviços de alta qualidade podem moldar profundamente a reputação.
Performance Financeira	Os assuntos financeiros são importantes, mas é necessário vincular seu sucesso financeiro a um impacto social positivo
Ambiente de Trabalho	A percepção positiva de um local de trabalho pode ajudá-lo a alcançar o status de empresa desejada
Responsabilidade Social	Tem um impacto positivo que ajuda a tornar o mundo um pouco melhor
Liderança	alinhar objetivo da marca com as atividades comerciais diárias geram melhor reputação
Governança	Praticar a boa governança é fundamental para ganhar confiança em tempos de crise
Inovação	Empresas com visão de futuro e inspiração criativa têm uma vantagem reputacional

Os indicadores de **reputação** devem ser escolhidos a partir dos **objetivos estratégicos** e **das características** de cada empresa

