

Nejdůvěryhodnější značky 2023 přinesly řadu překvapení. Silné pouto zákazníků si však navzdory změnám na trhu udržely hlavně tradiční značky

10.11.2023 - | PROTEXT

Společnost i trh si v posledních letech prochází turbulentními změnami a bylo tedy otázkou, zda se tato skutečnost promítne i do výsledků největšího průzkumu zákaznické důvěry v České republice. Čeští zákazníci ale obecně potvrdili svou věrnost oblíbeným značkám, a to i navzdory tomu, že některé značky jim rozhodování ztížily změnou oblíbeného brandu. Příkladem je značka Dáme jídlo, která od letošního roku funguje pod názvem Foodora. Její zákazníci tuto změnu rychle přijali a dali brandu opět svou důvěru. Nebo, že se značky Martánci a ORLEN Benzina po ročním propadu opět vrátily na pozici vítěze ve své kategorii. Skutečnost, že Češi milují své retrobrandy potvrdil i vítěz kategorie Hračky figurky, kde zabodoval Igraček a díky tomu, že si v průzkumu meziročně polepšil o nejvíce hlasů, se stal i skokanem roku. Překvapení naopak nastalo v kategorii vína, kde se poprvé v historii programu na první příčce umístila značka Víno Mikulov.

Vybírat přitom bylo opravdu z čeho. Čeští spotřebitelé v tomto nezávislém průzkumu hodnotili v 92 kategoriích téměř 900 značek nominovaných automaticky na základě prodeje. Tento výběr je zárukou že oceněné značky jsou skutečně silné a důvěryhodné. *"Ocenění Nejdůvěryhodnější značka má tu přednost, že se otevírá všem značkám na trhu, které zastávají ve své kategorii významné místo. Žádné téma zde není tabu, protože jedině tak lze objektivně popsat nákupní chování a změny ve společnosti. I proto jsme nově otevřeli kategorii Prodejci erotického zboží, kde zvítězila značka Růžový slon. Tady bych rád ocenil snahu této značky o odtabuizování tématu sexu, který, ač se o tom veřejně nebavíme, má velký vliv na naše psychické zdraví a tím pádem nepřímo i kvalitu života každého z nás,"* uvádí Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny pořádající společnosti Atoz Marketing Services.

Vítězné firmy mohou ve své komunikaci používat označení a logo Nejdůvěryhodnější značka 2023. *"Ze studie Private labels Syndicated report 2022 společnosti NIQ vyplynulo, že ocenění Nejdůvěryhodnější značka je českými spotřebiteli vnímáno velice pozitivně. Zařadilo se těsně za české a regionální označení, jako například Klasa, Česká potravina apod.,"* uvádí Soňa Fialová ze společnosti NIQ. *"Za důležité pro své rozhodování o nákupu považuje toto ocenění až 32 % oslovených respondentů. Nejdůvěryhodnější značky jsou tedy, dle deklarace respondentů naší studie, jedním z nejkladněji vnímaných komerčních certifikátů, tedy nestátních ocenění. Ostatní komerční značení v průměru dosáhla 26 %,"* dodává Soňa Fialová.

Marketingový program Nejdůvěryhodnější značka zaměřený na důvěryhodnost značek na trhu v České republice je rovněž partnerem NROS - Nadace rozvoje občanské společnosti a jejího sbírkového projektu Pomozte dětem, jež je známý svým maskotem, žlutým Kuřetem se záchranným kruhem. Díky této spolupráci dochází k propojování projektu se stabilními firmami na českém trhu. Ke znevýhodněným dětem se tak dostane více pomoci.

Nejdůvěryhodnější značka má v letošním roce i nové mediální partnery jako Bigmedia a Metrozoom, MaxVision a adservis. Tento marketingový mix zaručuje oceněným značkám ještě větší mediální podporu než v loňském roce.

Partneři programu Důvěryhodné značky 2023:

tisk: Gourmet, Náš REGION, Innspirace, Mladý svět, Matka a dítě a tituly vydavatelství MAFRA

rádia: Evropa 2, Frekvence 1, Youradio

TV: pořad Všechno, co mám ráda

Zboží&Prodej, Pharma Profit, Media Guru

Emailkampane.cz, Nestlé Professional, Parilla Sound, TEPfactor, WAU! Studio, Testuj.to a Eko-kom

Další aktuální zajímavosti zde: www.duveryhodneznacky.cz

Společnost Atoz Marketing Services se už od roku 1993 zabývá B2B komunikací v oblastech retailu, logistiky, obalového průmyslu a farmacie. Zahraniční i tuzemské průzkumy ukazují, že při nákupu hraje jednu z nejdůležitějších rolí důvěra ve značku, proto společnost Atoz Marketing Services organizuje nezávislý marketingový program Důvěryhodné značky. Letos probíhá už 9. ročník v ČR a 8. na Slovensku. Společnost od roku 2001 organizuje také program Volba spotřebitelů - Nejlepší novinka.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/nejduveryhodnejsi-znacky-2023-prinesly-radu-prekvapeni-silne-pouto-zakazniku-si-vsak-navzdory-zmenam-na-trhu-udrzely-hlavne-tradicni-znacky/2438787>