

IMAGEANALYSEN 2024

Køb IFOs Imagepakke

- og få indsigt til at forbedre jeres image og kommunikation

- **Hovedrapport** med resultater for samtlige 100 virksomheder og årets udvikling og tendenser
- **Virksomhedsspecifik sparringsmøde og rapport** med fokus på din virksomheds resultater og vigtigste indsatsområder
- **Detaljeret benchmark** af din virksomheds resultater imod andre virksomheder fra analysen
- **Samme metode i 23 år**

Pris, ekskl. moms: kr. 47.500,-



De 100 største og mest toneangivende virksomheders image blandt **ledere** i dansk erhvervsliv (= højt perceptionsniveau)

Kontakt:

Palle Klinke Hansen

E-mail: pkh@ifo-analyser.dk

Tlf. 4094 9212

Keld Holmgaard

E-mail: kh@ifo-analyser.dk

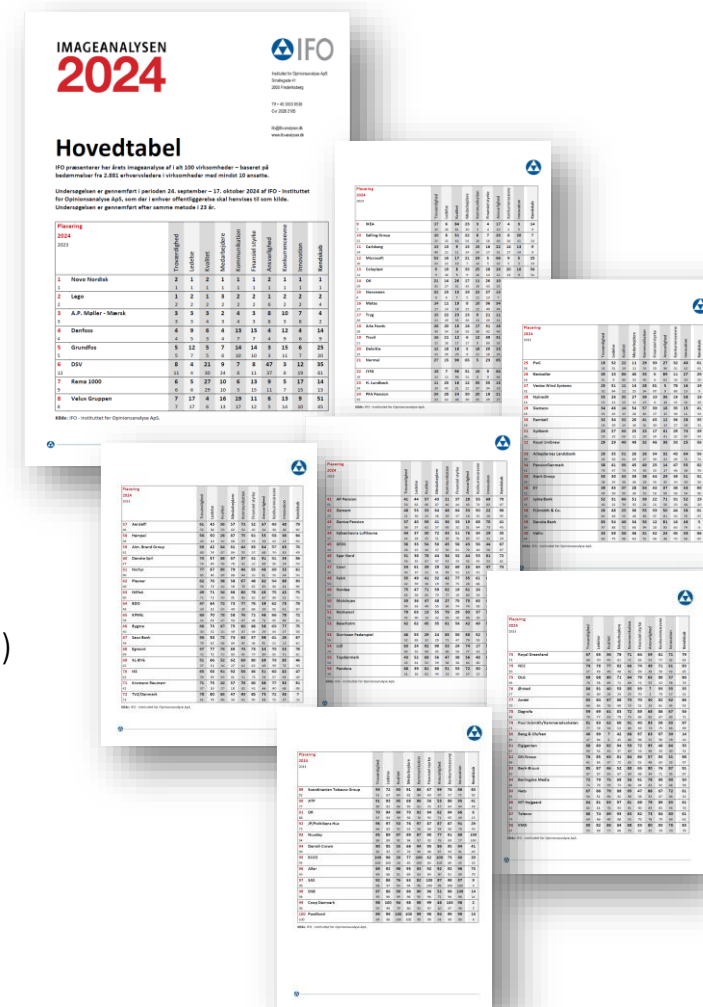
Tlf. 2820 4581

Kom bagom placeringerne

- og få direkte input til et bedre image

Vi går i dybden med:

- Virksomhedens kendskab (størrelse af image)
- Bedømmelsen på de ni imageparametre (styrken af image)
- + bedømmelse på disse parametre:
 - En virksomhed, jeg gerne ville arbejde for (= rekrutteringsimage)
 - Dit samlede indtryk af virksomhedens image, inklusive eventuelle andre imageforhold (= umiddelbar perception)
 - Er virksomhedens samlede image, efter din opfattelse, i dag bedre, dårligere eller uændret i forhold til for et år siden? (= umiddelbar perception)
- Virksomhedens image i en række målgrupper af lederne (stillingskompetence, alder, køn, geografi, størrelse på virksomhed, branche)
- Forskel mellem virksomhedens ImageKapital (= bedømmelse af dem, der kender godt) og OmdømmeIndtryk (= bedømmelse af dem, der kender lidt)
- Virksomhedens KommunikationsPotentiale - kan virksomheden kommunikere sig til et bedre image, og på hvilke områder?
- Virksomhedens Imagedrivers – detaljeret korrelations- og driveranalyse.



**Pris, ekskl. moms:
kr. 47.500,-**

Om undersøgelsen

- ▶ De 100 største og mest toneangivende virksomheders image blandt **erhvervsledere** i dansk erhvervsliv = eksperterne, der ved hvad de bedømmer = bedømmelser på et højt perceptionsniveau
- ▶ **2.881** besvarelser fra ledere i virksomheder med mindst 10 ansatte
- ▶ Gennemført 24. september – 17. oktober 2024
- ▶ Hovedresultater offentliggøres i Berlingske 8. november 2024
- ▶ Undersøgelsen er gennemført efter samme metode i 23 år – omfattende historik



Danmarks største og mest omfattende benchmark-analyse af virksomheders image !

Profil af deltagerne i undersøgelsen

Respondenterne er på et højt **ledelsesniveau** med hele 54% topledere og 26% fra store virksomheder med mere end 500 ansatte.

Erhvervsledere som målgruppe er interessant og relevant af flere årsager. De ved generelt mere om de virksomheder og de forhold, de bedømmer. Der er tale om et højere perceptionsniveau end man normalt ser i tilsvarende undersøgelser i f.eks. befolkningen. Fordi de selv er erhvervsledere og beskæftiger sig med deres

egen virksomheds image, branding og kommunikation, og fordi de i højere grad følger med i erhvervsnyhederne i pressen og i øvrigt følger med og sætter sig ind i, hvad der skaber og driver en virksomheds image, og i hvad der omvendt kan skade det. Og dette ofte på et tidligere tidspunkt, end perceptionen når ud til den almene befolkning. Erhvervslederne har altså et mere up-to-date kendskab til virksomhederne. Også ud fra et rekrutteringsmæssigt synspunkt er de interessante.

Din stilling?

Adm. direktør/koncerndirektør	54%
Anden direktør	22%
Funktionschef	16%
Anden leder	8%

Antal ansatte i din virksomhed?

Under 100	56%
100-249	11%
250-499	7%
500-999	7%
1.000 eller flere	19%

Geografi:

Øst	54%
Vest	45%
Udland	1%

Virksomhedens hovedaktivitet?

Industri/produktion	21%
Handel + Transport	23%
Service + Finans	37%
Andet inkl. offentlig virk/institution	25%

Køn:

Kvinde	23%
Mand	77%

Din alder?

Under 40 år	8%
40-49 år	24%
50-59 år	43%
60 år eller mere	26%

De 100 virksomheder i undersøgelsen

A.P. Møller - Mærsk	Deloitte	Kromann Reumert	PwC
Aller	Demant	Københavns Lufthavne	Rambøll
Alm. Brand Group	DFDS	Lego	Rema 1000
Andel	DLG	Lidl	Rockwool
AP Pension	DR	Matas	Royal Greenland
Arbejdernes Landsbank	DSB	Microsoft	Royal Unibrew
Arla Foods	DSV	Molslinjen	Salling Group
ATP	ECCO	MT Højgaard	SAS
Bang & Olufsen	Egmont	NCC	Saxo Bank
BDO	Elgiganten	Nets	Scandinavian Tobacco Group
Bech-Bruun	EY	Nilfisk	Siemens
Beierholm	Falck	Nordea	Spar Nord
Berlingske Media	FLSmidth & Co.	Norlys	Stark Group
Bestseller	GN Group	Normal	Sydbank
Bygma	Gorrissen Federspiel	Novo Nordisk	Telenor
Carlsberg	Grundfos	Novonesis	Tivoli
Coloplast	H. Lundbeck	Nuuday	Topdanmark
Coop Danmark	Hempel	Nykredit	Tryg
Cowi	IKEA	OK	TV2/Danmark
Dagrofa	ISS	Pandora	Velliv
Danfoss	JP/Politikens Hus	PensionDanmark	Velux Gruppen
Danica Pension	JYSK	PFA Pension	Vestas Wind Systems
Danish Crown	Jyske Bank	Plesner	XL-BYG
Danske Bank	KMD	PostNord	Ørsted
Danske Spil	KPMG	Poul Schmith/Kammeradvokaten	Aarsleff

Image-parametre

Betydningsvægt / Imagedriver:

Hvilken betydning tillægger du disse 9 parametre, når du skal bedømme virksomheders image?

Kendskab:

Hvor godt kender du disse virksomheder med hensyn til at kunne bedømme dem på de 9 parametre?

Bedømmelse: (hvis Kender godt, nogenlunde, lidt)

Ledelse:

Ledelsen er dygtig til at håndtere de udfordringer, som virksomheden står overfor

Troværdighed:

Virksomhedens medarbejdere og ledere gør det, de siger

Medarbejdere:

Virksomhedens medarbejdere er kompetente og service-mindede

Kommunikation:

Ledelsen er dygtig til at formidle virksomhedens vision og værdier til omverdenen

Ansvarlighed:

Virksomheden tager ansvar for miljø, klima, medarbejdere og samfund

Kvalitet:

Virksomhedens produkter og service er af høj kvalitet

Innovation:

Virksomheden evner at produktudvikle og gå nye veje

Finansiel styrke:

Virksomheden er økonomisk sund og veldrevet

Konkurrenceevne:

Virksomheden er god til at skabe indtjening og vækst i konstant konkurrence



Overordnet umiddelbar perception

Dit samlede indtryk af virksomhedens image, inklusive eventuelle andre imageforhold

Overordnet umiddelbar perception

Er virksomhedens samlede image, efter din opfattelse, i dag bedre, dårligere eller uændret i forhold til for et år siden?

Rekrutteringsimage

En virksomhed, jeg gerne ville arbejde for

ImageKapital og OmdømmelIndtryk

- og KommunikationsPotentiale

- ▶ Image handler om at have den rigtige balancegang. Om at skabe tillid, tryghed, troværdighed og overbevisning/resultater/dokumentation. **Image er Tillid!**
- ▶ Image er det samlede sæt af opfattelser og indtryk/følelser hos alle, der kender til virksomheden:
 - ▶ Hos dem, der kender virksomheden godt = virksomhedens **ImageKapital**
 - ▶ Og hos dem, der kender den mindre, men dog har et indtryk af den = virksomhedens **OmdømmelIndtryk**
- ▶ Altså en balancegang mellem:
 - ▶ De **HÅNDGRIBELIGE OPFATTELSER** af virksomheden
 - ▶ De **UHÅNDGRIBELIGE INDTRYK/FØLELSER** af virksomheden



Har din virksomhed et **kommunikationsPotentiale** på kort sigt?

Kan din virksomhed kommunikere sig til et bedre image?

På hvilke parametre er der det største potentiale, som der bør kommunikeres mere om her og nu?

Eller skal der alene en mere fundamental indsats til for at forbedre imaget – og på hvilke parametre?



Hvad driver din virksomheds image?

Detaljeret korrelations- og driveranalyse mellem bedømmelsen af virksomheden på de 9 imageparametre imod bedømmelsen af den umiddelbare perception/bedømmelse af: "Dit samlede indtryk af virksomhedens image, inklusive eventuelle andre imageforhold"

På hvilke parametre er der det største fundamentale indsatsområde?

Når der tages højde for virksomhedens egne drivers af og bedømmelsen på de 9 imageparametre

Det handler om at være kendt af mange

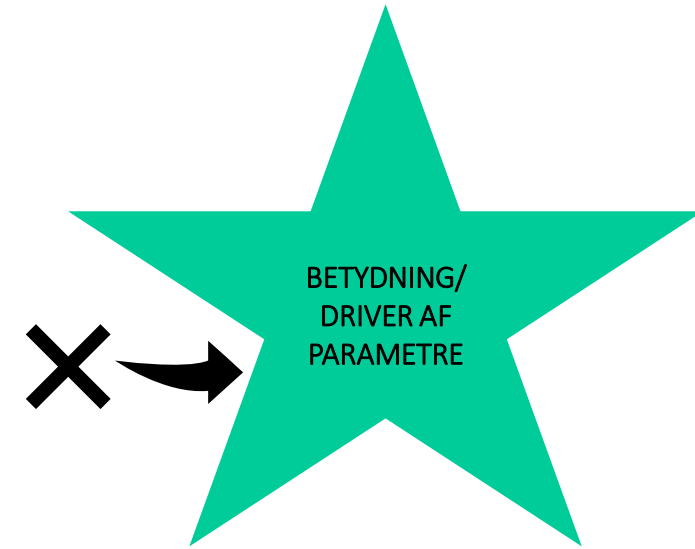
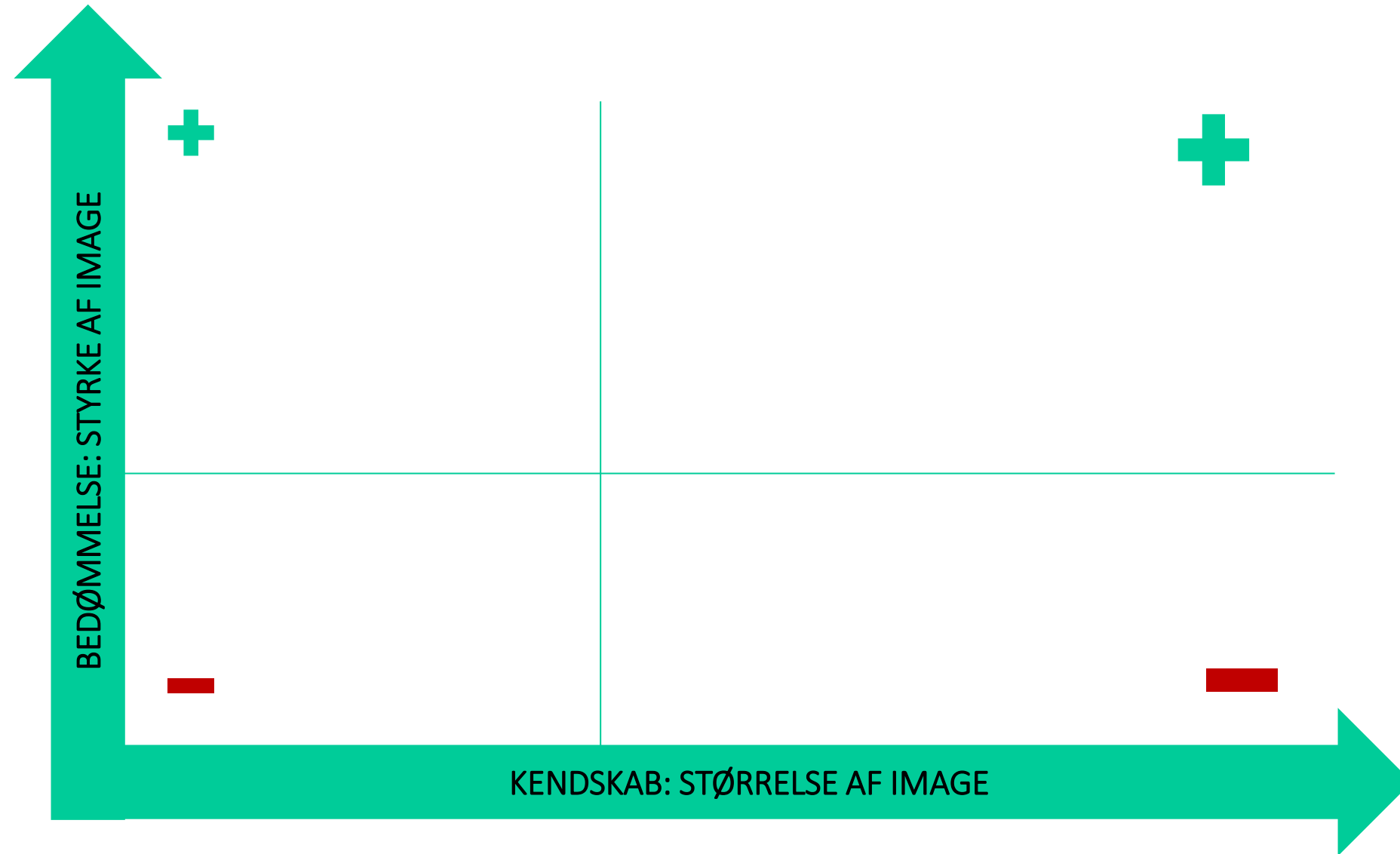
- ... for at gøre det godt (stærkt image)
- ... på de forhold, som betyder mest (imagedrivers)

Værst er det at være kendt af mange

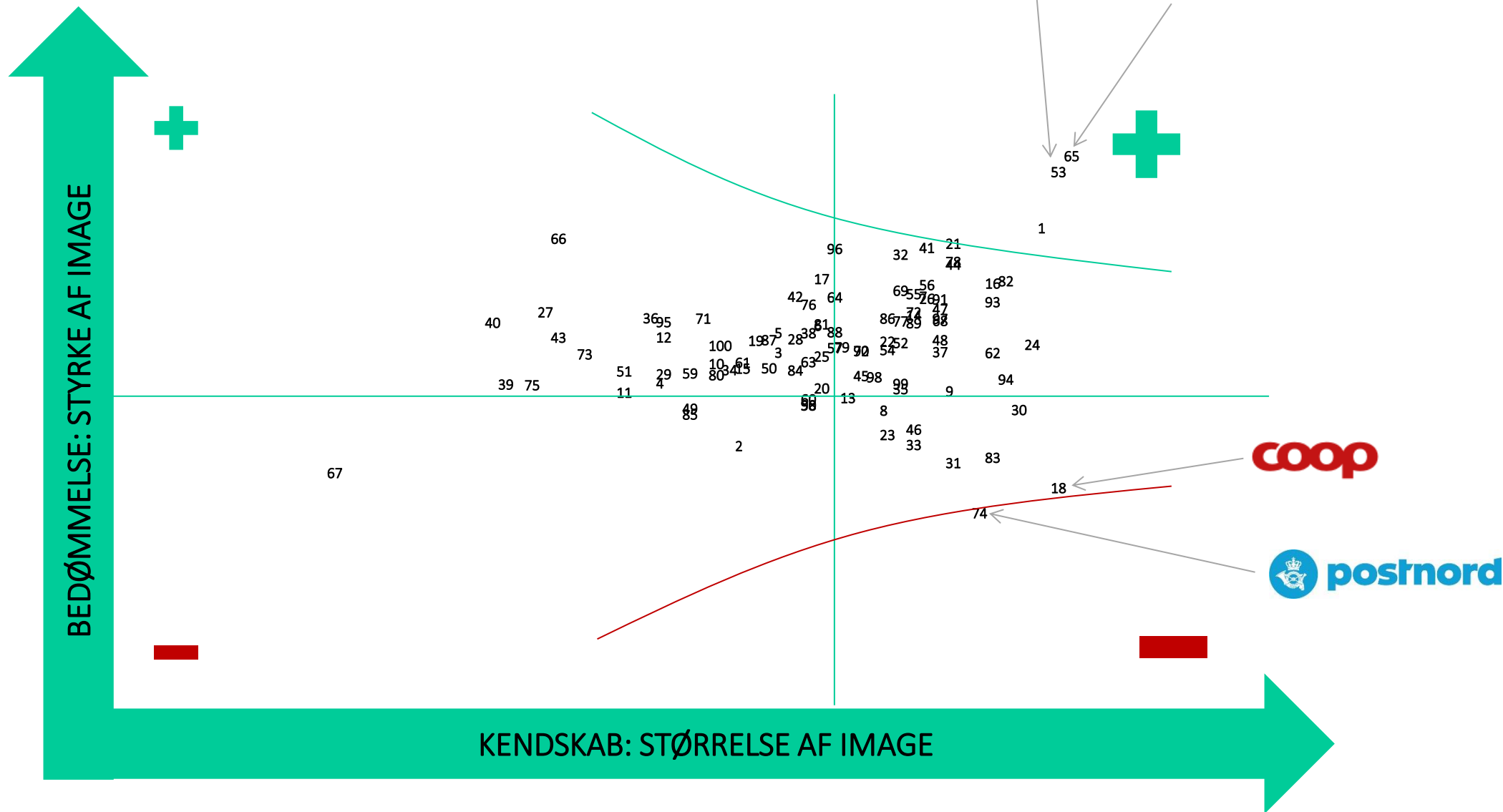
- ... for at gøre det dårligt (svagt image)
- ... på de forhold, som betyder mest (imagedrivers)



IFOs IMAGEMODEL



IFOs IMAGEMODEL



IFOs IMAGEMODEL

IMAGE DRIVERS
Betydning af parametre

X

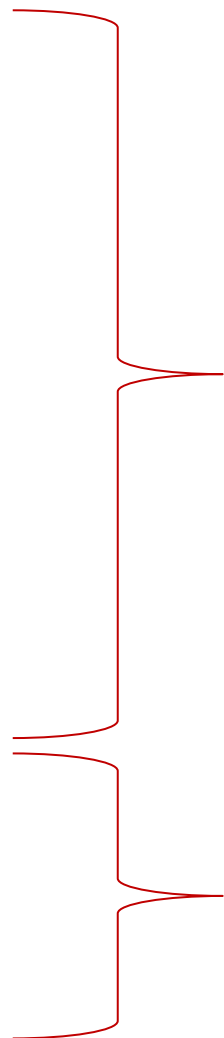
STØRRELSE AF IMAGE
Kendskab

X

STYRKE AF IMAGE
Bedømmelse / Perception

ImageKapital
Bedømmelse af dem, der kender godt

OmdømmeIndtryk
Bedømmelse af dem, der kender lidt



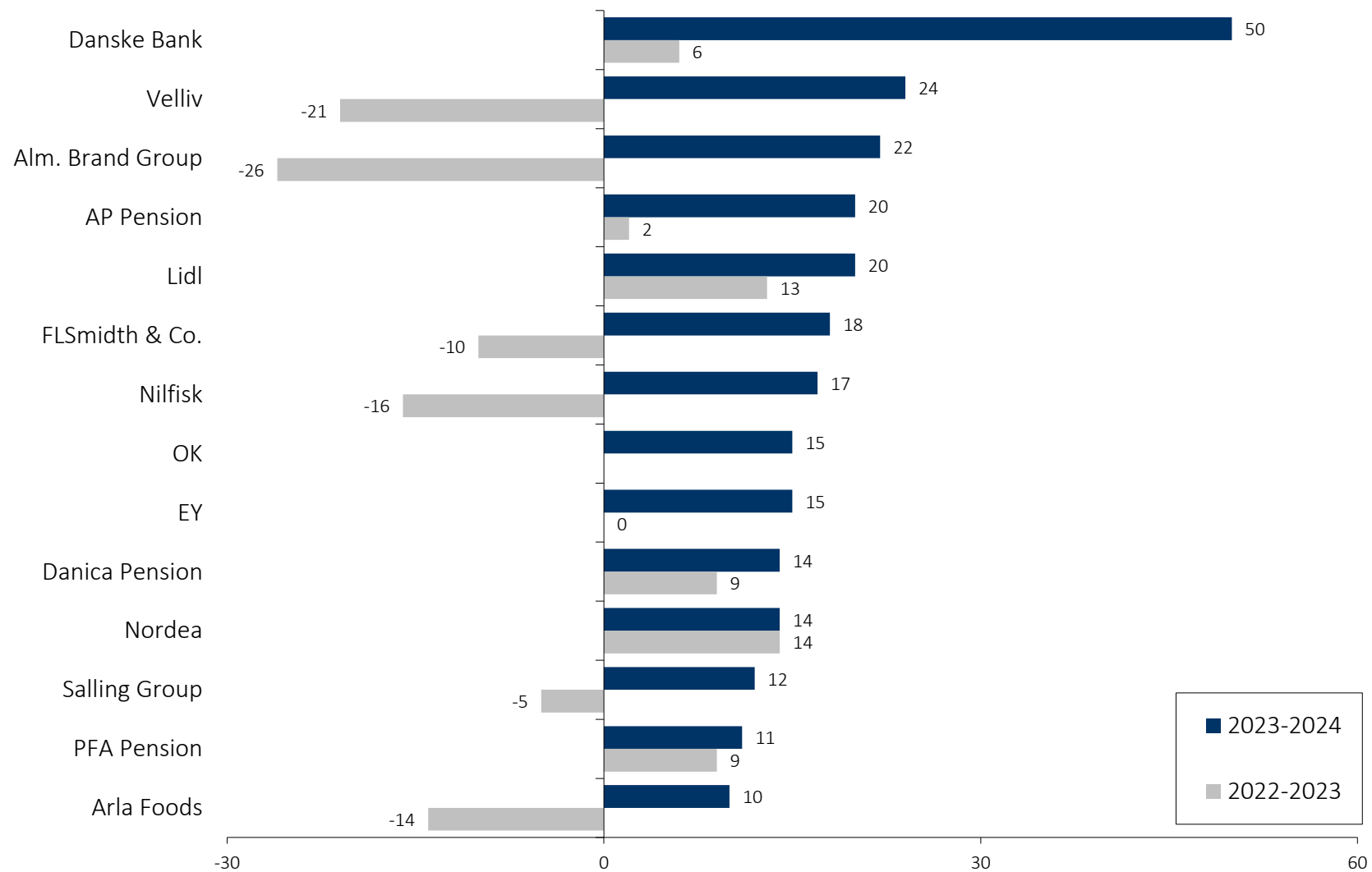
=

IMAGE SCORE
Samlet styrke i markedet

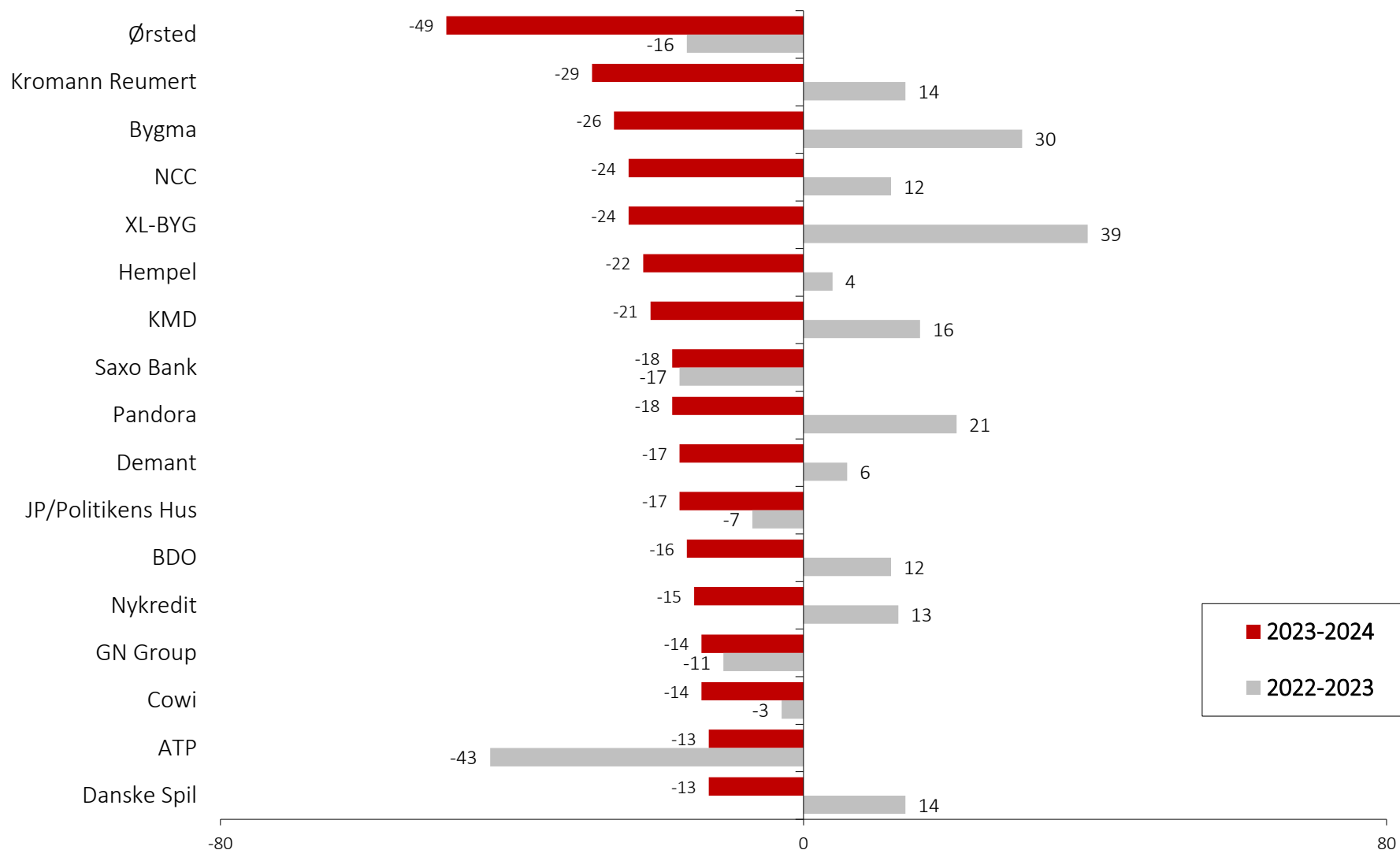
=

**Kommunikations-
potentiale**
Forskel mellem ImageKapital og
OmdømmeIndtryk

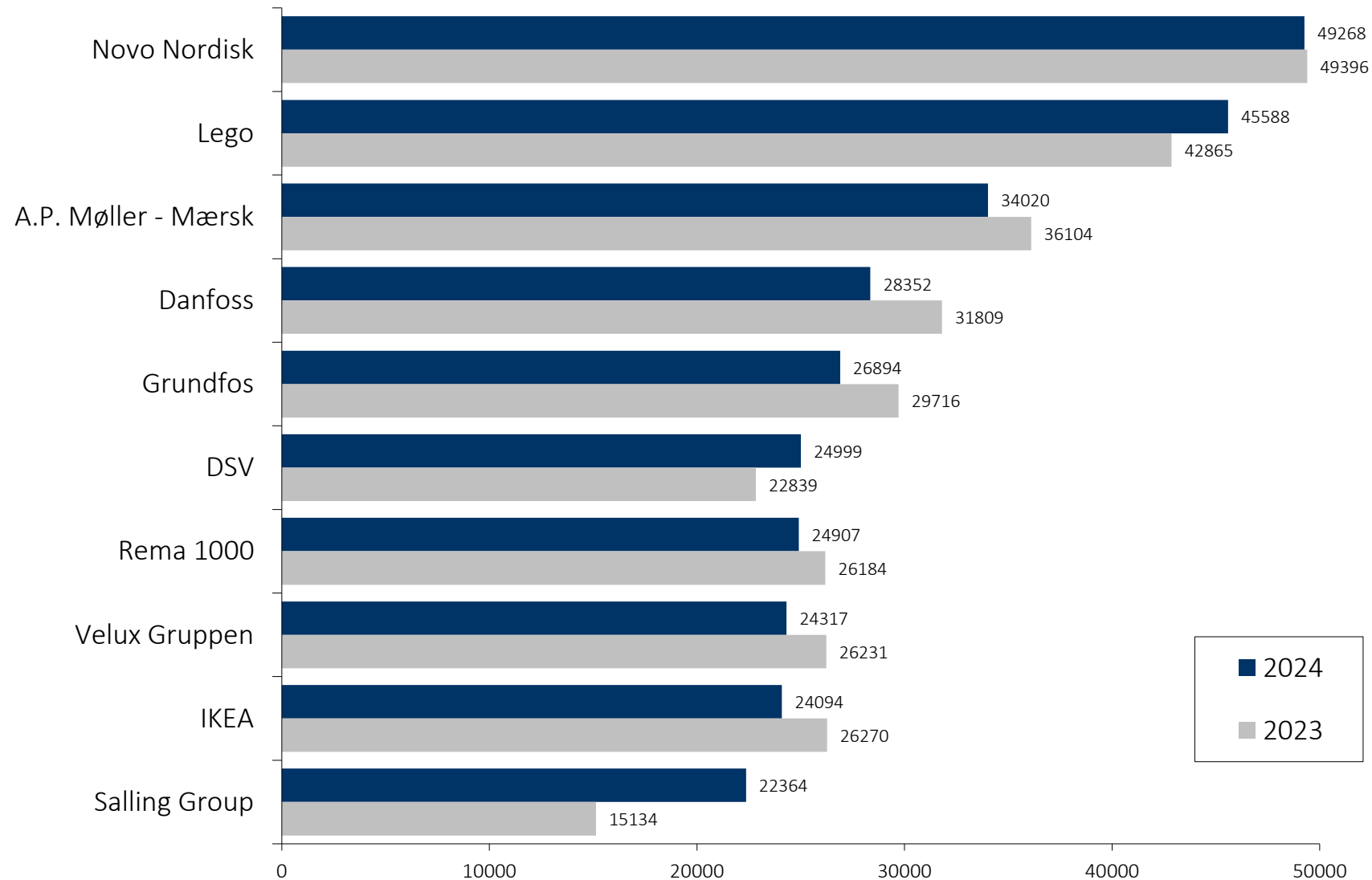
Størst vækst i samlet image placering:



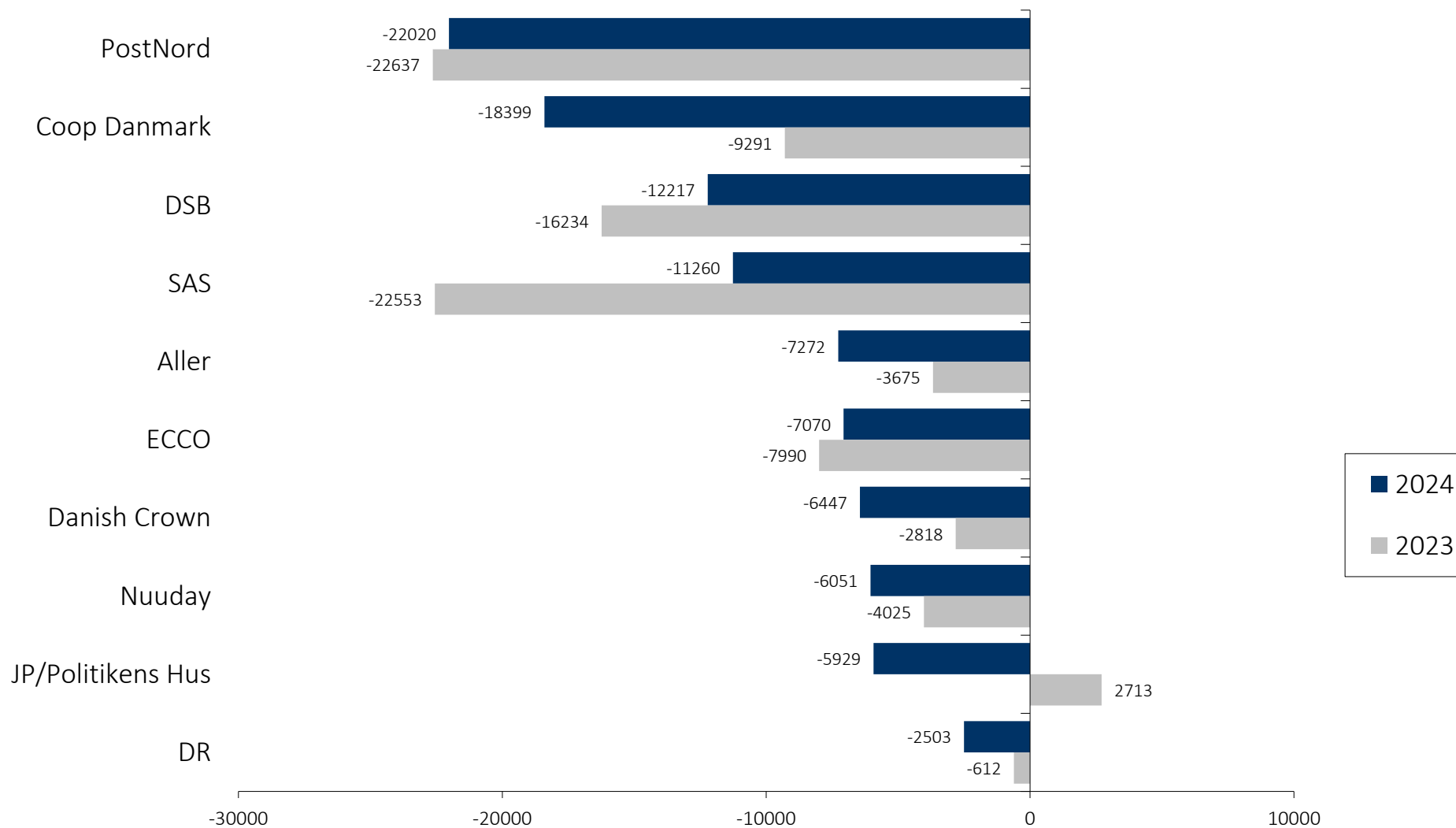
Størst tab i samlet image placering:



Samlet Image score 2024 – Top 10

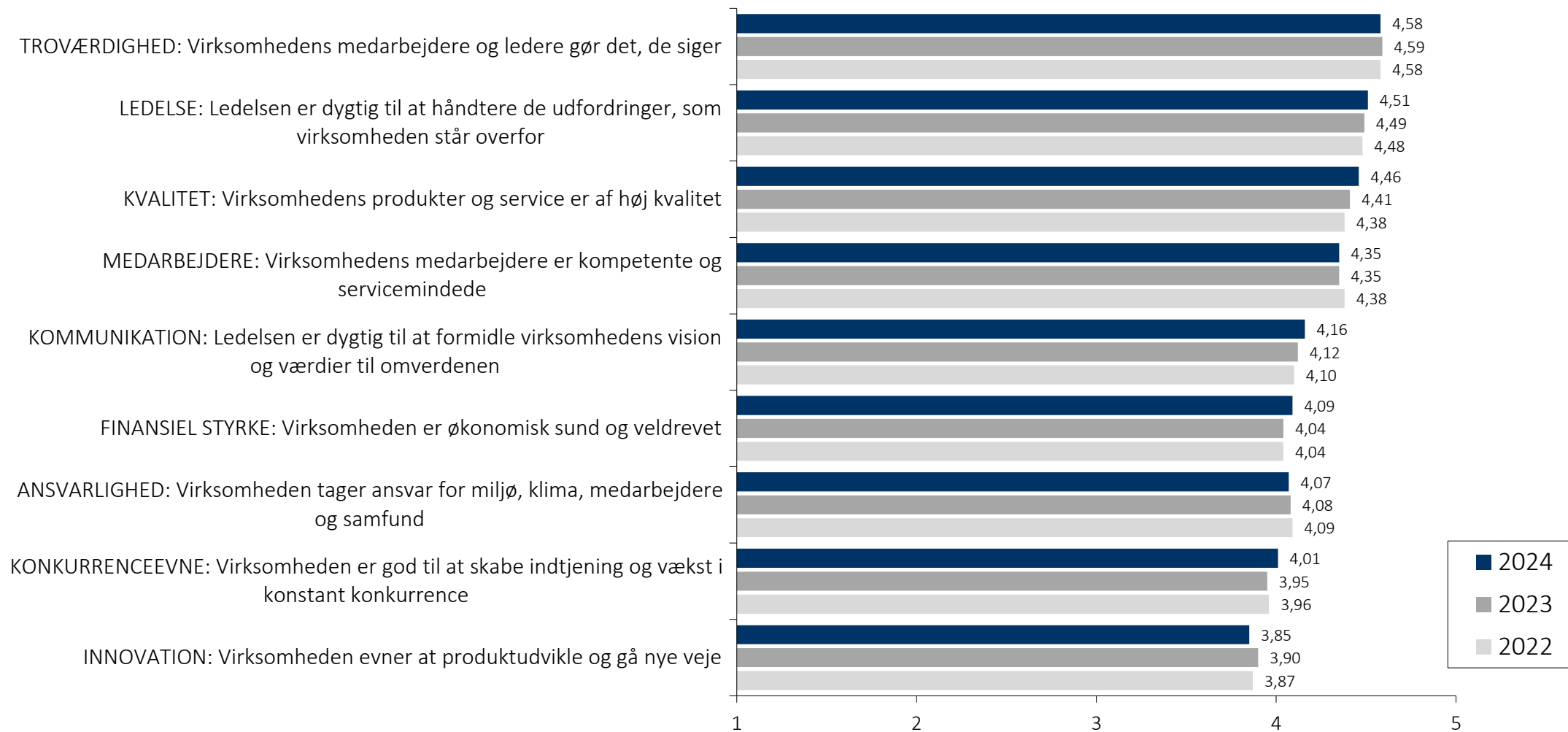


Samlet Image score 2024 – Bund 10



Vigtighed / Imagedrivers - adspurgt

Hvilken betydning tillægger du disse 9 parametre, når du skal bedømme virksomheders image?





Kontakt:

Palle Klinke Hansen

E-mail: pkh@ifo-analyser.dk

Tlf. 4094 9212

Keld Holmgaard

E-mail: kh@ifo-analyser.dk

Tlf. 2820 4581