



A 360insights piackutatása nem veszi figyelembe az egyes márkák ismertségét, piaci részesedését vagy az általuk termelt profitot, ezzel szemben **a vásárlókkal kialakított kapcsolatra** helyezi a hangsúlyt.

Az emotional branding névre keresztelt eljárás lényege, hogy a megkérdezettek a márkával való kapcsolatukat, illetve az ezekhez kötődő érzelmeik erősségét pontozzák 1-től 100-ig.



A módszer segítségével leképezhető, hogy egy adott márka mennyire népszerű a vásárlók körében, illetve **mennyire kötődnek hozzá**. Az átlomhatár a száz pont, ám ezt egyetlen terméknek sem sikerült elérnie.

A 360insights felmérésében **440 márka szerepelt 17 kategóriában**, de ezeket nem bontották le alkategóriákra, így például a telekommunikációs márkák között egy kalap alá kerültek a mobil- és vezetékes telefon-, az internet- és a televízió-szolgáltatók.



Amit megeszünk

Országos átlagban elmondhatjuk, hogy szeretjük a tejtermékeket, hiszen az élelmiszer kategóriát a **Danone** vezeti 34 ponttal, őket az egyik saját márkájuk követi, az **Activia**, ami 22 pontos átlagot ért el, és a bronzérmes, a

Hochland

is ugyanabban az iparágban tevékenykedik – a sajtmárka 20 pontos átlagot ért el. A

Bunica

(17) a negyedik helyen a

Cris-Tim

-mel osztózik (17), utánuk a

Milli

(16), a

Dr. Oetker

(16), a

Knorr

(16), a

Maggi

(15) és a

Campofrio

(14) sorakoztak fel.

Az édességeknél a **Milka**, az **Orbit** és a **Poiana** vezetik a listát, míg a kávéknál toronymagasan a **Jacobs** viszi a pálmát 49 pontos átlaggal, majd következik a

Nescafé

20 ponttal és a

Doncafé

18-cal.

Nem meglepő, hogy az üdítőitaloknál tarolt a **Coca-Cola** és a **Pepsi**, őket a **Prigat** és a **Neste** köve

ti. A söröknél, legnagyobb bánatunkra, egy „székely terméket” sem láthatunk: az első hely a

Timișoreana

t illeti meg, majd sorban jön a

Heineken

, a

Tuborg

, a

Bergenbier

és a

Golden Brau

. Az egyéb szeszes italok között a

Cotnari

-é az első hely, aztán a

Jim Beam

, a

Jack Daniels

és a

Murfatlar

következik. Az ötödik helyen tanyázó

Angelli

az egyetlen ezek közül, amelyik a megkérdezett nők körében is közkedveltnek számít.

A gyorséttermek között talán nem is volt kérdéses a **McDonalds** 63 pontos győzelme, bár a **KF C**

sem maradt le sokkal a maga 43 pontjával. A leginkább a 24 évnél fiatalabbak körében népszerű kategória harmadik helyét a

Pizza Hut

foglalja el.



Pénzköltés és kommunikáció

Felmérték a bevásárlóközpontok népszerűségét is, ahol a **Carrefour** vezet, majd következik a Székelyudvarhelyen is megtalálható

Kaufland

, utána pedig a

Real

, az

Auchan

és a

Lidl

.

A szépítkezési termékek listájának első helyét a **Nivea** foglalja el, őt követi a **Gillette** és a **Dove**. Az üzletben nem értékesített

Avon

márkának a hatodik helyet sikerült megcsípnie a népszerűségi versenyben.

A telekommunikációs szolgáltatást nyújtó cégek között töretlen az **Orange** népszerűsége (50 pont), majd következik a

Vodafone

34, a

Cosmote

és az

RCS-RDS

32-32 ponttal, míg a sereghajtók a

Romtelecom

(17) és a meglepően gyengén teljesítő, csupán hét pontot begyűjtő

UPC

.

Az elektronikai cikkek között még mindig tartja vezető szerepét a **Nokia**, bár az innovációinak és az Android rendszer robbanásszerű elterjedésének köszönhetően nagyban nyomul a második helyen tanyázó

Samsung

is. A fiatalok körében kimondottan népszerű az

Apple

, ám ez most csak a harmadik helyre volt elég.

Persze nem csak telefonokat vásárolnak Romániában így az egyéb háztartási gépeket gyártó cégeknek is jutott hely: a **Philips**, az **Arctic** és a **Whirlpool** következnek sorban a listán.



Vezess és keress

Az autómárkák rangsorát böngészve szembetűnő az eladási adatok és a márkához való vonzalom közti különbség, hiszen a **Dacia** eléggé hátracsúszott a listán. Itt a **Volkswagen** kerü

lt az élre 39 ponttal, majd következik a

BMW

32-vel, az

Audi

25-el és a

Mercedes-Benz

23-al. A román autógyár márkája az ötödik helyet foglalja el, 21 ponttal, így az

Opellel

osztozik, aztán a

Ford

(20), a

Renault

(13), a

Toyota

(11) és a

Peugeot

(10) következnek.

Pénzügyek tekintetében két régi név, a **BCR** és a **BRD**, vagyis a Román Kereskedelmi Bank és a Román Fejlesztési Bank vezetik a mezőnyt. Az

ING

és a

Raiffeisen Bank

sem vallottak szégyent, a megkérdezettek szerint ezt a két intézményt az innovatív szellemük miatt kedvelik.

Az online termékek között nagyon kihegyezett verseny folyik, de a **Google** uralma rányomja a bélyegét a listára. A keresőóriás 70 ponttal vezet, majd némileg leszakadva követi őt a

Yahoo

(54 pont), ami nálunk email és azonnali üzenetküldő szolgáltatása, a Yahoo Messenger miatt igazán népszerű. A harmadik helyre szorult minden macskás videó otthona, a

YouTube

(51 pont), míg a

Facebook

47 pontja csak a negyedik pozícióra volt elég. Hatalmas szakadék után 20 ponttal még éppen hogy felfért a listára az egyetlen román online márka, az

eJobs

.