2 000 SPOTREBITEĽOV ROZHODLO O NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČKÁCH ROKA 2021!

DÔVERA

JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!

NAJDÔVERYHODNEJŠIA ZNAČKA 2021

PREDSTAVUJEME

ALKOHOL TATRATEA	AUTOMATICKÉ UPRATOVANIE KÄRCHER	BALENÉ VODY MAGNESIA	BALÍKOVÉ SLUŽBY Slovenská POŠTA	CESTOVNÉ KANCELÁRIE SATUR	ČERPACIE STANICE Slovnaft
DOPLNKY STRAVY NA IMUNITU Imunoglukan P4H	E-SHOPY S POTRAVINAMI TESCO	PREDAJCOVIA DROGÉRIE dm	HOTELY HOTEL Grand ★★★★	JOGURTY Zvolenský	KLINIKY ESTETICKEJ MEDICÍNY IEM INŠTITÚT ESTETICKEJ MEDICÍNY
MOBILNÉ TELEFÓNY A TABLETY SAMSUNG	NEBANKOVÉ SPOTREBITEĽSKÉ ÚVERY TESCO	OČNÉ KLINIKY iClinic OČNÁ KLINIKA	OSOBNÉ AUTOMOBILY ŠKODA	PAPIEROVÝ PROGRAM Tento	PIVÁ Pilsner Urquell
PREDAJCOVIA ODEVOV F&F	PREDAJCOVIA POTRAVÍN TESCO	PREDAJCOVIA SPODNEJ BIELIZNE ASTRATEX	PRÍPRAVKY NA ALERGIU Fenistil	PRÍPRAVKY NA BOLESŤ CHRBTA, KĺBOV A SVALOV Flector® EP Porazte bolesť a zápal	PRÍPRAVKY NA BOLESŤ V KRKU Strepsils
PRÍPRAVKY NA STAROSTLIVOSŤ O PROSTATU Prostenal®	PRÍPRAVKY NA TRÁVIACE PROBLÉMY Pancreolan	PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU Jar	PRIVÁTNE ZNAČKY TESCO	PROBIOTIKÁ BIOPRON®	REALITNÉ KANCELÁRIE RE/MAX
VETERINÁRNE PRÍPRAVKY FRONTLINE	VÍNA MATYŠÁK	VLASOVÁ KOZMETIKA Schwarzkopf	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLESŤ Ibalgin®	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÍPKU A NACHLADNUTIE PARALEN GRIP	ZÁHRADNÁ TECHNIKA STIHL

Veronika Trembáčová, projektová manažérka, veronika.trembacova@atoz.sk

ORGANIZÁTOR: Atozmarketing

ODBORNÍ PARTNERI: MNFORCE, NielsenIQ

PARTNER PROGRAMU: Zväz obchodu SR

ŠPECIÁLNI PARTNERI: email kampane, wau! studio

NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY ROKA 2021

ČISTIACE PROSTRIEDKY SAVO	ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY Milka	DERMOKOZMETIKA VICHY LABORATOIRES	DETSKÁ VÝŽIVA Nutrilon	DETSKÉ KRÉMY NA ZAPAREniny Sudocrem MULTI-EXPERT	DETSKÉ VITAMÍNY marťankovia
KORENIE Vitana	KRMIVÁ PRE MAČKY whiskas	KRMIVÁ PRE PSY Pedigree	PREDAJCOVIA LIEKOV Dr.Max	LYŽIARSKE STREDISKÁ JASNA	MÄSO A ÚDENINY TAURIS
POISŤOVNE Allianz	POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEVÍZNYCH SLUŽIEB T	PRACIE PROSTRIEDKY ARIEL	PREDAJCOVIA ELEKTRONIKY DATART	PREDAJCOVIA NÁBYTKU IKEA	PREDAJCOVIA OBUVI DEICHMANN
PRÍPRAVKY NA ČREVNÉ PROBLÉMY Hylak® forte	PRÍPRAVKY NA GYNEKOLOGICKÉ PROBLÉMY Canesten® GYN	PRÍPRAVKY NA KAŠEĽ MUCOSOLVAN	PRÍPRAVKY NA KOSTI A KĹBY cemio kamzík	PRÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJENSTVO Urinal®	PRÍPRAVKY NA NÁDCHU Nasivin®
STAROSTLIVOSŤ O OČI Visine®	SUŠIENKY A OBLÁTKY SEDITA	SÝTENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE kofola original	ŠPORTOVÉ OBCHODY SPORTISIMO	TABAKOVÉ VÝROBKY L&M	VEGETARIÁNSKE A VEGÁNSKE PRODUKTY Garden Gourmet
ZDRAVOTNÉ POISŤOVNE VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÁ POISŤOVŇA	ŽUVAČKY Orbit	TOP 1 Jar	TOP 2 TESCO	TOP 3 Urinal®	SKOKAN ROKA TESCO

www.doveryhodneznacky.sk

B2B MEDIÁLNI PARTNERI:

TaP' SL SYSTÉMY LOGISTIKY

B2C MEDIÁLNI PARTNERI:

DÁMSKA JAZDA.sk STARTITUP storemedia SENSORY MARKETING

TERAZ.SK WEBMAGAZÍN WEBMAGAZÍN WOMAN.SK nielen pre ženy

DÔVERA SPOTREBITEĽOV SA VYPLÁCA

História už veľakrát ukázala, že ľudia sa v ťažkých časoch potrebujú oprieť o silného partnera. Pandémia priniesla do života spotrebiteľov značnú dávku neistoty, ktorá sa dá prekonať aj tým, že si z pultov predajní vyberú značky, na ktoré sa môžu spoľahnúť. Vybudovať si dôveru a dlhodobý vzťah so zákazníkom je však náročná úloha, preto si výrobcovia, ktorým sa to podarilo, zaslúžia uznanie. Marketingový program Dôveryhodné značky už po šiesty raz ocenil značky, ku ktorým majú spotrebitelia najlepší vzťah a považujú ich za najdôveryhodnejšie.

Ocenenie titulom Najdôveryhodnejšia značka 2021 je unikátne v tom, že o jeho držiteľoch rozhodujú samotní zákazníci. O ich priazeň bojovalo v 68 kategóriách viac ako 600 značiek, ktoré sú nominované automaticky na základe predajov. „V každej kategórii môže byť Najdôveryhodnejšia len jedna značka, čo zaručuje, že víťazmi sú skutočne silné značky," povedala Tatiana Koššová, country manažérka usporiadateľskej spoločnosti Atoz Marketing Services na Slovensku.

Agentúra NielsenIQ urobila prieskum medzi 2 000 spotrebiteľmi, ktorým ukázala logo a názov nominovanej značky. Respondent si sám vybral, ktorá značka má uňho najväčšiu dôveru. „Niektoré kategórie, ako napríklad Detská výživa či Detské vitamíny, hodnotili len rodičia. Kategóriu Osobné automobily hodnotili len vodiči, Očné kliniky len ľudia, ktorí nosia okuliare, Krmivá pre psy a Krmivá pre mačky len tí, ktorí majú zvieratá a podobne," vysvetľuje Veronika Trembáčová, projektová manažérka marketingového programu Dôveryhodné značky 2021.

STARÍ A NOVÍ VÍŤAZI

Spotrebitelia si volili víťazov v tradičných i nových kategóriách z oblasti produktov, obchodu, služieb a inštitúcií. Usporiadatelia v tomto ročníku marketingového programu zisťovali najdôveryhodnejšie mená po prvýkrát aj medzi E-shopmi s potravinami či Zdravotnými poisťovňami. Prieskum ukázal, že slovenskí zákazníci sú konzervatívni, pretože vybrali približne 70 % zhodných víťazov ako rok predtým. Zaujímavé však je, že napriek tomu premiešali karty na stupnici víťazov top trojky. Ide o značky, ktoré získali vo svojich kategóriách najväčšiu dôveru. Absolútne najdôveryhodnejšou značkou sa opätovne stala Jar, ktorej v kategórii Prípravky na umývanie riadu dôveruje 63,8 % respondentov. Pandémia a zmena nákupného správania však na druhé miesto katapultovala značku Tesco v kategórii E-shopy s potravinami, ktorej verí 58,9 % spotrebiteľov a v tesnom závese nasledoval Idelyn Urinal, ktorému prejavilo dôveru 57,4 % nakupujúcich v kategórii Prípravky na močové ústrojenstvo. Medzi kategórie, kde došlo k zmene, patria napríklad Pivá. Prvé miesto obsadil Pilsner Urquell od spoločnosti Plzeňský Prazdroj Slovensko a vystriedal Zlatý Bažant od Heinekenu Slovensko. Dlhoročného víťaza kategórie Balených vôd, značku Rajec od Kofoly ČeskoSlovensko, predbehla značka Magnesia z portfólia spoločnosti Mattoni 1873. Značka Datart dominovala v kategórii Predajcovia elektroniky, kde vlaní

ZNAČKY, KTORÉ ZVÍŤAZILI VO VIACERÝCH ROČNÍKOCH, MÔŽU VYUŽIŤ KOMBINOVANÉ LOGO S ODKAZOM NA POČET ROČNÍKOV, V KTORÝCH DOKÁZALI PORAZIŤ SVOJU KONKURENCIU.

zvíťazila značka Nay. V kategórii Detské vitamíny zvíťazili Marťankovia a striedali značku Vibovit. „V kategórii Voľnopredajné lieky na bolesť po prvý raz zvíťazil Ibalgin, ktorý vystriedal tradičnú Najdôveryhodnejšiu značku z predchádzajúcich ročníkov," dopĺňa Veronika Trembáčová. V mnohých prípadoch sa však značkám podarilo svoje prvenstvo z minulého roka obhájiť. Ide napríklad o značku Škoda v kategórii Osobné automobily, Tauris v kategórii Mäso a údeniny či L&M v kategórii Tabakové výrobky.

V novej kategórii Papierový program si víťazstvo odniesla značka Tento a medzi Zdravotnými poisťovňami vyhrala Všeobecná zdravotná poisťovňa. Výrazné úspechy zaznamenalo Tesco, ktoré okrem kategórie E-shopy s potravinami dominovalo aj medzi Predajcami potravín a značka F&F zvíťazila v kategórii Predajcovia odevov. Privátna značka Tesco sa navyše stala Skokanom roka, pretože zaznamenala najväčší percentuálny nárast oproti predchádzajúcemu ročníku.

Okrem značiek, ktorým spotrebitelia dôverujú najviac, prieskum poukázal na zaujímavé trendy v ich nákupnom správaní. Pandémia spôsobila, že viac zákazníkov si robí zásoby. Spotrebitelia nakupujúci zásoby navyše deklarujú, že minú viac peňazí na cestu v porovnaní s rokom 2019. Až 9 z 10 opýtaných na Slovensku verí, že ceny rastú, čo je výrazne vyššie číslo ako pri spotrebiteľoch v západnej Európe.

BEZ GALAVEČERA, ALE S VÄČŠOU PODPOROU

Okrem uznania od spotrebiteľov prináša zisk titulu Najdôveryhodnejšia značka 2021 aj nesporné benefity a propagáciu. Organizátor marketingového programu spustí po celom Slovensku marketingovú kampaň, ktorá zahrnie B2B kampaň v časopise Tovar&Predaj s nákladom 10 600 kusov, v online newsletteroch časopisov Systémy Logistiky a TaPnews, B2C kampaň v časopisoch patriacich skupine Mafra Slovakia Print a inzerciu vo Vianočnej prílohe časopisov Moja psychológia a Moje zdravie s celkovým nákladom 100-tisíc kusov.

O víťazných značkách sa každý dozvedel aj vďaka PR zásahu v popredných online médiách, ktorými boli napríklad DNES 24, Stratégie.sk, HNonline.sk, Hospodárske noviny, Svetevity.sk, Eva.pluska.sk a iné, ale aj na portáloch mediálnych partnerov, ktorými sú Startitup.sk, Teraz.sk, Dámska Jazda a iné. Značky budú viditeľné na sociálnych sieťach, na kongrese Samoška Východ a Samoška Západ. Organizátor marketingového programu pripravuje v spolupráci s PR agentúrou na podporu viditeľnosti víťazných značiek rozsiahlejšiu kampaň, než pôvodne plánoval. Pandemická situácia totiž neumožnila vyhlásiť mená ocenených značiek na slávnostnom galavečere. „Vzniknutá situácia nás mrzí, a preto sme sa rozhodli navýšiť marketingovú podporu víťazov," vysvetľuje Veronika Trembáčová.

Logo Najdôveryhodnejšia značka je potvrdením dôvery, ktorú značke prejavili samotní spotrebitelia. Aj preto ho výrobcovia radi využívajú vo vlastných marketingových kampaniach, či už na sociálnych sieťach, v letákoch, reklamách, či obaloch produktov. Značky, ktoré zvíťazili vo viacerých ročníkoch, môžu využiť kombinované logo s odkazom na počet ročníkov, v ktorých dokázali poraziť svoju konkurenciu.

Tatiana Kapitánová

ZÚROČTE SVOJE VÍŤAZSTVO!

Odlíšte sa od konkurencie a využite svoje logo v marketingovej komunikácii.

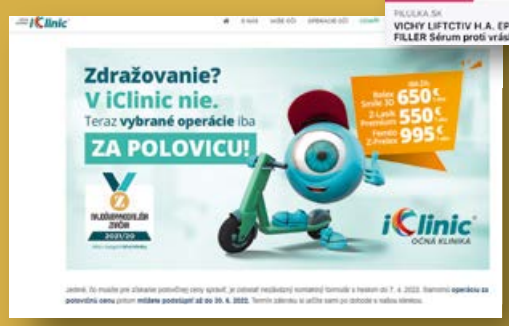
VYUŽITE LOGO V TV REKLAME

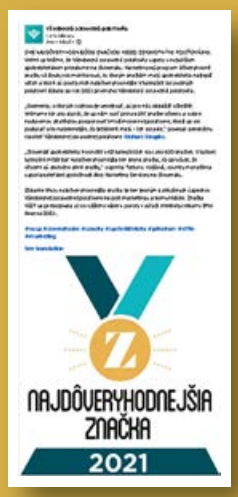
POCHVÁĽTE SA LOGOM V LETÁKU

VYUŽITE LOGO V INTERNEJ KOMUNIKÁCII

UKÁŽTE LOGO NA MIESTE PREDAJA

VYUŽITE LOGO NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH





ODPREZENTUJTE LOGO V EXTERNEJ KOMUNIKÁCII

NAJDÔVERYHODNEJŠIA ZNAČKA 2021

DÔVERA
JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM
MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!

FOTOREPORTÁŽ

VIAC O PROGRAME NA in DÔVERYHODNÉ ZNAČKY

NETRADIČNÉ ODOVZDÁVANIE OCENENÍ

Slávnostné trofeje sme víťazom odovzdali osobne. Všetkým víťazom gratulujeme!

Ocenenie za značku Tento prevzala Andrea Kvaková, brand manager spoločnosti Metsä Tissue.

Značka IEM zvíťazila v kategórii Kliniky estetickej medicíny a ocenenie prebrala Alena Pallová, majiteľka a dermatologička Inštitútu estetickej medicíny.

Značka L&M zvíťazila už po šiesty raz a trofej si prevzala Beáta Kujanová, strategic communications manager spoločnosti Philip Morris Slovakia.

Značka Slovnaft zvíťazila v kategórii Čerpacie stanice. Trofej prevzala Timea Reicher, riaditeľka maloobchodu spoločnosti Slovnaft. Gratulujeme!

V novej kategórii Zdravotné poisťovne zvíťazila značka Všeobecná zdravotná poisťovňa. Ocenenie prevzal Richard Strapko, CEO, VšZP.

Za víťaznú značku Telekom si ocenenie prevzal Martin Beňo, marketing advisor spoločnosti Telekom.

Najdôveryhodnejšou značkou v kategórii Cestovné kancelárie sa stala značka Satur. Gratulujeme, Jana Zedníková!

Značka Iclinic opäť víťazom v kategórii Očné kliniky!

Najdôveryhodnejšou značkou v kategórii Predajcovia nábytku sa stala značka IKEA.

Značka Slovenská pošta zvíťazila v kategórii Balíkové služby. Blahoželáme!

Za víťaznú značku Matyšák prevzal ocenenie Michal Sivko, marketing manager spoločnosti Víno Matyšák.

Značka Nutrilon zvíťazila v kategórii Detská výživa. Trofej prevzala Monika Žiláková, marketing manager spoločnosti Nutricia.

Značka RE/MAX opäť zabodovala v programe Dôveryhodné značky a ocenenie prevzal Richard Churý, CEO, RE/MAX Slovakia.

Ivana Katlovská, instore manager spoločnosti Orkla Foods Slovensko, prevzala trofej za víťaznú značku Vitana.