

# Velkommen til Omdømmedagen!

Latter, Aker Brygge, onsdag 26. mai 2010

Apeland Informasjon og Reputation Institute ønsker velkommen til Omdømmedagen, onsdag 26. mai på Latter fra kl. 8.00 til 15.30.

Vår ambisjon for Omdømmedagen er at den skal være årets viktigste fagdag for ledere og andre som vil utvikle sin virksomhets omdømme. Årets dag gir inspirasjon og læring innenfor tre hovedtemaer:

- 1. Norges beste omdømme:** Du får vite hvilke bedrifter som har best omdømme i Norge og får høre deres egen forklaring på hvordan de har nådd denne verdifulle posisjonen.
- 2. Fra strategi til kommunikasjon:** Du får lære mer om det viktige samspillet mellom toppleder og kommunikasjonsansvarlig og veien til godt omdømme i både medgang og motgang.
- 3. Omdømmebygging gjennom synlig ledelse:** Du får tips om hvordan du bør tenke for å gjøre sjefen til en stjerne og hvordan både sjefer og andre kan oppnå mer gjennom å være bevisste på stemmebruk og kroppsspråk.



Velkommen!

Ole Christian Apeland

**APELAND**

REPUTATION  
INSTITUTE 

## 1 Norges beste omdømme: Resultater fra RepTrak 2010

### RepTrak 2010: Hvem har Norges beste omdømme og hvorfor?

Nils M. Apeland er leder for analysegruppen i Apeland Informasjon.

For sjuende gang har Reputation Institute og Apeland Informasjon, i samarbeid med Peggy S. Brønn ved Handelshøyskolen BI, analysert omdømmet til de 50 mest synlige norske virksomhetene. Over 10 000 nordmenn gir sine vurderinger i første kvartal 2010.

Hvilke bedrifter har best omdømme i Norge? Hvem har tapt omdømmepoeng? Hvem har gjort det største rykket det siste året? Nils M. Apeland presenterer analysen og kommenterer de viktigste funnene.



### Prisutdeling: Møte med årets omdømmevinner

Hvem er på omdømmetoppen i år? Tine, Ikea, Skandiabanken, Toyota, Norwegian og Flytoget er blant de tidligere vinnerne.

### Bak tallene: Hva kan vi lære av omdømmevinnerne?

Peggy S. Brønn er førsteamanuensis ved Handelshøyskolen BI.

Hva forteller årets RepTrak-resultater oss? Hvordan henger funnene i RepTrak sammen med andre data i Norge og internasjonalt? Hvilke underliggende trender finnes og hvilke konsekvenser bør dette få for hvordan norske bedrifter jobber for å bygge og bevare et godt omdømme?

Peggy S. Brønn er førsteamanuensis ved Handelshøyskolen BI og Reputation Institutes akademiske representant i Norge. Hun er også leder for BI Center for Corporate Communication og ansvarlig for BIs Bachelorutdanning i PR og kommunikasjonsledelse.



## 2 Omdømmebygging i praksis: Fra strategi til kommunikasjon

### Langsiktig omdømmebygging: "Birken" – Fra hobby til merkevare

Daglig leder av Birkebeinerrittet AS, Tone Lien og informasjonsansvarlig Ingunn Rønningen Kleven.

Skal du sykle Birken? Ekstrem trening har tatt helt av de siste årene, og deltakelse på Birkebeineren, ritt eller renn, har blitt et hett samtaletema i arbeidslivet. Årets Birkebeinerrenn var fulltegnet med 18 000 deltakere på bare 41 sekunder.

Daglig leder av Birkebeinerrittet AS, Tone Lien og informasjonsansvarlig Ingunn Rønningen Kleven deler suksesshistorien og forteller om hvordan de arbeider langsiktig med omdømme- og merkevarebygging for "Birken".

### Det enkle er ofte det beste: Holdninger og handlinger bak REMA 1000s vinneroppskrift

Rema 1000-sjef Ole Robert Reitan og kommunikasjonsdirektør i Reitangruppen, Solfrid Flateby, kåret til årets unge leder i DN.

Hvilken strategi ligger til grunn for utviklingen av suksessen Rema 1000 og hvordan jobber ledelsen og kommunikasjonsavdelingen med verdier, kultur og kommunikasjon i et marked preget av sterk konkurranse og raske endringer?

### Ekstrem omstilling: Hvordan kutte alt bortsett fra omdømmet?

Adm. dir Geir Olav Opheim og kommunikasjonsdirektør Nina Sundquist, Nortura

Nortura gjennomfører en ekstrem omstilling for å tilpasse seg et stadig mer krevende marked. En fjerdedel av virksomheten kuttes i ekspressfart. Med sterke merkevarer som Gilde og Prior og et godt omdømme som en ansvarlig matleverandør har selskapet mye å beskytte. Hvordan klarer de å ta vare på omdømmet? Svaret ligger blant annet i aktiv bruk av video og Facebook.

### Det krevende samspillet: Hvordan bidrar kommunikasjonsfunksjonen best i gjennomføringen av bedriftens strategi?

Hva forventer direktørene av gode kommunikasjonsdirektører og hva forventer kommunikasjonsdirektørene av lederne for å lykkes? Direktører og kommunikasjonsdirektører i samtale med Ole Christian Apeland.



## 3 Omdømmebygging gjennom synlig ledelse

### Hvor synlig skal lederen være?

Rektor Tom Colbjørnsen og kommunikasjonsdirektør Janne Log, Handelshøyskolen BI

Hvor viktig er lederens rolle som frontfigur for virksomheten, internt og eksternt? Hva sier forskning om dette og hvordan ser vi dette i praksis i dag? Hvordan påvirker forventninger fra omgivelsene hva lederen kan og bør gjøre, spesielt i en presset situasjon?

Tom Colbjørnsen er rektor ved Handelshøyskolen BI. Han arbeidet tidligere som professor ved Norges Handelshøyskole (NHH). Colbjørnsen er professor i både ledelse og sosiologi, og har lang erfaring som forsker, foredragsholder og bedriftsrådgiver.

Janne Log er kommunikasjonsdirektør ved Handelshøyskolen BI, og har ansvaret for høyskolens samfunnskontakt og omdømmebygging. Hun deler sine tanker og erfaringer rundt hvordan hun jobber med å synliggjøre og støtte sin leder, Tom Colbjørnsen.

### Få frem det beste: Slik skaper jeg stjerner

Jan Fredrik Karlsen, manager, Playroom

En av kommunikasjonsdirektørens oppgaver er å gjøre sjefen til en stjerne. Hva kan vi lære av andre som skaper stjerner? Jan Fredrik Karlsen er kjent som dommer i Idol og Norske talenter, og som suksessfull manager bak musikere som Kurt Nilsen og Alejandro Fuentes. Han forteller historiene bak suksessen og røper hvordan han ville tenkt for å gjøre en leder til stjerne.

### Personlig kommunikasjon: Stemmebruk og kroppsspråk som overbeviser

Øystein Wiik, tenor

Alle ledere og kommunikasjonsledere er avhengig av å kunne presentere sitt budskap til andre. Gode presentasjoner bidrar til godt omdømme. Hvordan bli kvitt nervøsitet og presentere med liv og lyst? Tenor Øystein Wiik gir deg praktiske tips om hvordan du bruker hodet, stemmen og kroppen for å trollebinde ditt publikum.

Påmelding på: [www.apeland.no](http://www.apeland.no)

