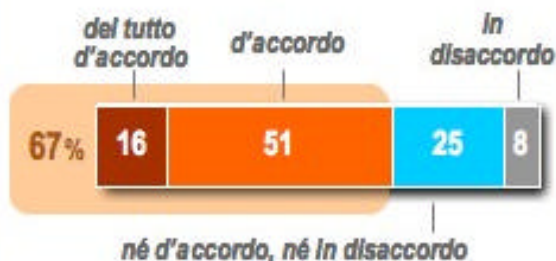


LA SINDROME DI NARCISO

«I primi portatori e i primi destinatari della corporate reputation sono i dipendenti interni»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

LA SINDROME DI NARCISO

«Il primo passo per una strategia di corporate reputation è un'analisi delle opinioni e delle aspettative dei dipendenti»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

LA SINDROME DI NARCISO

«Anche le migliori aziende tendono a dimenticarsi che dipendenti e fornitori possono contribuire in modo determinante alla costruzione e diffusione di un'immagine positiva verso l'esterno»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

LA SINDROME DI NARCISO

«L'opinione dei dipendenti contribuisce grandemente alla reputazione di un'azienda»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

LA SINDROME DI NARCISO

«Solo poche aziende italiane realizzano analisi di clima interno: la ragione è nel timore della negatività dei risultati»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

LA SINDROME DI NARCISO

«La maggior parte dei dipendenti non è a conoscenza dei valori, dell'immagine e dell'identità dell'azienda presso la quale lavorano»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

LA SINDROME DI NARCISO

«I dipendenti devono essere coinvolti nelle scelte dell'azienda per contribuire dal di dentro alla sua reputazione»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori %

804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand