

www.dailybusiness.ro

Orange si Vodafone, primele doua branduri de business din Romania

14 octombrie 2008

Operatorul telecom Orange, urmat de rivalul Vodafone, au ocupat primele doua pozitii in top 10 branduri de business din Romania, in cadrul studiului elaborat de compania de cercetare Nielsen pentru organizatia Superbrands, editorul catalogului cu acelasi nume.

Urmatoarele branduri in top au fost, in ordine, Coca-Cola HBC, Petrom, Nokia, Microsoft, Rompetrol, ING Bank, Procter&Gamble si BRD.

Evaluarea brandurilor s-a desfasurat in doua etape. Prima parte a programului a avut in vedere o lista preliminara de 928 de branduri, structurata pe 34 de categorii de activitate, incluzand atat companii romanesti cat si internationale.

Acestea au fost evaluate de un consiliu de 21 de experti in management, marketing si comunicare, in functie de prestigiu, incredere, calitate si diferentiere pe piata. La finalul selectiei, 30% din cele 928 de branduri evaluate au fost eligibile pentru statutul de super branduri.

In urma acestei etape, brandul cu cele mai multe voturi la categoria reputatie si prestigiu a fost Coca-Cola HBC Romania. Cel mai de calitate brand a fost desemnat Mercedes Benz, cel mai de incredere - Marriott Grand Hotel, iar cel care se diferentiaza cel mai bine pe piata - Orange.

Brandurile care au primit cele mai mari punctaje din partea juriului au fost supuse unui studiu cantitativ realizat de Nielsen, desfasurat la nivel de 300 de practicieni din Bucuresti si alte 17 orase din Romania. Respondentii, a trebuit sa stabileasca, printr-un chestionar online, importanta unor caracteristici pe care un brand trebuie sa le detine. Persoanele interveiate sunt top manageri si experti in marketing, branding si comunicare, peste 90% dintre ei cu mai mult de 10 ani de experienta in business.

Performantele in domeniul de activitate, precum si produsele sau serviciile de calitate au fost considerate, in proportie de 97%, cele mai importante caracteristici ale unui super brand, urmat de reputatie (96%), incredere (94%) si stabilitate financiara (93%).