StratejiCo.

Güvenecek Kimse Yoksa, İnanacak Sistem de Yoktur

Edelman Güven Barometresi 2017

Güvenecek Kimse Yoksa, İnanacak Sistem de Yoktur

11 Ağustos 2017

2017 Edelman Güven Barometresi'ne göre, tüm dünyada bir güven krizi yaşanıyor. Ankete katılan 33.000 kişiden alınan verilere göre dünya nüfusu kamuoyu güvenini oluşturan 4 kola birden -işletme, hükümet, STK, medya- duyduğu güveni kaybetmiş durumda.

Edelman'a göre bu, 2012'den beri yaşanmayan bir fenomen. Güvenin düşüşüyle birlikte, katılımcılar var olan sisteme inançlarını kaybediyorlar. Mevcut iklimde, toplumun sosyal ve ekonomik endişeleri –küreselleşme, inovasyon hızı, kaybolan moral değerler- korkuya dönüşüyor.

Güveni tekrar kazanmak için şirket ve kurumlar geleneksel rollerinin dışına çıkarak toplumu ve korkularını yaptıkları her işin merkezine alan entegre bir etkileşim modeli üzerine çalışmalılar.

2017 Edelman Güven Barometresi Ne Diyor?

Güven boşluğu genişliyor

Edelman'a göre 2012 yılından 2017 yılına işletmeler, hükümet, STK ve medyaya duyulan güven en fazla A.B.D.'de azalmış durumda. A.B.D.'yi İngiltere, ardından Fransa izliyor.

Trump'ın başkan seçilmesi, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılması, Marcon'un seçilmesinden once Le Pen'in adaylığıyla FREXIT'in gündeme gelme ihtimali gibi durumlar güvendeki boşluğun sebebini oluşturuyor.

Toplum her bir kurumun doğru şeyi yapacağına ne kadar güveniyor?

Dünya genelinde bireyler hükümetlere, şirketlere, STK'lara ve medyaya artık güvenmiyor. Buna rağmen 4 ayrı kurum için azalan güvenin seviyesi değişkenlik gösteriyor.

Rapora göre, güvenin en az azaldığı kurum STK'lar. 2016 yılından 2017 yılına STK'lara duyulan güven %55'ten %53'e düşmüş.

Medyaya duyulan güven azalması ise 4 kurum arasında başı çekiyor. 2016 yılında medyaya duyulan güven %48 iken, 2017 yılında bu oran %43'e gerilemiş durumda.

Güven olmadan, sisteme inanç çöküyor

Kurumlara duyulan güven azaldıkça, sisteme duyulan inanç da azalıyor. Bireyler adaletsizlik, çaresizlik duyguları içinde hapsolarak bugünün liderlerine duydukları inancı kaybediyorlar ve değişimi getirebilecek reformistler arıyorlar.

Şirketlere her zamankinden fazla sorumluluk düşüyor

Peki o reformistler kimler? Her ne kadar şirket CEO'larına duyulan güven düşüşte olsa da, anket katılımcılarının %75'i bir şirketin hem kendi kârını hem de içinde bulunduğu ülkenin sosyal koşullarını iyileştirebilecek kararlar almakla yükümlü olduğunu düşündüklerini gösteriyor.

Edelman'a göre katılımcıların bir şirkete güven duymasını sağlayacak en önemli 5 aktivite:

Çalışanlarına hakkaniyetli davranmalı

Yüksek kalite ürün/servis sunmalı

Müşterilerini dinlemeli

Vergilerini ödemeli

Etik iş anlayışına sahip olmalı

Güçlükle kazanılan güvenin hızla kaybolması için ise aşağıdakilerden sadece birini yapmak yetiyor:

Peki güveni nasıl inşa etmeli?

StratejiCo. olarak biz, güvenin tüm paydaşların katılımıyla kurulacak etkin ilişkiler kurularak inşa edilebileceğini savunuyoruz. EVE etkileşim modelimiz çok basit bir ilkeye dayanıyor: “Bir firma ne kadar güvenilir ve etkin ilişkilere sahip olursa o kadar iyi iş sonuçları elde eder.”

İletişimin artan önemi ile birlikte yalnızca iyi iş sonuçları için değil, mevcut sistemin düzgün işleyebilmesi için de şirketler üzerlerine düşen sorumluluğu almalı ve etkin iletişim modelleriyle güven kazanmalılar.

Soru ve Yorumlar

Makale hakkındaki soru ve görüşlerinizi duymaktan memnuniyet duyacağız. info@stratejico.com adresinden bize ulaşabilirsiniz.

Hakkımızda

StratejiCo. 1987’den beri Avrasya bölgesinde uluslararası firmalara ve kamu kurumlarına danışmanlık sağlayan bağımsız bir kurumsal ilişkiler ve kamu ile iletişim danışmanlığı şirketidir.

Yasal Uyarı

Bu rapor StratejiCo. tarafından, kamuya açık kaynaklardan toplanan bilgilere dayanarak hazırlanmıştır. Bu raporda ortaya konan görüş ve öneriler StratejiCo.’nun resmi görüşünü yansıtmamaktadır. Bu içeriğin amacı okuyucularımıza kendi işleriyle ilgili farklı bakış açıları sunmaktır. StratejiCo. burada sağlanan bilgilere dayanarak alınan kararlardan sorumlu tutulamaz.

Copyright © 2017 Bütün hakları saklıdır.