Riadenie reputácie - AR 2023/2024

**Vypracovanie analýzy reputácie**

Peter Plevko

Bod č.1

K vypracovaniu bodu 1 som si vybral **firmu X**, ktorá je pôvodne známa ako **Twitter**.

1. **Čo firma robí?**

* Čím sa firma zaoberá, v čom podniká, vytvára produkty, poskytuje služby... a pod.
* Akú má pozíciu vo svojom globálnom smere ( región, mesto, štát, svet...).

X je sociálna sieť prevádzkovaná spoločnosťou X Corp, kde používatelia môžu zdieľať posty obsahujúce obrázky, videá, alebo text. Okrem toho môžu tieto posty lajkovať, zdieľať a komentovať. K dispozícii sú aj priame správy a video hovory. Hlavným biznisom firmy je, že používateľom zobrazuje reklamy. Až 90% zisku firmy pochádza z reklám.

X dosahuje tento zisk prostredníctvom tzv. promoted posts, čo sú posty, za ktoré platia inzerenti, aby sa zobrazovali na vrchole časových osí používateľov alebo vo výsledkoch vyhľadávania. Promoted accounts sú účty, za ktoré inzerenti platia, aby sa zobrazovali v návrhoch "Koho sledovať" alebo vo výsledkoch vyhľadávania. Promoted trends sú hashtagy, za ktoré inzerenti platia, aby sa zobrazovali na vrchole zoznamu Trendy.

Pred akvizíciou od Elona Muska v roku 2022 bol Twitter verejnou spoločnosťou s viac než 330 miliónmi aktívnych používateľov. Po akvizícii za $44 miliárd sa stal súkromnou firmou s novým názvom X Corp. Súčasťou zmien bola aj zmena oficiálneho názvu na X Corp a nahradenie loga Twitteru písmenom "X". X je jednou z najpoužívanejších sociálnych sietí spolu s Facebookom a Instagramom.

1. **Ako sa firma správa?**

* Firemná identita celkovo
* Hodnoty, aké firma uznáva, k akým sa hlási.

Dôležitou misiou spoločnosti je poskytovať transparentnú sociálnu sieť, bojovať proti hoaxom a botom, a budovať zdravú komunikáciu. Cieľom je dať rovnaký priestor všetkým bez ohľadu na finančné prostriedky, podporovať otvorenú komunikáciu a bojovať proti cenzúre, dezinformáciám, antisemitizmu, rasizmu a podobným negatívnym javom. Poslaním X je umožniť rýchle a bezproblémové zdieľanie myšlienok a informácií, pričom sa kladie dôraz na hodnoty spoľahlivosti, transparentnosti a slobody prejavu. X sa zaviazalo k získavaniu dôvery používateľov a k budovaniu otvoreného, transparentného a inkluzívneho digitálneho priestoru.

V oblasti bezpečnosti a súkromia sa spoločnosť zaväzuje chrániť poskytnuté informácie. Jej záväzok verejnej konverzácii je spojený s ochranou osobných údajov, pričom kladie dôraz na transparentnosť vzhľadom k zhromažďovaným údajom, ich využitiu, zdieľaniu a opatreniam na ich ochranu. V rámci občianskej integrity sa X aktívne angažuje v príprave na voľby, zvyšuje dôveryhodnosť informácií, a zabezpečuje bezpečnosť na platforme. Jeho cieľom je chrániť konverzáciu počas volieb a iných občianskych udalostí prostredníctvom zdôrazňovania dôveryhodných informácií, podpory bezpečnosti, a spolupráce s partnermi za dodržiavania zásad transparentnosti.

1. **Ako sa firma prezentuje?**

* Vyhľadajte a popíšte komunikačné kanály, prostriedky a nástroje, ktorými firma komunikuje. Médiá, sociálne siete, blogy, Public relations, médiá, Influenceri, Microsite a iné...

Výrazným komunikačným kanálom v súčasnosti, hoci kontroverzným, je prostredníctvom šéfa Elona Muska. Musk často informuje o plánoch, aktualizáciách, a stavoch X pomocou postov. Jeho netypické vyjadrenia často vedia vyvolať kontroverzie a nie vždy sú správne interpretované, čo dokáže mať výrazný vplyv na hodnotu akcií X a jeho iných spoločností, ako je napríklad Tesla.

Elon Musk sa taktiež spája s kontroverznými postojmi a vyjadreniami, vrátane obvinení z podpory rasizmu, antisemitizmu, a verbálnej podpory konšpiračných teórií. Tento obraz kontrastuje s deklarovaným záväzkom X bojovať proti týmto javom.

Napriek snahe X bojovať proti šíreniu rasizmu a konšpirácií, kontrast medzi deklarovanými hodnotami a vyjadreniami Muska na tejto platforme vyvoláva otázky o konzistencii. Ďalším dôležitým komunikačným kanálom je oficiálny účet X, ktorý slúži na poskytovanie informácií o platforme a komunikáciu s komunitou.

1. **Zhodnotenie reputácie**

* Analyzujte cieľové skupiny a uveďte príklady nástrojov, ktorými firma reputačne cieli na tieto cieľové skupiny.
* Aké všetky aktivity firma robí, s akým reputačným cieľom.
* Uveďte prípadné interné alebo externé nástroje na posilnenie reputácie.
* Uveďte pozitívne alebo negatívne príklady

Keďže sa jedná o sociálnu sieť zameranú na ľudí vo veku 25 až 34 rokov, ktorí sú najaktívnejší, a zároveň cieľuje veľké firmy na umiestnenie reklám, vzniká problém s antisemitskými narážkami Elona Muska. Tieto narážky spôsobujú, že väčšina veľkých firiem sťahuje reklamy z platformy X, čo znamená veľké finančné straty pre firmu.

Elon Musk sa v tejto situácii rozhodol cestovať do Izraela, aby ukázal, že nie je antisemita. Firma momentálne podniká kroky na podporu slobody prejavu, vrátane odblokovania kontroverzných účtov, ktoré boli predtým zablokované. Medzi týmito účtami sú napríklad Donald Trump, Kanye West alebo Andrew Tate.

Podľa môjho názoru sa firma snaží získať pozornosť a darí sa jej to vďaka kontroverznému Elonovi Muskovi, ktorý má schopnosť priťahovať pozornosť. Jeho prejavy priťahujú pozornosť, a dokonca aj zlá reklama sa ukazuje ako reklama, čo zvyšuje popularitu sociálnej siete.

Zaujímavým krokom bolo aj vyhodenie 80% zamestnancov. Aj napriek tomuto kroku však platforma pokračuje vo svojom fungovaní. Vzniká otázka, či tí ľudia v skutočnosti vykonávali prácu, alebo iba poberali plat. To je príkladom toho, aké extrémne kroky je Elon Musk schopný podniknúť.

Ďalej by som uviedol niekoľko možností na posilnenie reputácie. Bolo by vhodné držať kontroverzného majiteľa na uzde a zriadiť komunikačný tím, ktorý by komunikoval s verejnosťou, médiami a influencermi prostredníctvom rôznych komunikačných kanálov. Organizovať tlačové konferencie, odpovedať médiám a šíriť oficiálne vyhlásenia by taktiež mohlo pomôcť. Ďalším krokom by mohlo byť vytvorenie tímu pre správu oficiálnych účtov platformy a zdieľanie obsahu, ktorý posilňuje pozitívnu reputáciu. Všetky tieto kroky sú vnútorné nástroje na riadenie reputácie.

1. **Záver**

* Zhodnotenie celkovej reputácie, akú má celkovú reputačnú pozíciu a kam smeruje. Prípadne uveďte nejaké vlastné nápady.

Pred akvizíciou Elona Muska mal Twitter veľmi dobrú reputáciu, hoci samozrejme stále čelil nejakým problémom. Avšak od príchodu Elona Muska sa situácia zhoršila, čomu taktiež ešte dopomohol aj nárast dezinformácií, hoaxov, botov a nenávistných príspevkov. Je zrejmé, že reputácia firmy sa rýchlo zhoršuje, a platforma stráca veľa peňazí z reklám, pretože mnoho veľkých firiem stiahlo svoje reklamy kvôli vyhláseniam majiteľa.

Smerovanie tejto firmy a platformy je momentálne neisté. Prezentoval som už niektoré nápady vyššie, a v závere ich zhrniem opäť. Navrhoval by som obmedziť priamu komunikáciu Elona Muska a zriadiť komunikačný tím na zvládnutie verejnej komunikácie a predchádzanie nejasnostiam a problémom.

Bod č.2

**Znenie:** Ak by ste si založili vlastnú firmu, alebo by ste sa stali súčasťou nejakej existujúcej firmy : uveďte príklad firmy a zamerania, a napíšte tri hlavné strategické body, nápady, ako by ste zahájili budovanie reputácie tejto firmy a zároveň aj svojej osoby.

Založil by som si vlastnú firmu s názvom **GreenDrive Solutions**. Táto firma by sa venovala vývoju a poskytovaniu ekologicky udržateľných dopravných riešení, so špecializáciou na elektromobily a infraštruktúru pre elektrické vozidlá. Svoje riešenie zhrniem v nasledujúcich bodoch:

1. **Vytvorenie komplexného informačného portálu:**

Vybudoval by som online portál, teda webstránku s informáciami o výhodách elektromobility, aktuálnych technologických trendoch a ekologických dopadoch. Na tomto portáli by som zahrnul aj vlastný osobný blog, kde by som zdieľal svoje názory, postrehy a pohľady na rozvoj ekologickej dopravy.

1. **Organizácia workshopov a edukačných podujatí:**

Organizoval by som workshopy a edukačné podujatia zamerané na elektromobilitu, súčasné technológie, a ekologický dopad. Aktívna účasť na týchto podujatiach, ako aj zapojenie sa do diskusií, by vytvorila povedomie o mojom osobnom prínose v oblasti ekologickej dopravy.

1. **Partnerstvá s ekologickými iniciatívami:**

Kladol by som dôraz na nadviazanie partnerstiev s ekologickými organizáciami a iniciatívami. Aktívna účasť na verejných aktivitách spojených s ekológiou podporovaných mojou firmou by zdôraznila moju osobnú angažovanosť a to, že táto tématika je môjmu srdcu blízka.

Bod č.3

**Znenie:** Nájdite a popíšte stručne 1. prípad krízovej komunikácie na Slovensku v roku 2022 alebo 2021. ( pozor. nie prípad a popis krízy udalosti ! ale popis krízovej reakcie a komunikácie v dôsledku krízovej situácie ! ) – popis KOMUNIKÁCIE a reakcie na krízovú situáciu subjektu ( organizácie alebo firmy )

Na začiatok by som sa chcel chvíľu venovať popisu krízy. Kríza spočíva v tom, že obchod s hračkami **Dráčik** zverejňuje kontroverzné príspevky na svojej webovej stránke už takmer dva roky. Ide najmä o konšpiračné teórie, ktoré sa týkajú obrannej dohody Slovenska a USA, vojny na Ukrajine, pandémie, očkovania, LGBTI+ komunity a podobne. Tieto konšpiračné teórie sú na Slovensku výrazne populárne. Situácia sa stáva nevhodnou, keďže Dráčik propaguje tieto nezmysly na svojej stránke, ktorá je primárne určená pre deti a rodičov, ktorí tieto hračky kupujú. Je to problematické, pretože keď si rodič so svojím dieťaťom sadne vybrať hračky a vidí na stránke nezmyselné informácie, môže to vyvolávať obavy a problémy či už to v dieťati, alebo v rodičovi.

Majiteľom Dráčika je Dušan Víglaský. Kríza začala, keď sa začalo verejne diskutovať o jeho konšpiračných textoch. Viacerí influenceri spustili výzvu pod hashtagom #bojkotujemdracik. S bojkotom pomohla aj blogerka Veronika Rosputinská zo SME. Dokonca aj spoločnosť Lego pozastavila svoju propagáciu, kým situáciu nepreveria.

**Teraz sa pozrime na niektoré doslovné reakcie a komunikáciu zakladateľa firmy, Dušana Víglaského.**

1. Články píšem ja, Dušan Víglaský a budem ich písať naďalej. Zdá sa, že vám to nejako nevyhovuje.

2. Denník Sme a iné médiá klamú.

3. Tu uvediem len jedno klamstvo z tisíc. Očkovanie je sloboda. Firma Pfizer sama priznala, že vakcíny neboli testované na zabránenie prenosu vírusu. Zato však vytvárajú hromadu vedľajších účinkov, ktoré boli utajované. Ako napríklad zápal srdcového svalu, trombóza, mozgová mŕtvica, poškodenie imunity alebo tvorba samotného covid 19!!! Je toho kvantum. Kto chce, ten to nájde v odtajnených dokumentoch klinických testov samotného Pfizeru. Tieto informácie sa postupne odkrývajú a už ich dokonca prezentujú aj mainstreamové médiá v iných štátoch, napríklad redakcia Bild v Nemecku, kde doslovne uviedli, že boli páchané zločiny proti ľudskosti. Iba u nás je akosi ticho. Respektíve, sa dôležité veci prekrývajú inými témami.

Takáto reakcia je neprijateľná. Autor ponechal bannery na stránke stále zobrazené a dokonca ich aj aktualizuje. Napriek kritike, ktorú dostal, nezmenil svoj postoj a pokračuje v svojom konaní. Zdá sa, že má nulovú sebareflexiu a nevníma, že to, čo robí, je nevhodné. V dôsledku toho bol web zaradený do databázy konšpiračných webov, a spoločnosť Lego stiahla svoju reklamu z tohto webu. Krízovú komunikáciu a reakciu považujem za neefektívnu, respektíve až neexistujúcu, pretože jeho reakcia situáciu ešte zhoršila. Autor sa nesnažil skryť svoje konšpiračné teórie a bol pri tom agresívny. Útočil na LGBTI+ komunitu, denník SME, či na mainstream médiá.

Bod č.4

**Znenie:** Vyberte si jednu vzorovú firmu, optimálne z oblasti IT a pomenujte aspoň 3 možné cieľové skupiny, na ktoré sa firma musí zamerať, aby si budovala svoju reputáciu.

Rozhodol som sa opísať firmu **PricewaterhouseCoopers Slovakia (PwC),** v ktorej momentálne pracujem. Firma ponúka služby v oblasti auditu a daňové či poradenské služby. Firma sa špecializuje najmä na zákazkové projekty, pričom udržiavanie dobrej reputácie je kľúčovým prvkom pre získanie a udržanie potenciálnych zákazníkov.

Jedným z efektívnych spôsobov udržiavania pozitívnych vzťahov je flexibilita v prípade, že sa projekt náhodou predraží alebo oneskorí. Firma sa snaží zachovať priateľský prístup a ponúka riešenia, ako kompenzovať klienta za prípadné nepríjemnosti. To môže zahŕňať poskytnutie zľavy na ďalší projekt alebo odpustenie nákladov za dni, ktoré boli navyše oproti pôvodnému plánu.

Reputácia je kľúčovým faktorom, pretože zákazník väčšinou preferuje spoluprácu s firmou, ktorá má uznávanú a spoľahlivú povesť. Úspešné projekty sú kľúčovým stavebným kameňom reputácie, ale spokojnosť zamestnancov s pracovnými podmienkami je rovnako dôležitá. Toto ovplyvňuje, ako efektívne tímy pracujú a ako sú schopné reprezentovať firmu.

Okrem toho je dôležité udržiavať priateľské vzťahy aj s inými firmami. Ak PwC nie je schopné zabezpečiť určitý projekt alebo to nie je v danej chvíli výhodné, je dobré klientovi odporučiť inú spoľahlivú, spriatelenú firmu. Táto spolupráca môže v budúcnosti priniesť rovnaký prospech pre PwC.

Celkovo je udržiavanie pozitívnych vzťahov s klientmi, zamestnancami a konkurenciou kľúčovým prístupom pre budovanie a udržiavanie reputácie firmy PwC na trhu. Na základe mojej analýzy som identifikoval tieto **3 cieľové skupiny** na ktoré sa firma musí zamerať aby budovala svoju reputáciu: **zákazníci, zamestnanci, a iné firmy**.

Bod č.5

**Znenie:** Vymenujte aspoň 6 dôležitých nástrojov, ktorými sa buduje reputácia firmy či organizácie.

* Budovanie reputácie značky
* Sociálne siete
* Spolupráca s influencermi
* Podpora zamestnancov
* Krízový manažment
* Zbieranie a analýza názorov

Zdroje

Bod č.1

**a)**

<https://www.techtarget.com/whatis/definition/Twitter> - Základne informácie o Twitteri

<https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter> - Základne informácie o Twitteri

<https://www.linkedin.com/pulse/how-twitter-makes-money-complete-guide-tebid-beltus-p2are/> - Ako Twitter zarába peniaze

**b)**

<https://workat.tech/company/twitter> - Hodnoty Twitteru   
<https://about.twitter.com/en> - Priority Twitteru

**c)**

<https://news.sky.com/story/elon-musk-what-are-his-most-recent-controversial-moments-13019651> - Elon Musk a antisemitizmus

<https://www.washingtonpost.com/technology/2023/11/28/pizzagate-musk-twitter-x-controversy/> - Elon Musk a konšpiračne teórie

<https://www.bbc.com/news/health-66313916> - Elon Musk a korona vakcíny

<https://twitter.com/x> - Oficiálny profil X  
<https://twitter.com/elonmusk> - Elon Musk - X profil

**d)**

<https://www.nytimes.com/2023/11/24/business/x-elon-musk-advertisers.html> - Firmy sťahujú reklamy z X

<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-63692369> - Elon Musk odblokoval Trumpa   
<https://www.independent.co.uk/tech/elon-musk-twitter-ban-trump-tate-west-b2229716.html> - Ďalšie odblokované osoby  
<https://www.forbes.com/sites/qai/2022/11/05/elon-musk-twitter-sink-whats-elon-up-to-this-time/?sh=74bd4df7b1d5> - Elon Musk a umývadlo  
<https://edition.cnn.com/2023/04/12/tech/elon-musk-bbc-interview-twitter-intl-hnk/index.html> - Vyhodenie 80% zamestnancov Twitteru

**e)**

Bez zdrojov, išlo len o záver zadania.

Bod č.2

Bez zdrojov, vlastná tvorba.

Bod č.3

<https://www.startitup.sk/z-hrackarstva-sa-stalo-hoaxarstvo-slovaci-vyhlasili-bojkot-dracikovi/> - Dráčik a hoaxy   
<https://zive.aktuality.sk/clanok/E6LLi5F/e-shop-dracik-zaradili-na-zoznam-dezinfowebov-projektu-konspiratorisk/> - Dráčik a zaradenie medzi dezinfoweby

<https://tvnoviny.sk/ekonomika/clanok/361581-kauza-dracik-uz-presahuje-nase-hranice-kontroverznymi-komentarmi-sa-zaobera-ceska-policia> - Dráčik vo svete  
<https://standard.sk/276651/viglasky-z-dracika-pisat-budem-nadalej> - Statusy Dušana Víglaského  
<https://www.dracik.sk/clanky/dennik-sme-a-ine-media-klamu/> - Stránka dráčika a oficiálne vyjadrenia

Bod č.4

Bez zdrojov, vlastná tvorba a skúsenosti.

Bod č.5

<https://budmanazer.sk/reputacia-nastroj-uspechu-2/> - Ako budovať reputáciu

<https://sita.sk/ako-zvysit-reputaciu-vasej-firmy-a-preco-je-to-dolezite-najma-pocas-krizy/> - Ako budovať reputáciu