

Omdømme i den danske befolkning RepTrak™ 2009 resultater



RepTrak™ Modellen

- En generel model for omdømme

RepTrak™ modellen

Reputation Institutes generelle model for omdømme er struktureret omkring fire kerne-emner, syv omdømme dimensioner og 23 omdømme attributter. Tilsammen forklarer disse elementer en virksomheds omdømme.

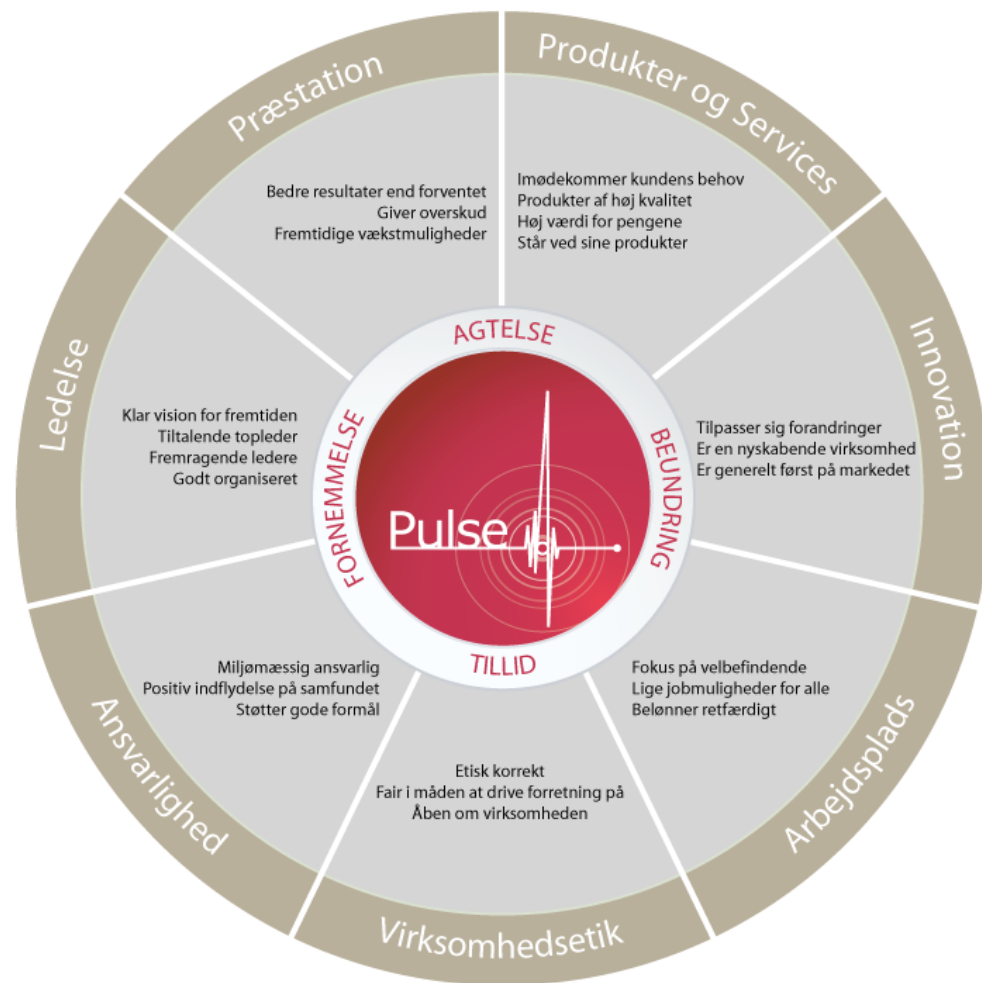
Omdømme Pulse

I kernen måler RepTrak™ Pulse omdømmet på en skala fra 0-100 baseret på de fire variables måling af respondentens:

- Agtelse af virksomheden
- Beundring af virksomheden
- Tillid til virksomheden
- Overordnet fornemmelse omkring virksomheden

Dimensioner og attributter

De 23 omdømme-attributter i modellen er inddelt i 7 tematiske dimensioner. De enkelte attributter og dimensioner har forskellig betydning for folk og vægtes forskelligt i vigtighed. Dette afhænger af hvilken interessent gruppe, man studerer. Med RepTrak modellen kan omdømmedrivere identificeres. På baggrund af statistisk analyse identificeres hvor meget hver dimension og attribut hver i sær driver omdømmet.



1.	A.P. Møller - Mærsk	11.	Danfoss	21.	Grundfos	31.	Netto
2.	ALDI	12.	Danisco	22.	IKEA	32.	Nordea
3.	Apple	13.	Danish Crown	23.	Irma	33.	Novo Nordisk
4.	Arla Foods	14.	Danmarks Radio	24.	ISS	34.	Oticon
5.	ARRIVA	15.	Dansk Supermarked	25.	JYSK	35.	Post Danmark
6.	Bang & Olufsen	16.	Danske Bank	26.	LEGO	36.	SAS
7.	Carlsberg	17.	DONG Energy	27.	Lidl	37.	TDC
8.	Cheminova	18.	DSB	28.	McDonald's	38.	Telia
9.	Coop Danmark	19.	Fakta	29.	Microsoft	39.	Totempo
10.	Cybercity	20.	Falck	30.	NCC	40.	Vestas

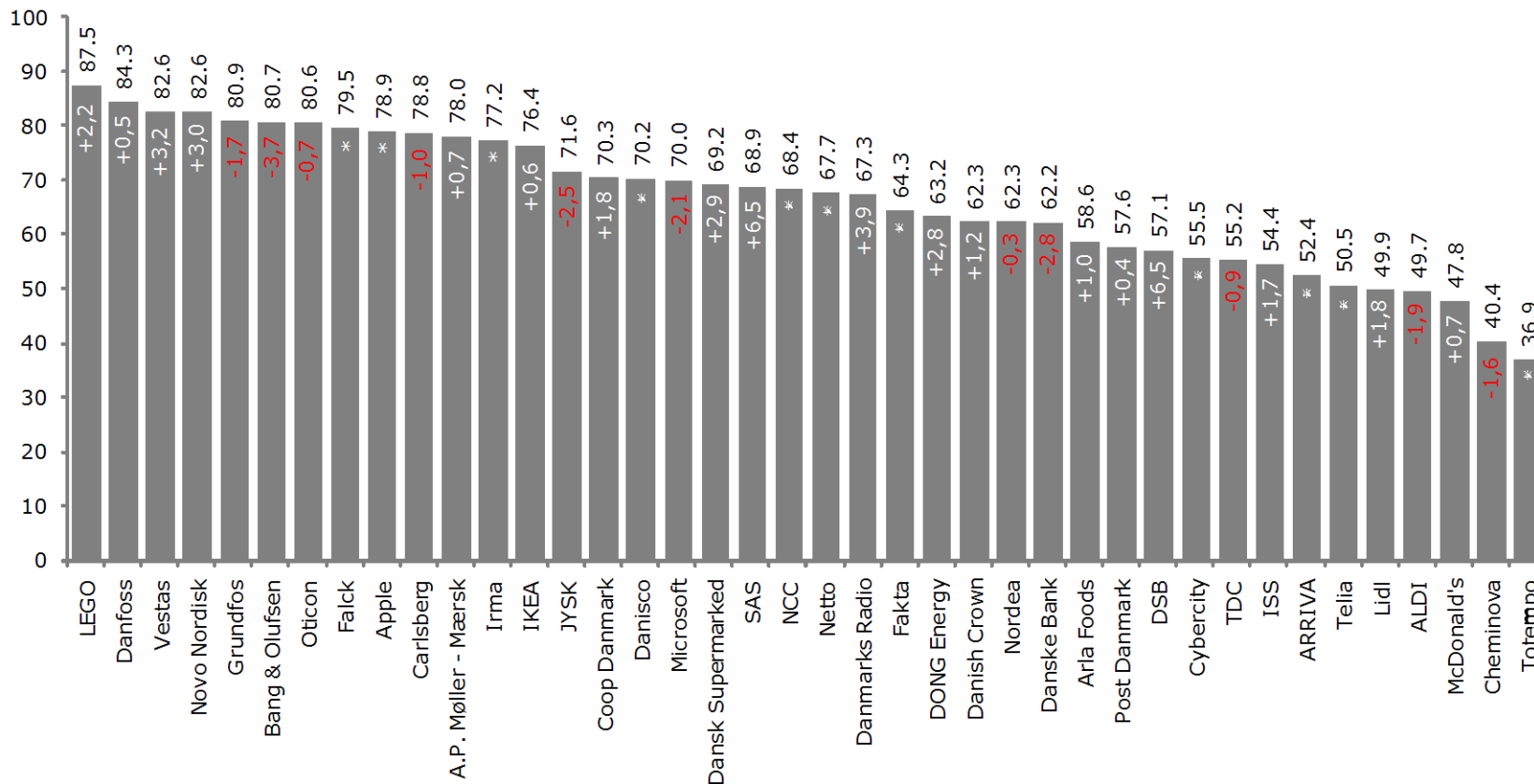
De "mest synlige virksomheder" udvælges i et studie i oktober-november 2008 hvor respondenterne bliver bedt om at nævne to virksomheder med det bedste omdømme i Danmark og to virksomheder med det dårligst omdømme. Yderligere krav til de mest synlige virksomheder er følgende:

Ikke udelukkende business to business virksomheder (med undtagelse af virksomheder, som er meget kendt i den almindelige befolkning).

Kommercielle virksomheder, ikke investeringsfonde.

Tilstrækkelig offentlig synlighed for at gøre det muligt for forbrugere at bedømme dem.

2009 RepTrak™ Pulse ranking i Danmark



Alle forskelle i scorer > 1.0 er signifikante ved et 95% konfidensinterval. Der skal med andre ord være mere end 1.0 i forskel mellem to scores for at forskellen er statistisk signifikant

Dimensioner

- De højest rangerende virksomheder i Danmark

PRODUKTER/SERVICES

1. LEGO
2. Oticon
3. Danfoss
4. Novo Nordisk
5. Grundfos

INNOVATION

1. Apple
2. Oticon
3. Novo Nordisk
4. Danfoss
5. LEGO

ARBEJDSPLADS

1. Novo Nordisk
2. Grundfos
3. Danfoss
4. Oticon
5. LEGO

ANSVARLIGHED

1. LEGO
2. Danfoss
3. Oticon
4. Vestas
5. Grundfos

VIRKSOMHEDSETIK

1. Vestas
2. Danfoss
3. LEGO
4. Grundfos
5. Oticon

LEDELSE

1. Danfoss
2. Novo Nordisk
3. Oticon
4. A.P. Møller - Mærsk
5. Apple

PRÆSTATION

1. Novo Nordisk
2. JYSK
3. Microsoft
4. Apple
5. Danfoss

Alle forskelle i scorer > 1.0 er signifikante ved et 95% konfidensinterval. Der skal med andre ord være mere end 1.0 i forskel mellem to scores for at forskellen er statistisk signifikant

Dimensionernes vigtighed

- Hvilke dimensioner er de vigtigste i Danmark?

