

ARTIGO INTERNET

A Superbrands distingue o Montepio como Marca de Excelência em 2008 in http://www.montepio.pt/	Data: 19-5-2008 Link: http://www.montepio.pt/v10/PT/... 
--	--

A Superbrands distingue o Montepio como Marca de Excelência em 2008

A imagem da marca é hoje o património mais importante de uma empresa.

Desde 1840 que o Montepio tem cumprido uma função económica e social fundamental para os seus Associados e Clientes.

A prática do Mutualismo desde a fundação é a principal diferença face às restantes instituições presentes no mercado. Único no panorama bancário português e ligado à economia social, o Montepio representa, na sua actividade, valores como o associativismo, a solidariedade e o humanismo.

Aos fins mutualistas junta-se o objectivo de satisfazer as necessidades bancárias e financeiras dos seus Associados e Clientes, com uma gama completa de produtos e serviços.

Alterações sociais e económicas obrigam a mudanças para as quais o Montepio se encontra preparado, sem nunca comprometer o seu contributo para a promoção do bem-estar económico e social.

À credibilidade, experiência e solidez reconhecidas no Montepio, realça a vitalidade que continua a determinar a missão da instituição.

Por tudo isto, o Montepio foi distinguido com o Prémio «Marca de Excelência Superbrands 2008».

A cerimónia da entrega do prémio Marca de Excelência Superbrands 2008, realizou-se no passado dia 07 de Maio no Parque das Nações, em Lisboa, tendo sido o mesmo, entregue ao Director de Marketing do Montepio, Dr. Pedro Alves.

A Superbrands é uma Organização Internacional Independente que se dedica à promoção de marcas de excelência em 59 países.

Os critérios de selecção são baseados na identificação de marcas que estão a actuar acima e para lá das suas concorrentes no seu mercado.

A Superbrands compila uma lista com cerca de 1300 potenciais marcas com maior notoriedade a operar no mercado.

Esta lista é enviada para o Conselho Superbrands, cuja tarefa é classificá-las.

A Superbrands procura guiar-se sempre pelos seus valores orientadores, que incluem a dedicação à promoção da excelência das marcas, o compromisso em prestar tributo apenas às marcas merecedoras, e a perseverança em manter elevados padrões de qualidade em tudo o que produz.

São 5, os critérios que uma Marca de Excelência deve conter:

Domínio de Mercado;
Longevidade;
Goodwill;
Fidelização;
Aceitação.