



BEST BRANDS RUSSIA 2019

Best Brands 2019: наше жюри – это потребитель

В последние годы организуется все больше мероприятий и премий, призванных выявить лидера на рынке в своей области, где судьба того или иного бренда зависит от мнения жюри.

Мы идем дальше.

Best Brands – это уникальная премия, где награду можно получить действительно объективно, ведь наше жюри – это потребитель.

В рамках премии Best Brands мы оцениваем силу и успех бренда исходя из его экономического успеха и психологической привлекательности для потребителей.

Премия Best Brands проводится на протяжении многих лет в ряде Европейских стран. Вручение первой премии состоялось в Германии в 2004 году.

Best Brands Russia_Номинации 2019

- 1** Лучший **продуктовый** бренд
- 2** Лучший **растущий** **продуктовый** бренд
- 3** Лучший **российский** **продуктовый** бренд
- 4** Лучший **российский** **корпоративный** бренд
- 5** Лучший **иностранн**ый **корпоративный** бренд в **России**

Best brands 2019: методология определения победителя

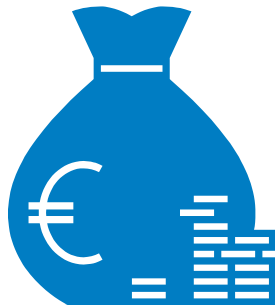
Рейтинг бренда рассчитывается исходя из его «силы», которая в свою очередь складывается из следующих элементов:

Успех бренда на рынке

Доля бренда / предпочтения потребителей

Оценка базируется на данных наших панелей (1):

- Потребительская панель GfK,
- Панель мониторинга розничных продаж GfK



Психологическая привлекательность бренда

Известность и эмоциональное восприятие бренда потребителями

Оценка базируется на данных опроса потребителей (2)



Сила бренда

Дополнительная информация об источниках данных GfK

(1) Успех бренда на рынке / коммерческий успех

- Данные потребительской панели GfK по товарам повседневного спроса, 10 тыс. домашних хозяйств, выборка репрезентативна структуре домашних хозяйств России. Для итогов премии Best Brands 2019 использованы панельные данные за период с июня 2017 – по май 2018 vs июнь 2016 - май 2017
- Данные GfK по мониторингу розничных продаж товаров длительного спроса, в городах с населением более 20 тыс. человек.
- Данные АЕБ по продажам автобрендов
- Открытый рейтинг РБК 500 по корпоративным брендам

(2) Психологическая привлекательность бренда / Мнение потребителей.

Опрос в рамках исследования

- Для номинаций Product Brand выборка для опроса составила 5750 интервью
- Для номинаций Corporate Brand - выборка 1500 интервью
- Выборки репрезентируют население РФ по следующим характеристикам: пол, возраст, ФО

Для итогов премии Best Brands, объявленных 9 апреля 2019 года, использованы панельные данные за период с июня 2017 – по май 2018 vs июнь 2016 - май 2017

Опрос проводился в октябре 2018 года

Номинация Лучший продуктовый бренд

Методология расчета



- **Шаг 1.** Для участия в премии отбираются продуктовые категории, охватывающие различные товары повседневного (FMCG*) и длительного спроса (Durables*).
- **Шаг 2.** В рамках каждой категории на основании доли рынка бренда отбирается до 15 топ брендов для включения в опрос потребителей**.
- **Шаг 3.** Сила каждого бренда (Brand Score) рассчитывается на основании панельных данных GfK (рыночный Успех бренда) и данных репрезентативного онлайн-опроса GfK (Привлекательность бренда для потребителей). Для тех брендов, которые играют сразу в нескольких категориях позиция бренда в финальном рейтинге определяется по наиболее высокому Brand Score среди соответствующих категорий.



*За исключением категорий: табак, алкоголь, фармацевтика, индустрия моды

** Для категории «Автомобили» рыночный Успех бренда определялся на основании открытых данных Ассоциация Европейского Бизнеса, ввиду отсутствия панельных данных GfK

Номинация Лучший растущий продуктовый бренд

Методология расчета



- В номинации участвуют те же категории и бренды, что и в номинации «Лучший продуктовый бренд».
- Для каждого бренда калькулируется общий показатель, который рассчитывается на основании:
 - прироста доли рынка каждого бренда за последний год,
 - текущей Привлекательности бренда*.



*Стандартный алгоритм расчета опирается на «изменение доли рынка бренда» и «изменение Привлекательности бренда», однако поскольку премия в России проводится в первый раз, и в прошлом году опрос по блоку Привлекательности бренда не проводился, в 2019 году анализ учитывал изменение доли рынка и текущие показатели Привлекательности брендов

Номинация Лучший российский* продуктовый бренд

Методология расчета

- **Шаг 1.** Для участия в премии отбираются продуктовые категории, охватывающие различные товары повседневного (FMCG**) и длительного спроса (Durables**).
- **Шаг 2.** В рамках каждой категории на основании доли рынка бренда отбирается до 15 топ брендов для включения в опрос потребителей***.
- **Шаг 3.** Сила каждого бренда рассчитывается на основании панельных данных (рыночный Успех бренда) и данных репрезентативного онлайн-опроса (Привлекательность бренда для потребителей).
- **Шаг 4.** На основании рыночного Успеха бренда и его Привлекательности для потребителя высчитывается общий показатель бренда Brand Score, после чего каждому бренду присваивается соответствующий ранг. Для тех брендов, которые играют сразу в нескольких категориях, мы рассчитываем ранг только один раз – в той категории, где показатели бренда наилучшие.
- **Шаг 5.** В финальный рейтинг отбираются только те бренды, которые были созданы в России.



*Понятие «Российский бренд» определяется по месту происхождения.

**За исключением категорий: табак, алкоголь, фармацевтика, индустрия моды

***Для категории «Автомобили» рыночный Успех бренда определялся на основании открытых данных Ассоциация Европейского Бизнеса, ввиду отсутствия панельных данных GfK

Номинация Лучший корпоративный бренд

Методология расчета

- **Шаг 1.** В изначальный пул компаний-участниц вошли российские и иностранные компании, оперирующие в России, из списка открытого рейтинга РБК 500*.
- **Шаг 2.** Для включения в опрос были отобраны топ 3 компании-участницы в рамках каждой индустрии потребительского сектора*.
- **Шаг 3.** Brand Score или Сила каждого бренда в этой номинации рассчитывалась только на основании данных репрезентативного онлайн-опроса (эмоциональное и рациональное восприятие компаний).
- **Шаг 4.** По итогам опроса было составлено 2 итоговых рейтинга: Лучший российский корпоративный бренд и Лучший иностранный бренд в России.



*За исключением категорий: табак, алкоголь, фармацевтика

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!