



Proces Certyfikacji Superbrands – opis metodologii

etap1. 2000+ marek i głos konsumenta

Początkowa lista marek tworzona jest w oparciu o wyniki niezależnych badań rynku przez zespół Superbrands przy współpracy z instytutem badawczym ARC Rynek i Opinia. Lista co roku weryfikowana jest w pilotażowym badaniu konsumenckim.

Badanie konsumenckie realizowane jest przez instytut ARC Rynek i Opinia. Metoda CAWI, próba N > 15 000. Wyniki badania ważone są do struktury populacji ze względu na płeć oraz przedział wiekowy.

Rekomendacja

/top3 box rekomendacji/

Znajomość

/znajomość wspomagana marki/

Indeks **Consumer Brand Power (CBP) = 2*Rekomendacja + Zaufanie**

Dla każdej kategorii obliczany jest benchmark CBP (**bCBP**) będący średnią CBP 3 marek z najwyższym CBP w danej kategorii.

Do etapu 2. przechodzą: zagraniczne marki, które osiągnęły minimum **75% bCBP** oraz polskie marki, które osiągnęły minimum **60% bCBP**.

etap2. 800+ marek i głos ekspertów Rady Marek

Eksperti oceniają marki podczas obrad Rady Marek Superbrands.

Spójność

/przejrzystość działania marki/

Wyróżnialność

/wyróżnialność marki na tle konkurencji/

Indeks **Expert Brand Power (EBP) = Spójność + Wyróżnialność**



Wyniki. Laureaci. 500+ marek

indeks **Superbrands Brand Power (SBP) = 0,7*CBP + 0,3*EBP**

Udział kryteriów w finalnej ocenie:



TYTUŁ SUPERBRANDS otrzymuje top 50% marek w każdej kategorii

(max. 5 marek i remisy)

TYTUŁ CREATED IN POLAND SUPERBRANDS otrzymują polskie marki o SBP>150

(max. 10 marek i remisy)

Nawet po spełnieniu powyższych kryteriów, wyróżnienia NIE mogą otrzymać marki o:
(S+W)<120 lub BA<20% lub BR<20%