

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2007	Press Clippings

3M Poland zdobywcą tytułu Business Superbrand Polska 2007

[redakcja](#) PR 21.05.2007, przeczytano 4104 razy



Firma 3M Poland została wybrana jedną z najsilniejszych marek biznesowych na rynku polskim i otrzymała tytuł „Business Superbrand” przyznany przez organizację The Superbrands Ltd.

[Zaprenumeruj newsletter](#): przegląd najnowszych newsów na e-mail!

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2007	Press Clippings

Dnia 30 kwietnia 2007 r. z rąk przedstawicieli partnera międzynarodowej organizacji The Superbrands Ltd., firma 3M Poland otrzymała honorowy dyplom upoważniający ją do posługiwania się tytułem „Business Superbrand Polska 2007”.

Wybór zwycięskich marek rozpoczął się od utworzenia listy ok. 5000 marek, z których, na podstawie niezależnych badań rynku oraz danych finansowych, wybrano 1400. Ich lista została przekazana grupie niezależnych ekspertów pod nazwą Rada Marek. W jej skład wchodzi przedstawiciele różnych środowisk: dziennikarze, pracownicy agencji reklamowych, marketingowych, Public Relations oraz przedstawiciele największych firm w Polsce. Oceniali oni marki w skali 1-20, bazując na swojej subiektywnej opinii na temat siły marketingowej poszczególnych brandów. Głosami Rady, tytuł Business Superbrands został przyznany firmie 3M Poland jako jednej z 70 uhonorowanych marek na rynku polskim. Firma została również zaproszona do przedstawienia historii swojego rozwoju na polskim rynku w albumie „Business Superbrands Polska” – publikacji określanej na świecie mianem „Biblii Brandingu”.

Otrzymanie tytułu Business Superbrand to podkreślenie silnej pozycji marki 3M na rynku polskim, jej wysokiej jakości, 100-letniej tradycji na świecie oraz prestiżu. Znalezienie się w gronie 70 najsilniejszych spośród tysiąca innych marek to ogromne wyróżnienie.

Źródło: 3M Poland

<https://www.signs.pl/3m-poland-zdobywca-tytulu-business-superbrand-polska-2007,5599,artykul.html>

Aktualności

12/11/2007

/

Firmowe

SUPERBRAND POLSKA 2007 DLA ATLASA

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2007	Press Clippings

Pełna lista marek, które uzyskały najwyższe oceny, ogłoszona zostanie podczas uroczystej gali wręczania statuetek Superbrands Poland 2007, która odbędzie się wkrótce. Już dziś udało nam się jednak ustalić listę nagrodzonych marek w branży budowlanej. Oprócz ATLASA są to: DULUX – farby oraz trzy marki deweloperskie: Echo Investment, JW Construction i GTC.

– Kreowanie marki ATLAS rozpoczęliśmy od budowania silnej marki produktu – mówi Roman Rojek, jeden ze współników spółki, twórca tego brandu. – Silna marka produktu to towar najwyższej jakości i ugruntowane przeświadczenie klientów o wysokiej jego wartości. Ale dobrych marek i wyrobów są tysiące, a tylko niektóre z nich potrafią wyróżnić się na rynku. Zdecydowaliśmy się wyodrębnić ją poprzez odwołanie się do narodowych treści i wartości. Promując w ten sposób markę, sięgnęliśmy do metod i narzędzi niestosowanych często w budowaniu wizerunku marki, szczególnie dla produktów masowych, na dodatek technicznych. Było to dość ryzykowne posunięcie, ale – jak okazało się po latach – wybór strategii okazał się trafny.

– Tytuł Superbrands to nie tylko prestiż. Poprzednie edycje projektu pokazały, że jest to przede wszystkim bardzo skuteczne narzędzie komunikacyjne, którego wykorzystywanie skutkuje zaufaniem i lojalnością klientów, partnerów i pracowników – mówi Nina Kowalewska-Motlik, prezes New Communications, wyłącznego partnera organizacji The Superbrands Ltd. w Polsce.

Kolejnym etapem projektu, podobnie jak w latach minionych, będzie przygotowanie albumu, w którym wyróżnione marki będą mogły zaprezentować swoją historię, drogę do sukcesu i pomysły na budowanie marki.

SUPERBRANDS – pomysłodawcą całego programu jest światowa organizacja The Superbrands Ltd. z siedzibą w Londynie, działająca od ponad 13 lat w 80 krajach. Superbrands to organizacja, która ma za zadanie promować i nagradzać silne marki na poszczególnych rynkach lokalnych oraz rozpowszechniać ideę „brandingu” poprzez

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2007	Press Clippings

wydawanie albumów przedstawiających opis sukcesu (studium przypadku) najmocniejszych na danym rynku marek. W Polsce odbywają się trzy programy organizowane przez agencję New Communications na zlecenie The Superbrands Ltd. Są to: Superbrands, CoolBrands oraz Business Superbrands. W każdym z projektów marki wyłaniane są w kilku etapach – przede wszystkim przez Radę Marek, ale także z wykorzystaniem głosu konsumentów. We wszystkich programach organizowanych tak w Polsce, jak i na całym świecie, tytuł przyznawany jest bezpłatnie.

<https://www.atlas.com.pl/aktualnosc/superbrand-polska-2007-dla-atlasa/>