



Het imago van de financiële sector

Barbara Mulder en Ruben Sax

Burson-Marsteller



“Every saint has a past, and every sinner has a future.”

Oscar Wilde



“To destroy abuses is not enough; Habits must also be changed. The windmill has gone, but the wind is still there.”

Victor Hugo



“Every generation imagines itself to be more intelligent than the one that went before it, and wiser than the one that comes after it.”

George Orwell



“There is a very thin line between fighting for what you believe to be right and becoming that which you are fighting against.”

Mark Sheldon

“Every saint has a past, and every sinner has a future.”





Burson·Marsteller

ING mag zich techbedrijf achten, beleggers zien gewoon een bank

Driekwart Nederlandse werknemers wil controle over eigen pensioen

01 november 2017 | Consultancy.nl

'Amerika is voorbeeld van hoe het niet moet met pensioen'

Acht jaar prachtige rendementen, internationale erkenning, maar ook discussie en kritiek. Belegger en risicomanager Angeliën Kemna (59) neemt afscheid van het bestuur van Nederlands grootste pensioenbelegger APG.



Foto: ANP

Koolmees vreest confrontatie tussen generaties om pensioen

Nederland hanteert strenge regels voor bonussen maar prestatiebeloningen zijn gemeengoed

Vrije markt geen garantie voor beter pensioen



Bedrijven lopen vooruit op nieuw pensioenstelsel

Veel grote ondernemingen wachten de discussie over een nieuw stelsel niet af en hebben de afgelopen jaren hun regeling al flink op de schop genomen. Voorbodes van het pensioen van de toekomst?



PREMIUM

Pensioenleeftijd in 2018 naar 68 jaar

Datum: 17-10-2017 In: Pensioen

Foto ter illustratie © ANP XTRA

We zijn toe aan een nieuw pensioenstelsel

INTERVIEW | Vakbonden en werkgevers moeten snel besluiten over een nieuw pensioenstelsel, zegt Corien Wortmann, voorzitter van pensioenfonds ABP. Jongeren zijn daarmee beter af en de pensioenen kunnen sneller omhoog.

Peet Vogels 03-11-17, 10:56 Laatste update: 10:57

Rabobank



Conclusie

- Reputatie: collectieve perceptie van *alle* stakeholders
 - Perceptie wordt beïnvloed door:
 - Berichtgeving in de media
 - Eigen ervaringen
 - Ervaringen van anderen
 - Wet- en regelgeving
 - Maar ook door:
 - Sector
 - Land
 - Historie
 - Reputatie management moet rekening houden met bestaande percepties en gevoeligheden.
- 

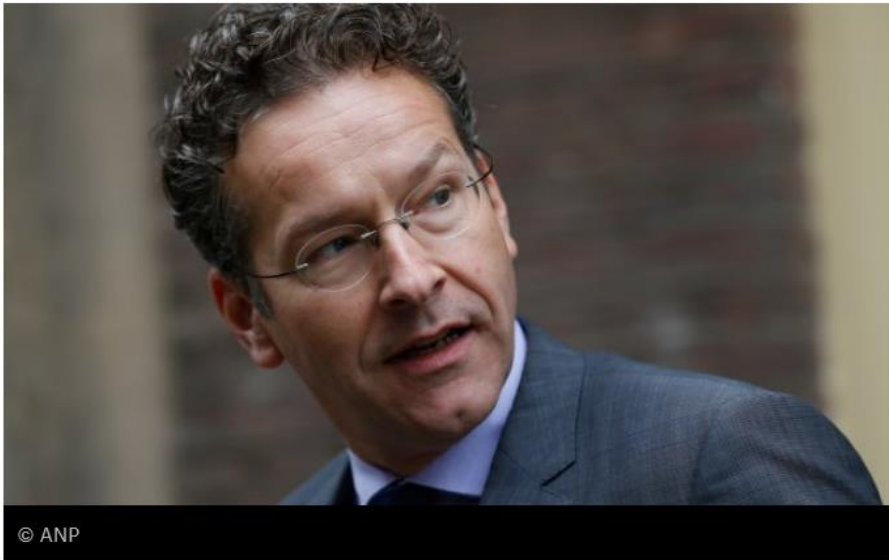


“To destroy abuses is not enough; Habits must also be changed. The windmill has gone, but the wind is still there.”

🕒 24 januari 2017 15:43

Dijsselbloem: 'Geen bonusplafond voor Londense importbanken'

🐦 0 📘 0 💬 0 ✉️



Internationale banken die door de brexit hun hoofdkantoor willen verplaatsen

Kamer: minder strenge regels voor bonussen van bankiers

🕒 27-06-2017, 16:40 **POLITIEK**

ING wil nog vijf jaar topbonus voor bankiers

Beloningen

De bank wil maximaal 1 procent van haar personeel kunnen blijven belonen met een bonus tot 200 procent van het salaris.

✍️ Chris Hensen 🕒 23 maart 2017

Britse bankiers lokken met bonussen, is dat vragen om een nieuwe crisis?

“Every generation imagines itself to be more intelligent than the one that went before it, and wiser than the one that comes after it.”



Jongeren en ouderen denken bijna hetzelfde over het Nederlandse pensioenstelsel.

- Nederlanders willen voorlopig geen ander pensioenstelsel
- Geen individuele spaarpotjes, liever een collectief spaarsysteem.
- Jong en oud delen dezelfde overtuigingen en twijfels.
- Het 'generatieconflict' over de pensioenen is nog ver weg.

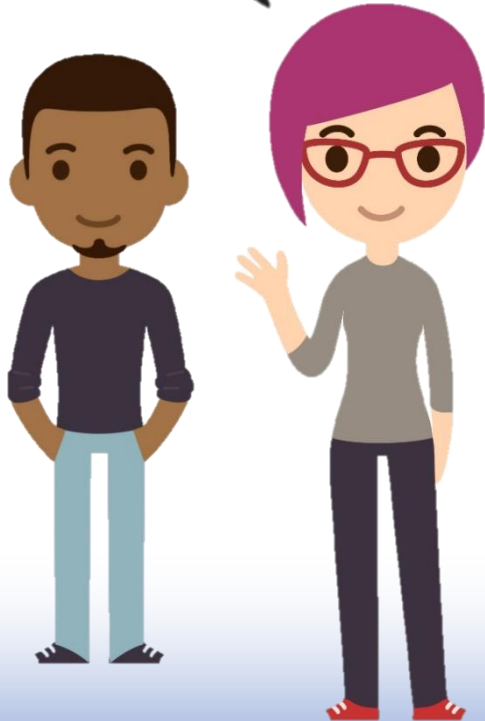
Hoe denken ze over elkaar?

*Boomers zijn meer
veeleisend en
kleurloos*

*Millennials zijn
vooral verwend
en veeleisend*

*Wij zijn vooral
ondernemend en
gedreven*

*Wij zijn
ook wel
gedreven
hor, maar
vooral ook
zelfbewust*



Wat
vinden ze
belangrijk?



Purpose



Brand Loyalty



Instant
gratificatie



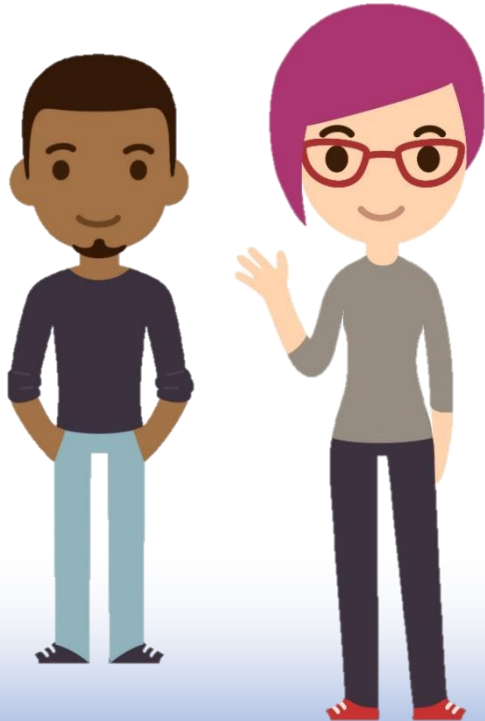
Lange
adem



Flexibiliteit
en controle



Zekerheid
en inzicht



Stem de communicatie af op die verschillende verwachtingen

**ONE SIZE
DOES NOT
FIT ALL**

Communicatie nu vooral
verwachtingenmanagement...

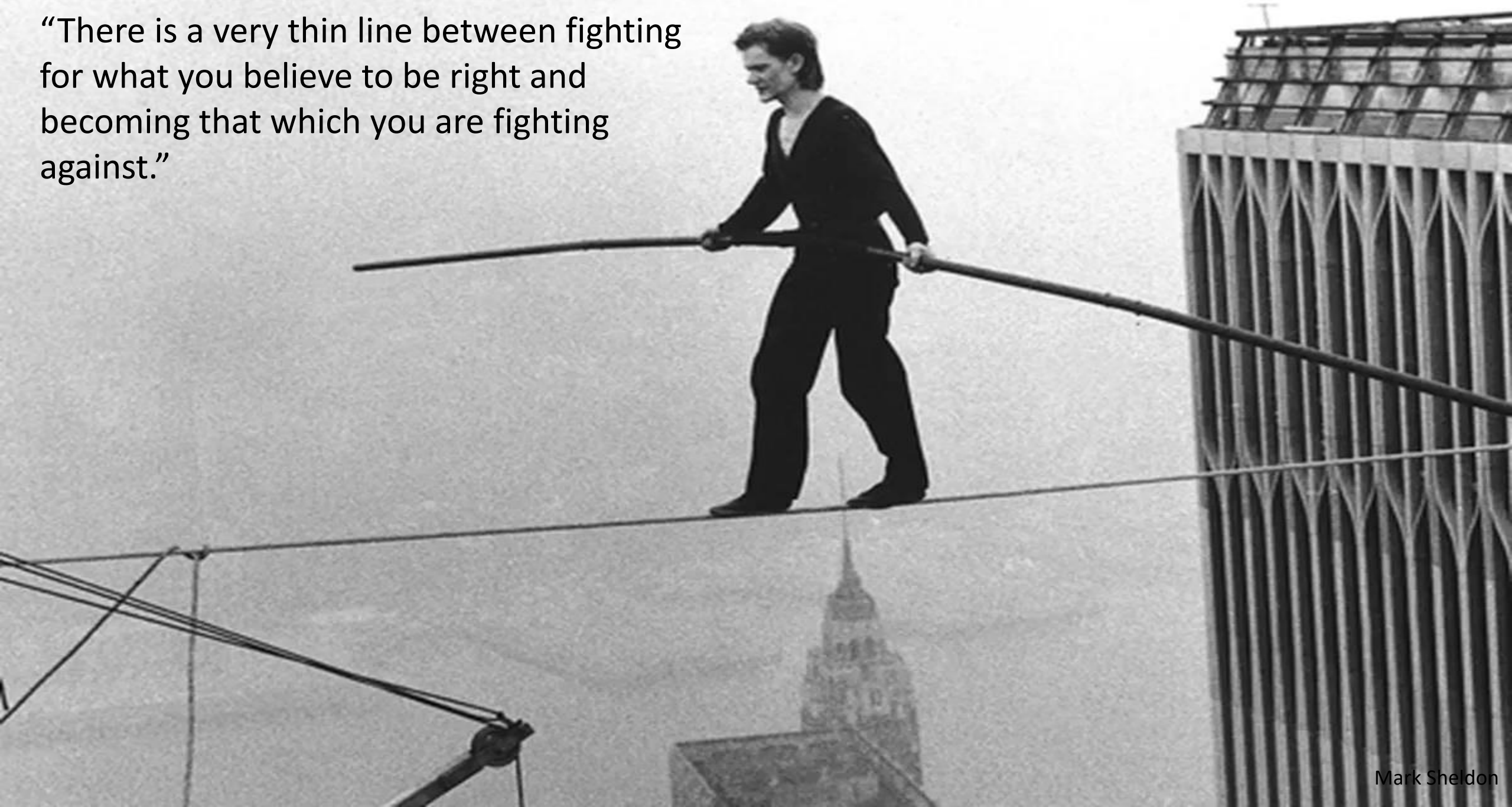
Gaat vooral over
dekkinggraad en risico's.

Doel is verstrekken van
inzicht en **overzicht**.

Vermeende generatieconflict zit
niet in hoe jongeren en ouderen
over het Nederlandse
pensioenstelsel denken....

Maar eerder in hoe er over het
stelsel en de voorziening wordt
gecommuniceerd.

“There is a very thin line between fighting for what you believe to be right and becoming that which you are fighting against.”



Niet lullen maar poetsen

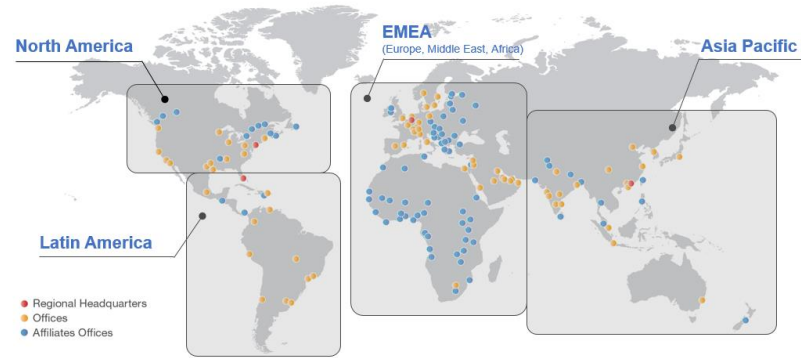
- Producten en diensten
- Innovatie
- Werkomgeving
- Governance
- Burgerschap
- Leiderschap
- Financiële prestaties

AUTHENTIEK

TRANSPARANT

ZICHTBAAR

Ons werk



Corporate communicatie

- Reputatie-onderzoek
- Media relaties
- Content
- Issue analyse, issue management
- M&A's
- Verander trajecten
- Corporate purpose

Crisis

- Preparedness (training, handboek, Q&A, statements)
- Simulaties
- 24/7/365 support
- Recovery (reputatie herstellen)

Public affairs

- Stakeholder engagement: strategie en executie
- Politieke monitoring
- Content ontwikkeling

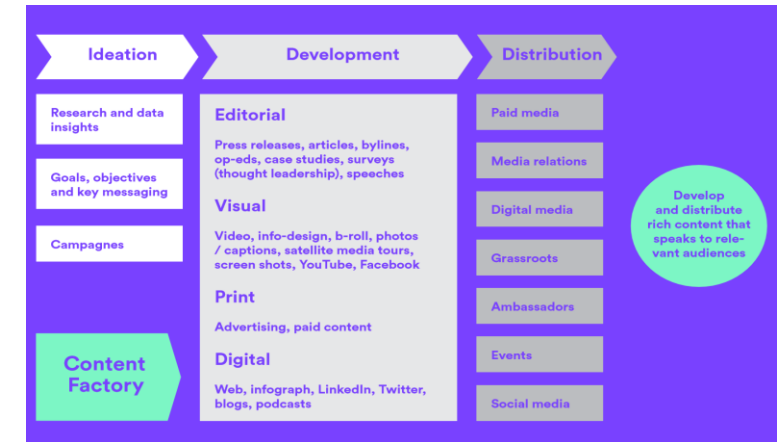


Table of Content	
1	THE PURPOSE OF COMMUNICATION IN INCIDENT MANAGEMENT
2	INCIDENT MANAGEMENT ORGANIZATION
	2.1 Incident Management Teams
	2.2 Activation of the Incident Management Organization
	2.3 Incident classification
3	2.4 Crisis communications organization
	CRISIS COMMUNICATIONS
	3.1 Core principles of effective crisis communications
	3.2 Be prepared to communicate under pressure
	3.3 Crisis communications: the first hours
	3.4 Messaging and initial statements
	3.5 Stakeholder Management
4	MEDIA RELATIONS & CRISIS COMMUNICATIONS
	4.1 Media monitoring & reporting
	4.2 Choosing a spokesperson
	4.3 Press conference guidelines
5	SOCIAL/ONLINE MEDIA & CRISIS COMMUNICATIONS
6	INTERNAL CRISIS COMMUNICATIONS
7	SCENARIOS
	7.1 Protected data breach (Cyber/IT-security/cybercrime)
	7.2 Product failure (Offerings/products and services)
	7.3 Catastrophic events (Natural disasters, terrorism, civil, transportation)
	7.4 Internal fraud (category: Crime)
	7.5 Reputation under pressure (Category: all)
	HOW TO PREPARE FOR COMMUNICATION UNDER PRESSURE
	DESIGNATED CRISIS COMMUNICATION LEADS
	BURSON-MARSTELLER GLOBAL CONTACTS
	INCIDENT ASSESSMENT AND CLASSIFICATION (FROM THE CIMP)
	CRISIS COMMUNICATION LOG SHEET TEMPLATE
	STAKEHOLDER MAPPING TEMPLATE
	STAKEHOLDER MESSAGING TEMPLATE
	MEDIA INQUIRY LOG SHEET
	TOP MEDIA QUESTIONS
	DEALING WITH THE MEDIA, GENERAL PRINCIPLES
	SOCIAL MEDIA DO'S & DON'TS
	TOP EMPLOYEE QUESTIONS
	KEY POST-CRISIS REVIEW QUESTIONS
ANNEX 1	
ANNEX 2	
ANNEX 3	
ANNEX 4	
ANNEX 5	
ANNEX 6	
ANNEX 7	
ANNEX 8	
ANNEX 9	
ANNEX 10	
ANNEX 11	
ANNEX 12	
ANNEX 13	



Het imago van de financiële sector

Barbara Mulder en Ruben Sax

Burson-Marsteller