

The logo for Amica, featuring the word "Amica" in a bold, red, sans-serif font. The logo is centered within a thin red rectangular border.

Z własnego doświadczenia każdy wie, że wcale nie tak łatwo jest komuś bezgranicznie zaufać. Zaufać i nigdy się nie zawieść. Dzień w dzień i rok w rok. W gronie marek godnych zaufania Amica przebywa już od wielu lat. Towarzystwo elitarne, ale przecież to nie drużyna – każdy pracuje tu na własny rachunek.

Badaniem reputacji marek w skali całego świata zajmuje się znany również w Polsce miesięcznik „Reader’s Digest”. European Trusted Brands to coroczny ranking, którego wyniki odzwierciedlają stosunek konsumentów w poszczególnych krajach do marek obecnych na lokalnych rynkach. To zarazem jedno z największych i najszerzej zakrojonych badań konsumenckich, przeprowadzanych w Europie. Oprócz tematyki marketingowej coroczne badanie European Trusted Brands przedstawia wyniki zaufania do instytucji i grup zawodowych oraz nastrojów konsumenckich, postaw i wartości, które kształtują nasze życie.

W 2012 roku takie badanie przeprowadzono metodą ankiety online w 12 państwach. W Polsce próba wyniosła 1049 osób i odzwierciedla szeroki profil populacji całego kraju. Ankietowane osoby odpowiadały spontanicznie, dokonując niczym niesugerowanych wyborów w danej kategorii.

Amica, która przez kilka poprzednich lat z rzędu zdobywała Złote Godło, w tym roku została laureatem Kryształowego Godła Marki Godnej Zaufania za najlepsze wyniki w 3 spośród 5 kryteriów. Uzyskała tym samym najwyższą sumaryczną ilość punktów, tj. 22,97 na 25 możliwych. Warto w tym miejscu dodać, że oddało na nią głos 15,5% wszystkich ankietowych.

Kryteria, w jakich produkty Amiki zostały ocenione najwyżej, to: Wartość w stosunku do ceny, Zrozumienie potrzeb klienta i Odpowiedzialność społeczna. Składają się one na obraz marki, tak jak jest postrzegana przez konsumentów i użytkowników sprzętu AGD.

Obraz budowany na zaufaniu okazuje się wizerunkiem wyjątkowo trwałym, i to niezależnie od materiału, w jakim zostaje uwieczniony – czy będzie to złoto, czy kryształ. Najważniejsze, że to zaufanie do marki nie maleje, a z każdym kolejnym rokiem staje się cenniejsze.

Amica

[WIĘCEJ INFORMACJI Z FIRMY AMICA WRONKI S.A. \(PRESS BOX\)](#)