

## Stavařina v programu Důvěryhodné značky

# Stavařina v programu Důvěryhodné značky

20.1.2023

redakce

**I firmy, které znáte z TZB-info, se umístily v 8. ročníku marketingového programu Důvěryhodné značky, který vychází z průzkumu zaměřeného na důvěryhodnost značek na trhu v České republice.**

## Marketingový program Důvěryhodné značky

Dotázáno bylo čtyři tisíce respondentů, kteří hodnotili téměř devět set značek z devadesáti kategorií nejrůznějších oblastí, jako jsou služby a instituce, poskytovatelé energií, prodejci drogerie, potraviny a mnoho dalších. Značky jsou nominovány automaticky na základě prodejů. V soutěži byly oceněny i nové kategorie a organizátoři také reagovali na převratné změny na trhu s energiemi a stavebninami, nově tak byly oceněny značky z kategorií betonové prvky, střešní krytiny, kotle a bojlerů a další.

## A které značky ze stavebnictví, TZB a úspor energií se umístily?

### *CS BETON - kategorie „Betonové prvky“*



*„Osmý ročník nezávislého marketingového programu Důvěryhodná značka 2022 nám přinesl velkou radost! Naše společnost CS BETON se stala vítězem v kategorii Betonové prvky, a podařilo se nám tak porazit veškerou konkurenci v oboru,“ říká Mgr. Petra Čopová, jednatelka společnosti CS BETON.*

## UNIKÁTNÍ OCENĚNÍ Z RUKOU ZÁKAZNÍKŮ

„Proč máme v CS BETON takovou radost z vítězství? Anketa Nejdůvěryhodnější značka je jedinečná především tím, že jde o ocenění, které udělují sami spotřebitelé. Do výsledků nezasahuje žádná odborná porota, v jednotlivých kategoriích jsou zařazeny vždy top značky a každá kategorie má pouze jednoho vítěze,“ sdělil Ing. Lukáš Harvánek, Marketing Manager CS BETON, a dodává: „Rozsáhlého průzkumu v naší kategorii Betonové prvky se účastnili pouze relevantní respondenti – tedy ti, kteří mají zkušenost se stavbou. Výsledek ankety pro nás tedy především znamená, že nám zákazníci skutečně důvěřují, a důvěra je nejsilnějším poutem mezi značkou a zákazníkem! Vítězství v Nejdůvěryhodnější značce 2022 nám tak nezávisle potvrdilo kvalitu našich produktů i poskytovaných služeb.“

[více informací](#)

## Grohe ČR s.r.o. - kategorie „Vodovodní baterie“

Ocenění dokazuje, že společnost GROHE přesvědčila spotřebitele na obou trzích o tom, že se na ni mohou spolehnout. Potvrdila tedy, že je určena nejen pro odborníky instalatéry a architekty, ale také vyhledávána koncovými zákazníky. Design i funkce odpovídají současným požadavkům a nabízí řešení, která pomáhají vědomě využívat zdroje a umožňují tak spotřebitelům šetřit peníze v době vysokých cen energií. „Z ocenění máme obrovskou radost. Je to pro nás potvrzení naší filozofie a strategie, kterou na trzích České republika a Slovenska uplatňujeme. Velmi si vážíme, že zákazníci naši tvrdou práci oceňují a vnímají tak prémiovou kvalitu našich produktů v kombinaci s nadčasovým designem a inovativními a úspornými technologiemi. Ocenění nás také zavazuje do budoucna pokračovat v nastaveném trendu a pomáhat tak utvářet budoucnost vody a sanitárního průmyslu,“ říká Ing. Václav Kužílek, Leader Marketing Activations GROHE Czech & Slovakia. „Ocenění využijeme v naší marketingové komunikaci v kanálech online i offline, tak abychom zákazníkům usnadnili orientaci v širokém portfoliu vodovodních baterií a umožnili jim tak poznat závazek produktů GROHE na vlastní kůži,“ doplňuje Václav Kužílek.

## DZ Dražice - kategorie „Kotle a bojler“

„Jsem opravdu hrdý na to, že se nám dostalo tohoto ocenění. Získali jsme tak další důkaz rostoucí obliby značek Dražice, NIBE či DZD Solar mezi odbornou a laickou veřejností. Navíc se jedná o potvrzení vysoké kvality našich produktů, ze které neslevujeme ani v současné složité době,“ říká Karel Pacourek, generální ředitel DZ Dražice, a dodává: „Každý podobný úspěch bereme jako závazek, abychom pokračovali ve výrobě, vývoji či dovozu ještě inovativnějších zařízení šetrných k životnímu prostředí. Díky tomu se nám daří nabízet kompletní produktové portfolio, jež přispívá k energetické soběstačnosti domácností, průmyslových provozů či veřejných budov. Investice do inovací a designu mají rozhodně smysl a pomáhají českým výrobkům oslovit i náročné zahraniční trhy.“



## Xella CZ, s.r.o. - kategorie "Zdicí materiály"

Ocenění Nejdůvěryhodnější značka 2022 v kategorii zdicích materiálů pro značku Ytong přebíral Luděk Suchomel, marketingový ředitel společnosti Xella CZ: „Vlna změn zasáhla i oblast výstavby, investoři i výrobci stavebních materiálů museli a musí reagovat na rostoucí ceny vstupů včetně ceny energií, stejně tak i na navýšení úrokových sazeb. V době tak výrazných změn nás samozřejmě těší, že se nám podařilo obhájit loňské vítězství a počtvrté v řadě jsme obdrželi ocenění, postavené na důvěře zákazníků. Pórobeton Ytong byl, je a i nadále bude stavební materiál vhodný pro novostavby, rekonstrukce, stejně tak i pro výstavbu bytových domů či nebytových prostor, které odpovídají současným a budoucím požadavkům na nízkou energetickou náročnost, maximální komfort a zdraví jeho uživatelů.“

[více informací](#)

## BMI BRAMAC - kategorie „Střešní krytiny“

Značka BMI BRAMAC se stala nejdůvěryhodnější značkou roku 2022 v oboru střešních krytin na českém trhu. „Důvěryhodné značky“ jsou renomovaným marketingovým programem, jenž monitoruje a oceňuje značky, do kterých zákazníci vkládají největší důvěru. Titul "Nejdůvěryhodnější značka" získává brand na základě nezávislého průzkumu, kterého se účastní přes 4000 spotřebitelů. Cílem programu je usnadnit zákazníkům orientaci v široké nabídce produktů napříč spotřebitelským trhem a slouží ke zviditelnění produktů špičkové kvality.

[více informací](#)



<https://www.tzb-info.cz/rozhovory-komentare/24848-stavarina-v-programu-duveryhodne-znacky>