

Superbrands lançam edição de 2010 e apresentam Brand Equity Research

22-Jun-2010



São estas as 30 Superbrands de 2010: Bimby, Carris, Cartuxa, Caixa Geral de Depósitos, Continente, CTT, Delta, Diário de Notícias, EDP, Expresso, Jornal de Notícias, La Redoute, Limiano, M&M's, Medis, Millennium bcp, Modelo, Montepio, Nescafé, Nokia, Optimus, Oriflame, Remax.

A Superbrands, entidade independente que tem como objectivo promover o reconhecimento de marcas de excelência em mais de 88 países, apresentou hoje as marcas eleitas em 2010, em Portugal. Este ano, Pela primeira vez, a entidade elaborou também um estudo exclusivo para as marcas aderentes, um Brand Equity Research, desenvolvido pela My Brand.

“Superbrands são marcas que oferecem significativas vantagens físicas e/ou emocionais, face às marcas concorrentes, as quais de uma forma consciente e/ou inconsciente os consumidores desejam, reconhecem e repetidamente procuram”, explica Rodrigo Correia, Senior Partner da Superbrands. “Uma Superbrand é sobretudo uma marca forte, com uma imagem positiva, altamente diferenciadora, capaz de gerar atitudes e comportamentos favoráveis, de estabelecer relações sólidas com os seus públicos, o que lhe confere uma vantagem competitiva forte e sustentável”, acrescenta.

Em 2010, o apuramento das Marcas em Portugal foi feito em duas fases distintas. Numa primeira fase, o Conselho Superbrands, constituído por personalidades altamente respeitadas no meio, seleccionou 1.200 marcas.

Numa segunda fase foi feito um inquérito online em que o público consumidor foi convidado a classificar espontaneamente três marcas por cada um dos seguintes atributos: Marcas únicas, em que mais confia, com as quais se identifica, satisfazem as suas necessidades, são mais conhecidas.

Numa ponderação efectuada pela Mybrand Intelligence Unit, entre as marcas votadas pelo Conselho e as 45 mil marcas votadas pelo consumidor obteve-se a lista das Marcas elegíveis para aderir ao projecto Superbrands. As marcas apuradas são convidadas a participar no programa Superbrands e 30 delas estão presentes no Livro Superbrands Portugal 2010.

Este ano e pela primeira vez, foi elaborado um estudo exclusivo para as marcas aderentes, um Brand Equity Research, desenvolvido pela My Brand, que inclui: comparação das “Dimensões de Excelência” entre a Marca, Marca concorrente e uma outra marca líder (Dimensões: Marcas únicas, em que mais confia, com as quais se identifica, satisfazem as suas necessidades, são mais conhecidas); um Estudo de Arquétipos (Archetypal Branding); análise dos traços de personalidade da marca percebidos pelo consumidor; a reputação e a qualidade da Marca.



YOUR PARTNER IN GRAPHICAL COMMUNICATIONS