

Tlačová správa

Bratislava, 2. 12. 2020



Verejnosť rozhodla o Najdôveryhodnejších značkách roka 2020

Vyznať sa v záplave produktov na pultoch predajní či v nespočetných množstvách ponúkaných služieb je dnes čoraz ťažšie. Práve preto zákazník, ktorý nemá chuť experimentovať, siahne po overenom produkte, ktorému jednoducho dôveruje. Nezáleží na tom, či ide o výber cukroviniek, drogérie alebo mobilného operátora. Dôvera zákazníkov je pre značku veľmi dôležitá. Nielen preto, že pomáha zvýšiť jej predaj, ale práve vďaka putu, ktoré sa medzi zákazníkom a jeho značkou vytvorí, ju spotrebiteľ dokáže podporiť aj v krízových časoch. Na oplátku však očakáva trvalú kvalitu, komfort a vysoký štandard poskytovaných služieb. Piaty ročník odovzdávania ocenení v rámci marketingového programu Dôveryhodná značka potvrdil, že vernosť zákazníkov na Slovensku je obrovská. Až 93 % značiek totiž dokázalo svoje prvenstvo z minulého roka obhájiť. Hodnotenie 2000 spotrebiteľov ukázalo, že medzi najdôveryhodnejšie značky podľa spotrebiteľov na Slovensku už tradične patria JAR, dm drogerie markt či Coop Jednota.

Pandemická situácia výnimočne neumožnila slávnostné vyhlasovanie víťazov, ktoré sa každý rok tešilo veľkej obľube medzi ocenenými. Za normálnych okolností by galavečer bol o to pompéznejší, že v roku 2020 sa o titul Dôveryhodná značka uchádzalo viac ako 600 značiek v 71 kategóriách, čo je o 25 kategórií viac ako minulý rok. „Nárast jednotlivých kategórií aj značiek zapojených do oceňovania, ktorý každoročne zaznamenávame, dokazuje, že spotrebiteľia titul Najdôveryhodnejšia značka vnímajú pozitívne a ako faktor, na ktorý je dôležité upozorňovať,“ hovorí Lukáš Matějka, manažér marketingovej skupiny usporiadateľskej spoločnosti Atoz Marketing Services.



„Tradične sa hodnotili kategórie ako Cestovné kancelárie, Čerpace stanice, Čokoládové cukrovinky Drogerie, Pivá či Predajcovia šperkov. Ďalej to boli nové kategórie z oblasti lekárenského odvetvia. Tento rok na Slovensku pribudlo 25 nových kategórií, pri

ktorých sa domnievame, že dôvera hrá kľúčovú úlohu. Nové kategórie okrem iného reagujú aj na súčasné trendy, preto napríklad pribudla aj kategória Vegetariánske a vegánske potraviny. Z dlhodobého prieskumu vyplýva, že väčšina ľudí uprednostní pri nákupe nezávisle ocenený produkt

alebo službu pričom tretina ľudí je dokonca ochotná si za taký výber priplatiť,“ konštatuje Lukáš Matějka.

Spotrebiteľský prieskum uskutočnila agentúra Nielsen počas októbra 2020 na vzorke 2000 respondentov. Prieskum zohľadňoval reprezentatívne zastúpenie obyvateľov Slovenska na základe veku, pohlavia, bydliska, príjmovej skupiny, ale aj toho, či domácnosť chová domáce zvieratá a podobne. V jednej kategórii sa o ocenenie mohlo uchádzať 10 najsilnejších značiek v predajoch, ktoré boli automaticky zaradené do prieskumu a respondenti v online dotazníku odpovedali na otázku: Ktorá z nasledujúcich značiek je podľa Vás najdôveryhodnejšia?

Neporaziteľná značka Jar a zmeny nákupného správania pre Covid-19

Absolútne najdôveryhodnejšou sa už tradične aj za rok 2020 stala značka prostriedku na umývanie riadu – **Jar**. Za ňou nasledovala sieť drogerií – **dm drogerie markt** a na treťom mieste sa umiestnila **COOP Jednota**. Skokanom roka sa stala značka **Home Credit**. Tento rok bolo do prieskumu zaradených 71 kategórií, čo je o 25 kategórií viac ako minulý rok. Po novom sa v prieskume objavili kategórie ako Očné kliniky, Starostlivosť o prostatu, Lyžiarske strediská, Automatické upratovanie alebo aj Kliniky estetickej medicíny. Prieskum ukázal, že spotrebiteľ na Slovensku je mimoriadne konzervatívny, pretože až 93 % minuloročných víťazov obhájilo svoje víťazstvo aj tento rok.

Okrem dôveryhodnosti značiek sa prieskum spotrebiteľov pýtal aj na zmenu ich nákupného správania v súvislosti s pandémiou Covid – 19. Až tri štvrtiny Slovákov tvrdia, že pandémia ovplyvnila ich nákupné správanie pri kúpe potravín. 57 % Slovákov deklaruje, že vzrástol ich nákupný kôš v období pandémie. 55 % opýtaných sa vyjadrilo, že kupuje väčšie balenie výrobkov. 43 % Slovákov nakupuje namiesto svojej obľúbenej značky, značku privátnu. Zhruba tretina Slovákov súhlasí s tvrdením, že kupuje viac lacnejších alternatív alebo lacnejšie značky než kupovali pred koronakrízou. Víťazom v čase krízy sa stali trvanlivé potraviny. Medzi najžiadanejšie kategórie patrí cukor, múka, ryža, konzervovaná zelenina, porciované syry či cestoviny.

Ako využiť víťazstvo na zviditeľnenie

Tento rok získajú značky ešte väčšiu podporu. Organizátor ju pre najbližší polrok pripravuje v spolupráci s množstvom mediálnych partnerov. Kampaň bude prebiehať v outdoore, printových aj online médiách, obchodných centrách či rádiách. Marketingovú B2B a B2C kampaň môžu ocenené značky doplniť aj podporou vo vlastnej réžii. Úspešné firmy môžu pri podpore svojho mena používať logo Najdôveryhodnejšia značka 2020 počas najbližších dvanástich mesiacov. Logo Najdôveryhodnejšia značka totiž veľmi dobre funguje ako nezávislé potvrdenie kvality či dobrá referencia. Aj preto ho značky či firmy každoročne využívajú napríklad v rámci svojich vlastných

marketingových kampaní, či už na stránkach sociálnych sietí, v reklamných letákoch, na obaloch výrobkov, ale napríklad aj v televíznych reklamách. Najpopulárnejšie je využitie loga v online komunikácii a na sociálnych sieťach, kde ho použili napríklad značky **Paralen**, **dm drogerie markt**, **Slovnaft**, **Telekom**, **Deichmann** či **TatraTea**, ďalej na bilbordoch, kde logá využil reťazec **Lidl** alebo realitná kancelária **RE/MAX**, ale aj v televíznej reklame, kde logo nasadil reťazec Kaufland pre svoju privátnu značku **K-Classic**. Značky, ktoré zvíťazili vo viacerých ročníkoch, môžu využiť kombinované logo s odkazom na počet ročníkov, v ktorých dokázali poraziť svoju konkurenciu.

Partneri programu Dôveryhodné značky 2020:

Odborní partneri: Nielsen, MN FORCE

B2C mediálni partneri: AhojMama.sk, DámskaJazda.sk, dobrenoviny.sk, Dobré rádio, QEX, Startitup.sk, Store Media, Teraz.sk, Webmagazín.sk, Webnoviny.sk, Woman.sk

B2B mediálny partner: Tovar&Predaj

Špeciálni partneri: Email kampane, Wau Studio

PRÍLOHA Č.1

ZOZNAM NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČIEK PRODUKTOV 2020

| KATEGÓRIA | ZNAČKA | VÝROBCA/DISTRIBÚTOR |
|----------------------------|-----------|--------------------------------------|
| ALKOHOL | TATRATEA | KARLOFF |
| AUTOMATICKÉ UPRATOVANIE | KÄRCHER | KÄRCHER SLOVAKIA |
| BALENÉ VODY | RAJEC | KOFOLA ČESKOSLOVENSKO |
| ČISTIACE PROSTRIEDKY | SAVO | UNILEVER SLOVENSKÁ REPUBLIKA |
| ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY | MILKA | MONDELEZ SLOVAKIA |
| DETSKÁ VÝŽIVA | HIPP | HIPP CZECH |
| FUNKČNÉ NÁPOJE | ISOSTAR | ESATRADE |
| JOGURTY | ZVOLENSKÝ | ZVOLENSKÁ MLIEKAREŇ |
| KÁVOVARY | DE'LONGI | DE'LONGHI PRAGA |
| KORENIE | VITANA | ORKLA FOODS ČESKO A SLOVENSKO |
| KRMIVÁ PRE MAČKY | WHISKAS | MARS SR |
| KRMIVÁ PRE PSOV | PEDIGREE | MARS SR |
| MALÉ SPOTREBIČE | PHILIPS | SIGNIFY SLOVAKIA |
| MÄSO A ÚDENINY | TAURIS | TAURIS |
| MOBILNÉ TELEFÓNY A TABLETY | SAMSUNG | SAMSUNG ELECTRONICS CZECH AND SLOVAK |
| OSOBNÉ AUTOMOBILY | ŠKODA | ŠKODA AUTO SLOVENSKO |

| | | |
|-----------------------------------|----------------|------------------------------|
| PIVÁ | ZLATÝ BAŽANT | HEINEKEN SLOVENSKO |
| PRACIE PROSTRIEDKY | ARIEL | PROCTER & GAMBLE |
| PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU | JAR | PROCTER & GAMBLE |
| PRIVÁTNE ZNAČKY | K-CLASSIC | KAUFLAND SLOVENSKÁ REPUBLIKA |
| SUŠIENKY A OBLÁTKY | MILA | I.D.C.HOLDING |
| SYRY | LIPTOV | SAVENCIA FROMAGE & DIARY SK |
| SÝTENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE | KOFOLA | KOFOLA ČESKOSLOVENSKO |
| TABAKOVÉ VÝROBKY | L&M | PHILIP MORRIS SLOVAKIA |
| VEGETARIÁNSKE A VEGÁNSKE PRODUKTY | GARDEN GOURMET | NESTLÉ SLOVENSKO |
| VÍNA | MATYŠÁK | VÍNO MATYŠÁK |
| VLASOVÁ KOZMETIKA | SCHWARZKOPF | HENKEL SLOVENSKO |
| ZÁHRADNÁ TECHNIKA | MOUNTFIELD | MOUNTFIELD SK |
| ŽUVAČKY | ORBIT | MARS SR |

ZOZNAM NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČIEK OBCHODÍKOV 2020

| KATEGÓRIA | ZNAČKA | VÝROBCA/DISTRIBÚTOR |
|-----------------------------------|-------------------|------------------------------|
| ČERPACIE STANICE | SLOVNAFT | SLOVNAFT |
| DOMÁCI PREDAJCOVIA POTRAVÍN | COOP JEDNOTA | COOP JEDNOTA SLOVENSKO |
| DROGÉRIE | DM DROGERIE MARKT | DM DROGERIE MARKT |
| HOBBY MARKETY | HORNBAACH | HORNBAACH – BAUMARKT SK |
| KAVIARNE | MCCAFÉ | MC DONALD´S SLOVAKIA |
| LEKÁRNE | DR.MAX | MIRAKL |
| MEDZINÁRODNÍ PREDAJCOVIA POTRAVÍN | KAUFLAND | KAUFLAND SLOVENSKÁ REPUBLIKA |
| PARFUMÉRIE | FANN PARFUMÉRIE | FANN-PARFUMÉRIE |
| PREDAJCOVIA ELEKTRA | NAY | NAY |
| PREDAJCOVIA NÁBYTKU | IKEA | IKEA BRATISLAVA |
| PREDAJCOVIA OBUVI | DEICHMANN | DEICHMANN-OBUV SK |
| PREDAJCOVIA ODEVOV | H&M | H&M HENNES & MAURITZ SK |
| PREDAJCOVIA SPODNEJ BIELIZNE | ASTRATEx | ASTRATEx |
| PREDAJCOVIA ŠPERKOV | SWAROVSKI | SWAROVSKI BOHEMIA |
| ŠPORTOVÉ OBCHODY | SPORTISIMO | SPORTISIMO |

ZOZNAM NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČIEK LEKÁRENSKÝCH PRODUKTOV 2020

| KATEGÓRIA | ZNAČKA | VÝROBCA/DISTRIBÚTOR |
|---|---------------|--|
| DERMOKOZMETIKA | VICHY | L'ORÉAL SLOVENSKO |
| DETSKÉ KRÉMY NA ZAPARENINY | SUDOCREM | TEVA PHARMACEUTICALS SLOVAKIA |
| DETSKÉ VITAMÍNY | VIBOVIT | TEVA PHARMACEUTICALS SLOVAKIA |
| PRÍPRAVKY NA ALERGIU | FENISTIL | GLAXOSMITHKLINE CONSUMER HEALTHCARE SLOVAKIA |
| PRÍPRAVKY NA BOLEŠŤ V KRKU | STREPSILS | RECKITT BENCKISER (SLOVAK REPUBLIC) |
| PRÍPRAVKY NA KAŠEĽ | MUCOSOLVAN | SANOFI-AVENTIS PHARMA SLOVAKIA |
| PRÍPRAVKY NA KOSTI A KÍBY | KAMZÍK | CEMIO SWITZERLAND |
| PRÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJENSTVO | IDELYN URINAL | STADA PFARMA |
| PRÍPRAVKY NA NÁDCHU | NASIVIN | PROCTER & GAMBLE |
| PRÍPRAVKY NA STAROSTLIVOSŤ O PROSTATU | PROSTENAL | STADA PFARMA |
| PRÍPRAVKY NA TRÁVIACE A ZAŽÍVACIE PROBLÉMY | ESPUMISAN | BERLIN-CHEMIE/A.MENARINI CESKA REPUBLIKA |
| PROBIOTIKÁ | BIOPRON | STADA PFARMA |
| STAROSTLIVOSŤ O OČI | VISINE | JOHNSON & JOHNSON |
| VETERINÁRNE PRÍPRAVKY PRE ZVIERATÁ | FRONTLINE | BOEHRINGER INGELHEIM |
| VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLEŠŤ | PARALEN | SANOFI-AVENTIS PHARMA SLOVAKIA |
| VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÍPKU A NACHLADNUTIE | PARALEN GRIP | SANOFI-AVENTIS PHARMA SLOVAKIA |

ZOZNAM NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČIEK SLUŽIEB A OBCHODNÍKOV 2020

| KATEGÓRIA | ZNAČKA | VÝROBCA/DISTRIBÚTOR |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| BALÍKOVÉ SLUŽBY | SLOVENSKÁ POŠTA | SLOVENSKÁ POŠTA |
| CESTOVNÉ KANCELÁRIE | SATUR | SATUR TRAVEL |
| KLINIKY ESTETICKEJ MEDICÍNY | INŠTITÚT ESTETICKEJ MEDICÍNY | INŠTITÚT ESTETICKEJ MEDICÍNY |
| LYŽIARSKÉ STREDISKÁ | JASNÁ | TATRY MOUNTAIN RESORTS |

| | | |
|--|-------------------------------|-------------------------------|
| NEBANKOVÉ SPOTREBITEĽSKÉ ÚVERY | HOME CREDIT | HOME CREDIT SLOVAKIA |
| OČNÉ KLINIKY | ICLINIC | ICLINIC PLUS |
| PERSONÁLNE AGENTÚRY | INDEX NOSLUŠ | INDEX NOSLUŠ |
| POISŤOVNE | ALLIANZ – SLOVENSKÁ POISŤOVŇA | ALLIANZ – SLOVENSKÁ POISŤOVŇA |
| POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEVÍZNYCH SLUŽIEB | TELEKOM | SLOVAK TELEKOM |
| REALITNÉ KANCELÁRIE | RE/MAX | SLOVAKIA TOP ESTATES |
| TERMÁLNE KÚPALISKÁ A AQUAPARKY | BEŠEŇOVÁ | TATRY MOUNTAIN RESORTS |

Ďalšie zaujímavosti k programu nájdete v prezentácii, ktorá je ku stiahnutiu: [TU](#).

Kontakt pre ďalšie informácie:

Veronika Trembáčová

project manager

mobil: +421 902 819 991

e-mail: veronika.trembacova@atoz.sk

www.doveryhodneznacky.sk

Spoločnosť [Atoz Marketing Services](#) sa od roku 1993 zaoberá B2B komunikáciou v oblasti retailu, logistiky, obalového priemyslu, farmácie a segmentu HoReCa. Zahraničné a domáce prieskumy ukazujú, že pri nákupe hrá jednu z najdôležitejších rolí dôvera v značku a preto spoločnosť Atoz Marketing Services organizuje nezávislý marketingový program Dôveryhodne značky. Tento rok sa uskutočnil 5. ročník na Slovensku a 6. ročník v Českej republike. Spoločnosť od roku 1991 organizuje aj marketingový program [Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka](#), ktorý oceňuje najlepšie produktové novinky na slovenskom trhu.