



Reputação

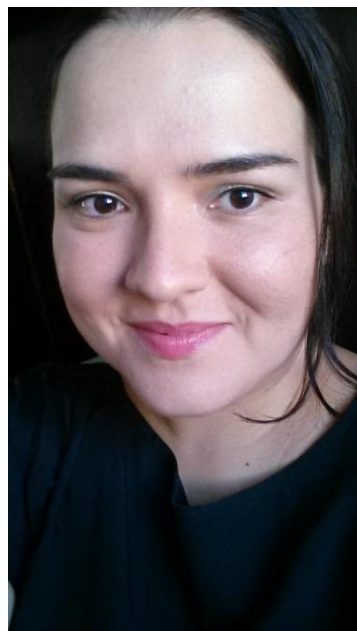
para pequenas empresas

Tatiana Maia Lins

E-book em comemoração aos quatro anos da Makemake

Rio de Janeiro, abril de 2015.





A autora

Tatiana Maia Lins é consultora em Reputação Corporativa, fundadora da **Makemake Comunicação & Planejamento**. Professora de Gerenciamento de Reputação Corporativa em cursos de extensão e in company, desenvolveu um método de diagnóstico de percepção de imagem corporativa baseado em Análise de Discurso e Semiótica, que permite à empresa descobrir os gaps entre a imagem e o posicionamento pretendido e a realidade. Desse modo, os pontos sensíveis são trabalhados de maneira mais focada com cada stakeholder e o posicionamento desejado é mais rapidamente alcançado.

Mestre em Jornalismo Internacional pela University of Westminster, em Londres, Tatiana tem MBA em Gestão Empresarial pela FGV-RJ e Pós-Graduação em Comunicação Integrada pela ESPM-RJ.

Tatiana Maia Lins
tmaialins@makemake.com.br





O que é Reputação Corporativa?

O que baseia a Reputação?

Quem precisa de boa Reputação?

Por que me preocupar com a reputação da empresa?

Gerenciamento de Reputação
para micro e pequenas empresas





O que é Reputação Corporativa

“Reputação Corporativa é mais do que a imagem que uma empresa transmite. É a percepção que os diversos públicos com os quais uma empresa interage tem acerca dela ao longo do tempo. É o somatório de imagens pontuais que validam ou se contrapõem às expectativas que as pessoas tem sobre determinada empresa.” Tatiana Maia Lins.





O que é Reputação Corporativa

“Reputação Corporativa é mais do que a imagem que uma empresa transmite. É a percepção que os diversos públicos com os quais uma empresa interage tem acerca dela ao longo do tempo. É o somatório de imagens pontuais que validam ou se contrapõem às expectativas que as pessoas tem sobre determinada empresa.” Tatiana Maia Lins.





O que baseia a reputação?

A Reputação de uma empresa se dá de acordo com como as pessoas percebem os seus produtos e serviços, seus modelos de gestão, o impacto ao meio ambiente e à sociedade, as relações com os funcionários e fornecedores e todos os aspectos diretamente ligados às operações da empresa.

A base da Reputação é a confiança que as pessoas depositam em uma empresa, conquistada ao longo do tempo, decorrente dos contatos e relações que as pessoas estabelecem com as marcas.





Quem precisa de boa reputação?

Muitos gestores de empresas de pequeno porte acreditam que a preocupação com a manutenção de uma boa Reputação Corporativa é exclusiva de empresas maiores. Ou que é algo que custa demais e que eles não podem se dar a este luxo. Não é assim.

A Reputação Corporativa é um pré-requisito para que as empresas operem. Atenção ao termo “pré-requisito”. Um pré-requisito vem antes dos requisitos básicos como ter insumos para a produção, dominar a tecnologia, etc. A empresa pode ter todos os requisitos para a produção e a comercialização de seus bens, mas, se não tiver boa reputação, não consegue junto aos consumidores a “licença para existir”, pois apenas desavisados compram produtos ou contratam serviços de empresas com má reputação.

A Reputação de uma empresa é, em várias situações, o elemento determinante para a decisão de compra do consumidor, o que difere a marca A de sua concorrente B. No Universo das micro e pequenas empresas, contar com uma boa reputação é um grande aliado para a conquista de clientes.





Por que me preocupar com reputação?

Empresas de boa reputação são as preferidas dos consumidores

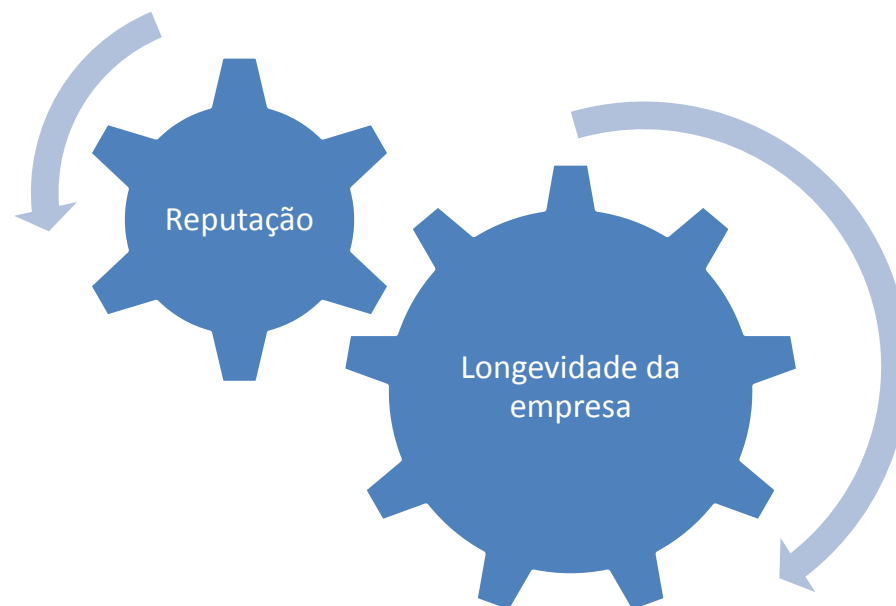
Empregados querem trabalhar onde sentem orgulho

Para investidores o investimento parece mais seguro

Empresas de boa reputação conseguem melhores condições de crédito

Empresas de boa reputação fazem melhores acordos com fornecedores

Empresas com boa reputação recebem o benefício da dúvida em casos de crises





Gerenciando a reputação das micro e pequenas empresas

Seria ingenuidade, para não dizer falta de ética, crer que podemos moldar o que as pessoas pensam sobre uma empresa. Cada individuo interpreta as informações e mensagens a que tem acesso e com as quais interage a sua maneira, de acordo com as suas experiências. Porém, podemos, por meio de uma boa e eficiente Comunicação Corporativa, fornecer insumos para que as pessoas reflitam e, quem sabe, mudem de opinião sobre determinado assunto ou empresa.

Na maioria das situações, as informações que baseiam a percepção que as pessoas têm acerca de uma empresa chegam a elas por fontes não institucionais, como a mídia, as experiências de amigos, os relatos de funcionários, etc. No caso das empresas de pequeno porte, esta dependência dos relatos de amigos e funcionários é ainda maior, pois elas não têm o mesmo alcance de mídia que as empresas de grande porte, ao mesmo tempo em que não se dedicam a ter uma narrativa institucional consolidada. E os amigos só falarão bem de lugares em que forem bem atendidos.





Gerenciando a reputação das micro e pequenas empresas

- O Gerenciamento da Reputação começa com um diagnóstico de como a empresa é percebida por seus públicos. Este diagnóstico é feito por meio de pesquisas direcionadas a cada grupo, como clientes, funcionários, fornecedores, etc.
- O diagnóstico feito pela Makemake apresenta os caminhos que a empresa deve seguir, quais as expectativas dos públicos da empresa e quais as diferenças entre como a empresa gostaria de ser percebida e como as pessoas de fato a percebem.
- O trabalho é feito levando em consideração as características de cada empresa e suas possibilidades financeiras, sendo totalmente adaptado à cada realidade.

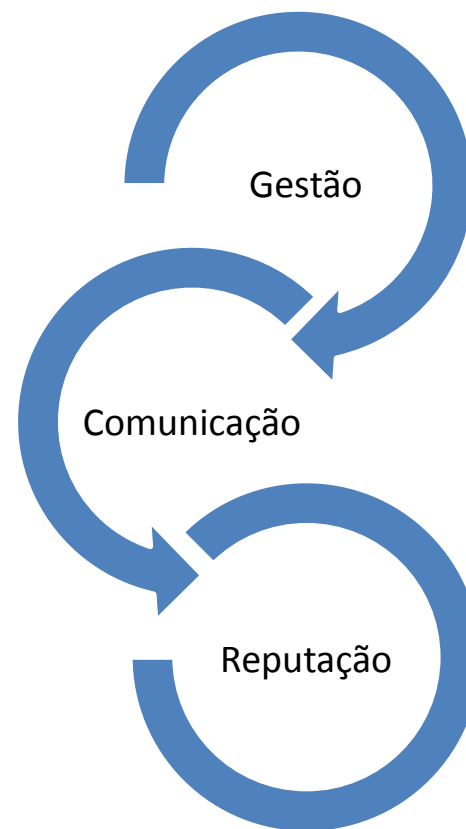




Gerenciando a reputação das micro e pequenas empresas

O gerenciamento da reputação das micro e pequenas empresas se dá fortalecendo o atendimento e o relacionamento com o cliente, apostando em narrativas institucionais para diferenciar a empresa de seus concorrentes e diminuindo as possibilidades de crises de imagem.

Para tal, é preciso trabalhar não apenas a comunicação da empresa, mas analisar se há falhas de gestão que possam levar a problemas futuros que denigrem a imagem da empresa.





Gerenciando a reputação das micro e pequenas empresas

Um **bom treinamento de funcionários focado na importância da construção de uma boa reputação** não é caro como um anúncio publicitário e traz resultados concretos para as empresas de pequeno porte. **Um planejamento de comunicação** dá o direcionamento de como a empresa deve se comunicar, quais são os pontos que devem ser ressaltados e quais são os pontos que precisam de atenção redobrada por parte dos gestores para que a reputação da empresa não vá para o lixo. Mostra também quais são os canais de comunicação mais adequados para o alcance dos seus públicos de interesse.

Rodas de diálogos mostram os problemas escondidos embaixo do tapete e como eles podem ser resolvidos da melhor maneira. Todas estas alternativas estão disponíveis para as micro e pequenas empresas. Basta que elas as procurem.





Nossos serviços

Para saber mais sobre o Reputação Corporativa
você pode:

- Fazer um Curso de Extensão ou Oficina de Introdução ao Gerenciamento de Reputação Corporativa comigo. 😊 Todos os alunos adoram!
- Levar os meus workshops para a empresa em que trabalha e aplicar os conceitos à sua realidade.

As informações sobre os cursos de extensão e os treinamentos *in company* estão na home do no site: www.makemake.com.br.





A Makemake

Fundada em 23 de abril de 2011 por Tatiana Maia Lins, a Makemake é uma consultoria em Comunicação Estratégica, com sede no Rio de Janeiro, que existe para construir e manter uma imagem positiva dos clientes com todos os públicos com os quais eles interagem. Com uma metodologia própria e inovadora, a Makemake tem como carro-chefe o serviço de Gerenciamento de Reputação Corporativa para empresas de todos os portes e setores.





Obrigada!

