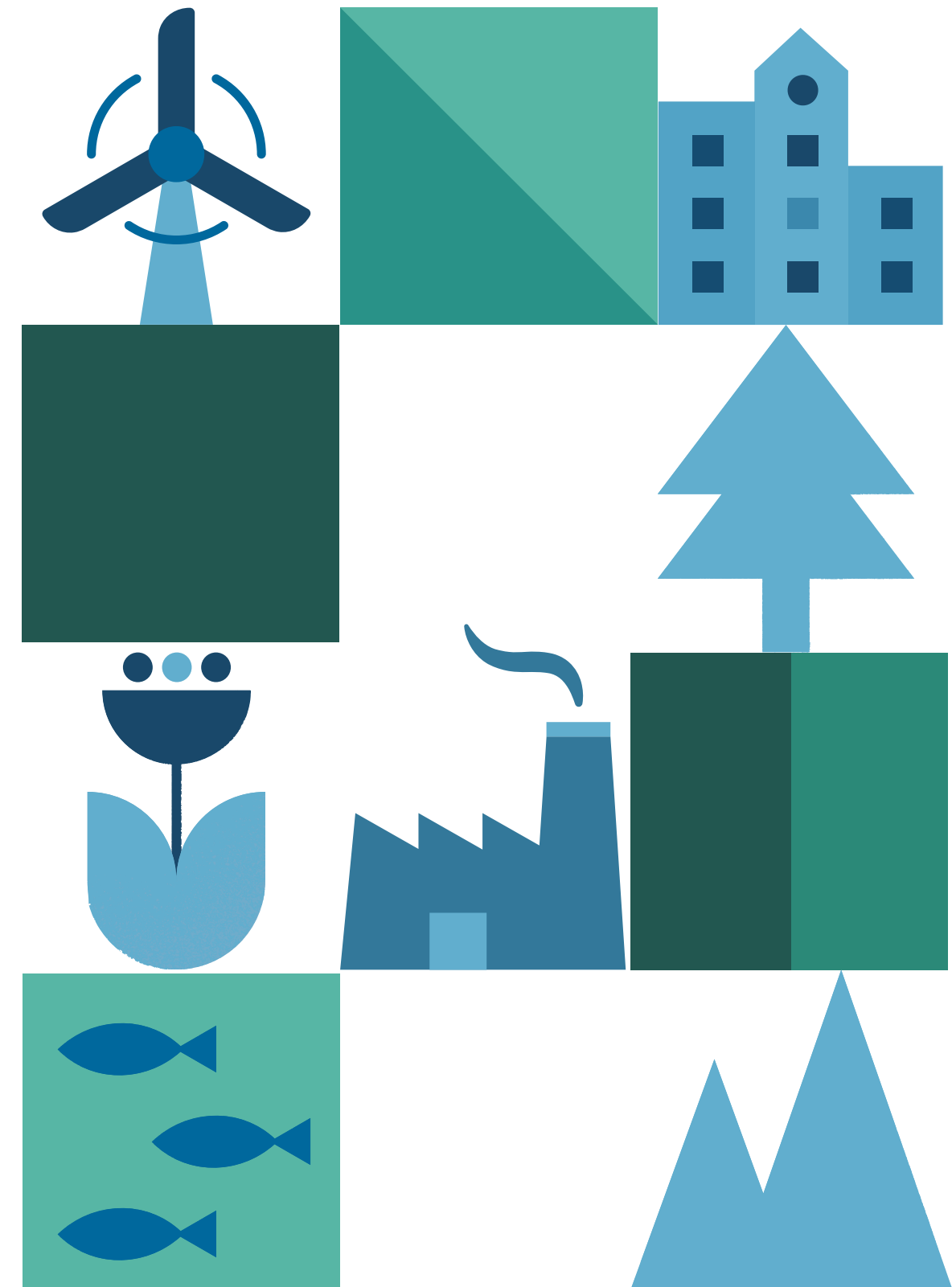




BRAND COMPARISON INDEX 2022

ALL STARS



Obsah

01

úvod

02

Metodologie

03

Shrnutí
výsledků

04

Síla měřených
značek v oboru

05

BC Index

06

BC Index
výkonnost
sledovaných
značek v oboru

07

BC Index
demografická
analýza

08

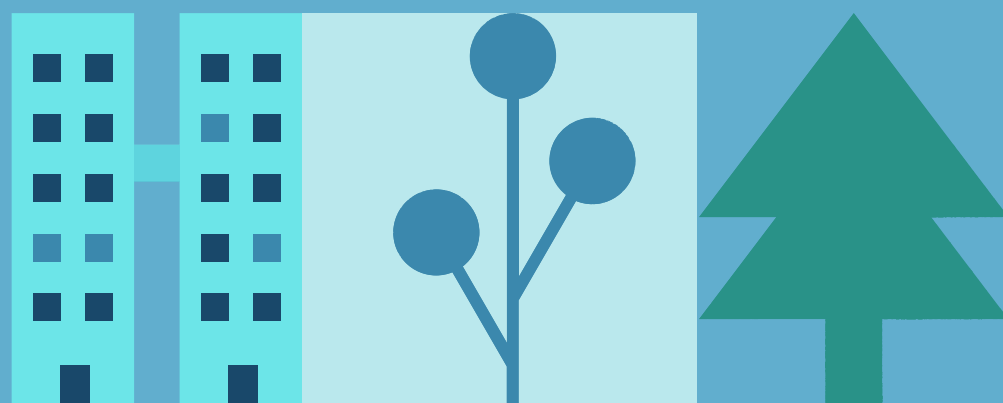
Doplňkové
ukazatele
výkonnosti
značek

09

Diagnostika
silných a
slabých
stránek

10

Slovníček
pojmů





SPOKOJENOST
DOPORUČENÍ
OBLÍBENÁ ZNAČKA

A red arrow with a white outline, pointing diagonally upwards and to the right, starting from the bottom right of the text and ending near the top right of the slide.

Úvod

Brand Comparison Index vznikl v roce 2019 jako jednotná a standardizovaná míra pro vybrané obory B2C trhu.

Vždy přináší pohled zákazníků na trh v posledních 12 měsících.

V jednotlivých letech dochází k mírným změnám, protože některé značky zanikají a jiné naopak vznikají. Také se snažíme zařazovat každý rok některé novinky – v roce 2021 byly dodány otázky na útratu v rámci zákaznického vztahu, v roce 2022 jsme rozšířili oblast spokojenosti také o pohled zaměstnanců na svého zaměstnavatele.

O čem je BC Index?



Vitalita

Každá značka má v rámci indexu změřenou:

- znalost / povědomí
- zákaznickou zkušenost
- preferenci / oblíbenost
- spokojenost



NPS

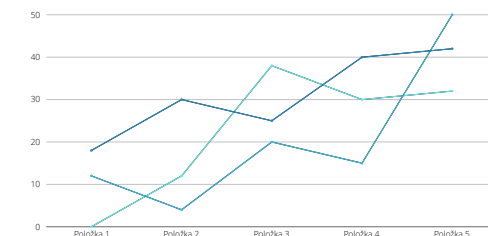
Zákazníci hodnotí možnost doporučit dané značky svému okolí, takže jsme schopni poskytnout informace o:

- NPS
- promotérech
- detractorech



Benchmark

Můžete srovnávat výsledky svých zákaznických výzkumů s našimi. Můžete také využít možnost srovnat se s jiným oborem nebo jen výběrem některých značek.

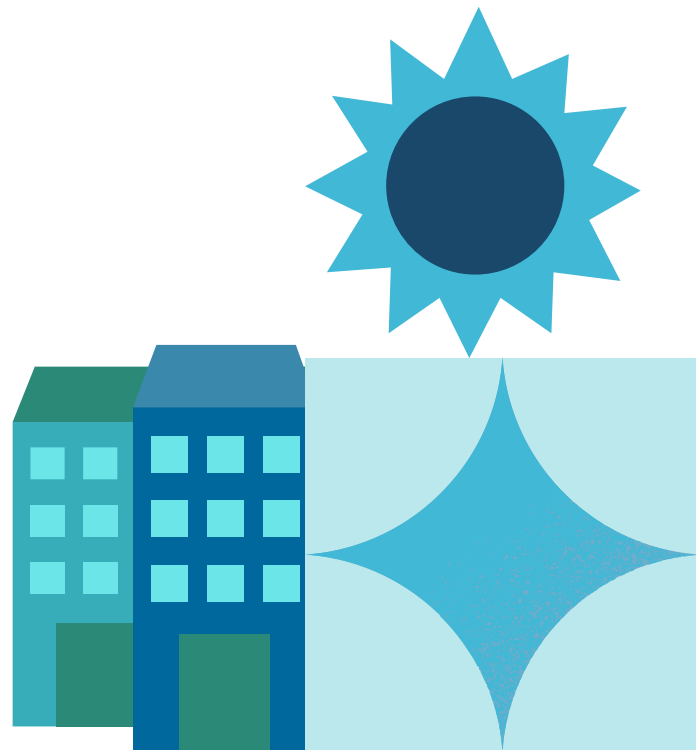


Monitoring

Výzkum probíhá každý rok, takže jsme schopni sledovat trendy. Seznam oborů a značek je aktualizován průběžně.

O čem je BC Index?

- Index BC je složený ukazatel, který zohledňuje hlavní faktory zákaznické úspěšnosti. Díky své jednotnosti BC Index pomáhá porovnávat různé značky mezi sebou v rámci oborů, ale i mimo ně. Porovnávání značek mezi obory umožňuje získat nové zajímavé informace.
- Můžete si díky tomu nadesignovat "vlastní obor", do kterého Vám zařadíme značky, které Vás zajímají.



METODOLOGIE



Metodologie

Celkem: 2340 respondentů

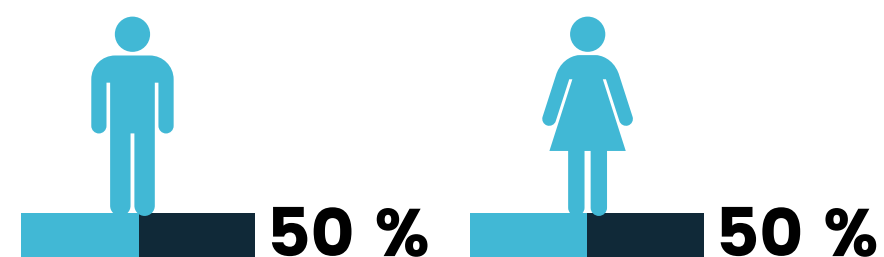
Sběr dat: 29.01.2022 – 07.03.2022

Průměrná délka rozhovoru: 30 minut

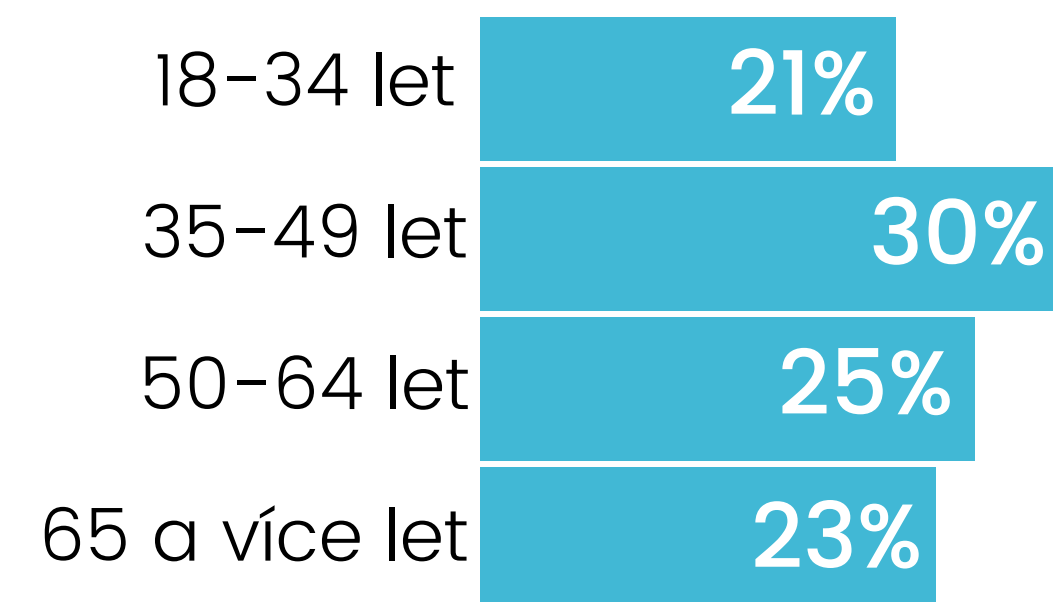


Struktura respondentů

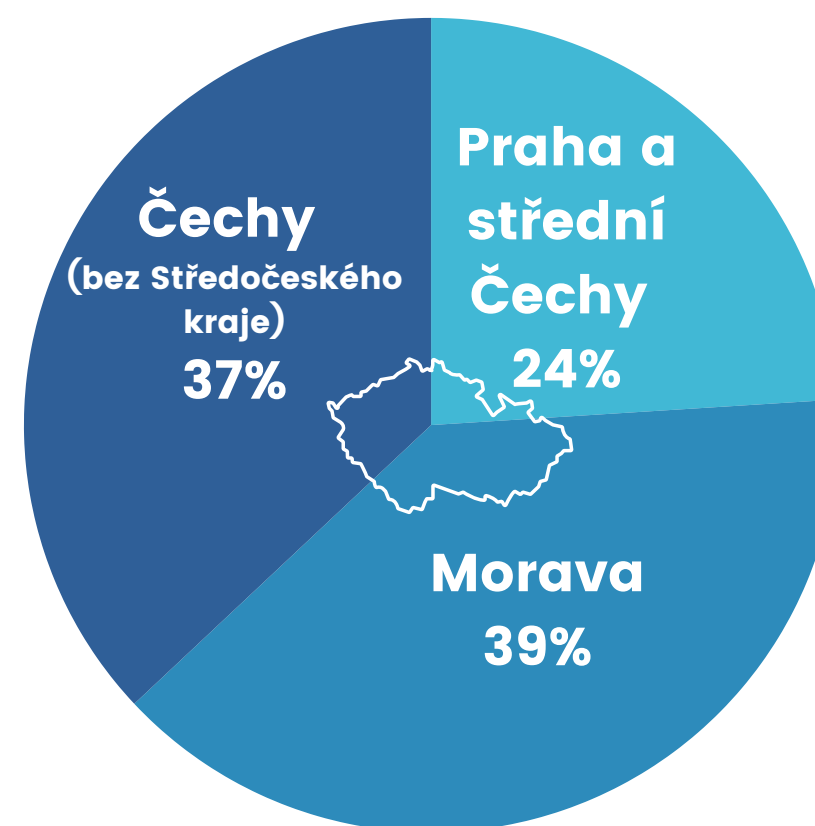
Pohlaví



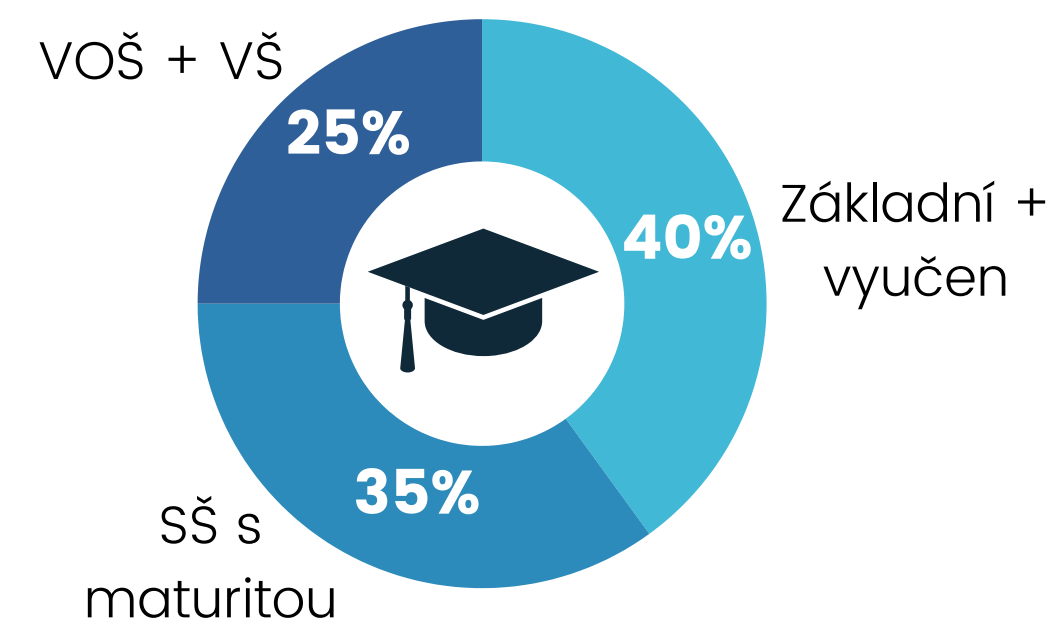
Věkové kategorie



Region



Vzdělání



SÍLA MĚŘENÝCH ZNAČEK V OBORU

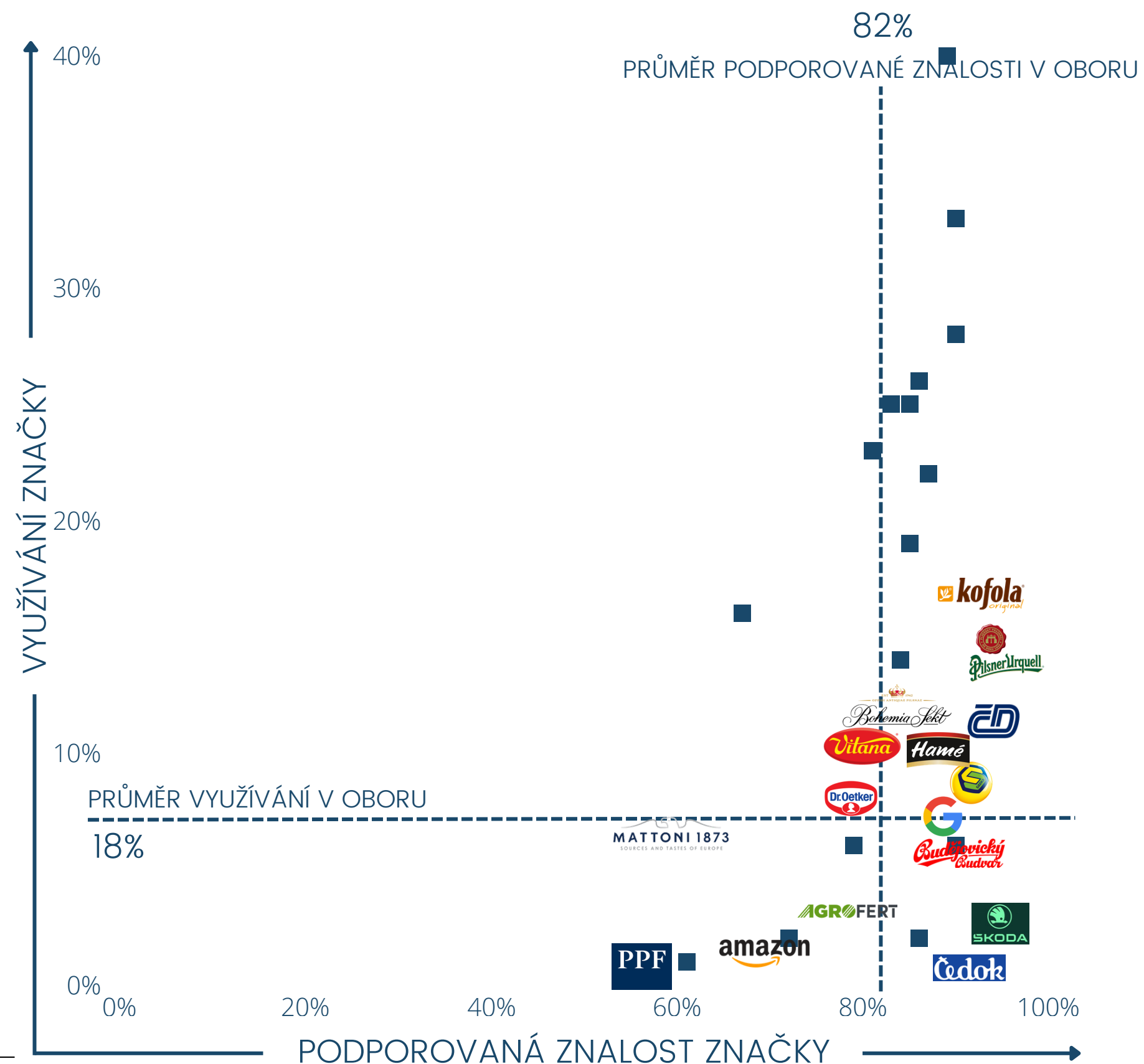


Mapa znalosti a využívání značek

- Značkou s nejlepším poměrem znalosti a využívání je Kofola.
- Mezi značkami v tomto oboru nalezneme mnoho takových, které mají vysokou hodnotu podporované znalosti. Vysoko nad průměrem v oboru se pohybují: Škoda auto, České dráhy, Pilsner Urquell – dosahují 90 %.
- Nejnižší míru využívání mají Čedok, Amazon nebo PPF: 1-2 %.

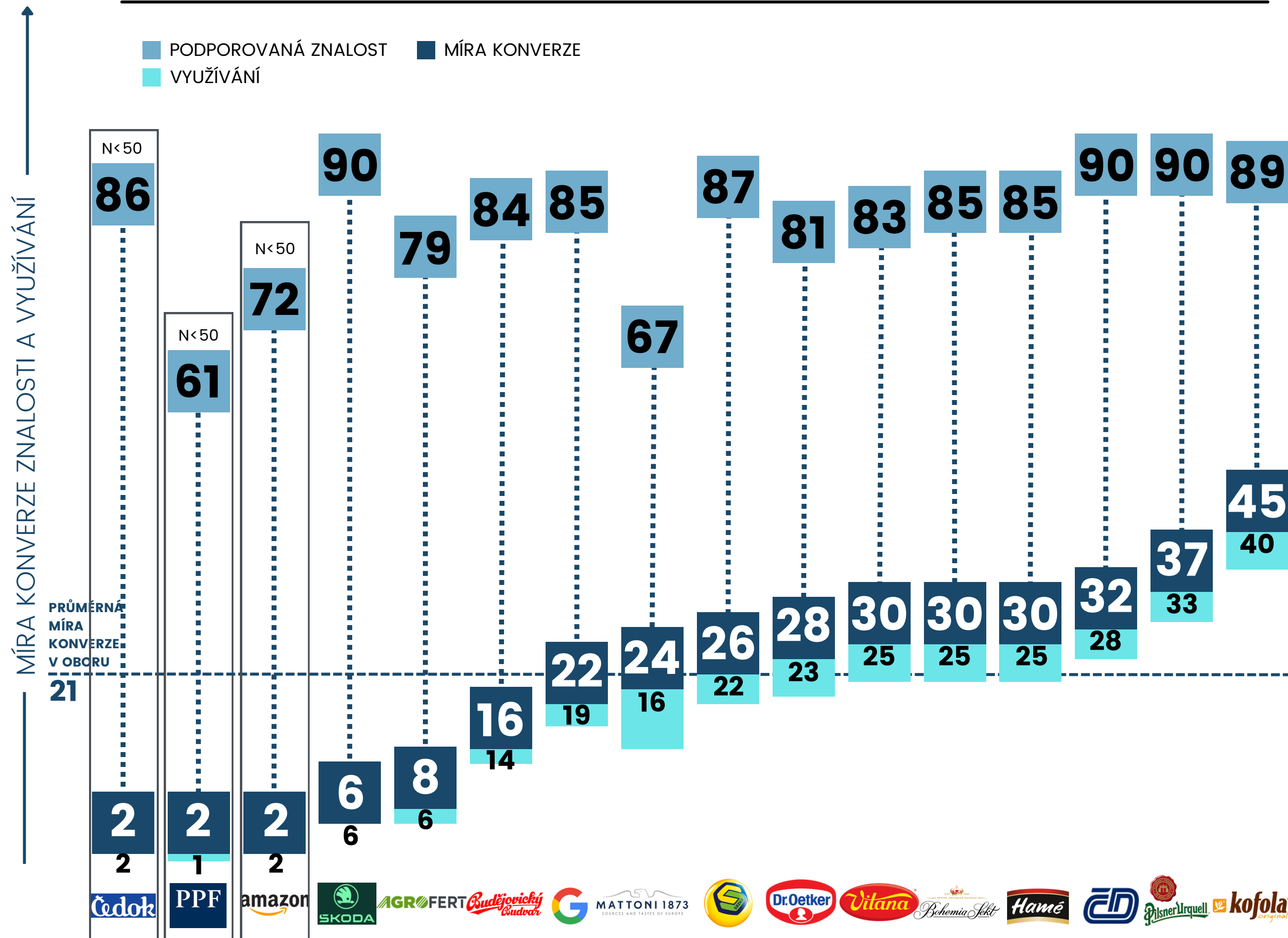


N=2340



Míra konverze

- Nejlepším hráčem v oboru z pohledu zákaznické konverze je Kofola.
- Dobrou míru nadprůměrné konverze ukazují Pilsner Urquell a České dráhy. Vedle toho Hamé, Bohemia Sekt a Vitana mají tendence k předpokládanému růstu zákaznické konverze.
- Více než polovina firem v oboru má míru konverze vyšší, než je celkový průměr v oboru (21).
- Nejhoršími značkami z pohledu míry zákaznické konverze jsou Čedok, PPF a Amazon. Každá z nich má míru konverze 2. Škoda a Agrofert má míru konverze vyšší, ale stále méně než 10.

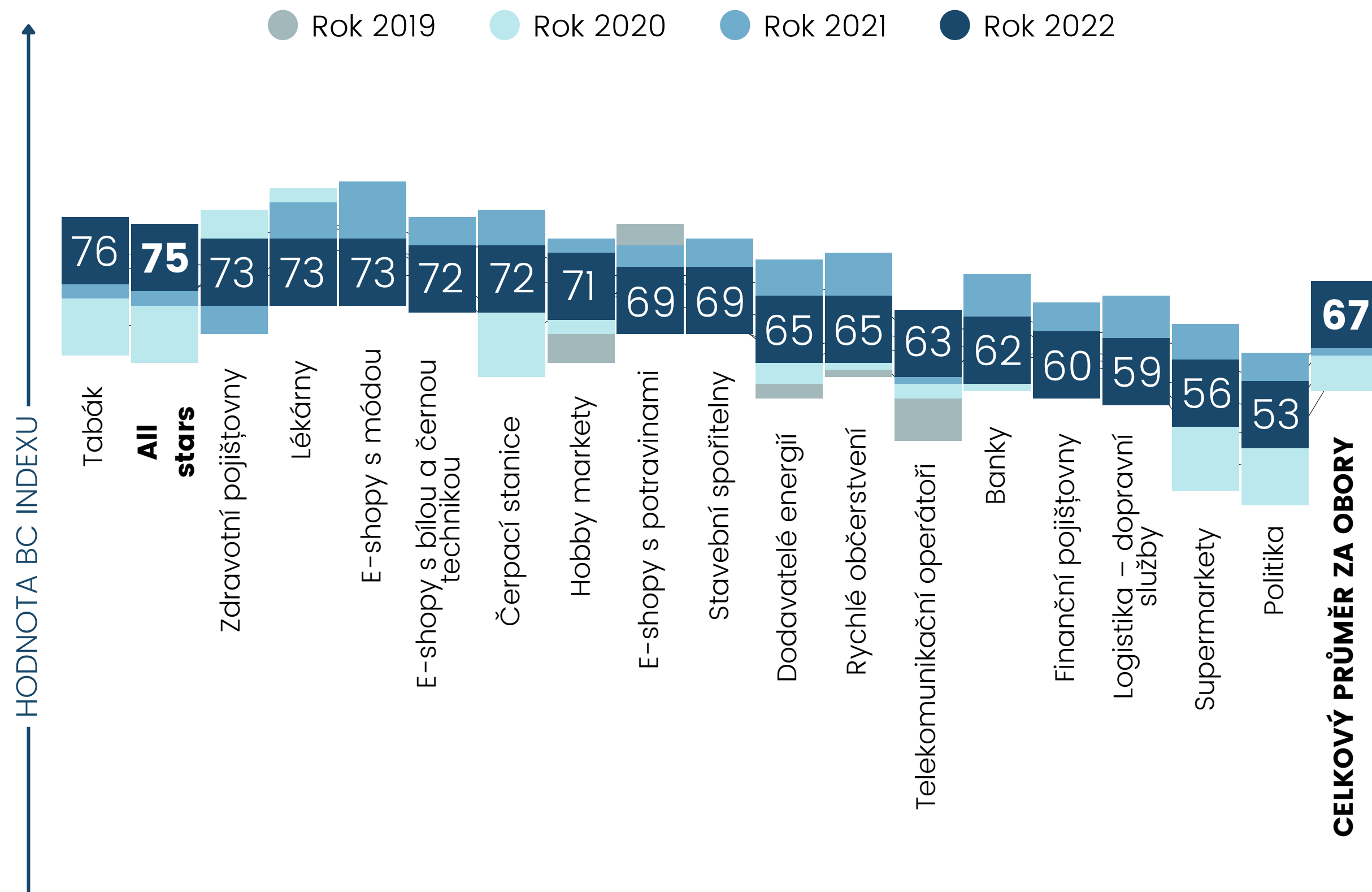


BC INDEX



BC INDEX za jednotlivé obory

- Obor ALL STARS má nadprůměrný BC Index za rok 2022, který je. Mezioborový průměr Indexu je 67.
- Podle BC Indexu se situace u těchto značek vytrvale zlepšuje. Od roku 2020, kdy byly sledovány poprvé, se jejich hodnota BC zvyšuje.



BC INDEX — VÝKONNOST SLEDOVANÝCH ZNAČEK V OBORU



BC INDEX — ALL STARS



PRŮMĚRNÝ BC INDEX
ALL STARS ZNAČEK



PRŮMĚRNÝ BC INDEX
SLEDOVANÝCH
OBORŮ

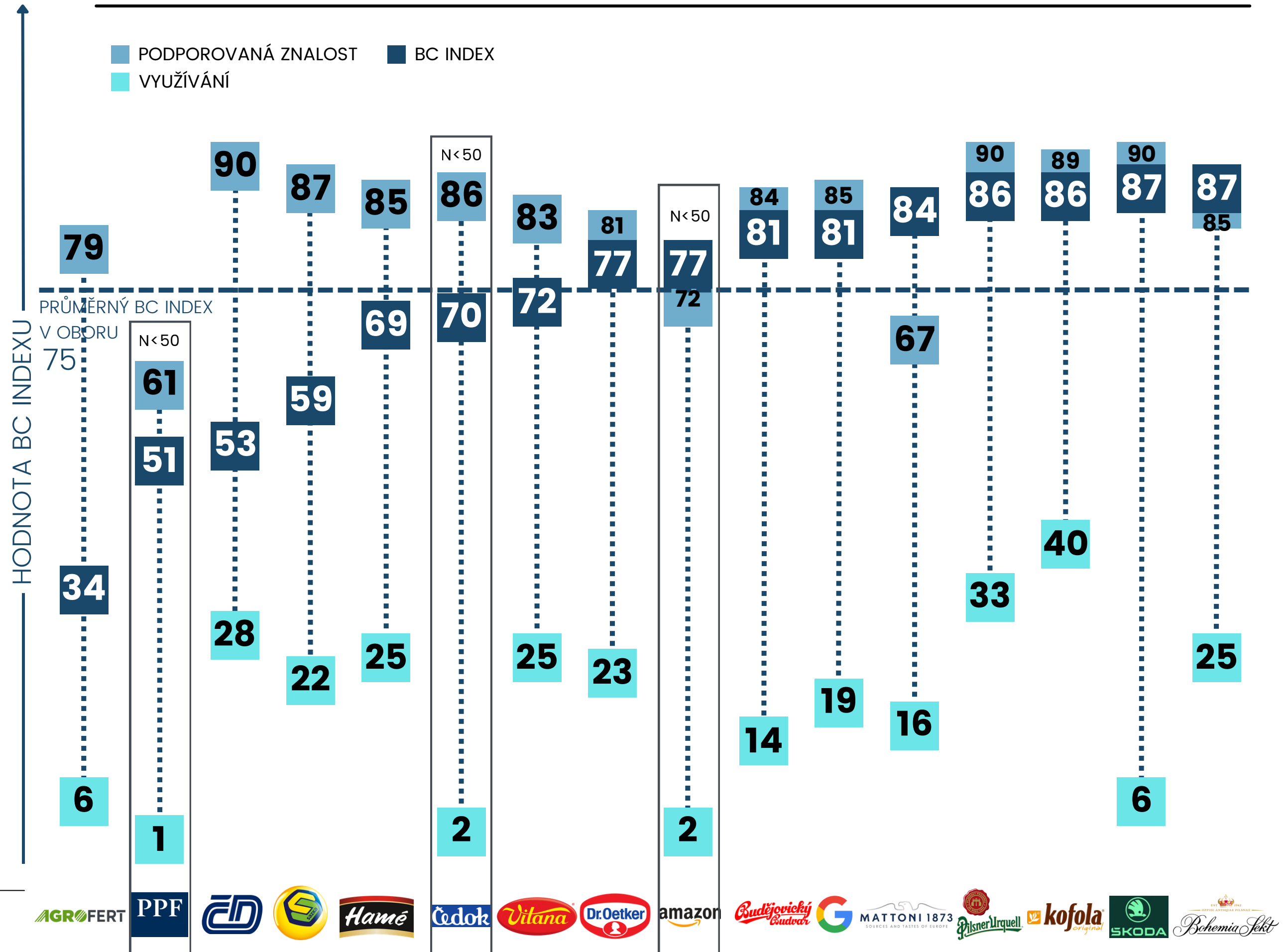
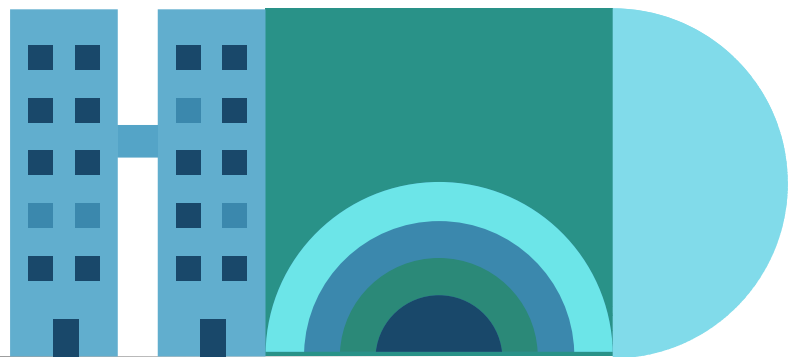


Počet záznamů pro výpočet BC Indexu

Agrofert	145
Amazon	40
Bohemia sekt	576
Budějovický Budvar	310
Čedok	36
České dráhy	644
Dr. Oetker	518
Google	435
Hamé	579
Mattoni 1873	360
Kofola	903
Pilsner Urquell	760
PPF	32
Sazka	510
Škoda Auto	126
Vitana	562

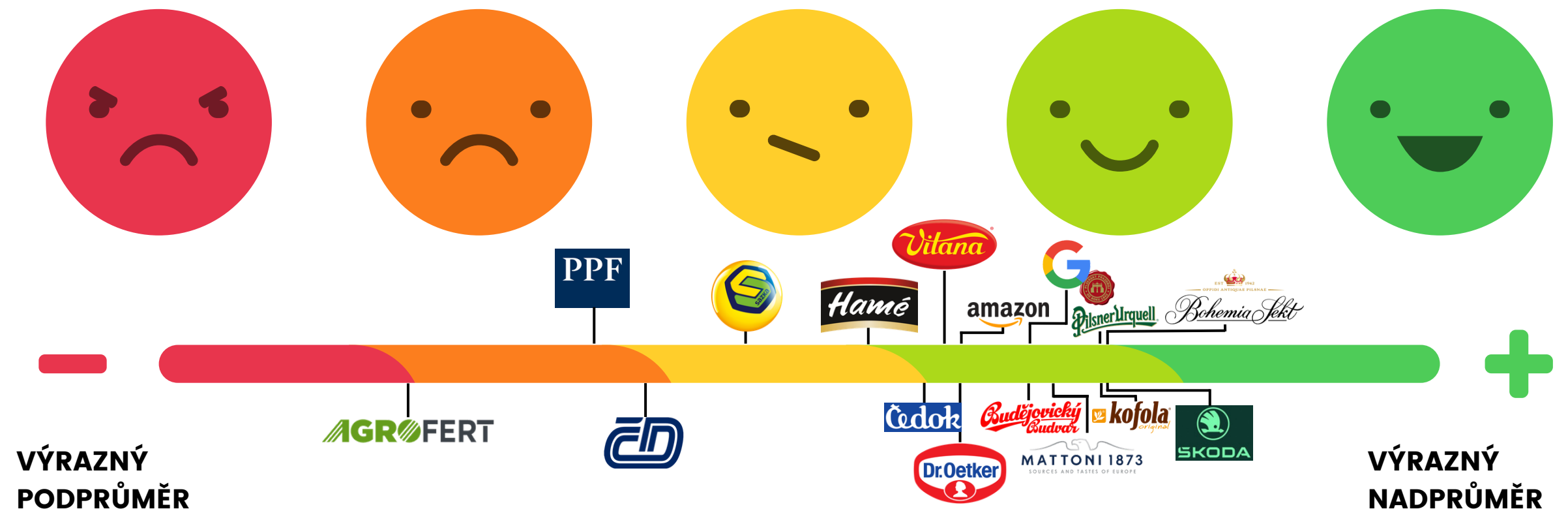
BC INDEX — ALL STARS (2022)

- Rozdíl mezi minimem a maximem je 53 bodů.
- Nejvyšší Index (nad 80 bodů) mají značky jako Bohemia Sekt, Škoda, Kofola, Pilsner Urquell, Mattoni 1873, Google, Budějovický Budvar. Většinou se jedná o značky s podporovanou znalostí, ale také většinou s vyšším skórem využívání. Často se jedná o značky vyrábějící potraviny.
- Nejnižší hodnotu BCI má Agrofert. Dále se nízko pod průměrem pohybují PPF, České dráhy nebo Sazka.



BC INDEX — ALL STARS (2022)

- Obor All Stars má v průměru poměrně vysoký index BC. Většina značek má nadprůměrný BC Index.
- Kategorizace BC Indexu u jednotlivých značek vychází z průměru všech BCI hodnot značek za veškeré sledované roky. Následně byly vypočítány dolní a horní segmenty každé kategorie.



BC INDEX— ALL STARS (2019–2022)

- V oboru vyniká hned několik značek, které mají po celé sledované období nadprůměrní hodnoty BCI: Budějovický budvar, Google, Mattoni 1873, Pilsner Urquell, Kofola, Škoda nebo Bohemia Sekt, ale také Dr. Oetker.
- Ke zlepšení došlo u Amazonu, který se poprvé v roce 2022 dostal na nadprůměrnou hodnotu BCI v oboru. Počet respondentů je ale nízký, výsledek může být zkreslený.
- Pod průměrem se pravidelně pohybuje Agrofert, České dráhy, Sazka, Hamé nebo Vitana. V roce 2022 byly poprvé sledované značky Čedok nebo PPF, které ale zůstávají pod oborovým průměrem.



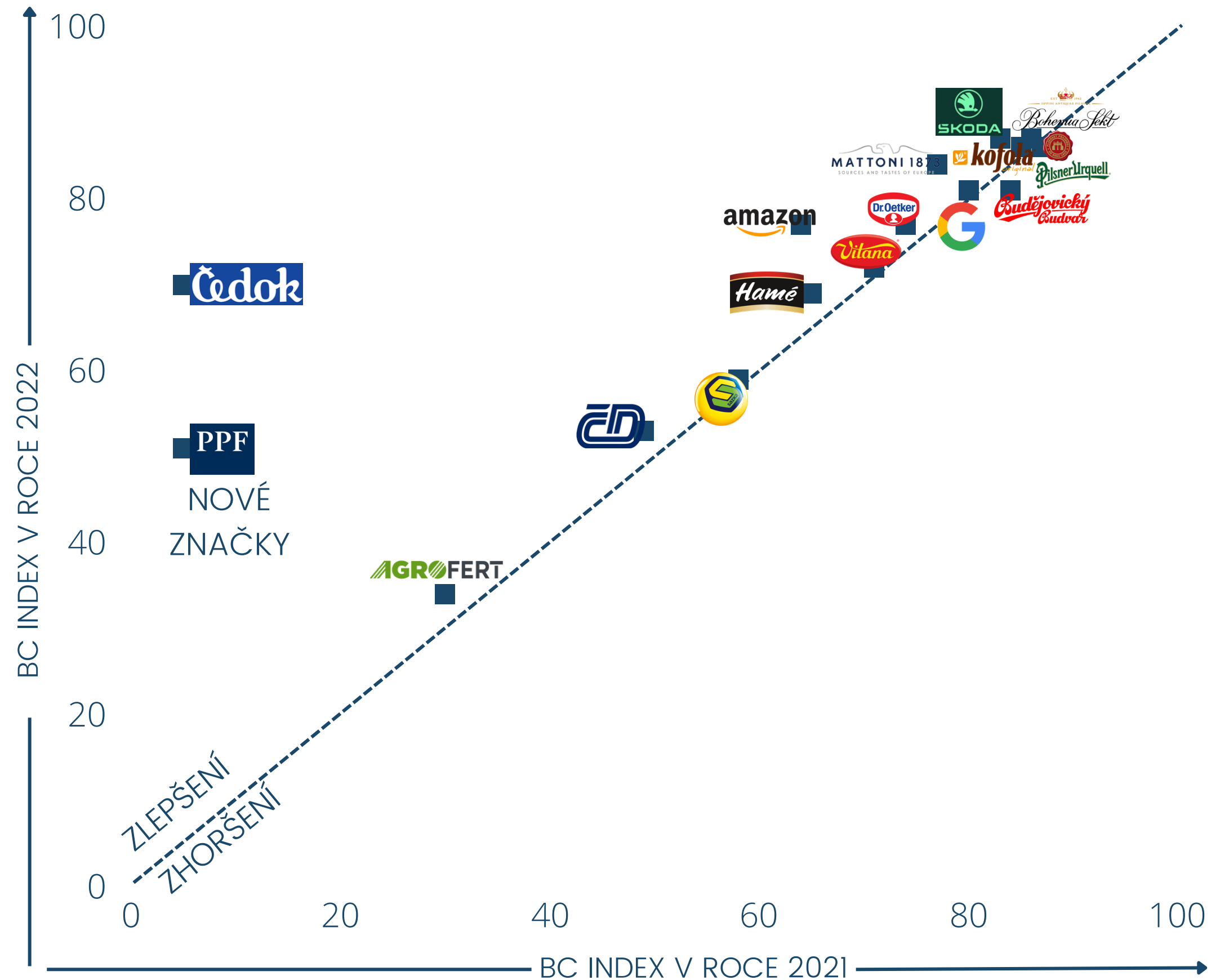
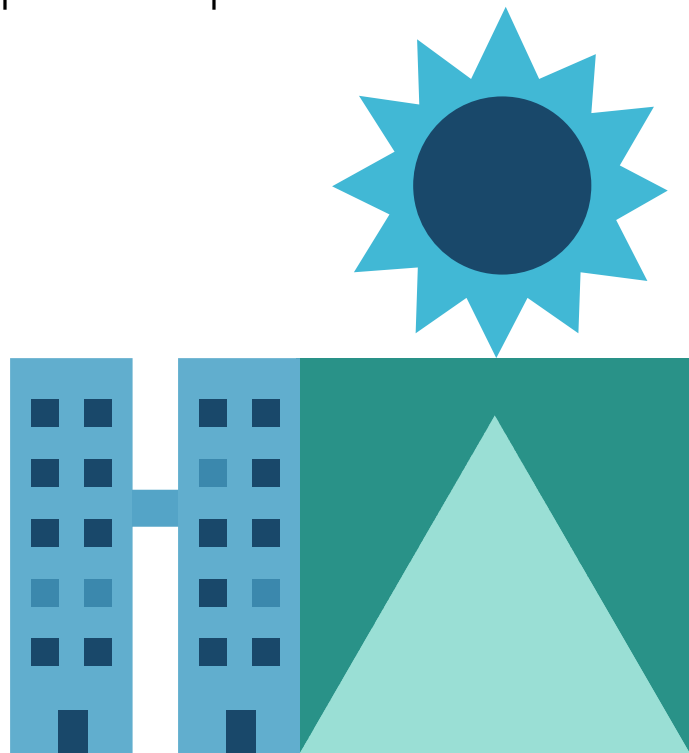
nadprůměrný BCI
podprůměrný BCI
nedostatek dat



BC INDEX			
2020	2021	2022	
	86	87	
75	83	87	
76	85	86	
79	87	86	
73	77	84	
74	80	81	
70	84	81	
63	64	77	N<50
	74	77	
	71	72	
		70	N<50
	65	69	
59	58	59	
49	49	53	
		51	N<50
31	30	34	

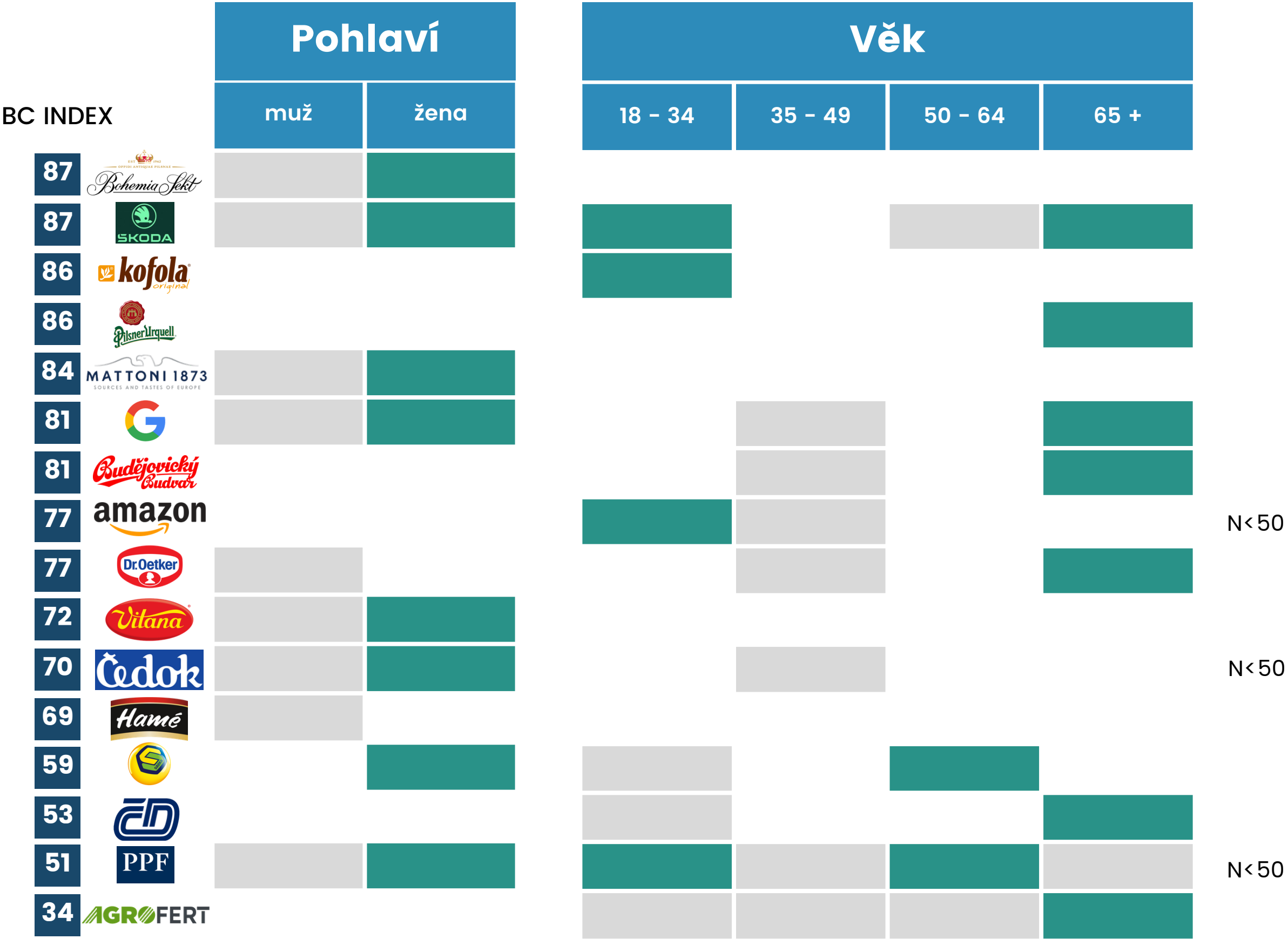
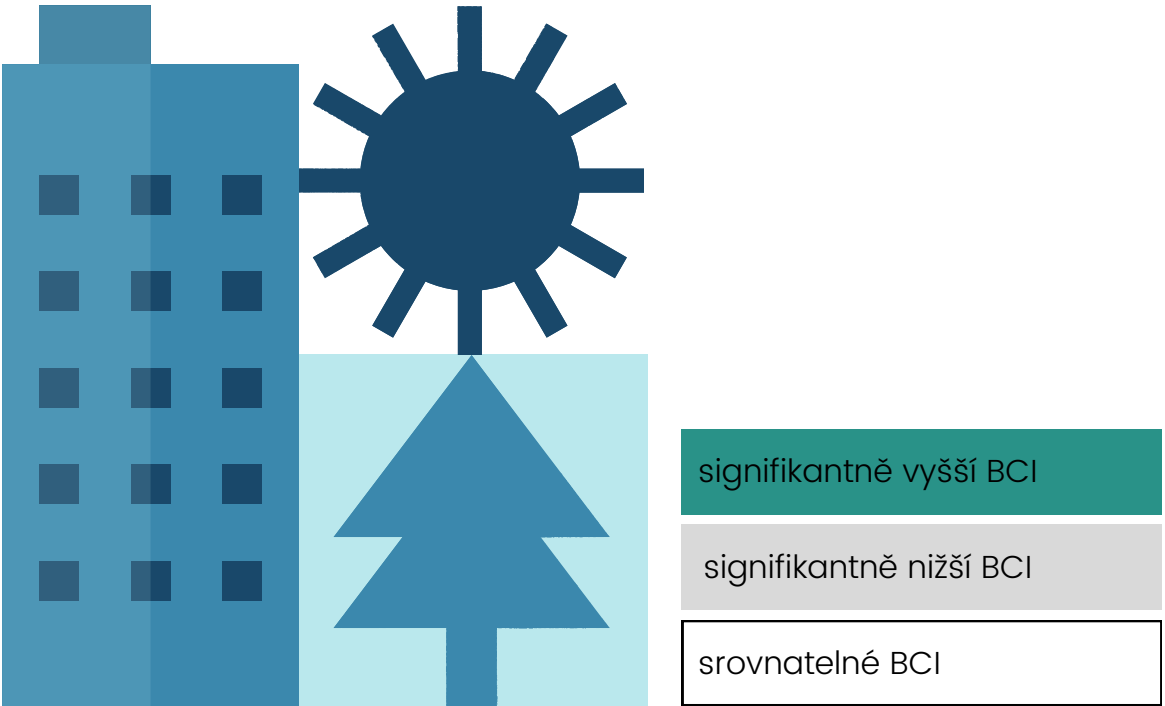
VÝVOJ BC INDEXU

- U většiny sledovaných značek nedošlo k výraznému meziročnímu posunu v BC indexu. K mírnému zlepšení došlo u Bohemia Sekt, Škoda, Kofola, Mattoni 1873, Google, Amazon, Dr. Oetker.
- I u značek s podprůměrným BCI došlo k meziročnímu zlepšení, a to v případě Hamé, Vitana, Sazka, České dráhy nebo Agrofert.
- Nejvýraznější meziroční zlepšení nastalo u PPF - o 46 bodů a Čedok - o 65 bodů. Data u těchto značek jsou ale zkreslena kvůli nízkému počtu respondentů.



Demografický profil BC Indexu

- U některých značek vidíme výraznější preferenci na základě pohlaví, a to především u žen. U žen jsou populárnější Bohemia Sekt, Škoda, Mattoni 1873, Google, ale také Vitana, Čedok, Sazka nebo PPF. U mužů naopak vidíme slabší preference u vybraných značek.
- Preference u některých značek se objevují buď u nejmladší (18–34 let) nebo nejstarší (65+ let) věkové skupiny. To může záviset na sortimentu nebo také na době, od které se značka pohybuje na trhu.



A stylized illustration of a city skyline. On the left, two blue skyscrapers with black windows are connected by a horizontal bridge. A large blue lotus flower with three petals and two small blue dots above it sits atop the left building. To the right of the buildings is a large, abstract geometric shape composed of various shades of blue and green, resembling a mountain or a modern architectural structure.

- | |
|-------------------------|
| signifikantně vyšší BCI |
| signifikantně nižší BCI |
| srovnatelné BCI |

87	
87	
86	
86	
84	
81	
81	
77	
77	
72	
70	
69	
59	
53	
51	
34	

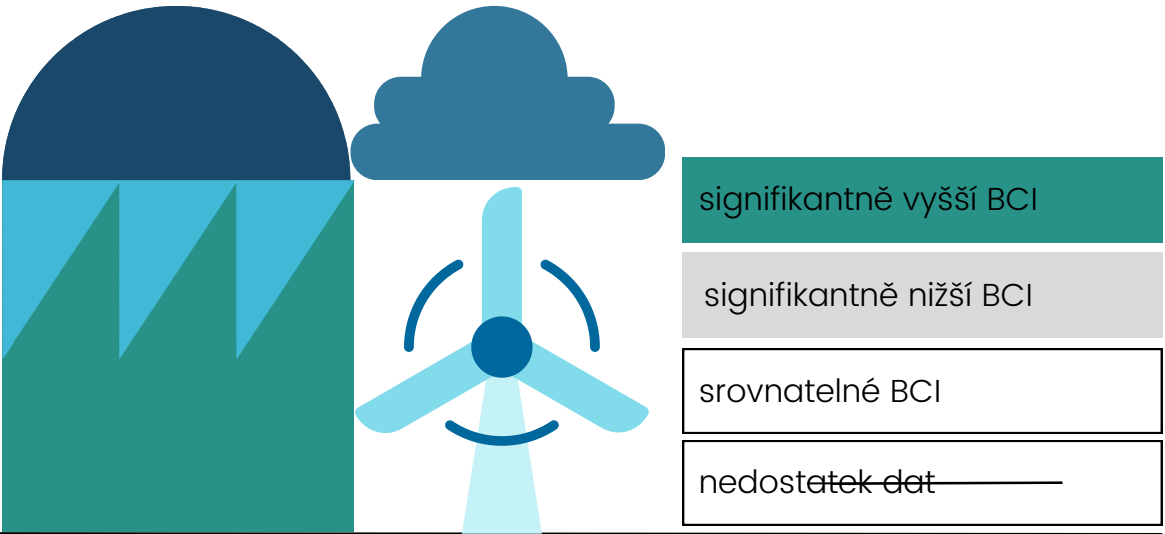
A decorative graphic consisting of several horizontal bars of varying lengths and colors (teal and light gray) arranged in a staggered, overlapping pattern on the right side of the page.

A 10x10 grid with teal and light gray blocks forming a staircase pattern. The teal blocks are located at (1,1), (2,2), (3,3), (4,4), (5,5), (6,6), (7,7), (8,8), (9,9), and (10,10). The light gray blocks are located at (1,2), (1,3), (1,4), (1,5), (1,6), (1,7), (1,8), (1,9), (1,10), (2,1), (2,3), (2,4), (2,5), (2,6), (2,7), (2,8), (2,9), (2,10), (3,1), (3,2), (3,4), (3,5), (3,6), (3,7), (3,8), (3,9), (3,10), (4,1), (4,2), (4,3), (4,5), (4,6), (4,7), (4,8), (4,9), (4,10), (5,1), (5,2), (5,3), (5,4), (5,6), (5,7), (5,8), (5,9), (5,10), (6,1), (6,2), (6,3), (6,4), (6,5), (6,7), (6,8), (6,9), (6,10), (7,1), (7,2), (7,3), (7,4), (7,5), (7,6), (7,8), (7,9), (7,10), (8,1), (8,2), (8,3), (8,4), (8,5), (8,6), (8,7), (8,9), (8,10), (9,1), (9,2), (9,3), (9,4), (9,5), (9,6), (9,7), (9,8), (9,10), and (10,1), (10,2), (10,3), (10,4), (10,5), (10,6), (10,7), (10,8), (10,9).

N < 50

Demografický profil BC Indexu

- Zákazníci, kteří jsou nejvíce spokojeni se službami u určitých značek, jsou častěji vyučeni nebo mají základní vzdělání. Obdobně nadprůměrné BCI vidíme u generace Baby boomers (1946–1964).
- Nejvíce kritickou je Generace X. U Generace Y dosahují BCI hodnoty průměru, pro nejmladší Generaci Z chybí dostatek dat.
- Lidé se SŠ vzděláním hodnotí značky srovnatelně s průměrem BCI, naopak lidé s VŠ vzděláním jsou mnohdy kritičtější, a to zejména k: Google, Budějovický budvar, Dr. Oetker, Vitana, Sazka, České dráhy, Agrofert.



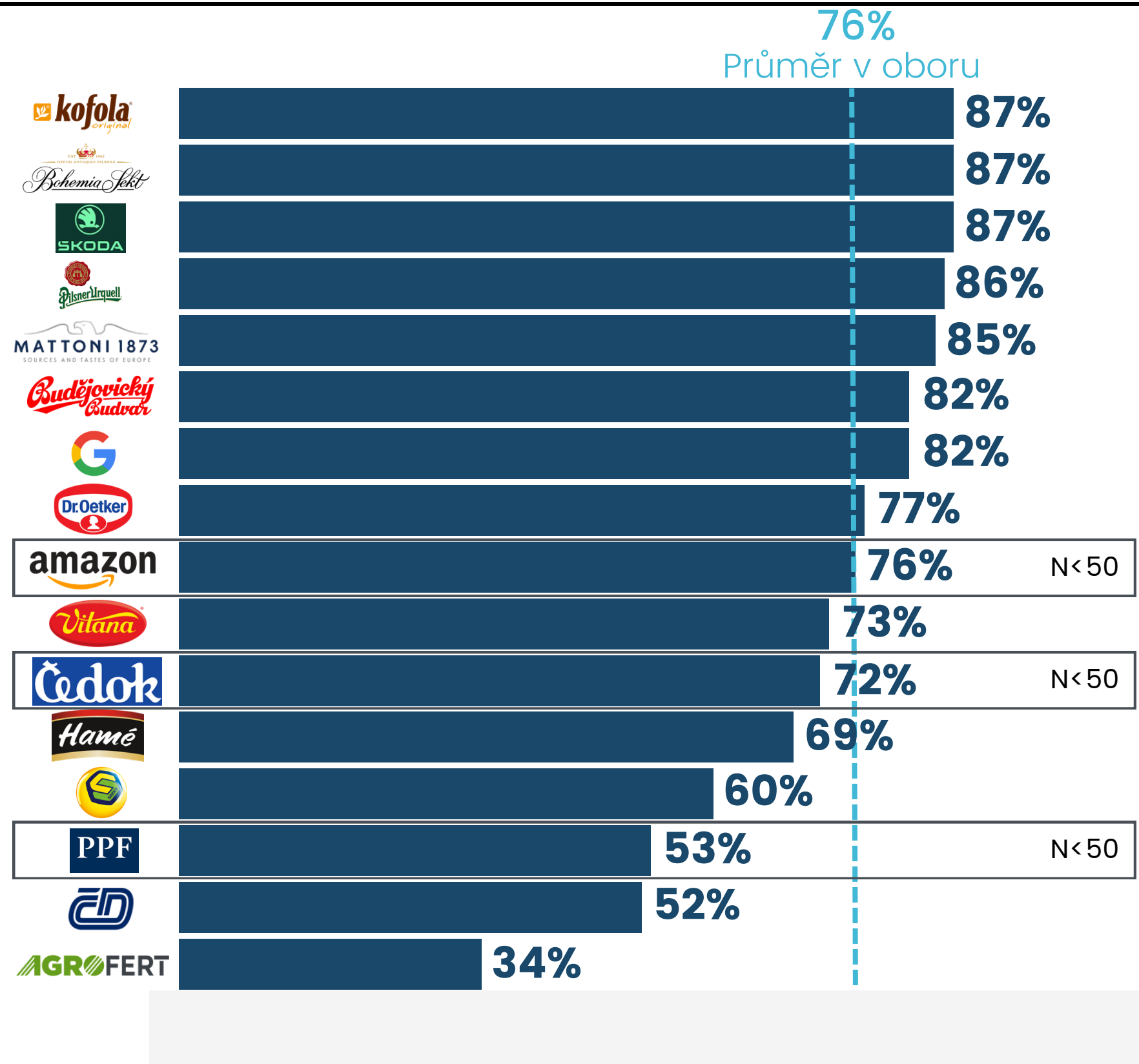
BC INDEX		Vzdělání			Generace				
		ZŠ + vyučen	SŠ s maturitou	VOŠ + VŠ	Baby boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	
87									
87									
86									
86									
84									
81									
81									
77									N<50
77									
72									
70									N<50
69									
59									
53									
51									N<50
34									

DOPLŇKOVÉ UKAZATELE VÝKONNOSTI ZNAČEK



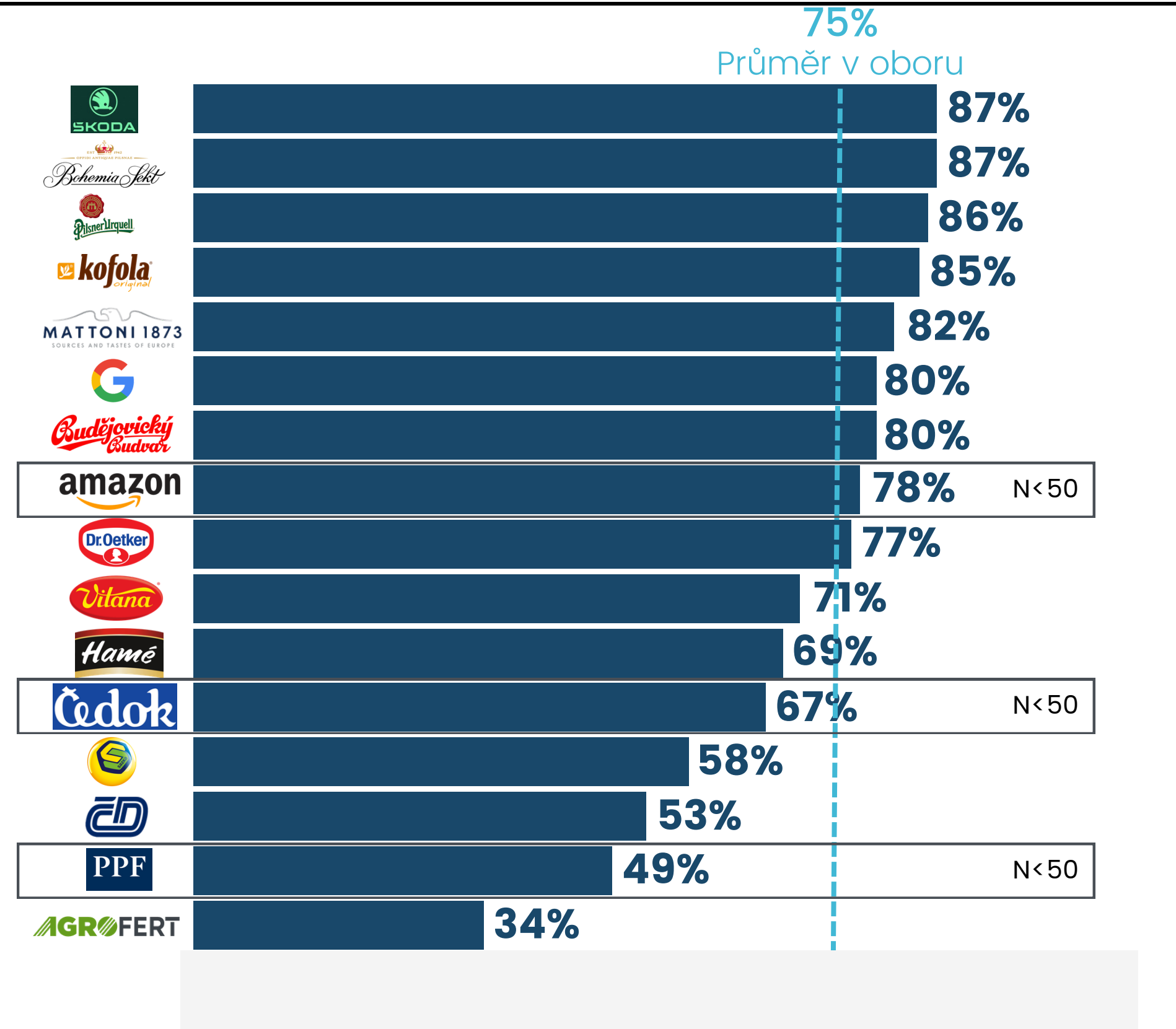
Míra spokojenosti

- Průměrná míra spokojenosti se značkou je v celém oboru 76 %.
- Polovina značek dosahuje nadprůměrné míry spokojenosti. Jedná se o Kofola, Bohemia Sekt, Škoda – tyto značky mají nejvyšší míru spokojenosti. Dále Pilsner Urquell, Mattoni 1873, Budějovický Budvar, Google nebo Dr. Oetker.
- Značně podprůměrnou míru spokojenosti mají PPF, České dráhy nebo Agrofert.



Míra doporučení

- Průměrná míra doporučení značky je dostatečně vysoká a v roce 2022 činí 75 % v celém oboru.
- Nejlepší výsledky v doporučení od svých zákazníků obdržely Škoda, Bohemia Sekt, Pilsner Urquell a Kofola. Tyto značky jsou značně nadprůměrně doporučovány.
- Nejméně doporučení od svých zákazníků mají PPF a Agrofert.

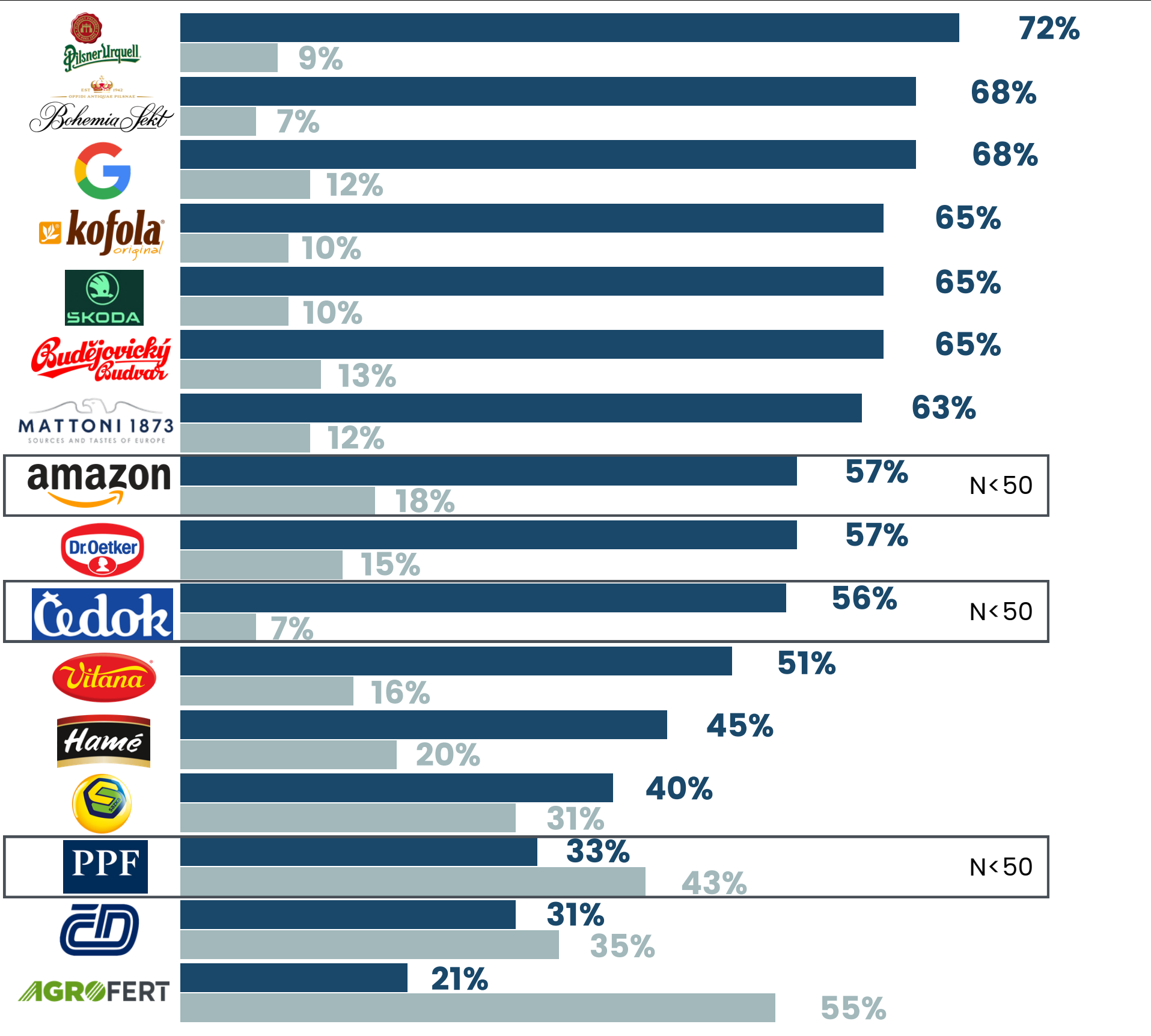


Promotéři vs. detraktoři

- Mnoho sledovaných značek v oboru má velmi dobrý poměr mezi detraktory a promotéry. Jedná se např. Pilsner Urquell, Bohemia Sekt nebo Google – tyto značky mají velmi vysoký podíl promotérů. Ale i u řady dalších vidíme pozoruhodný výsledek.
- Značky s vyšším počtem detraktorů jsou Agrofert (více než polovina), České dráhy nebo PPF. Také mezi značkami Sazka nebo Hamé pozorujeme výrazné zastoupení detraktorů.

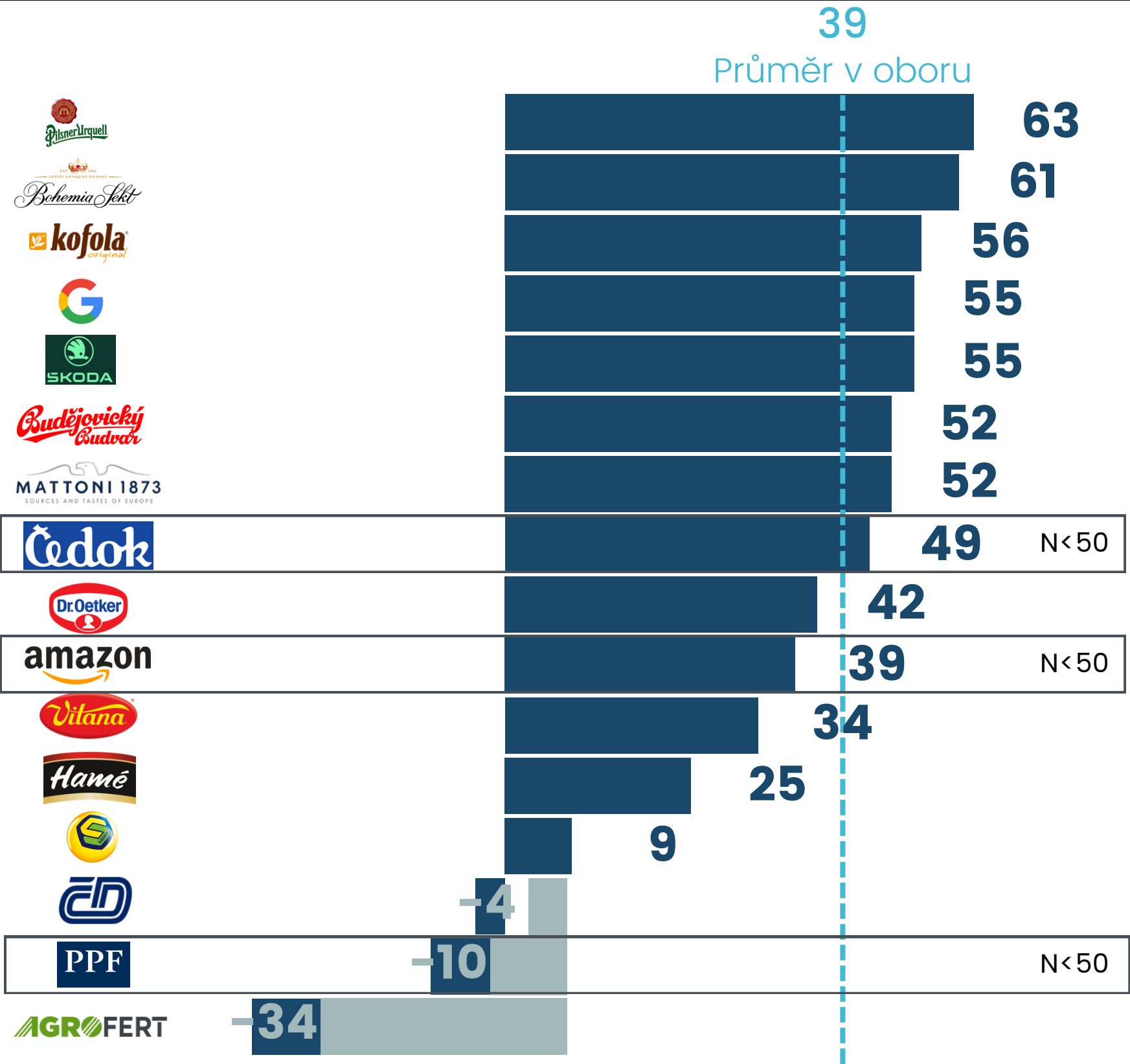


promotéři
detraktoři



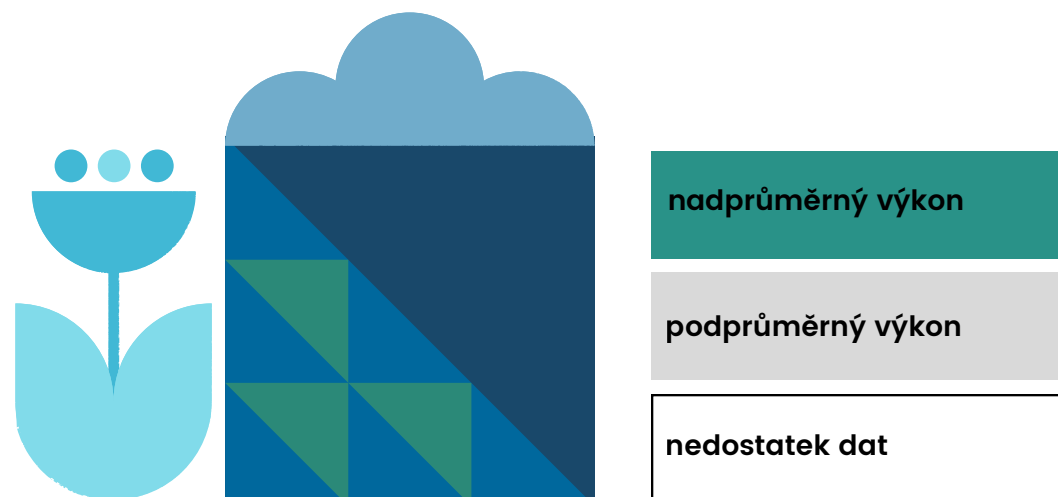
Net Promoter Score (2022)

- Většina sledovaných značek v oboru má nadprůměrné NPS. Nejlepších hodnot dosahují Pilsner Urquell a Bohemia Sekt.
- Průměrného NPS v oboru dosahuje Amazon.
- Pod průměrem se pohybují Vitana, Hamé nebo Sazka. Pod průměrem, navíc se zápornými hodnotami, se nachází České dráhy, PPF nebo Agrofert.



Net Promoter Score (2019-2022)

- Řada značek se v meziročním porovnání NPS stále pohybuje nad oborovým průměrem. Jedná se o Bohemia Sekt, Škoda, Kofola, Pilsner Urquell, Mattoni 1873, Google nebo Budějovický Budvar a Dr. Oetker.
- V roce 2022 došlo ke zlepšení u Amazon. Ze značek, které byly sledovány tento rok poprvé a hned dosáhly nadprůměrného výsledku, se jedná jen o Čedok.
- Stále pod průměrem se nachází Vitana, Hamé, Sazka, České dráhy a Agrofert. A také PPF, které bylo v roce 2022 sledováno poprvé.



BC INDEX

87	Bohemia Sekt
87	SKODA
86	kofola
86	Pilsner Urquell
84	MATTONI 1873
81	Google
81	Budějovický Budvar
77	amazon
77	Dr.Oetker
72	Vitana
70	Čedok
69	Hamé
59	Sazka
53	ČD
51	PPF
34	AGROFERT

Net Promoter Score			
2020	2021	2022	
	60	61	
41	54	55	
36	58	56	
47	63	63	
30	44	52	
32	47	55	
25	55	52	
8	10	39	N<50
	38	42	
	26	34	
		49	N<50
	16	25	
2	4	9	
	-11	-4	
		-10	N<50
-45	-46	-34	

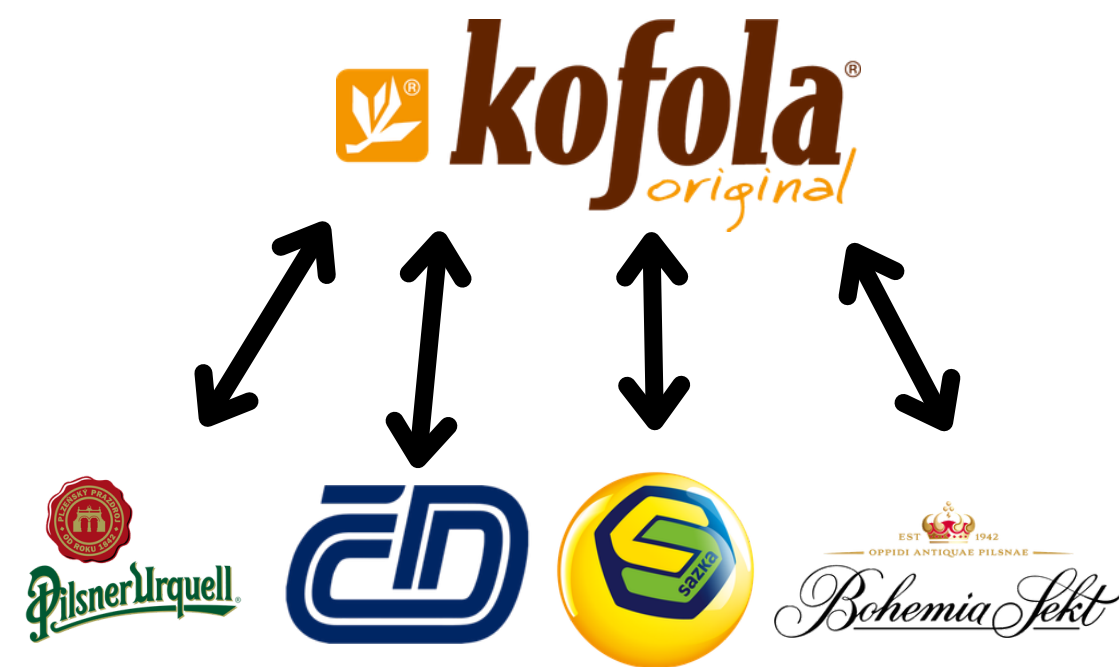
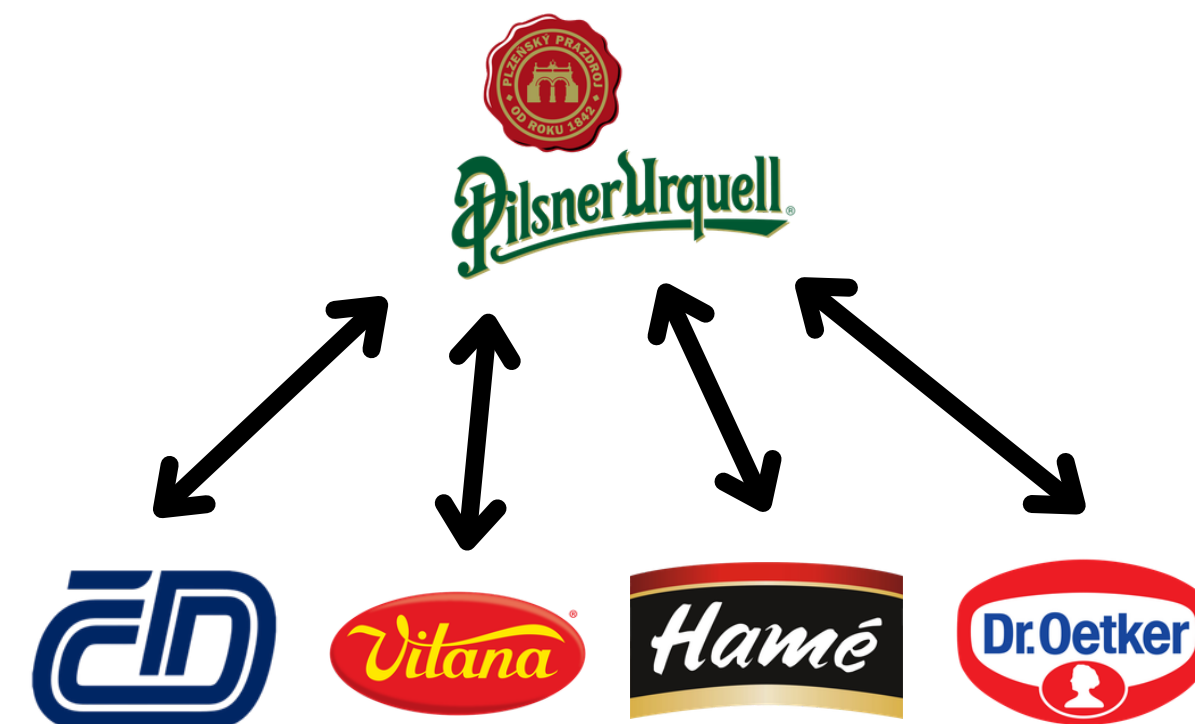
DIAGNOSTIKA SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK



Nejlepší kombinace pro značky Kofola a Pilsner Urquell

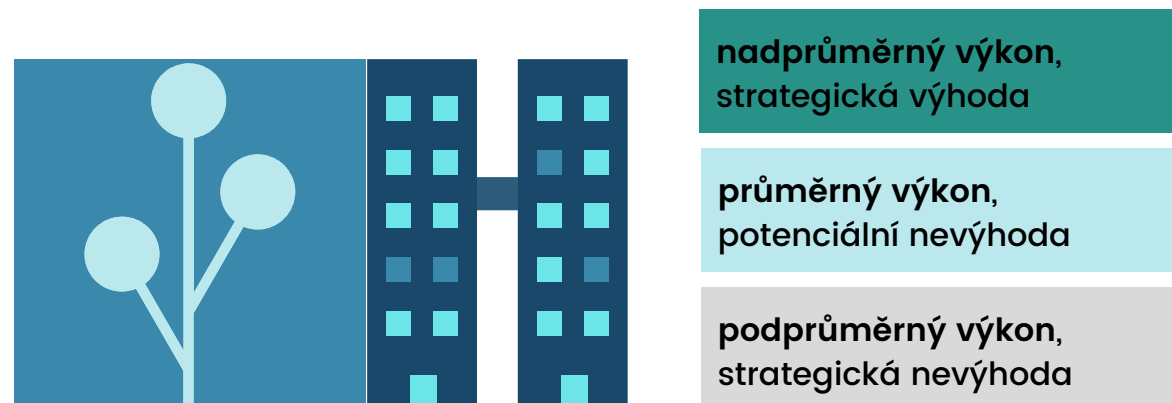
- Na základě analýzy je možné zjistit souvislosti mezi preferencemi zákazníků u sledovaných značek. U zákazníků nebo obecně lidí, kteří preferují např. Kofolu, je větší pravděpodobnost, že se je podaří oslovit u dalších značek, ke kterým mají podobně pozitivní vztah. Konkrétně se jedná o Pilsner Urquell, ČD, Sazka, Bohemia Sekt.

Pokud takto sledujeme vztahy mezi dalšími preferovanými značkami u určité skupiny lidí, je možné uvažovat nad navázáním spolupráce mezi značkami, aby byl maximálně využit potenciál reklamy u cílové populace. Konkrétně díky analýze předpokládáme, že kdyby Kofola umístila reklamu do výše uvedených značek, zvýšil by se tím potenciál oslovení dalších zákazníků.



Souhrn diagnostiky silných a slabých stránek značky

- Nejlepšími značkami jsou Bohemia Sekt, Kofola a Pilsner Urquell. Škoda dosahuje v míře konverze podprůměrných výsledků v oboru. U řady dalších značek pozorujeme kombinaci nadprůměrných, průměrných, ale také podprůměrných výsledků ve sledovaných kategoriích. Průměru se nejvíce blíží např. Google, Budějovický Budvar, Dr. Oetker nebo Vitana.
- Nejvíce pod průměrem ve sledovaných oblastech se pohybují PPF a Agrofert.



BC INDEX

87	
87	
86	
86	
84	
81	
81	
77	
77	
72	
70	
69	
59	
53	
51	
34	

[illegible]

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ



Shrnutí výsledků



- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022, i v meziročním srovnání
- Podprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více detraktorů než promotérů
- Podprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků, míra spokojenosti a doporučení zákazníků také pod průměrem oboru
- Podprůměrné NPS (záporné)



- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Podprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Podprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků, míře spokojenosti i doporučení
- NPS pod průměrem oboru



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Nadprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků, míře spokojenosti a doporučení zákazníků
- Nadprůměrné NPS



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost, ale podprůměrné využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je v průměru oboru, stejně tak míra konverze
- Nadprůměrné NPS



- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost, ale podprůměrné využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Podprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je v průměru oboru
- Nadprůměrné NPS



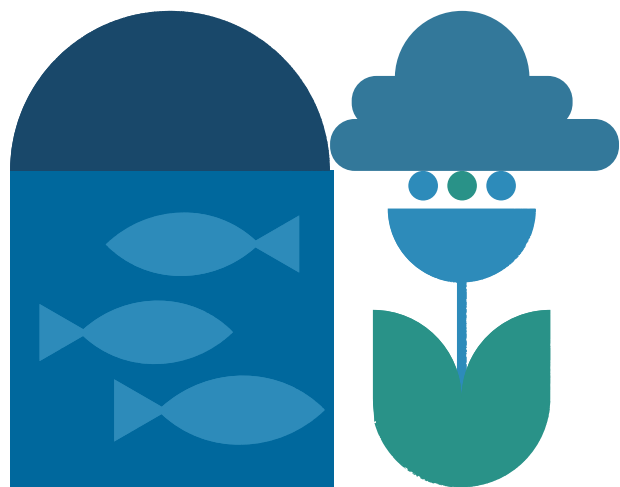
- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Nadprůměrná míra konverze
- Má více detraktorů než promotérů
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je pod průměrem oboru
- NPS pod průměrem (záporné)



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Podprůměrná podporovaná znalost, ale nadprůměrné využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Nadprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je v průměru oboru
- Průměrné NPS



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Průměrný výsledek v síle značky, míře spokojenosti a doporučení zákazníků
- Nadprůměrné NPS



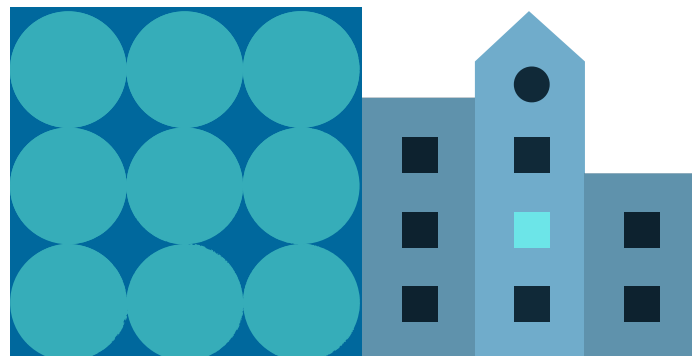
Shrnutí výsledků



- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Nadprůměrná míra konverze
- Má více promotérů než detraktorů
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je v průměru oboru
- Podprůměrné NPS



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Podprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Průměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je v průměru oboru
- Nadprůměrné NPS



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Nadprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků, míra spokojenosti a doporučení zákazníků také nad průměrem oboru
- Nadprůměrné NPS



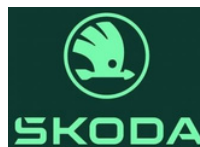
- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Nadprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků, míra spokojenosti a doporučení zákazníků také v průměru oboru
- Nadprůměrné NPS



- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Podprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více detraktorů než promotérů
- Podprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků, v míře spokojenosti a doporučení zákazníků také pod průměrem oboru
- Podprůměrné NPS (záporné)



- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Průměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je pod průměrem oboru
- NPS pod průměrem



- Nadprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost, ale podprůměrné využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Podprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je nad průměrem oboru
- Nadprůměrné NPS

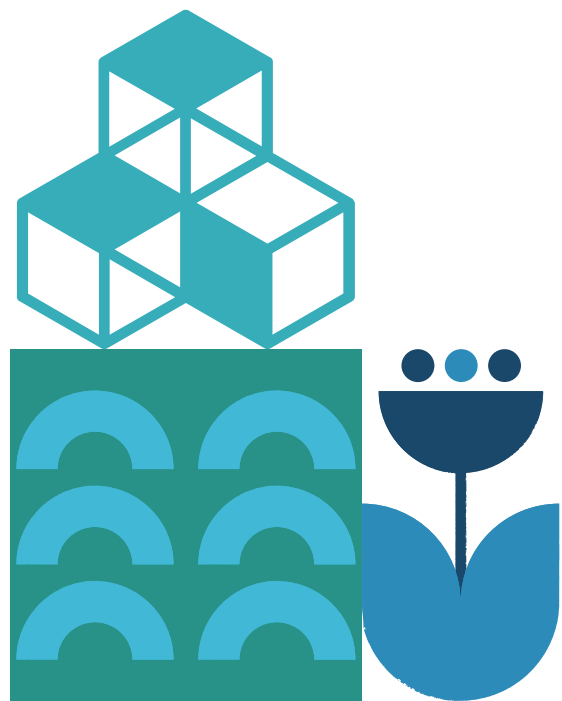


- Podprůměrný BC Index v oboru dle výsledků za rok 2022
- Nadprůměrná podporovaná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detraktorů
- Nadprůměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je v průměru oboru
- Průměrné NPS

SLOVNÍČEK POJMŮ



Slovníček pojmů



pojem	význam
znalost značky	% respondentů univerza, kteří dotazovaně znají danou značku
využívání značky	% respondentů univerza, kteří během posledních 12 měsíců využívali danou značkou
zákaznická konverze	% zákazníků dané značky z těch, co tuto značku znají
Brand Comparison Index (BCI)	Index vyjadřující úroveň zákaznické zkušenosti (konstruován na základě spokojenosti, doporučení a oblíbenosti značky)
spokojenost	hodnocení spokojenosti na škále 0 – 10, kde 0 = „naprosto nespokojen/a“, 10 = velmi spokojen/a”
doporučení	míra doporučení na škále 0 – 10, kde 0 znamená „určitě nedoporučil/a“ a 10 znamená „určitě doporučil/a“
Net Promoter Score (NPS)	indikátor zákaznické spokojenosti / loajality, podle odpovědí na otázku doporučení je definovaný % podíl promoters (odpovědi na škále doporučení 9,10) a detraktorů (odpovědi 0–6). NPS je pak vypočítáno jako % promoters – % detraktors
oblíbenost značky	% respondentů, kteří danou značku uvedli jako nejoblíbenější
loajalita	% respondentů, kteří mají danou značku jako nejoblíbenější a zároveň jsou s ní velmi spokojeni

Děkujeme za Váš
zájem a rádi Vám
odpovíme na
všechny dotazy

Kontakt

SC&C spol. s r.o.
Krakovská 7, Praha 1
IČ. 45280541
tel: +420 777 759 419
marketing@scac.cz
www.bcindex.cz
www.scac.cz