

Репутационные риски. Как их трактуют компании и почему решили с ними работать





«Репутационные риски – неотъемлемая часть бизнеса»

Александра Федотова,
руководитель Compliance
департамента группы G S L Law &
Consulting

Что понимаем под репутационными рисками

Репутация — когда нет негативных историй в СМ И и судебных процессов.

Репутационные риски для нас — это всё, что негативно влияет на имидж компании, на мнение и восприятие наших клиентов и партнеров.

Судебные процессы, негатив в СМ И, поведение наших сотрудников и, конечно - неудачные кейсы.

Почему решили работать с репутационными рисками

Мы получаем большой поток клиентов благодаря тому, что нас рекомендуют. Это было бы невозможно, если бы мы не работали с репутацией – не защищали бы ее и не поддерживали.

Репутация – вещь, которую нужно зарабатывать годами и при этом очень легко потерять. К сожалению, знаем конкурентов, которые свою репутацию потеряли и поэтому были вынуждены свернуть бизнес.

«Мы широко трактуем понятие риска»

Евгения Озерова, начальник отдела
корпоративного взаимодействия
департамента деловой этики и
комплаенс МТС



В чем заключаются репутационные риски

Репутационные риски – любое влияние на образ компании в публичном поле. По сути это все то, что может повлиять:

- на инвесторов;
- стоимость акций на бирже;
- HR-бренд;
- отношения с клиентами, сотрудниками и госорганами.

Почему нужно работать с репутационным риском

В первую очередь репутация влияет на продажи и стоимость акций. Негативная огласка может привести к ощутимым падениям этих показателей.

Также мы поддерживаем наш HR-бренд, чтобы формировать сильную команду экспертов. Когда кандидат выбирает среди множества работодателей, которые могут предложить хорошие условия, репутация имеет решающее значение, особенно в условиях кадрового «голода».