

ПЪРВИ ГОДИШНИ НАГРАДИ
**БРАНД МЕНИДЖЪР
НА ГОДИНАТА 2019**

Иновативност и креативност в действие



**НАД 40 000 ПОТРЕБИТЕЛИ ВЗЕХА УЧАСТИЕ
В КЛАСАЦИЯТА „ЛЮБИМИТЕ МАРКИ“**

***HAPPY BAR&GRILL е любимата БЪЛГАРСКА МАРКА.
Kaufland със своите собствени марки събра най-много гласове.***

Остават 3 дни до конференцията BRAND TALKS: Мисия „Любима марка“

Над 40 000 души подкрепиха предпочитаните от тях брандове в единствената потребителска класация у нас **„ЛЮБИМИТЕ МАРКИ“** за 2019 г., като в първия етап гласоподавателите бяха над 6000, във втори – над 19 000, а в трети етап гласувалите са над 14 300. Резултатите и точния брой гласове, дадени за всеки бранд в последния кръг, можете да видите тук: <http://mylovemarks.eu/results.php>.

Част от марките тази година стигнаха до трети кръг в повече от една категория. HAPPY BAR&GRILL за трета поредна година грабна приза в два раздела – ЗАВЕДЕНИЯ и БЪЛГАРСКА МАРКА – ХРАНИ И НАПИТКИ. Най-голямата верига ежедневни ресторанти у нас е втори подгласник в раздел ИНОВАТИВНИ МАРКИ и спечели трето място за ЛЮБИМ РАБОТОДАТЕЛ. Мобилният гигант А1 отнесе конкуренцията в раздел ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ и спечели първо място за ИНОВАТИВНА МАРКА, като също така грабна втора награда в ЛЮБИМ РАБОТОДАТЕЛ. KAUFLAND е ЛЮБИМИЯТ РАБОТОДАТЕЛ на българския потребител, като оспорваше първото място и в категория ТЪРГОВСКИ ВЕРИГИ, където спечели втора награда. Майонеза КРАСИ държи първенството за пета поредна година в МАЙОНЕЗИ, ЛЮТЕНИЦИ И СОСОБИ, като грабна трета награда в категория БЪЛГАРСКА МАРКА – ХРАНИ И НАПИТКИ. Credissimo стана марка №1 в категория ФИНТЕХ КОМПАНИИ за втора поредна година и спечели второ място в БЪЛГАРСКА МАРКА.

В категория ВИСОКОАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ най-предпочитаната марка е Grant's, следвана от Burgas 63 и Glenfiddich. Любимата марка ВИНО за 2019 г. на българския потребител е TRASTENA, следвана от винарска изба Логодаж и Salty hills. Първенството в категория БУТИЛИРАНИ ВОДИ за пета поредна година спечели българският бранд Хисар в надпревара с водите Бачково и Трапезна вода „Жива вода“. Предпочитаната марка КАФЕ И ТОПЛИ НАПИТКИ на българския потребител за 4-та година е Spetema, като след нея се нареждат Nescafe и DolceGusto. За поредна година ядки Детелина грабнаха първа награда в раздел ЯДКИ, ЧИПС И СОЛЕНИ, в оспорвана борба с миналогодишния Ядки Ройс, следвани от Ядки Вуйчо Ваньо. В ЗАХАРНИ ИЗДЕЛИЯ приза отново грабнаха обичаните Лукчета, като след тях останаха „Сладки

СЪОБЩЕНИЕ ДО МЕДИИТЕ!

времена“ и бисквити Belvita. В категория МЕСНИ ПРОДУКТИ първо място беше отредено на бранда Деликатесен, на второ се нарежда ТАНДЕМ, а на трето – Compass. В раздел МЛЕЧНИ ПРОДУКТИ най-много гласове събра родната марка Боженци, като след нея са кисело мляко БИЛЛА и Белииса. Майонеза Краси отново стана №1 в раздел МАЙОНЕЗИ, ЛЮТЕНИЦИ И СОСОВЕ, следвана от Сосове Краси и Дилмано Дилберо. Детелина здравословни грабнаха приза в БИО ПРОДУКТИ И СУПЕР ХРАНИ, второто място потребителите отредиха на Био храни Моравско село, а трета награда спечели Детелина фитнес.

Alverde стана победител в категория БИО И НАТУРАЛНА КОЗМЕТИКА, като след нея се нареждат All Nature и Evterpa. В раздел ДЕРМО И МЕДИЦИНСКА КОЗМЕТИКА голямата награда потребителите отново присъдиха на международния бранд Bioderma. Втора награда спечели Bio-Oil, а трета – швейцарският бранд за селективна козметика Skincode. В раздел БЕБЕШКА КОЗМЕТИКА призът спечели Mustela, като в ТОП 3 се нареждат и марките babylove и ABCDerm. **Мокрите кърпички с плодов екстракт Water Wipes** тази година **спечелиха голямата награда в БЕБЕШКИ И ДЕТСКИ ПРОДУКТИ**, следвани от детската собствена марка на Kaufland - Kuniboo и **капките против колики Colief**. В раздел АВТОМОБИЛИ тази година първото място спечели Peugeot, в оспорвана надпревара с Great Wall и KIA.

Happy Bar&Grill – безапелационен победител в раздел ЗАВЕДЕНИЯ, като след него се нареждат набиращата сила верига Godzila и Mr Pizza. Тази година най-голям брой гласове в раздел УЕБ МЕДИИ И САЙТОВЕ събра nova.bg, а втора и трета награда спечелиха съответно www.kulinarium.bg – BILLA Кулинариум и нашумелият в поленовия период сайт alergii.com. Radio Fresh този път грабна титлата в категория РАДИО, следвано от радио Витоша и БГ Радио. NOVA е предпочитаната телевизия за трета поредна година в класацията ЛЮБИМИТЕ МАРКИ, като след нея се нареждат bTV и ДИЕМА FAMILY. В раздел ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ, призът спечели А1, следван от другите два телекома – Vivacom и Telenor. В категория ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ КОМПАНИИ И БРОКЕРИ първото място отново грабна SDI Застрахователен брокер, втора награда спечели Армеец, а трето място потребителите отредиха на Булстрад Живот. TESHY отново спечели първо място в раздел БЪЛГАРСКА МАРКА, следван от Credissimo и Техномаркет. Happy Bar&Grill отново е победител в БЪЛГАРСКА МАРКА – ХРАНИ И НАПИТКИ, като втора награда потребителите отредиха на лидера Захарни заводи, а трето – на Майонеза Краси. В раздел ФАРМАЦЕВТИЧНИ ПРОДУКТИ надпреварата тази година спечели Magne B6, следван от No Spa и Мукосолван натурал. Във ВИТАМИНИ И ХРАНИТЕЛНИ ДОБАВКИ на първо място потребителите отново изпратиха Doppelherz, като след тях се нареждат Magne B6 Стоп Стрес и NOVANIGHT. В новооткритата категория тази година ПРОТИВОАЛЕРГИЧНИ ПРОДУКТИ първо място спечели широкопознатия Хyzal, втора награда заслужи Zyrtec, а трета - Zyrtec-D.

Fibank е безспорен лидер във ФИНАНСОВИ ИНСТИТУЦИИ, като на второ и трето място потребителите определиха УниКредит Булбанк и Кредит МОМЕНТО на Пощенска Банка. Credissimo отново е първенец във ФИНТЕХ КОМПАНИИ, като след него се нареждат Easy Credit и VIVUS. Zornica Sands за втора поредна година е любимата туристическа дестинация на потребителите в раздел ТУРИСТИЧЕСКИ ХОТЕЛИ И КОМПЛЕКСИ, втора награда спечели Био хотел Моравско село – Предела, а трета - Villa Ekaterina. В раздел ТЪРГОВСКИ ВЕРИГИ първо място за четвърта година гласуването определи за BILLA, с малка разлика от Kaufland, които спечелиха втора награда, а на трето място се нареди дм България. В ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ първото място спечели foodpanda.bg, като второ и трето място спечелиха shop.biohotel-bg.com - био магазин Моравско село и coffeemall.bg. В IT И СОФТУЕРНИ ПРОДУКТИ първо място отново спечели Hewlett Packard Enterprise Company, следван от Samsung на второ място и Tek Experts – на трето. Kaufland спечели приза в категория ЛЮБИМ РАБОТОДАТЕЛ, като след него се нареждат А1 и Happy Bar & Grill. А1 грабна приза и в категория ИНОВАТИВНИ МАРКИ, следван от Happy Bar & Grill и SDI Застрахователен брокер. В новата за тази година категория СОБСТВЕНИ МАРКИ първо място спечели SPharmacy, като на второ и трето място

СЪОБЩЕНИЕ ДО МЕДИИТЕ!

потребителите определиха BILLA Brand и Kuniboo на Kaufland. А в раздел СОБСТВЕНИ МАРКИ – ХРАНИ И НАПИТКИ призът спечели K-Classic на Kaufland, втората награда отиде при BILLA Градини, а трета – при минерална вода Хисар.

Тази година за първи път ще бъдат връчени и **призове за бранд мениджърите**, маркетинг мениджърите и комуникаторите, развили и наложили марката сред потребителите – тези, които са допринесли с креативност, иновативна стратегия и адекватен комуникационен план за силното присъствие на продукта/услугата и емоционалната му връзка с потребителите. Това са специалистите, стоящи зад всяко послание, слоган, статия, постове в социалните мрежи, които разбират потребностите на своите последователи и денонощно са близо до тях.

„BRAND TALKS: Мисия „Любима марка” – First Branding Conference

Специалисти в областта на маркетинга, рекламата и ПР-а ще се присъединят към нас, за да споделят своя опит и да дадат ценни препоръки кое е разковничето и как трябва да общуваме със съвременния потребител, за да имаме емоционална връзка и лоялни клиенти. Ще чуете вдъхновяващи истории, примери от практиката и ценни съвети как да направите своя бранд не просто успешен, а любим. Билети и повече информация за събитието могат да се закупят на www.brandtalks.eu.

Конференцията BRAND TALKS: Мисия „Любима марка” ще се състои на 11.07.2019 г. в Рейнбоу плаза, а същата вечер и награждаването на финалистите в класацията „ЛЮБИМИТЕ МАРКИ” и „БРАНД мениджър на годината”.

Класацията се провежда за 11-та поредна година. За разлика от други класации, **„ЛЮБИМИТЕ МАРКИ”** не разчита на жури при номинациите – те са свободни, основани единствено на потребителските предпочитания и не включват специални пазарни критерии. По този начин **„ЛЮБИМИТЕ МАРКИ”** представя не експертното, а потребителското мнение за брандинга. Критерият, по който ще се излъчат марките в отделните категории, ще бъде броят на подадените гласове.

Всяка година в класацията „ЛЮБИМИТЕ МАРКИ” взимат участие между 20 000 и 40 000 потребители. Инициативата е израз на потребителските предпочитания към дадени брандове в различни отрасли. И не просто на предпочитанията, а на една истинска емоционална привързаност към конкретни марки, които ако изчезнат биха ни липсвали. Любителите ни марки се избират единствено чрез гласуване от страна на крайните потребители.