

## Kantar TNS sin årlige syndikerte omdømmemåling

2017

17100469, Jonny.nordoy@tns-gallup.no

# Oppsummering av de store linjene - 2017

- Vinmonopolet har det suverent sterkeste omdømme i målingen og topper listen for femte året på rad. Dette er særlig imponerende når man vet at sterke prestasjoner gjerne følges av stadig høyere forventninger. Vinmonopolet forsetter å overlevere i forhold til folks forventninger.
- Vinmonopolet er i en særklasse, men konkurransen blant de nest beste er stor. Her finner man blant annet Volvo, Tine, Flytoget og Norsk Tipping.
- Den største klatreren på listen er Tine som går fra 15. til 3. plass på 2 år. Et foreløpig høydepunkt på en lang omdømmereise – ikke helt ulik omdømmereisen til Vinmonopolet.
- REMA 1000 opplever et kraftig omdømmefall i befolkningen, det kraftigste fallet som er målt på mange år. «Bestevenn»-strategien til Rema faller åpenbart ikke i god jord hos forbrukerne. Rema sitt omdømme-fall synes også å ha bidratt til at folk ser på andre aktører i dagligvarebransjen med mer positive øyne. Både Coop, Kiwi og Meny opplever et positivt løft i omdømme.
- DNB sliter stort med omdømme i befolkningen. Nordea sitt omdømme taper seg også noe det siste året. 2016 var preget av mye oppmerksomhet knyttet til Panama Papers-avsløringene som spesielt DNB og Nordea var sterkt involvert i. SpareBank 1 synes å profitere mest på dette og er en av omdømme-vinnerne målt i fremgang fra i fjor. Ser man på de største bankene samlet, har Skandiabanken fortsatt det sterkeste omdømme.
- I mediebransjen har fortsatt Aftenposten et meget sterkt omdømme i befolkningen og styrker sitt omdømme ytterligere det siste året. Også VG, NRK og Dagbladet opplever et positivt løft i omdømme. TV2 sitt omdømme svekkes vesentlig det siste året.
- Overgangen fra NetCom til Telia i det norske markedet har vært krevende, med det siste året har vært særdeles godt for Telia. Telia er en av vinnerne når det gjelder størst fremgang fra i fjor og har nå et sterkere omdømme i befolkningen enn Telenor.



*«Selskaper med godt omdømme tilbyr produkter & tjenester som folk har bruk for, de har dyktige medarbeidere, det er kjent og tydelig hva de holder på med og de hevder seg godt i konkurransen med andre selskaper»*

*Jonny Nordøy*

# Bakgrunn og formål med undersøkelsen

- Kantar TNS' årlige syndikerte omdømmeundersøkelse gjennomføres blant et utvalg av Norges største og mest kjente virksomheter.
- I 2017 er 70 virksomheter kartlagt.
- Målgruppen for undersøkelsen er den norske befolkning og gjennomføres på Norsk Gallups ISO-sertifiserte online-panel (GallupPanelet).
- 5 533 personer intervjuet
- Intervjuene ble gjennomført i mars (uke 11 – 13).
- Det gjennomføres ca 250 intervju per virksomhet.
- Formålet med omdømmeundersøkelsen er å kartlegge virksomheters omdømme og gi hver enkelt virksomhet tilbakemelding på hvilke områder som bør jobbes med for å styrke virksomhetens omdømme i befolkningen.
- I undersøkelsen måler og analyserer et bredt spekter av områder som forklarer hvorfor virksomheter har et godt eller dårlig omdømme, noe som gjør undersøkelsen til et særdeles godt verktøy for forbedring og styring av eget omdømme.
- Ansvarlig i Kantar TNS: [jonny.nordoy@tns-gallup.no](mailto:jonny.nordoy@tns-gallup.no)

NØRSK  
GALLUP

# Virksomheter som er med i 2017

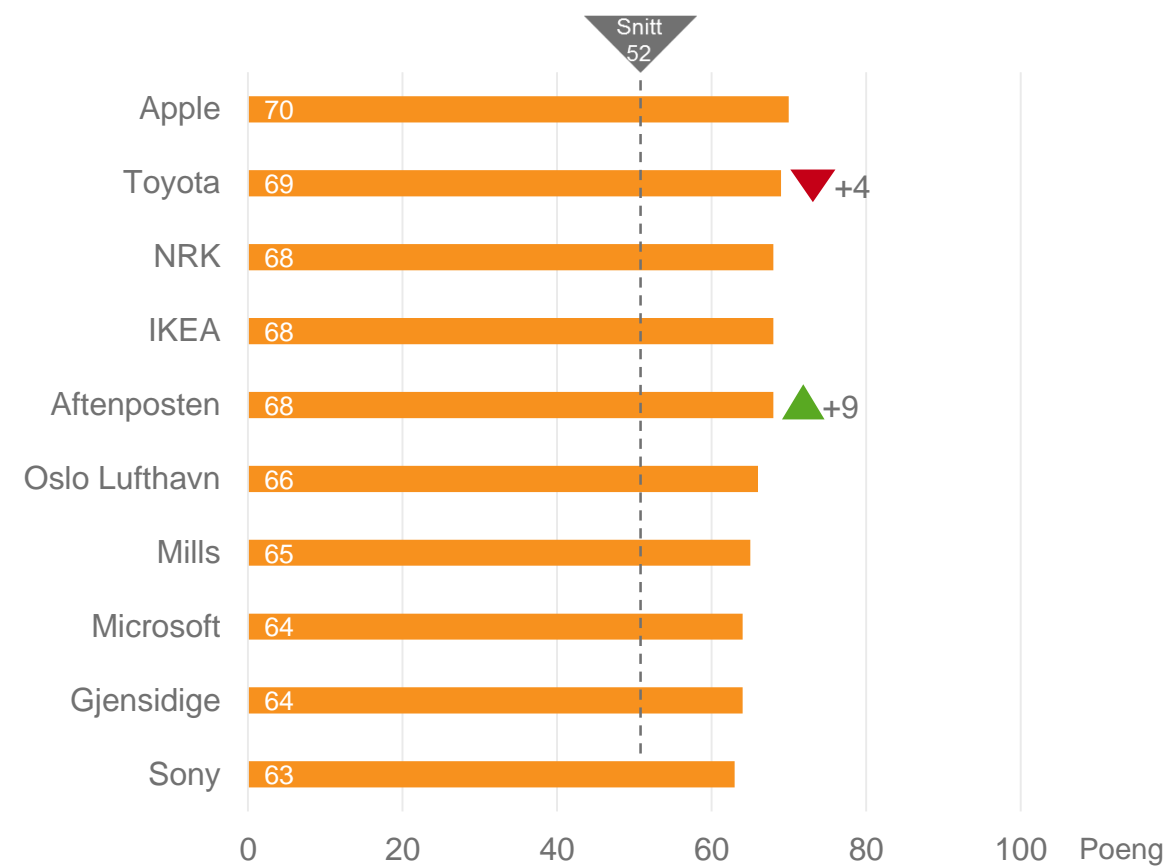
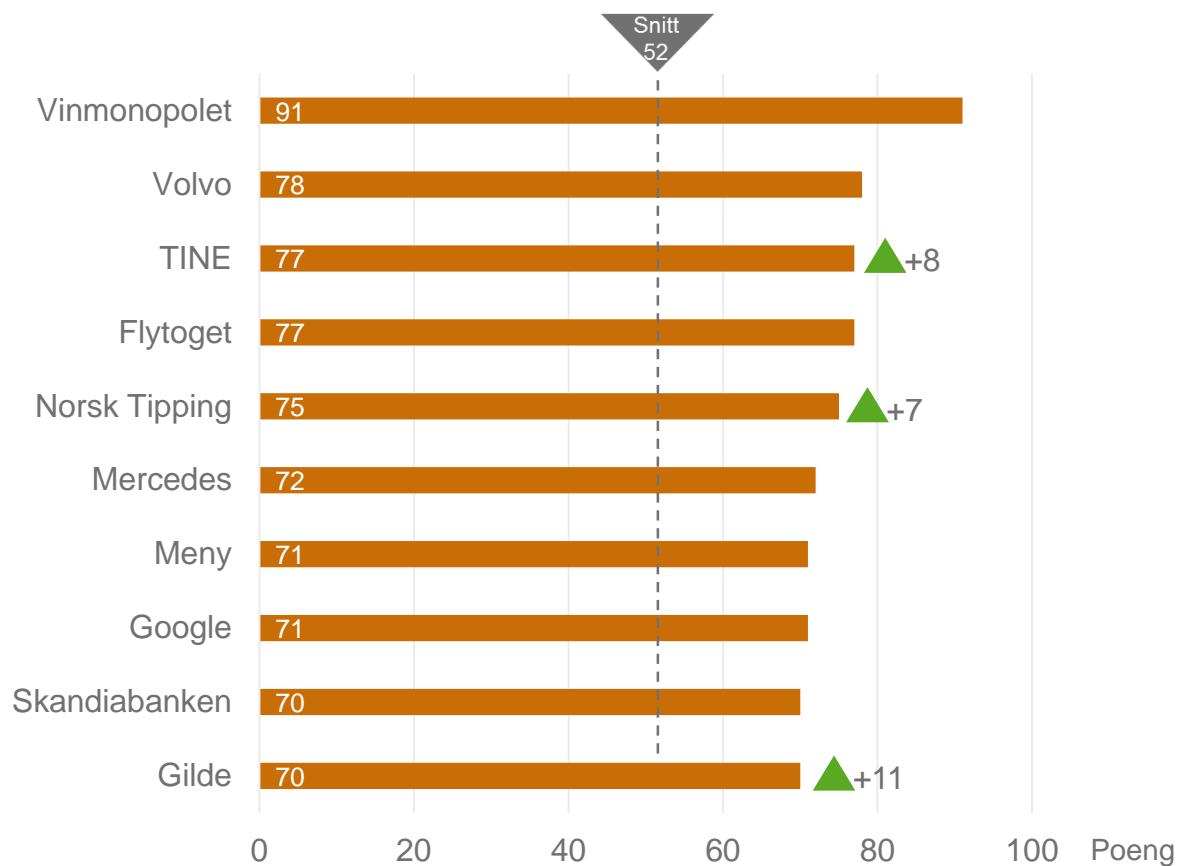
Produsenter	Handel	Media	Teknologi/SoMe	Bank	Transport
Coca Cola	Coop	Aftenposten	Altibox	DNB	Bane NOR
Gilde	IKEA	Canal Digital	Apple	Nordea	Bring
Hansa	Kiwi	Dagbladet	Facebook	Skandiabanken	Flytoget
Hydro	Meny	Discovery	Google	SpareBank1	Norwegian
Mills	NorgesGruppen	NRK	Microsoft	Storebrand	NSB
Orkla	REMA 1000	RiksTV	Samsung		Oslo Lufthavn
Prior	Vinmonopolet	TV2	Sony		Posten
Ringnes		VG			SAS
TINE					Sporveien
Spill	Forsikring	Mobil	Energi	Bil	Nettbuss
Norsk Tipping	Gjensidige	Chess	Hafslund	Bertel O. Steen	Nobina
	IF	NextGenTel	Shell	Harald A. Møller	Norgesbuss
	KLP	OneCall	Statkraft	Mercedes	Ruter
	Tryg	Telenor	Statoil	Toyota	Tide
		Telia		Volvo	Unibuss

# Hvordan bygge et godt omdømme?

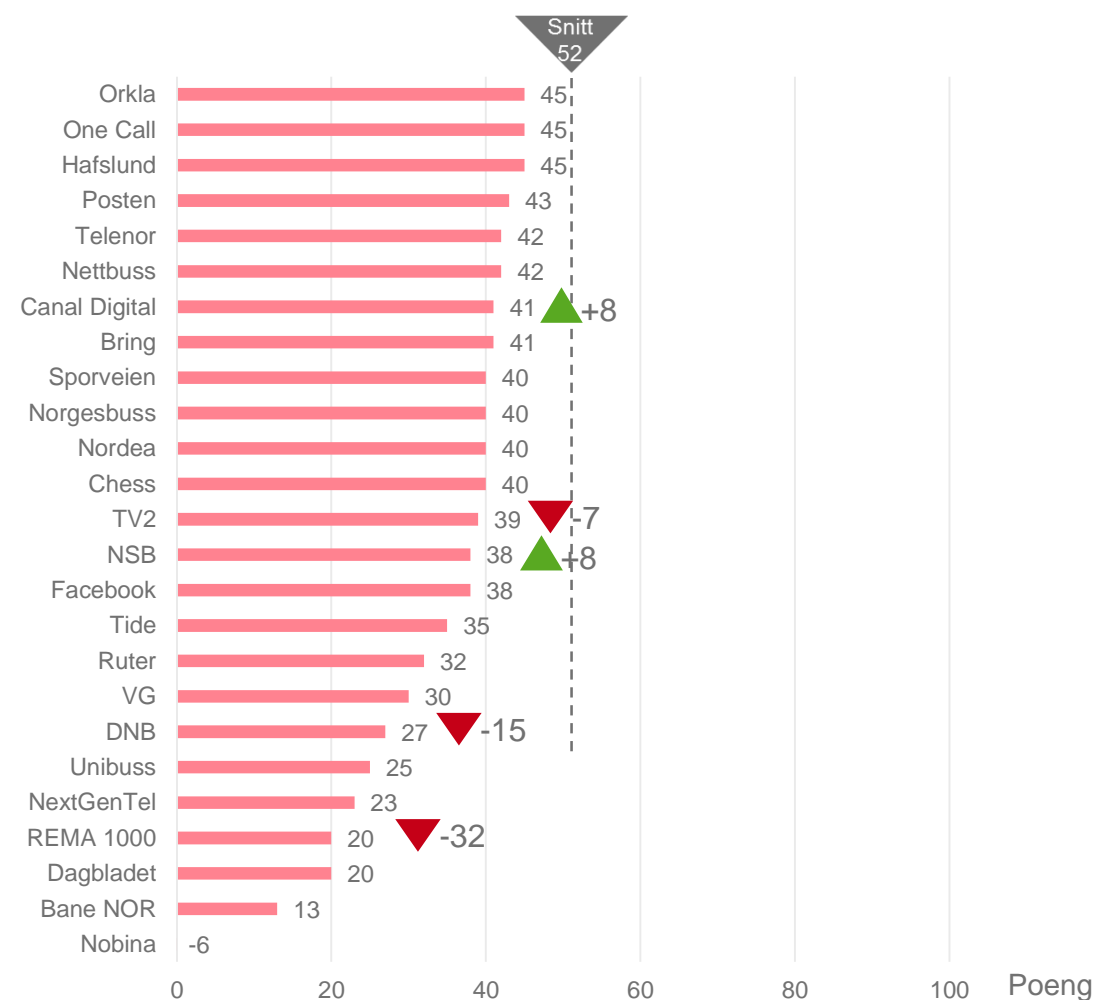
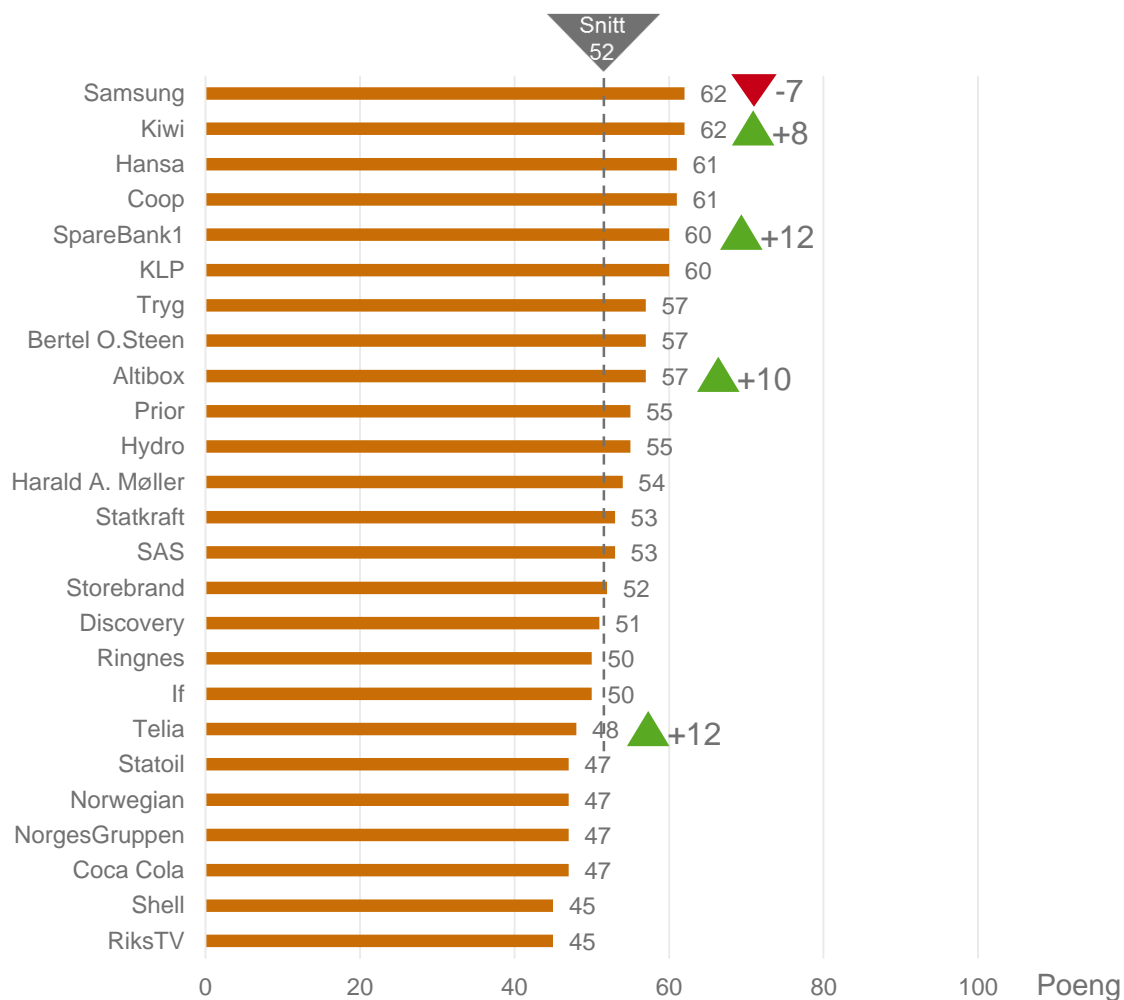
Omdømme er summen av emosjonelle og rasjonelle oppfatninger av – og forventninger til – virksomheten:



# Omdømmeindekser 2017: Topp 20 virksomheter



# Omdømmeindekser 2017: Øvrige virksomheter



Over 75 poeng: Særdeles sterkt omdømme  
 55-77 poeng: Sterkt omdømme  
 35-54 poeng: Sårbart omdømme  
 Under 35 poeng: Svakt omdømme

# Hva er driverne – årsakene – til et godt omdømme?

Oppsummering av viktige styrker og svakheter som påvirker omdømme til norske virksomheter på tvers av bransjer:

## Styrker

---

1. Tilby produkter & tjenester som folk har bruk for
  2. Fremstår som en virksomhet med dyktige medarbeidere
  3. Det er kjent og tydelig hva man holder på med
  4. Hevder seg godt i konkurransen med andre selskaper
  5. Har en sterk posisjon innenfor sin bransje
  6. Jobber for null skader på mennesker
- 

## Svakheter

---

1. Skiller seg ikke positivt ut i forhold til sammenlignbare selskap
  2. Er ikke en virksomhet som beundres og respekteres
  3. For lite opptatt av etikk og moral sammenliknet med andre
  4. Holder ikke det man lover
  5. Gir ikke et sympatisk inntrykk
  6. Fremstår ikke troverdig i media
-