

Репутация может быть одним из важнейших нематериальных активов компании. Она помогает в принятии финансовых решений, одобренных акционерами, и позволяет продавать товары по более высоким ценам. Ее влияние на инвестиционную привлекательность компании может быть очень велико. По этой причине [управление репутацией](#) должно стать основной стратегией развития бренда. Для этих целей стоит обратиться за помощью в специализированное агентство.

Какое значение имеет репутация для развития бренда

Ее значение растет с увеличением количества однотипных товаров, явлением глобализации, доступностью информации, повышением интереса СМИ к бизнесу. В современном мире бренды как символы компании становятся связующим звеном, объединяющим организации и олицетворяющим ее репутацию. Уважение и доверие, а иногда даже восхищение, которыми пользуются некоторые компании, напрямую влияют на отношения с деловыми партнерами, поставщиками. Это обеспечивает приток лучших кадров, выгодные условия получения финансирования, а также стимулирует повторные покупки и увеличивает долю компании на рынке.

Выделяют три уровня, которые влияют на восприятие компании и формирование мнения о ней. Первый возникает, когда потребитель получает информацию на основе собственного опыта. Второй уровень – это информация, основанная на том, что рассказывают о бренде и его продукте друзья, знакомые и даже случайные люди. К третьей группе источников информации относится информация, полученная из СМИ, рекламы и других форм корпоративной коммуникации.

Хорошая репутация может быть особенно полезна, когда заинтересованным сторонам приходится принимать решения на основе неполных или противоречивых сведений, или когда у них слишком мало информации, чтобы сделать рациональный выбор в заданные сроки.