



asérülések fájdalmas kockázatai és
mellékhatásai

(Ön)veszélyes támadások a jó hírnév ellen

2016.02.03.

dr.serenyi.janos@ertektrend.hu



Élet a VW botrány előtt és után

Soproni autókereskedés honlapjáról

(2016/02/02)

Best Cars 2016”: a Volkswagen Csoport modelljei nyolc első helyezésnek örülhettek

Volkswagen: Európának vezető szerepet kell betöltenie az elektromos mobilitás területén

Volkswagen adomány a Csányi Alapítvány 10. születésnapja alkalmából



„Hét ok, amiért a Volkswagen rosszabb, mint az Enron”.

Tízmilliárd euróba kerül a talpra állás



Sok millió gépkocsi visszahívása

A költségek eltörpülnek a **márkasérülések** „**gyógyítási kiadásai**” mellett.

A jó hírnév csorbulása a legnagyobb üzleti kockázat

- 2015. Aon globális felmérés
- 1500 cég top 10-es listáját jelentős előnnyel a jó hír csorbulása vezeti!!!



Top 10 Risks

Aon Risk Consulting Survey

1. Damage to reputation/brand
2. Economic slowdown/slow recovery
3. Regulatory/legislative changes
4. Increasing competition
5. Failure to attract or retain top talent
6. Failure to innovate/meet customer needs
7. Business interruption
8. Third-party liability
9. Cyber risk
10. Property damage

Az összegző riport kiemeli

A vállalati hírnév, a reputáció, a márkába vetett bizalom sérülése olyan kockázatot jelent, amelynek elkerülésére, illetve csökkentésére rendkívüli erőfeszítéseket kell tenni!

Ami segít

SPINOZA
ETIKA

MAGYAR BELKÖN



ŐSZINTESÉG

Jól csinálod!

www.demotivalo.com

V. osztály

Ismeretelemek:

Párbeszéd:

Szerkezet:

1. Megszólítás: szándéknyilvánítás
2. A témát kifejtő közlések egymáshoz kapcsolódó sorozata.
3. A téma lezárása, a kapcsolat megszakítása.

Nyelvi és nem nyelvi eszközei.

Hiányos párbeszéd: a beszédhelyzetnek rendelődik alá.

Helyesírási kérdések

A párbeszéd szerepe az irodalomban



„Hálás vagyok, ha valaki megnevetett, sírni magamtól is tudok.” (Gálvölgyi János)



”Ha azt mondja, hogy a gyermeke miattunk kövér, akkor az olyan, mintha azt mondaná, hogy a Hooters hibája, hogy a férje kedveli a nagy kebleket.”

Német egység létrejöttének 25. évfordulóján sajtókampány

- VW egész oldalas hirdetésekkel köszönte meg az olvasók iránta való 25 éves hűségét.
- Több lapban a bűnbánó autógyártó szerepében jelent meg a cég. *„Mindent megteszünk, hogy visszanyerhessük az Önök bizalmát.”*

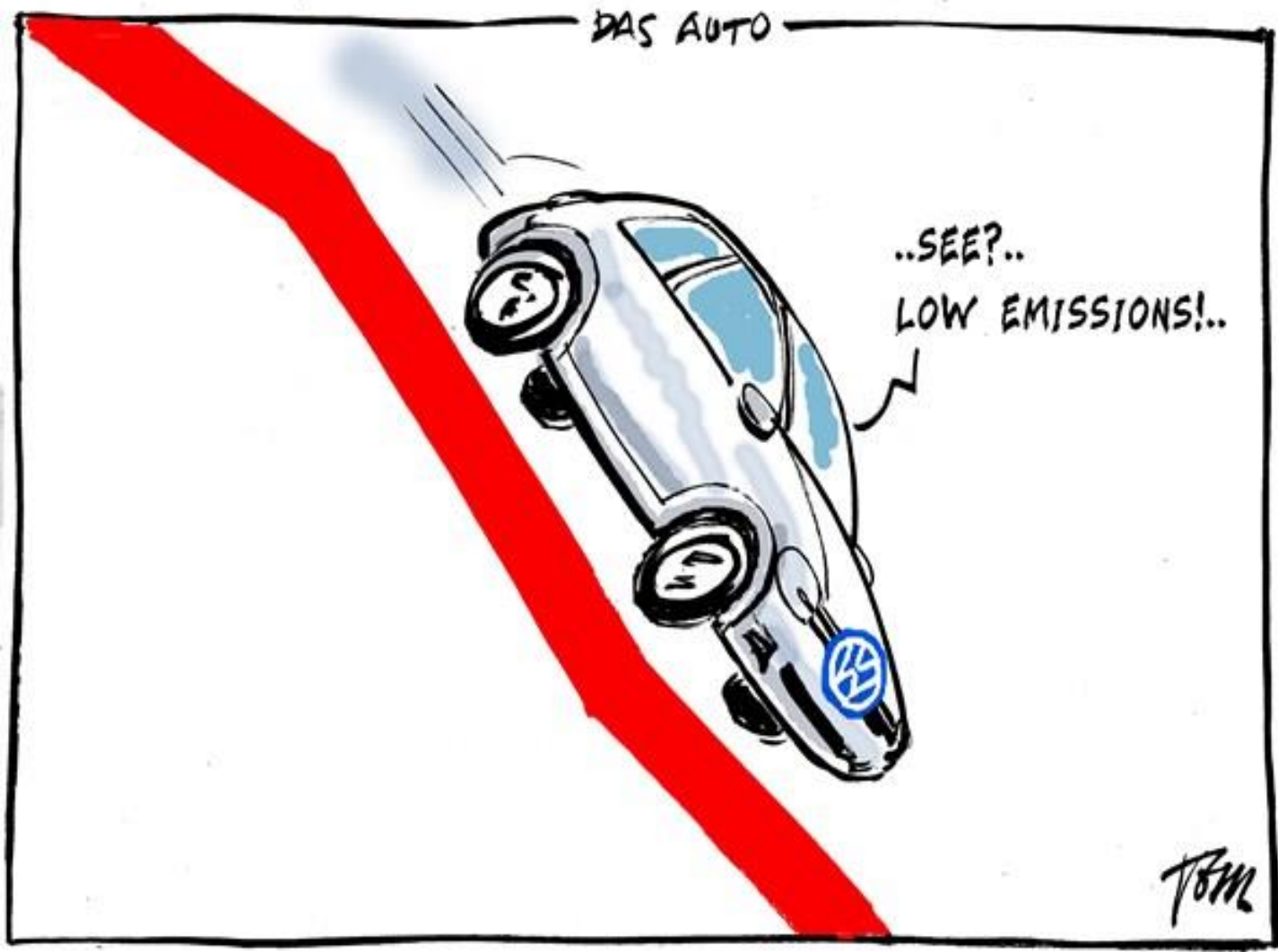
DAS AUTO...



Ezzel sem kezdődött meg a manipulált dízelmotorokból kiinduló füst megnyugtató feloszlása.

„No azért maradt még bőven pénz a VW farzsebében álszent dolgokra.”

„Inkább a megfelelő technológiákba investálnának, mint a reklámba!”



Miként folytatódik a Volkswagen Saga?

A márkasérülések „gyógyulási ideje” kitolódik...

...miközben egyre több a veszélyhelyzet.

Minden korábbinál több óvatosság és szaktudás kell az önveszélyes akciók elkerüléséhez is.

Nem lehet eléggé hangsúlyozni:

Warren Buffett:

„20 évig tart a jó hírnév felépítése, ami 5 perc alatt leomolhat. Sok mindent máshogy csinálsz majd, ha ezt jól átgondolod.”