

TRI*M™ & Digital™

TRI*M™ Digital Reputation Manager

Schützen und verbessern Sie Ihre Unternehmensreputation offline und online

Die Reputation von Unternehmen wird zunehmend von der veröffentlichten Meinung im Internet beeinflusst. Entscheidend ist dabei herauszufinden, welche Themen und Plattformen im Internet die Unternehmensreputation bei den relevanten Stakeholdern tatsächlich prägen.

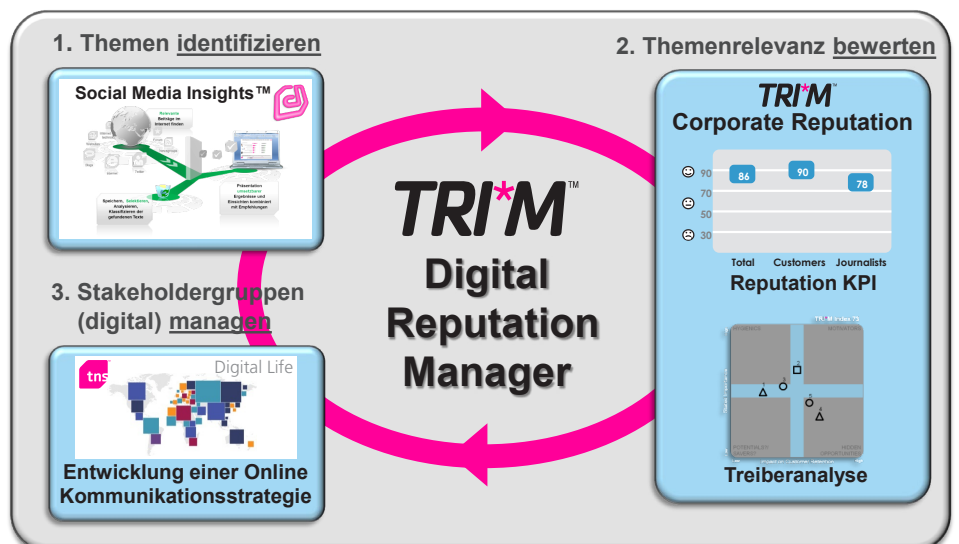
TRI*M Digital Reputation Manager ist ein integrierter Forschungsansatz mit dem Sie die Reputation Ihres Unternehmens offline und online über alle Stakeholdergruppen hinweg verstehen und effektiv steuern können.

Der TRI*M Digital Reputation Manager liefert Ihnen durch die Kombination erprobter Forschungsmethoden folgende managementrelevante Informationen:

- **Was und wie über Ihr Unternehmen im Internet diskutiert wird** - die intelligente Nutzung von Social Media Monitoring unter Zuhilfenahme modernster Methoden ermöglicht es Ihnen herauszufinden, was in Blogs, Foren, Social Networks etc. über Ihr Unternehmen gepostet wird, wie häufig einzelne Themen aufkommen, wo diese Diskussionen stattfinden und welche Tonalität (positiv, negativ oder neutral) diese Beiträge haben.
- **Die Relevanz der Online-Diskussionen für Ihre Reputation** - die Befragung Ihrer Stakeholder mit TRI*M Corporate Reputation

zeigt Ihnen, welche der Online gefundenen Themen den Ruf Ihres Unternehmens wirklich beeinflussen. Dadurch können Sie den Handlungsbedarf und vorrangige Kommunikationsthemen für jede Stakeholdergruppe zuverlässig bestimmen.

- **Der Digital Lifestyle Ihrer Stakeholder** - der Einsatz der Digital Lifestyle-Segmentierung basierend auf „TNS Digital Life“, der weltweit umfassendsten Studie zum Verhalten von Internetnutzern, zeigt Ihnen die Einstellungen und typische Verhaltensweisen Ihrer Zielgruppen im Internet und ebenso, welche Onlinekanäle sie regelmäßig nutzen. So können Sie die geeigneten digitalen Kanäle und Medien für die Botschaften Ihres Unternehmens identifizieren.



Case Study

	Zielgruppen der Fastfood Restaurantkette		
	Non Users	Medium Users	Heavy Users
Reputation	Schwach ➔ Sehr hoher Handlungsbedarf	Gut ➔ Mäßiger Handlungsbedarf	Exzellent ➔ Kein (dringlicher) Handlungsbedarf
Hauptkommunikationsthemen (zur Reduktion von Reputationsrisiken)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeitgeberimage ■ Gesundes Essen ■ Unterstützung des Kampfes gegen Übergewicht 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeitgeberimage ■ Gesundes Essen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ (Gesundes Essen) ■ Extras und Promotions
Dominierender Digitaler Lebensstil	■ Functionals: Das Internet ist ein Gebrauchsgegenstand	■ Aspirers: Wollen sich einen persönlichen Bereich im Internet schaffen	■ Influencers: Das Internet ist ein elementarer Bestandteil ihres Lebens
Geeignete Medienkanäle	■ Vor allem traditionelle Medien, Digital: nur E-Mail	■ Vor allem traditionelle Medien, Digital: Nur E-Mail und Social Media	■ Vor allem digitale Medien und Social Media
Empfohlene digitale Kanäle & Social Media	Keine Social Media: Bei den kommerziellen E-Mail-Anbietern, z.B. GMX, Yahoo, Gmail, AOL, MSN, sicherstellen, dass das Unternehmen auf der Webpage präsent ist	Einige Social Media: Sicherstellen, dass das Unternehmen in sozialen Netzwerken (z.B. Facebook) und auf der Webpage von E-Mail-Anbietern präsent ist	Alle Social Media: Soziale Netzwerke und Brand-Fan-Seiten, Multi-Media-Portale (z.B. YouTube), Unternehmens-Website, Online-News, Expertenforen, Social Media Newsroom etc.

Warum sollten Sie den TRI*M Digital Reputation Manager nutzen?

Der TRI*M Digital Reputation Manager liefert Ihnen die notwendigen Informationen, um die Unternehmensreputation effektiv zu schützen und zu verbessern. Er bietet Ihnen einen Rundumblick auf die Wahrnehmung all Ihrer Stakeholder und ermöglicht Ihnen, die tatsächliche Relevanz der Diskussionen im Internet einzuschätzen. Auf dieser Grundlage können Sie eine Kommunikationsstrategie entwickeln und dabei digitale und traditionelle Medien angemessen integrieren.

Der TRI*M Digital Reputation Manager basiert auf unserer langjährigen Expertise in der digitalen Forschung. Bei der Entwicklung flossen darüber hinaus mehr als 20 Jahre Erfahrung als Weltmarktführer in der Stakeholder Management- und Reputationsforschung mit ein. Zudem bietet Ihnen TNS Infratest eine umfassende Benchmarking-Datenbank für Unternehmensreputation aus über 1.700.000 Befragungen und einer Vielzahl verschiedener Stakeholdergruppen, mit denen Sie Ihre Ergebnisse für jede Gruppe einzeln vergleichen können.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte

Dr. Steffen Hermann

Global TRI*M Centre
Landsberger Straße 284
80687 München
t +49 89 5600 1773
e steffen.hermann@tnsglobal.com

Melanie Arens

Senior Consultant Social Media Insights
Stieghorster Straße 90
33605 Bielefeld
t +49 521 9257 681
e melanie.arenstns-infratest.com

Über TNS

TNS liefert best-in-class Service in mehr als 80 Ländern und widmet sich der Aufgabe, Wachstumsmöglichkeiten für seine Kunden in einer sich ständig wandelnden Welt zu entdecken. TNS ist Teil von Kantar, eines der weltweit größten Informations- und Beratungsnetzwerke.
www.tnsglobal.com