

Best Brands 2023

Marki odnoszące sukcesy na polskim rynku



Czym jest Best Brands?

Best Brands to unikalny plebiscyt, który odróżnia się od innych konkursów tym, że **najlepsze marki są wybierane tylko i wyłącznie przez konsumentów**, a nie przez grono ekspertów.

Event zorganizowano po raz pierwszy w 2004 roku w Niemczech, wspólnie przez GfK i Serviceplan Group. Od tego czasu jego idea rozwinęła się na kolejne kraje. W tym roku odbyła się **druga edycja konkursu w Polsce**, a zwycięzcy zostali ogłoszeni podczas Gali Best Brands 18 maja 2023.



Metodologia

- CAWI N=300 per kategoria (in total N=7 500 wywiadów)
- reprezentatywna próba Polaków w wieku 18-65
- kwoty na: wiek, płeć, wykształcenie, wielkość miejsca zamieszkania, region

Nagrody:

- Best Brand Overall
- Best Polish Brand
- Best Omnichannel Brand
- Best Sustainable Brand
- Best Life Changing Technology
- Best Brand for Tough Times

➤ **Zapytaj o dostępność danych dla Twojej marki i kategorii.**

Więcej o metodologii na: www.bestbrands-poland.pl/badanie'23
Zwycięzcy Best Brand 2023: www.bestbrands-poland.pl/nagroda'23

➤ Na wybór konsumentów składają się dwie miary:



Share of Wallet:

czyli marki najchętniej kupowane przez konsumentów (Panele GfK)



Share of Soul:

czyli ocena marki w percepcji konsumentów (badanie konsumenckie)

➤ Nasz raport obejmuje:



BRAND PERFORMANCE

- Od znajomości, przez rozważanie, po preferowanie marki.
- Na którym wymiarze radzi sobie lepiej, na którym traci za dużo konsumentów?
- Jak wypada Twoja marka na tle konkurencyjnych?



BRAND ATTACHMENT

- Brand Attachment ocenia przywiązanie emocjonalne konsumentów do marki
- Czy konsumenci się z nią utożsamiają?
- Czy odzwierciedla to kim chcieliby być w oczach innych?
- Czy jej używanie daje im radość, a może ich irytuje?



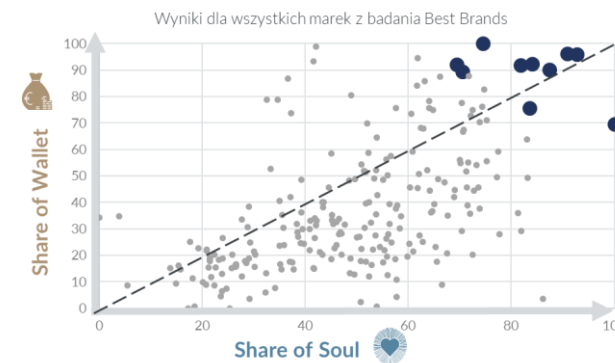
BRAND EXPERIENCE

- Popularność poszczególnych kanałów online i offline w Twojej kategorii.
- Ocena jakości wrażeń, jakie pozostawia Twoja marka w kanale online i offline.
- Jak wypada Twoja marka na tle konkurencyjnych?



BRAND IMAGE

- Brand Momentum
- Jaki jest wizerunek mojej marki?
- Jakie składowe wizerunku zwiększają sprzedaż marki w mojej kategorii?
- Jakie wizerunki są silnie kojarzone z moją marką?
- Co powinno ulec poprawie?



Analiza driverów: które wizerunki budują **Brand Attachment**?

Analiza pozycji Twojej marki: które **wizerunki** podtrzymać, a które potrzeba wzmocnić?