

**2 000 SPOTREBITELOV ROZHODLO
O NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH
ZNAČKÁCH ROKA 2021!**



DÔVERA
JE NAJSILNEJŠÍM
PUTOM MEDZI ZNAČKOU
A ZÁKAZNÍKOM!



PREDSTAVUJEME

ALKOHOL	AUTOMATICKÉ UPRATOVANIE	BALENÉ VODY	BALÍKOVÉ SLUŽBY	CESTOVNÉ KANCELÁRIE	ČERPACIE STANICE
DOPŁAKY STRAVY NA IMUNITU 	E-SHOPY S POTRAVINAMI 	PREDAJCOVIA DROGÉRIE 	HOTELY 	JOGURTY 	KLÍNIKY ESTETICKEJ MEDICÍNY
MOBILNÉ TELEFÓNY A TABLETY 	NEBANKOVÉ SPOTREBITELSKÉ ÚVERY 	OČNÉ KLÍNIKY 	OSOBNÉ AUTOMOBILY 	PAPIEROVÝ PROGRAM 	PIUÁ
PREDAJCOVIA ODEVOU 	PREDAJCOVIA POTRAVÍN 	PREDAJCOVIA SPODNÉ BIELIZNE 	PRÍPRAVKY NA ALERGIU 	PRÍPRAVKY NA BOLESŤ CHRBTIA, HĽBOU A SURLOU 	PRÍPRAVKY NA BOLESŤ U HRUKU
PRÍPRAVKY NA STAROSTLILOSŤ O PROSTATU 	PRÍPRAVKY NA TRÁVIACE PROBLÉMY 	PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU 	PRIUĀTNE ZNAČKY 	PROBIOTIKA 	REALITNÉ KANCELÁRIE
VETERINÁRNE PRÍPRAVKY 	ÚVÄA 	ULASOVÁ KOZMETIKA 	UOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLESŤ 	UOĽNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÍPKU A NACHLADNUTIE 	ZÁHRADNÁ TECHNIKA

Veronika Trembáčová, projektová manažérka, veronika.trembacova@atoz.sk

ORGANIZÁTOR:



ODBORNÍ PARTNERI:



PARTNER PROGRAMU:



ŠPECIÁLNI PARTNERI:



NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY ROKA 2021

ČISTIACE PROSTRIEDKY	ČOKOLÁDOVÉ CUKROWINKY	DERMOKOZMETIKA	DETSHÁ UÝŽIVA	DETSHÉ KRÉMY NA ZAPARENINY	DETSHÉ VITAMÍNY
KORENIE	HAMIUV PRE MAČKY	HAMIUV PRE PSY	PREDAJCOVIA LIEHOU	LÝŽIARSKE STREDISHÁ	MÁSO A ÚDENINY
POISŤOVNÉ	POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEUŽÍZHÝCH SLUŽIEB	PRACIE PROSTRIEDKY	PREDAJCOVIA ELEKTRONIKY	PREDAJCOVIA NÁBYTKU	PREDAJCOVIA OBUVI
PRÍPRAVKY NA ČREVNÉ PROBLÉMY	PRÍPRAVKY NA GYNEKOLOGICHE PROBLÉMY	PRÍPRAVKY NA KAŠEĽ	PRÍPRAVKY NA HOSTI A KÍEY	PRÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJENSTVO	PRÍPRAVKY NA NÁDCHU
STAROSTLIVOSŤ O OČI	SUŠENKY A OBLÁTHKY	SÝTEĽNE NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE	ŠPORTOVÉ OBCHODY	TABAKOVÉ UÝROBKY	VEGETARIÁNSKE A UEGÁNSKE PRODUKTY
ZDRAVOTNÉ POISŤOVNÉ	ŽUVACKY	TOP 1	TOP 2	TOP 3	SHOKAN ROKA

www.doveryhodneznacky.sk

B2B MEDIÁLNI PARTNERI:



B2C MEDIÁLNI PARTNERI:



TERAZ.SK

WEBMAGAZÍN

WEBMAGAZÍN

WOMAN.SK
nie len pre ženy

DÔVERA SPOTREBITELOU SA UYPLÁCA

História už veľakrát ukázala, že ľudia sa v ťažkých časoch potrebujú oprieť o silného partnera. Pandémia priniesla do života spotrebiteľov značnú dávku neistoty, ktorá sa dá prekonať aj tým, že si z pultov predajní vyberú značky, na ktoré sa môžu spoľahnúť. Vybudovať si dôveru a dlhodobý vzťah so zákazníkom je však náročná úloha, preto si výrobcovia, ktorímu sa to podarilo, zaslúžia uznanie. Marketingový program Dôveryhodné značky už po šiesty raz ocenil značky, ku ktorým majú spotrebiteľa najlepší vzťah a považujú ich za najdôveryhodnejšie.

Ocenenie titulom Najdôveryhodnejšia značka 2021 je unikátné v tom, že o jeho držiteľoch rozhodujú samotní zákazníci. O ich priazeň bojovalo v 68 kategóriách viac ako 600 značiek, ktoré sú nominované automaticky na základe predajov. „V každej kategórii môže byť Najdôveryhodnejšia len jedna značka, čo zaručuje, že víťazmi sú skutočne silné značky,“ povedala Tatiana Koščová, country manažérka usporiadateľskej spoločnosti Atoz Marketing Services na Slovensku.

Agentúra NielsenIQ urobila prieskum medzi 2 000 spotrebiteľmi, ktorým ukázala logo a názov nominovanej značky. Respondent si sám vybral, ktorá značka má uňho najväčšiu dôveru. „Niektoré kategórie, ako napríklad Detská výživa či Detské vitamíny, hodnotili len rodičia. Kategóriu Osobné automobily hodnotili len vodiči, Očné kliniky len ľudia, ktorí nosia okuliare, Krmivá pre psy a Krmivá pre mačky len tí, ktorí majú zvieratá a podobne,“ vysvetluje Veronika Trembáčová, projektová manažérka marketingového programu Dôveryhodné značky 2021.

STARÍ A NOUJ VÍŤAZI

Spotrebiteľia si volili víťazov v tradičných i nových kategóriях z oblasti produktov, obchodu, služieb a inštitúcií. Usportiadelia v tomto ročníku marketingového programu zisťovali najdôveryhodnejšie mená po prvýkrát aj medzi E-shopmi s potravinami či Zdravotnými poistovňami. Prieskum ukázal, že slovenskí zákazníci sú konzervatívni, pretože vybrali približne 70 % zhodných víťazov ako rok predtým. Zaujímavé však je, že napriek tomu premiešali karty na stupnici víťazov top trojky. Ide o značky, ktoré získali vo svojich kategóriách najväčšiu dôveru. Absolútne najdôveryhodnejšou značkou sa opäťovne stala Jar, ktorej v kategórii Prípravky na umývanie riadu dôveruje 63,8 % respondentov. Pandémia a zmena nákupného správania však na druhé miesto katapultovala značku Tesco v kategórii E-shop s potravinami, ktorej verí 58,9 % spotrebiteľov a v tesnom závese nasledoval Idelyn Urinal, ktorému prejavilo dôveru 57,4 % nakupujúcich v kategórii Prípravky na močové ústrojenstvo. Medzi kategórie, kde došlo k zmene, patria na-

príklad Pivá. Prvé miesto obsadil Pilsner Urquell od spoločnosti Plzeňský Prazdroj Slovensko a vystriedal Zlatý Bažant od Heineken Slovensko. Dlhoročného víťaza kategórie Balených vôd, značku Rajec od Kofoly ČeskoSlovensko, predbehla značka Magnesia z portfólia spoločnosti Mattoni 1873. Značka Datart dominovala v kategórii Predajcovia elektroniky, kde vlni

níkov si robí zásoby. Spotrebiteľia nakujujúci zásoby navyše deklarujú, že minú viac peňaží na cestu v porovnaní s rokom 2019. Až 9 z 10 opýtaných na Slovensku verí, že ceny rastú, čo je výrazne vyššie číslo ako pri spotrebiteľoch v západnej Európe.

BEZ GALAVEČERA, ALE S VÄČŠOU PODPOROU

Okrem uznania od spotrebiteľov prináša zisk titulu Najdôveryhodnejšia značka 2021 aj nesporné benefity a propagáciu. Organizátor marketingového programu spustí po celom Slovensku marketingovú kampaň, ktorá zahrnie B2B kampaň v časopise Tovar&Predaj s nákladom 10 600 kusov, v online newsletteroch časopisov Systémy Logistiky a TaPnews, B2C kampaň v časopisoch patriacich skupine Mafra Slovakia Print a inzeriu vo Vianočnej prílohe časopisov Moja psychológia a Moje zdravie s celkovým nákladom 100-tisíc kusov.

O víťazných značkách sa každý dozvedel aj vďaka PR zásahu v popredných online médiach, ktorími boli napríklad DNES 24, Stratégie.sk, HNonline.sk, Hospodárske noviny, Svetevity.sk, Eva.pluska.sk a iné, ale aj na portáloch mediálnych partnerov, ktorími sú Startitup.sk, Teraz.sk, Dámska Jazda a iné. Značky budú viditeľné na sociálnych sieťach, na kongrese Samoška Východ a Samoška Západ. Organizátor marketingového programu pripravuje v spolupráci s PR agentúrou na podporu viditeľnosti víťazných značiek rozsiahlejšiu kampaň, než pôvodne plánoval. Pandemická situácia totiž neumožnila vyhlásiť mená ocenených značiek na slávnostnom galavečere. „Vzniknutá situácia nás mrzí, a preto sme sa rozhodli navýšiť marketingovú podporu víťazov,“ vysvetluje Veronika Trembáčová.

Logo Najdôveryhodnejšia značka je potvrdením dôvery, ktorú značke prejavili samotní spotrebiteľia. Aj preto ho výrobcovia radi využívajú vo vlastných marketingových kampaniach, či už na sociálnych sieťach, v letákoch, reklamách, či obaloch produktov. Značky, ktoré zvíťazili vo viacerých ročníkoch, môžu využiť kombinované logo s odkazom na počet ročníkov, v ktorých dokázali poraziť svoju konkurenciu.

Tatiana Kapitánová

ZNAČKY, KTORÉ ZVÍŤAZILI
VO VIACERÝCH ROČNÍKOV,
MÔŽU VYUŽIŤ KOMBINOVANÉ
LOGO S ODKAZOM NA POČET
ROČNÍKOV, V KTORÝCH
DOHÁZALI PORAZIŤ SUOJU
KONKURENCIU.

zvítazila značka Nay. V kategórii Detské vitamíny zvítazili Marlankovia a striedali značku Vibovit. „V kategórii Volnopredajné lieky na bolest po prvý raz zvítazil Ibalgin, ktorý vystriedal tradičnú Najdôveryhodnejšiu značku z predchádzajúcich ročníkov,“ dopĺňa Veronika Trembáčová. V mnohých prípadoch sa však značkám podarilo svoje prvenstvo z minulého roka obhájiť. Ide napríklad o značku Škoda v kategórii Osobné automobily, Tauris v kategórii Máso a údeniny či L&M v kategórii Tabakové výrobky.

V novej kategórii Papierový program si víťazstvo odnesla značka Tento a medzi Zdravotnými poistovňami vyhrala Všeobecná zdravotná poistovňa. Významné úspechy zaznamenalo Tesco, ktoré okrem kategórie E-shopy s potravinami dominovalo aj medzi Predajcami potravín a značka F&F zvítazila v kategórii Pre-dajcovia odevov. Privátna značka Tesco sa navyše stala Skokanom roka, pretože zaznamenala najväčší percentuálny nárast oproti predchádzajúcemu ročníku.

Okrem značiek, ktorým spotrebiteľia dôverujú najviac, prieskum poukázal na zaujímavé trendy v ich nákupnom správaní. Pandémia spôsobila, že viac zákaz-

ZÚROČTE SVOJE VÍŤAZSTVO!

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

UVOĽNITE LOGO U TU REKLAME



POCHEÁLÉ SA
LOGOM U LETÁKU



UVOĽNITE LOGO U INTERNEJ KOMUNIKÁCII

UHÁŽTE LOGO NA MIESTE PREDAJA



UVOĽNITE LOGO NA SOCIÁLNYCH SIEŘACH



ODPREZENTUJTE LOGO
U EXTERNEJ KOMUNIKÁCII





DÔVERA

JE NAJSILNEJŠÍM PUTOM
MEDZI ZNAČKOU A ZÁKAZNÍKOM!

FOTOREPORTÁŽ

VIAC O PROGRAME NA [in](#) DÔVERYHODNÉ ZNAČKY



NETRADÍČNÉ ODOVZDÁVANIE OCENENÍ

Slávostné trofeje sme víťazom odovzdali osobne. Všetkým víťazom gratulujeme!



Ocenenie za značku Tento prevzala Andrea Kvaková, brand manager spoločnosti Metsä Tissue.



Značka IEM zvíťazila v kategórii Kliniky estetickej medicíny a ocenenie prebrala Alena Pallová, majiteľka a dermatologická Inštitútu estetickej medicíny.



Značka L&M zvíťazila už po šiesty raz a trofej si prevzala Beáta Kujanová, strategic communications manager spoločnosti Philip Morris Slovakia.



Značka Slovnaft zvíťazila v kategórii Čerpacie stanice. Trofej prevzala Timea Reicher, riaditeľka maloobchodu spoločnosti Slovnaft. Gratulujeme!



V novej kategórii Zdravotné poistovne zvíťazila značka Všeobecná zdravotná poisťovňa. Ocenenie prevzal Richard Strapko, CEO, VŠZP.



Za víťazného značku Telekom si ocenenie prevzal Martin Beňo, marketing advisor spoločnosti Telekom.



Najdôveryhodnejšou značkou v kategórii Cestovné kancelarie sa stala značka Satur. Gratulujeme, Jana Zedníková!



Značka Iclinic opäť víťazom v kategórii Očné kliniky!



Najdôveryhodnejšou značkou v kategórii Predajcovia nábytku sa stala značka IKEA.



Značka Slovenská pošta zvíťazila v kategórii Balíkové služby. Blahoželáme!



Za víťazného značku Matyšák prevzal ocenenie Michal Sivko, marketing manager spoločnosti Vino Matyšák.



Značka Nutrilon zvíťazila v kategórii Detská výživa. Trofej prevzala Monika Žiláková, marketing manager spoločnosti Nutricia.



Značka RE/MAX opäť zabodovala v programe Dôveryhodné značky a ocenenie prevzal Richard Churý, CEO, RE/MAX Slovakia.



Ivana Katlovská, instore manager spoločnosti Orkla Foods Slovensko, prevzala trofej za víťazného značku Vitana.