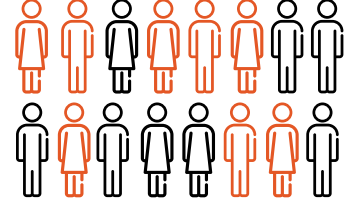


STRAGENDA

13 Ağustos 2020

Salgın Döneminde İş Dünyasından Beklentiler

İletişim konusunda 45 yılı aşkın bir deneyime sahip olan Porter Novelli, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını sırasında Amerikalıların şirketlerden beklentilerini araştırdı.



Araştırmaya göre, toplumun %71'i şirketlerin salgını engellemek için yaptığı çalışmalardan haberdar olmak istiyor.

İşe geri dönmek ya da dönmemek

Şirketler yeniden işe dönmeyi değerlendirirken, toplumun %69'u şirketlerinin yeniden açılma kararının, çalışanlardan gelen geri bildirimlere göre verilmesi gerektiğini düşünüyor. Şirketlerin bu konuda çalışanlarına nasıl hissettiklerini sormasını isteyenlerin oranı ise %63'ü buluyor. Aynı zamanda, katılımcıların %71'i, işe geri dönme planları ve süreçleri hakkında çalışanlarla iletişim kurmanın önemine dikkat çekiyor.

Kararlar tüketici davranışlarını nasıl etkileyecek?

Salgın sona erdiğinde, toplumun %76'sı bu dönemde harekete geçen, %71'i ise bu dönemde yanlış kararlar veren şirketleri hatırlayacağını belirtiyor. İşe dönme konusunda sorumsuz davranan şirketlerin ürünlerini satın almayacaklarını belirtenler %64 iken, salgın sırasında bir şirketin sorumsuzca davrandığını öğrenmesi halinde onun ürün veya hizmetlerini satın almayacağını söyleyenlerin oranı ise %70'e çıkıyor.

Sosyal ve çevresel konulardaki beklentiler neler?

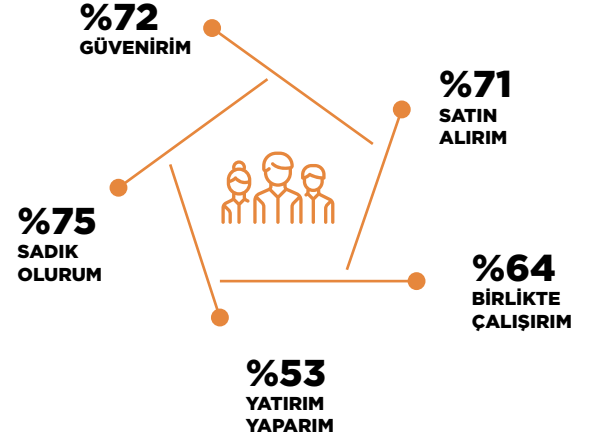
COVID-19 salgınıyla beraber şirketlerin odağı bu konuya kaymış olsa da toplumun %55'i şirketlerin diğer sosyal veya çevresel konulardaki ilerlemelerini bilmek istiyor. Katılımcıların %46'sı bu konulardaki ilerlemelerin yavaşlamasından endişe duyarken, %52'si salgın öncesinde sosyal veya çevresel sorunları destekleyen işletmelerin desteklerine devam etmesi gerektiğini ancak COVID-19'dan özellikle etkilenecek konular konusunda düzenlemeler yapmaları gerektiğini düşünüyor.

Toplumun, şirketlerin aktif olarak ele alması gerektiğini düşündükleri konular önem sırasına göre; çalışan sağlığı ve güvenliği, gizlilik ve internet güvenliği, sağlık hizmetlerine erişim, cinsel istismarla mücadele, istihdam artışı, kadın hakları, göç, iklim değişikliği, LGBTQ hakları ve sahte haberlerle mücadele.

Şirketler COVID-19 salgınına yanıt verdiğinde...

Toplumun;

%75'inin şirkete sadık olma,
%72'sinin şirkete güvenme,
%71'inin şirketin ürün ve servislerini satın alma,
%64'ünün şirket için çalışma ve
%53'ünün şirkete yatırım yapma
olasılıkları daha yüksek.



Kolektif Amaç

Toplumun 4'te 3'ü şirketin gerçekten kolektif amaç odaklı olması için sosyal adalet sorunlarını ele alma konusunda istekli olması gerektiğini düşünüyor.

Son olarak, toplumun %73'üne göre COVID-19 salgını sonrasında şirketler, paydaşlarının ihtiyaçlarına öncelik vermeli ve paydaşlarının ihtiyaçlarına yönelik stratejileri benimsemeli.