

# TNS Global Reputation Study 2005

TNS, - et af verdens største analyseselskaber, som Gallup i Danmark er en del af, - har gennemført en verdensomspændende undersøgelse baseret på TRI\*M. Det enkelte land er i princippet betragtet som en virksomhed, hvorefter man har målt reputationerne mellem befolkningerne og en række institutioner og virksomheder. Det drejer sig om de politiske partier, det erhvervsmæssige klima, sundhedsvæsenet, bankerne, supermarkederne, postvæsenet og telefonselskaberne.

Projektet er gennemført i slutningen af 2004 i 41 forskellige lande efter helt ensartet metode, så det er muligt at sammenligne landene imellem, - en sammenligning, der placerer Danmark i en særdeles opsigtsvækkende position.

**I alt er der gennemført 36,859 interview med befolkningerne i følgende lande:**

Argentina	Malaysia
Australien	Letland
Belgien	Lithauen
Canada	New Zealand
Danmark	Norge
Estland	Philippinerne
Finland	Portugal
Frankrig	Rumænien
Grækenland	Singapore
Holland	Slovakiet
Hongkong	Spanien
Indien	Storbritanien
Indokina	Sverige
Irland	Sydafrika
Israel	Taiwan
Italien	Thailand
Japan	Tyrkiet
Kina	Tyskland
Korea	USA
	Vietnam

Resultaterne af de 5 spørgsmål er grundlaget for en score eller en beregning af point, der med et enkelt tal afgør niveauet for reputationen. Denne beregning er helt ensartet fra land til land og indgår i en central database. Herefter er det muligt at drage alskens sammenligninger mellem de forskellige institutioner og på tværs af grænserne.

Ud fra den samlede database med resultater fra en række TRI\*M undersøgelser for store virksomheder, kan man fastslå, at

- 70 point og derover er en indikator for en god reputation.
- 20 point og mindre er en indikator for en reputationsniveau, som alvorligt trænger til en forbedring.

Den globale undersøgelse af reputationerne i de forskellige lande er gennemført blandt befolkningerne og tenderer erfaringsmæssigt til lidt lavere scores end i stakeholder gruppen "kunder" i TRI\*M undersøgelserne for virksomheder.

5 spørgsmål anvendes til beregning af Corporate Reputation Index

1	<b>Hvordan vil du vurdere det overordnede omdømme af ...?</b> Udmærket – meget godt – godt – rimeligt – dårligt
2	<b>Hvor positiv er din holdning til ...?</b> Ekstrem positiv – meget positiv – rimelig positiv – ikke særlig positiv – overhovedet ikke positiv
3	<b>Synes du, at du i det lange løb, kan have tillid til ...?</b> Ja, bestemt – ja, formentlig – delvis – formentlig ikke – bestemt ikke
4	<b>Hvordan vil du bedømme de følgende områders succes ...?</b> Udmærket – meget god – god – rimelig – dårlig
5	<b>Hvordan vil du bedømme produkt- og servicekvaliteten ...?</b> Udmærket – meget god – god – rimelig – dårlig

TRI\*M  
Corporate  
Reputation  
Index

Kilde: Fra Information til Viden, særudgave 2005