

ATOZ MARKETING PREDSTAVUJE

**DÔVERA JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM
MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!**



OBHLIADNIME SA ZA SLÁVNOSTNÝM GALAVEČEROM,
NA KTOROM BOLO OCENENÝCH 46 NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČIEK!



**ODHALILI SME
NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY!**

NAJDÔVERYHODNEJŠIE

NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY PRODUKTOV, SLUŽIEB A OBCHODNÍKOV

ALKOHOL



TATRATEA

CESTOVNÉ KANCELÁRIE



ČERPACIE STANICE



MEMBER OF MOL GROUP

ČISTIACE PROSTRIEDKY



ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY



DERMOKOZMETIKA



DETSKÁ VÝŽIVA



DEVELOPERI



DOMÁCI PREDAJCOVIA POTRAVÍN



DROGÉRIE



HOBBY MARKETY



JOGURTY



KAVIARNE



KORENIE



KÚPEĽOVÁ A TELOVÁ KOZMETIKA



LEKÁRNE



MÄSO A ÚDENINY



MEZINÁRODNÍ PREDAJCOVIA POTRAVÍN



MOBILNÉ TELEFÓNY A TABLETY

SAMSUNG

NEBANKOVÉ SPOTREBITEĽSKÉ ÚVERY

HOME CREDIT

OSOBNÉ AUTOMOBILY



PARFUMÉRIE



PIVÁ



POČÍTAČE



POISŤOVNE



ORGANIZÁTOR:



VÝSKUMNÁ AGENTÚRA:



PARTNERI CEREMÓNIE:



TATRATEA



B2B MEDIÁLNY PARTNER:



ZNAČKY ROKU 2019!



POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEVÍZNYCH SLUŽIEB 	PRACIE PROSTRIEDKY 	PREDAJCOVIA OBUVI 	PREDAJCOVIA ODEVOU 	PREDAJCOVIA ŠPERKOU 
PRÍPRAVKY NA KOSTI A HLBY 	PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU 	PRIVÁTNÉ ZNAČKY 	REALITNÉ KANCELÁRIE 	SPORIACE ÚČTY 
SUŠIENKY A OBLÁTKY 	SYRY 	SÝTENÉ NEALHO NÁROJE 	TABAKOVÉ VÝROBKY 	VEĽKÉ SPOTREBIČE 
VETERINÁRNE PRÍPRAVKY PRE ZVIERATÁ 	ÚINA 	ÚLASOVÁ KOZMETIKA 	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLEŠŤ 	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÁPKU A NACHLADNUTIE 

ZÁHRADNÁ TECHNIKA

Mountfield

Nezmeškajte šancu dostávať najčerstvejšie informácie do e-mailu a prihláste sa na odber newslettera!
www.atozregistracia.sk/doveveryhodne-znacky



A nezabudnite nás sledovať aj na LinkedIne  **Dôveryhodné značky**

ŠPECIÁLNI PARTNERI:



B2C MEDIÁLNI PARTNERI:





SPOTREBITELIA UKÁZALI SVOJU DÔVERU

Nedá sa kúpiť, ani vynútiť. Dôvera je hodnota, ktorá sa získava ťažko. Ale ak ju si ju značka dokáže u spotrebiteľov vybudovať, získava pred konkurenciou náskok. Marketingový program Dôveryhodné značky 2019 ukázal, komu zákazníci veria najviac. Počas slávnostnej ceremónie, ktorá sa konala v závere novembra, si ocenenie prevzalo 46 najdôveryhodnejších značiek. Galavečerom hostí sprevádzala moderátorka Veronika Cifrová Ostrihoňová a finalista speváckej súťaže Hlas Československa Martin Cisár.

Už štvrtý ročník marketingového programu hodnotil dôveru v 46 kategóriách. Vedľa tradičných kategórií, ako Alkohol, Jogurty, Osobné automobily, či Realitné kancelárie, sa o priazeň spotrebiteľov uchádzali značky aj v ôsmich nových kategóriách, ako napríklad Predajcovia šperkov, Predajcovia liekov, Veterinárne prípravky pre zvieratá alebo Kaviarne či Parfumérie.

U PRIESKUME ROZHODLI ZÁKAZNÍCI

Do nezávislého prieskumu spoločnosti Nielsen bolo v jednotlivých kategóriách zaradených desať najsilnejších značiek podľa ich predaja. Následne si z nich prostredníctvom online dotazníka tie najdôveryhodnejšie vybralo 2000 zákazníkov. Výsledky potvrdili, že slovenskí spotrebiteľia sú značkám verní. Až 30 značiek totiž zopakovalo svoje víťazstvo z minulého roka.

Spotrebiteľia stále najradšej nakupujú produkty privátnej značky K-Classic, obľubujú syry Liptov, čokoládu Milka, jogurty Zvolenský a najradšej tankujú pohonné hmoty na čerpacích staniách Slovnaft. Na druhej strane je prekvapením výsledok v kategórii Alkohol, kde sa novou Najdôveryhodnejšou značkou stal Tatratea, ktorý porazil minuloročného víťaza – značku Becherovka. Zmena nastala aj v kategórii Veľké spotrebiče, kde sa výhernou značkou stal Elektrolux. V rámci nových kategórií si titul Najdôveryhodnejšej značky spomedzi predajcov šperkov odniesol Swarovski, v kategórii Parfumérie dominovala značka Fann Parfumérie, Veterinárne prípravky pre zvieratá ovládla značka Frontline. Medzi

nových víťazov programu sa zaradila aj značka Dr. Max s kategóriou Predajcovia liekov. Kategória Sportelne bola taktiež zaradená do prieskumu a najvyšší počet hlasov získala značka Slovenská sporiteľňa. V rámci nových kategórií sa medzi víťazov zaradili aj značky Coop Jednota, Home Credit a McCafé. „Toto ocenenie nás veľmi potešilo. Je to pre nás veľký záväzok, aby sme v budúcom roku dokázali obhájiť víťazstvo. Myslím si, že spotrebiteľia na takéto ocenenia reagujú, pretože je to signál, že spoločnosť robí niečo dobre,“ uvádza prevádzkový manažér McCafé Branislav Mrva.

PROSTREDNÍCTVOM ONLINE DOTAZNÍKA TIE NAJDÔVERYHODNEJŠIE VYBERALO 2000 ZÁKAZNÍKOV

Značky, ktoré dokázali najvýraznejšie dominovať vo svojich kategóriách, sa dostali aj do TOP 3. Tretí najvyšší počet hlasov v prieskume vo svojej kategórii získal nováčik – značka Fann Parfumérie s počtom hlasov 1159, ktorá porazila známe značky, ako Notino, Douglas alebo Marionnaud. Na druhom mieste sa umiestnila nová značka Dr.Max s počtom hlasov 1201. Prvenstvo si zopakovala neporaziteľná značka Jar s počtom hlasov 1411 vo svojej kategórii.

NAJLEPŠIA REKLAMA

Spoločnosti, ktorých značky spotrebiteľia zvolili ako najdôveryhodnejšie, majú možnosť po dobu jedného roka využívať pri svojej propagácii logo Najdôveryhodnejšia značka 2019, a to na obaloch alebo v marketingových kampaniach. Mnohé značky túto možnosť v minulosti využili. Vlani sa logo Najdôveryhodnejšia značka objavilo napríklad v marketingovej komunikácii značiek Slovnaft, RE/MAX, Kaufland, Tauris, Telekom a ďalších. „Toto bolo už tretie víťazstvo za sebou. Boli sme veľmi prekvapení, že sa nám to opäť podarilo. Posledné dva roky sme značku veľmi intenzívne využívali, či už priamo v prevádzkach alebo online marketingu. Makléri mohli značku využívať na vizitkách či letákoch a robili to veľmi radi,“ hovorí regionálny majiteľ a riaditeľ RE/MAX Richard Chúry. Vybraní víťazi sú zaradení do rozsiahlej marketingovej B2C kampane, ktorá bude zahrňovať tituly, ako je napríklad Telemagazín, Rytmus života, Chvilka pre teba, Noviny do pohody, Naša záhrada alebo Rodinné zdravie. Kampaň počas januára a februára osloví približne 538 tisíc slovenských čitateľov. Polročnou B2B kampaňou podporí víťazné značky časopis Tovar&Predaj a osloví ňou okolo 10 tisíc profesionálov zo slovenského marketingu a retailu.

Tatiana Kapitánová



1



2 3



4



6

Zaujímavé momenty galavečera

- Galavečer sa uskutočnil v hoteli Radisson Blu Carlton Bratislava.
- Galavečerom sprevádzala hostí moderátorka Veronika Cifrová Ostrihoňová a za spoločnosť Atoz Marketing Services Veronika Trembáčová, Project Manager marketingového programu a Lukáš Matějka, Marketing Group Manager.
- Gratulujeme všetkým víťazom!
- Portréty účastníkov zachytené karikaturistom.
- Počas večera zaspieval finalista spevackej súťaže Hlas Československo Martin Cisár.
- V tomto roku pribudlo do prieskumu 8 nových kategórií, ako napríklad Predajcovia šperkov, Predajcovia liekov, Veterinárne prípravky pre zvieratá, Kaviarne či Parfumérie.
- Neformálny večierok za sprievodu skupiny Giovy & Mina.
- Trofeje pre ocenené značky!
- Účastníci mali možnosť ochutnať miešané drinky výhernej značky Tatratea. Sailor Wife alebo To Tea or not To Tea?
- Ďakujeme všetkým účastníkom a partnerom za podporu a tešíme sa na 5. ročník marketingového programu Dôveryhodné značky 2020, 2. 12. 2020 v hoteli Radisson Blu Carlton Bratislava.



5



7



Video zo slávnostného odovzdávania ocenenia si môžete pozrieť načítaním QR kódu alebo na YouTube.com pod názvom **Dôveryhodné značky 2019**.



8



9 10





DÔVERA
JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM
MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!

Podporte svoje víťazstvo!

SPOTREBITELIA VÁM DÔVERUJÚ, VYŤAŽTE Z TOHO MAXIMUM

Odlíste sa od konkurencie a využite logo vo svojej marketingovej komunikácii!

LOGO NASADENÉ V ON-LINE KOMUNIKÁCIÍ



KOMUNIKUJTE
LOGO V RÁMCI
LETÁKU

UYUŽITE LOGO U MIESTE PREDAJA



NASAĎTE LOGO NA SOCIÁLNYCH SIETÁCH

UYUŽITE LOGO AHO SÚČASŤ OUTDOOROVEJ REKLAMY