Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/183723>

Тип работы: Эссе

Предмет: Маркетинг

Нужно 20 лет, чтобы создать репутацию, и пять минут, чтобы разрушить ее

Нужно 20 лет, чтобы создать репутацию, и пять минут, чтобы разрушить ее

Никто никогда не слышал, чтобы Том Хэнкс буйствовал по ночам. Никто никогда не слышат, чтобы Том Хэнкс что-нибудь украл в магазине. Никто никогда не читал о Томе Хэнксе в судебной хронике. Вот что мне нравится в Томе — он никогда не попадается.

Джек Николсон¹

Почему одних выбирают на должности, вручают награды, а других – при аналогичном опыте, квалификации – оставляют на скамье запасных? Почему к одним прислушиваются, их мнение ценят, а опыт других оказывается невостребованным? Одних провожают на пенсию с почетом, других – буднично и формально. Дело в том, что каждый человек в процессе своей жизни, работы и общения с окружающими зарабатывает разный уровень социального одобрения – репутацию.

В словаре С. И. Ожегова репутация определяется как «приобретаемая кем-нибудь или чем-нибудь общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-нибудь или чего-нибудь». ² Эта оценка важна не только сама по себе. В какой-то момент репутация набирает критическую массу и начинает «приносить бонусы». К специалисту выстраиваются очереди, клиенты предпочитают его услуги в противовес услугам его конкурентов. Его график составляется на месяцы или даже годы вперед. Он может позволить себе поднять стоимость услуг, а поток клиентов не сократится.

Без списка литературы

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/183723>