RESICONX · Resilience is Strategy | Τετάρτη 18 Νοεμβρίου 2026, Ξενοδοχείο Divani Caravel, Αθήνα

Η εταιρική φήμη ως παράγοντας ανθεκτικότητας:

Πώς η εμπιστοσύνη των stakeholders υποστηρίζει την επιχειρησιακή συνέχεια

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Βαλέρια Τσάμη
Αντιπρόεδρος – Executive Director

era
RESEARCH & CONSULTANCY

Elvan Oktar
Founding Partner

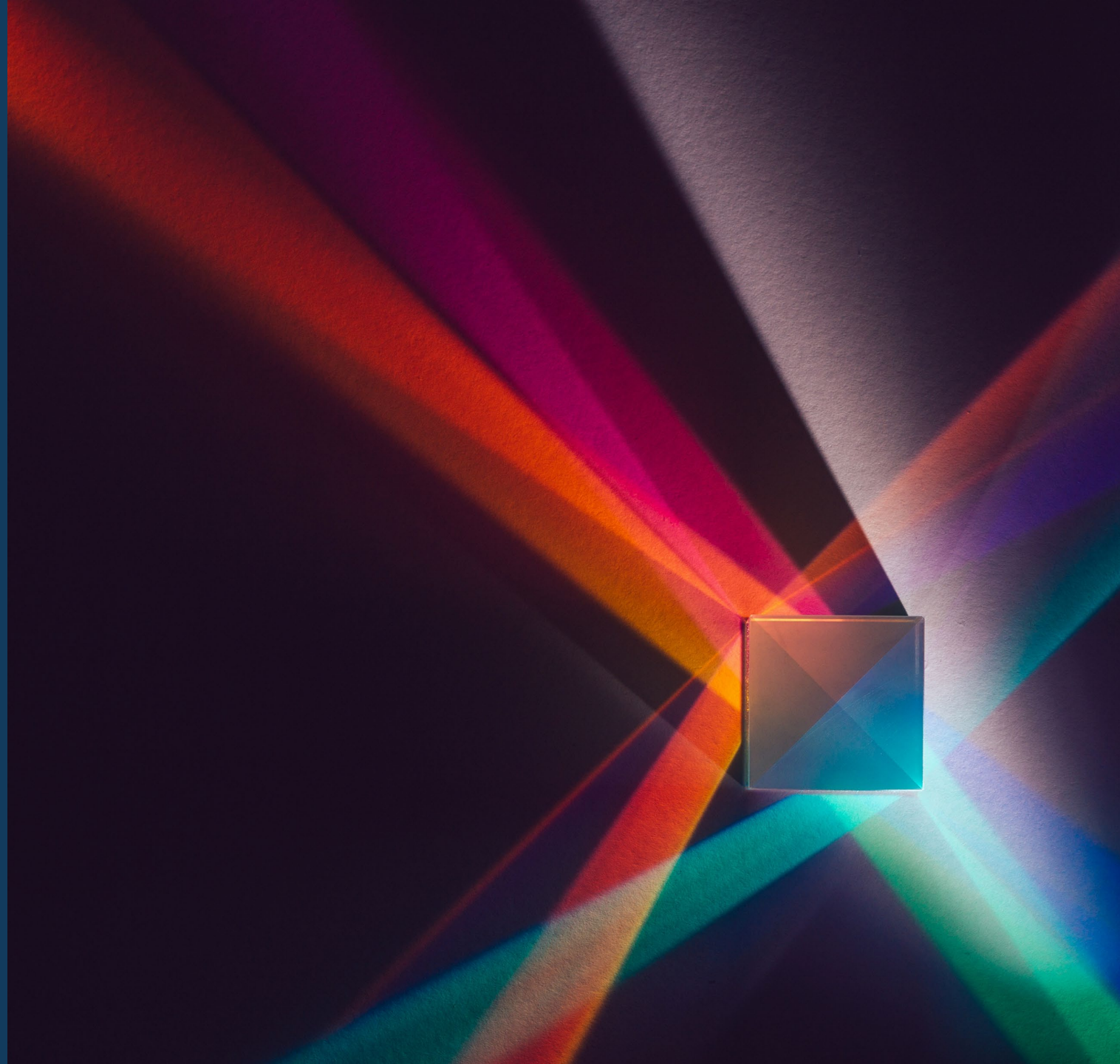
Η επιχειρηματική ανθεκτικότητα έχει μια ανθρώπινη πλευρά

Τα σχέδια διασφαλίζουν τη συνέχιση των λειτουργιών. Οι άνθρωποι και οι σχέσεις συμβάλλουν στη διατήρηση της εμπιστοσύνης.



Το ίδιο γεγονός. Διαφορετικές ερμηνείες.

Οι stakeholders κρίνουν ένα περιστατικό με βάση όσα ήδη γνωρίζουν και πιστεύουν για την εταιρεία.



Η ιστορία εξελίσσεται πιο γρήγορα από την επίσημη ανακοίνωση

Τα ψηφιακά σήματα αποκαλύπτουν αναδυόμενες ανησυχίες. Η έρευνα μεταξύ των stakeholders δείχνει σε ποιο επίπεδο βρίσκεται η εμπιστοσύνη.



Μια ισχυρή φήμη μπορεί να δημιουργήσει περιθώρια αντίδρασης.

Η εμπιστοσύνη που έχει κερδηθεί με την πάροδο του χρόνου μπορεί να κάνει τους stakeholders πιο πρόθυμους να ακούσουν μια εξήγηση και να περιμένουν τη λήψη μέτρων.



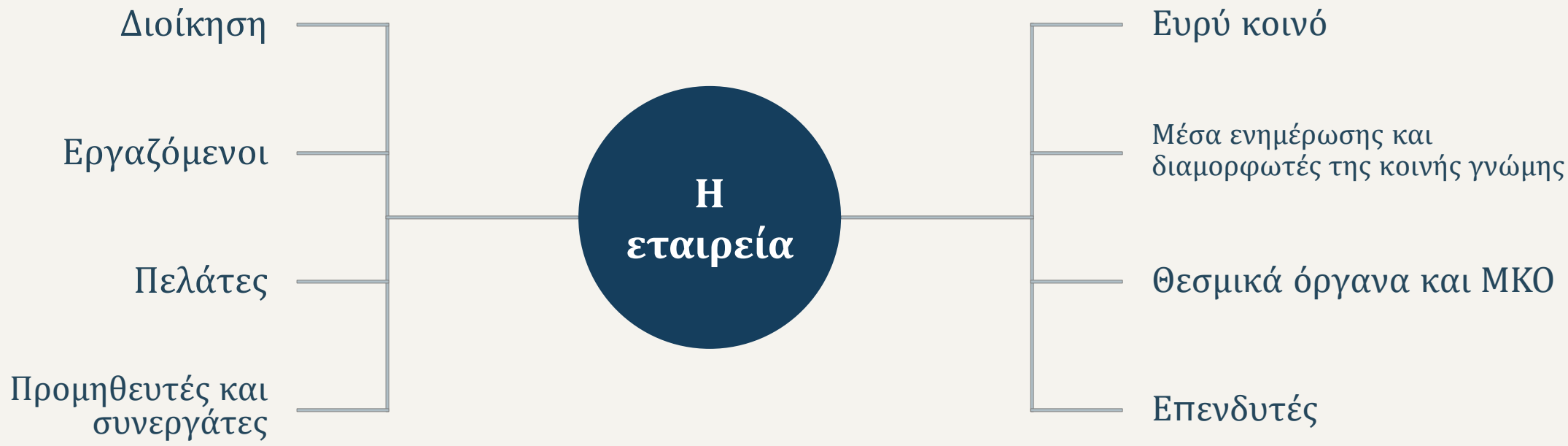


Η φήμη άλλαξε το σημείο εκκίνησης

Η προηγούμενη εμπιστοσύνη της έδωσε περιθώριο να αντιδράσει.
Η μέτρηση βοήθησε στην καθοδήγηση της αντίδρασης.

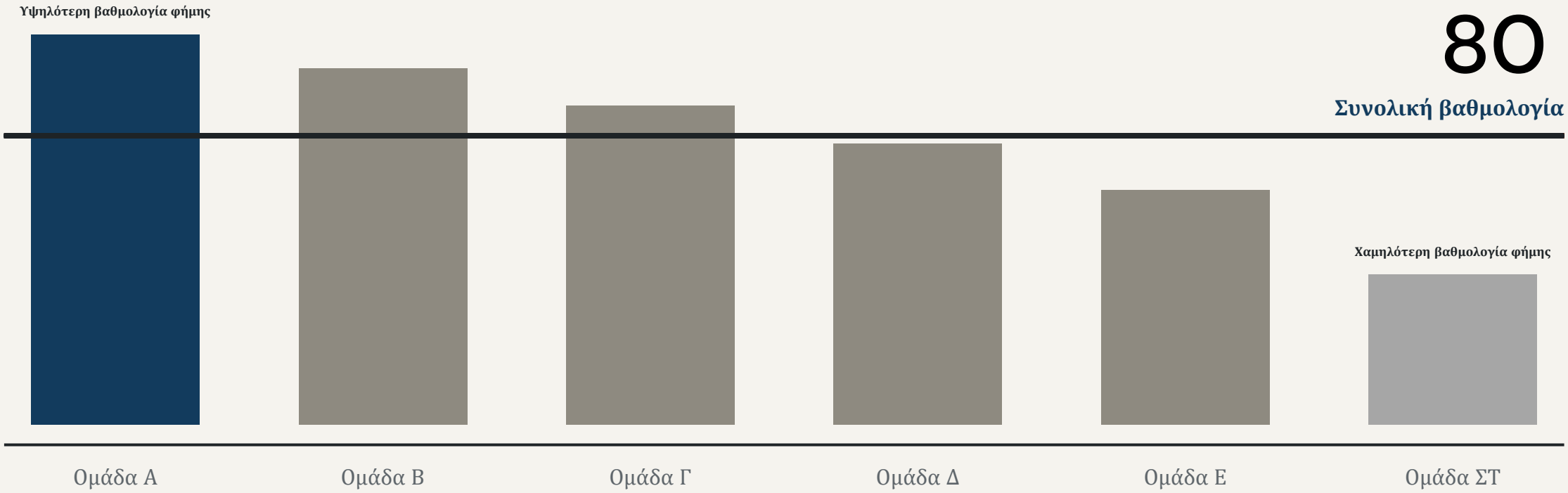
Μία εταιρεία. Διαφορετικές οπτικές των ενδιαφερόμενων μερών.

Το ReputationERA μετρά πώς βλέπουν την εταιρεία διαφορετικές ομάδες stakeholders και τι διαμορφώνει τις απόψεις τους



Μια υψηλή συνολική βαθμολογία μπορεί να κρύβει ένα χάσμα μεταξύ των stakeholders

Συνολικός Δείκτης Φήμης: 80. Ευρύ κοινό και φοιτητές: πάνω από 10 μονάδες χαμηλότερα



Τι λένε οι απαντήσεις της τεχνητής νοημοσύνης για την εταιρεία σας;

Παρουσία, αφήγημα και πηγές στις απαντήσεις της AI: μια νέα διάσταση στη μέτρηση της εταιρικής φήμης.



Η μέτρηση έχει σημασία όταν καθοδηγεί τη δράση

Μέτρηση

Σε όλες τις ομάδες ενδιαφερομένων

Προτεραιοποίηση

Όπου η εμπιστοσύνη είναι ευάλωτη

Δράση

Ορισμός υπευθύνων για τις αναγκαίες αλλαγές

Επαναμέτρηση

Στα κατάλληλα χρονικά διαστήματα

Μια σαφής στρατηγική: τι να μετρηθεί, σε ποιους και πότε.

Μια μελέτη που προχώρησε από τη μέτρηση στη διαχείριση

3

τομείς προτεραιότητας

2 από 3

δεν αποτελούν πλέον προτεραιότητες μετά τη δράση

+2

μονάδες στον συνολικό Δείκτη Φήμης

10 από 12

ομάδες stakeholders κατέγραψαν αύξηση

Το επόμενο κύμα έδειξε πρόοδο.

Αν τα σχέδια επιχειρησιακής συνέχειας δοκιμάζονταν αύριο, θα γνωρίζατε πού είναι πιο ευάλωτη η εμπιστοσύνη;

Η ανθεκτικότητα χτίζεται πριν από την κρίση.

Η εταιρική φήμη ως παράγοντας ανθεκτικότητας:
Πώς η εμπιστοσύνη των stakeholders υποστηρίζει την επιχειρησιακή συνέχεια

Focus Bari & ERA Research & Consultancy | RESICONx 2026

Ευχαριστούμε!

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Βαλέρια Τσάμη
Αντιπρόεδρος – Executive Director

era
RESEARCH & CONSULTANCY

Elvan Oktar
Founding Partner