

Reputacja firm w Polsce

Listopad 2015



Informacje o badaniu

Badanie
przeprowadzone
w Lipcu 2015

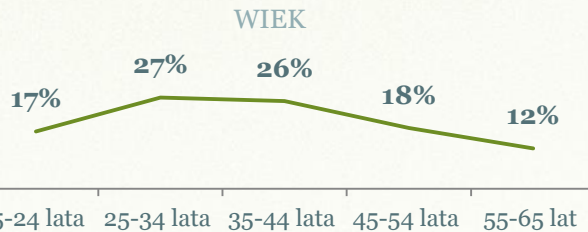
Zrealizowane
techniką CAWI
(ankieta internetowa wypełniana
samodzielnie przez respondentów)

Na próbie N=1517 dorosłych
użytkowników Internetu
w wieku 15-65 lat

STRUKTURA PRÓBY:

PŁEĆ





kobiety **51%**   mężczyźni **49%**



REGION 

centralny	21%
południowo-zachodni	10%
południowy	21%
północny	15%
północno-zachodni	16%
wschodni	18%

MIEJSCE ZAMIESZKANIA

37% 	32% 
Wieś	Miasto do 100.000
18% 	12% 
Miasto od 100.000 do 500.000	Miasto ponad 500.000

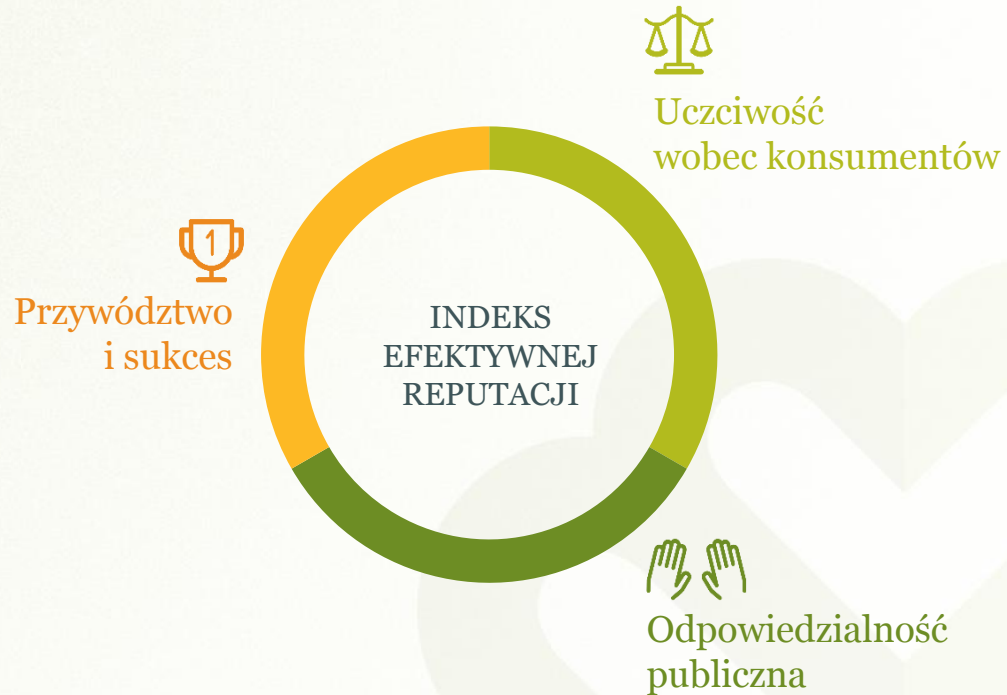
Lista firm objętych badaniem

Unilever	Hortex	Bank Zachodni WBK	P4
Procter and Gamble	Carlsberg	ING	Orange
Henkel	Kompania Piwowarska	mBank	Polkomtel
Reckitt Benckiser	Grupa Żywiec	PZU	UPC
Nestle	Philip Morris	Ergo Hestia	nc+
Heinz	British American Tobacco (BAT)	Orlen	Samsung
Danone	Japan Tobacco International (JTI)	Lotos	Apple
Ferrero	Imperial Tobacco	PGNiG	Microsoft
Mondelez	GlaxoSmithKline (GSK)	PGE	Facebook
Wedel	Sanofi	BP	Google
Mars	Aflofarm	Shell	Toyota
Coca-Cola	USP Zdrowie	Biedronka	Volkswagen
Pepsico	Polpharma	Lidl	Fiat
Maspex	PKO Bank Polski	Tesco	General Motors
Żywiec Zdroj	Bank PeKaO	T-Mobile	

Indeks Efektywnej Reputacji Firm

Indeks Efektywnej Reputacji jest międzynarodowym standardem, w Polsce dokonano rekonstrukcji wskaźnika i normalizacji wag do specyfiki rynku lokalnego

Konstrukcja Indeksu Efektywnej Reputacji obejmuje 14 starannie dobranych stwierdzeń wizerunkowych, na których oceniane były badane firmy. Stwierdzenia te grupowane są w 3 czynniki, kluczowe dla reputacji firmy



Składowe Indeksu Efektywnej Reputacji



Przywództwo i sukces

- Byłaby dobrym miejscem pracy
- Wydaje się, że odnosi sukcesy
- Jest dobrze zarządzana
- Jest innowacyjna
- Wyróżnia się na tle innych firm
- Jest wzorem dla innych firm



Uczciwość wobec konsumentów

- Daje uczciwe ceny na swoje produkty lub usługi
- Reklamuje swoje produkty lub usługi w uczciwy sposób
- Ufam tej firmie
- Dbą o swoich klientów
- Dostarcza dobre produkty lub usługi



Odpowiedzialność publiczna

- Angażuje się w działania pro-społeczne
- Dbą o środowisko naturalne
- Wspiera słuszne idee

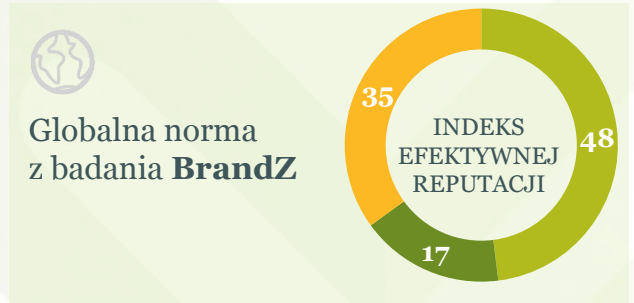
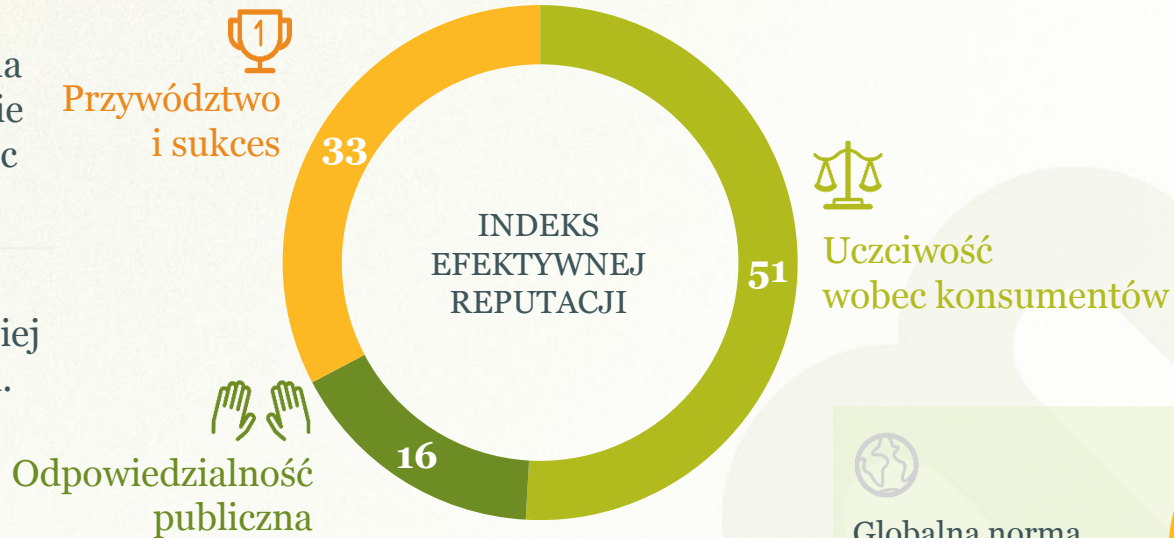
Ranking Reputacji firm

Wyniki badania

Co buduje reputację firm w Polsce?

Reputacja firm jest najmocniej budowana przez ich postrzeganie jako uczciwych wobec konsumenta.

Odpowiedzialność publiczna jest najmniej istotnym czynnikiem.



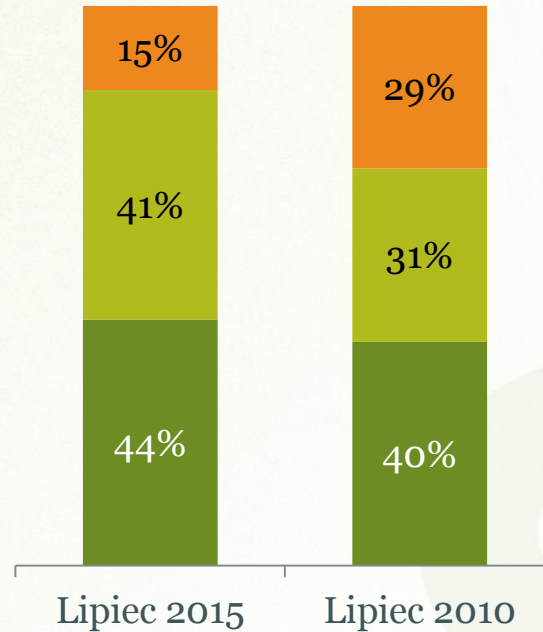
Deklarowana ważność

etycznego zachowania firm dla konsumentów

Nie ma dla mnie znaczenia, czy firmy działają w sposób odpowiedzialny, czy też nie, bardziej interesują mnie cena i jakość ich produktów

Uważam, że firmy powinny działać w sposób odpowiedzialny, ale raczej nie zwracam na to uwagi robiąc zakupy

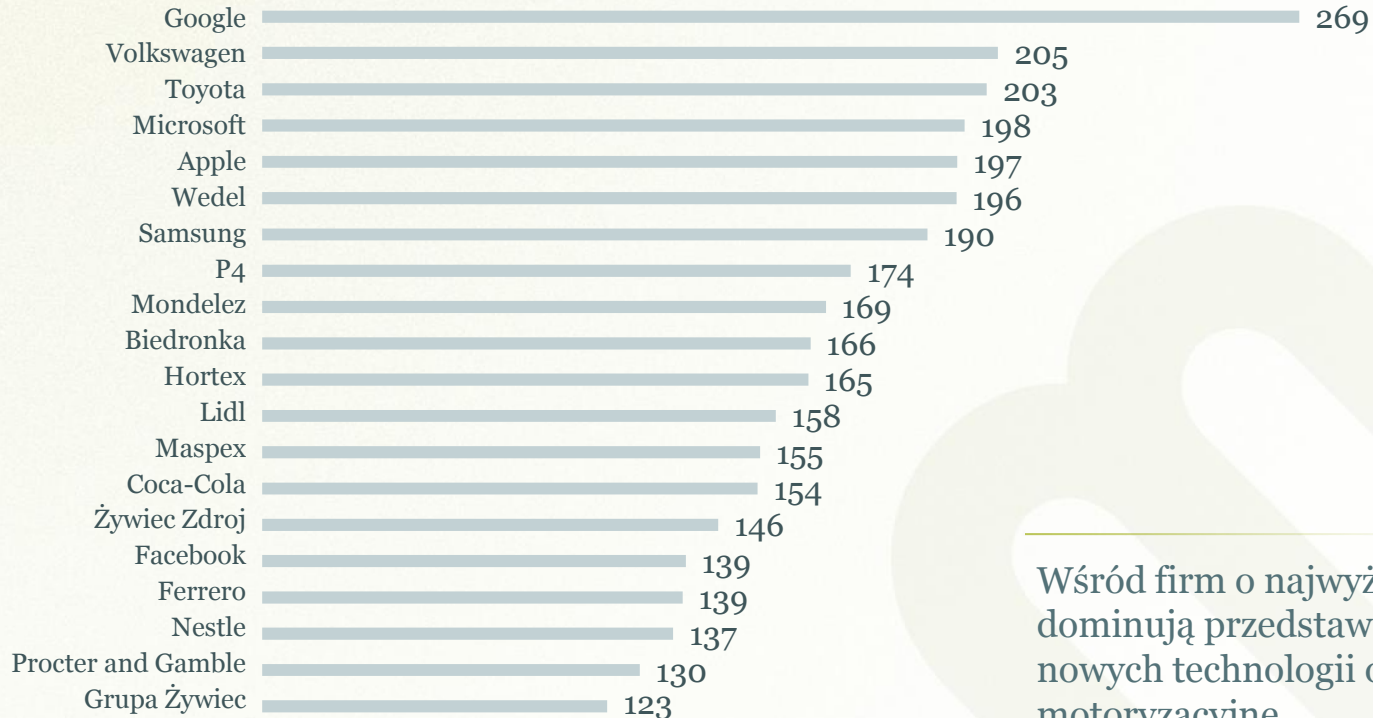
Uważam, że firmy powinny działać w sposób odpowiedzialny i nie kupuję produktów firm, które tak nie postępują



W porównaniu z 2010 rokiem wyraźnie zmniejszył się udział osób, deklarujących brak zainteresowania etycznym działaniem firm.

Ranking Efektywnej Reputacji

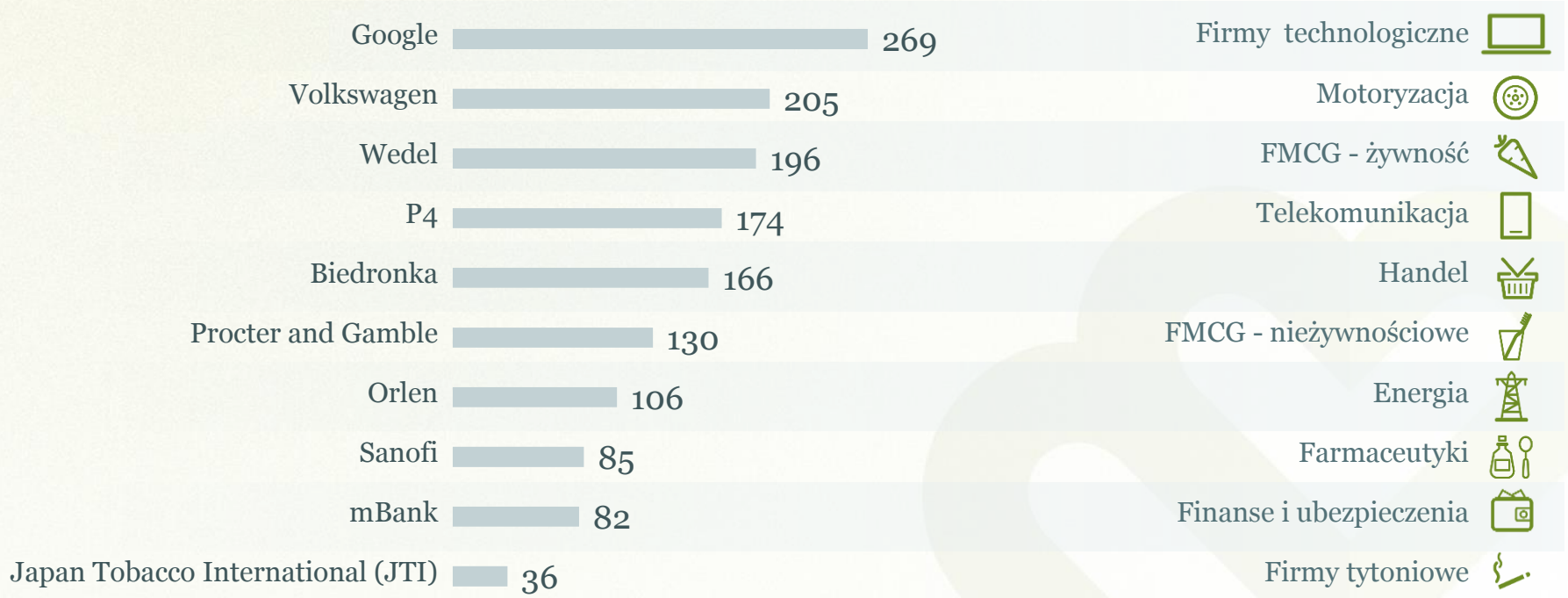
20 najwyżej ocenianych firm



Wśród firm o najwyższej reputacji dominują przedstawiciele sektora nowych technologii oraz firmy motoryzacyjne.

Ranking Efektywnej Reputacji

Liderzy w kategoriach



Ranking Efektywnej Reputacji (Pełen ranking)

No. FIRMA

- 1 Google
- 2 Volkswagen
- 3 Toyota
- 4 Microsoft
- 5 Apple
- 6 Wedel
- 7 Samsung
- 8 P4
- 9 Mondelez
- 10 Biedronka
- 11 Hortex
- 12 Lidl
- 13 Maspex
- 14 Coca-Cola
- 15 Żywiec Zdroj
- 16 Facebook
- 17 Ferrero
- 18 Nestle
- 19 Procter and Gamble
- 20 Grupa Żywiec

No. FIRMA

- 21 Pepsico
- 22 Danone
- 23 General Motors
- 24 Kompania Piwowarska
- 25 Unilever
- 26 Orlen
- 27 Henkel
- 28 Heinz
- 29 Carlsberg
- 30 Mars
- 31 Sanofi
- 32 **mBank**
- 33 Orange
- 34 GlaxoSmithKline (GSK)
- 35 Reckitt Benckiser
- 36 USP Zdrowie
- 37 PGE
- 38 **PKO Bank Polski**
- 39 Tesco
- 40 BP

No. FIRMA

- 41 Lotos
- 42 Shell
- 43 **ING**
- 44 Polpharma
- 45 UPC
- 46 Polkomtel
- 47 Fiat
- 48 **PZU**
- 49 T-Mobile
- 50 PGNiG
- 51 Aflofarm
- 52 nc+
- 53 Japan Tobacco International (JTI)
- 54 Philip Morris
- 55 Imperial Tobacco
- 56 **Bank Zachodni WBK**
- 57 British American Tobacco (BAT)
- 58 **Bank PeKaO**
- 59 **Ergo Hestia**

Uczciwość wobec konsumentów (Pełen ranking)

No. FIRMA

- 1 Biedronka
- 2 Lidl
- 3 Wedel
- 4 Hortex
- 5 Mondelez
- 6 Ferrero
- 7 Maspex
- 8 P4
- 9 Nestle
- 10 Heinz
- 11 Volkswagen
- 12 Zywiec Zdroj
- 13 Mars
- 14 Danone
- 15 Tesco
- 16 Grupa Zywiec
- 17 Toyota
- 18 Kompania Piwowarska
- 19 Pepsico
- 20 Sanofi

No. FIRMA

- 21 Henkel
- 22 Unilever
- 23 Carlsberg
- 24 Samsung
- 25 Google
- 26 **mBank**
- 27 Reckitt Benckiser
- 28 USP Zdrowie
- 29 BP
- 30 Procter and Gamble
- 31 Coca-Cola
- 32 General Motors
- 33 Polpharma
- 34 Orlen
- 35 GlaxoSmithKline (GSK)
- 36 Orange
- 37 Shell
- 38 Lotos
- 39 UPC
- 40 Polkomtel

No. FIRMA

- 41 **PKO Bank Polski**
- 42 Aflofarm
- 43 Fiat
- 44 Japan Tobacco International (JTI)
- 45 nc+
- 46 **ING**
- 47 Philip Morris
- 48 T-Mobile
- 49 **PZU**
- 50 Imperial Tobacco
- 51 PGE
- 52 Microsoft
- 53 British American Tobacco (BAT)
- 54 Apple
- 55 **Ergo Hestia**
- 56 **Bank Zachodni WBK**
- 57 **Bank PeKaO**
- 58 PGNiG
- 59 Facebook

Przywództwo i sukces (Pełen ranking)

No. FIRMA

- 1 Apple
- 2 Google
- 3 Microsoft
- 4 Samsung
- 5 Facebook
- 6 Toyota
- 7 Volkswagen
- 8 Coca-Cola
- 9 General Motors
- 10 P4
- 11 Pepsico
- 12 Orlen
- 13 Wedel
- 14 GlaxoSmithKline (GSK)
- 15 Procter and Gamble
- 16 Ferrero
- 17 Mondelez
- 18 Unilever
- 19 PGNiG
- 20 Henkel

No. FIRMA

- 21 Nestle
- 22 Philip Morris
- 23 Carlsberg
- 24 PGE
- 25 Kompania Piwowarska
- 26 **ING**
- 27 Reckitt Benckiser
- 28 Grupa Zywiec
- 29 Fiat
- 30 Orange
- 31 Shell
- 32 **mBank**
- 33 Maspex
- 34 UPC
- 35 **PKO Bank Polski**
- 36 Japan Tobacco International (JTI)
- 37 nc+
- 38 Imperial Tobacco
- 39 USP Zdrowie
- 40 Lotos

No. FIRMA

- 41 Heinz
- 42 BP
- 43 British American Tobacco (BAT)
- 44 Hortex
- 45 Sanofi
- 46 T-Mobile
- 47 Danone
- 48 Aflofarm
- 49 **Bank Zachodni WBK**
- 50 Polpharma
- 51 Mars
- 52 Polkomtel
- 53 **PZU**
- 54 Zywiec Zdroj
- 55 Biedronka
- 56 **Bank PeKaO**
- 57 Lidl
- 58 **Ergo Hestia**
- 59 Tesco

Odpowiedzialność publiczna (Pełen ranking)

No. FIRMA

- 1 Zywiec Zdroj
- 2 PGE
- 3 Procter and Gamble
- 4 Facebook
- 5 **PZU**
- 6 Maspex
- 7 Google
- 8 T-Mobile
- 9 Danone
- 10 **PKO Bank Polski**
- 11 PGNiG
- 12 Orange
- 13 Microsoft
- 14 Grupa Zywiec
- 15 Hortex
- 16 **Bank Zachodni WBK**
- 17 Orlen
- 18 **ING**
- 19 Tesco
- 20 Coca-Cola

No. FIRMA

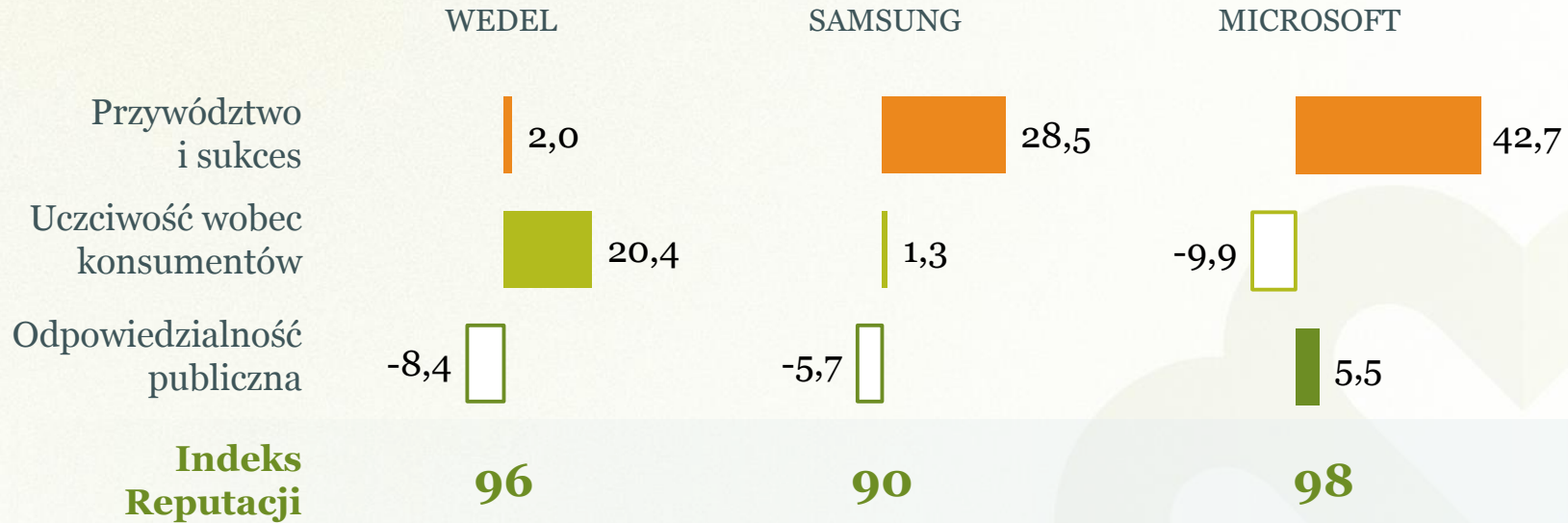
- 21 **Ergo Hestia**
- 22 Polkomtel
- 23 Lidl
- 24 Lotos
- 25 Nestle
- 26 Biedronka
- 27 **Bank PeKaO**
- 28 USP Zdrowie
- 29 Henkel
- 30 **mBank**
- 31 Unilever
- 32 Aflofarm
- 33 Carlsberg
- 34 Sanofi
- 35 Polpharma
- 36 P4
- 37 Kompania Piwowarska
- 38 nc+
- 39 Apple
- 40 Toyota

No. FIRMA

- 41 Fiat
- 42 Samsung
- 43 Pepsico
- 44 UPC
- 45 Shell
- 46 Reckitt Benckiser
- 47 Mondelez
- 48 BP
- 49 GlaxoSmithKline (GSK)
- 50 Mars
- 51 Japan Tobacco International (JTI)
- 52 Wedel
- 53 British American Tobacco (BAT)
- 54 Imperial Tobacco
- 55 Volkswagen
- 56 Heinz
- 57 General Motors
- 58 Philip Morris
- 59 Ferrero

Reputacja firmy

może być budowana w różny sposób



Firmy o podobnym poziomie reputacji mogą opierać ją na różnym schemacie.

Powody rezygnacji z zakupu ze względu na działania firmy



Powody rezygnacji z zakupu, które można powiązać z obszarem społecznej odpowiedzialności firm, mają wyraźnie mniejsze znaczenie, niż te powiązane z jakością, ceną i zaufaniem. Najczęstszą przyczyną odstąpienia od zakupu jest zła obsługa klienta.

Powody dokonania zakupu ze względu na działania firmy



Podobnie wygląda hierarchia powodów zakupu, które motywowane były pozytywną oceną postępowania firmy.

Dziękuję za uwagę

Millward Brown
