



A vállalati identitás dimenziói egy empirikus kutatás tükrében

Almási Anikó

Doktorandusz hallgató

Témavezető: Dr. Hetesi Erzsébet

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Közgazdaságtani Doktori Iskola

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.ujszechenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

Az előadás szerkezete

- Vállalati identitás története
- Mit jelent, miért fontos?
- Kutatás a hazai KKV szektorban
- Hipotézisek
- Eredmények
- Új kutatási kérdések



Hogyan kezdődött?

Pure, Mild **IVORY SOAP**

Doctors' First Choice

For Complexion Care



Every practicing doctor in America

was recently mailed this question by a leading medical journal: "What soap is your first choice for skin care?" In the answers doctors, including skin doctors and baby doctors, voted: **FIRST CHOICE . . . IVORY SOAP.** Yes, Ivory first again! Why don't you try Ivory?



**You can have That Ivory Look
—a week from today!**

Day by day, your mirror will show your skin looking prettier! All you do is change to regular care and pure, mild Ivory. And in 7 days, you'll have a complexion that is dramatically softer, smoother, younger-looking! You'll have That Ivory Look!



99.44% pure...it floats



Mild enough for a baby's skin!

The milder the beauty soap, the better the condition of your skin—the prettier your complexion. And Ivory is mild enough for a baby's skin . . . doctors' first choice for her complexion and yours.

retro-ads.net

First for Beauty—First for Thrift!

Pure, mild Ivory in this dainty Personal Size!



Beauty favorite—beauty size!

See! This dainty Personal Size Ivory is just as lovely to look at as it is to use! And your

complexion will look its loveliest, too, pampered with gentle Ivory care—the most famous skin care in the world!



Beauty for you—That Ivory Look.

Personal Size Ivory, you know, is the toilet soap size of pure, mild Ivory . . . the soap more doctors, more skin specialists, advise for baby's skin and yours than any other. So change to regular care, and use Ivory. In seven days, you'll have a softer, smoother, younger-looking complexion—That Ivory Look!



Beauty that saves your budget, too!

Isn't it wonderful to know that four cakes of this lovely Personal Size Ivory Soap actually cost you no more than three cakes of other well-known toilet soaps! From every point of view, it's your best beauty buy! So get a supply of Personal Size Ivory today and start enjoying its gentle, thrifty beauty care!



**4 cakes of Personal Size Ivory
cost about the same as 3 cakes of
other well-known toilet soaps!**

99.44% pure...it floats

More doctors advise Ivory than ~~any~~ other soap

Márka, személyiség, identitás...

- 1. korszak: CI = tulajdonos
- 2. korszak: CI = márka
- 3. korszak: CI = design
- 4. korszak: CI = ernyő identitás
- 5. korszak: CI = image és ön-image rész
- 6. korszak: CI = tőke



Vállalati identitás és profit

Vállalat	Válság	Pinevesztés	
Archer Daniels (1995)	Befagyasztott ár	1 milliárd \$	11%
Bankers Trust (1995)	Félrevezetett ügyfelek	2 milliárd \$	4%
Exxon (1989)	Olajszennyezés	3 milliárd \$	5%
Intel (1985)	Termékhiba	3 milliárd \$	12%
J & J (1982)	Termékhamisítás	1 milliárd \$	14%
J & J (1985)	Termékhamisítás	1 milliárd \$	11%
Motorola (1995)	A mobiltelefon egészségügyi hatása	6 milliárd \$	16%
Salomon (1991)	Belépés a kötvénypiacra	1,3 milliárd \$	30%
Texaco (1996)	Faji megkülönböztetés	1,2 milliárd \$	10%

A „hírnév elvesztésének” ára - a válság után egy héttel bekövetkezett részvényár-csökkenésben mérve

Forrás: Reputation Institute

Szinergikus CI előnye:

Höffner: árszint, fogyasztói és dolgozói lojalitás

(Forrás: Sándor, 2003)

MORI: részvényár, értékesítés, együttműködés, toborzás...

(Forrás: Olins, 1995)



Vállalati identitás elmélet

- „A vállalati identitásmenedzsment a szervezet **missziójának, filozófiájának és világképének** kialakításával, fejlesztésével és kommunikálásával foglalkozik. Mindennek stratégiai szinten, és a **vállalati alapértékekre, kultúrára és viselkedésre** alapozottan kell működnie.”

(Balmer, International Corporate Identity Group-ICIG)



Empíria: minta és módszertan

IT szektor és építőipar

Desk research

50+50 website / checklist

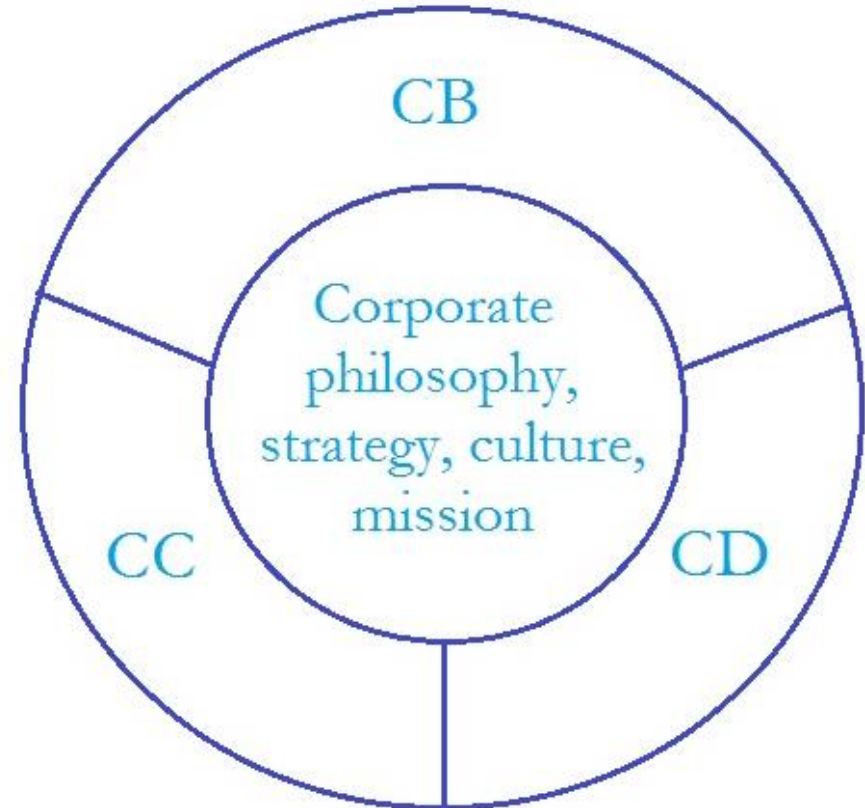
Szinergia / CI elemek

SPSS értékelés

Mélyinterjú + kérdőív

5+5 vezetői mélyinterjú

Háttér, idődimenzió



Hipotézisek

Hipotézis 1:

A CI modell magja szükséges a szinergiához
Kultúra, filozófia, stratégia

Hipotézis 2:

Az IT szektorban gyakoribb a szinergikus CI
Oka → IT tudás / csatornák / aktivitás

Hipotézis 3:

A kidolgozott HR politika +hatása a CI szinergiára
Oka → A vállalati kultúra szerepe a CI-ben

Eredmények – Desk research

- **Hipotézis 1: CI mag / szinergia** 😐
- Építőipar: vállalati kultúra
- IT szektor: vállalati filozófia
- **Hipotézis 2: IT tudás / CI szinergia** 😊
- IT szektor: több szinergikus CI, több csatorna
- **Hipotézis 3: vállalati kultúra / CI szinergia** 😞
- IT szektor: nincs kapcsolat
- Építőipar: fregmentálódott minta, kis elemszám

Eredmények - Mélyinterjú

- **Kérdőív:**
- Design szerepe
- Beazonosítható mérföldkövek, életciklusok
- **Mélyinterjú:**
- Vezetői csoportok motiváció alapján
- Fókusz problémás területre



Összegzés

A vezető szerepe a KKV szektorban

- Tudáshiány / ösztönös menedzselés (Ravasi et al)

Módszertan:

- Publikált információk (Kilduff)
- Iparági szűkítés (Balmer, Brown)
- Folyamat és idődimenzió (Szeles, Olins)
- Egyéni és szervezeti identitás (Haslam, Ashfort, Hodgkinson)

Köszönöm a figyelmet!

E-mail: aniko.almasi@addrax.hu

Jelen előadást „Az SZTE Kutatóegyetemi Kiválósági Központ tudásbázisának kiszélesítése és hosszú távú szakmai fenntarthatóságának megalapozása a kiváló tudományos utánpótlás biztosításával” című, TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0012 azonosítószámú projekt támogatja. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

