2000 SPOTREBITEĽOV ROZHODLO
O NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH
ZNAČKÁCH ROKA 2020!

DÔVERA

JE NAJSILNEJŠÍM
PUTOM MEDZI ZNAČKOU
A ZÁKAZNÍKOM!

NAJDÔVERYHODNEJŠIA ZNAČKA 2020

ALKOHOL TATRATEA	AUTOMATICKÉ UPRATOVANIE KÄRCHER	BALENÉ VODY RAJEC	BALÍKOVÉ SLUŽBY Slovenská POŠTA	CESTOVNÉ KANCELÁRIE SATUR	ČERPACIE STANICE Slovnaft
DOMÁCI PREDAJCOVIA POTRAVÍN coop JEDNOTA	DROGÉRIE dm	KLINIKY ESTETICKEJ MEDICÍNY IEM INŠTITÚT ESTETICKEJ MEDICÍNY	FUNKČNÉ NÁPOJE isostar	HOBBY MARKETY HORNBACH S nami to zvládnete.	JOGURTY Zvolenský
LYŽIARSKE STREDISKÁ JASNÁ	MALÉ SPOTREBIČE PHILIPS	MÄSO A ÚDENINY TAURIS	MEDZINÁRODNÍ PREDAJCOVIA POTRAVÍN Kaufland	MOBILNÉ TELEFÓNY A TABLETY SAMSUNG	NEBANKOVÉ SPOTREBITEĽSKÉ ÚVERY HOME CREDIT
POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEVÍZNYCH SLUŽIEB T..	PRACIE PROSTRIEDKY ARIEL	PREDAJCOVIA NÁBYTKU IKEA	PREDAJCOVIA OBUVI DEICHMANN	PREDAJCOVIA SPODNEJ BIELIZNE ASTRATEX	PREDAJCOVIA ELEKTRA ONAY www.nay.sk
PRÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJENSTVO Urinal®	PRÍPRAVKY NA NÁDCHU Nasivin®	PRÍPRAVKY NA STAROSTLIVOSŤ O PROSTATU Prostenal®	PRÍPRAVKY NA TRÁVIACE A ZAŽÍVACIE PROBLÉMY Espumisan®	PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU Jar	PRIVÁTNE ZNAČKY K Classic
SÝTENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE kofola original	ŠPORTOVÉ OBCHODY SPORTISIMO	TABAKOVÉ VÝROBKY L&M	TERMÁLNE KÚPALISKÁ A AKVAPARKY BEŠEŇOVÁ TERMÁLNE SRDCE LIPTOVA	VEGETARIÁNSKE A VEGÁNSKE PRODUKTY since 1986 Garden Gourmet	VETERINÁRNE PRÍPRAVKY PRE ZVIERATÁ FRONTLINE
VÍNA MATYŠÁK	VLASOVÁ KOZMETIKA Schwarzkopf	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLESŤ PARALEN®	VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÍPKU A NACHLADNUTIE PARALEN® GRIP	ZÁHRADNÁ TECHNIKA Mountfield	ŽUVAČKY Orbit

NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY ROKA 2020

ČISTIACE PROSTRIEDKY	ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY	DERMOKOZMETIKA	DETSKÁ VÝŽIVA	DETSKÉ KRÉMY NA ZAPAREniny	DETSKÉ VITAMÍNY
SAVO	Milka	VICHY LABORATOIRES	HiPP	Sudocrem	Vibovit
KAVIARNE	**KÁVOVARY**	**KORENIA**	**KRMIVÁ PRE MAČKY**	**KRMIVÁ PRE PSY**	**LEKÁRNE**
McCafé	DēLonghi	Vitana	whiskas	Pedigree	Dr.Max
OČNÉ KLINIKY	**OSOBNÉ AUTOMOBILY**	**PARFUMÉRIE**	**PERSONÁLNE AGENTÚRY**	**PIVÁ**	**POISŤOVNE**
iClinic OČNÁ KLINIKA	ŠKODA	FAnn parfumérie	INDEX NOSLUŠ PERSONÁLNA AGENTÚRA	Zlatý Bažant	Allianz Slovenská poisťovňa
PREDAJCOVIA ODEVOV	**PREDAJCOVIA ŠPERKOV**	**PRÍPRAVKY NA ALERGIU**	**PRÍPRAVKY NA BOLESŤ V KRKU**	**PRÍPRAVKY NA KAŠEĽ**	**PRÍPRAVKY NA KOSTI A KĺBY**
H&M	SWAROVSKI	Fenistil	Strepsils	MUCOSOLVAN	cemio kamzík
PROBIOTIKÁ	**REALITNÉ KANCELÁRIE**	**STAROSTLIVOSŤ O OČI**	**SUŠIENKY A OBLÁTKY**	**SYRY**	
BIOPRON	RE/MAX	Visine	Milo	Liptov Z HORSKÉHO MLIEKA	

Pre viac informácií kontaktujte:
Veronika Trembáčová
project manager
+421 902 819 991
doveryhodneznacky@atozgroup.sk

ORGANIZÁTOR: Atozmarketing

ODBORNÍ PARTNERI: MNFORCE, NielsenIQ

ŠPECIÁLNI PARTNERI: email kampane, wau! studio

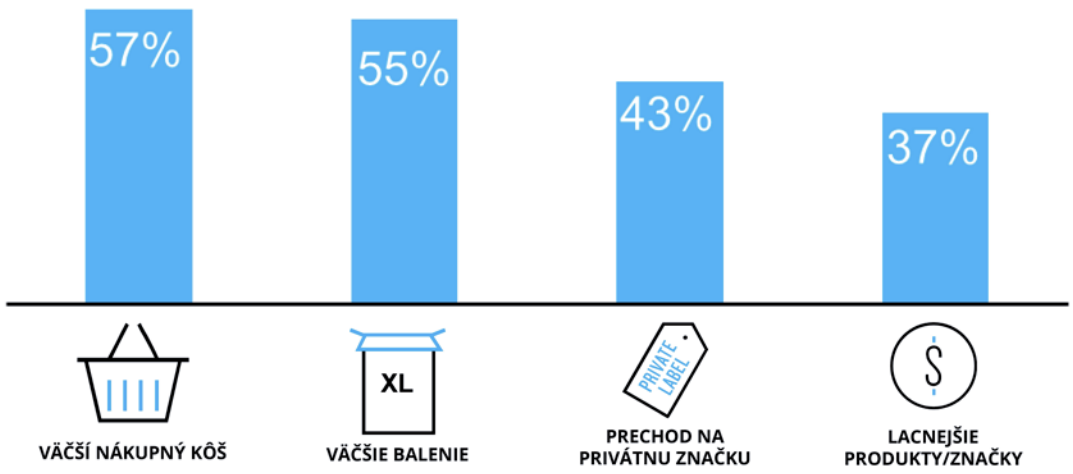
B2B MEDIÁLNY PARTNER: TaP

B2C MEDIÁLNI PARTNERI: ahojmama.sk, DÁMSKA JAZDA.sk, dobrénoviny.sk, dobrérádio.sk, QEX SINCE 1990, STARTITUP, storemedia SENSORY MARKETING, TERAZ.SK, WEBMAGAZÍN, webnoviny

DÔVERA ZÁKAZNÍKOV PRENESIE ZNAČKU AJ CEZ KRÍZU

Uplynul bezmála rok od okamihu, keď sa na Slovensku po prvý raz objavil koronavírus. Ochorenie Covid-19 je zaťažkávacou skúškou nielen pre zdravotníctvo, ale aj pre ekonomiku. Nikto nepochybuje o tom, že svet práve prežíva veľmi náročné obdobie. A práve preto je v časoch, keď musí čoraz viac ľudí pri nakupovaní poriadne premýšľať, dôležité, aby sa mohli spoľahnúť na produkty, ktoré si vkladajú do košíka. Marketingový program Dôveryhodné značky je vítaným pomocníkom spotrebiteľov pri nakupovaní. Piaty ročník odovzdávania ocenení potvrdil, že vernosť zákazníkov na Slovensku je obrovská. Až 93 percent značiek totiž dokázalo svoje prvenstvo z minulého roka obhájiť. Hodnotenie 2000 spotrebiteľov ukázalo, že medzi najdôveryhodnejšie značky už tradične patria značky RE/MAX, K-Classic, dm drogerie markt či COOP Jednota.

ZMENY V NÁKUPNOM SPRÁVANÍ



Zdroj: Nielsen Covid-19 Study, apríl 2020

Pandemická situácia v súvislosti s ochorením Covid-19 tento rok 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 Najdôveryhodnejšia značka uchádzalo viac ako 600 značiek v 71 kategóriách, čo je o 25 viac ako v roku predtým. Ocenené značky však o nič neprišli, akurát dekorovanie víťazov sa odohralo v komornejšej atmosfére. Úspešné značky sa stále môžu svojím titulom zákazníkom pochváliť.

ZMENA NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA

Prieskum programu uskutočnila počas októbra 2020 výskumná agentúra Nielsen na vzorke 2024 respondentov. Išlo o online dotazník, ktorý zohľadňoval reprezentatívne zastúpenie obyvateľov Slovenska na základe veku, pohlavia, bydliska, príjmovej skupiny, ale aj toho, či domácnosť chová domáce zviera a podobne. V jednej kategórii sa o ocenenie mohlo uchádzať najviac desať značiek. Okrem dôveryhodnosti značiek sa prieskum spotrebiteľov pýtal aj na zmenu ich nákupného správania v čase pandémie Covid-19. Až tri štvrtiny opýtaných tvrdia, že pre pandémiu nakupujú zriedkavejšie. V hypermarketoch aj v supermarketoch menej často nakupuje 44 % respondentov, v obchodoch typu večierka a convenience 38 % nakupujúcich. Naopak, viac ako štvrtina opýtaných hovorí, že pre pandémiu nakupovala online častejšie než obvykle. Výrazne sa zmenil aj obsah nákupného košíka. Celkovo sa zväčšil, takmer 40 % respondentov tvrdí, že nakupuje väčšie balenia. Takmer tretina spotrebiteľov zasa hovorí, že svoje značky vymenila za lacnejšie alternatívy. Viac sa od vypuknutia pandémie predávali čerstvé potraviny, hotové jedlá a konzervy, trvanlivé potraviny a mrazené jedlá. Spomedzi drogérie sa okrem dezinfekčných a čistiacich prostriedkov viac nakupovali aj prostriedky na čistenie domácnosti, starostlivosť o telo a ruky i papierové výrobky.

ROZŠIROVANIE POČTU KATEGÓRIÍ

Budovanie dôvery je dlhodobý a zložitý proces a pandémia ochorenia Covid-19 nahráva hlavne značkám s jasnou víziou, transparentnou komunikáciou a fungujúcou obchodnou stratégiou, ktorá umožňuje zákazníkom nájsť svoju značku presne tam, kde ju očakávajú. „Nárast jednotlivých kategórií aj značiek zapojených do oceňovania, ktorý každoročne zaznamenávame, dokazuje, že spotrebitelia 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 Čerpacie stanice, Hobby markety, Predajcovia odevov či Predajcovia šperkov. Ďalej to boli nové kategórie z oblasti lekárenského odvetvia. Tento rok na Slovensku pribudlo 25 nových kategórií, pri ktorých dôvera hrá kľúčovú úlohu. Nové kategórie okrem iného reagujú aj na súčasné trendy, preto napríklad pribudla aj oblasť Vegetariánske a vegánske potraviny," konštatuje Lukáš Matějka. Z dlhodobého prieskumu vyplýva, že až tretina ľudí je ochotná priplatiť si za nezávisle ocenený produkt alebo službu. Zhruba tretina ľudí, ktorá si je ochotná priplatiť, je častejšie tvorená spotrebiteľmi zo strednej generácie (do 50 rokov) a častejšie sú to ženy. Ženy a seniori taktiež deklarujú, že takto ocenenému produktu by dali v rámci svojho nákupu prednosť.

NEPORAZITEĽNÁ JAR

Absolútne najdôveryhodnejšou značkou sa už tradične aj za rok 2020 stal prostriedok na umývanie riadu Jar. Za ním nasleduje sieť drogérií dm drogerie markt, ktorá z top 3 vytlačila sieť lekární Dr.Max a na treťom mieste skončila COOP Jednota. Prieskum taktiež ukázal,

že spotrebiteľ na Slovensku je mimoriadne konzervatívny, pretože až 93 percent ocenených značiek je rovnakých ako minulý rok. Najúspešnejším distribútorom sa v kategórii najdôveryhodnejších značiek produktov stala spoločnosť Mars SR s krmivom pre mačky Whiskas, krmivom pre psy Pedigree a žuvačkami Orbit. Medzi značkami lekárenských produktov si po tri víťazstvá podelili výrobcovia Stada Pharma Slovakia a sanofi-aventis Pharma Slovakia.

AKO VYUŽIŤ VÍŤAZSTVO NA ZVIDITEĽNENIE

Tento rok získajú značky ešte väčšiu podporu. Atoz Marketing Services ju pre najbližší polrok pripravuje v spolupráci s množstvom mediálnych partnerov. Kampaň bude prebiehať v outdoore, printových aj online médiách, obchodných centrách či v mestskej hromadnej doprave. Marketingovú B2B a B2C

PANDÉMIA OCHORENIA COVID-19 NAHRÁVA HLAVNE TÝM ZNAČKÁM, KTORÉ MAJÚ JASNÚ VÍZIU A TRANSPARENTNÚ KOMUNIKÁCIU.

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 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 webových stránkach, na sociálnych sieťach, v reklamných letákoch, na obaloch výrobkov, ale napríklad aj v televíznych reklamách. Najpopulárnejšie je využitie loga v kampaniach – použili ho napríklad značky Slovnaft, dm drogerie markt, K-Classic, COOP Jednota, RE/MAX, Deichmann, Telekom, Paralen či Paralen Grip. Značky, ktoré zvíťazili vo viacerých ročníkoch, môžu taktiež využiť kombinované logo s odkazom na počet ročníkov, v ktorých dokázali poraziť konkurenciu.

Tatiana Kapitánová

ZÚROČTE SVOJE VÍŤAZSTVO!

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

POCHVÁĽTE SA LOGOM V LETÁKU

VYUŽITE LOGO V INTERNEJ KOMUNIKÁCII

UKÁŽTE LOGO NA MIESTE PREDAJA

VYUŽITE LOGO NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH

PREZENTUJTE LOGO NA BILBORDE

ODPREZENTUJTE LOGO V EXTERNEJ KOMUNIKÁCII

www.doveryhodneznacky.sk

NAJDÔVERYHODNEJŠIA ZNAČKA 2020

DÔVERA
JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM
MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!

FOTOREPORTÁŽ

NETRADIČNÉ ODOVZDÁVANIE OCENENÍ

Slávnostné trofeje sme víťazom odovzdali osobne. Všetkým víťazom gratulujeme!

Trofej za víťaznú značku Inštitút estetickej medicíny prevzala Alena Pallová, majiteľka a dermatologička Inštitútu estetickej medicíny.

Značka iClinic – očná klinika zvíťazila v kategórii Očné kliniky. Trofej za víťaza prevzal Ivo Ďurkovič, zakladateľ a hlavný očný lekár spoločnosti iClinic plus.

Značka Slovnaft zvíťazila už po štvrtý raz a trofej si prevzala Timea Reicher, riaditeľka maloobchodu spoločnosti SLOVNAFT.

Za ocenenú značku Home Credit si trofej prevzal Igor Marko. Značka Home Credit sa zároveň stala aj Skokanom roka 2020! Gratulujeme!

Trofej za značku Tatratea sme odovzdali Erikovi Semaňákovi, obchodnému riaditeľovi spoločnosti KARLOFF.

Najdôveryhodnejšou značkou 2020 v kategórii Personálne agentúry sa stala značka Index Nosluš. Trofej za víťaznú značku prevzal Róbert Čvapek, riaditeľ INDEX NOSLUŠ.

Marián Gombík, vedúci oddelenia marketingu SR spoločnosti I.D.C. Holding, prevzal ocenenie za ocenenú značku Mila.

Lenka Klátiková zo spoločnosti Kaufland Slovenská republika prevzala trofeje za víťazné značky Kaufland a K-Classic.

Trofej za značku Garden Gourmet prevzala Zuzana Magálová, brand manager spoločnosti Nestlé Česko a Slovensko.

V kategórii Čokoládové cukrovinky sa víťazom stala značka Milka. Trofej odovzdal osobne Jeffrey Osterroth, generálny riaditeľ spoločnosti Atoz Marketing Services.

Za víťaznú značku Kärcher si ocenenie prevzali Lucia Balagová, vedúca sekretariátu a marketingu, a Marián Boleček, konateľ spoločnosti Kärcher Slovakia.

Víťaznú trofej za značku H&M prevzal Adam Hazucha, communication department spoločnosti H&M Hennes & Mauritz SK.

Ocenenie za značku Dr.Max prevzali Jan Žák, generálny riaditeľ, a Andrej Križan, chief commercial officer spoločnosti Dr.Max.

Mounia El Hilali, generálna riaditeľka spoločnosti IKEA Česká republika, Maďarsko a Slovensko, prevzala ocenenie za značku IKEA v kategórii Predajcovia nábytku.