

## **Reputatie nu eenvoudig wetenschappelijk meetbaar met reputatiebarometer**

Vanaf 1 oktober 2006 start Communicatieadviesbureau BHCM (Bureau Hofkes Communicatie Management) met de NovaView Reputatiebarometer®. Deze wetenschappelijke methode van onderzoek wordt gebruikt om de reputatie van een onderneming (of een publiek persoon) op een betrouwbare manier te meten. Bedrijven kunnen zo inzicht krijgen in de sterke en zwakke punten van hun reputatie. Het nieuwe beleidsinstrument is toegankelijk voor iedere organisatie die haar reputatie inzichtelijk wil maken en wil versterken. Dit geldt voor zowel kleine, als middelgrote en grote ondernemingen.

### **Geloofwaardigheid**

Een gat in de markt, zo blijkt, want veel organisaties (en publieke personen) hebben twijfels over hun reputatie. Organisaties willen graag concrete aanwijzingen krijgen hoe ze hun reputatie kunnen verbeteren. Bedenker en oprichter van de NovaView Reputatiebarometer®, drs. Mildred Hofkes, was voorheen onder meer jarenlang hoofd Communicatie van de Nationale Postcode Loterij. "Iedere organisatie leeft van haar reputatie, hoe beter deze is, hoe groter de waarde van het bedrijf. De belangrijkste reputatiepeilers zijn betrouwbaarheid en geloofwaardigheid, en dit geldt nagenoeg binnen alle bedrijfssectoren".

### **Wetenschappelijke basis**

In 1996 studeerde Hofkes af aan de Rijksuniversiteit Groningen met een grootschalig reputatieonderzoek voor chemieconcern AKZO Nobel. De destijds gebruikte methodiek vormt de basis voor de huidige NovaView Reputatiebarometer®. "Ik ben verbaasd dat het nog niet bestaat. Als hoofd Communicatie had ik sterk de behoefte aan het meetbaar maken van onze media- en communicatieactiviteiten, en het effect daarvan op de reputatie van de organisatie. Toen ik echter geen geschikte methodiek kon vinden, ben ik zelf aan de slag gegaan met de methode die ik destijds ontwikkeld heb voor mijn afstudeerscriptie". Hofkes weet een heldere lijn te leggen tussen wetenschappelijk onderzoek en de vertaling daarvan naar praktische en meetbare oplossingen. Het resultaat bleek zo succesvol, dat Hofkes besloten heeft de methodiek nu voor meerdere bedrijven toegankelijk te maken.

### **Sterke reputatie**

Hofkes heeft met haar methode al verschillende organisaties kunnen helpen. "Ieder bedrijf wil graag weten hoe goed haar reputatie is. Met behulp van de NovaView Reputatiebarometer® kunnen we dit nu betrouwbaar en inzichtelijk meten. Het is daarmee een onmisbaar instrument voor alle organisaties die hun reputatie willen versterken".

Haarlem, 1 oktober 2006