

**KANTAR MIILWARDBROWN**

# **Reputacja firm w Polsce**

konferencja nienieodpowiedzialni

Listopad 2017

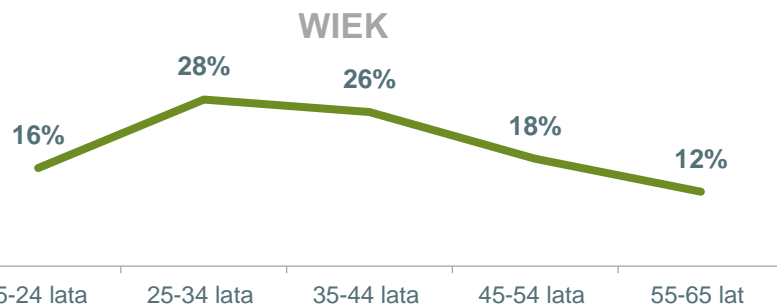
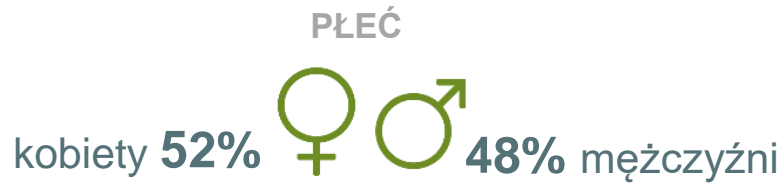
# Informacje o badaniu

Badanie przeprowadzone w Czerwcu 2017

Zrealizowane techniką CAWI  
(ankieta internetowa wypełniana samodzielnie przez respondentów)

Na próbie N=1500 dorosłych użytkowników Internetu w wieku 15-65 lat

## STRUKTURA PRÓBY:



**REGION**



centralny	21%
południowo-zachodni	9%
południowy	21%
północny	15%
północno-zachodni	16%
wschodni	18%

**MIEJSCE ZAMIESZKANIA**

37%		34%	
	Wieś		Miasto do 100.000
17%		12%	
	Miasto od 100.000 do 500.000		Miasto ponad 500.000

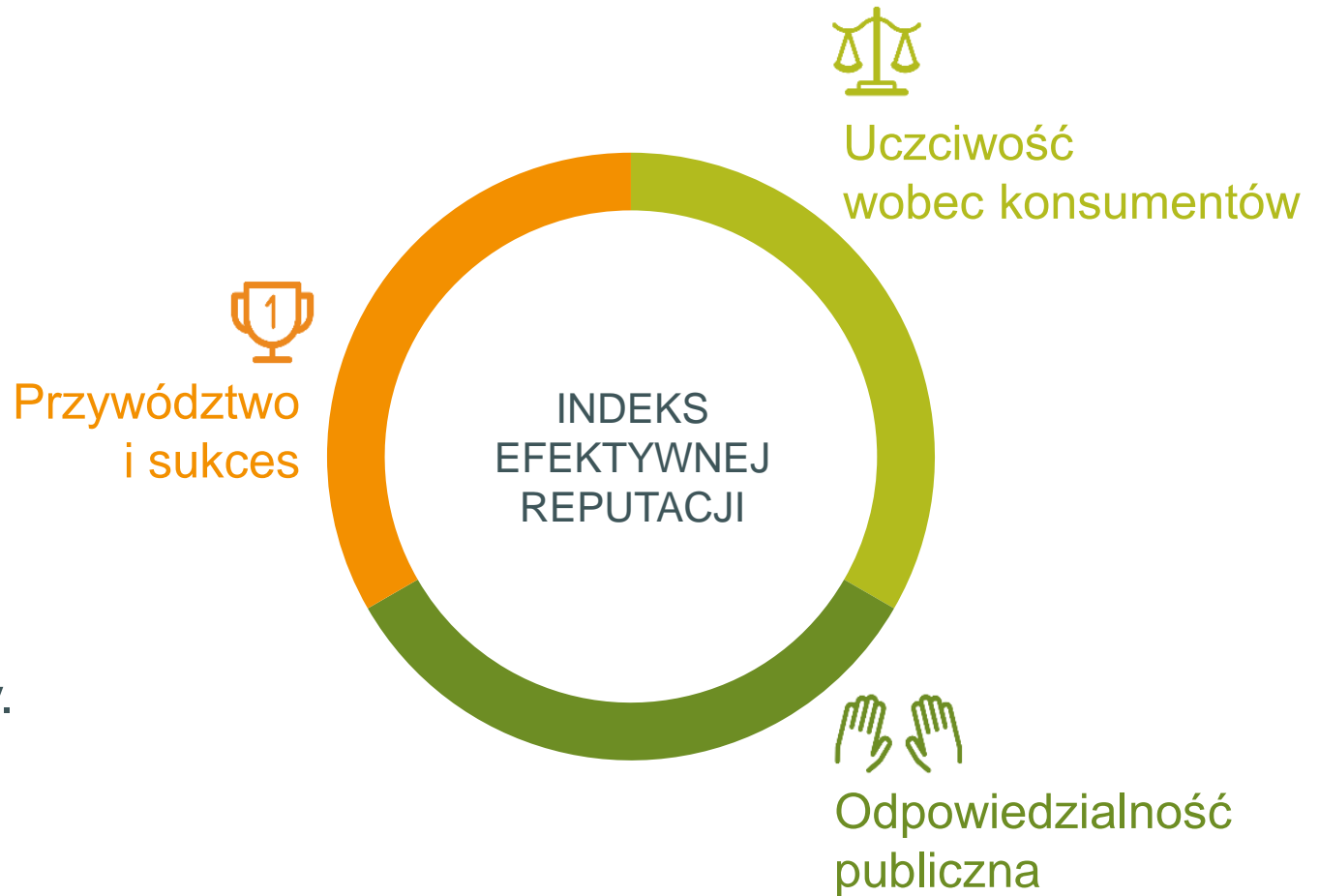
## Lista firm objętych badaniem

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

# 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



**KANTAR MI|WARD BROWN**

**Ranking Reputacji  
firm**

Wyniki badania

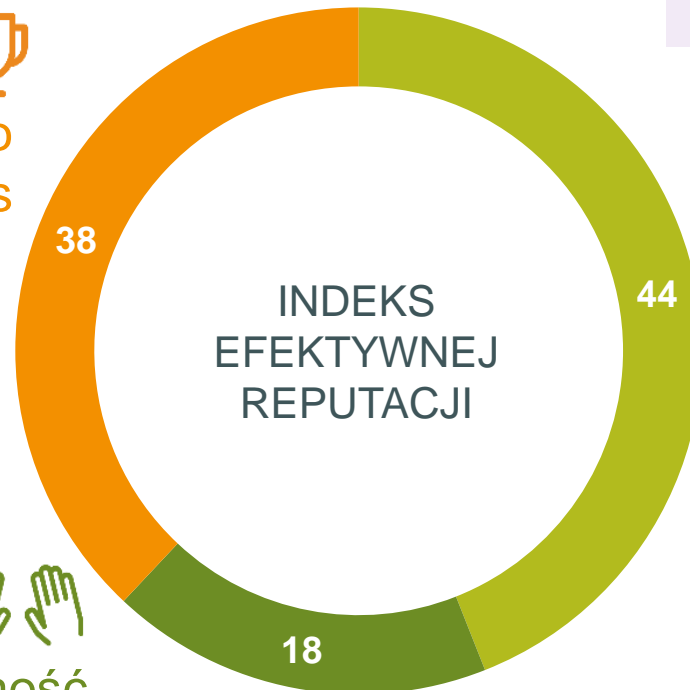
## Co buduje reputację firm w Polsce?

Uczciwość wobec konsumentów pozostaje kluczowym czynnikiem budującym reputację firm.

Rośnie znaczenie postrzegania firm jako odnoszących sukces i wyznaczających trendy w swoich kategoriach.

 1  
Przywództwo i sukces

  
Odpowiedzialność publiczna



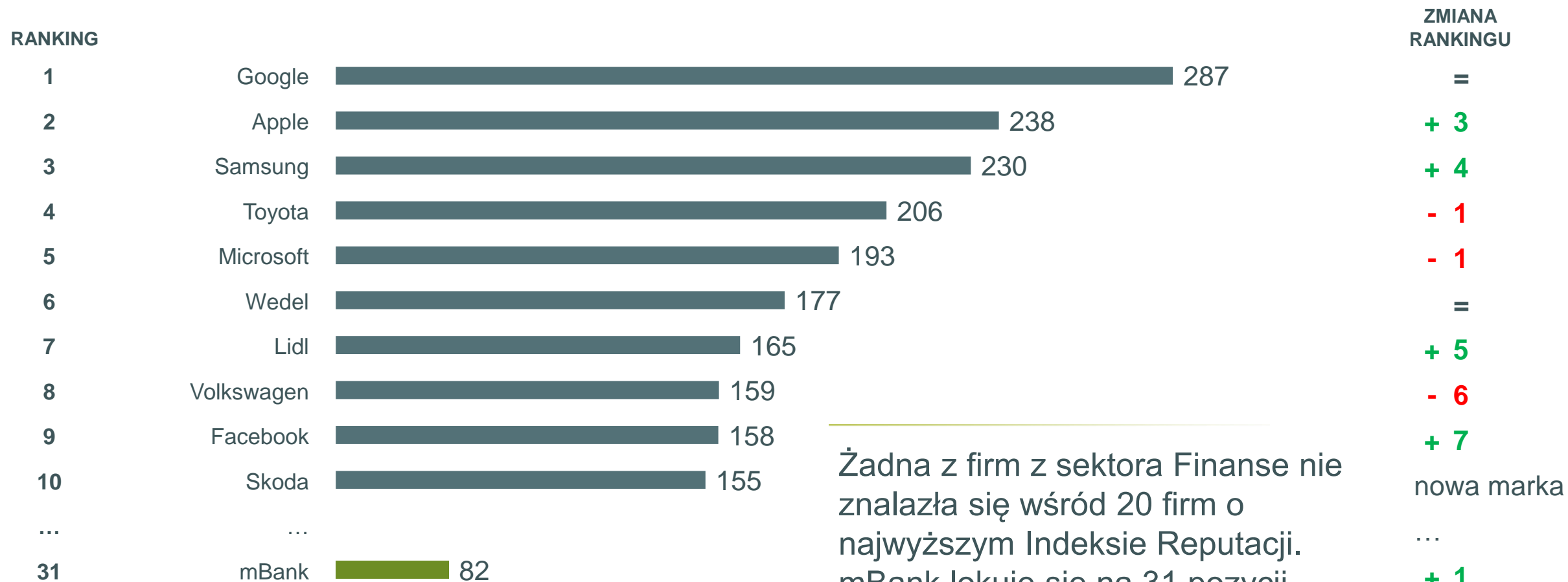
Uczciwość wobec konsumentów

Wynik z badania Czerwiec 2015



# Ranking Efektywnej Reputacji

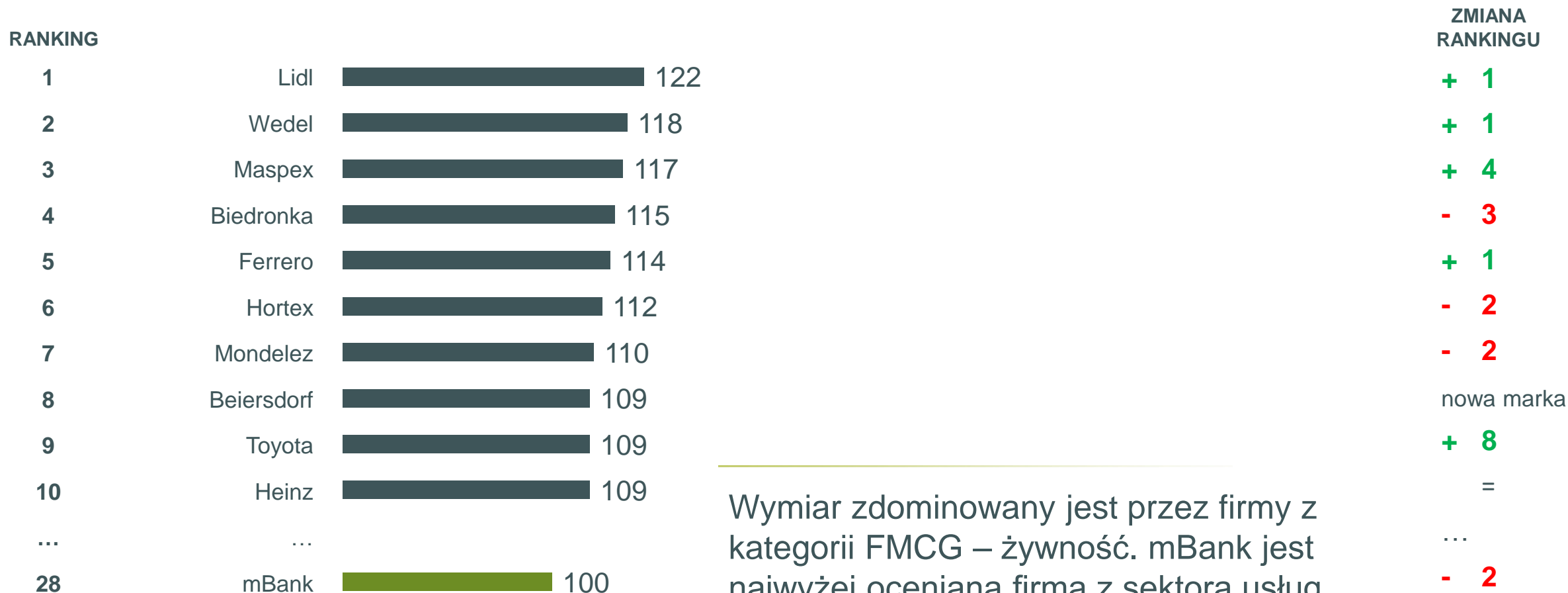
## 10 najwyżej ocenianych firm



Żadna z firm z sektora Finanse nie znalazła się wśród 20 firm o najwyższym Indeksie Reputacji. mBank lokuje się na 31 pozycji rankingu na 62 oceniane firmy.

# Uczciwość wobec konsumentów

## 10 najwyżej ocenianych firm

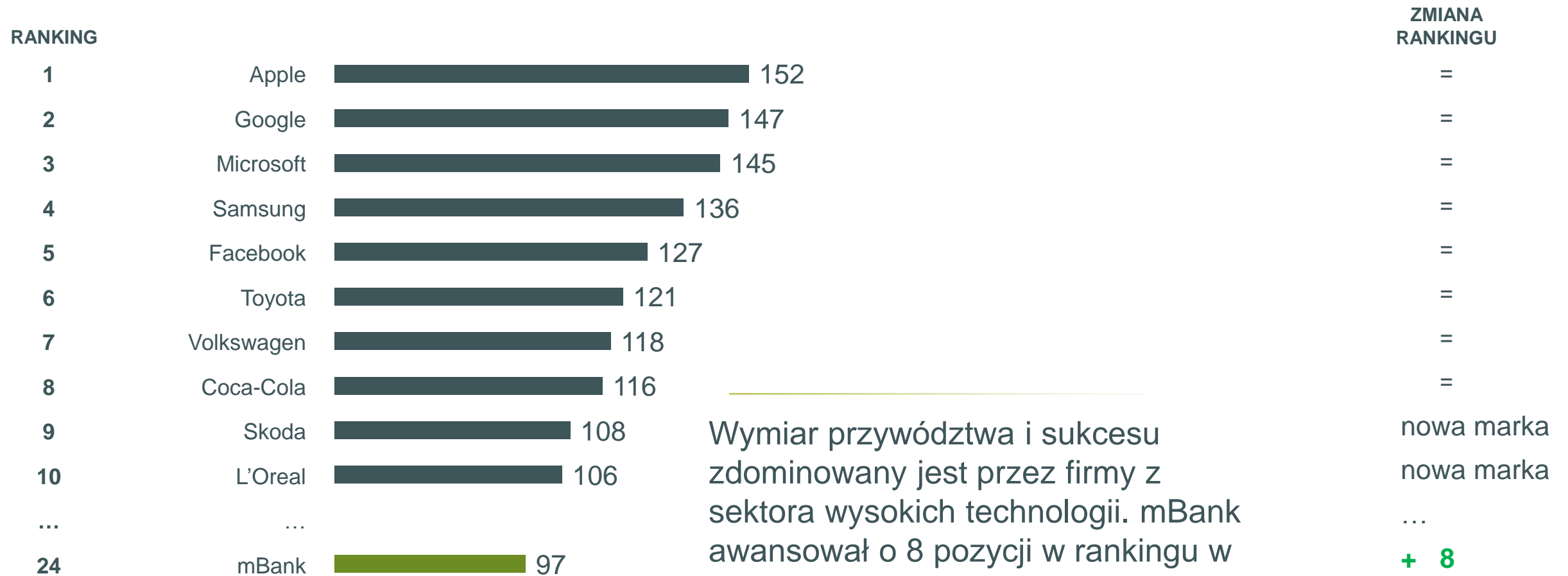


Wymiar zdominowany jest przez firmy z kategorii FMCG – żywność. mBank jest najwyżej ocenianą firmą z sektora usług finansowych.



# Przywództwo i sukces

## 10 najwyżej ocenianych firm



Wymiar przywództwa i sukcesu zdominowany jest przez firmy z sektora wysokich technologii. mBank awansował o 8 pozycji w rankingu w stosunku do lipca 2015 i jest najwyżej notowaną firmą z kategorii Finanse.

# Odpowiedzialność publiczna

## 10 najwyżej ocenianych firm

RANKING			ZMIANA RANKINGU
1	Żywiec Zdrój	139	=
2	Procter and Gamble	116	+ 1
3	Google	111	+ 4
4	Facebook	110	=
5	Orange	109	+ 7
6	Nestle	108	+ 19
7	Danone	108	+ 2
8	PGE	107	- 6
9	Beiersdorf	107	nowa marka
10	PZU	107	- 5
...	...		...
11	PKO BP	106	- 4

Odpowiedzialność publiczna jest jedynym obszarem, w którym firmy z sektora finansowego wypadają stosunkowo dobrze. Jest to również jedyny obszar, w którym mBank przegrywa z bezpośrednią konkurencją.

# KANTAR MILWARDBROWN

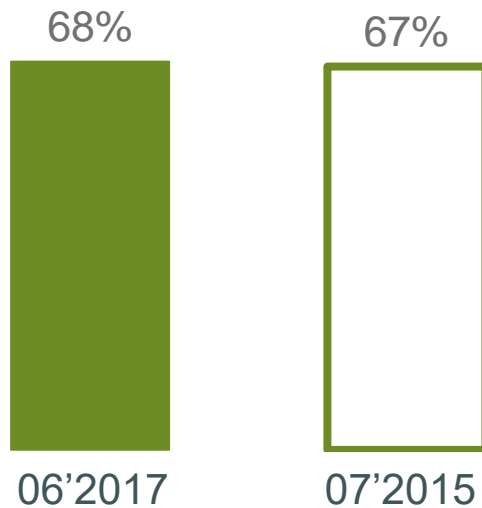
**Co pomaga  
budować reputację**

Wyniki badania

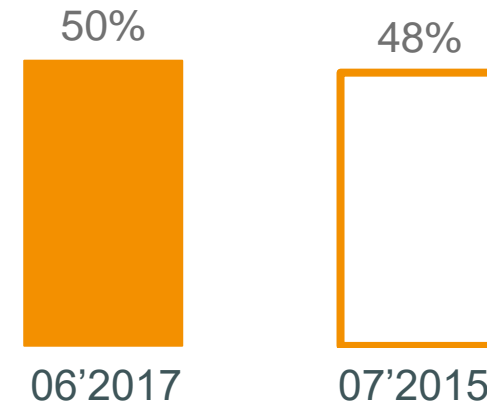
## Szum komunikacyjny wokół firm



Słyszeli ostatnio wiele **dobrego**  
o jakieś firmie

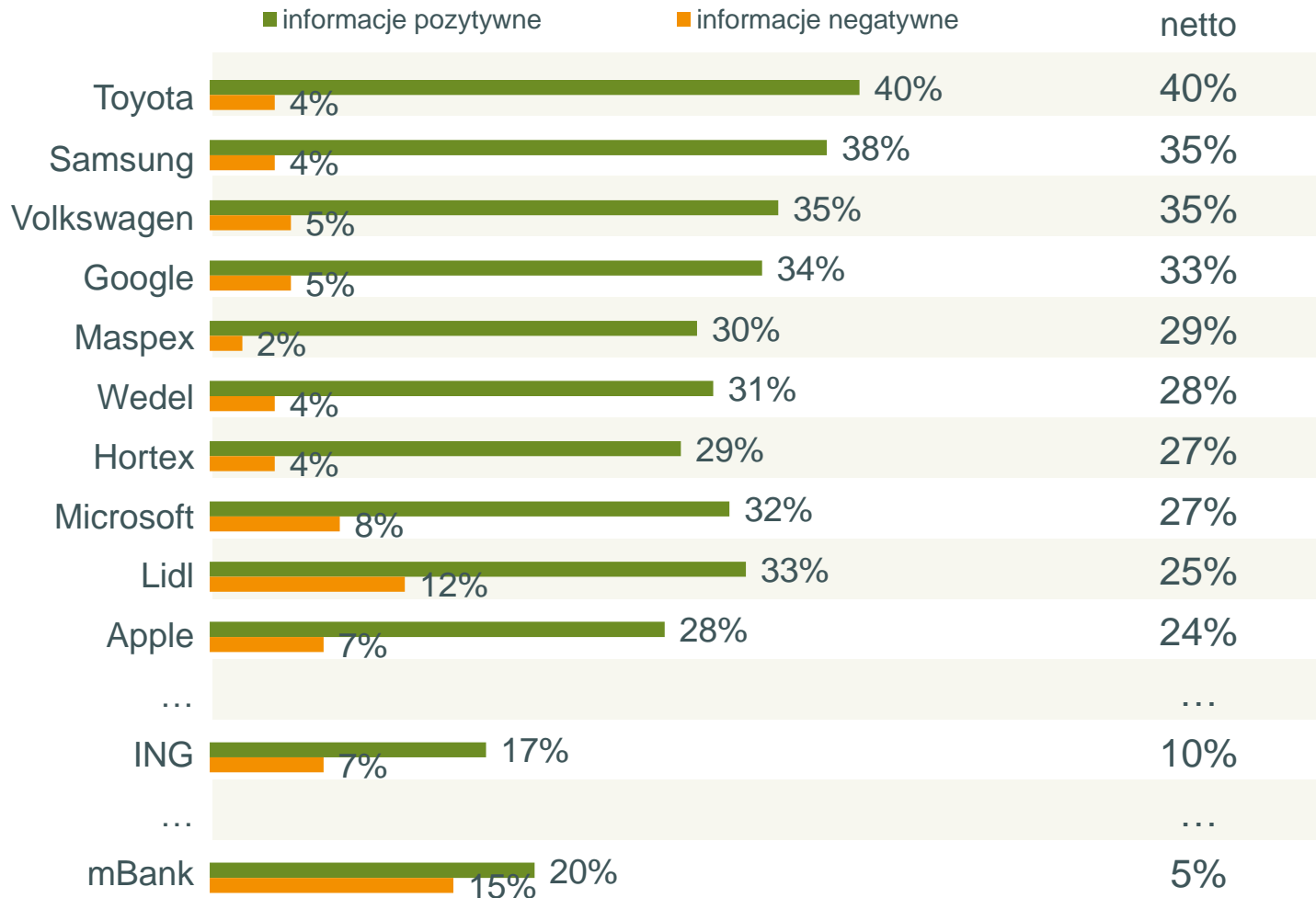


Słyszeli ostatnio wiele **złego**  
o jakieś firmie



## Bieżące informacje o firmach

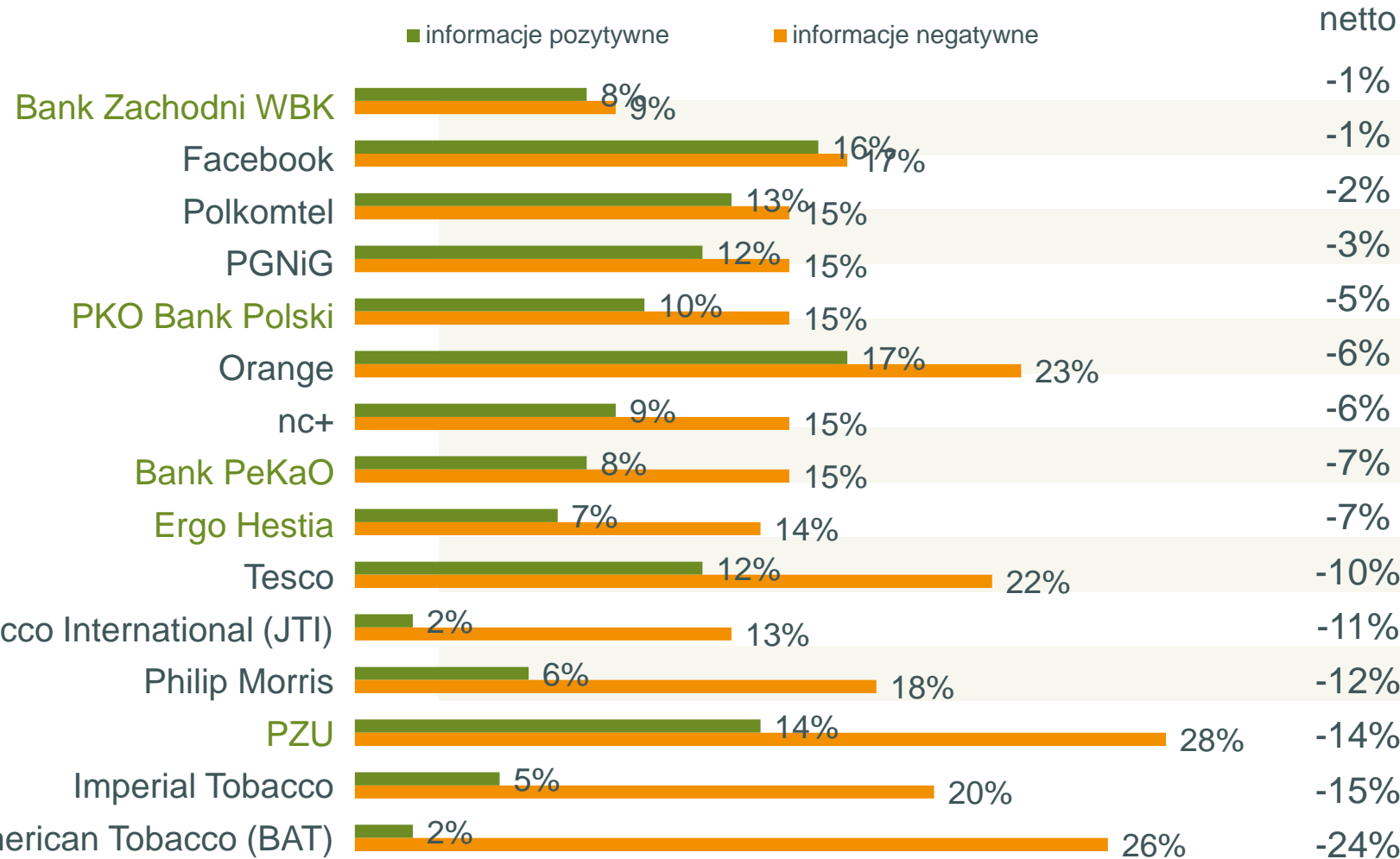
### Firmy o największej przewadze informacji **pozytywnych**



W sektorze usług finansowych mBank jest firmą o której słyszy się najczęściej pozytywnych informacji. Z kolei o ING najmniej negatywnych.

# Bieżące informacje o firmach

## Firmy o przewadze informacji **negatywnych**



Poza mBank-iem i ING o firmach z sektora finansowego słyszy się częściej informacje negatywne niż coś pozytywnego.