

18.2x15.43	3	עמוד 8	ביזנס	04/07/2012	32738600-9
טופרברנד מוצר השנן - 36423					

יוסי צלניקר

זירת פרסום



נבחרו מותגי העל

88 מותגים שינו בשנה החולפת את מעמדם בישראל: 53 נוספו אליה ו-35 נפלטו ממנה ■ נדחקו מהרשימה: 'שופרסל' 'דיסקונט', 'ג'נרל אלקטריק' ו'פז' ■ המדד היוקרתי מבוסס על חוות דעת ציבור הצרכנים הישראלי

ארגון Superbrands פועל בישראל מאז שנת 2009. הארגון מכתיר בכל שנה את מותגי העל של ישראל, לאחר תהליך ממושך שכולל שיפוט על ידי צוות שופטים מקצועי, ומחקר צרכנים שעורך מכון המחקר MarketWatch. כמו בכל העולם, מטרת הארגון להעלות את רמת השיווק במדינה בה הם פועלים וזאת ע"י מתן הוקרה למותגים ולמנהלים שהפגינו הצטיינות שיווקית.

אל הרשימה השנה התווספו 18 מותגים חדשים בלבד לעומת 65 בשנה שעברה. ברשימה נכללו מותגים שעוצמת הקשר שלהם נמצאה גבוהה מן הרף שנקבע בסקר. רי דעת קהל הוכרו כמותג על - סופרברנד. למרות הרחבת הרשימה, גם על מותגי העל ניתן לראות את השפעת המחאה החברתית שפרצה בקיץ שעבר ופגעה באמון שרוחשים הצרכנים בארץ למותגים. כך למשל מסתמנת שחיקה בעוצמת המותגים והקטן גוריות שעמדו בחזית המאבק: מוצרי החלב, החטיפים, מוצרי המזון, מותגי הבנקאות, השירותים הפיננסיים והנדל"ן.

מרשימת המותגים הנוכחית נדחקו מראשיתם בולטים כמו 'שופרסל' 'דיסקונט', 'ג'נרל אלקטריק' ו'פז'. מהמחקר ל-2012 עולה כי עוצמת הקשר בין הצרכנים הישראליים לבין המותגים בקטגוריית מוצרי חלב נחלשה בשיעור של 13.6% לעומת השנה הקודמת. הקשר בין הצרכנים למותגי קטגוריית החטיפים נחלש ב-12%, הקשר למותגים בקטגוריית מוצרי המזון נפגע בכ-10% ולמותגי הנדל"ן ב-8%.

מן העבר השני, מתוצאות המחקר עולה כי צרכנים רוחשים אמון רב יותר השנה למותגים של מוסדות ציבור ועמותות, שהקשר בין האזרחים אליהם התחזק בשנה החולפת ב-3.6% בממוצע. "אם בעבר אנשים האמינו פחות במוסדות שלטון ויותר במותגים, השנה אנחנו רואים היפוך מגמה", אומר ערן יסעור, ממארגני סופרברנדס בישראל והעורך הראשי של המהדורה הישראלית של ספר הסופרברנדס. לדבריו, "נראה כאילו בעקבות המחאה והתקשורת השלילית לגבי מותגים וגופים מסחריים, הצרכנים מוצאים מפלט בעמותות ובארגון

נים שפועלים למען האזרחים" בין הקבוצות שמחזיקות יותר ממותג אחד ברשימה, בולטת קבוצת 'שטראוס' המחזיקה במספר מותגי העל הגבוה ביותר: 14 במספר, ביניהם שטראוס, עלית, פסק זמן, שוקולד פרה, דנונה, יטבתה, שוקו יטבתה, מילקי, יד מרדכי, חומוס אחלה, תמי 4, קפה טורקי עלית, קפה נמס עלית. את המקום השני חולקות שלוש חברות - החברה המרכזית למשקאות (קוקה קולה יש-ראל), פרוקטר אנד גמבל ואסם-נסטלה, עם שמונה מותגים כל אחת.

רשימת הסופרברנדס מורכבת לאחר מיהוי המותגים הפעילים בישראל כאשר בשלב השני, צוות המרכז מ-80 מנכ"לים וסמנכ"לי שיווק, בראשות פרופ' יעקב הורן ניק מאוניברסיטת תל אביב, ניפה ודירג את רשימת המותגים המלאה. המותגים שזכו בציונים הגבוהים ביותר עלו לשלב מחקר הצרכנים. בשלב השלישי נערך מחקר הצרכנים על ידי מכון המחקר MarketWatch במסגרתו דירגו 800 צרכנים ישראלים את 706 המותגים שחולקו ל-23 קטגוריות.