

Superbrands®

Pressmeddelande

2010-03-30

Djupanalys av Sveriges 100 starkaste B2C-varumärken

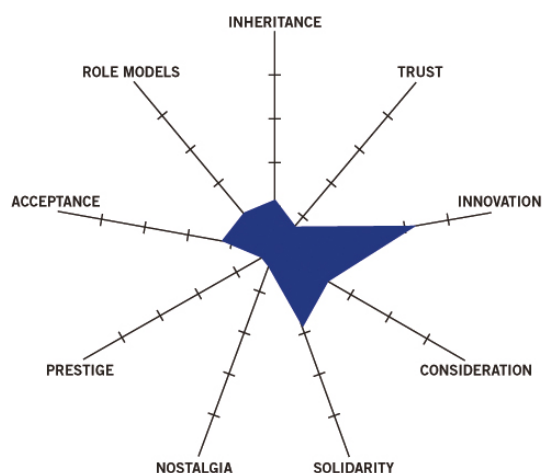
Superbrands genomför årligen varumärkesstudier där man identifierar Sveriges starkaste varumärken. I varumärkesorganisationens senaste studie har TNS SIFO analyserat topp 100 B2C Superbrands. Analysen har resulterat i 100 individuella diagram som visar varumärkens styrkor och svagheter genom nio parametrar.

Superbrands, internationell organisation inom varumärkesarbete, utför varje år en varumärkesstudie, vartannat år B2B och vartannat B2C. Resultatet av den senaste studien med konsumentvarumärken presenterades på Superbrands årliga gala den 26 januari på Berns.

Se alla topp 100 diagrammen på www.superbrands.nu/sv/superbrands/top100.

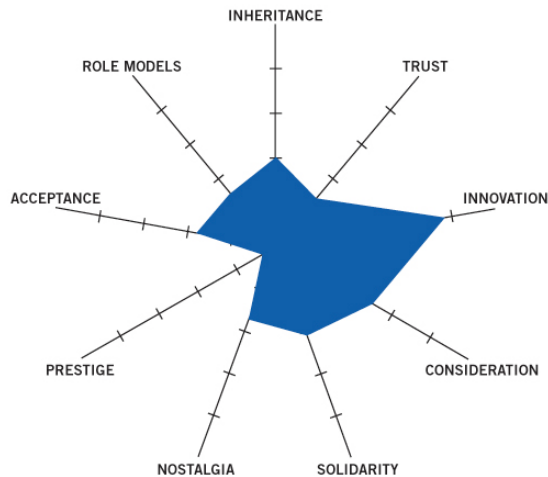
Exempel:

Google – 2010 års B2C-vinnare

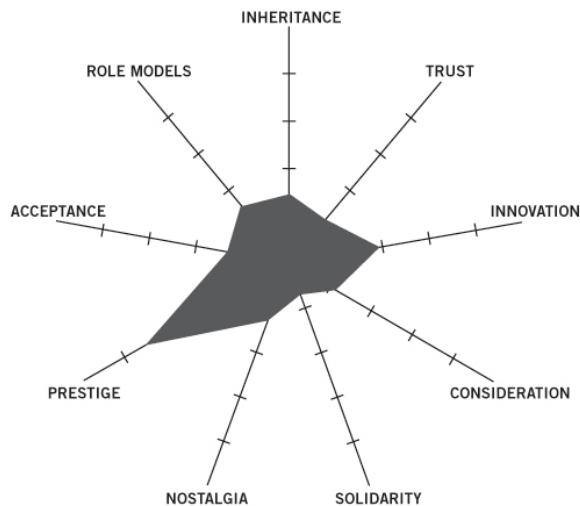


Superbrands®

IKEA – 2:a av Sveriges 100 starkaste B2C Superbrands



Orrefors – 3:a av Sveriges 100 starkaste B2C Superbrands



Om studien

Studien som Superbrands utför består av tre steg och i det tredje och sista steget genomförde TNS Sifo en djupare kvantitativ varumärkesundersökning som ledde fram till en ranking av årets 100 starkaste konsumentvarumärken. I undersökningen mäts alla topp 100 varumärken genom nio olika parametrar; *arv, förtroende, innovation, samhörighet, solidaritet, nostalgi, prestige, acceptans och förebilder*. Steg 3 resulterar i de 100 diagrammen.

Superbrands®

Kontakt:

Caroline Griolet, Operations Manager, +46 (0) 8 518 00 582, +46 (0) 708 875 882,
caroline.griolet@superbrands.com

Louisa Skyldeman, Pr Manager, +46 (0) 8 518 00 580, +46 (0) 708 875 880,
louisa.skyldeman@superbrands.com

Om Superbrands

Superbrands är en internationell och oberoende auktoritet inom varumärkesbyggande och marknadsföring, som i sina årliga publikationer beskriver historien om varumärken och företagen bakom dem.

Sedan 15 år ägnar sig organisationen Superbrands åt att premiera framgångsrika varumärken och att bidra till deras varumärkesprofilering. Dessutom fungerar Superbrands som ett nätverk, där de deltagande företagen kan dra nytta av varandras erfarenheter.

Superbrands har växt till ett globalt nätverk och finns i dag i 86 länder, på fem kontinenter i världen – vilket gör Superbrands till ett verkligt globalt varumärke.

Superbrands arbete sker i två olika delar:

Steg 1. Studie: en oberoende studie, utförd av GfK och Brand Council (bestående av oberoende varumärkesexperter).

Steg 2. Marknadsföring av studier; Superbrandssigill, Superbrandsgalan, Superbrandsboken och övrigt arbete.

Mer information finner du på hemsidan: www.superbrands.com/sweden