Poznań, 2 listopada 2020 roku

INFORMACJA PRASOWA

Covid – napęd jądrowy dla biznesu

**Niepewność, trudne do przewidzenia skutki dla firm, konieczność szybkiego dostosowania oferty do potrzeb odbiorców, wymogi dotyczące bezpieczeństwa klientów i personelu… czy takie wyzwania związane z pandemią mogą być POZYTYWNYM impulsem do rozwoju biznesu i budowy wizerunku firm? Jak wynika z raportu Top Marka 2020 - opracowanego przez magazyn „Press” i PRESS-SERVICE Monitoring Mediów zmagania te w przypadku wielu brandów przyniosły rewelacyjne wyniki!**

Pandemia w sposób znaczący wpłynęła na zmiany zachowań klientów, a to pociągnęło za sobą konieczność pilnej weryfikacji sposobu komunikacji z odbiorcami produktów i usług oraz opracowania nowej strategii. Dotyczyło to wszystkich branż, ale w przypadku tych bezpośrednio powiązanych z ochroną zdrowia, e-commerce i płatnościami elektronicznymi skutkowało rekordowymi obrotami, a także wzrostem medialności.

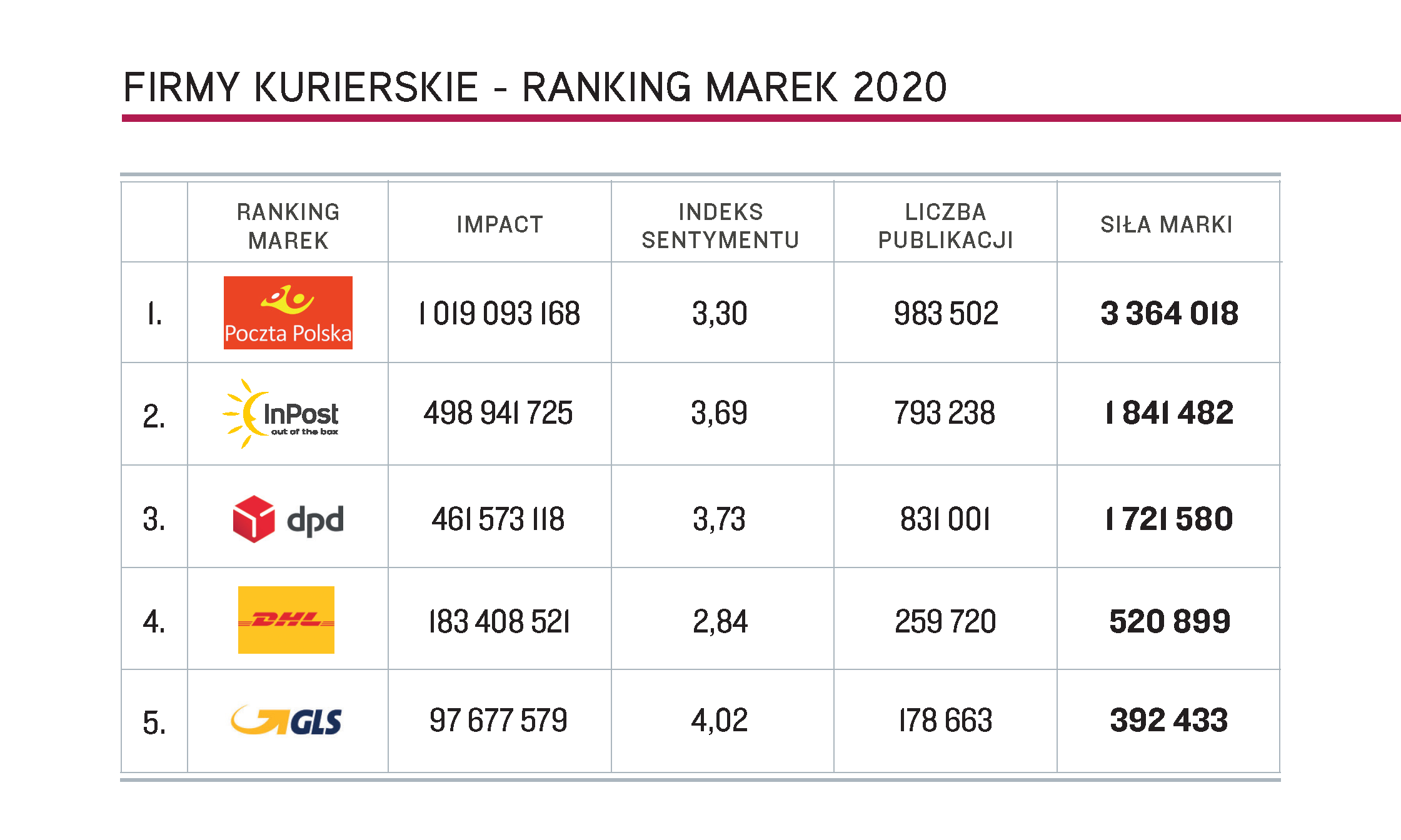
**Przesyłka w cenie**

W czasie pandemii gigantycznie wzrósł popyt na przesyłki kurierskie i odwrócił się trend dotyczący podmiotów korzystających z takich usług – w górę poszybowała liczba paczek doręczanych do odbiorców indywidualnych, a zmniejszeniu uległy zamówienia ze strony biznesu. Same firmy wprowadziły szereg przełomowych ułatwień i zmian związanych z nadaniem i odbiorem przesyłek.

Jak podsumowuje Joanna Skrzypek, analityk mediów w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, pandemia i lockdown podziałały na e-handel jak napęd jądrowy. Efektem tego był gwałtowny wzrost zapotrzebowania na usługi kurierskie, a to sprawiło, że wzrosło zainteresowanie tymi usługami ze strony dziennikarzy i liczba wzmianek o branży w social mediach.

Pierwsze miejsce w kategorii „Firmy kurierskie” w rankingu Top Marka 2020 zdobyła **Poczta Polska**. Ostateczny wynik siły tej marki – 3 364 018 pkt. wynika z szerokiego dotarcia (1 019 093 168). Drugi w zestawieniu **InPost** odnotował 1 841 482 pkt. Podium zamknęło **DPD**, które osiągnęło wynik 1 721 580 pkt. Czwarte miejsce branżowego rankingu należało do **DHL – 520 899 pkt.** Za nim z 392 433 punktami na koncie uplasowało się **GLS**.

Do top 10 firm kurierskich weszły także: **Paczka w RUCHu** (213 431 pkt.), **FedEx** (163 691), **UPS** (87 657), **Geis (18 954)** (18 899) oraz **TNT** (18 759).



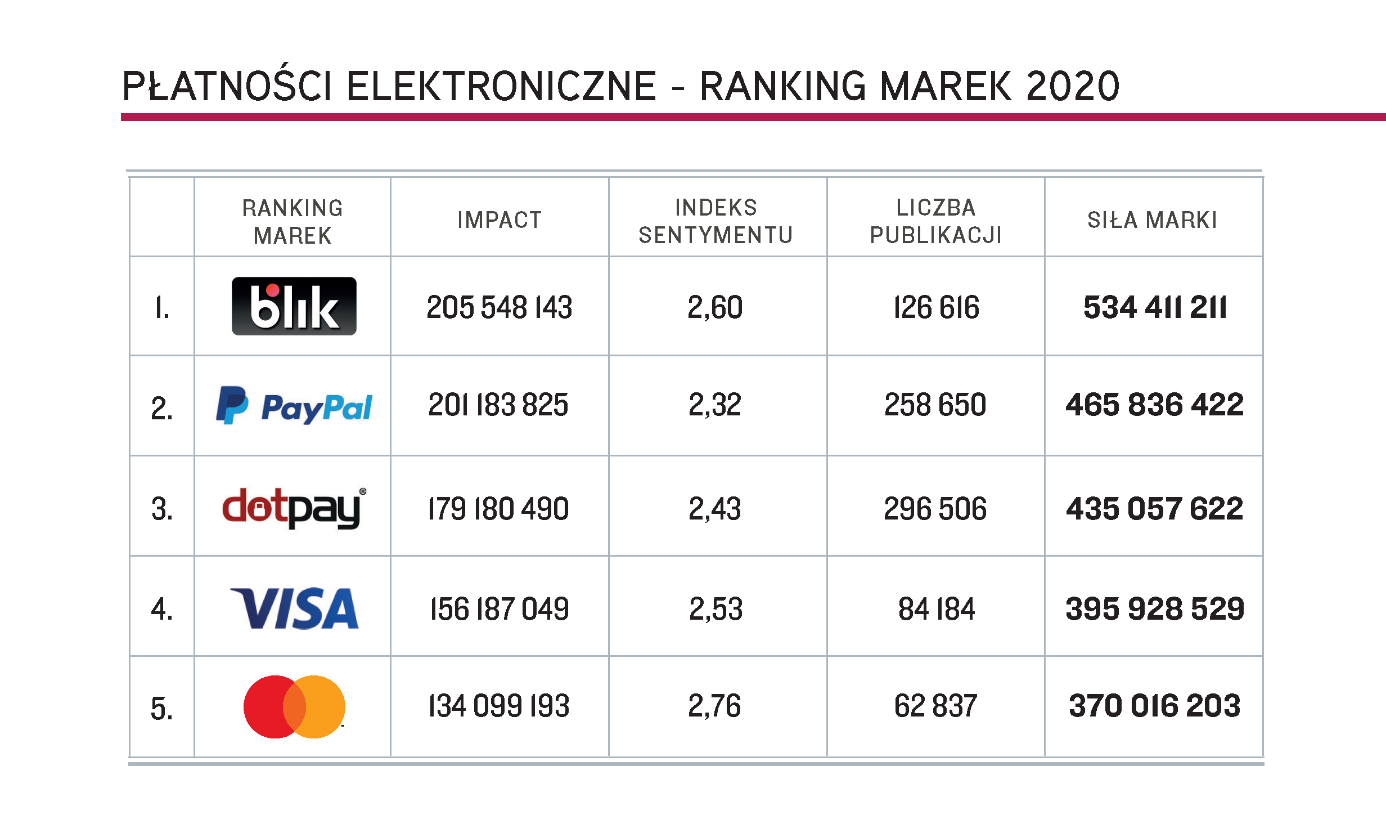
Wykres 1. Top 5 marek „Firmy kurierskie”, Top Marka 2020

**Branża z rekomendacjami WHO**

- Systemy płatności elektronicznych to branża, dla której miniony rok był z pewnością wyjątkowy. Pandemia spowodowała nie tylko zwiększenie zainteresowania zakupami online, także w stacjonarnych sklepach i punktach usług, zaczęto preferować płatności bezgotówkowe – komentuje Martyna Martynowicz, ekspert ds. analizy mediów w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Większość wzmianek o systemach płatności to informacje o możliwościach, jakie mają klienci, zamieszczane przy opisach platform zakupowych, transakcji czy akcji charytatywnych.

Top Marką wśród brandów płatności elektronicznych został **Blik, który** zgromadził 534 411 211 pkt., pokonując **PayPal** – 465 836 422 pkt. oraz **DotPay** – 435 057 622 pkt. Na 4. miejscu znalazła się **Visa**, która uzyskała 395 928 529 pkt. Siłę marki **Mastercard**, zajmującej piątą lokatę, oceniono na 370 016 203 pkt.

Top 10 systemów płatności elektronicznych w badaniu Top Marka uzupełniły: **Google Pay** (313 908), **PayU** (301 579), **Przelewy24** (153 104), **Apple Pay** (102 633) i **Express Elixir** (19 728).

****

Wykres 2. Top 5 marek „Płatności elektroniczne”, Top Marka 2020

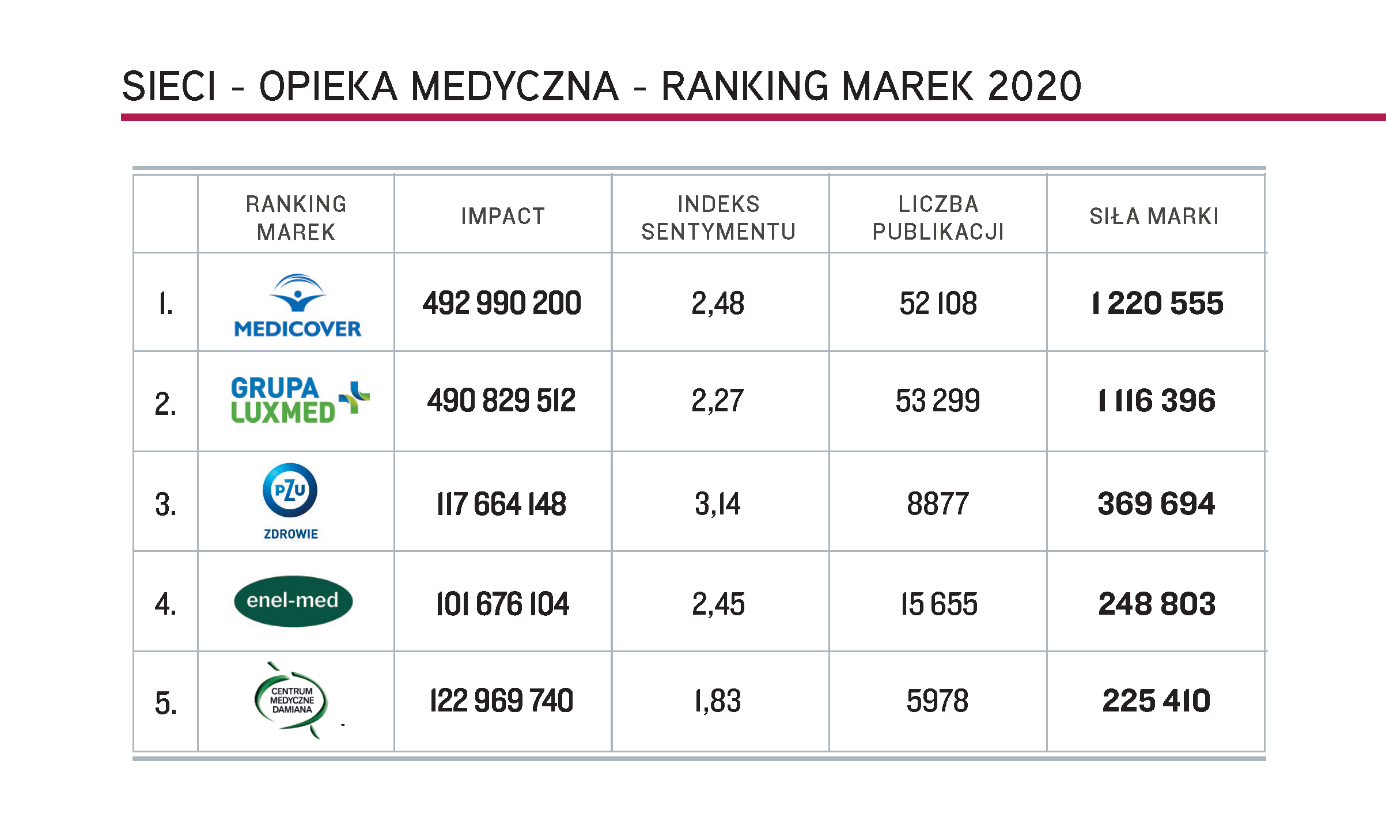
**Społecznie zaangażowane**

Zachorowania na Covid-19 oraz ograniczenia w dostępie do bezpłatnej opieki medycznej miały wpływ na większe zainteresowanie usługami płatnymi. Przyspieszył rozwój cyfryzacji w ochronie zdrowia oraz telemedycyna. Pandemia znacząco zmieniła tradycyjny sposób funkcjonowania opieki medycznej. Jak informuje Natalia Maćkowiak, starszy analityk w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, aż 20 proc. spośród wszystkich publikacji w prasie i serwisach internetowych wzmiankujących o markach sieci opieki medycznej zawierało w tytule słowo „koronawirus”.

Podobnie jak w roku ubiegłym, w rankingu prywatnych sieci opieki medycznej liderem badania okazał się **Medicover**. Złożyły się na to zarówno duża liczba publikacji, jak i wysoki wskaźnik dotarcia z informacjami do odbiorców – oszacowany na 492 990 200. W efekcie siła marki wyniosła 1 220 555 pkt. Drugą lokatę utrzymała **Grupa Lux Med**, z wynikiem 1 116 396 pkt., dotarciem bliskim liderowi – 490 829 512 i najwyższą liczbą publikacji – 53 299. Marki te wyraźnie zdystansowały pozostałe brandy z topowej piątki. Z wynikiem 369 694 pkt. oraz najwyższym sentymentem – 3,14 - na trzecim miejscu, awansując o jedną lokatę, znalazło się **PZU Zdrowie**. Za nim miejsca zajęły: **Enel-Med** z wynikiem 248 803 pkt. oraz **Centrum Medyczne Damiana** zsiłą marki na poziomie 225 410 pkt.

- W kontekście koronawirusa PZU Zdrowie wyróżniło się na tle konkurencji dużym odsetkiem publikacji o zaangażowaniu społecznym marki, głównie o wsparciu udzielanym służbom medycznym i porządkowym – dodaje Natalia Maćkowiak.

W drugiej piątce najsilniejszych marek w tej branży uplasowały się: na miejscu 6. **Alab Laboratoria** z wynikiem 133 688 pkt., dalej **Rehasport** – 90 477 pkt., **EMC Szpitale** – 73 029 pkt., **Polmed** – 43 777 pkt. oraz **Falck Medycyna,** otrzymując 17 375 pkt.



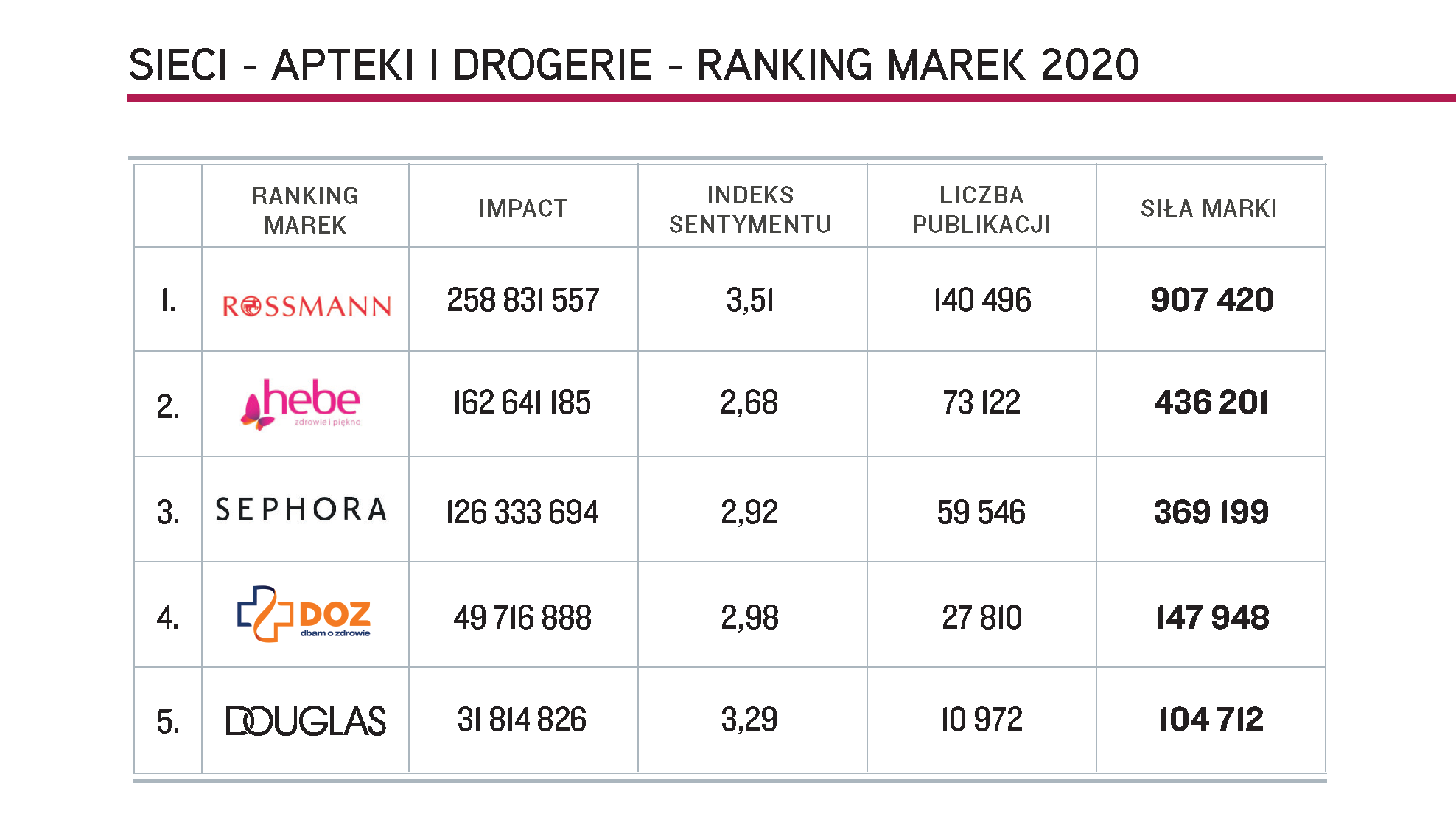
Wykres 3. Top 5 marek „Sieci – Opieka medyczna”, Top Marka 2020

**Zdrowie przede wszystkim**

W rankingu sieci aptek i drogerii najsilniejszym brandem ponownie okazał się **Rossmann**, który osiągnął 907 420 pkt., oraz blisko dwukrotnie więcej publikacji (140 496) od drugiej w zestawieniu marki **Hebe** (73 122), której siłę oceniono na 436 201 pkt. Rossmann uzyskał także najwyższy impact (258 831 557) oraz indeks sentymentu (3,51). Miejsce 3. należało do **Sephory**, która zgromadziła 369 199 pkt. oraz impact na poziomie 126 333 694. Sieć **Dbam o Zdrowie**, która uplasowała się na miejscu czwartym uzyskała 147 948 pkt. Pierwszą piątkę zamknął **Douglas** z siłą marki na poziomie 104 712 pkt.

- Tematem wzmianek o sieciach apteczno-drogeryjnych były zdecydowanie częściej kwestie korporacyjne, w tym wpływ lockdownu na ich wyniki – komentuje Monika Gierczak-Jabłońska, analityk mediów w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

W pierwszej dziesiątce topowych marek znalazły się także: **Super-Pharm** (100 329 pkt.), **Yves Rocher** (86 156 pkt.), **Natura** (57 959 pkt.), **Notino** (55 071 pkt.), **Kontigo** (52 836 pkt.).



Wykres 4. Top 5 marek „Sieci – Apteki i drogerie”, Top Marka 2020

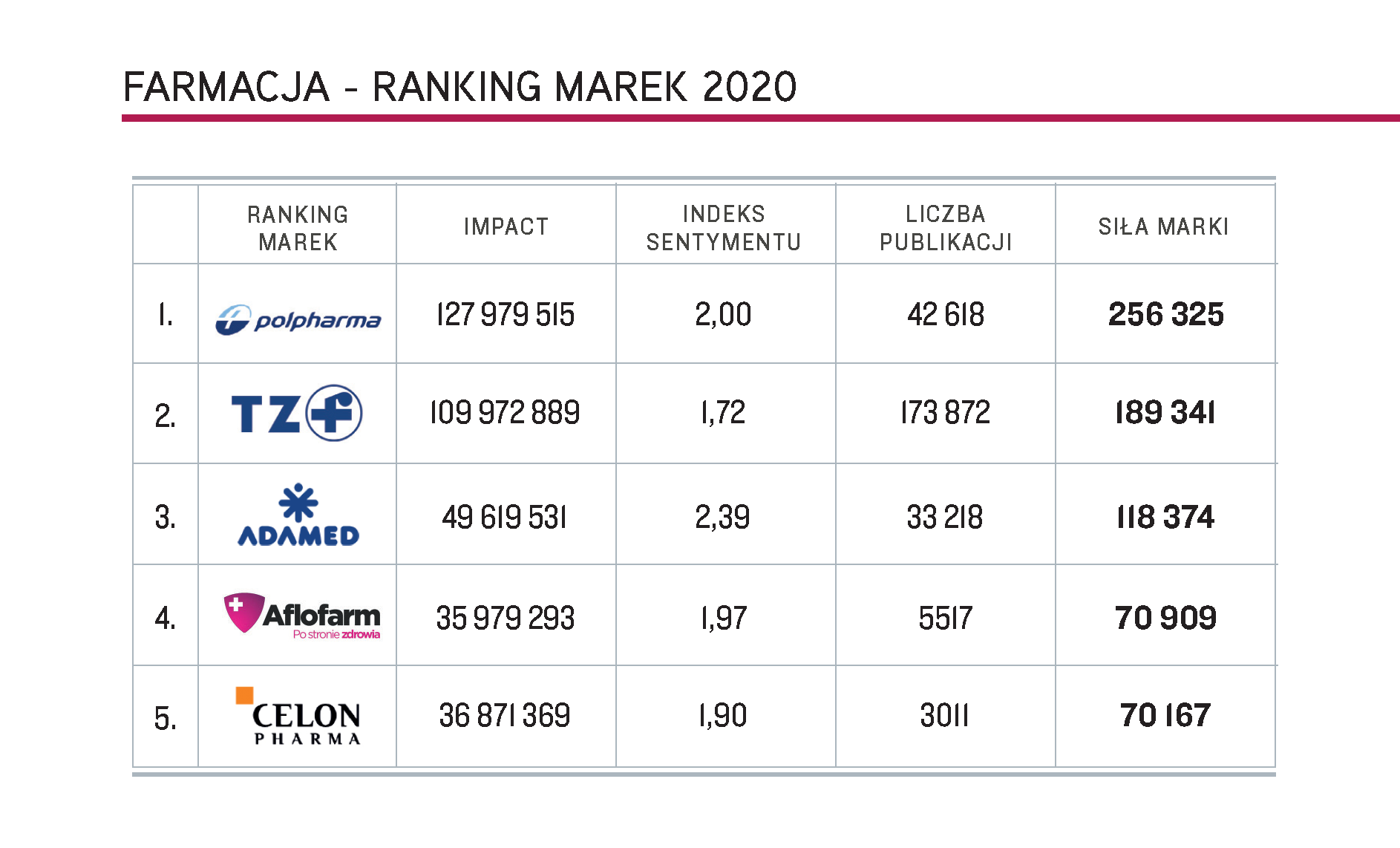
**Egzamin dla farmacji**

Wiosną znacząco wzrosło zapotrzebowanie na różnego rodzaju leki i suplementy, które Polacy masowo wykupywali z aptek, chcąc w przyśpieszonym tempie wzmocnić swoją odporność i zabezpieczyć przed ewentualnym zachorowaniem. Największe wyzwanie, przed jakim postawiona została branża farmaceutyczna w związku z pandemią dotyczyło wynalezienia szczepionki i leku na koronawirusa.

- Niemal połowa, bo aż 47 proc. wzmianek o Adamedzie w analizowanym okresie miało związek z koronawirusem. Także w przypadku Polfy Tarchomin odsetek ten był wysoki, bo wyniósł 30 proc. Nieco mniejszy był udział tego wątku w materiałach dotyczących Polpharmy (19 proc.). Natomiast wśród wzmianek o Celonie Pharma i Aflofarmie koronawirusa dotyczyło zaledwie 3 proc. – przekonuje Natalia Maćkowiak.

Zwycięzcą w branży farmaceutycznej została ponownie **Polpharma**, osiągając 256 325 pkt. Duży wpływ na ten wynik miał wysoki impact – 127 979 515. Na miejscu 2. Znalazła się Polfa Tarchomin – 189 341 pkt., która odnotowała rekordową liczbę publikacji – 173 872. Trzecią lokatę uzyskał **Adamed** z wynikiem 118 374 oraz najwyższym poziomem indeksu sentymentu – 2,39. Siłę czwartej marki w sektorze – Aflofarmu - oszacowano na 70 909 pkt. O włos wyprzedził on Celona Pharma, który uzyskał 70 167 pkt.

Do top 10 sektora weszły także marki: **Mabion** (44 048 pkt.), **GlaxoSmithKline** (37 850 pkt.), **Biofarm** (30 835 pkt.), **Polfarmex** (25 712 pkt.) oraz **Bayer** z siłą marki równą 14 121 pkt.

****

Wykres 5. Top 5 marek „Farmacja”, Top Marka 2020

W XIII edycji raportu „Top Marka” badaniem objęto materiały z prasy, internetu i social media opublikowane w okresie od 1 lipca 2019 roku do 30 czerwca 2020 roku – łącznie ponad 97 mln informacji: 2 mln tekstów prasowych, 15 mln internetowych i 80 mln postów w mediach społecznościowych. Materiały poddane analizie dotyczyły 10 najsilniejszych marek z 50 najmocniejszych medialnie branż. Łącznie w raporcie opisano 500 brandów. W badaniu zastosowano jednakowe wskaźniki dla wszystkich rodzajów wzmianek, uwzględniając specyfikę prasy, portali internetowych i social media: impact, indeks sentymentu i siłę marki.

[Infografika „Firmy kurierskie” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-firmy_kurierskie_2020.pdf)

[Infografika „Płatności elektroniczne” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_platnosci_elektroniczne_2020.pdf)

[Infografika „Sieci – opieka medyczna” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_opieka_medyczna_2020.pdf)

[Infografika „Sieci – apteki i drogerie” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_apteki_i_drogerie_2020.pdf)

[Infografika „Farmacja” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_farmacja_2020.pdf)

[Więcej na temat wyników badania Top Marka 2020](http://topmarka.eu/)

[Metodologia rankingu Top Marka 2020](https://youtu.be/sSViZARovqM)

Wskaźniki zastosowane w badaniu „Top Marka 2019”

**Impact** – dotarcie wzmianki o marce w oparciu o dane o konsumpcji medium.

**Indeks sentymentu** – współczynnik oparty na wydźwięku; odzwierciedla udział publikacji pozytywnych, neutralnych i negatywnych w całości przekazu o danej marce: im wyższy, tym lepszy.

**Siła marki** – ostateczna wartość decydująca o miejscu w rankingu; jest indeksem kilku zmiennych świadczących zarówno o liczbie kontaktów odbiorców z marką, jak i jakościowej ocenie komunikatu.

*PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Magazyn Press wyrażają zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełne nazwy firm: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Magazyn Press, a w social media oznaczenie @PSMMonitoring (FB i TT) oraz @MagazynPress (FB) i @RedakcjaPress (TT)).*

Osoba do kontaktu:

**Marlena Sosnowska**  
Rzecznik prasowy, menedżer ds. PR   
mobile: +48 697 410 980  
tel. +48 61 66 26 005 wew. 128  
[msosnowska@psmm.pl](mailto:msosnowska@psmm.pl)

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów  
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14  
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl/)  
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)  
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)