

ATOZ MARKETING PREDSTAVUJE



# Najdôveryhodnejšie značky slovenských spotrebiteľov

OBHLIADNIME SA ZA SLÁVNOSTNÝM GALAVEČEROM,  
NA KTOROM BOLO OCENENÝCH 47 NAJDÔVERYHODNEJŠÍCH ZNAČIEK ROKU 2018!





# Dôvera v značku je veľká hodnota

## Úvod

„Kto stratí dôveru, viac stratiť nemôže.“

Publilius Syrus  
latinský spisovateľ

Už sú to tri roky, čo oceňujeme víťazov jednotlivých kategórií, a tak pomáhame spotrebiteľom správne sa rozhodnúť. Nie je jednoduché orientovať sa v tom mori akcií, zliav a výhodných ponúk. Preto som rád, že s logom Najdôveryhodnejšia značka sa častejšie a častejšie stretávam v obchodoch, v televízii, na internete a v časopisoch. Je to jasný signál, že ocenenie má svoju váhu.

Tretí ročník potvrdil vo viacerých kategóriách umiestnenie a dôveru z predchádzajúcich ročníkov.

Program priebežne rozširujeme o kategórie, kde je dôvera rozhodujúca. Tento rok sme do prieskumu zaradili 13 nových kategórií, kde dôvera hrá dôležitú rolu. Medzi nové kategórie sa zaradili kategórie, ako napríklad Kiná, Developeri, Hobby markety, Osobné automobily, Predajca kníh, Obchodné centrá v Bratislave a iné.

Novinkou tretieho ročníka je modifikácia loga, ktorá znázorňuje, že daná značka vyhrala už viackrát za sebou. Toto logo môžu využiť značky, ktoré víťazia pravidelne.

Víťazi sú známi. Verím, že im ocenenie Najdôveryhodnejšia značka urobilo radosť a budú vedieť dané ocenenie dobre využiť vo svojich marketingových aktivitách.

Želám víťazom, aby im ocenenie Najdôveryhodnejšia značka pomohlo udržať si kvalitu a víťaznú vlnu.



RÓBERT RÁČZ . COUNTRY MANAGER SLOVENSKO . ATOZ MARKETING SERVICES - <[robert.racz@atoz.sk](mailto:robert.racz@atoz.sk)>



# NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY ROKU 2018!



## NAJDÔVERYHODNEJŠIE ZNAČKY PRODUKTOV, SLUŽIEB A OBCHODNÍKOV

ALKOHOL 	BALENÉ VODY 	CESTOVNÉ HANDELÁRIE 	ČERPACIE STANICE 	ČISTIACE PROSTRIEDKY 
ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY 	DERMOKOZMETIKA 	DETSKÁ VÝŽIVA 	DEVELOPERI 	HOBBY MARKETY 
JOGURTY 	KINÁ 	KORENIE 	HÚPEČOVÁ A TELOVÁ KOZMETIKA 	MALÉ SPOTREBIČE 
MÄSO A ÚDENINY 	MOBILNÉ TELEFÓNY A TABLETY 	OBCHODNÉ CENTRÁ V BRATISLAVE 	OSOBNÉ AUTOMOBILY 	PIVO 
POČÍTAČE 	POISŤOVNE 	POSKYTOVATELIA INTERNETOVÝCH A TELEVIŽNÝCH SLUŽIEB 	POSKYTOVATELIA SPOTREBITEĽSKÝCH ÚVEROV 	PRACIE PROSTRIEDKY 
PREDAJCA DROGÉRIE 	PREDAJCA KNÍH 	PREDAJCA OBUVI 	PREDAJCA ODEVOV 	PREDAJCA POTRAVÍN 
PRÍPRAVKY NA KOSTI A HĽBY 	PRÍPRAVKY NA UMÝVANIE RIADU 	PRIVÁTNÉ ZNAČKY 	REALITNÉ HANDELÁRIE 	SLANÉ POCHUTINY 
SUŠIENKY A OBLÁTKY 	SYRY 	SÝTENÉ NEALHO NÁPOJE 	TABAHOVÉ VÝROBKY 	TV, AUDIO, VIDEO 
VEĽKÉ SPOTREBIČE 	VÍNO 	VLASOVÁ KOZMETIKA 	VOČNOPREDAJNÉ LIEKY NA BOLEŠŤ 	VOČNOPREDAJNÉ LIEKY NA CHRÍPKU A NACHLADNUTIE 
ZÁHRADNÁ TECHNIKA 	ZDRAVÁ VÝŽIVA 	1. MIESTO 	2. MIESTO 	3. MIESTO 

### VÝSKUMNÁ AGENTÚRA:

nielsen

### B2C MEDIÁLNI PARTNERI:



TERAZ.SK



### B2B MEDIÁLNY PARTNER:

Tap

### PARTNER CEREMÓNIE:



### ŠPECIÁLNI PARTNERI:





## SPOTREBITELIA UKÁZALI SVOJU VERNOSŤ

Tretí ročník marketingového programu Dôveryhodné značky ocenil 47 najdôveryhodnejších značiek, ktorým slovenskí spotrebiteľia v minulom roku najviac verili. Slávnostný galavečer, ktorý organizovala spoločnosť Atoz Marketing Services, sa uskutočnil v priestoroch lode Rivers Club na nábřeží Dunaja v Bratislave koncom novembra. Ocenených a hostí večerom sprevádzala známa moderátorka Veronika Cifrová Ostrihoňová spolu s víťazom speváckej súťaže X Factor Petrom Bažikom.

Získať si dôveru spotrebiteľov nie je vôbec jednoduché. Udržať si ju, je ešte ťažšie. Ak sa to značke podarí, dôvera zákazníkov je jednou z najväčších hodnôt, ktorými disponuje. „Keď si značka dôveru spotrebiteľov získa, je veľmi ťažké zvyknúť si na niečo iné. Pokiaľ už určitá značka dôveru spotrebiteľov má, majú konkurenčné značky veľmi ťažkú pozíciu, aby sa zapísali do pamäti spotrebiteľov ako dôveryhodnejšie. Práve preto sme sa rozhodli spustiť už tretí ročník marketingového programu Dôveryhodné značky, ktorý oceňuje značky z hľadiska dôvery slovenských spotrebiteľov,“ predstavuje Veronika Trembáčová, projektová manažérka programu. Program Dôveryhodné značky je spojený s jednou z najrozsiahlejších ankiet zameraných na spotrebiteľskú dôveru. Jej výsledky závisia iba od názorov zákazníkov. Tretí ročník marketingového projektu ukázal, že sa vďaka výstižnému názvu a komplexnosti stal medzi spotrebiteľmi dostatočne viditeľný a úspešný.

### 2 000 SPOTREBITEĽOV SI VYBRALO SPOMEDZI 470 ZNAČIEK

Rozsiahlu anketu uskutočnila výskumná agentúra Nielsen na prelome mesiacov september a október minulého roka. Zapojilo sa do nej 2 000 respondentov, ktorí hodnotili v 47 kategóriách takmer 470 značiek. Tretí ročník marketingového programu priniesol 13 nových kategórií. Spotrebiteľia mohli hodnotiť dôveru v kategóriách Developeri, Predajcovia kníh, Hobby markety, Poskytovatelia spotrebiteľských úverov či Zdravá výživa.

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že slovenskí spotrebiteľia sú v otázke dôvery pomerne stáli a verní. Žiaden zákazník predsa nechce nakupovať produkty

značiek, ktorým neverí. A tak z 35 „tradičných kategórií“ si svoje prvenstvo obhájilo až 25 minuloročných víťazov. Medzi nimi sú značky, ako Deichman, Kamzík, L&M, Head & Shoulders, RE/MAX, ale aj Slovnaft, či Zvolenský. „Ďakujeme spotrebiteľom, ktorí našej značke dôverujú. Vieme, že je dôležité sa prezentovať aj z tejto strany, pretože ľudia chodia za značkami, ktoré sú ocenené a ktoré majú dôveru,“ hovorí Sandra Kristová, key account a trade marketing manažérka značky Vichy, ktorá obhájila minuloročné ocenenie v kategórii dermokozmetika. Zmena nastala v kategórii predajca potravín, kde v minulých ročníkoch víťazil reťazec Lidl. Novou najdôveryhodnejšou značkou sa stal Kaufland. Spoločnosť si v tomto roku odnáša víťazstvo aj v kategórii privátne značky so svojou značkou K-Classic. Prekvapením bola aj zmena v kategórii Mäso a údeniny, v ktorej zvíťazila značka Tauris. Obmena nastala aj v kategórii Detská výživa, ktorú vyhrala značka HiPP. Podobne na tom bola aj kategória Počítače, kde prvú priečku obsadila značka HP.

### NOVÉ KATEGÓRIE, NOVÍ VÍŤAZI

Jednou z nových kategórií, ktoré priniesol tretí ročník marketingového programu, bola aj kategória Kiná, kde zvíťazila značka Cinema City. V kategóriách Voľnopredajné lieky na bolesť a Voľnopredajné lieky na chrípku a nachladnutie vyhrali Paralen a Paralen Grip. Medzi cestovnými kancelárkami bodovala značka Satur a značka Magio sa stala najdôveryhodnejšou v kategórii Poskytovatelia internetových a televíznych služieb. V kategórii Poskytovatelia spotrebiteľských úverov si cenu odnieslo Quatro. V rámci nových kategórií sa

medzi víťazov zaradili aj značky Mountfield, Hornbach, J&T Real Estate a Škoda. Do prieskumu bola zaradená aj kategória Predajca kníh, kde najvyšší počet hlasov získala značka Martinus. Martinus sa hneď objavil aj medzi značkami, ktoré dosiahli viac ako 1 000 z 2 000 možných hlasov. Celkovo sa to podarilo iba trom značkám. Prvenstvo si zopakovala značka Jar, ktorá získala 71 % hlasov a ďalších 9 značiek v kategórii Prípravky na umývanie riadu si rozdelilo zvyšných 29 % hlasov. Druhý najvyšší počet hlasov v prieskume opäť získala značka dm drogerie markt v kategórii Predajca drogerie. Martinus získal 52 % hlasov.

### LOGO BUDE VIDITEĽNÉ

Spoločnosti, ktorých značky spotrebiteľia zvolili ako najdôveryhodnejšie, majú možnosť po dobu jedného roka využívať logo Najdôveryhodnejšia značka 2018 pri propagácii, a to na obaloch alebo v marketingových kampaniach. Logo Najdôveryhodnejšia značka sa minulý rok objavilo napríklad v marketingovej komunikácii značiek Bosch, Kaufland, RE/MAX. Vybrané víťazné značky budú zaradené do rozsiahlej marketingovej kampane, ktorá bude zahŕňať tituly, ako napríklad Tele magazín pre ženy, Rytmus života, Chvilka pre teba a ďalšie. Kampaň prebieha v januári a februári 2019, ktorá osloví približne 538 000 slovenských čitateľov. „Logo sme využili v minulom roku, urobíme tak aj teraz. Využijeme ho na obaloch prípravku, ale aj v online kampani, využívame ho aj v televíznej reklame,“ dodáva brand manažér značky Cemio Kamzík Martin Kučera.

**Tatiana Kapitánová**





## Zaujímavé momenty galavečera

- Galavečer sa konal v netradičných priestoroch lode Rivers Club na nábreží Dunaja v Bratislave.
- Za spoločnosť Atoz Marketing Services privítali hostí na slávnostnej ceremónii marketing group manager Lukáš Matejka a country manager pre Slovensko Róbert Rácz.
- Gratulujeme všetkým víťazom!
- Na oficiálnu časť galavečera nadviazal neformálny večierok.
- Počas večera vystúpil víťaz speváckej súťaže X-Faktor, Peter Bažik.
- V tomto roku pribudlo do prieskumu 13 nových kategórií, ako napríklad kategória Developeri, Hobby markety, Voľnopredajné lieky na bolesť, Zdravá výživa, Záhradná technika a iné.
- Slávnostným galavečerom hostí sprevádzala moderátorka Veronika Cířová Ostrihoňová.
- Tri značky získali tento rok v rámci prieskumu viac ako 1 000 hlasov z 2 000 možných. Prvenstvo si zopakovala značka Jar, ktorá získala 71 % hlasov. Druhý najvyšší počet hlasov v prieskume získala značka dm drogerie. V tomto roku sa na nad hranicu 1 000 hlasov objavil aj nováčik – značka Martinus. Na fotografii zľava Martin Štrba, e-shop director spoločnosti Martinus, Markéta Šťovíčková, key account manager spoločnosti Procter & Gamble a Juraj Pronaj, vedúci Dispo a Fliwawi/Logistika spoločnosti dm drogerie markt.
- Medzi víťazmi sa objavili značky Whirlpool, Samsung a HP. Na fotografii zľava Michal Major, konateľ a riaditeľ závodu a Lukasz Sylwester, managing director Czech Republic & Slovakia spoločnosti Whirlpool, Petra Bačková, marketing specialist spoločnosti Samsung Electronics Czech and Slovak a Tomáš Hubocký, produktový manažér spoločnosti HP.
- Tretí ročník slávnostnej ceremónie na lodi Rivers Club je za nami. Na nový, v poradí už 4 ročník marketingového programu sa môžete tešiť opäť na novom mieste.

Video zo slávnostného odovzdávania ocenení si môžete pozrieť načítaním QR kódu alebo na youtube.com pod názvom **Dôveryhodné značky 2018**.



[www.doveryhodneznacky.sk](http://www.doveryhodneznacky.sk)







# Podporte svoje víťazstvo!

## SPOTREBITELIA VÁM DÔVERUJÚ, VYŤAŽTE Z TOHO MAXIMUM

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

NASAĎTE LOGO V TELEVÍZNEJ REKLAME



KOMUNIKUJTE  
LOGO V RÁMCI  
LETÁKU

UYUŽITE LOGO  
V MIESTE PREDAJA



NASAĎTE LOGO V ON-LINE KOMUNIKÁCIÍ  
A NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH



UYUŽITE LOGO AKO SÚČASŤ  
OUTDOOROVEJ REKLAMY