

# IMAGEANALYSEN 2020

IMAGEANALYSEN  
2020



Hovedresultaterne af Imageanalysen 2020 blev offentliggjort i Berlingske den 14. oktober 2020.

De 100 største og mest toneangivende virksomheders image blandt **ledere** i dansk erhvervsliv = **eksperterne**, der ved hvad de bedømmer (= højt perceptionsniveau)

## 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 19 år

**Pris, ekskl. moms: kr. 42.500,-**

### Kontakt:

**Palle Klinke Hansen**

E-mail: [pkh@ifo-analyser.dk](mailto:pkh@ifo-analyser.dk)

Tlf. 4094 9212

**Keld Holmgaard**

E-mail: [kh@ifo-analyser.dk](mailto:kh@ifo-analyser.dk)

Tlf. 2820 4581

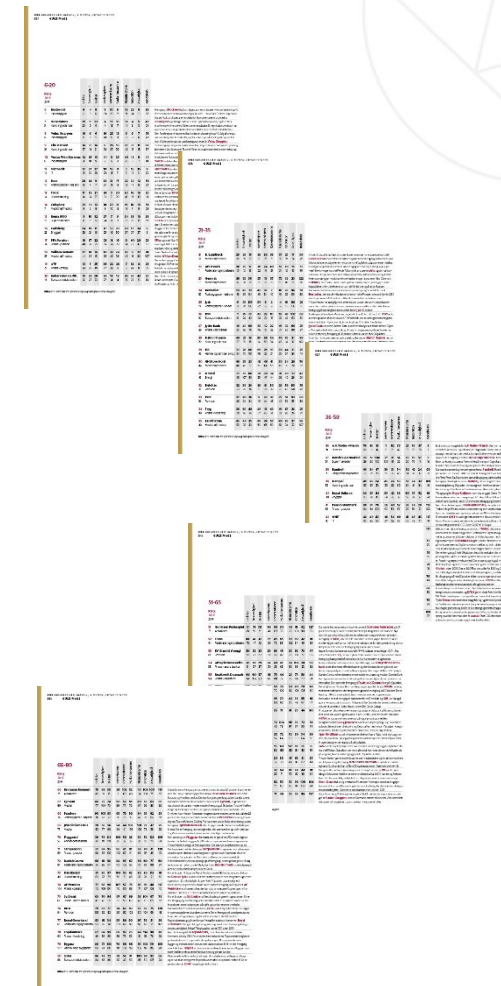


# Kom bagom placeringerne

- og få direkte input til et bedre image

## Vi går i dybden med:

- Virksomhedens kendskab (størrelse af image)
- Den konkrete bedømmelse på de ni imageparametre (styrken af imaget)
- + 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, ledelsesansvar, alder, køn, geografi, størrelse på virksomhed, branche mv.)
- 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, eller skal der en mere fundamental indsats til for at forbedre imaget - og på hvilke områder?
- Virksomhedens Imagedrivers – detaljeret korrelations- og driveranalyse mellem bedømmelsen på de ni parametre imod bedømmelsen af den umiddelbare perception/ bedømmelsen af: "Dit samlede indtryk af virksomhedens image, inklusive eventuelle andre imageforhold"



**Pris, ekskl. moms:  
kr. 42.500,-**

# 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
- ▶ **2.415** besvarelser fra ledere i virksomheder med mindst 10 ansatte
- ▶ Gennemført 5. - 29. september 2020
- ▶ Hovedresultaterne offentliggjort i Berlingske + online den 14. oktober 2020.
- ▶ Undersøgelsen er gennemført efter samme metode i 19 år – omfattende historik
- ▶ De 100 virksomheder er inddelt i to tilfældige grupper og med 1/2 af alle respondenter

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





# Profil af deltagerne i undersøgelsen

Respondenterne er på et højt **ledelsesniveau** med hele 48% topledere og 31% 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	50%
Anden direktør	23%
Funktionschef	20%
Anden leder	7%

## Antal ansatte i din virksomhed?

Under 100	51%
100-249	11%
250-499	8%
500-999	7%
1.000 eller flere	23%

## Geografi:

Øst	60%
Vest	40%
Udland	1%

## Virksomhedens hovedaktivitet?

Industri/produktion	26%
Handel + Transport	29%
Service + Finans	35%
Andet inkl. offentlig virk/institution	17%

## Køn:

Kvinde	18%
Mand	82%

## Din alder?

Under 40 år	6%
40-49 år	29%
50-59 år	43%
60 år eller mere	21%



# De 100 virksomheder i undersøgelsen

A.P. Møller - Mærsk	Danske Bank	JYSK	Rambøll
Aldi	Danske Spil	Jyske Bank	Rema 1000
Aller	Deloitte	Kammeradvokaten (Poul Schmith)	Ringkjøbing Landbobank
Alm. Brand	Demant	KMD	Rockwool
AP Pension	DFDS	KPMG	Royal Greenland
Arbejdernes Landsbank	DLA Piper Denmark	Kromann Reumert	Salling Group
Arla Foods	DLG	Københavns Lufthavne	Sampension
ATP	DR	Lego	SAS
Bang & Olufsen	DSB	Lidl	Saxo Bank
BDO	DSV	Matas	Scandinavian Tobacco Group
Bech-Bruun	ECCO	Microsoft	Siemens
Berlingske Media	Egmont	MT Højgaard	Solar
Bestseller	Elgiganten	NCC	Spar Nord
Brødrene Dahl	EY	Nets	Stark Group
Bygma	Falck	Nilfisk	Sydbank
Carlsberg	FLSmidth & Co.	Nordea	TDC Group
Chr. Hansen	GN Store Nord	Novo Nordisk	Telenor
Codan	Gorrissen Federspiel	Novozymes	Tivoli
Coloplast	Grundfos	Nykredit	Topdanmark
Coop Danmark	H. Lundbeck	Pandora	Tryg
Cowi	Hempel	PensionDanmark	TV2/Danmark
Dagrofa	IBM Danmark	PFA Pension	Velux Gruppen
Danfoss	IKEA	Plesner	Vestas Wind Systems
Danica Pension	ISS	PostNord	XL-Byg
Danish Crown	JP/Politikens Hus	PwC	Ørsted



# 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

### Finansiell 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

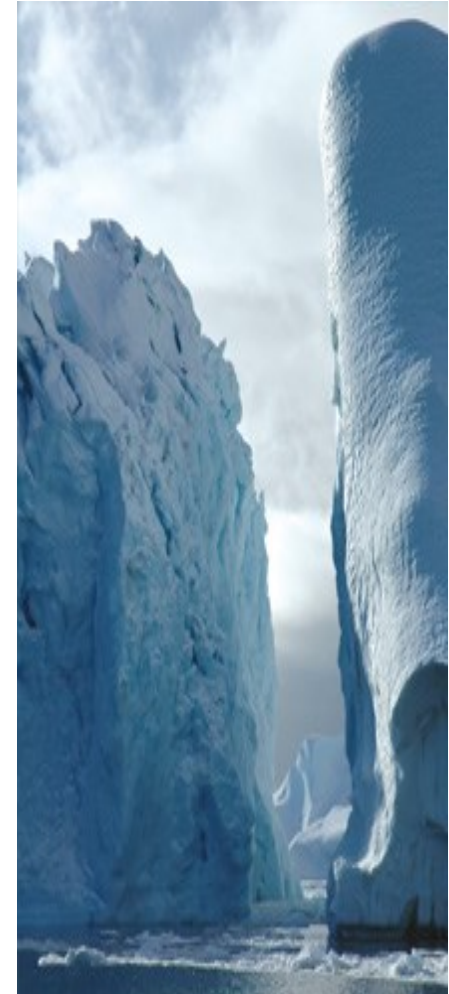


## Har din virksomhed et **kommunikationsPotentiale** på kort sigt?

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)

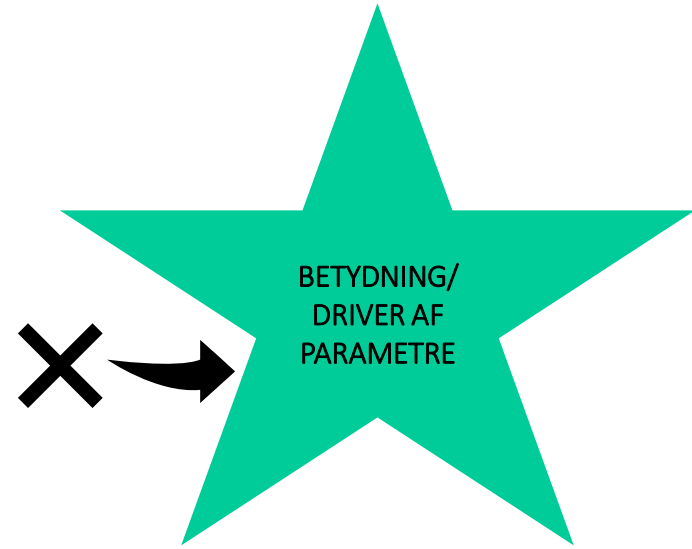
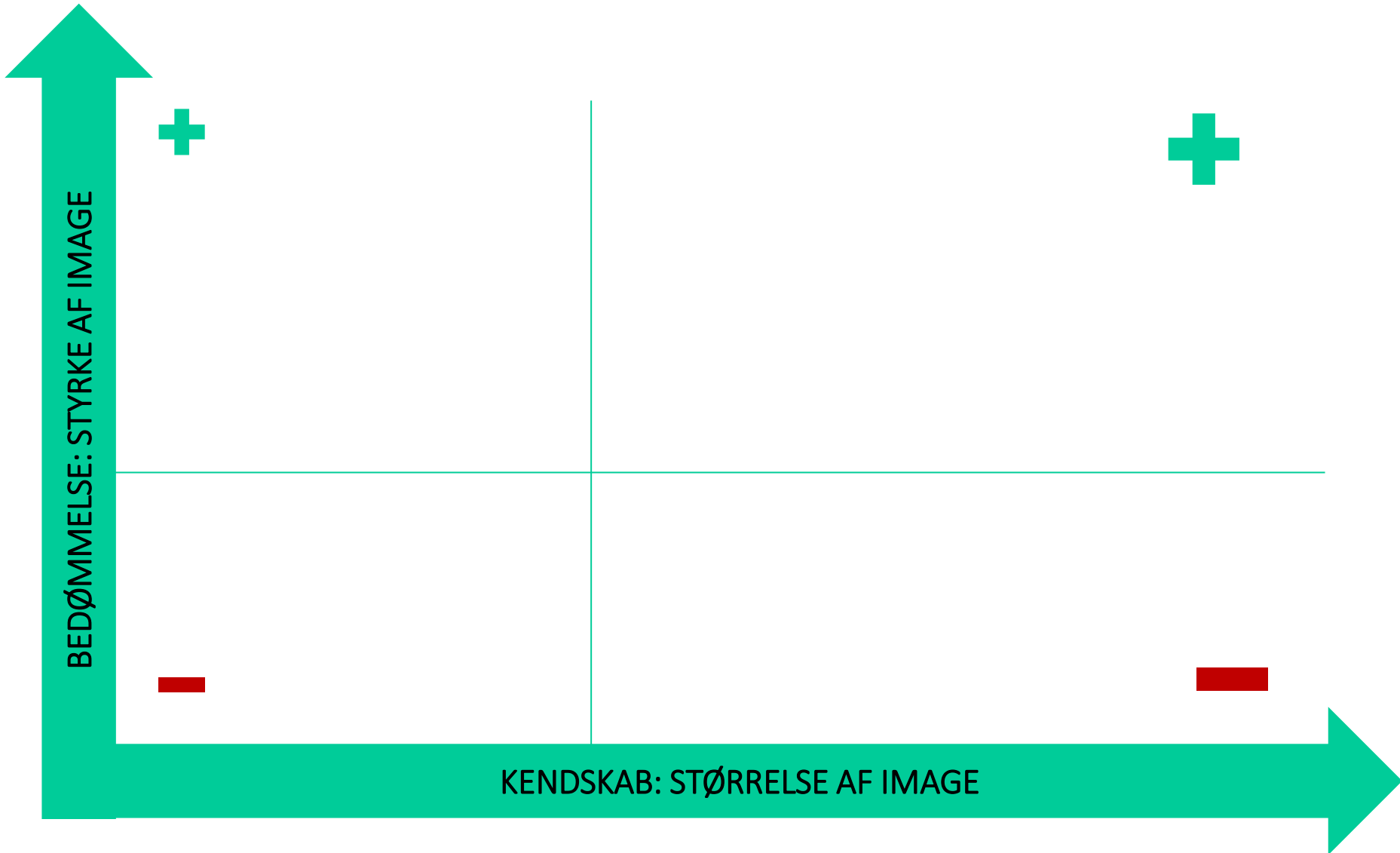
## Værst er det at være kendt af mange

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



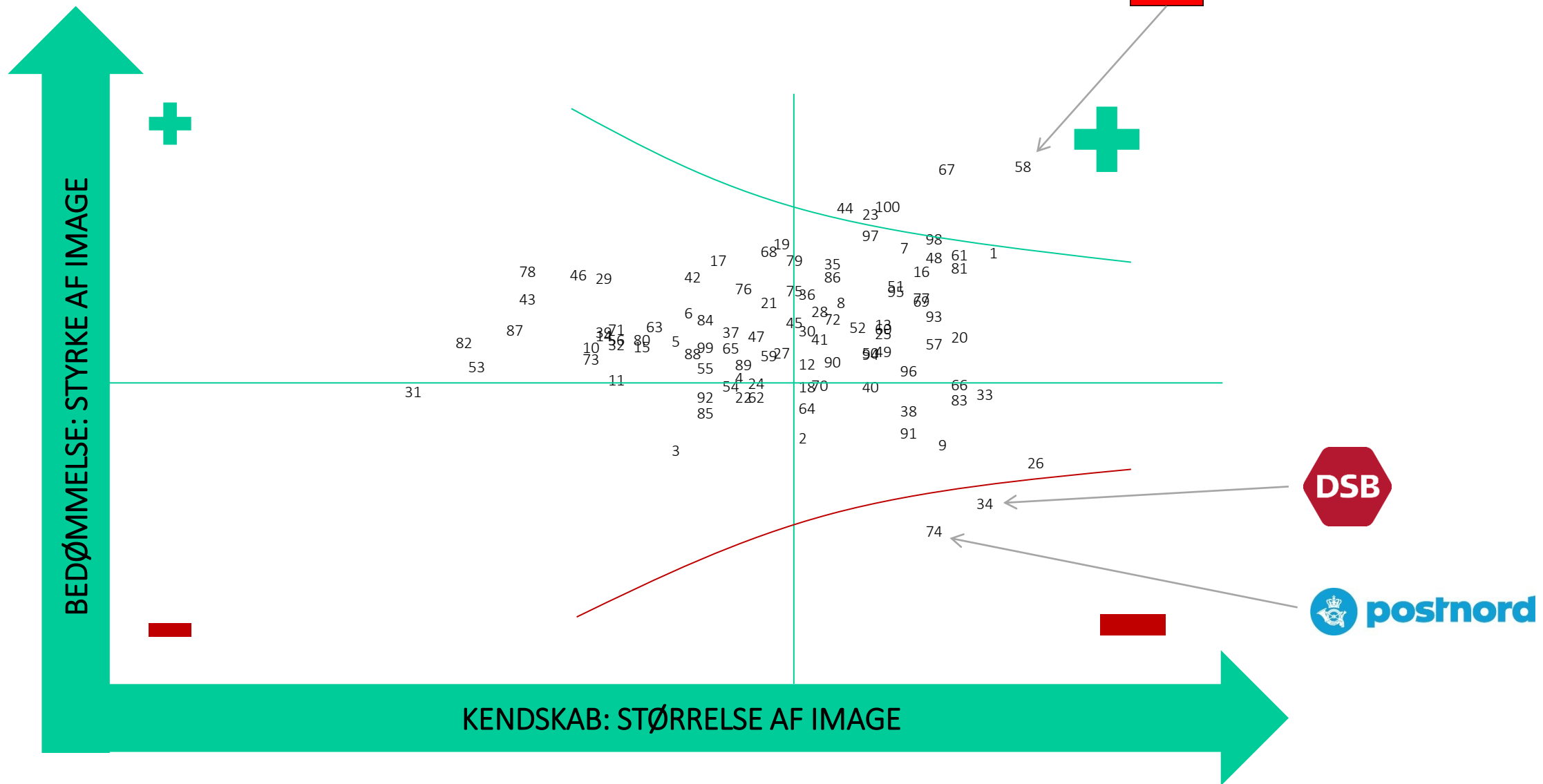


# IFOs IMAGEMODEL





# IFOs IMAGEMODEL





# IFOs IMAGEMODEL

**IMAGE DRIVERS**  
Betydning af parametre

X

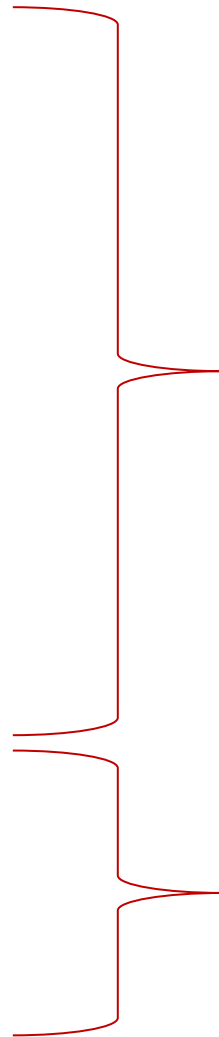
**STØRRELSE AF IMAGE**  
Kendskab

X

**STYRKE AF IMAGE**  
Bedømmelse / Perception

**ImageKapital**  
Bedømmelse af dem, der kender godt

**OmdømmeIndtryk**  
Bedømmelse af dem, der kender lidt



=

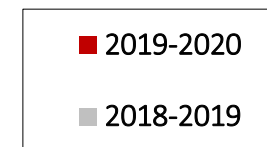
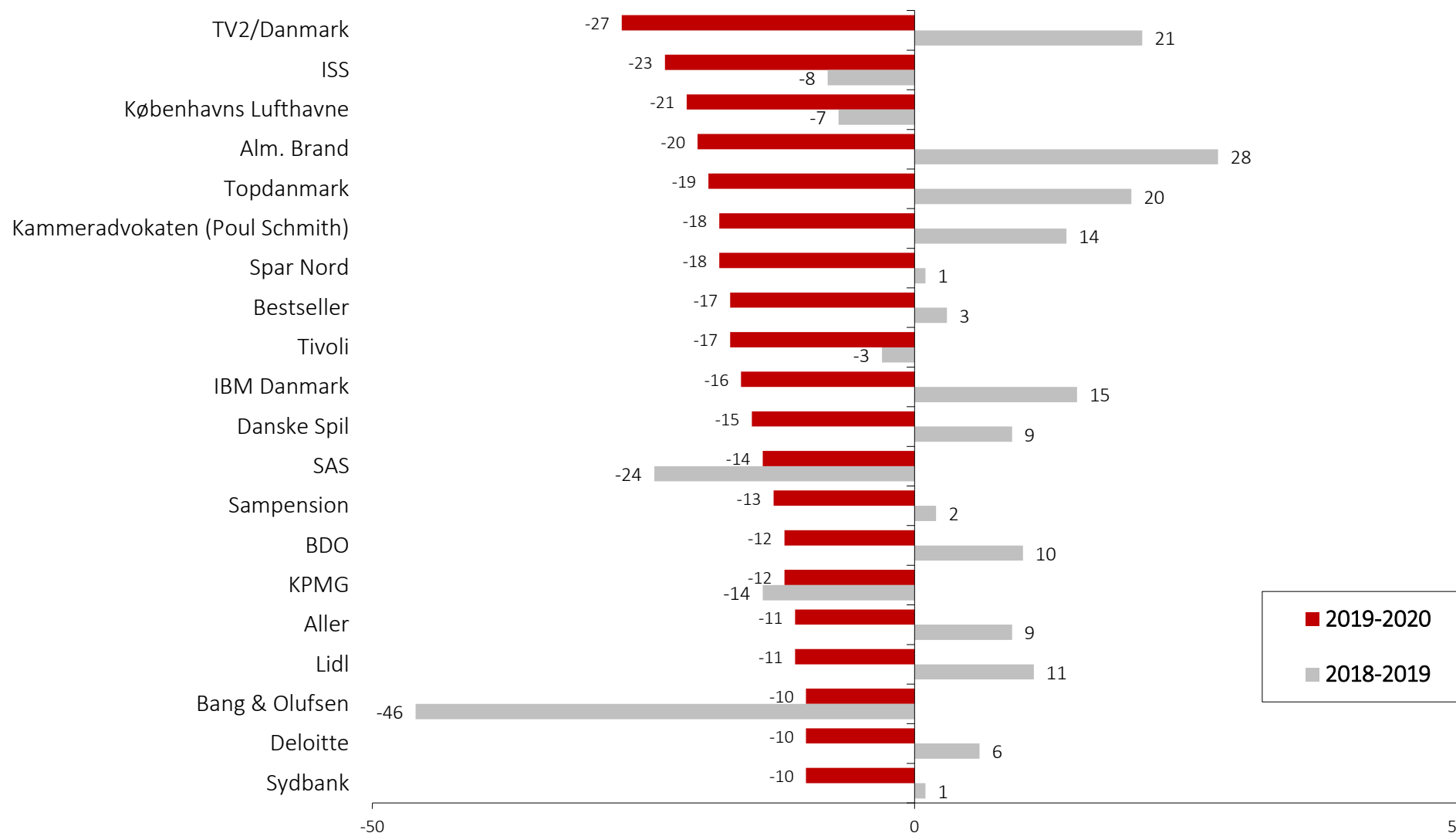
**IMAGE SCORE**  
Samlet styrke i markedet

=

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

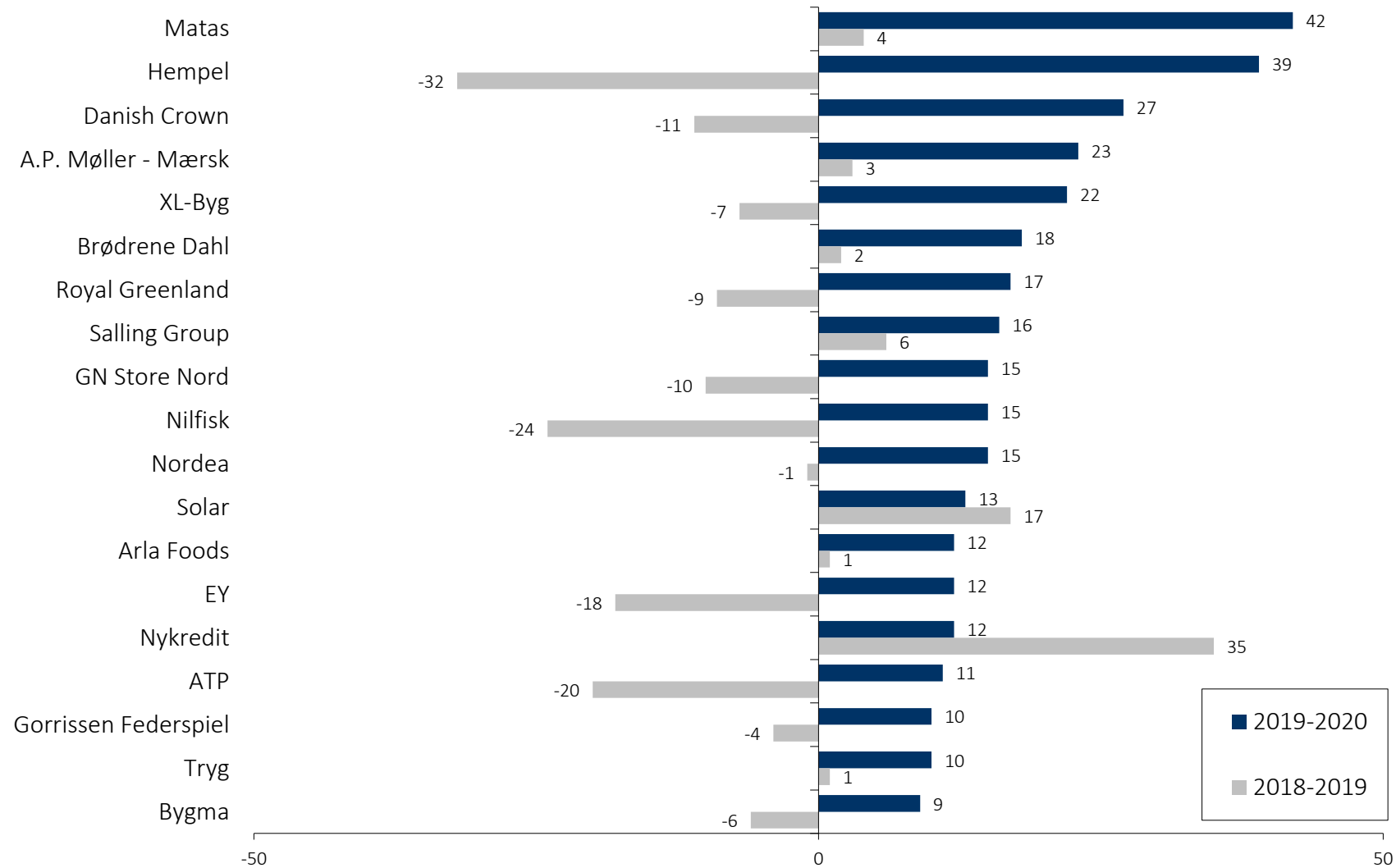


# Størst tab i samlet image placering:



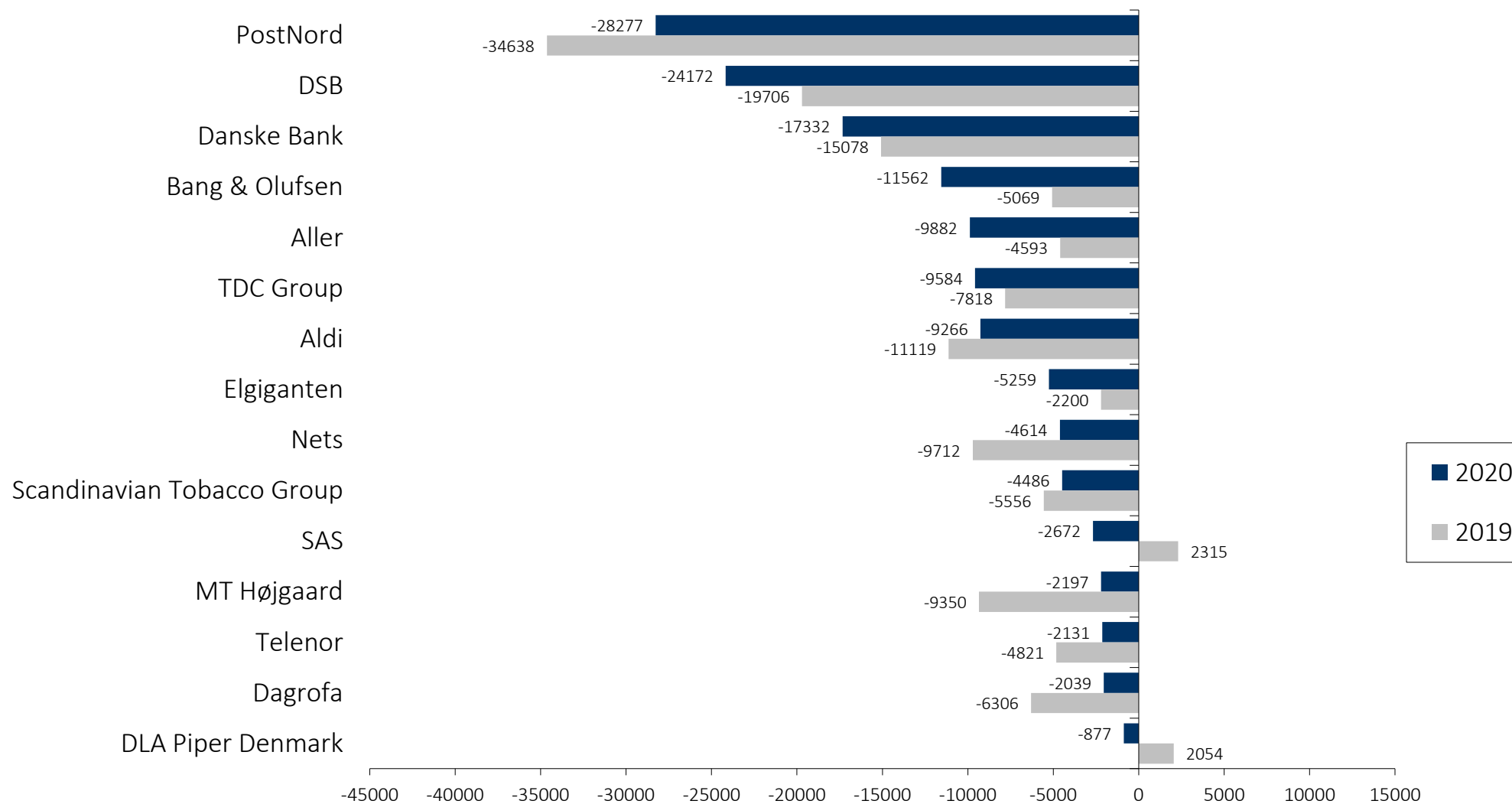
# Størst vækst i samlet image placering:

IMAGEANALYSEN  
2020





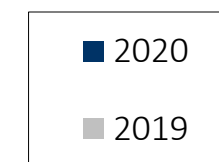
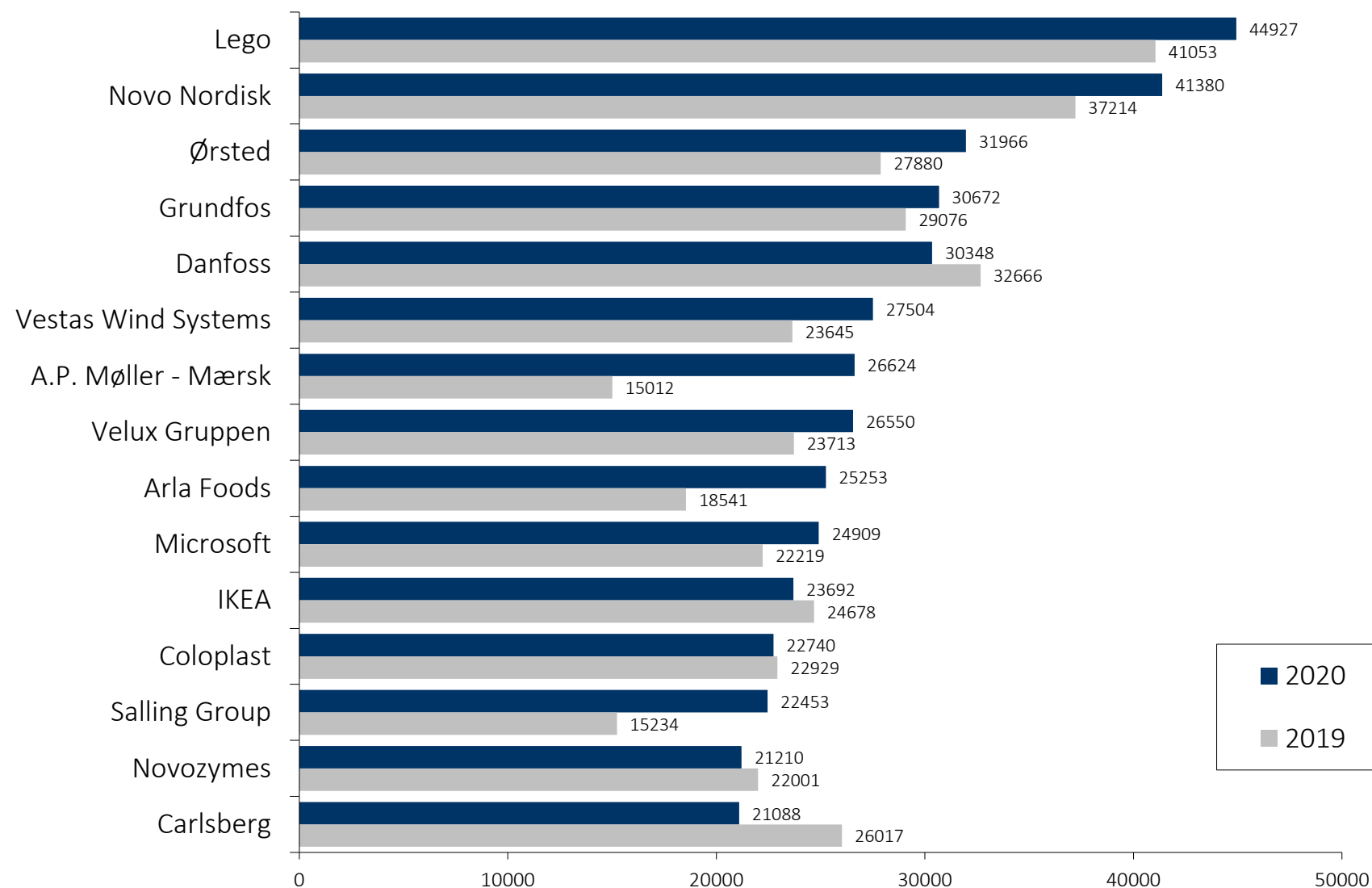
# Samlet Imagescore 2020 – Bund 15







# Samlet Imagescore 2020 – Top 15

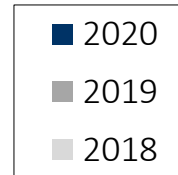
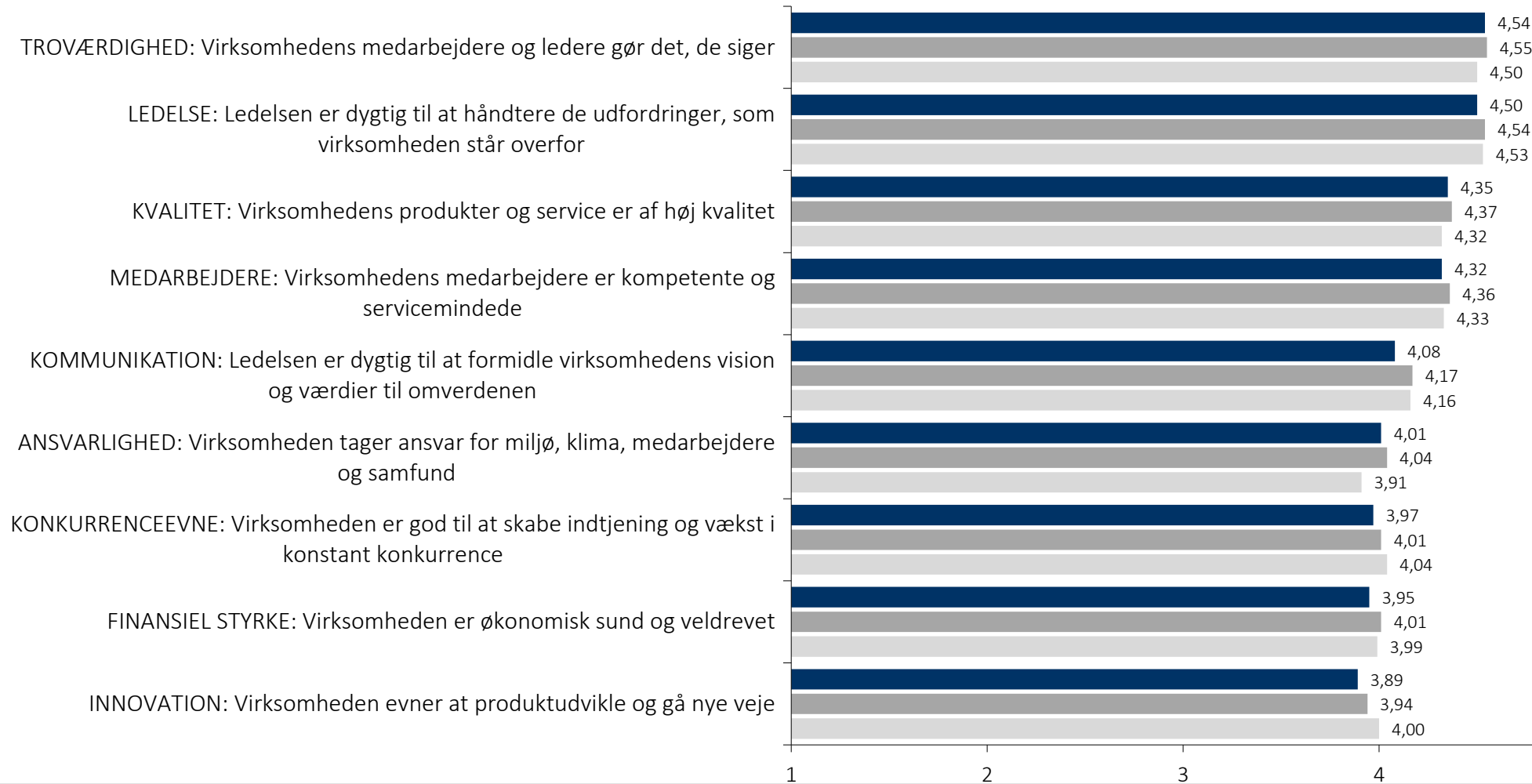


# Vigtighed / Imagedrivers - adspurgt

IMAGEANALYSEN  
2020



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





### Kontakt:

**Palle Klinke Hansen**

E-mail: [pkh@ifo-analyser.dk](mailto:pkh@ifo-analyser.dk)

Tlf. 4094 9212

**Keld Holmgaard**

E-mail: [kh@ifo-analyser.dk](mailto:kh@ifo-analyser.dk)

Tlf. 2820 4581