

Veřejnost rozhodla o Nejdůvěryhodnějších značkách roku 2020

Budování důvěry je dlouhodobý a složitý proces. Vyplácí se ale, a to zvláště v době, kdy je pro zákazníky složitější přímý kontakt s prodejci nebo zástupci firmy jako takovými. Zákazníci, kterým jsou předkládána pravdivá fakta, mohou se spolehnout na kvalitu výrobků i na to, že za své peníze dostávají relevantní servis, dovedou v těžších časech naopak značku podpořit. Tím, že se k ní opakovaně vrací a dále ji doporučují. A to je z marketingového hlediska to nejcennější, co se může stát. O tento vztah je třeba se systematicky a pečlivě starat. Tak, aby vybudovaná důvěra nebyla nabourána. Její opětovné nabytí nebývá ani v nejmenším jednoduché. Svě o tom ví o letos oceněné značce. Také tento rok jdou tradice a důvěra ruku v ruce. Mezi značky, které jsou pro české spotřebitele v roce 2020 ty nejdůvěryhodnější, patří například Benzina Orlen Group, ETA, IKEA, Kofola, JAR, Magnesia, Pilsner Urquell, Nivea nebo Škoda. V rámci tohoto ročníku soupeřilo o titul marketingového programu Důvěryhodné značky téměř 700 značek v 76 kategoriích. Hodnoceny byly 4000 spotřebiteli. Jedná se o jednu z nejrozsáhlejších nezávislých anket zaměřených na spotřebitelskou důvěru u nás, vedenou agenturou Nielsen. Oceněné značky jsou pro své zákazníky transparentní a jasně se vymezují svými obchodními prioritami, kdy důvěra a jejich vzájemný vztah jsou na předním místě ve strategii.

„Nárůst jednotlivých kategorií i značek zapojených do oceňování, který každoročně zaznamenáváme, dokládá, že spotřebitelé ho vnímají pozitivně a jako faktor, na který je důležité upozorňovat,“ uvádí Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny pořadající společnosti Atoz Marketing Services. „Tradičně byly hodnoceny kategorie jako banky, čerpací stanice, dodavatelé energií, drogerie, piva, parfumerie, prodejci šperků nebo poskytovatelé mimobankovních půjček. Dále také kategorie z lékárenského odvětví. Nově přibylo v letošním roce 17 kategorií, u kterých se domníváme, že je důvěra klíčová. Nové kategorie reagují mimo jiné na současné trendy, jedná se tak např. o vegetariánské a veganské potraviny nebo více kategorií zaměřených na lékárenské produkty. Z dlouhodobého průzkumu také vyplývá, že až třetina lidí bude ochotna připlatit si za nezávisle oceněný produkt či službu. Zhruba třetina lidí, která je ochotná si připlatit, bude častěji tvořena lidmi střední generace (do 50 let) a také častěji ženami. Ženy a senioři také častěji deklarují, že by takto oceněnému produktu dali přednost v rámci svého nákupu,“ dodává Lukáš Matějka.



Tisková zpráva

Praha, 05.11. 2020



Hodnocení proběhlo na základě spotřebitelského průzkumu, tvořeného 4000 respondenty. Ti tvořili reprezentativní vzorek českých spotřebitelů, kteří prostřednictvím on-line dotazníků hodnotili téměř 700 značek v 76 kategoriích. Spotřebitelé vybírali v jednotlivých kategoriích maximálně z 10 nejsilnějších značek v prodeji. To byl také hlavní parametr pro zařazení značky do průzkumu.

Letošní výsledky programu Nejdůvěryhodnější značka potvrzují zajímavé změny v nákupním chování

Třemi nejlepšími vítězi napříč celým výzkumem se staly značky JAR, jako již každoročně, IQOS a DR. MAX. Skokanem roku se stala značka PPL, která měla největší procentuální nárůst oproti minulému roku. Průzkum poukázal na skutečnost, že Češi jsou velmi konzervativní. Zvolili cca. 75% shodných vítězů jako před rokem., z toho 6 „stálic“ napříč všemi 6 ročníky značky Kofola, Pilsner Urquell, Jar, Savo, Ariel a Lidl.

Zjištěno bylo rovněž, že pandemie Covid 19 změnila výrazným způsobem nakupování českých spotřebitelů, a to již na jejím počátku. Deklarují to tři ze čtyř dotazovaných nakupujících. Pandemie měla negativní vliv na frekvenci nakupování jak v hypermarketech a supermarketech, a to pro 44% nakupujících, tak i v obchodech typu večerek a convenience u 38% nakupujících. Naopak více jak čtvrtina dotazovaných nakupujících deklarovala, že kvůli pandemii realizovala nákupy online častěji než obvykle.

Co se týká nákupního koše, výrazně se změnil způsob nakupování, a to z pohledu množství i výběru značek. Celkově vzrostl nákupní koš, téměř 40% dotazovaných více či méně souhlasí s faktem, že od vypuknutí pandemie nakupují větší balení. 30% nakupujících pak své značky vyměnilo za levnější alternativu. Kategorie, které se od vypuknutí pandemie prodávaly více byly čerstvé potraviny, hotová jídla a konzervy, trvanlivé potraviny, dále pak mražená jídla. Z drogistických kategorií pak kromě desinfekčních prostředků a čištění domácnosti i péče o tělo a ruce a papírové výrobky. Co se týká trendu u nákupu potravinových a drogistických kategorií v kamenných obchodech a online, zde se nakupující vyjádřili, že po odeznění pandemie Covid 19 budou využívat oba dva kanály více než před vypuknutím Covid 19 u péče o domácnost, osobní péče, výrobků pro krásu a zdraví, ale například také u alkoholu.

Vítěze čeká mediální zviditelnění

V letošním roce získají značky ještě větší podporu. Organizátor ji letos připravuje ve spolupráci s řadou mediálních partnerů pro nadcházející pololetí. Odehraje se v outdooru, tištěných i on-line

Tisková zpráva

Praha, 05.11. 2020

médiích, obchodních centrech či městské hromadné dopravě. Chystá se také silnější mediální podpora vybraných značek formou různých promočních soutěží.



Jak značky ocenění využívají?

Značky využívají ocenění v rámci svých marketingových kampaní. Oceněné společnosti mohou při podpoře jejich značek užívat logo Nejdůvěryhodnější značka 2020 po dobu jednoho roku. Logo Nejdůvěryhodnější značka funguje velmi dobře jako nezávislé potvrzení kvality či dobrá reference. Proto jej každý rok oceněné značky využívají v komunikaci na řadě obalů výrobků, jako například na obalech produktů **GS Condro**, ale bylo k vidění i na televizních obrazovkách reklamy **De'Longhi**, **Head & Shoulders**, **Zonky** nebo přímo v prodejnách **Deichmann**, **ETA**, **Kaufland**. Výjimkou nebylo ani použití v letáčích či vlastním katalogu firem **Kaufland**, **Lidl**, **Mountfield**, **dm drogerie**, v outdoorové komunikaci - **České dráhy** nebo v rámci on-line marketingu značek **Brit**, **Gemini**, **Lidl**. Značky, které obhájily titul opakovaně, mohou navíc využít i kombinované složené logo s uvedeným počtem vítězných ročníků.

Partneři programu Důvěryhodné značky 2020:

- výzkumná agentura a odborný partner:
Nielsen Czech Republic
- B2C mediální partneři:
Bus TV, City Digital Media, E15, Evropa 2, Frekvence 1, Jenženy.cz, Mediální skupina Mafra, Radio Zet, Store Media, Youradio talk, TEPfactor
- B2B mediální partneři:
Zboží&Prodej, Pharma Profit, Media Guru, Svět balení
- Speciální partneři:
Emailkampane.cz, SC&C, WAU! Studio



Tisková zpráva

Praha, 05.11. 2020



Příloha č. 1:

SEZNAM NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍCH ZNAČEK PRODUKTŮ 2020:

KATEGORIE	ZNAČKA	VÝROBCE/DISTRIBUTOR
ALKOHOL	BOŽKOV	Stock Plzeň-Božkov
BALENÉ VODY	MAGNESIA	Mattoni 1873
BEZDÝMNÉ TABÁKOVÉ VÝROBKY	IQOS	Philip Morris ČR
ČISTICÍ PROSTŘEDKY	SAVO	Unilever ČR
ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY	ORION	Nestlé Česko
DĚTSKÁ VÝŽIVA	SUNAR	Hero Czech
DĚTSKÉ OBLEČENÍ	LUPILU	Lidl Česká republika
FUNKČNÍ NÁPOJE	ISOSTAR	Esatrade
KÁVOVARY	DE'LONGHI	De'Longhi Praga
KOŘENÍ	VITANA	Orkla Foods Česko a Slovensko
KRMIVA PRO KOČKY	WHISKAS	Mars Czech
KRMIVA PRO PSY	BRIT	Vafo Praha
MALÉ SPOTŘEBÍČE	ETA	ETA
MASO A UZENINY	VOCÍLKA	Billa
MOBILNÍ TELEFONY	SAMSUNG	Samsung Česká republika
OSOBNÍ AUTOMOBILY	ŠKODA	Škoda Auto
PIVO A PIVNÍ NÁPOJE	PILSNER URQUELL	Plzeňský Prazdroj
PRACÍ PROSTŘEDKY	ARIEL	Procter & Gamble Czech Republic
PRIVÁTNÍ ZNAČKY	K-CLASSIC	Kaufland Česká republika
PROSTŘEDKY NA MYTÍ NÁDOBÍ	JAR	Procter & Gamble Czech Republic
STAVEBNINY	YTONG	Xella CZ
SUŠENKY A OPLATKY	OPAVIA	Mondelez Czech Republic
SYCENÉ NEALKO NÁPOJE	KOFOLA	Kofola ČeskoSlovensko
TABÁKOVÉ VÝROBKY	CAMEL	JT International
TĚLOVÁ A KOUPELOVÁ KOSMETIKA	NIVEA	Beiersdorf
VEGETARIÁNSKÉ A VEGANSKÉ POTRAVINY	GARDEN GOURMET	Nestlé Česko
VÍNA	TEMPLÁŘSKÉ SKLEPY ČEJKOVICE	Templářské sklepy Čejkovice
VLASOVÁ KOSMETIKA	HEAD & SHOULDERS	Procter & Gamble Czech Republic

Tisková zpráva

Praha, 05.11. 2020



ZAHRADNÍ TECHNIKA	MOUNTFIELD	Mountfield
ŽVÝKAČKY	ORBIT	Mars Czech

SEZNAM NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍCH ZNAČEK OBCHODNÍKŮ 2020:

KATEGORIE	ZNAČKA	VÝROBCE/DISTRIBUTOR
PRODEJCI ELEKTRA	DATART	HP Tronic Zlín
ČERPACÍ STANICE	BENZINA ORLEN GROUP	Unipetrol RPA
DROGERIE	DM DROGERIE	dm drogerie markt
E-SHOPY S POTRAVINAMI	ROHLÍK.CZ	Velká pecka
HOBBYMARKETY	HORNBAACH	Hornbach Baumarkt CS
KAVÁRNY	MCCAFÉ	McDonald's ČR
LÉKÁRNY	DR. MAX	Česká lékárna holding
PARFUMERIE	SEPHORA	Sephora
PRODEJCI NÁBYTKU	IKEA	IKEA Česká republika
PRODEJCI OBUVI	DEICHMANN	Deichmann-Obuv
PRODEJCI ODĚVŮ	H&M	H&M Hennes & Mauritz CZ
PRODEJCI POTRAVIN	LIDL	Lidl Česká republika
PRODEJCI SPODNIHO PRÁDLA	ASTRATEx	Astratex
PRODEJCI SPORTOVNÍHO VYBAVENÍ	SPORTISIMO	Sportisimo
PRODEJCI ŠPERKŮ	SWAROVSKI	Swarovski Bohemia

SEZNAM NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍCH ZNAČEK SLUŽEB A INSTITUCÍ 2020:

KATEGORIE	ZNAČKA	VÝROBCE/DISTRIBUTOR
BALÍKOVÉ SLUŽBY	PPL	PPL CZ / Deutsche Post DHL Group
BANKY	ČESKÁ SPORITELNA	Česká spořitelna
CESTOVNÍ AGENTURY	INVIA	Invia.cz
DODAVATELÉ ENERGIÍ	SKUPINA ČEZ	Skupina ČEZ
KLINIKY ESTETICKÉ MEDICÍNY	YES VISAGE	Klinika Yes Visage
LYŽAŘSKÉ STŘEDISKA	SKIAREÁL ŠPINDLERŮV MLÝN	Melida
OČNÍ KLINIKY	GEMINI	Gemini oční klinika

Tisková zpráva

Praha, 05.11. 2020



PERSONÁLNÍ AGENTURY	MANPOWER GROUP	ManpowerGroup
POJIŠŤOVNY	KOOPERATIVA	Kooperativa pojišťovna
POSKYTOVATELÉ DOPRAVNÍCH SLUŽEB	ČESKÉ DRÁHY	České dráhy
POSKYTOVATELÉ MIMOBANKOVNÍCH PŮJČEK	ZONKY.CZ	Benxy
REALITNÍ KANCELÁŘE	M&M REALITY	M&M reality holding
TELEKOMUNIKAČNÍ SLUŽBY	T-MOBILE	T-Mobile Czech Republic
ZÁBAVNÍ PARKY A AQUAPARKY	AQUAPALACE PRAHA	Aquapalace

SEZNAM NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍCH ZNAČEK LÉKÁRENSKÝCH PRODUKTŮ 2020:

KATEGORIE	ZNAČKA	VÝROBCE/DISTRIBUTOR
DERMOKOSMETIKA	VICHY	L'Oréal Česká republika
DĚTSKÉ KRÉMY PROTI OPRUZENINÁM	BEPANTHEN BABY	Bayer
DĚTSKÉ VITAMÍNY	MARTÁNCI	Stada Pharma
PÉČE O OČI	VISINE	Johnson & Johnson Czech Republic
PROBIOTIKA	BIOPRON	Stada Pharma
PŘÍPRAVKY NA ALERGIÍ	FENISTIL	GlaxoSmithKline Consumer Healthcare Czech Republic
PŘÍPRAVKY NA BOLEST V KRKU	STREPSILS	Reckitt Benckiser (Czech Republic)
PŘÍPRAVKY NA BOLEST ZAD, KLOUBŮ A SVALŮ	IBALGIN DUO EFFECT	Sanofi-aventis
PŘÍPRAVKY NA KAŠEL	STOPTUSSIN	Teva Pharmaceuticals CR
PŘÍPRAVKY NA KLOUBY A KOSTI	GS CONDRÖ	Green – Swan Pharmaceuticals CR
PŘÍPRAVKY NA MOČOVÉ CESTY	IDELYN URINAL	Stada Pharma
PŘÍPRAVKY NA PÉČI O PROSTATU	PROSTENAL	Stada Pharma
PŘÍPRAVKY NA RÝMU	OLYNTH	Johnson & Johnson Czech Republic
PŘÍPRAVKY NA TRÁVICÍ A ZAŽÍVACÍ PROBLÉMY	RENNIE	Bayer
VETERINÁRNÍ PŘÍPRAVKY	FORESTO	Elanco Tiergesundheit AG Czech Republic
VOLNĚ PRODEJNÉ LÉKY NA BOLEST	IBALGIN	Sanofi-aventis
VOLNĚ PRODEJNÉ LÉKY NA CHŘÍPKU A NACHLAZENÍ	PARALEN GRIP	Sanofi-aventis

Tisková zpráva

Praha, 05.11. 2020



Další aktuální zajímavosti lze najít pod prezentací ke stažení: [ZDE](#)

Kontakt pro další informace:

Jana Medenica
project manager

Mobil: +420 739 571 385

E-mail: jana.medenica@atoz.cz

www.duveryhodneznacky.cz

Společnost Atoz Marketing Services se už od roku 1993 zabývá B2B komunikací v oblastech retailu, logistiky, obalového průmyslu, farmacie a segmentu HoReCa. 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 6. ročník v ČR a 5. na Slovensku. Společnost od roku 2001 organizuje také program Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka.