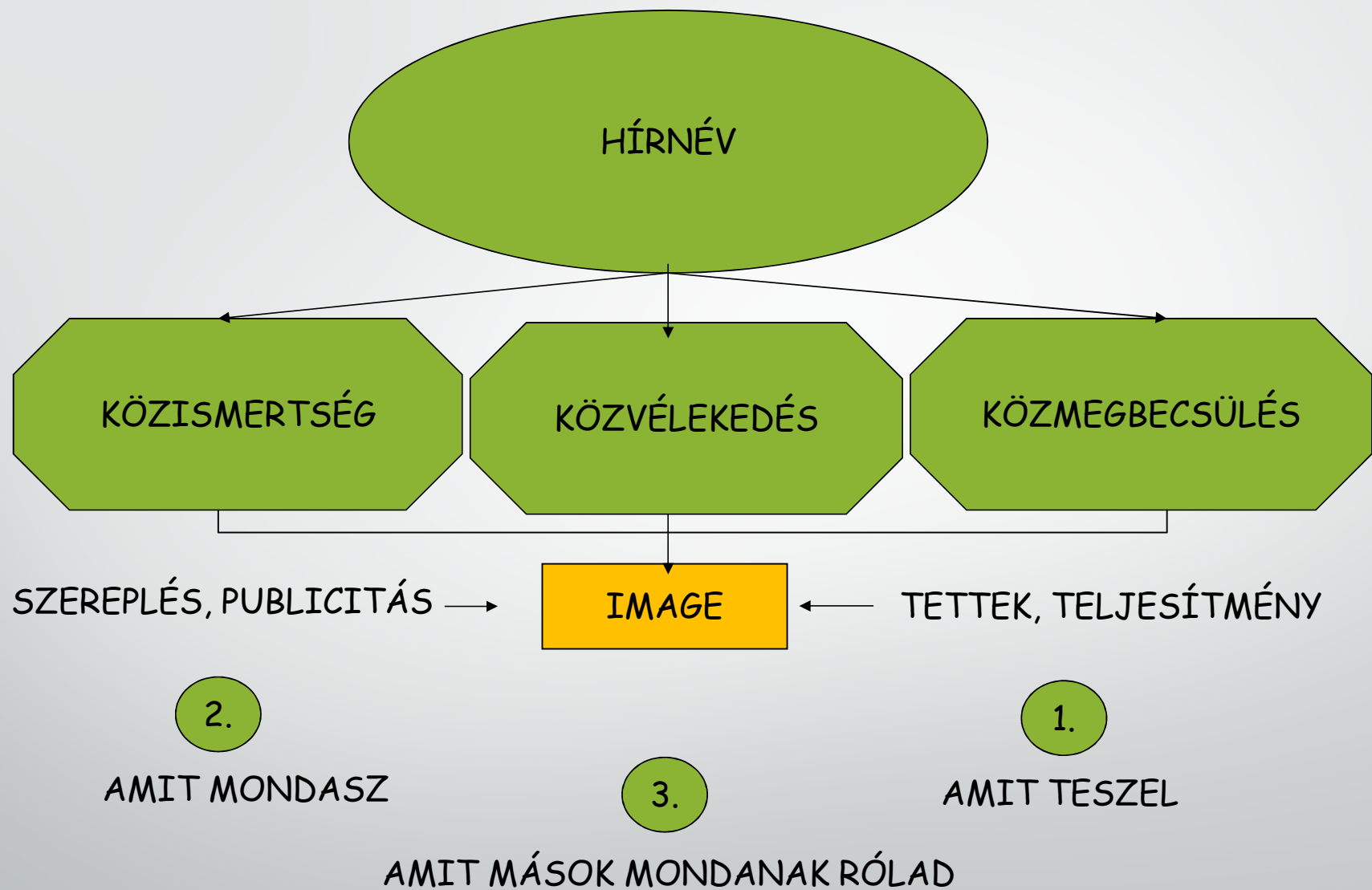
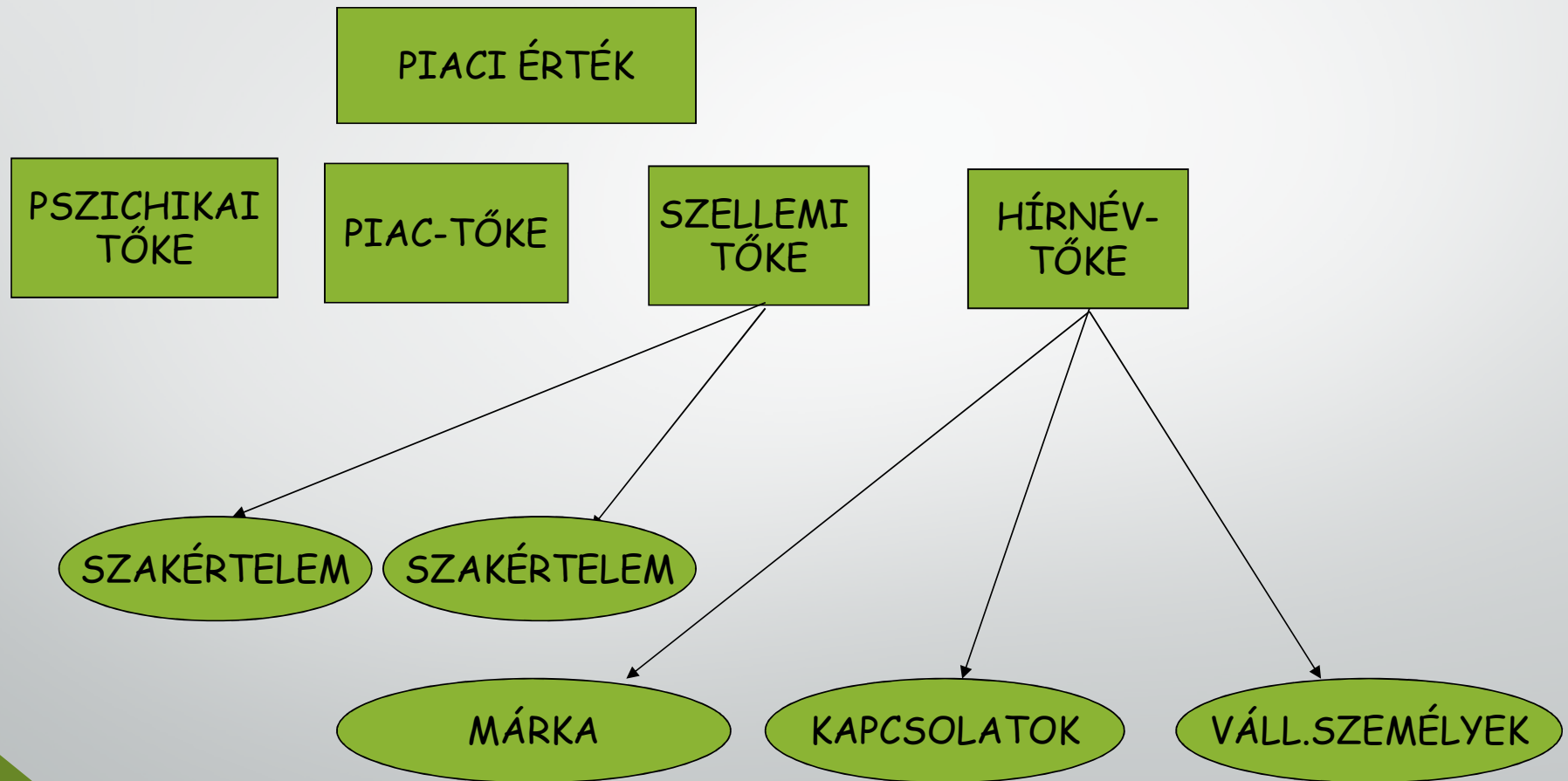


Hírnév

- Annak eredménye, amit teszel, amit mondasz és amit mások mondanak rólad.
 - Közismertség,
 - Közmegbecsülés, köztisztelet
 - Közvélekedés,
- A PR a hírnevet gondozza azzal a céllal, hogy megértést és támogatást nyerjen és befolyásolja a véleményt és a viselkedést.



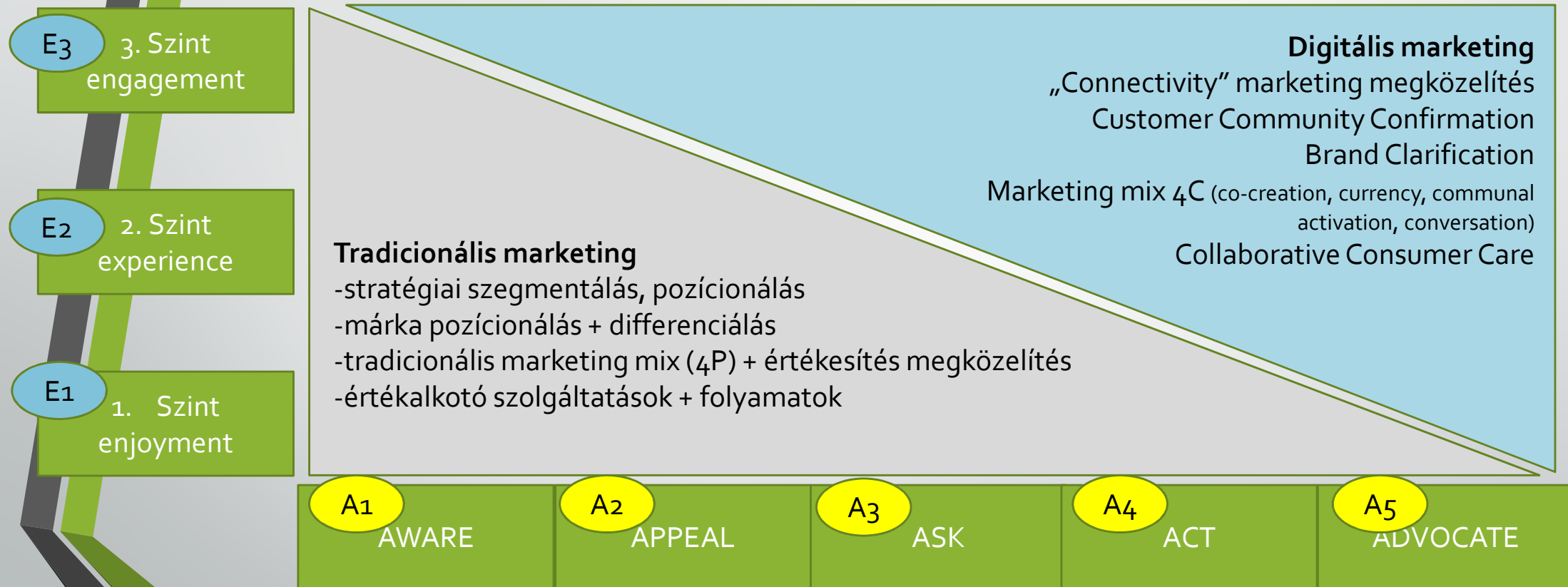
A HÍRNÉV VAGYONKÉNT ÉRTELMEZHETŐ



Marketing 1.0, 2.0 és 3.0 összehasonlítása

	Marketing 1.0 Termék-központú Marketing	Marketing 2.0 Fogyasztó-orientált Marketing	Marketing 3.0 Értékvezérelt Marketing
Cél	Termék eladása	Fogyasztói elégedettség és megtartás	Jobb helyé tenni a világot
Hajtóerő	Ipari forradalom	Információs technológia	Új generációs technológia
Hogyan látják a cégek a piacot	Tömegfogyasztó fizikai szükségletekkel	Intelligens fogyasztó ésszel és szívvel	Az egész emberrel ésszel, szívvel, lélekkel
Kulcs marketing-koncepció	Termékfejlesztés	Megkülönböztetés	Értékek
A cég marketing iránya	Termékspecifikáció	Cég és termék pozicionálás	Cég küldetés, jövőkép és értékek
(Vevő)Érték-ajánlat	funkcionális	Funkcionális és emocionális	Funkcionális, emocionális és spirituális
Fogyasztóval való interakció	One-to-many transaction	One-to-one relationship	Many-to-many collaboration

Marketing 4.0 = Váltás a tradicionális és a digitális marketing között



5 A's = New customer path - O Zone (own, othet, outer) (az AIDA, 4A (aware, attitude, act, act again) helyett)



Hírnév alapú értékelések

Fortune/Roper Corporate Reputation Index

- <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>
- companies in each (25) industry, a total of 680 in 29 countries
- A megkérdezettek vezető menedzserek, igazgatók és elemzők, akiket az iparáguk vezető cégeinek megnevezésére és a megadott tulajdonságok alapján történő értékelésére kértek. **A rangsor kilenc, hírnévvel kapcsolatos tulajdonság 0-tól 10-ig történő értékelésén alapul.** Ezek az alábbiak: 1.a menedzsment minősége 2.a cég pénzügyi híre 3. a termékek és szolgáltatások minősége 4. a tehetséges munkaerő vonzásának, fejlesztésének és megtartásának képessége 5. a cég értéke hosszú távú befektetésként 6. innovációs kapacitás 7. a marketing minősége 8. közösségi, társadalmi és környezeti felelősség vállalás 9. a cég eszközeinek felhasználása

Forbs Most Reputable Companies 2017

- <https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/02/28/the-worlds-most-reputable-companies-in-2017/#766f46072fe3>
- in seven categories: products & services, innovation, workplace, governance, citizenship, leadership and performance.

<http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>

1. Apple Computers
2. Amazon Internet Services and Retailing
3. Alphabet Internet Services and Retailing
4. Berkshire Hathaway Insurance: Property and Casualty
5. Starbucks Food Services
6. Walt Disney Entertainment
7. Microsoft Computer Software
8. Southwest Airlines Airlines
9. FedEx Delivery
10. JPMorgan Chase Megabanks

Forbs Most Reputable Companies 2017

1	Rolex	80.38
2	LEGO Group	79.46
3	The Walt Disney Company	79.19
4	Canon	78.28
5	Google	78.22
6	Bosch	78.13
7	Sony	77.74
8	Intel	77.74
9	Rolls-Royce Aerospace	77.66
10	Adidas	77.27
11	Microsoft	77.12
12	BMW Group	76.93
13	Michelin	76.75
14	Levi Strauss & Co.	76.70
15	Nike, Inc.	75.74

Harris Poll: The 2017 Annual Corporate Reputation Survey Results

RANK 1-25		RQ	RANK 26-50		RQ	RANK 51-75		RQ	RANK 76-100		RQ
1	Amazon.com	86.77	26	BMW Group	78.19	51	Macy's	74.79	76	Walmart	67.96
2	Wegmans	85.41	27	Nestle	78.06	52	CVS (CVS Health)	74.69	77	General Motors	67.84
3	Publix Super Markets	82.78	28	General Electric	77.90	53	PepsiCo	74.34	78	Mylan*	67.67
4	Johnson & Johnson	82.57	29	Hewlett-Packard Company	77.83	54	Procter & Gamble Co.	74.10	79	Royal Dutch Shell	67.55
5	Apple	82.07	30	Honda Motor Company	77.80	55	Starbucks Corporation	74.07	80	JPMorgan Chase & Co.	67.07
6	UPS	82.05	31	Kellogg Company	77.59	56	State Farm Insurance	74.03	81	Family Dollar*	66.74
7	The Walt Disney Company	82.04	32	Hobby Lobby	77.51	57	JPennney	74.00	82	United Airlines	66.59
8	Google	82.00	33	Nike	77.46	58	Target	73.49	83	Citigroup	66.39
9	Tesla Motors*	81.70	34	Whole Foods Market	77.15	59	Nissan Motor Corporation	73.43	84	Chipotle	66.36
10	3M Company	81.50	35	Mondelez International	77.10	60	Dell	73.38	85	Sprint Corporation	66.24
11	USAA	81.37	36	Walgreens	77.10	61	Yum! Brands	73.20	86	Dish Network	65.95
12	The Coca-Cola Company	81.18	37	Fidelity Investments	76.98	62	Capital One	73.04	87	ExxonMobil	64.55
13	General Mills	81.15	38	Aldi	76.96	63	American Express	72.90	88	Time Warner	64.43
14	Costco	81.14	39	Kohl's	76.92	64	Ford Motor Company	72.88	89	BP	63.99
15	Under Armour*	80.67	40	IBM	76.90	65	Progressive Corporation	72.72	90	Comcast	63.72
16	Toyota Motor Corporation	80.21	41	eBay	76.79	66	Facebook	72.29	91	Volkswagen Group	63.46
17	L.L.Bean	80.05	42	Sony	76.76	67	Geico	72.16	92	AIG	63.22
18	Netflix	79.86	43	The Kraft Heinz Company	76.21	68	Dollar General	72.11	93	Charter Communications	62.80
19	Lowe's	79.67	44	The Home Depot	75.50	69	T-Mobile	71.75	94	Sears Holdings Corporation	62.74
20	Microsoft	79.29	45	Nordstrom	75.49	70	Burger King	71.41	95	Bank Of America	59.65
21	The Kroger Company	78.70	46	Best Buy	75.41	71	Verizon Communications	71.12	96	Halliburton	58.30
22	Berkshire Hathaway	79.19	47	21st Century Fox	75.27	72	Yahoo!	70.56	97	Monanto	56.61
23	FedEx Corporation	78.99	48	Hyundai Motor Company	75.20	73	Fiat Chrysler Automobiles	70.02	98	Goldman Sachs	56.32
24	Southwest Airlines	78.56	49	Samsung	75.17	74	McDonald's	69.74	99	Wells Fargo & Company	49.11
25	Chick-fil-A	78.52	50	United States Postal Service	74.85	75	AT&T	68.42	100	Takata*	48.70

*New to Most Visible List this year (not in 100 Most Visible 2016). **Name change in 2016 (measured as "Kraft Foods Inc." and "Time Warner" in prior years)

Guide to RQ Scores: 80 & above: Excellent | 75-79: Very Good | 70-74: Good | 65-69: Fair | 55-64: Poor | 50-54: Very Poor | Below 50: Critical

All third party trademarks are the property of their respective owners. Use of such trademarks does not constitute or imply any sponsorship or endorsement.

A BrandZ – A legértékesebb globális márkák Top 10-es listája, 2017

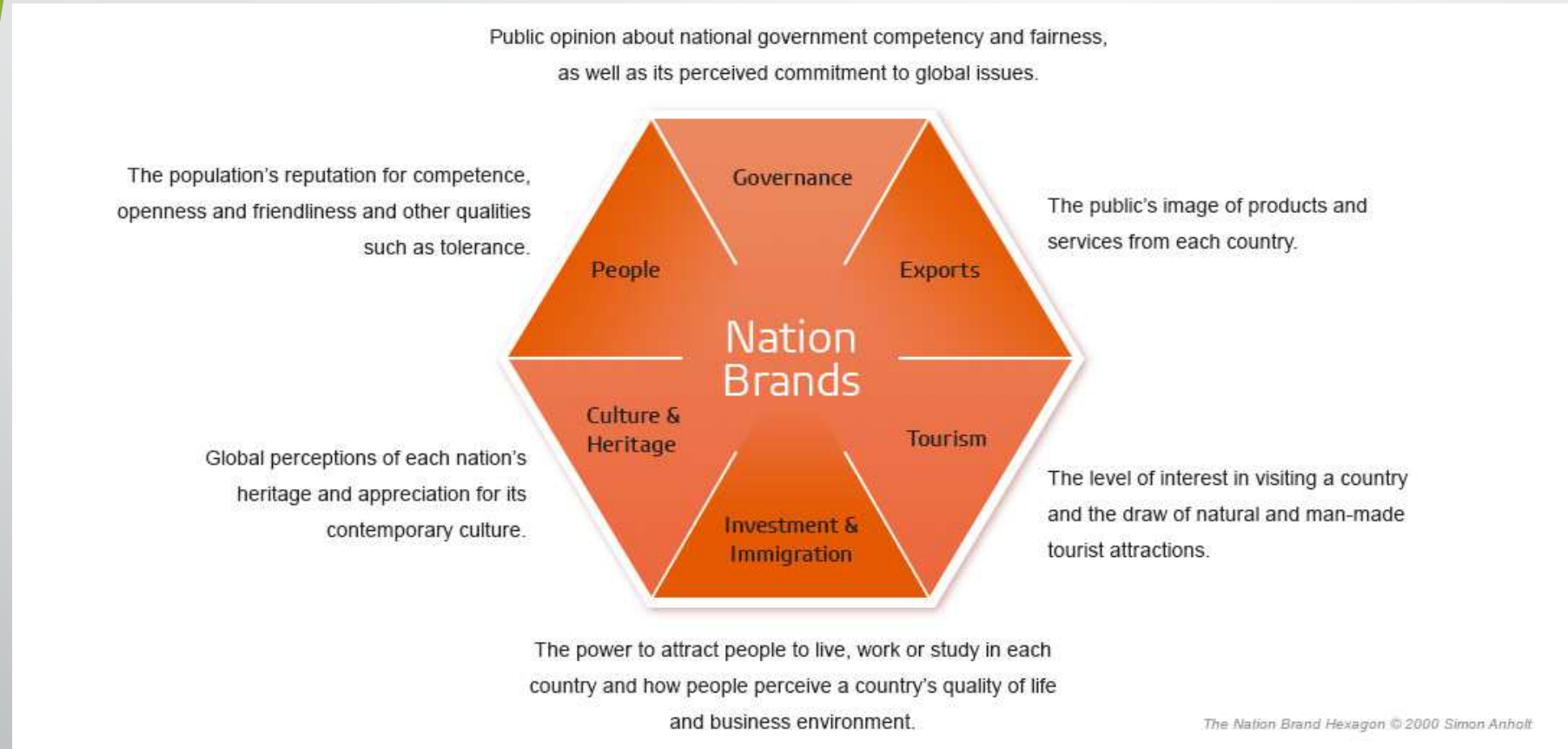
Helyezés 2017	Márka	Kategória	Márkaérték 2017 (milliárd dollár)	Márkaérték változás	Helyezés 2016
1	Google	Technológia	245,581	+7%	1
2	Apple	Technológia	234,671	+3%	2
3	Microsoft	Technológia	143,222	+18%	3
4	Amazon	Retail	139,286	+41%	7
5	Facebook	Technológia	129,800	+27%	5
6	AT&T	Telekommunikáció	115,112	+7%	4
7	Visa	Payments	110,999	+10%	6
8	Tencent	Technológia	108,292	+27%	11
9	IBM	Technológia	102,088	+18%	10
10	McDonald's	Gyorsétterem	97,723	+10%	9

Top 100 Ranking

Az Interbrand szervezet 2000 óta adja ki a világ legértékesebb cégeit tömörítő, Best Global Brands nevű százas listáját.

01  +3% 184,154 \$m	02  +6% 141,703 \$m	03  +10% 79,099 \$m	04  -5% 69,733 \$m	05  +20% 64,796 \$m	06  +9% 56,249 \$m	07  -6% 50,291 \$m	08  +48% 48,188 \$m	09  +10% 47,829 \$m	10  -11% 46,829 \$m	11  +3% 44,208 \$m	12  +5% 41,533 \$m	13  0% 41,521 \$m
14  +5% 40,772 \$m	15  +7% 39,459 \$m	16  +3% 31,930 \$m	17  +3% 27,466 \$m	18  +8% 27,021 \$m	19  -4% 22,919 \$m	20  +3% 22,696 \$m	21  +6% 22,635 \$m	22  +1% 20,481 \$m	23  -10% 20,486 \$m	24  +11% 18,573 \$m	25  +4% 18,472 \$m	26  -9% 18,200 \$m
27  -3% 17,787 \$m	28  +2% 16,416 \$m	29  +7% 16,387 \$m	30  +11% 15,749 \$m	31  +2% 15,375 \$m	32  +11% 14,210 \$m	33  +5% 13,643 \$m	34  +1% 13,224 \$m	35  +5% 13,193 \$m	36  +1% 12,661 \$m	37  +4% 12,471 \$m	38  +2% 12,023 \$m	39  +4% 11,534 \$m
40  +1% 11,522 \$m	41  +2% 11,519 \$m	42  +5% 11,073 \$m	43  -6% 10,972 \$m	44  +16% 10,864 \$m	45  -2% 10,674 \$m	46  +3% 10,599 \$m	47  +1% 10,534 \$m	48  +6% 10,129 \$m	49  +6% 10,059 \$m	50  +6% 9,982 \$m	51  +6% 9,969 \$m	52  -12% 9,788 \$m
53  -8% 9,541 \$m	54  +1% 9,322 \$m	55  +17% 9,216 \$m	56  +10% 9,060 \$m	57  -10% 8,951 \$m	58  +9% 8,947 \$m	59  0% 8,728 \$m	60  +16% 8,704 \$m	61  +2% 8,474 \$m	62  -1% 8,325 \$m	63  +14% 8,205 \$m	64  +1% 7,815 \$m	65  -2% 7,547 \$m
66  +4% 7,100 \$m	67  +5% 7,024 \$m	68  +8% 6,702 \$m	69  +6% 6,681 \$m	70  +14% 6,676 \$m	71  +11% 6,360 \$m	72  +12% 6,255 \$m	73  +7% 6,085 \$m	74  +4% 6,041 \$m	75  -6% 5,963 \$m	76  0% 5,715 \$m	77  +3% 5,671 \$m	78  New 5,592 \$m
79  -9% 5,411 \$m	80  +12% 5,408 \$m	81  -6% 5,394 \$m	82  +3% 5,332 \$m	83  -7% 5,313 \$m	84  New 5,224 \$m	85  +1% 5,181 \$m	86  -4% 5,135 \$m	87  +3% 5,114 \$m	88  New 4,876 \$m	89  -10% 4,868 \$m	90  -6% 4,842 \$m	91  +5% 4,823 \$m
92  -1% 4,783 \$m	93  +6% 4,776 \$m	94  -14% 4,716 \$m	95  -7% 4,587 \$m	96  +2% 4,405 \$m	97  +1% 4,288 \$m	98  0% 4,009 \$m	99  -3% 4,008 \$m	100  -1% 4,004 \$m				

Anholt-GfK Nation Brands Index



The Anholt-GfK Nation Brands IndexSM (NBISM) helps governments, organizations and businesses understand, measure and ultimately build a strong national image and reputation. It measures the power and quality of each country's 'brand image' by combining the following six dimensions

Nation	2017 rank	2016 rank	Score change 2017 vs. 2016
Germany	1	2	+0.99
France	2	5	+1.56
United Kingdom	3	3	+1.27
Canada	4	4	+0.96
Japan	4	7	+2.12
United States	6	1	-0.63
Italy	7	6	+0.74
Switzerland	8	8	+1.34
Australia	9	9	+0.76
Sweden	10	10	+1.30
<i>NBISM score changes: minor change: +/-0.26-0.50; medium: +/-0.51-1.00; large: > +/-1.00</i>			

Anholt-GfK City Brands IndexSM

The study evaluates the power and appeal of each city's image, providing a holistic and detailed perspective based on six key dimensions:

- **Presence** (the city's international status and standing)
- **Place** (its physical outdoors aspect and transport)
- **Prerequisites** (basic requirements, such as affordable accommodations and the standard of public amenities)
- **People** (friendliness, cultural diversity, how safe one feels)
- **Pulse** (interesting things to do)
- **Potential** (the economic and educational opportunities available).

Anholt-GfK City Brands IndexSM

2017 rank	City	2015 rank	Score change 2017 vs. 2015
1	Paris	1	+0.51
2	London	2	+0.52
3	Sydney	4	+0.97
4	New York	3	+0.67
5	Los Angeles	5	+0.91
6	Rome	6	+0.65
7	Melbourne	9	+1.64
8	Amsterdam	8	+1.36
9	San Francisco	n/a	+n/a
10	Berlin	7	+0.75
CBI SM scores range from 1-100. Score changes: small: +/-0.26-0.50; medium: +/-0.51-1.00; large: > +/-1.00			

MERCER'S 19TH QUALITY OF LIVING RANKING

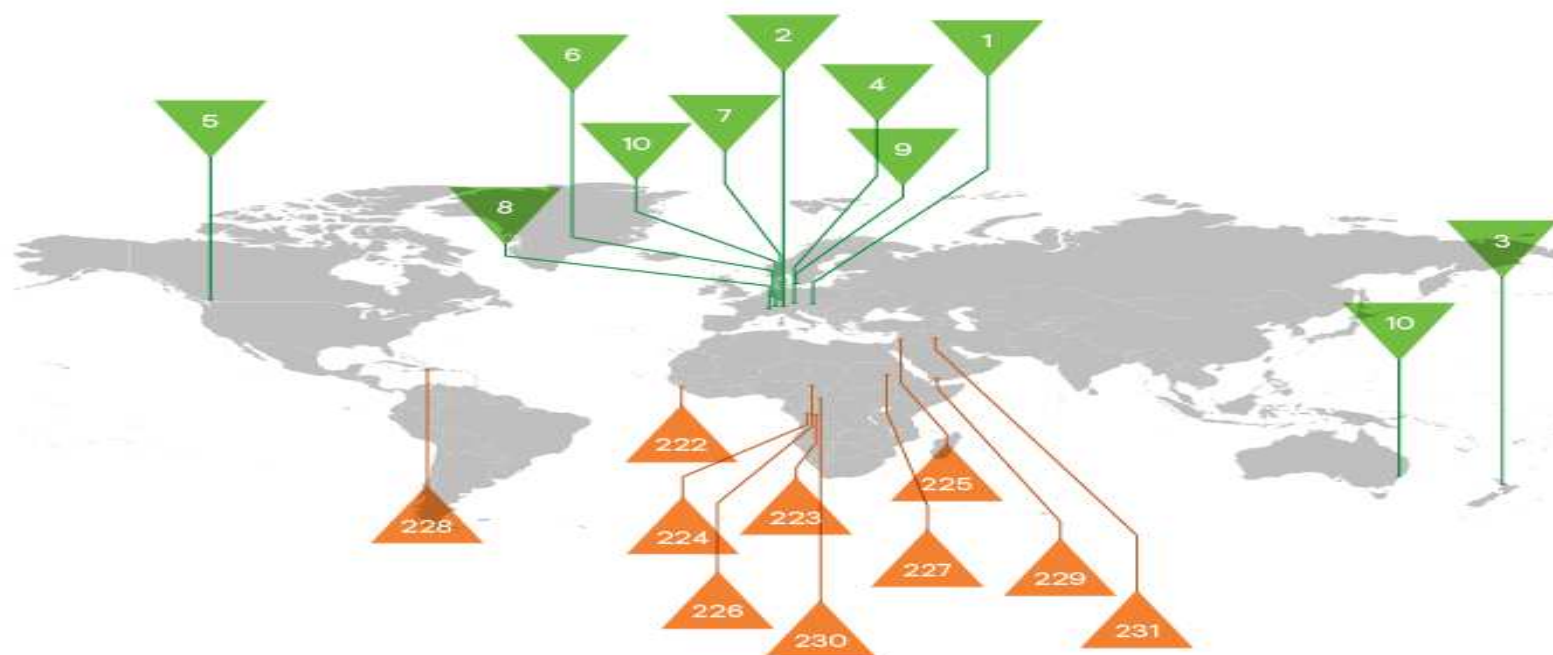
Mercer evaluates local living conditions in more than 450 cities surveyed worldwide. Living conditions are analysed according to 39 factors, grouped in 10 categories:

1. **Political and social environment** (political stability, crime, law enforcement, etc.).
2. **Economic environment** (currency exchange regulations, banking services).
3. **Socio-cultural environment** (media availability and censorship, limitations on personal freedom).
4. **Medical and health considerations** (medical supplies and services, infectious diseases, sewage, waste disposal, air pollution, etc.).
5. **Schools and education** (standards and availability of international schools).
6. **Public services and transportation** (electricity, water, public transportation, traffic congestion, etc.).
7. **Recreation** (restaurants, theatres, cinemas, sports and leisure, etc.).
8. **Consumer goods** (availability of food/daily consumption items, cars, etc.).
9. **Housing** (rental housing, household appliances, furniture, maintenance services).
10. **Natural environment** (climate, record of natural disasters).

<http://uk.businessinsider.com/mercer-2017-quality-of-living-worldwide-city-rankings-2017-3/#2-zurich-switzerland-the-city-is-known-as-the-countrys-economic-and-cultural-hub-which-regularly-tops-not-just-mercers-list-but-others-as-well-for-being-one-of-the-best-places-to-live-in-the-world-22>

Trends in Global Quality of Living: Top 10 Cities vs. Bottom 10 Cities

Western European cities continue to surpass the rest of the world when it comes to expatriate quality of living, by taking 8 of the top spots in Mercer's annual rankings. On the other end of the spectrum, developing, unsafe, and war-torn cities in the bottom of the rankings.



TOP 10 CITIES*

- 1 Vienna, Austria
- 2 Zurich, Switzerland
- 3 Auckland, New Zealand
- 4 Munich, Germany
- 5 Vancouver, Canada
- 6 Dusseldorf, Germany
- 7 Frankfurt, Germany
- 8 Geneva, Switzerland
- 9 Copenhagen, Denmark
- 10 Basel, Switzerland
- 10 Sydney, Australia

BOTTOM 10 CITIES

- 222 Conakry, Guinea
- 223 Kinshasa, DR Congo
- 224 Brazzaville, Congo
- 225 Damascus, Syria
- 226 N'Djamena, Chad
- 227 Khartoum, Sudan
- 228 Port au Prince, Haiti
- 229 Sana'a, Republic of Yemen
- 230 Bangui, Central African Republic
- 231 Baghdad, Iraq

Mercer's Quality of Living research assists multinational organizations to compensate employees fairly when placing them on international assignments.

*Top 10 rankings shown, some cities may be tied.

A magyarországi Forbes történetében először a legértékesebb magyar youtuberek listája

- 1.** magyar Youtube-sztárnak a technológiai eszközöket tesztelő The VR csapata bizonyult
- 2.** egyedi arcjátékáról is ismert Dancsó Péter
- 3.** zenei paródiákkal ismertséget szerző duó, Pamkutya
- 4.** negyedik helyre ért oda Magyarósi Csaba blogger,
- 5.** az ötödik helyen Csecse Attila szerepel.

<https://youtu.be/CIYhOIXqN-o>

A YOUTUBE CSILLAGAI FÉNYESEBBEN RAGYOGNAK

Kedveltségi index a **10-19 évesek** körében



50%-os ismeretség-feleltérő körzetek, támogatott ismeretség, N=113 fűgyszt, értékelés, hogy mtervára kedvelés az alábbi személyeket?
adatok: 2016. szeptember 19. - 2016. szeptember 29. Forrás: Genius

A YOUTUBE CSILLAGAI FÉNYESEBBEN RAGYOGNAK

Kedveltségi index a **20-29 évesek** körében



50%-os ismertség feletti hírességek, támogatott ismertség: #x13 Legszívesebben, érdeklőd, hogy mennyire kedvelted az alábbi személyeket!
Időszak: 2016. szeptember 19. - 2016. szeptember 29. Forrás: Youmeter

FORBES - LEGÉRTÉKESEBB MAGYAR CELEBEK 2017

A rangsort a Forbes a **pénztermelő képesség, a tartalmasság és a profizmus** mellett a közösségi médián belüli aktivitás összevetésével állította össze, munkájukat médiaszakemberekből álló zsűri segítette.

1. Sebestyén Balázs, műsorvezető
2. Ördög Nóra, műsorvezető
3. D. Tóth Kriszta, saját portált üzemeltető, műsorvezető
4. Majka, rapper, műsorvezető
5. Alföldi Róbert színész, rendező,
6. Liptai Claudia színésznő, műsorvezető
7. Tilla műsorvezető
8. Kiss Ádám humorista
9. Kasza Tibor műsorvezető, énekes
10. Hajós András médiaszemélyiség



Köszönöm a figyelmet

piskoti.istvan@gamf.uni-neumann.hu

www.piskotiistvan.hu