

מותגי-העל של ישראל ב-2014: חברות האופנה בפנים – יאיר לפיד בחוץ

קבוצת שטראוס מחזיקה במספר מותגי-העל הגבוה ביותר, ובהם שוקולד פרה, פסק זמן ומילקי • קבוצת הכדורגל של מכבי תל אביב נכנסה לדירוג השנה, וגם הרמטכ"ל, בני גנץ • דומינו'ס פיצה וזאפ חזרו לרשימה לאחר שנעדרו ממנה בשנים האחרונות



המותגים שיצאו מרשימת Superbrands ב-2014

א.ב. יהושע	יאיר לפיד
אופיס דיפו	כלבוטק
בג"ץ	נסטי
גלי צה"ל	צביקה הדר
האגן דאז	קשת
התיאטרון הלאומי הבימה	רדבול
חיים כהן	שרית חדד
חלב תנובה	שלומי שבת

*רשימת המותגים בכל קטגוריה מסודרת לפי א"ב



המותגים החדשים שנכנסו לרשימת Superbrands 2014

9000000	זארה
אבן קיסר	כתר פלסטיק
אנגלו סכסון	מכבי תל אביב (כדורגל)
אפריקה ישראל	פוקס
בני גנץ	קסטרו
דומינו'ס פיצה	קרוקס
זאפ השוואת מחירים	H&M

בנקאות ושירותים פיננסיים

אמריקן אקספרס
בנק הפועלים
דיסקונט
ישראכרט
לאומי
לאומי קארד
מזרחי טפחות
מסטרקארד
קבוצת ישראלכרט
Cal

עיצוב הבית

אבן קיסר
ביתלי
ד"ר גב
טמבור
כיתן
כתר
נגב
עמינח
פלדלת
רב בריח
Golf & Co
Ikea

תון השייך "פורום שיווק" ומארגנת בישראל את תחרות החדשנות הבינלאומית "מוצר השנה". רשימת המותגים המלאה מתפרסמת באתר TheMarker.

מוצרי מזון

אסם
השחר העולה
זוגלובק
טבעול
יד מרדכי
מאפיית אנג'ל
נוטלה
סוגת
סטארקיסט טונה
סלטי אחלה
סלטי צבר
עלית
שטראוס

לאכול בחוץ

ארומה אספרסו בר
דומינו'ס פיצה
מקדונלד'ס
מקס ברנר
פיצה האט
קפה קפה
רולדין

והתכנסות שב לעשייה, מה שהחזיר אותו לרשימת מותגי-העל ואף הביא לו כמה הצעות רכישה אסטרטגיות. גם השנה נפקד מהרשימה מקרמס של כל מותגי הסלולר. המותגים הוותיקים לא נכללים בה כבר כמה שנים, והחדשים עדיין לא יצרו לעצמם עוצמה רגשית מעבר לתועלת הפונקציונלית שהם מציעים בגזרת המחיר. לעומתם, כל מותגי האשראי בישראל הם מותגי-העל השנה.

בתחום הפוליטי נותר רק ראש הממשלה, בנימין נתניהו, ברשימת מותגי-העל. שר האוצר, יאיר לפיד, נפלט מהרשימה. לפיד נתפס בעיני הציבור כמותג-על בעת שהיה בעל טור ב"ידיעות אחרונות" ומגיש חדשות בערוץ 2. עם כניסתו לפוליטיקה החל מעמדו להישחק, ומינויו לשר האוצר פגע פגיעה קשה בעוצמת המותג שלו. שאר הפוליטיקאים וראשי המפלגות בישראל רחוקים מאוד ממעמד של מותגי-על. בתחום רשתות המזון הוכתרו שופרסל ורמי לוי כמותגי-על. רמי לוי זכה בתואר פעמיים – גם כרשת הנושאת את שמו וגם בזכות עצמו. מגה ויינות ביתן הוצעו לנשאלים כחלק מהמחקר, אך לא נבחרו למותגי-העל. אופיס דיפו, שעברה לאחרונה טלטלה עסקית ותדמיתית

קמעונות ורשתות שיווק

דיוטי פרי ג'ימס ריצ'רדסון
הום סנטר
המשביר לצרכן
סופר-פארם
קבוצת קניוני עזריאלי
קניון עזריאלי
רמי לוי - שיווק השקמה
שופרסל
שופרסל דיל

משקאות

ויסוקי
טייסטר'ס צ'ויס
מי עדן
נביעות
נספרסו
ספרייט
פריגת
קוקה קולה
קפה טורקי עלית
קפה נחם עלית
שוקו יטבתה
Coke Zero
Nescafe

גים שנעדרו ממנה בשנה-שנתיים האחרונות, בהם דומינו'ס פיצה, שהי שקיעה במוצרים חדשים כמו פיצה מקמה מלא; ומנוע השוואת המחירים זאפ, שלאחר שנה של היערכות

הישראלים, בהם שטראוס, עלית, שוקולד פרה, מקופלת, פסק זמן, מילקי וקפה טורקי עלית. במקום השני במספר מותגי-העל נמצאות שתי חברות: פרוקטר אנד גמבל עם מותגים כמו אוליון, ג'לט, פמפרס והר אנד שולדרס; והחברה המרכזית למשקאות קלים – שלי מרות הירידה במכירותיה, הצליחה להכניס לדירוג מותגים כמו קוקה קולה, קולה זירו, נביעות וספרייט. מותג התה הקר פיוז טי של החברה המרכזית, שמצליח בנקודות המכירה, לא נהפך למותג-על, אך הצליח להרחיב מהיריב את המתחם נסטי, שמשווק בימים אלה על ידי אסם.

לקבוצת תנובה, קבוצת המזון הגדולה בישראל מבחינת מכירות, יש רק ארבעה מותגים ברשימה, לעומת שישה בשנה שעברה – תנובה, קוטג' תנובה, יופלה ופוקס. השנה נכנסו לדירוג גם רשתות האופנה הישראליות קסטרו ופוקס, לצד מותגים בינלאומיים כמו זארה, גאפ ו-H&M. כמו כן, נכנס לרשימה הרמטכ"ל, בני גנץ – ייתכן שבזכות כמיהתו של הצרכן הישראלי לדמות "נקייה" שמפגינה יושרה. קבוצת הכדורגל של מכבי תל אביב הצטרפה לקבוצת הכדורסל מכבי אלקטרה תל אביב, בשל זכייתה באליפות שנייה ברציפות. שני מועדוני הספורט האלה הם מועדוני הספורט היחידים בישראל שקיים קונצנזוס לגבי היותם מותגי-על. השנה חזרו לרשימה כמה מותג-

עדי דברת-מזויץ

הישראלים כבר לא חייבים שיאיר לפיד הוא מותגי-העל, לא מעריכים את חברות הסלולר הוותיקות והחדשות, וסבורים שלשטראוס יש את מספר המותגים החזקים הגדול ביותר – כך עולה ממחקר הצרכנים השנתי שעורך ארי גון Superbrands הבינלאומי בישראל, באמצעות מכון המחקר MarketWatch.

Superbrands בוחן זו השנה השישית ברציפות את תפישות הצרכנים הישראלים לגבי המותגים הפועלים במדינה ואת עוצמת הקשר שלהם אל המותגים. מותג שעוצמת הקשר אתו היא גבוהה מהרף שנקבע על ידי הארגון מוכרו כמותג-על (ראו מסגרת).

לפי המחקר, ב-2014 יש בישראל 307 מותגי-על (Superbrands). קבוצת שטראוס מחזיקה במספר מותגי-העל הגבוה ביותר, בדומה לאשתקד: 15 מותגים של החברה סומנו כמותגי-על על ידי הצרכנים



כך הורכבה רשימת המותגים

רשימת Superbrands נקבעת באופן אוניברסלי בכל אחת מ-70 המדינות שבהן פועל הארגון, בהן ישראל. גם השנה, בשלב הראשון הרכיבו אנשי Superbrands בישראל את רשימת המותגים הפועלים במדינה, בקטגוריות של מוצרי צריכה ושירותים, מקומיים ובינלאומיים, מגזר ציבורי, ואנשים כמו פוליטיקאים, אנשי תקשורת, אנשי עסקים ואמנים. בסך הכל, כללה הרשימה כ-2,300 מותגים. בשלב השני, צוות שופטים בראשות פרופ' יעקב הורניק מהמרכז האקדמי פרס, שמורכב מ-100 מנכ"לים וסמנכ"לי שיווק מובילים, ניפה ודירג את הרשימה המלאה. רק המותגים שקיבלו ציונים גבוהים מהשופטים עלו לשלב מחקר הצרכנים.

בשלב השלישי נערך מחקר הצרכנים על ידי מכון המחקר MarketWatch בבעלות אבינעם ברוג, שבמסגרתו דירג מדגם ארצי ומייצג (800 צרכנים) את המותגים שעלו לגמר, לאחר שאלה חולקו ל-26 קטגוריות. בפני החוקרים הוצגו הלוגואים של המותגים שעלו לגמר, והם התבקשו לסמן מי מהם עונה על ההגדרה של מותג-על: "מותגים שיצרו לעצמם את המוניטין הטובים ביותר בישראל, ושמציעים לצרכנים יתרונות על פני מותגים אחרים". כל צרכן התבקש לסמן מי מהמותגים בקטגוריה עונה לדעתו על ההגדרה, והיה רשאי לסמן יותר ממותג אחד. לאחר שקלול דירוגי הצרכנים, נמדד כל אחד מהמותגים אל מול רף ה-Superbrands. כל מותג שעבר את הרף הוכרו כמותג-על בישראל.