Poznań, 2 listopada 2021 r.

INFORMACJA PRASOWA

**Biznes na fali Covid**

**Pandemia koronawirusa zmieniła rzeczywistość w każdym aspekcie funkcjonowania brandów, powodując konieczność reorganizacji wielu obszarów. Mimo niesprzyjających okoliczności stała się także impulsem do rozwoju wielu biznesów. Jak wynika z raportu Top Marka 2021 - opracowanego przez magazyn „Press” i PRESS-SERVICE Monitoring Mediów – miało to miejsce w dużo spokojniejszej niż rok temu atmosferze.**

Dezorientacja musiała ustąpić miejsca konieczności zdefiniowania na nowo celów komunikacyjnych, a niepewność, pośpiech i chaos informacyjny, z czasem zastąpił względny spokój. Pandemia w znaczący sposób przełożyła się na tegoroczne badanie Top Marka. Przede wszystkim zdecydowała o jeszcze większej liczbie publikacji w porównaniu do ubiegłego roku – o ponad 11 mln.

- Wzrosty te są wynikiem trwającej pandemii COVID-19: w poprzedniej  edycji była to zwiększona aktywność w mediach społecznościowych zatrzymanych w domach Polaków, a teraz liczne materiały redakcyjne dotyczące szczepionek przeciw koronawirusowi – komentuje Izabela Grzechnik, ekspertka ds. analizy mediów PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

**Efekt szczepionki**

Medialna dominacja producentów wakcyn to najważniejszy wniosek płynący z tegorocznego badania Top Marka dla branży farmaceutycznej. Najwięcej informacji na temat szczepionek miało charakter produktowy.

- Ogromna większość publikacji to materiały informacyjne o mechanizmie działania szczepionek oraz o praktycznej stronie udziału w programie szczepień, w tym możliwości wyboru konkretnej marki – wyjaśnia Martyna Martynowicz, ekspertka ds. analizy mediów PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Zwycięzcą w branży farmaceutycznej został **Pfizer**, osiągając 6 159 574 pkt. Duży wpływ na ten wynik miał wysoki impact – 3 005 162 949 oraz liczba publikacji – 1 311 066. Na miejscu 2. znalazła się **AstraZeneca** – 4 908 126 pkt. Trzecią lokatę uzyskała **Moderna** z wynikiem 3 209 865 oraz najwyższym poziomem indeksu sentymentu – 2,19. Siłę czwartej marki w sektorze – **Johnson&Johnson** - oszacowano na 3 029 419 pkt. Top 5 zamyka **Polpharma** z wynikiem 621 215 pkt.

- Polpharma, piąta w tegorocznym zestawieniu, w poprzednich była liderem. I gdyby nie pandemia, zachowałaby to miejsce (co wykazała dodatkowa analiza), a za tą marką w rankingu pojawiłyby się kolejno: Mabion, GlaxoSMithKline, Adamed i Polfa Tarchomin – dodaje Martyna Martynowicz.

Tymczasem do top 10 sektora weszły także brandy: **Mabion** (375 603 pkt.), **GSK** (264 314 pkt.), **Adamed** (147 818 pkt.), **Polfa Tarchomin** (126 392 pkt.) oraz **Celon Pharma** z siłą marki równą 122 038 pkt.

 

 Wykres 1. Top 5 marek „Farmacja”, Top Marka 2021

**Kurs na e-handel**

E-commerce zdecydowanie należy do sektorów, którym pandemia bardzo pomogła. Kolejne lockdowny i obostrzenia napędziły handel elektroniczny. Ci, którzy już wcześniej korzystali z zakupów w sieci, nabywali więcej i sięgali po produkty z nowych obszarów. Pojawiło się także dużo nowych użytkowników online. Wraz z popytem na tego typu usługi wzrosła liczba podmiotów w branży, a także wzmogła się konkurencja, która zaangażowała nawet największych graczy.

- Wyższa konkurencja na rynku i rosnąca świadomość coraz bardziej wymagających konsumentów wymuszały na platformach e-commerce poszukiwanie nowych dróg rozwoju i sprzyjały podejmowaniu odważnych decyzji – wyjaśnia Kaja Matuszak, analityczka mediów PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Podobnie jak w roku ubiegłym, w rankingu serwisów e-commerce liderem badania okazało się **OLX**. Złożyły się na to zarówno duża liczba publikacji – blisko 3 mln, jak i wysoki indeks sentymentu oszacowany na 3,27. W efekcie siła marki wyniosła 5 415 203 pkt. Drugą lokatę utrzymało **Allegro**, z wynikiem końcowym 4 723 141 pkt. i dotarciem wyższym od lidera zestawienia – 2 342 509 669. Trzecie miejsce w branży utrzymał **Amazon**, który zgromadził 2 249 584 pkt. Z wynikiem 595 102 pkt. na czwarte miejsce awansowało **AliExpress**. Top 5 zamknęło **Zalando** z siłą marki na poziomie 541 696 pkt.

W drugiej piątce najsilniejszych marek w tej branży uplasowały się: na miejscu 6. **eObuwie** z wynikiem 386 121 pkt., dalej **Empik.com**– 243 520 pkt., **eBay** – 168 792 pkt., **Answear.com**– 128 250 pkt. oraz **Morele.net**, otrzymując 107 775 pkt.



 Wykres 2. Top 5 marek „E-commerce”, Top Marka 2021

**Branża w rozkwicie**

Boom na rynku e-commerce był jednym z czynników dynamicznego wzrostu w branży kurierskiej, która znalazła się w gronie beneficjentów trudnego czasu pandemii. Covid-19 wymusił na firmach z tego sektora błyskawiczną adaptację do nowej rzeczywistości.

Jak podsumowuje Joanna Skrzypek, analityczka mediów w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, zapotrzebowanie na usługi kurierskie nie słabnie, a rynek KEP w dalszym ciągu dynamicznie się rozwija. Firmy świadczące takie usługi zdobywają nowych klientów, zwiększają przychody, a jednocześnie inwestują w ekologiczne rozwiązania. Nic więc dziwnego, że o markach z tej branży jest w mediach głośno i to w pozytywnym sensie.

Po laur w kategorii „Firmy kurierskie” w rankingu Top Marka 2021, podobnie jak w roku ubiegłym sięgnęła **Poczta Polska**. Siła tej marki wyniosła – 3 876 718 pkt., co wynikało przede wszystkim z szerokiego dotarcia publikacji (1 278 340 160). Drugie miejsce, kolejny rok z rzędu należało do marki **InPost**, która odnotowała dużo wyższy niż rok temu wynik siły marki – aż 3 185 743 pkt. Trzeciej lokaty nie oddało **DPD**, które osiągnęło 1 953 239 pkt. Na czwarte miejsce w zestawieniu marek tej branży awansowało GLS **–** 517 944pkt**.** Za nim z 463 028 punktami na koncie uplasowało się **DHL**.

Do top 10 firm kurierskich weszły także: **UPS** (268 927 pkt.), **Paczka w RUCHu** (178 467 pkt.), **FedEx** (136 405 pkt.), **TNT** (54 237 pkt.) oraz **Geis** (4 893).

 

Wykres 3. Top 5 marek „Firmy kurierskie”, Top Marka 2021

W XIV edycji raportu „Top Marka” badaniem objęto materiały z prasy, internetu i social media opublikowane w okresie od 1 lipca 2020 roku do 30 czerwca 2021 roku – łącznie ponad 108 mln informacji: 2 mln tekstów prasowych, 16 mln internetowych i 90 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 „Farmacja” – ranking marek 2021](https://psmm.pl/wp-content/uploads/2021/11/top-marka-farmacja-2021.png)

[Infografika „E-commerce” – ranking marek 2021](https://psmm.pl/wp-content/uploads/2021/11/top-marka-e-commerce-2021.png)

[Infografika „Firmy kurierskie” – ranking marek 2021](https://psmm.pl/wp-content/uploads/2021/11/top-marka-firmy-kurierskie-2021.png)

[Więcej na temat wyników badania Top Marka 2021](https://topmarka.eu/)

[Metodologia rankingu Top Marka 2021](https://www.youtube.com/watch?v=BARtmJ-FxHM)

Wskaźniki zastosowane w badaniu „Top Marka 2021”

**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
+48 697 410 980
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)