



Już po raz czwarty sprawdziliśmy, które marki produktów i usług dla biznesu cieszą się największym zaufaniem przedsiębiorców z sektora MSP. Prezentujemy podsumowanie tegorocznej edycji naszego badania, a zwycięzcom serdecznie gratulujemy.



UFA, LUBI, KUPUJE

Stworzenie dobrego produktu lub usługi to zbyt mało, by osiągnąć sukces. Decyduje o nim coś jeszcze – co jest trudniej mierzalne niż udziały w rynku czy przychody ze sprzedaży. To silna, wiarygodna marka i związane z nią pozytywne skojarzenia obecnych i potencjalnych klientów. Komu najbardziej ufają przedsiębiorcy?

➔ Piotr Ceregra

W naszym cyklicznym badaniu pytamy przedsiębiorców nie o to, od kogo kupują produkty czy usługi, tylko o to, które

marki będą ich największe zaufaniem, i prosimy, by wymienili je spontanicznie, niczym niezasugerowani. Kojarzona silnie z daną marką wysoka jakość, niezawodność i wiarygodność, świadomość, że korzystanie z sygnowanych nią towarów czy usług jest wygodne, że oznacza bezpieczną, komfortową współpracę, wcześniej czy później przełożą się na jej sprzedaż i przywiązanie klientów. A najważniejsze, że sprzyja to rozwojowi obu stron: sprzedającego i kupującego.

Gdy porównamy wyniki kolejnych edycji badania Marka Godna Zaufania, tym, co rzuca się w oczy przede wszystkim, jest duża ich powtarzalność. W zeszłorocznym komentarzu do naszego rankingu zwracaliśmy uwagę, że aż w 16 kategoriach (na 23, obecnie jest ich 26), w latach 2017 i 2018 najlepsza okazała się ta sama marka. W tegorocznej edycji lista „etatowych” laureatów ciut się skróciła, ale wciąż jest imponująco powtarzalna. Przez trzy kolejne lata zwycięzca pozostał ten sam w 12 kategoriach. Tu szczególnym przypadkiem jest mBank, który po raz trzeci

z rzędu został wyróżniony przez przedsiębiorców aż w dwóch podrankingach – jako najbardziej wiarygodny dostawca kont firmowych i kredytów dla biznesu. Inny ubiegłoroczny podwójny zwycięzca, HP, utrzymał prowadzenie w jednej kategorii (urządzenia wielofunkcyjne). Są i niespodzianki – np. Play, także 2-krotnie najlepszy w 2018 r., tym razem nie zajął ani jednego pierwszego miejsca.

Kategorie, w których przez ostatnie trzy lata za każdym razem wygrywał ktoś inny, znaleźliśmy tylko trzy. Dotyczyło to marek komputerów osobistych, samochodów osobowych oraz sieci hoteli dla biznesu.

Tegoroczne badanie jest pierwszym, w którym żadnej z marek nie udało się zdobyć więcej niż połowy głosów ankietowanych przedsiębiorców. Najwyższy wynik uzyskany w 2019 r. to 47,7 proc. wskazań. Przypomnijmy, że rok temu powyżej 50% otrzymały dwie marki (HP i LOT), natomiast w 2017 r. było ich aż pięć (oprócz wymienionych powyżej, także Microsoft, Kruk i Orlen).

PRZEGLĄD KATEGORII



NOWE TECHNOLOGIE

Samsung (39,4 proc.) przed Apple (24,5 proc.): tak wygląda czołówka zestawienia najlepiej postrzeganych marek smartfonów. Kolejność jest identyczna, jak przed rokiem, lecz przewaga koreańskiej firmy nad ame-

rykańską wyraźnie się zmniejszyła. Co ciekawe, gdyby w badaniu wzięły udział wyłącznie kobiety, byłby niemal remis (35,2 proc. do 33,8 proc.)

Dwa lata temu Lenovo, rok temu HP, a obecnie – Dell: to zwycięzcy w kategorii Komputery osobiste. Warto zwrócić uwagę, że 27,1 proc. wskazań to najlepszy wynik, jaki którykolwiek producent komputerów uzyskał w trzech ostatnich edycjach badania. Ciekawostką jest, że wśród najstarszych respondentów (w wieku 45+) największym zaufaniem cieszy się HP, zaś wśród przedstawicieli najmniejszych firm, zatrudniających do 10 osób – Lenovo.

Dwie kolejne kategorie to zwycięstwa dwóch pewniaków. Marka HP znów otrzymała tytuł najbardziej godnego zaufania producenta wielofunkcyjnych urządzeń biurowych, zaś Microsoft – najbardziej godnego zaufania producenta oprogramowania dla firm. Ich przewaga nad konkurentami była i wciąż jest gigantyczna, ale trzeba odnotować, że wyniki obu marek (46,5 proc. i 43,9 proc.) są wyraźnie niższe niż rok i dwa lata temu.

W tegorocznym rankingu pojawiły się dwie nowe kategorie technologiczne. Najbardziej wiarygodną marką hostingową okazała się home.pl (29,7 proc. wskazań), zaś spośród marek oferujących usługi w chmurze – Comarch (23,2 proc.)

T-Mobile wygrała jako operator telekomunikacyjny, a Orange – jako dostawca



internetu. Ubiegłoroczny lider obu tych kategorii, Play, zanotował spadek na, odpowiednio, drugie i trzecie miejsce. Na rynku telekomunikacyjnym funkcjonuje kilka silnych marek, dlatego w obydwu tych kategoriach głosy respondentów są mocno rozproszone. Do wygranej wystarczyło więc 30,3 proc. wskazań (T-Mobile), a nawet 25,8 proc. (Orange). W czołówkach obu zestawień powtarzają się te same marki, a jedynym wyjątkiem jest tu UPC notowana na czwartej pozycji wśród dostawców internetu i to z solidnym wynikiem 11,6 proc.



FINANSE

Nie widać końca sukcesów mBanku, który, podobnie jak rok i dwa lata temu, okazał się najbardziej godną zaufania marką w obu bankowych kategoriach (konta firmowe i kredyty). Wprawdzie w tej pierwszej odsetek wskazań wyraźnie się obniżył w porównaniu z zeszłym rokiem, niemniej przewaga mBanku nad konkurentami wciąż pozostaje bezpieczna. Jedynie w najstarszej grupie wiekowej (45+) równie dobrze (kredyty) lub nawet nieco lepiej (konta) wypada PKO BP. Największy polski detalista w obu kategoriach zajął pewne drugie miejsce. Z kolei trzecie pozycje w obu rankingach przypadły ING wybieranemu relatywnie najczęściej przez najmłodszych ankietowanych (poniżej 35. roku życia).

TEGOROCZNE BADA- NIE JEST PIERW- SZYM, W KTÓRYM ŻADNA Z MAREK NIE ZDOBYŁA WIĘCEJ NIŻ POŁOWY GŁOSÓW

Zastanawiające są natomiast wyniki w kategorii Systemy płatnicze. Samo zwycięstwo Visy nad Mastercardem nie zaskakuje (Visa jest laureatką sprzed roku i sprzed dwóch lat), ale już rozmiary wygranej – bardzo. Pierwsza z tych organizacji uzyskała 42,6 proc. wskazań, a druga – zaledwie 13,5 proc. Karty płatnicze z jednym i drugim logo mają bardzo podobne parametry, jednak okazuje się, że obiektywne cechy produktów niekoniecznie przekładają się na ich wizerunek: jedna z tych marek jest wielokrotnie silniejsza od drugiej.

Leasing i faktoring – wśród marek z tych branż nie ma takich, które zdystansowałyby jakoś szczególnie pozostałe. Spośród wszystkich marek leasingowych, cieszący się największym zaufaniem PKO Leasing uzyskał zaledwie 10,3 proc. wskazań. Z tak niskim wynikiem nie można było wygrać żadnej innej kategorii w rankingu. Z kolei w przypad-

ku Usług faktoringowych do zwycięstwa wystarczyło 11,6 proc. głosów (oddanych na ING Bank Śląski), a cała pierwsza dziesiątka zyskała łącznie mniej niż 40 proc. wskazań. Może to świadczyć o tym, że wielu przedsiębiorców nie potrafiło spontanicznie wymienić nazwy żadnej marki faktoringowej, co byłoby zbliżone z badaniem ARC Rynek i Opinia, z którego wynika, że z usług faktorów korzysta na razie tylko 13 proc. MSP.

Dość podobnie wygląda sprawa marek z kategorii Audyt finansowy. Zwycięska PwC miała 18,7 proc. wskazań, ale cała pierwsza dziesiątka zestawienia – łącznie mniej niż 50 proc., co, naszym zdaniem, może sugerować, że z markami-audytarami mniejsi przedsiębiorcy z sektora MSP mają po prostu rzadko do czynienia.

Zupełnie inaczej wygląda zestawienie ubezpieczycieli. Tu po raz kolejny bezdyskusyjnym zwycięzcą jest PZU, chociaż jego wynik (44,5 proc. wskazań), nawet jeśli obiektywnie wysoki, i tak jest słabszy niż w dwóch poprzednich latach. Poza tym 10-procentowy próg przekroczyła już tylko Aviva (16,1 proc.)



TRANSPORT

Dwa rankingi samochodowe przyniosły dwa zupełnie różne komplety wyników. Najbardziej godne zaufania marki samochodów dostawczych to Mercedes (pierwsze miej-

sce w zestawieniu, 23,2 proc. wskazań), Opel i Volkswagen. Natomiast w kategorii aut osobowych pierwsza trójka to Toyota (z jeszcze skromniejszym wynikiem 15,5 proc.), Škoda i BMW. Toyota okazuje się także marką zdecydowanie kobiecą, Škodę i BMW w większym stopniu cenią mężczyźni.

Państwowi giganci rządzą w dwóch kolejnych kategoriach. 47,7 proc. – dla tylu respondentów najbardziej godną zaufania marką stacji benzynowych jest Orlen. To najlepszy rezultat spośród wszystkich 26 kategorii uwzględnionych w rankingu. Pochwalić trzeba też wynik BP, która, mając tak potężnego rywala, zdołała zebrać aż 22,6 proc. wskazań. Niespodzianki nie było też przy wyborze linii lotniczej. Po raz kolejny wygrał LOT, tyle że rezultat 40,6 proc. jest zaskakująco niższy od osiągnięcia naszego narodowego przewoźnika lotniczego sprzed roku (56,6 proc.) i dwóch lat (55,2 proc.).

Aż tak wyraźnego lidera nie ma natomiast kategoria Hotel dla biznesu. Tym razem wygrał Marriott (18,7 proc.), przed najlepszym dwa lata temu Ibisem i najlepszym rok temu Hiltonem. Poza numerem jeden w tym zestawieniu 10-procentowego progno nie udało się pokonać żadnej marce.



POZOSTAŁE

Dwa kolejne rozstrzygnięcia były łatwe do przewidzenia. Kruk po raz kolejny został wybrany najbardziej godną zaufania marką windykacyjną, a PGE otrzymała identyczne wyróżnienie jako dostawca energii elektrycznej dla firm. Obie te marki zostały wskazane przez



KATARZYNA GAPIŃSKA-PROKOPCZYK

PARTNER W AGENCJI MARKETINGOWEJ B2B
BUSINESS EDGE

Co robi potencjalny kontrahent, aby sprawdzić, czy nasz produkt, marka, usługa dla biznesu są godne zaufania? Jeszcze nie kupił od nas niczego, więc nie mógł się przekonać o naszej jakości. Lecz poszuka informacji na nasz temat jak aż 68 proc. kupujących w obszarze B2B. Zanim poprosi naszego handlowca o ofertę, pozyska informacje, nad którymi nie mamy kontroli, czyli o opinie naszych obecnych i niedoszłych (!) klientów, kontrahentów – mniej lub bardziej zadowolonych z naszej firmy. Wyrobi sobie wstępną opinię,

zanim spotka się z nami. Jeżeli będzie pozytywna, możemy spać spokojnie. Jednak w żadnym biznesie taki stan nie trwa wiecznie. Jak ograniczyć ryzyko utraty zaufania do minimum, zanim dojdzie do podpisania umowy? Nie chcemy tracić takich klientów z pola widzenia. To trudne, bo żyjemy w oceanie informacji, w którym każdy może być uczestnikiem każdego dialogu. Głos pozostawiony w sieci pracuje przez długi czas. Może budować wartość firmy, ale też działać na jej niekorzyść. Na szczęście można mówić w swoim

imienu i dlatego trzeba dopilnować, aby nasz głos brzmiał autentycznie, przekonująco, wzbudzał w przyszłych klientach zaufanie i poczucie bezpieczeństwa. Pokazywał na każdym etapie drogi sprzedażowej i zakupowej, że rozumiemy wyzwania i mamy na nie rozwiązania, jesteśmy dostępni i znamy się na rzeczy. Dzisiaj firmy, wybierając partnera biznesowego, nie sugerują się tylko ceną, ale przede wszystkim dobrymi warunkami współpracy. O nich też powinni się dowiedzieć tam, gdzie szukają informacji.

ok. 30 proc. uczestników badania, obydwie też powtórzyły swoje sukcesy sprzed roku i dwóch lat.

W czołówkach zestawień marek kurierskich i logistycznych wiele z nich się powtarza. W pierwszej z tych kategorii zwyciężyła DPD (45,8 proc.) przed DHL, zaś w drugiej – Raben (29,7 proc.) przed DHL i DPD.

Wśród marek oferujących opiekę medyczną dla pracowników w kolejnych

edycjach rankingu ostro rywalizują ze sobą Luxmed i Medicover. Tym razem więcej głosów zebrała ta druga, ale różnica była minimalna (31,0 proc. do 30,3 proc.).

I wreszcie ostatnia kategoria. Po raz pierwszy obecna w rankingu i bardzo ciekawa, bo mogły się w niej znaleźć marki firm o dowolnym profilu działalności, o ile „uwzględniają w swojej strategii ideę społecznej odpowiedzialności biznesu”. Spośród laureatów innych kategorii w pierwszej dziesiątce „marek z misją” znalazły się Orange (10. miejsce), mBank (9.), Orlen (8.) i PZU (4.). A zwycięzcą tej konkurencji został AmRest (11,6 proc. wskazań). ☺

O relacjach konsumentów z markami
więcej na str. 132



**NASI NARODOWI
GIGANCI RZĄDZĄ
W DWÓCH
KATEGORIACH:
STACJA BENZYNOWA
I LINIA LOTNICZA**

MARKA GODNA ZAUFANIA 2019

Wzorem ubiegłego roku poprosiliśmy laureatów naszego badania o komentarz dotyczący nagrody i tego, jak ważną kategorią w biznesie jest zaufanie klientów do oferowanych produktów i usług.

KATEGORIA: SMARTFON ZWYCIĘZCA: SAMSUNG

SAMSUNG



ARKADIUSZ WÓJCIK

VP IT&Mobile
Samsung
Electronics
Polska

Zaufanie to fundament każdego biznesu – zwłaszcza w branży nowych technologii, która nieustannie i bardzo szybko ewoluje. Jesteśmy dumni, że od początku badania Marka Godna Zaufania, to właśnie marka Samsung cieszy się największym zaufaniem wśród polskich przedsiębiorców. To dla nas duże wyróżnienie oraz motywacja do dalszej wyteźonej pracy. Chcemy, by nasze produkty i usługi jeszcze bardziej wspomagały rozwój biznesu naszych klientów i w pełni pozwalały wykorzystać potencjał nowych rozwiązań.

Tytuł Marka Godna Zaufania to efekt ponad 20 lat doświadczeń na polskim rynku. W tym czasie doskonale poznaliśmy i zrozumieliśmy potrzeby lokalnych przedsiębiorców, a także nauczyliśmy się na nie odpowiadać.

KATEGORIA: KOMPUTER OSOBISTY ZWYCIĘZCA: DELL

DELL Technologies



DARIUSZ PIOTROWSKI

dyrektor generalny
Dell Technologies
Polska

Klienci są w centrum wszystkiego, co robimy – dlatego przyznanie nam właśnie przez nich tytułu Marka Godna Zaufania jest dla nas tak wielkim powodem do dumy.

Wierzymy, że doceniają nas za spersonalizowane podejście do ich potrzeb oraz wspólne poszukiwanie najlepiej dopasowanych rozwiązań. W Dell Technologies zapewniamy kompleksową ofertę i możliwość dostarczenia praktycznie każdego elementu nawet najbardziej zaawansowanej architektury sprzętowej.

Dodatkowo kupujący mogą korzystać z dedykowanych usług instalacyjnych, serwisowych i liczyć na nasze profesjonalne doradztwo. Dell Technologies to teraz także różnorodne, elastyczne formy finansowania inwestycji IT.

Co więcej, dzięki największej w regionie fabryce Dell w Łodzi, klienci wybierający nasze rozwiązania mają pewność, że dostarczymy im sprzęt na czas i bez komplikacji.

KATEGORIA: URZĄDZENIA WIELOFUNKCYJNE ZWYCIĘZCA: HP



MARCIN OLSZEWSKI

dyrektor zarządzający
HP Inc. Polska

Dołączenie do grona laureatów w kolejnej edycji badania Marka Godna Zaufania to dla nas ogromne wyróżnienie. Przychylne opinie respondentów utwierdzają nas w przekonaniu, że idziemy w dobrym kierunku. Wsłuchujemy się w ich głos, aby móc stale rozwijać portfolio produktów i wychodzić naprzeciw zmieniającym się wciąż potrzebom biznesu. W tym upatrujemy także źródła naszego sukcesu – w nieustannym poszukiwaniu idealnego środka pomiędzy jakością, dobrze wyważoną ceną i innowacyjnością. Od lat domeną marki HP jest bezpieczeństwo. Każde z naszych urządzeń wyposażone jest w szereg rozwiązań skutecznie chroniących przekazywane im dane, a także ułatwiających ich konfigurację i aktualizację zabezpieczeń. Ponadto, proponując naszym klientom zaawansowane modele sprzedaży, np. w formule Device as a Service lub Managed Print Services, pragniemy przyczynić się do optymalizacji i usprawnienia ich pracy. Ta troska o komfort użytkowników oraz odpowiedzialność za poziom oferowanych usług to podstawa tożsamości HP. Jesteśmy dumni, że nasza codzienna praca procentuje wysokim poziomem zaufania wśród klientów.

KATEGORIA: OPERATOR TELEKOMUNIKACYJNY ZWYCIĘZCA: T-MOBILE



MAŁGORZATA RYBAK-DOWŻYK

dyrektor Departamentu
Komunikacji
Korporacyjnej
T-Mobile Polska

Najlepsza sieć i najlepszą jakość usług w Polsce – to strategia T-Mobile, którą konsekwentnie i skutecznie realizujemy. Potwierdzają to rankingi portalu Speedtest.pl, w których od kilku lat jesteśmy liderem. Wsłuchujemy się w potrzeby naszych klientów i wdrażamy takie technologie i usługi, dzięki którym prowadzenie biznesu staje się łatwiejsze i bardziej efektywne. Jakość obsługi jest jednym z naszych głównych filarów. Dlatego nasz zespół składa się z najlepszych specjalistów, którzy w czasie wyboru usługi przez klienta, a także później, służą swoją wiedzą i pomocą. Satysfakcja i zaufanie klientów ciągle rośnie, co przekłada się również na to, że coraz więcej osób decyduje się na wybór naszej sieci. To zaś motywuje nas do udoskonalania oferowanych przez nas rozwiązań. Dziękujemy przedsiębiorcom za zaufanie.



KATEGORIA: DOSTAWCA INTERNETU
ZWYCIĘZCA: ORANGE



PAWEŁ PATKOWSKI

dyrektor marki i komunikacji marketingowej, Orange Polska

Zaufanie to podstawa w biznesie. Bardzo nas cieszy, że przedsiębiorcy darzą nas zaufaniem, czego dowodem może być to, że z naszych usług korzysta ponad 50 proc. firm w Polsce. Jednak współczesny świat szybko się zmienia, a cyfrowe narzędzia i usługi mają coraz większe znaczenie. Zależy nam na tym, żeby każdy, kto prowadzi biznes, wiedział, że Orange to zaufany partner, który aktywnie wspiera swoich klientów w tych dynamicznych zmianach. Dlatego w naszej strategii kładziemy duży nacisk na cyfrową transformację, czyli dostosowanie do obecnej rzeczywistości, w której coraz więcej danych znajduje się w chmurze, i w której istotna jest prędkość internetu. W związku z tym nadal inwestujemy w rozbudowę infrastruktury światłowodowej, na której opierają się oferowane przez nas usługi cyfrowe zarówno dla małych firm, jak i dużych korporacji.

TYTUŁ MARKA GODNA ZAUFANIA MA DLA NAS SZCZEGÓLNA WARTOŚĆ, PONIEWAŻ BY NA NIEGO ZASŁUŻYĆ, NIE WYSTARCZY PERFEKCYJNA OFERTA. POTRZEBNE SĄ JESZCZE EMOCJE

KATEGORIA: FIRMA LEASINGOWA
ZWYCIĘZCA: PKO LEASING



PAWEŁ PACH
prezes zarządu PKO Leasing

Od 20 lat nieprzerwanie wspieramy przedsiębiorców, niezależnie od wielkości ich działalności, jej rodzaju i branży. W 2018 r. osiągnęliśmy sprzedaż na poziomie ponad 9 mld zł i potwierdziliśmy po raz kolejny, że jesteśmy liderem naszej branży. Jako największa firma leasingowa w Polsce, mierzymy się z wieloma wyzwaniami i wysoko stawiamy sobie poprzeczkę, ale niezmiennie naszym najważniejszym celem jest satysfakcja przedsiębiorców, z którymi współpracujemy. Właśnie dlatego dbamy o to, aby oferować im nowe rozwiązania ułatwiające dostęp do finansowania. To fundament naszej codziennej pracy, na którym opiera się działalność całej grupy kapitałowej PKO Banku Polskiego. Dziękujemy za zaufanie.

KATEGORIA: SYSTEMY PŁATNICZE
ZWYCIĘZCA: VISA



KATARZYNA JEZERSKA

Head of Marketing CEE, Visa

Klienci firm z branży płatniczej są bardzo wymagający, a proces budowania zaufania do takich marek wymaga wielu lat pracy. Jesteśmy dumni, że od niemal 30 lat zapewniamy Polakom dostęp do szybkich, wygodnych i bezpiecznych płatności. Marka z sektora fintech musi dawać poczucie bezpieczeństwa. Nie mniej istotna jest też wygoda dokonywania płatności i dostępność marki – płatności Visa akceptowane są w niemal 54 milionach punktów sprzedaży na świecie. Dzięki efektywnym kampaniom marketingowym stale zwiększamy zaufanie do naszej marki – Visa jest dumnym partnerem m.in. FIFA i FIFA U-20 czy igrzysk olimpijskich. Podpisaliśmy też przełomową, siedmioletnią umowę z UEFA, wspierając piłkę nożną kobiet. Prowadzimy kampanie zachęcające do płacenia zbliżeniowo z Visa za nawet najdrobniejsze zakupy w setkach tysięcy punktów sprzedaży w całej Polsce. To dla nas zaszczyt, że po raz kolejny Visa otrzymała tytuł Marka Godna Zaufania. Motywuje nas to do dalszej pracy na rzecz rozwoju szybkich, wygodnych i bezpiecznych transakcji cyfrowych.

KATEGORIE: BANK OFERUJĄCY KONTA FIRMOWE
BANK OFERUJĄCY KREDYTY FIRMOWE
ZWYCIĘZCA: mBank



PIOTR TEODORCZYK

dyrektor Departamentu Klienta Firmowego mBank

Tytuł Marka Godna Zaufania ma dla nas szczególną wartość, ponieważ by na niego zasłużyć, nie wystarczy perfekcyjnie skonstruowana oferta. Potrzebny jest krok dalej, czyli emocje. Chcemy, by przedsiębiorcy odczuwali radość z tego, że prowadzą swój biznes. To przecież pozytywne uczucia są w życiu najważniejsze. Dlatego stawiamy się nie tylko w roli banku, ale przede wszystkim partnera, który rozumie i wspiera rozwój firmy. Proponujemy rozwiązania, dzięki którym przedsiębiorcy mogą skoncentrować się na tym, co sprawia im frajdę – prowadzeniu działalności. My zajmujemy się resztą, tworząc prawdziwy ekosystem usług, na który składa się np. możliwość otworzenia firmy w 10 minut, księgowość, wymiana walut, leasing czy wprowadzony w tym roku faktoring. Zaufanie przedsiębiorców to dla nas najcenniejsze potwierdzenie tego, że idziemy w dobrym kierunku. Dziękujemy!

**KATEGORIA: FIRMA UBEZPIECZENIOWA
ZWYCIĘZCA: PZU**



**MAGDALENA
KICIŃSKA**

dyrektor
zarządzająca ds.
marketingu i PR
w PZU

Przyznanie nam tytułu Marka Godna Zaufania już po raz czwarty z rzędu jest dla nas potwierdzeniem, że relacje z klientami to nasza najlepsza inwestycja. Naszą siłą niezmiennie pozostaje zaufanie. Opiaramy się na prostym założeniu: wspieramy klientów w dbaniu o ich przyszłość.

W minionym roku wprowadziliśmy na rynek nowe rozwiązania – PZU Doradca, Mój Zdrowy Biznes oraz PZU Ochrona i Zdrowie, które kompleksowo zaspokajają potrzeby przedsiębiorców, a ich zakres można dostosowywać do profilu działalności firmy. Obejmują one świadczenia na wypadek wielu ryzyk, zapewniają dostęp do opieki medycznej czy wsparcie finansowe w razie nieszczęśliwego wypadku. Z jednej strony chronimy majątek firmy, z drugiej zabezpieczamy jej największą wartość – ludzi.

Mamy świadomość wyzwań, przed jakimi stanie w najbliższych latach sektor MSP. Dlatego od 2020 r. będziemy oferować PPK wraz ze wsparciem w zakresie ich wdrożenia przez małe i średnie przedsiębiorstwa.

**KATEGORIA: AUDYT FINANSOWY
ZWYCIĘZCA: PwC**



JAKUB KURASZ
dyrektor w PwC

Celem firmy doradczej PwC jest budowanie zaufania i rozwiązywanie kluczowych problemów. Z jednej strony realizujemy go poprzez projekty biznesowe związane z tak ważnymi wyzwaniami jak transformacja cyfrowa, zmienne otoczenie regulacyjne, cyberzagrożenia czy automatyzacja pracy. Wspieramy naszych klientów w obszarach kluczowych dla ich rozwoju, przygotowujemy na nadchodzące zmiany oraz pokazujemy nowe możliwości, jakie daje cyfrowa rzeczywistość i innowacje.

Z drugiej strony – i jest to równie ważny element budowania zaufania – angażujemy się w projekty edukacyjne i te dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu. Poprzez realizowane przez nas inicjatywy pokazujemy, jak ważne jest budowanie zaufania nie tylko w relacji marka–klient, ale też szeroko pojętego zaufania społecznego. Działamy na rzecz etyki w biznesie, wzmocnienia rynku kapitałowego i całej polskiej gospodarki.

**KATEGORIA: FIRMA HOSTINGOWA
ZWYCIĘZCA: home.pl**



MARCIN KUŚMIERZ
CEO home.pl

Marka home.pl już od 22 lat rozwija rodzimy e-biznes i aktywnie uczestniczy w transformacji polskiej gospodarki cyfrowej. Budowa zaufania w naszym przypadku opiera się na trzech fundamentach: stabilne usługi do prowadzenia firmy w internecie, wysokiej jakości obsługa klienta oraz szybkie reagowanie na potrzeby przedsiębiorców. Te elementy na stałe zapisały się w naszym DNA.

Współczesny rynek jest dynamiczny, a to z kolei wymaga od nas nieustannych zmian technologicznych i ofertowych. To konieczne, aby sprostać oczekiwaniom ponad 2 mln użytkowników naszej platformy. Jesteśmy nie tylko liderem branży hostingowej w kraju oraz Europie Środkowo-Wschodniej, ale także wiarygodnym partnerem, oferującym e-usługi wspierające każdą kategorię biznesu. Dzięki temu cieszymy się zaufaniem zarówno dużych przedsiębiorstw, jak i mikro oraz małych firm, które działają od kilku lat lub dopiero pojawiają się na gospodarczej mapie Polski.

**! PRYZNANIE NAM TYTUŁU MARKA GODNA
ZAUFIANIA JEST DLA NAS POTWIERDZENIEM,
ŻE RELACJE Z KLIENTAMI TO NASZA
NAJLEPSZA INWESTYCJA**

**KATEGORIA: FIRMA WINDYKACYJNA
ZWYCIĘZCA: KRUK**



PIOTR KRUPA
prezes zarządu
KRUK S.A.

Jestem przekonany, że wartości, którymi kierujemy się w KRUK-u mają duże znaczenie w budowaniu zaufania do naszej marki. To przede wszystkim szacunek do współpracowników, partnerów biznesowych i naszych klientów, którymi są osoby zadłużone. To także przestrzeganie powszechnie obowiązujących zasad prawnych i społecznych. Dzięki temu od lat budujemy dobre relacje, które przekładają się właśnie na zaufanie.

Najcenniejszymi dowodami naszego sukcesu są wyróżnienia nadane przez klientów. Cieszymy się, że już kolejny rok z rzędu, zostaliśmy uhonorowani tytułem Marka Godna Zaufania. Dla nas jest to potwierdzenie, że klienci doceniają nasze zaangażowanie, pasję i indywidualne podejście do każdej sprawy. Dziękujemy.





KATEGORIA: SAMOCHÓD OSOBOWY DLA FIRM ZWYCIĘZCA: TOYOTA



**DR JACEK
PAWLAK**

prezes Toyota
Motor Poland
i Toyota Central
Europe

Zaufania nie można kupić ani marketingowo wypromować. Zdobywa się je latami. Dla nas od początku było jasne, że tworzymy samochody dla klientów, nie dla siebie.

Toyota stara się trzymać trzech generalnych zasad. Po pierwsze – samochody naszej marki mają spełniać oczekiwania klientów (stąd tak wielka liczba badań fokusowych przeprowadzanych co roku praktycznie na każdym rynku świata).

Po drugie – utrzymywanie najwyższej jakości obsługi w naszych serwisach. Dzięki temu możemy liczyć na podtrzymanie zaufania do marki i aut także podczas wizyt z zakupionymi już Toyotami w terminach okresowych przeglądów gwarancyjnych.

Po trzecie – zaufanie do marki to także pewność utrzymania wysokiej ceny przy odsprzedaży używanego już samochodu.

Dlatego dbamy, by Toyoty były bezawaryjne. To bezpośrednio przekłada się na bardzo pozytywny wizerunek naszych aut na rynku wtórnym.

Reszta tajemnicy sukcesu Toyoty tkwi w naszych japońskich wartościach – uważnym wsłuchiwaniu się w głos klientów i wprowadzaniu drobnych, ale ciągłych zmian praktycznie w każdym aspekcie funkcjonowania naszej organizacji.

KATEGORIA: USŁUGI KURIERSKIE ZWYCIĘZCA: DPD



RAFAŁ NAWŁOKA
prezes zarządu
DPD Polska

W relacjach z naszymi klientami stawiamy na ich komfort i bezpieczeństwo przewożonych przesyłek. Zarówno e-sklepy, jak i konsumenci, czyli odbiorcy paczek, wymagają od firm kurierskich przede wszystkim klarownej informacji o doręczeniu, punktualności i dbałości o przesyłkę. Nie bez znaczenia jest postawa kuriera – odbiorca oczekuje profesjonalizmu i miłej atmosfery podczas doręczenia.

Firmy kurierskie są naturalnym partnerem dla przedsiębiorców – sklepów internetowych. Produkty kupowane w e-sklepach najczęściej trafiają do odbiorców za pośrednictwem kurierów, więc ich satysfakcja zależy przede wszystkim od jakości procesu logistyki. Z badań Barometr E-shopper 2018 DPDgroup wynika, że aż 77 proc. konsumentów ocenia swoje ostatnie zakupy online pozytywnie. Tak wysokie oceny to także efekt wysokiej jakości usług kurierskich. Cieszy nas, że podejście DPD znajduje uznanie w oczach klientów. Przyznany, po raz drugi z rzędu, tytuł Marka Godna Zaufania oraz, po raz czwarty, Najlepszy Dostawca Ceneo.pl, jest potwierdzeniem jakości oferowanych usług i zadowolenia konsumentów.

KATEGORIA: LINIE LOTNICZE ZWYCIĘZCA: LOT



**KRZYSZTOF
MOCZULSKI**

Biuro Produktu
w Polskich
Linjach
Lotniczych LOT

Polskie Linie Lotnicze LOT już od 90 lat goszczą pasażerów na swoich pokładach. To nie tylko jeden z 12 najstarszych przewoźników lotniczych na świecie, ale też dynamicznie rozwijająca się i nowoczesna linia lotnicza w Europie Środkowo-Wschodniej. Rosnące od lat zaufanie do LOT-u jest dla nas powodem do dumy. Pasażer jest zawsze w centrum naszej uwagi.

W ofercie mamy dziś 111 połączeń na całym świecie, obsługiwanych flotą ponad 80 nowoczesnych samolotów. Wśród nich są Boeingi 787 Dreamliner, jedne z najnowocześniejszych samolotów na świecie.

Od początku swego istnienia LOT jest ambasadorem Polski na całym świecie. W naszą misję wpisana jest jej promocja jako gościnnego, nowoczesnego i atrakcyjnego kraju.

Charakterystyczny wizerunek żurawia, zaprojektowany przez Tadeusza Gronowskiego, stał się w 1931 r. nie tylko oficjalnym logotypem LOT-u, ale także fundamentem dla budowania tożsamości naszej lotniczej rodziny.

KATEGORIA: OPIEKA MEDYCZNA DLA PRACOWNIKÓW ZWYCIĘZCA: MEDICOVER



PIOTR DRESZER

dyrektor ds.
marketingu
Medicover Polska

Tytuł Marka Godna Zaufania to ogromne wyróżnienie dla firmy Medicover. To również duże zobowiązanie, aby wciąż nieustannie wstuchiwać się w potrzeby naszych klientów i pacjentów, jak najlepiej rozumieć ich potrzeby i oferować im produkty oraz rozwiązania szyte na miarę ich oczekiwań.

Działalność w segmencie usług zdrowotnych opiera się przede wszystkim na zaufaniu. Dlatego niezwykle cieszy nas fakt, że klienci, którym od ponad 20 lat zapewniamy pełną opiekę medyczną, obejmującą usługi ambulatoryjne, diagnostykę laboratoryjną i obrazową, stomatologię oraz kompleksową opiekę szpitalną w tym roku przyznali nam ten prestiżowy tytuł. Dziękujemy za to ogromne zaufanie i zobowiązujemy się do jeszcze większego wysiłku.

Chcę podziękować wszystkim kolegom i koleżankom, którzy codziennie pracują na sukces marki Medicover – od konsultantów infolinii, pracowników działu obsługi klienta, sprzedaży, poprzez personel medyczny, aż po kadry zarządzającą – to wam należą się specjalne słowa uznania.

**KATEGORIA: FIRMA SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNA
ZWYCIĘZCA: AmRest**



OLGIERD DANIELEWICZ
Chief Operations
Officer AmRest

Bardzo się cieszymy, że nasze podejście do zarządzania biznesem zostało docenione. Zaufanie to kluczowy czynnik sukcesu w biznesie oparty na relacjach między różnymi grupami interesariuszy: pracownikami, klientami, partnerami biznesowymi i społecznymi. Dzięki temu nasza firma dynamicznie się rozwija, budując pozycję europejskiego lidera w branży restauracyjnej.

Jesteśmy świadomi odpowiedzialności, jaka na nas spoczywa, dlatego kluczowe dla nas jest zarządzanie w sposób odpowiedzialny, z poszanowaniem potrzeb i oczekiwań otoczenia. Z tego powodu konsekwentnie realizujemy strategię CSR AmRest, której filary – żywność, ludzie, środowisko oraz społeczność – niezmiennie pozostają dla nas priorytetem.

**KATEGORIA: USŁUGI LOGISTYCZNE
ZWYCIĘZCA: RABEN**



KLAUDYNA POLANOWSKA-SKRZYPEK
PR manager,
rzecznik prasowy
Grupy Raben

Jako operator logistyczny Grupa Raben stoi po środku drogi produktu do finalnego użytkownika. Dzięki temu, obserwujemy potrzeby i wymagania zarówno dostawców, jak i odbiorców. Jesteśmy pewnego rodzaju pomostem – łączymy interesy poszczególnych ogniw łańcucha dostaw oraz reagujemy na zapotrzebowanie rynku. Nadrzędnym celem naszych działań jest codzienne dostarczanie niezbędnych do życia produktów. Jesteśmy wiarygodnym partnerem w biznesie, a tym samym gwarantem najwyższej jakości i bezpieczeństwa transportowanych towarów. Ponadto, stawiając na transparentność, jako pierwsi w branży udostępniliśmy naszym klientom i ich odbiorcom narzędzie oparte o parametr ETA, które umożliwia śledzenie przesyłki w czasie rzeczywistym. Dzięki temu, mogą oni planować swoje procesy bardziej precyzyjnie, budując jednocześnie zaufanie do własnej marki.

**KATEGORIA: FIRMA OFERUJĄCA USŁUGI W CHMURZE
ZWYCIĘZCA: COMARCH**

COMARCH



JACEK KRZACZEK
menedżer
produktu,
Comarch ERP XT

Zaufanie klientów jest kluczowym aktywem każdej firmy. W Comarch od ponad 25 lat budujemy je poprzez wysoką jakość naszych produktów, duże doświadczenie na rynku rozwiązań IT oraz nacisk na komunikację z klientami. Aby lepiej poznać potrzeby polskich przedsiębiorców, uruchomiliśmy Społeczność Comarch ERP – internetową platformę, gdzie użytkownicy mogą zgłaszać uwagi i pomysły na ulepszenie naszych systemów. Wiedza i wieloletnie doświadczenie w tworzeniu specjalistycznego oprogramowania oraz rozwiązań w zakresie IT, a także znajomość rynku pozwalają nam na oferowanie klientom konkurencyjnych rozwiązań dostosowanych do indywidualnych wymogów.

Obecnie w Polsce jesteśmy największym dostawcą narzędzi chmurowych do obsługi i zarządzania, a przygodę z chmurą rozpoczęliśmy na dużą skalę jako pionierzy w 2000 roku. To doświadczenie i prężna waga nad konkurencją pozwalają nam zdobywać zaufanie, jakim obdarzają nas nasi klienci.

**1 ZAUFIANIE TO KLUCZOWY CZYNNIK
SUKCESU W BIZNESIE OPARTY NA RELACJACH
MIĘDZY PRACOWNIKAMI, KLIENTAMI
I PARTNERAMI BIZNESOWYMI**

**KATEGORIA: HOTEL DLA BIZNESU
ZWYCIĘZCA: MARRIOTT**



MARIUSZ PASZKIEWICZ
dyrektor
ds. sprzedaży
i marketingu,
Marriott

Trudno wskazać ważniejszą relację w branży turystycznej niż tę opartą na zaufaniu, a uhonorowanie warszawskiego hotelu Marriott tytułem Marka Godna Zaufania 2019 w kategorii Hotel dla biznesu to efekt ciężkiej pracy szeregu specjalistów, którzy od 30 lat budują pozycję hotelu Marriott na polskim rynku hotelarskim. To dla nas ogromne wyróżnienie, ponieważ należąc do jednej z największych sieci hotelarskich na świecie, jesteśmy przekonani, że relacje z naszymi gośćmi, a także w biznesie powinny być budowane na najwyższym światowym poziomie.

**KATEGORIA: STACJA BENZYNOWA
ZWYCIĘZCA: ORLEN**



ADAM BURAK
dyrektor
wykonawczy
ds. Komunikacji
Korporacyjnej,
PKN ORLEN

Już po raz czwarty otrzymujemy tytułu Marka Godna Zaufania w kategorii Stacja benzynowa i to dla nas niewątpliwie powód do satysfakcji. To wyróżnienie stanowi potwierdzenie skuteczności działań ukierunkowanych na ciągłe podnoszenie jakości produktów i standardów obsługi. Klienci to doceniają. Zależy nam na rozpoznawalności marki i jej promowaniu w zestawieniu z wysoką jakością oraz właśnie zaufaniem. Nie jest to zadanie łatwe, gdyż branża paliwowa jest jedną z najbardziej konkurencyjnych. Jednak PKN ORLEN, będący największą firmą w Europie Środkowo-Wschodniej, osiągnął już sukcesy na wielu rynkach i ma doświadczenie w pokonywaniu barier. Teraz to zaufanie może wzmocnić nowy ambasador naszej marki – Robert Kubica – jeden z najbardziej znanych polskich sportowców, ale też zawodnik będący symbolem wytrwałości, profesjonalizmu i uporów w dążeniu do celu.



Kontakt i więcej informacji:
monika.jukiewicz@mycompanypolska.pl

markagodnazaufania.pl
mycompanypolska.pl

**KATEGORIA: OPROGRAMOWANIE BIZNESOWE
ZWYCIĘZCA: MICROSOFT**



WOJCIECH ŻYCZYŃSKI
dyrektor segmentu
klientów kluczowych,
małych i średnich
firm oraz partnerów
w Microsoft

W Microsoft tworzymy technologię, podążając za zmieniającymi się oczekiwaniami i przyzwyczajeniami ludzi i firm na całym świecie. Robimy to po to, by osiągnęli oni więcej – działali sprawniej i lepiej realizowali swoje cele i zamierzenia. Rozumiemy, że bez względu na to, jak potężna jest technologia, ludzie wykorzystają jej pełny potencjał tylko wtedy, gdy będą jej ufać. Microsoft sprawił, że owoce informatyki są obecnie dostępne dla wszystkich, a nie dla wybranej garstki. Było to możliwe m.in. dzięki upowszechnieniu modelu chmury obliczeniowej, której zaufali użytkownicy na całym świecie. Wyróżnienie w badaniu Marka Godna Zaufania potwierdza, że dostarczamy klientom bezpiecznych i niezawodnych narzędzi, które wspierają ich zarówno w realizacji codziennych zadań, jak i w osiągnięciu śmiałych długofalowych celów.

**KATEGORIA: FIRMA FAKTORINGOWA
ZWYCIĘZCA: ING BANK ŚLĄSKI**



ARKADIUSZ GWÓŹDŹ
wiceprezes
zarządu ING
Commercial
Finance S.A.

Dla ING Banku Śląskiego ważne jest, że to nagroda wynikająca z głosowania klientów. Jesteśmy dumni, że dla klientów faktoringu to ING jest marką godną najwyższego zaufania. Cieszymy się, że wysoka jakość obsługi oraz bogata oferta produktowa spotykają się z tak dużym uznaniem klientów, to przekłada się na dynamiczny wzrost naszej firmy. Dla klientów wprowadzamy innowacje takie jak www.finansowaniefaktur.pl – internetową platformę finansowania pojedynczych faktur dla małych firm. Jako ING cały czas słuchamy naszych klientów i chcemy być dla nich grupą finansową wspierającą w prowadzeniu i rozwijaniu ich biznesu. Zaufanie klientów to podstawa naszej działalności, dlatego tytuł Marka Godna Zaufania to dla nas nie tylko wyróżnienie, ale również potwierdzenie zadowolenia naszych klientów.