

pr.
KONEKTOR



nms
MARKET RESEARCH
We make sense

DŮVĚŘA VE ZNAČKY

Cíle průzkumu

NMS Market Research a **PR.KONEKTOR/ KONEKTOR SOCIAL** připravili v rámci společné iniciativy průzkum o **důvěře Čechů ve značky**.

Cílem průzkumu bylo:

- ✓ Zmapovat **důvěru Čechů ve značky** a **vývoj** jejich důvěry ve značky
- ✓ Zjistit, **komu Češi při výběru značky nejvíce důvěřují**
- ✓ Zmapovat, jak Češi vnímají **odpovědnost** značek
- ✓ Specifikovat, kterému **segmentu důvěřují Češi nejvíce** a kterým naopak **nejméně**



Design průzkumu

Anketa s Brand Managery

Anketa s Brand Managery, kteří se zúčastnili konference **Brand Management 2018**, která se konala 19. září v prostorách Cubex Centra.
N = 64

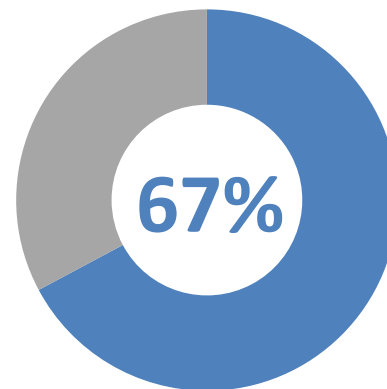
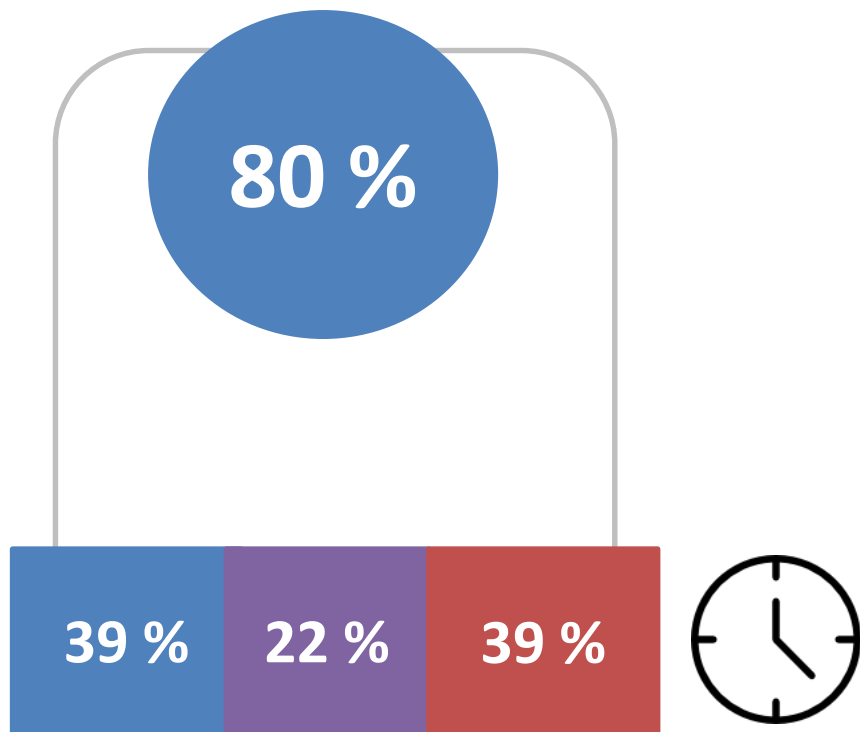


Omnibusové šetření

Online sběr dat v rámci omnibusového šetření na reprezentativním vzorku ČR (**Český národní panel**)
N= 500



Důvěřují Češi značkám?



Q32: Do jaké míry důvěřujete značkám? (N= 506)

Q33: Jak se změnila Vaše důvěra ve značky za posledních 5 let? (N = 506)

Komu Češi při výběru důvěřují?

Uživatelským komentářům

70 %

Recenzím novinářů a odborníků

63 %

Uživatelským komentářům

69%

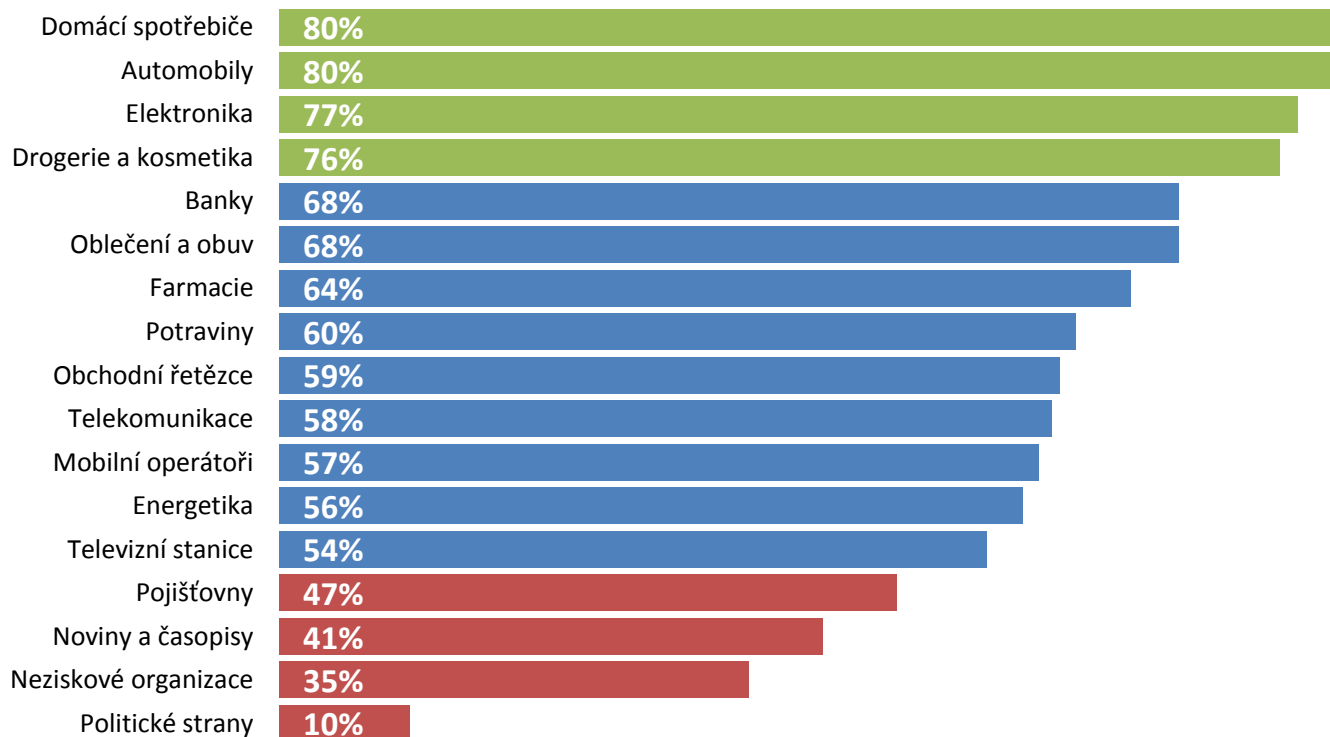
Recenzím novinářů a odborníků

60%

Domníváte se, že značkám projde, když neříkají pravdu?



Kterému segmentu Češi nejméně a nejvíce důvěřují?



pr.
KONEKTOR



nms
MARKET RESEARCH
We make sense

INFO@NMS.CZ

+420 222 351 611

WWW.NMS.CZ

OFFICE@PRKONEKTOR.CZ

+420 277 000 450

WWW.PRKONEKTOR.CZ

INFO@KONEKTORSOCIAL.CZ

+420 277 000 450

WWW.KONEKTORSOCIAL.CZ