

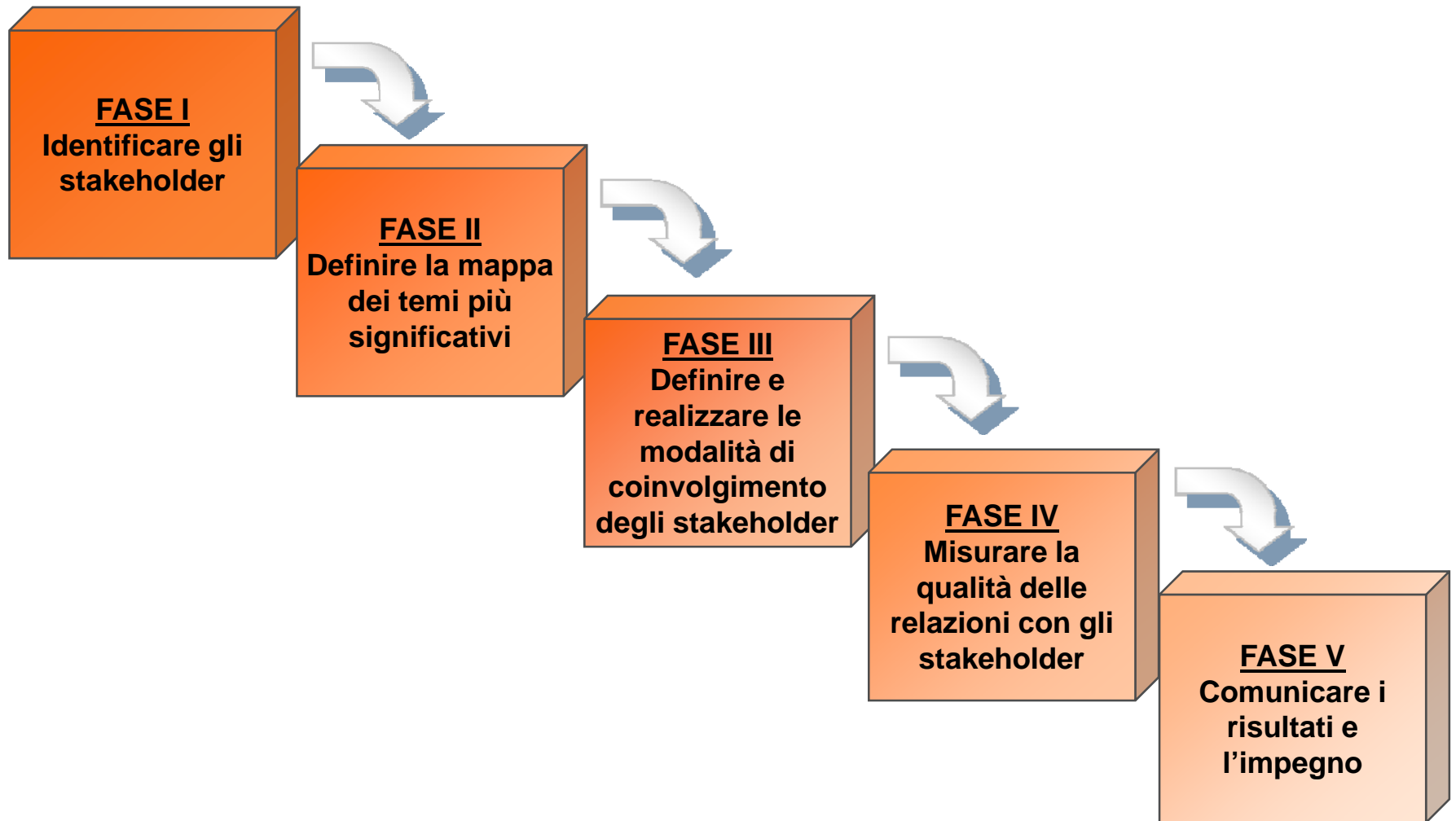
SRA Stakeholder Relations Assessment

Al fine di ottimizzare l'orientamento strategico nel governo delle relazioni, Eikon propone di dare un nuovo impulso all'ascolto degli stakeholder attraverso un modello proprietario **SRA** (*Stakeholder Relations Assessment*).

Il progetto ha l'obiettivo di accrescere la reputazione **dell'azienda** e di creare consenso intorno alle sue strategie, attraverso:

1. L'**ascolto** dei bisogni e delle aspettative dei target di riferimento.
2. La **comunicazione** del profilo di identità dell'azienda e delle sue strategie. **SRA** è infatti non solo un monitoraggio, ma un **engagement** con i propri stakeholder che vengono chiamati ad esprimere la loro valutazione sui progetti di sviluppo aziendali.
3. La **ricerca** di uno "sviluppo sostenibile" che risponda coerentemente sia alla mission aziendale, sia alle richieste espresse dagli stakeholder.

Il processo di **Stakeholder Relations Assessment** si articola in 5 fasi:



1. L'IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

A partire dall'analisi del report di sostenibilità dell'azienda si identificano le diverse tipologie di stakeholder. In generale gli stakeholder sono:

1. **Collaboratori**
2. **Consumatori**
3. **Fornitori**
4. **Concedenti e brand partner**
5. **Mondo politico/istituzionale**
6. **Decisori economici**
7. **Mondo accademico**
8. **Giornalisti**

2. I TEMI PIÙ SIGNIFICATIVI

Si rileveranno presso i **segmenti** di **stakeholder** individuati i seguenti aspetti:

- il grado di **conoscenza** dell'azienda.
- le **percezioni** e le valutazioni *overall* e i fattori di giudizio.
- la **valutazione** della relazione.
- le aree di **forza** e le aree di **debolezza** dell'azienda.
- la valutazione del **management**.
- la valutazione dei **servizi** offerti.
- il livello percepito di **responsabilità** sociale.
- la percezione dell'**impegno** sui temi ambientali.
- le **aspettative** in relazione alle azioni future dell'azienda e della sua leadership.

Nello specifico, si porrà all'attenzione dei diversi gruppi le linee di sviluppo dell'azienda per rilevarne il **grado di consenso spontaneo** e le **criticità più rilevanti**. Potranno anche essere esaminate problematiche e difficoltà già emerse in passato per individuarne possibili correttivi.

3. LE MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

Si propone di coinvolgere le diverse categorie di stakeholder attraverso metodologie qualitative e interattive: i **focus group** e le **interviste in profondità**.

I **focus group** e le **interviste** prevedono un intreccio di strumenti qualitativi tra cui:

- I **reattivi proiettivi** (test dei disegni di famiglia, test di inclusione/esclusione, test degli animali, ecc) che consentono di cogliere le strutture latenti della rappresentazione e percezione dell'immagine di un'organizzazione.
- Il **differenziale semantico** che rileva le valutazioni sulla base di valori dicotomici del profilo di immagine. Questi attributi andranno concordati con il cliente (es. fragile/solida; piccola/grande; non innovativa/innovativa; ecc.).
- L'**analisi linguistica computerizzata** del corpus delle interviste e la costruzione delle mappe semantiche, cioè delle parole spontaneamente più associate dai diversi target all'azienda e ai suoi vertici.

4. MISURARE LA QUALITÀ DELLE REAZIONI [1]

Eikon utilizza una **metodologia proprietaria** per misurare **efficacia** e **profilo** della **relazione** con gli **stakeholder** dell'azienda. I **risultati** vengono sintetizzati in un **Indice della Qualità delle Relazioni (IQR)** che può essere monitorato nel tempo.
La metodologia di calcolo dell'*IQR* prevede la **costruzione di tre matrici**.

Una **matrice stakeholder/profilo relazionale** dell'azienda **atteso** dagli stakeholder (es. trasparente, degna di fiducia, ecc.)

Una **matrice stakeholder/profilo relazionale dell'azienda percepito** dagli stakeholder.

Una **matrice stakeholder/score tra profilo relazionale percepito e atteso**.

4. MISURARE LA QUALITÀ DELLE RELAZIONI [2]

Il **profilo relazionale** viene identificato da **Eikon** a partire dall'analisi della documentazione aziendale e da interviste al top management.



L'azienda indica il peso attribuito ad ogni stakeholder su una scala da 1 a 10.

Eikon elabora l'*IQR* per stakeholder a partire dallo score tra **profilo relazionale percepito** e **profilo atteso**. L'*IQR* dello stakeholder è pari alla media degli score ottenuti per ogni dimensione.

Gli *IQR* per stakeholder vengono sintetizzati in un *IQR globale* che è il risultato di una media dei singoli *IQR* ponderata sulla base del peso attribuito dall'azienda (scala 1-10).



L'*IQR* ideale è 0: le percezioni e le aspettative coincidono. L'*IQR* obiettivo per l'azienda, verrà identificato dal primo **SRA** e dalle strategie di sviluppo sostenibile dell'azienda (Stakeholder Relations Assessment).

5. COMUNICARE I RISULTATI E L'IMPEGNO

L'azienda procederà alla **comunicazione** dei **risultati**, identificando opportunità e rischi.
L'azienda dovrà:

1. **Comunicare** all'interno e all'esterno come intende dare risposta alle aspettative e ai bisogni espressi dalle diverse categorie di stakeholder.
2. **Attivare piani di azione** e predisporre risorse per il raggiungimento degli impegni stabiliti.
3. **Valutare** come **affrontare** gli **aspetti problematici** eventualmente emersi. L'azienda non deve recepire integralmente le esigenze emerse dagli stakeholder ma rispondere in modo concreto a quanto richiesto e spiegare in modo trasparente perché non si può dare risposta a aspetti rilevanti per gli stakeholder.
4. **Restituire** agli stakeholder i **risultati** delle sue valutazioni. Tra le modalità di comunicazione si prevede: 1. di inviare una lettera con una sintesi dei risultati raggiunti e la spiegazione dei passi successivi; 2. di presentare i risultati all'interno delle attività di reporting (es. rapporto di sostenibilità).
5. **Costruire** un **canale di ascolto** e comunicazione permanente con gli stakeholder attraverso la realizzazione di un forum on line. Il forum è anche uno strumento centrale per individuare eventuali nuove categorie di stakeholder.