

PORTER NOVELLI COVID-19 GÜNLERİ: DALGA II

Değişen Ufuklar ve
Gücünü Amaçtan Alan Veriler&İçgörüler

Geçtiğimiz haftalarda çok ses getiren COVID-19 raporumuzun ikinci dalgasını yayımlıyoruz. Bu karşılaştırmalı veriler Porter Novelli'nin ilk raporunun üzerine bina edilmiş olup Amerikalıların COVID-19 kriziyle mücadele eden şirketlere nasıl baktığına dair özet bir fikir veriyor.

ŞİRKETLERE DUYULAN GÜVEN ARTIYOR

Her gün giderek daha çok Amerikalı, şirketlerin hem koronavirüsten korunma hem de çözümler konusunda bir şey yapabileceğini düşünüyor

%24

İşletmelerin bu krizi çözebileceğine düşünen Amerikalıların yüzdesi son iki haftada çeyrek kat arttı (yüzde 24).

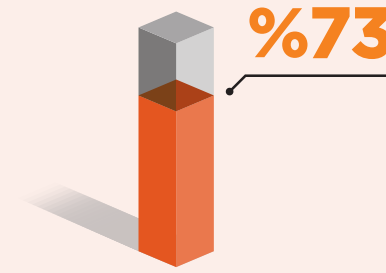


Koronavirüs salgınına çözüm bulma konusunda diğer organlara kıyasla ticari kurumlara daha çok güveniyor.

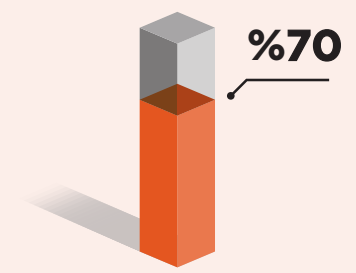


Kurumların koronavirüse karşı hükümetten daha iyi/daha hızlı çözümler oluşturabileceğine inanıyor.

KURUMLARIN ROLÜ AMACA GİTGİDE DAHA ÇOK YAKLAŞIYOR



Pandemi sonrasında ileri doğru adım atan şirketler, sadece finansal getiri değil tüm paydaşların ihtiyaçlarına öncelik vermeli



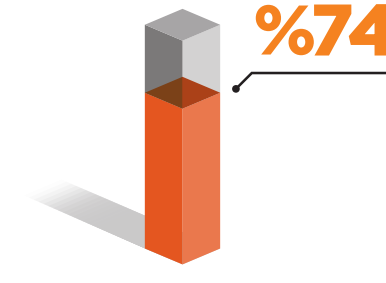
Koronavirüs pandemisinin şirketleri uzun vadede daha sorumlu davranmaya zorlayacağını düşünüyor

KURUMLAR YÜKSELDİKÇE AMERİKAN DUYARLILIĞI DA ARTIYOR

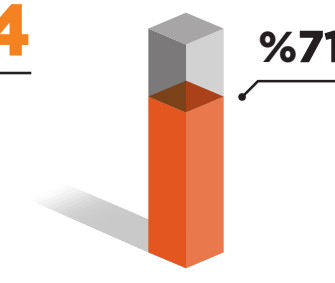
%66

pandemi sırasında nasıl yükseldiklerine bakarak genelde kurumlarla ilgili daha olumlu düşünüyor

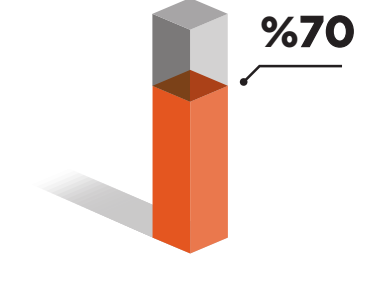
KURUMSAL İTİBAR HALA TEHLİKEDE



Her şey bittiğinde hangi şirketlerin destek sağlamak için adım attığını hatırlayacak (Dalga I: % 75)



Koronavirüs pandemisi sırasında kötü kararlar veren şirketleri hatırlayacak (Dalga I: % 73)



Bir şirketin pandemi sırasında sorumsuz veya aldatıcı iş uygulamalarını öğrendikleri takdirde ürün / hizmet satın almayı durduracak (Dalga I: % 71)

AMERİKALILAR KURUMLARIN NE YAPTIKLARINI ANLATMALARINI İSTİYOR

%71

destek sağlamak için yaptıklarını herkese açık bir şekilde açıklayan şirketler hakkında daha iyi duygular hissediyor, ancak birçok kanal üzerinden iletişim kurmak kritik önem taşıyor

%55

bir şirketin koronavirüs konusunda olumlu bir şey yaptığını, üçüncü bir tarafın ağzından duyduğunda inanıyor

AMERİKALILAR KURUMLARLA İLGİLİ BİLGİLERİ BU KAYNAKLARDAN ALIYORLAR:

%49 Medyadaki haberler veya söyleşiler	%11 Ünlüler, siyasetçiler, sosyal medya fenomenleri
%39 Sosyal medya	%10 Basılı posta (tebrik kartları veya mektuplar)
%35 Reklamlar	%7 Ürünün kendisinden veya ambalajında yazanlardan
%31 Şirketin web sitesi	
%21 E-posta	
%15 Mağazada veya kurumun çalışanlarından	

SÖZÜN ÖZÜ: KURUMLAR AMAÇ KONUSUNDA HIZ KESMEMELİ

%54

Amaç güdümlü' şirketlerin koronavirüs pandemisi sırasında daha başarılı olduğunu düşünüyor

%63

Şirketlerin pandemi sırasında bile sosyal ve çevresel konularda çabalarını sürdürmelerini bekliyor

YÖNTEM

Porter Novelli, insanların koronavirüs (COVID-19) hakkındaki görüşlerini toplamak için PN View: 360 adlı bir anket hazırladı. Anket, Engine'in çevrimiçi CARAVAN® Omnibus anketinden yararlanılarak iki dalga halinde (1 Nisan 2020 - 3 Nisan 2020 arasında Dalga 1 ve 15 Nisan 2020 - 17 Nisan 2020 arasında Dalga 2) ve toplam 1.004 ABD'li yetişkinden oluşan genel bir örneklem kullanılarak çevrimiçi olarak gerçekleştirildi. Veriler ABD Nüfus Sayımı nüfus tahminlerine göre ağırlıklandırıldı; % 95 güven düzeyi çerçevesinde hata payı +/- % 3.1'dir.

Marjinal

PORTER
NOVELLI