

Microsoft, Google e Delta lideram ranking das Marcas Mais Fortes.

A Consultora OnStrategy apresenta os resultados do estudo **Brand Energy™ (Força e Energia)** das marcas em Portugal.

Este trabalho é desenvolvido em conformidade com a certificação das normas ISO20671 (avaliação de estratégia e força) e ISO10668 (avaliação financeira), e avalia mais de 200 marcas em seis dimensões: relação emocional e comportamental, reputação, experiência, presença e atividade no mercado, força da equipa de colaboradores e saúde financeira.

Pedro Tavares (Partner e CEO da OnStrategy) refere que *“Mais uma vez, verificámos que o cenário de pandemia pressionou muito as marcas e não é raro encontrar marcas que têm indicadores fortes ao nível da reputação (perceção) e mais fracos no que respeita à experiência (realidade) o que se traduz em problemas associados a produto, serviço ou inovação, ou o contrário em que a reputação é inferior à experiência e como tal a evidência aponta para problemas de comunicação (pressão ou escolha dos touchpoints corretos), o que em ambos os casos tem como consequência uma quebra nos indicadores de relação emocional e comportamental, nos resultados da atuação no mercado e ainda na saúde financeira.”*

Numa escala de 100 pontos, existem 2 marcas com uma avaliação excelente (mais de 80 pontos) e 54 marcas com uma avaliação robusta (entre 70 e 80 pontos), destacando-se as 3 marcas mais fortes:

1. MICROSOFT (81,3 pts).
2. GOOGLE (80,2 pts).
3. DELTA (78,2 pts).

Setorialmente, foram analisadas marcas de mais de 40 indústrias, e as que registam o melhor Índice de Energia e Força nas principais indústrias são:

- PSI 20: EDP (71,0pts).
- Holdings: JERÓNIMO MARTINS (69,7pts).
- Banca: BPI (63,9pts).
- Sistemas de Pagamento: MULTIBANCO (74,0pts).
- Seguros: FIDELIDADE (65,0pts).
- Energia: EDP (71,0pts).
- Tecnologia: MICROSOFT (81,3pts).
- Apps: ZOOM (69,8pts).
- Multimedia: YOUTUBE (70,4pts).
- Telecomunicações: VODAFONE (69,0pts).

- Retalho Alimentar: PINGO DOCE (72,0pts).
- Retalho Tecnologia e Online: AMAZON (72,3pts).
- Retalho Lar: IKEA (68,8pts).
- Retalho Bricolage e Acessórios: LEROY MERLIN (67,7pts).
- Retalho Saúde e Bem Estar: FARMÁCIAS PORTUGUESAS (76,8pts).
- Retalho Textil: ZARA (64,8pts).
- Retalho Restauração: MCDONALD'S (75,0pts).
- Retalho Desporto: SPORT ZONE (64,5pts).
- Alimentação e Bebidas: DELTA (78,2pts).
- Higiéne Pessoal: L'OREAL (73,8pts).
- Higiéne do Lar: FAIRY (68,7pts).
- Saúde e Bem Estar: GERMANO DE SOUSA (70,0pts).
- Farmaceuticas: PFIZER (75,6pts).
- Viagens e Lazer: PESTANA (68,2pts).
- Mobilidade: VIA VERDE (68,5pts).
- Automóveis: MERCEDES (74,8pts).
- Produtos Industriais: NAVIGATOR (70,4pts).
- Construção e Engenharia: MOTA ENGIL (59,9pts).
- Serviços Profissionais: CTT (70,6pts).
- Jogos e Entretenimento: LEGO (75,3pts).
- Desporto: ADIDAS (75,1pts).
- Luxo: LOUIS VUITTON (74,4pts).
- Acessórios de Moda: SWATCH (66,9pts).

Quanto às marcas que mais cresceram o indicador de Força e Energia de marca de um ano para o outro, destacam-se nos setores de maior relevância para o desenvolvimento económico do país:

- Bankinter (+7pts) – banca.
- Generali (+7pts) – seguros.
- Iberdrola (+6pts) – energia.

onstrategy

brand value management

- Samsung (+4pts) – tecnologia.
- RTP e Netflix (+5pts) – media e telecom.
- Leroy Merlin (+3pts) – retalho.
- Super Bock (+4pts) – alimentos e bebidas.
- Pfizer, Farmácias Portuguesas e Lusiadas Saude (+4pts) – saúde e farmacêutica.
- Mota Engil (+5pts) – construção e engenharia.
- Navigator (+4pts) – produtos industriais.
- Tesla (+8pts) – automóvel.
- CP (+3pts) – transportes.
- Vila Galé (+6pts) – viagens, turismo e lazer.

O BrandEnergy™:

A OnStrategy é a consultora que assina o BrandEnergy™, que avalia, desde 2009, a energia e a força de mais de 200 marcas em Portugal.

Este trabalho é elaborado tendo por base uma metodologia certificada em conformidade as normas ISO10668 (avaliação financeira de marca) e ISO20671 (avaliação de estratégia e força de marca), que conjuga e consolida a análise quantitativa de 6 dimensões: Relação Emocional com os stakeholders (notoriedade, relevância, consideração, confiança, admiração, preferência, intenção de compra, recomendação e defesa), Reputação (qualidade de produto, qualidade de serviço, inovação, ambiente de trabalho, cidadania, governo e liderança), Experiência (satisfação com produto, loja, digital telefone e relação preço valor), Presença e Atividade no Mercado (proteção legal, quota de mercado, quota de comunicação, cobertura e eficiência geográfica, referência de preço e eficiência da comunicação), Equipa (alinhamento, compromisso e resultados) e Saúde Financeira (receitas, margem, perspetivas de crescimento e avaliação de crédito).

A ONSTRATEGY:

Fundada em 2009, a ONSTRATEGY é uma consultora multidisciplinar focada na criação e otimização do valor financeiro dos seus clientes e parceiros.

A ON STRATEGY desenvolve e entrega serviços de consultoria em análise, estratégia e avaliação financeira para maximizar o valor de ativos tangíveis e intangíveis com metodologias e ferramentas independentes, reconhecidas e certificadas que são apoiadas por um profundo conhecimento do ambiente económico, político e social que impactam o desempenho de negócios e marcas.

A ONSTRATEGY faz parte do grupo restrito de consultoras certificadas a nível mundial, que atuam em conformidade com as normas ISO10668 (avaliação financeira de marca) e ISO20671 (avaliação de estratégia e força de marca).

Para mais informações:

ONSTRATEGY | 211 352 000

Pedro Tavares | pedro.tavares@onstrategy.com.pt | 919 383 036