

Auditoria de imagem

Justo Villafañe (1999)

Prof^a Valéria Castro

Pressupostos teóricos

- Públicos formam imagem.
 - responsáveis pela construção da imagem.
 - processam inputs selecionados pela empresa, conceituando-os e formando uma imagem.
- Para o autor a imagem possui as seguintes **dimensões**:
 - 1. Imagem intencional**
 - construída a partir da identidade visual e da comunicação da organização com seus diversos públicos.
 - 2. Imagem funcional**
 - resultante do comportamento corporativo, sistemas e políticas, produtos e serviços, rede de distribuição, atendimento ao cliente e solidez financeira.

A auditoria

- Auditoria analisa as 2 dimensões da imagem
- É atribuído pesos distintos a cada uma delas na composição da imagem atual e na da pretendida pela organização.
- O modelo flexível e adaptável a qualquer empresa.
- Imprescindível: contato prévio com a estratégia de negócio da organização a ser analisada.

Variáveis da auditoria

- Imagem financeira (derivada da imagem funcional).
- Imagem comercial (derivada da imagem funcional).
- Imagem pública (derivada da imagem intencional).
- Imagem interna.

Etapas do processo

1. Análise de gabinete
 - Reunião de briefing com a alta direção.
 - define objetivos e alcance da pesquisa.
 - Análise documental.
 - verifica situação de mercado e competitividade.
 - Entrevistas abertas com colaboradores .

Etapas do processo

1. Determinação das variáveis a partir dos objetivos da pesquisa.
2. Estabelecimento das unidades de observação e da amostra da pesquisa.
3. Seleção das técnicas de análise
 - análise documental para verificação da reputação financeira;
 - questionário semi-estruturado para análise de valor do produto;
 - entrevista em profundidade com colaboradores: composição auto-imagem.
4. Quantificação dos resultados
 - Estabelecimento de pontuação máxima em cada uma das variáveis.
 - Soma máxima dessas pontuações será 1.000.
 - Valor obtido corresponde ao seu posicionamento estratégico.

IMAGEM CORPORATIVA
1000

**IMAGEM
FINANCEIRA**
200

**IMAGEM
COMERCIAL**
400

**IMAGEM
INTERNA**
150

**IMAGEM
PÚBLICA**
250

**REPUTAÇÃO
FINANCEIRA**
150

**ESTRUTURA
DE
CAPITAL**
50

**VALOR DO
PRODUTO**
75

**SERVIÇO AO
CLIENTE**
175

**VALOR DA
MARCA**
150

**CLIMA
INTERNO**
75

**VALORIZAÇÃO
DOS RH**
25

**ADEQUAÇÃO
CULTURAL**
50

**IMAGEM NA
MÍDIA**
150

**IMAGEM NO
ENTORNO**
100