

ONSTRATEGY apresenta resultados do estudo de Força das Marcas em Portugal.

A Força das Marcas em Portugal regista valores abaixo dos principais países Europeus considerados referências na compra e no consumo de marcas.

O estudo de Força de Marca em PORTUGAL, é desenvolvido em conformidade com a norma ISO20671 (avaliação de força de marca) e está alicerçado num trabalho de campo desenvolvido entre Outubro de 2023 e Setembro de 2024 tendo sido auscultados mais de 50.000 cidadãos representativos da sociedade Portuguesa no que respeita ao último censo em termos de distribuição geográfica, género, idade e grau de formação.

Neste processo foram auditadas e avaliadas 6 dimensões (relevância, consideração, admiração, confiança, recomendação e defesa perante situações de crise), obtendo-se os seguintes resultados:

| BRANDS EQUITY | | | | | | |
|---------------|----------|---------|--------|--------|----------|-------------|
| | PORTUGAL | ESPANHA | FRANÇA | ITALIA | ALEMANHA | REINO UNIDO |
| Relevância | 76,2% | 83,1% | 85,7% | 85,5% | 80,8% | 87,0% |
| Consideração | 75,3% | 80,6% | 84,2% | 84,9% | 79,7% | 85,4% |
| Admiração | 68,9% | 76,5% | 81,6% | 83,1% | 75,2% | 82,8% |
| Confiança | 64,6% | 70,8% | 76,5% | 77,2% | 72,9% | 78,1% |
| Recomendação | 56,8% | 61,2% | 72,4% | 72,6% | 66,3% | 73,5% |
| Defesa | 45,5% | 54,9% | 57,8% | 58,3% | 57,1% | 58,2% |

Enquanto o Reino Unido atinge a melhor avaliação no que respeita à Relevância as marcas e Confiança nas mesmas, Itália ganha em Consideração e Admiração. Portugal recolhe as avaliações mais baixas, sendo de destacar que:

- Portugal é o país onde as marcas são consideradas menos relevantes para os cidadãos (76,2%), com particular incidência nos Distritos do interior do país e para as gerações mais adultas.
- A principal quebra na avaliação dos Portugueses reside na passagem do nível de Consideração para o nível de Admiração (68,9% da população Admira as marcas); esta quebra deixa particularmente expostos os níveis de Recomendação e Defesa das marcas.
- Numa análise mais profunda, conseguimos apurar que a principal razão na quebra entre Consideração e Admiração das marcas em Portugal está diretamente relacionada com a vertente mais racional associada à Experiência de Serviço que as marcas entregam ao público:
 - a. Atendimento adequado e eficiente em loja.
 - b. Atendimento adequado e eficiente em digital.
 - c. Atendimento adequado e eficiente em centro de apoio telefónico.
 - d. Atendimento adequado e eficiente em apoio pós-venda.
 - e. Respostas rápidas, apropriadas e assertivas.
 - f. Acessibilidade, disponibilidade e simpatia no atendimento.

A ONSTRATEGY:

Fundada em 2009, a ONSTRATEGY é uma consultora multidisciplinar focada na criação e otimização do valor financeiro das marcas e organizações dos seus clientes e parceiros.

A ON STRATEGY desenvolve e entrega serviços de consultoria em análise, estratégia e avaliação financeira para maximizar o valor de ativos tangíveis e intangíveis com metodologias e ferramentas independentes, reconhecidas e certificadas que são apoiadas por um profundo conhecimento do ambiente económico, político e social que impactam o desempenho de negócios e marcas.

A ONSTRATEGY faz parte do grupo restrito de consultoras certificadas a nível mundial, que atuam em conformidade com as normas ISO10668 (avaliação financeira de marca) e ISO20671 (avaliação de estratégia e força de marca).

Para mais informações:

ONSTRATEGY | 211 352 000

Pedro Tavares | pedro.tavares@onstrategy.com.pt | 919 383 036