

## Teleankieta miesiąca

Wyniki komentuje  
Katarzyna  
Swatowska,  
dyrektor ds.  
marketingu i PR  
Call Center  
Poland SA

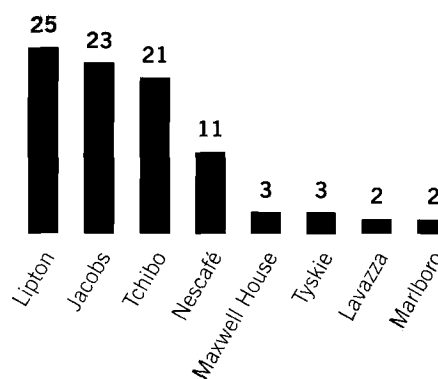


Kawa czy herbata? Tym razem badaliśmy substancje chemiczne oddziałujące na centralny układ nerwowy, czyli używki. Uprzedzam, że afrodyzjaki, narkotyki i inne substancje psychoaktywne nie były przedmiotem naszej ankiety. Dlatego 85 proc. ankietowanych była w pełni świadoma swoich odpowiedzi, popijając herbatę Lipton, kawę Jacobs, Tchibo czy Nescafé. Strategia zarządzania tymi markami jest skuteczna – efektem jest pełne uzależnienie od wyżej wymienionych marek. Tym bardziej że jest się od czego uzależnić: Sir Thomas Lipton zafundował nam trzy tysiące rodzajów herbat...

Ankieta była przeprowadzana w godzinach porannych, kiedy to marketer korzysta z „najlepszej chwili poranka” z kawą Jacobs lub sięga po „tyk inspiracji” Liptona.

01-11-2008, Marketing & more

### Najlepiej zarządzane marki FMCG w kategorii używki (proc. wskazań)



Pytanie brzmiało: proszę wymienić jedną markę FMCG (używki), która według Pani/Pana jest najlepiej zarządzana (nie można było wskazać własnej marki). Ankieta przeprowadzona w dniach 13-15 października br. na grupie 100 profesjonalistów z działów marketingu firm z branży FMCG.

Badanie zrealizowała firma **Researcher by Call Center Poland**. Wykorzystano bazę danych Panoramy Firm.

Ciekawe, jak wyglądałyby wyniki, kiedy marketer wieczorem przechodzi na drugą stronę mocy, gdy nie liczy się już moc kawy czy herbaty, ale mocne wrażenia...