

Sdružení Rhodos vyhlásilo vítěze 8. ročníku soutěže o nejpůsobivější firemní image

Sdružení Rhodos oznámilo 26. května výsledky soutěže o nejpůsobivější firemní image. V letošním 8. ročníku byly vyhlášeny vítězné firmy v 19 oborových kategoriích. Vedle toho byl poprvé vyhlášen držitel nové prestižní kategorie Bílý Rhodos a rovněž poprvé společnost s nejlepší image v oblasti filantropie. Již tradičně obdržely zvláštní cenu Modrý Rhodos firmy, které se v minulosti umístily ve své kategorii třikrát na prvním místě. Stejně jako v loňském roce i letos měla veřejnost a novináři možnost zvolit společnost, která má podle nich nejlepší image. Letošní ročník se konal pod záštitou předsedy vlády ČR Vladimíra Špidly.

Soutěž o nejpůsobivější image každoročně vyhlašuje Sdružení Rhodos, které tvoří vydavatelství Ecomnia, komunikační agentura a nakladatelství Galateia, agentura pro výzkum trhu GfK Praha a společnost zabývající se identitou firem a značek Ogilvy CID. Generálním partnerem soutěže Rhodos je již potřetí finanční skupina PPF. Hlavním partnerem pro letošní rok se staly BVV Veletrhy Brno.

Cílem soutěže je ohodnotit image jednotlivých společností ve vybraných devatenácti oborech výroby a služeb. Tato prestižní soutěž má již dlouhou dobu velké renomé mezi firmami působícími na českém trhu – nyní se rozšiřují její aktivity také na Slovensko.

„Cenu nelze jinak získat, než nepřetržitým investováním do dobrého jména značky,“ řekl Allan Gintel, předseda představenstva Sdružení Rhodos. „Nezáleží na tom, zda je společnost malá či velká, zda má momentálně nejlepší výrobky či super výkonné manažery, ale na pověsti, kterou si vybudovala a hlavně udržela, neboť brány Rhodu se otevírají pouze těm, kdo vytvořili firemní obraz s dostatečným kapitálem autority pozitivně ovlivňujícím řady stoupenců,“ pokračoval Allan Gintel. „Slavnostní udílení se stává dlouho očekávanou událostí, přehlídkou uznávaných značek a schopných manažerů, neboť projít branou Rhodu znamená vyjít ze stavu částečné anonymity a chvíli se pyšnit firemním já.“

Výsledky jsou založeny na podrobném a objektivním šetření

Soutěž Rhodos je unikátní nejen tím, že již osmým rokem oceňuje image firem působících na českém trhu, ale i svou objektivitou založenou na detailním výzkumu, který provádí společnost GfK Praha. Samotný výzkum má dvě fáze. První probíhá mezi 50 top manažery. Hlavním cílem je vybrat 5 parametrů, které jsou podle názoru manažerů pro image firmy z daného oboru nejvýznamnější. Těchto 5 parametrů potom tvoří základ hodnocení v hlavní, druhé, fázi výzkumu. V této fázi se již hodnotí image konkrétních firem. Žebříček firem s nejpůsobivější image je pak sestaven na základě telefonického průzkumu, do kterého se každý rok zapojuje 500 vrcholových manažerů z náhodně vybraných firem v celé ČR. Manažeři jsou požádáni, aby spontánně jmenovali pět

firem z každého oboru a ohodnotili, nakolik jmenované firmy splňují jednotlivé parametry, které nejlépe vystihují image firem v daném oboru. Výsledné pořadí je určeno na základě součtu průměrů hodnocení dosažených podle daných kritérií. Do hodnocení jsou automaticky zařazeny všechny společnosti, na které si v daném oboru dokáže spontánně vzpomenout nejméně třicet oslovených manažerů.

Výsledky letošního ročníku

K úspěchu nevedou jenom produkty a služby, ale i celkové chování firmy, které je jednak vnímáno veřejností, ale i obchodními partnery. „Stále více firem si začíná uvědomovat, že k úspěchu potřebují víc, než jen dobré finanční výsledky a konkurenceschopné výrobky a služby. I do slovníku společností působících v České republice se tak pomalu dostávají pojmy jako společenská odpovědnost nebo filantropie jako jeden z nástrojů budování značky a pověsti. Úspěšné společnosti berou v potaz význam celkové firemní kultury a začínají si uvědomovat, že se musejí chovat jako zodpovědní občané společnosti, v níž působí,“ říká Ivan Lackovič, ředitel marketingu a komunikace finanční skupiny PPF. „PPF si je vědoma významu filantropie a společenské odpovědnosti a proto PPF aktivně a dlouhodobě podporuje řadu projektů – například ateliér slavného českého fotografa Josefa Sudka na pražském Újezdě, Letní shakespearovské slavnosti či náš největší filantropický projekt – osmileté soukromé gymnázium Open Gate Boarding School, které by mělo přivítat první studenty v roce 2005,“ doplnil Ivan Lackovič.

Filantropie

PPF chce přispět k tomu, aby si české firmy více uvědomily význam filantropie a proto iniciovala v rámci soutěže Rhodos novou kategorii – Filantropie.

Vítězem této kategorie se v letošním ročníku stala společnost ČEZ.

Bílý Rhodos

V letošním ročníku soutěže Rhodos byla rovněž poprvé udělena cena – Bílý Rhodos. „Toto ocenění bylo uděleno firmě, která má nejlepší image bez ohledu na vyhlášené kategorie. Společnost, která ji získala, si tak může být vědoma, že uspěla ve velmi tvrdé konkurenci. Ocenění Bílý Rhodos také ukazuje, že se jedná o firmu, která si uvědomuje význam image a která se jeho budování dlouhodobě věnuje,“ řekl Ivan Lackovič.

Cenu Bílý Rhodos získala Škoda Auto, a.s.

Modrý Rhodos

V letošním ročníku soutěže Rhodos byla podruhé udělena cena Modrý Rhodos. „Toto ocenění jsme se rozhodli udělovat firmám, které se v předchozích ročních umístily ve svém oboru třikrát na prvním místě. Toto ocenění se tak stalo měřítkem péče o image firmy a zároveň i dlouhodobého kvalitního působení na českém trhu,“ řekl Allan Gintel, předseda představen-

stva sdružení Rhodos.

Cenu Modrý Rhodos letos získaly Mercedes Benz a ING penzijní fond.

Generální partner soutěže Rhodos – finanční skupina PPF, iniciovala tak jako v loňském roce – cenu veřejnosti a cenu médií.

Cena veřejnosti

Do hodnocení firem s nejpůsobivější image se opět zapojila široká veřejnost, a to prostřednictvím ankety na serveru iDNES.cz. Od poloviny března do května zde v on-line hlasování měli možnost čtenáři iDNES.cz odpovědět na otázku: „Která firma, dle Vašeho názoru, má na českém trhu nejpůsobivější image?“

Cenu iDNES obdržela společnost Český Mobil s 24 % hlasů.

Cena médií

Novináři ze všech typů médií byli vyzváni, aby vybrali firmu, která má podle jejich názoru nejpůsobivější image. Hlasování v průběhu dubna se zúčastnilo 127 novinářů.

Cenu médií získala na základě hlasování novinářů Škoda Auto se 48 % celkových hlasů.

Hlavní oborové kategorie

Letošní ročník přinesl v porovnání s předchozím v pořadí firem v řadě kategorií překvapení. Podívejme se blíže na výsledky některých z nich (kompletní výsledkovou listinu najdete na konci tohoto textu):

* VÝROBCI MOBILNÍCH TELEFONŮ

Synonymem pro prudký rozvoj, změny a flexibilitu jsou již delší dobu mobilní technologie. Průměrná doba morálního opotřebení se zkracuje, manažeři již mění telefony jednou za půldruhého roku nebo dokonce každý rok, a to i přesto, že většinou používají telefony moderní, v plné výbavě. Mobily jsou představovány dnes v mnohem širší škále značek než před dvěma nebo třemi roky a nové modely jsou uváděny na trh každý měsíc nebo častěji.

„Paradoxně však kategorie image výrobců mobilních telefonů patří dlouhodobě k nejstabilnějším. NOKIA, která na našem trhu prodává nejvíce přístrojů, se dlouhodobě umísťuje z pohledu hodnocení image na první pozici. Je držitelem ocenění Modrý Rhodos za trojnásobné vítězství ve své kategorii a za sebou nechává značky jako jsou SIEMENS, SAMSUNG nebo SONY-ERICSSON. Vítězí i přesto, že v nejdůležitějším kritériu (cenová přiměřenost výrobků) je jasně za konkurencí a „vyrovná“ se jí v něm jen SONY-ERICSSON. Manažeři však hodnotí výrobky značky NOKIA jako spolehlivé, kvalitní, inovativní a dostatečně známé,“ řekl Ladislav Klika, vedoucí výzkumu trhu služeb agentury GfK.

* CESTOVNÍ KANCELÁŘE

„K velkým změnám došlo v posledních dvou letech v oblasti, kde by v minulosti změny oce-

(Pokračování na stránce 2)

(Pokračování ze stránky 1)



kával jen málokdo. Trh byl definován samotným hlavním hráčem a převaha v hodnocení byla neotřesitelně stabilní. CK Fischer totiž v minulosti natolik reprezentovala trh, že šlo o jedinou kategorii, kde v historii vyhodnocení soutěže Rhodos – cena za image bylo v roce 2002 vyhlášeno pouze první a druhé místo. Ostatní CK se do finálního hodnocení nekvalifikovaly. V roce 2003 však přišlo překvapení a první příčky obsadily spíše středně velké CK (1. Exim Tours, 2. Firo Tour a 3. Fischer). V roce 2004 však vítězí

Vítkovice Tour. Je to spolehlivá, seriózní a důvěryhodná firma. Její ceny nejsou přemrštěné a známější jsou jen ČEDOK a Fischer,“ vysvětlil Ladislav Klika, vedoucí výzkumu trhu služeb agentury GfK. Exim Tours se na druhém místě (a dlouhodobě v popředí) drží díky tomu, že kritéria hodnocení jsou vyvážená, výkony stabilní. V ničem nepropadá, drží si vždy 2. nebo 3. pozici a v cenové přiměřenosti svých služeb je hodnocen nejlépe. A co třetí ČEDOK? Především je to „cestovka“ velmi, velmi známá (stejně jako Fischer) a velmi, velmi drahá (dražší než Fischer).

* BANKY

Česká republika patří v bankovním sektoru spolu se Slovenskem a Slovinskem mezi nejvyšší státy nových členů EU. Téměř 85 % dospělé populace je klientem alespoň jedné banky, téměř dvě třetiny z nás mají v bance běžný účet. Banky jsou přirozenou součástí běžného denního života. Jaké šance měly letos největší banky na trhu? „Ne moc velké. V letošním ročníku soutěže Rhodos – cena za image

nezůstal kámen na kameni a vyhrávaly peněžní ústavy, které v ČR mají v současné době jen omezený počet klientů. Vyhrály v pořadí 1. CITIBANK, 2. HVB Bank CZ a 3. Živnostenská banka. Ani s jednou bankou nespolečně pracuje na klientské bázi více než 3 % populace,“ upřesnil Ladislav Klika, vedoucí výzkumu trhu služeb agentury GfK.

CITIBANK vyhrála díky vyjádření síly kapitálu (jde o největší společnost světa) a spolehlivosti. HVB Bank pak bodovala v serióznosti a důvěryhodnosti a obě jmenované banky pak byly „poraženy“ třetím finančním ústavem Živnostenskou bankou v přístupu ke klientům. Rozdíl mezi prvním a třetím hodnoceným ústavem je jedním z nejmenších ze všech kategorií (jen spotřební elektronika zaznamenala rozdíl ještě o něco menší). Je to tedy výrazně vyrovnaná kategorie. A to nemluvíme o tom, že také další pozice (4. a 5. místo) obsadily banky jen se setinovými odstupy.

Finanční trh tak nabízí jak celkem dostatečnou konkurenci, tak i vyváženou image více hráčů.

Výsledková listina – Rhodos 2004

BANKY	OSOBNÍ AUTOMOBILY	CESTOVNÍ KANCELÁŘE
1. CITIBANK Praha 2. HVB BANK CZECH REPUBLIC 3. ŽIVNOSTENSKÁ BANKA	1. MERCEDES BENZ 2. VOLKSWAGEN 3. BMW	1. VÍTKOVICE TOURS 2. EXIM TOURS 3. ČEDOK
POJIŠTOVNY	TELEFONNÍ OPERÁTOŘI	PENZIJNÍ FONDY
1. ING NATIONALE-NEDERLANDEN 2. KOOPERATIVA POJIŠTOVNA 3. ALLIANZ POJIŠTOVNA	1. ALIATEL 2. TELE 2 3. T-MOBILE	1. ING PF 2. PF ČESKÉ POJIŠTOVNY 3. PF KOMERČNÍ BANKY
VÝROBCI MINERÁLNÍCH A STOLNÍCH VOD	VÝROBCI SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKY	LETECKÉ SPOLEČNOSTI
1. KARLOVARSKÉ MINERÁLNÍ VODY 2. KARLOVARSKÁ KORUNNÍ KYSELKA 3. PODĚBRADKA	1. SONY 2. PANASONIC/TECHNICS 3. THOMSON	1. LUFTHANSA 2. BRITISH AIRWAYS 3. FISCHER AIR
SPOLEČNOSTI POSKYTUJÍCÍ SPLÁTKOVÝ PRODEJ	VÝROBCI MOBILNÍCH TELEFONŮ	HYPERMARKETY
1. CETELEM 2. MULTISERVIS/GE 3. HOME CREDIT	1. NOKIA 2. SIEMENS 3. SAMSUNG	1. INTERSPAR 2. GLOBUS 3. KAUF LAND
STAVEBÍ SPOŘITELNY	VÝROBCI VÝPOČETNÍ TECHNIKY	LEASINGOVÉ SPOLEČNOSTI
1. VŠEOBECNÁ STAVEBNÍ SPOŘITELNA KB 2. STAVEBNÍ SPOŘITELNA ČS 3. ČESKOMORAVSKÁ STAVEBNÍ SPOŘITELNA	1. DELL 2. HEWLETT PACKARD 3. CANON	1. CAC LEASING 2. ŠKOFIN 3. GE CAPITAL LEASING
SPOLEČNOSTI POSKYTUJÍCÍ PŘÍMÉ BANKOVNICTVÍ	PIVOVARY	BENZÍNOVÉ ČERPACÍ STANICE
1. eBANKA 2. GE CAPITAL BANK 3. ČSOB	1. PLZEŇSKÝ PRAZDROJ 2. BUDĚJOVICKÝ BUDVAR 3. PIVOVARY STAROPRAMEN	1. JET 2. ESSO 3. ARAL
	DESTILÁTY A LIKÉRY	
	1. KARLOVARSKÁ BECHEROVKA 2. STOCK PLZEŇ – BOŽKOV 3. RUDOLF JELÍNEK	