

Az Allianz 2021-ben is Superbrands-díjas

Allianz Hungária Zrt.

Az Allianz Hungária Zrt. tizenhetedik Superbrands díját kapta kimagasló szaktudásáért, ügyfél-orientált működéséért és a klienseinek nyújtott kiemelkedő ügyfélélményért. A Superbrands Magyarország Szakértői Bizottsága 2004 óta minden évben az ország legkiválóbb márkái közé választotta az Allianzot, míg a Business Superbrands díjat a vállalat tizennegyedik alkalommal vehette át.

Az Allianz Hungária Zrt. továbbra is az ország egyetlen olyan biztosítója, amely a díj 2004-es alapítása óta minden alkalommal kiérdemelte a zsűri elismerését. A Superbrands védjegyek magas minőséget szimbolizálnak, elnyerésük pedig egyet jelent a legkiválóbb fogyasztói és üzleti márkáknak járó elismeréssel. A díjazottokról idén is – mint minden évben – többlépcsős előszűrést követően döntött egy huszonegy tagú, független szakemberekből álló bizottság, ezzel garantálva, hogy a kitüntetést valóban csak a minősített színvonalat képviselő márkák kapják meg.

„Az Allianz számára a minden évben odaítélt Superbrands díjak bizonyítják, hogy jó úton járunk, stratégiai törekvéseink az ügyfélélmény és a digitalizáció előtérbe helyezésére vonatkozóan megvalósulnak és visszaigazolást is nyernek. Az Allianz Hungáriánál mindannyian azért dolgozunk, hogy ügyfeleink érezzék, hogy a folyamatosan megújuló digitális szolgáltatásainkkal és termékeinkkel gondoskodunk a jövőjükéről, és arra inspiráljuk őket is, hogy felismerjék: a jövő tervezhető és alakítható”.– hangsúlyozta Dorn Gabriella az Allianz Hungária marketing és kommunikációs vezetője a díj odaítélésekor.



A Superbrands és a Business Superbrands díjakról

A Superbrands kezdeményezést 1995-ben, kettős céllal hozták létre Nagy-Britanniában. A két cél egymásra építkezik: azzal, hogy a kiemelkedő márkákat reflektorfénybe állítja, egyfelől minőségbeli útmutatást nyújt a fogyasztók számára, ezáltal pedig követendő példákat mutat a piac többi szereplőjének. A szervezet létrehozása óta a Superbrands cím világszerte ismertté vált, védjeggyé lépett elő, és ma már közel kilencven országban jelent kimagasló minősítést.

A Superbrands huszonöt éves múltja miatt a nagyközönség számára is ismert, a magas minőséget szimbolizáló védjegy, a nemzetközi program keretében a legkiválóbb fogyasztói és üzleti márkák részesülnek díjazásban. A díj odaítéléséről egy többlépcsős előszűrést követően egy marketingszakmai és vállalatvezető szakemberekből álló bizottság határoz minden évben.

A Business Superbrands program az üzleti szektor (B2B) márkáinak legkiválóbbjait emeli ki, azokat a magyarországi cégeket, illetve márkákat, amelyek nem elsősorban a fogyasztókkal, hanem vállalkozásokkal, szervezetekkel állnak kapcsolatban. A Bisnode adatbázisa alapján, illetve a jelentős hazai szakmai szervezetek és szövetségek ajánlásainak figyelembevételével létrejött mintegy 4000 márkát tartalmazó lista pénzügyi és szakmai szűrést követően kerül a bizottság elé. Ebbe a listába éppúgy beletartoznak a legnagyobb nyereségű hazai cégek, mint – az egyes szektorok iparkamarái, egyesületei, szakmai szervezetei által javasolt – és olyan kisebb vállalkozások is, amelyek az üzleti élet kiválóságainak számítanak, valamint kiemelkedő a hazai kommunikációs és márkáépítési gyakorlatuk.

A Superbrands 2021 védjegy esetében a zsűri huszonegy, a Business Superbrands 2021 esetében pedig húsz tagú. Valamennyi országban kiemelt szerep és felelősség hárul a bizottság tagjaira, ezért kizárólag elismert szakemberek kerülhet közéjük, akik feladatukat társadalmi alapon végzik. A jelölés kizárólag szakmai szempontok alapján történik, arra sem pályázni, sem jelentkezni nem lehet.

„Mindig felmerül a kérdés, hogy egy adott díj mennyiben szól a múltnak, vagy mennyiben örülhetünk neki a jelenben, hogy mi is kiérdemeltük, végre mi is megkaptuk. A Superbrands azon díjak közé tartozik, amely egyszerre ismeri el a múlt eredményeit, tünteti ki a jelent, és további kimagasló márkatevékenységre sarkall. Utóbbi kettőt bizonyítja a márkák erősödő piaci aktivitása, mellyel évről évre, újra meg újra bizonyítani tudják úgy maguknak, mint a környezetük számára, hogy jó úton járnak,

céljaikat, és az elérésük érdekében tett erőfeszítéseiket értékelik, és elismerik. A Superbrands újbóli megszerzése pedig folyamatos motivációt jelent, hozzájárulva a márka fontosságának megértéséhez, és a mind színvonalasabb márkaépítéshez.” – mondta Dr. Totth Gedeon a BGE tanára, a Magyar Marketing Szövetség elnökségi tagja, a Business Superbrands elnöke.

Az Allianz 2021-ben is Superbrands-díjas