DÔVERA

JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!

1 NAJDÔVERYHODNEJŠIA ZNAČKA 2022

PREDSTAVUJEME

ALKOHOL TATRATEA	BALENÉ VODY MAGNESIA	BALÍKOVÉ SLUŽBY Packeta	BEZDYMOVÉ TABAKOVÉ VÝROBKY IQOS	CENTRÁ ASISTOVANEJ REPRODUKCIE gyncare člen MEDIREX GROUP	CESTOVNÉ KANCELÁRIE SATUR
DETSKÉ MULTIVITAMÍNY Martinkovia	DETSKÉ OBLEČENIE lupilu®	DODÁVATELIA ENERGIÍ ZSE	DOPLNKY STRAVY NA IMUNITU TEREZIA	ENERGETICKÉ NÁPOJE Red Bull	E-SHOPY S POTRAVINAMI TESCO
KRMIVÁ PRE MAČKY whiskas	KRMIVÁ PRE PSY Pedigree	MÄSO A ÚDENINY TAURIS	NEBANKOVÉ SPOTREBITEĽSKÉ ÚVERY HOME CREDIT	OSOBNÉ AUTOMOBILY ŠKODA	PAPIEROVÝ PROGRAM Tento
PREDAJCOVIA ELEKTRA nay www.nay.sk	PREDAJCOVIA LIEKOV Dr.Max	PREDAJCOVIA NÁBYTKU IKEA	PREDAJCOVIA OBUVI DEICHMANN	PREDAJCOVIA ODEVOV F&F	PREDAJCOVIA POTRAVÍN Kaufland
PRÍPRAVKY NA KAŠEĽ Stoptussin®	PRÍPRAVKY NA KOSTI A KĺBY kamzík kĺby | svaly | šľachy	PRÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJENSTVO Urinal®	PRÍPRAVKY NA NÁDCHU Nasivin®	PRÍPRAVKY NA STAROSTLIVOSŤ O PROSTATU Prostenal®	PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU Jar
SÝTENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE kofola original	ŠPORTOVÉ OBCHODY SPORTISIMO	TABAKOVÉ VÝROBKY L&M	VEGETARIÁNSKE A VEGÁNSKE PRODUKTY LUNTER	VETERINÁRNE PRÍPRAVKY FRONTLINE	VÍNA MATYŠÁK
VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLESŤ PARALEN®	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÍPKU A NACHLADNUTIE PARALEN® GRIP	VYHĽADÁVAČE PRÁCE profesia	ZÁHRADNÁ TECHNIKA Mountfield	ZDRAVOTNÉ POISŤOVNE VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÁ POISŤOVŇA	ŽUVAČKY Orbit

www.doveryhodneznacky.sk

NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY ROKA 2022

ČERPACIE STANICE	ČISTIACE PROSTRIEDKY	ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY	DERMOKOZMETIKA	DETSKÁ VÝŽIVA	DETSKÉ KRÉMY NA ZAPARENINY
Slovnaft MEMBER OF MOL GROUP	SAVO	Milka	VICHY LABORATOIRES	Nutrilon	Sudocrem®
HOBBY MARKETY	JAZYKOVÉ ŠKOLY	KONDÓMY	KORENIE	KOTLY A BOJLERY	KRBY A KRBOVÉ KACHLE
OBI	Slovenský inštitút vzdelávania	durex®	Vitana®	MORA	THORMA
PIVÁ	POROVNÁVACIE PORTÁLY POISTENIA	POSKYTOVATELIA DOPRAVNÝCH SLUŽIEB	POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEVÍZNYCH SLUŽIEB	PRACIE PROSTRIEDKY	PREDAJCOVIA DROGÉRIE
Pilsner Urquell	porovnajto.sk	ŽELEZNIČNÁ SPOLOČNOSŤ SLOVENSKO NÁRODNÝ DOPRAVCA	T	ARIEL	dm
PREDAJCOVIA POTRIEB PRE ZVIERATÁ	PRÍPRAVKY NA PLESNE, HUBOVITÉ A KOŽNÉ MYKÓZY	PRÍPRAVKY NA ALERGIU	PRÍPRAVKY NA BOLESŤ CHRBTA, KĽBOV A SVALOV	PRÍPRAVKY NA BOLESŤ V KRKU	PRÍPRAVKY NA ČREVNÉ A TRÁVIACE PROBLÉMY
super zoo	Canesten®	Fenistil	Voltaren	Strepsils	Hylak® forte
PRIVÁTNE ZNAČKY	PROBIOTIKÁ	Q-COMMERCE	REALITNÉ KANCELÁRIE	ROBOTICKÉ VYSÁVAČE	SIETE KLINÍK A AMBULANCIÍ
K CLASSIC	BIOPRON®	Bistro.sk	RE/MAX	ROWENTA	SVET ZDRAVIA
VLASOVÁ KOZMETIKA	VODOVODNÉ BATÉRIE				
head & shoulders	GROHE				

DÔVERYHODNÉ ZNAČKY 2022:

> 7. ročník unikátneho marketingového programu
> 74 kategórií
> viac ako 650 značiek

Prieskum bol realizovaný agentúrou NielsenIQ na vzorke 2 000 respondentov.

ORGANIZÁTOR: Atozmarketing

ODBORNÍ PARTNERI: MNFORCE, NielsenIQ

PARTNER PROGRAMU: Zväz obchodu SR

ŠPECIÁLNI PARTNERI: email kampane, PARILLA SOUND, wau! studio

PARTNER KÁVY: Nestlé PROFESSIONAL Creative Food & Beverage Solutions

B2B MEDIÁLNI PARTNERI: Pharma profi, Czech and Slovak Sustainability Summit 2023, TaP

PARTNERI GALAVEČERA: TATRATEA, MATYŠÁK, MATTONI 1873, Plzeňský Prazdroj

B2C MEDIÁLNI PARTNERI: kharisma, NEXTECH, storemedia 20 years of, TERAZ.SK, WEBMAGAZÍN, WOMAN.SK nielen pre ženy

DÔVERYHODNÉ ZNAČKY SÚ KOMPASOM PRE SPOTREBITEĽOV

Siedmy ročník marketingového programu Dôveryhodné značky ocenil značky produktov, inštitúcií či služieb, ktorým veria spotrebitelia najviac. O víťazoch rozhodol nezávislý prieskum medzi dvoma tisíckami respondentov. Mená ocenených odhalil galavečer, ktorý sa po troch rokoch konal v bratislavskom hoteli Radisson Blu Carlton a zúčastnilo sa ho viac ako 150 osobností slovenského obchodu a marketingu. Večerom sprevádzal známy televízny moderátor Vlado Voštinár.

Spotrebitelia v časoch neistoty a vysokej inflácie veľmi dobre zvažujú, kde minú svoje peniaze. Pri značkách, na ktoré sa môžu spoľahnúť, je však ich rozhodovanie oveľa jednoduchšie. Vybudovať si u zákazníkov dôveru nie je pre produkt, inštitúciu či službu vôbec ľahké, ale táto snaha napokon prináša ovocie v podobe dlhoročného vzťahu, ktorý prekoná aj rôzne krízy. Značky, ktorým sa to podarilo, ocenil marketingový program Dôveryhodné značky. „Podľa prieskumu spoločnosti MNFORCE logo Najdôveryhodnejšia značka motivuje 61 percent ľudí k nákupu oceneného produktu, čo je viac ako u väčšiny ostatných marketingových programov," uvádza Tatiana Koššová, country manažérka usporiadateľskej spoločnosti Atoz Marketing Services na Slovensku. Do marketingového programu sa jednotliví súťažiaci nenominovali, ale do vybraných kategórií bolo automaticky zaradených top 10 najsilnejších značiek.

V KAŽDEJ KATEGÓRII MÔŽE VYHRAŤ IBA JEDNA NAJDÔVERYHODNEJŠIA ZNAČKA

Siedmy ročník marketingového programu priniesol redizajn loga ocenenia. „Logo doteraz symbolizovalo medailu s písmenom Z ako značka v strede. Svet sa však v roku 2022 výrazne zmenil a vzhľadom na udalosti na Ukrajine by sa väčšina z nás už nechcela pochváliť takouto medailou. V každej kategórii programu môže vyhrať iba jedna, najdôveryhodnejšia značka. Preto je medaila po novom zdobená číslom jeden, ktoré si všetky ocenené značky zaslúžia," vysvetľuje Veronika Trembáčová, projektová manažérka marketingového programu Dôveryhodné značky.

POMÔCKA PRE ZÁKAZNÍKOV

To však nie je jediná novinka tohto ročníka. Dôveryhodné značky odzrkadľujú zmeny nákupného správania aj výberom kategórií, ktoré oceňujú. Tie sa menia a pribúdajú nové, tak aby korešpondovali s aktuálnou situáciou na trhu. Marketingový program tentoraz reagoval napríklad na prevratné zmeny na trhu s energiami, preto otvoril nové kategórie ako Dodávatelia energií, Kotly a bojlery či Krby a krbové kachle. „Výsledky v týchto kategóriách môžu zákazníkom pomôcť pri výbere alternatívneho zdroja tepla počas aktuálnej vykurovacej sezóny či pri plánovanej rekonštrukcii," hovorí Veronika Trembáčová.

Ocenenie reaguje aj na vzostup segmentu Q-commerce, teda elektronického obchodu s doručením v extrémne krátkom čase. Na Slovensku sa tento trend týka predovšetkým doručovania hotového jedla, postupne sa však k nemu pridávajú aj expresné doručenia potravín, liekov či drogérie. Vzhľadom na to, že zákazníci sa v súčasnej dobe vysokej inflácie snažia šetriť, porovnávajú si ponuky jednotlivých tovarov či služieb. Novou kategóriou sa preto stali Porovnávacie portály poistenia.

REBRÍČEK TOP 3 OBSADILI ZNAČKY PROFESIA, DUREX A IQOS

V niektorých kategóriách, ktoré sú stálou súčasťou marketingového programu, nastali tento rok zmeny. Najdôveryhodnejšou značkou v kategórii Predajcovia potravín sa stal Kaufland a vystriedal vlaňajšieho víťaza. V kategórii Privátne značky si ocenenie odniesla značka K-Classic. V kategórii Balíkové služby tentoraz zvíťazila značka Packeta, ktorá je zároveň Skokanom roka, pretože si pripísala najvyšší nárast dôvery. Kým vlani ju za najdôveryhodnejšiu považovalo v jej kategórii 16 % respondentov, tento rok to bolo už 33 %. Najsilnejšími značkami v celom prieskume sa stali a rebríček top 3 obsadili Profesia, Durex a IQOS.

SIEDMY ROČNÍK PRINIESOL REDIZAJN LOGA OCENENIA.

VÍŤAZSTVO, KTORÉ PRINÁŠA BENEFITY

Prieskum medzi spotrebiteľmi, ktorý rozhodol o víťazoch, realizovala agentúra NielsenIQ na reprezentatívnej vzorke 2 000 respondentov. Niektoré kategórie, ako napríklad Detská výživa či Detské multivitamíny, hodnotili len rodičia. Kategóriu Osobné automobily hodnotili len vodiči, Krmivá pre psy a Krmivá pre mačky len tí, ktorí majú zvieratá. Zákazníci tak rozhodli o víťazoch dovedna v 74 kategóriách. Ocenenie dáva značkám pocit zadosťučinenia za dobre vykonanú prácu, ale má pre ne aj praktický biznisový význam. Podľa prieskumu výskumnej agentúry MNFORCE až 66 % slovenských zákazníkov má k značke výrobku, služby či inštitúcie väčšiu dôveru, ak je spojená s ocenením Najdôveryhodnejšia značka. Z výsledkov tiež vyplýva, že 44 % zákazníkov je ochotných si za produkt ocenený touto značkou dokonca priplatiť.

PRIPRAVUJE SA OUTDOOROVÁ KAMPAŇ

Víťazov, ktorým sa podarilo získať dôveru slovenských spotrebiteľov, navyše čaká v nadchádzajúcom období neprehliadnuteľná propagácia naprieč mediálnym priestorom. Organizátor marketingového programu spustí po celom Slovensku outdoorovú kampaň. Zároveň pripravuje B2C kampaň v časopisoch ako napríklad Stratégie, Téma, Všetko pre ženu a iné. O víťazných značkách sa spotrebitelia dozvedia aj vďaka PR zásahu na portáloch mediálnych partnerov, ktorými sú Nextech.sk, Woman.sk, Teraz.sk, podpora sa uskutoční taktiež v in-store rádiu obchodného reťazca Tesco, značky budú viditeľné aj na sociálnych sieťach. B2B podpora sa uskutoční v časopise Tovar&Predaj, Pharma Profit, na kongrese Samoška a galavečere Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka 2023

LOGO OCENENIA VYUŽÍVAJÚ VÍŤAZI NA OBALOCH VÝROBKOV A AJ V TELEVÍZNYCH REKLAMÁCH

S ocenením Najdôveryhodnejšia značka 2022 sa môžu víťazi pochváliť počas najbližších dvanástich mesiacov. Keďže veľmi dobre funguje ako nezávislé potvrdenie kvality či dobrá referencia, značky ho každoročne využívajú v rámci svojich vlastných marketingových kampaní, napríklad na sociálnych sieťach, v reklamných letákoch, na obaloch výrobkov, ale napríklad aj v televíznych reklamách. Najpopulárnejšie je využitie loga v online marketingovej komunikácii, kde ho použili napríklad značky Magnesia, Nutrilon, Škoda, Všeobecná zdravotná poisťovňa, Deichmann, Vitana a ďalšie. Značky, ktoré zvíťazili vo viacerých ročníkoch, môžu využiť kombinované logo s odkazom na počet ročníkov, v ktorých dokázali poraziť svoju konkurenciu.

Tatiana Kapitánová

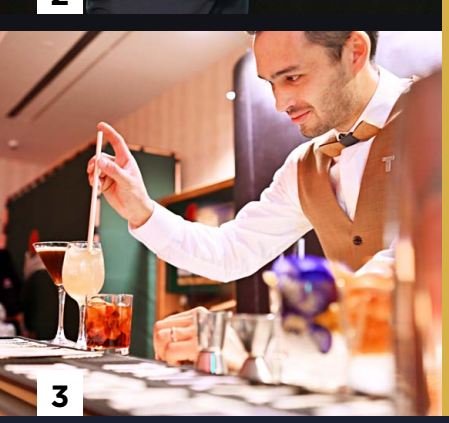
1

ZAUJÍMAVÉ MOMENTY GALAVEČERA

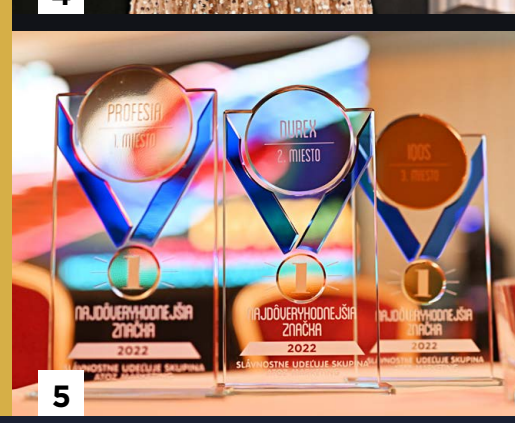
2

1. V rámci siedmeho ročníka programu bolo ocenených 74 značiek.
2. Ceremóniou sprevádzal hostí televízny moderátor Vlado Voštinár.
3. Účastníci ceremónie mohli ochutnať miešané nápoje víťaznej značky TatraTea.
4. Celý večer hrala na husliach talentovaná Victoria Linnen.
5. Slávnostné ocenenia pre víťazov.
6. Trofeje putovali do rúk zástupcom víťazných značiek.
7. Najsilnejšou značkou naprieč celým prieskumom sa stala značka Profesia. Druhý najvyšší počet hlasov získala značka Durex. Tretie miesto obsadila značka IQOS.
8. Na oficiálnu časť galavečera nadviazal neformálny networking so 150 VIP osobnosťami slovenského trhu.
9. Ocenenie si prevzali zástupcovia víťazných značiek. Zľava Renáta Horáková, prevádzková manažérka spoločnosti TESCO STORES SR, Jaroslav Mitáš, konateľ, DEICHMANN-OBUV SK, Lenka Kotlebová, market communication coordinator, a Ľubomíra Chmelová, local marketing manager, IKEA Bratislava, Zdeněk Ždímal, retail sales director CZ&SK, SPORTISIMO, a Martin Beňo, marketing advisor, Slovak Telekom.

4



3



5

6

8

7

9