



הסופרברנדרס של ישראל 2011:

רק 273 מתוך כ-2,300 המותגים הפעילים בישראל נבחרו על ידי אנשי המקצוע והצרכנים כראויים לתואר "מותג על". 35 נפלטו מן הרשימה, ואילו 65 הצטרפו אליה. בין המצטרפים לקבוצת המותגים בעלי המוניטין החזקים ביותר: שופרסל, אלקטרה, בייגל בייגל, TheMarker ומסעדת רפאל

מגזר ציבורי ועמותות

- ◀ אגודת אד"י
- ◀ האגודה למלחמה בסרטן
- ◀ האגודה למען החייל
- ◀ החברה להגנת הטבע
- ◀ המוסד
- ◀ זק"א
- ◀ חיל האוויר
- ◀ יד שרה
- ◀ מגן דוד אדום
- ◀ עזר מציון
- ◀ צה"ל
- ◀ רפא"ל

מוצרי חלב וגלידות

- ◀ Muller
- ◀ בן & ג'ריס
- ◀ גלידות נסטלה
- ◀ גלידת שטראוס
- ◀ דנונה
- ◀ האגן דאז
- ◀ חלב תנובה
- ◀ יופלה
- ◀ יטבתה
- ◀ מגנום
- ◀ מחלבות גד
- ◀ מילקי
- ◀ עמק
- ◀ קוטג' תנובה
- ◀ קרמיסימו
- ◀ תנובה

מוצרי חשמל

- ◀ AEG
- ◀ Bosch
- ◀ Canon
- ◀ iPod
- ◀ LG
- ◀ אלקטרה
- ◀ אמנה
- ◀ ג'נרל אלקטריק
- ◀ טושיבה
- ◀ סוני
- ◀ פיליפס
- ◀ פנסוניק

סופרברנדר ונהפכה לרשת השיווק היחידה ברשימה. כל מותגי הקפה: טייסטרס צ'ויס, טורקי עלית, קפה נמס עלית ונסקפה – נפלטו מרשימת הסופרברנדרס של 2011, שנותרה ללא מותג קפה אחר. "ארץ נהדרת", אחת מתוכניות הרגל של זכיינית ערוץ 2 קשת, נשארה גם היא מחוץ לרשימה, ואף שרי אריסון שספגה לא מעט ביקורת ציבורית לא הצליחה להצטרף השנה למותגי העל של ישראל.

אופנה ותכשיטים

- ◀ אדידס
- ◀ אומגה
- ◀ ארמאני
- ◀ בולגרי
- ◀ ברייטלינג
- ◀ גוצ'י
- ◀ דולצ'ה וגבאנה
- ◀ דיזל
- ◀ השטרן
- ◀ הוגו בוס
- ◀ ורסצ'ה
- ◀ טומי הילפיגר
- ◀ טימברלנד
- ◀ כריסטיאן דיור
- ◀ לואי ויטון
- ◀ ליווי'ס
- ◀ ניו באלאנס
- ◀ נייקי
- ◀ פדני
- ◀ פולו ראלף לורן
- ◀ פראדה
- ◀ קארטייה
- ◀ רולקס
- ◀ ריי באן

אינטרנט

- ◀ eBay
- ◀ Gmail
- ◀ Google
- ◀ Skype
- ◀ 2יד
- ◀ יוטיוב
- ◀ וואלה
- ◀ פייסבוק

נכנסו אליה. לראשונה נכנסו אל הרשימה שתי חברות ביטוח: מגרל והראל, שהשקיעו רבות בפרסום ובשיווק. השף רפי כהן, שאף השיק עם חבר סדרת סלטים הנושאים את שמו, הוכיח כי פרופיל תקשורת גבוה מסייע לבניית מותג כשהצליח להכניס את מסעדתו רפאל לרשימה. אגודת אד"י, שניהלה קמפיין תקשורתי ארוך במטרה לצרף מחזיקי כרטיס תורם הצטרפה גם היא, וכך גם שופרסל ושופרסל דיל שזכתה בראשונה בתואר

אנשים

- ◀ אריאל שרון
- ◀ אריק איינשטיין
- ◀ בנימין נתניהו
- ◀ יאיר לפיד
- ◀ שלום חנוך
- ◀ שלמה ארצי
- ◀ שמעון פרס

קוסמטיקה ובישום

- ◀ איב סאן לורן
- ◀ אסתי לאודר
- ◀ ארמאני
- ◀ דולצ'ה וגבאנה
- ◀ הוגו בוס
- ◀ ז'אן פול גוטייה
- ◀ לוריאל
- ◀ לנקום
- ◀ פראדה
- ◀ קלווין קליין
- ◀ קליניק
- ◀ רבלון
- ◀ שאנל

קמעונאות ורשתות שיווק

- ◀ ACE
- ◀ אופיס דיפו
- ◀ דיוטי פרי
- ◀ הום סנטר
- ◀ המשביר לצרכן
- ◀ טויס אר אס
- ◀ סופר-פארם
- ◀ קניון עזריאלי
- ◀ שופרסל
- ◀ שופרסל דיל

מבין החברות המשווקות מותגים בישראל, קבוצת שטראוס מחזיקה במספר מותגי העל הגבוה ביותר: עשרה (שטראוס, עלית, פסק זמן, שוקולד פרה, דנונה, יטבתה, שוקו יטבתה, מילקי, יד מרדכי ומקס ברנר). את המקום השני תופסות במשותף פרוקטור & גמבל, החברה המרכזית למשקאות וקבוצת אסם נסטלה, עם שמונה מותגי על כל אחת. 100 מותגים שינו בשנה האחרונה את מעמדם בישראל: 35 נפלטו מהרשימה ו-65

שירותים

- ◀ UPS
- ◀ אוניברסיטת תל אביב
- ◀ בצלאל
- ◀ דלק
- ◀ האוניברסיטה העברית
- ◀ האוניברסיטה הפתוחה
- ◀ יד ושם
- ◀ מכון ויצמן
- ◀ פדקס
- ◀ פז

תקשורת ומחשבים

- ◀ HP
- ◀ IBM
- ◀ Windows
- ◀ iPad
- ◀ iPhone
- ◀ אורנג'
- ◀ אינטל
- ◀ בזק
- ◀ דל
- ◀ מיקרוסופט
- ◀ נוקיה
- ◀ סמסונג

תרבות

- ◀ בית התפוצות
- ◀ הקאמרי
- ◀ התיאטרון הלאומי הבימה
- ◀ התזמורת הפילהרמונית
- ◀ מחזיאון ישראל
- ◀ סטימצקי
- ◀ סינמה סיטי
- ◀ צומת ספרים

מאת עדי דברת-מזריץ

מספר המותגים הפועלים בישראל, שהוכתרו כמותגי על – סופרברנדרס (Superbrands), זינק השנה ביותר מ-10% לעומת 2010 – ל-273 מותגים. מושמעות הרבה דעות כי בשנה החולפת הצליחו המשווקים המקומיים לבסס ולחזק את הקשר בין הצרכנים לבין מותגיהם.

זו השנה השלישית ברציפות שבה ארגון הסופרברנדרס הבינלאומי, בוחן את עוצמת הקשר ותפישת הצרכנים הישראלים את כל המותגים הפועלים כאן. מותג, שעוצמת הקשר שלו עם הצרכנים גבוהה מן הרף שנקבע – מוכתר כסופרברנדר (ראו מסגרת).

מוצרים לתינוקות ולילדים

- ◀ ברבי
- ◀ גרבר
- ◀ דיסני
- ◀ האגיס
- ◀ לגו
- ◀ מטרונה
- ◀ מיקי מאוס
- ◀ סימילאק
- ◀ פליימוביל
- ◀ פמפרס
- ◀ שילב

משקאות

- ◀ Coke Zero
- ◀ Nestea
- ◀ ויסוצקי
- ◀ מי עדן
- ◀ ספרייט
- ◀ פריגת
- ◀ קוקה קולה
- ◀ שוקו יטבתה

נדל"ן ומוצרים לבית

- ◀ איקאה



*שמות המותגים מסודרים לפי הא"ב

בנקאות ושירותים פיננסיים

- ◀ AIG
- ◀ CAL
- ◀ אמריקן אקספרס
- ◀ בנק הפועלים
- ◀ דיסקונט
- ◀ הראל
- ◀ ישראלכרט
- ◀ לאומי
- ◀ לאומי קארד
- ◀ מאסטרקארד
- ◀ מגדל

נופש ופנאי

- ◀ NBA
- ◀ אל על
- ◀ הילטון
- ◀ מלון הרודס
- ◀ מלון יערות הכרמל
- ◀ מלונות דן

סיגריות ואלכוהול

- ◀ אבסולוט
- ◀ ג'וני ווקר
- ◀ ג'ק דניאלס
- ◀ היינקן
- ◀ יקבי רמת הגולן
- ◀ מרלבורו
- ◀ קרלסברג

חדשות
במשרד התחבורה
ממליצים לנוסעים להקדים
את היציאה לדרך

8

מבמבה ועד לגלי צה"ל



המותגים החדשים שנכנסו לרשימת Superbrands 2011

ACE	דר גב	נגב
AIG	ויאגרה	הילטון
CAL	קליה	הרודס
CHANEL	אריאל	יערות הכרמל
Golf & Co	פיניש	בולגרי
iPad	בייגל בייגל	גלי צה"ל
Muller	עוגיות Oreo	דיוטי פרי
NBA	טמפקס	קניון עזריאלי
TheMarker	קפה קפה	שופרסל
UPS	רולדין	שופרסל דיל
yes	מסעדת רפאל	ביואיק
ברייטלינג	אגודת אדי	לנד רובר
וואלה	קרמיסימו	לקסוס
קרטייה	אלקטרה	קאדילק
דיסקונט	אמנה	בצלאל
הראל	סטארקיסט טונה	דלק
אומגה	פליימוביל	יד ושם
לאומי קארד	סימילאק	דל
מאסטרקארד	שוקו יטבתה	סמסונג
מגדל	אבן קיסר	בית התפוצות
אסותא	ביתלי	התזמורת הפילהרמונית
דורקס	הולנדיה	



המותגים שיצאו מרשימת Superbrands 2011-2

Ben gay	קטשופ אסם	שברולט
Nescafe	ניופאן	סוויטש
פומה	טייסטר'ס צ'ויס	ג'יי אנד בי
ריבוק	נביעות	טובורג
עמוס עוז	קפה טורקי עלית	סמירנוף
שרי אריסון	קפה נמס עלית	שיבס ריגל
קלגרון	רד בול	איל"ן
קינדר בואנו	תמי 4	אקי"ם
בית השיטה	פיראוס	וראייטי
סוגות	ארץ נהדרת	לתת
סלטי אחלה	ניוואה	קק"ל
קורנפלקס תלמה	מאזדה	



לאכול בחוץ
Domino's Pizza
ארומה
מקדונלד'ס
מקס ברנר
קפה קפה
רולדין
מסעדת רפאל

עיתונות ותקשורת
TheMarker
yes
ynet
גלגל"צ
גלי צה"ל
ידענות אחרונות
נשינול ג'אוגרפיק
ערוץ 2

נדל"ן ומוצרים לבית
איקאה
אבן קיסר
ביתילי
גולף אנד קו
הולנדיה
טמבור
כיתן
כתר פלסטי
נגב
עמינוח
רב בריח

רכב ותחבורה
אדוויל
ב.מ.וו
ביואיק
הארלי דיווידסון
הונדה
וולבו
טויוטה
יגואר
לנדורבר
לקסוס
מרצדס
פולקסווגן
פורשה
קאדילק

מוצרי מזון
אסם
היינץ
השחר העולה
זוגלובק
טבעול
יד מרדכי
נוטלה
סטארקיסט טונה
סלטי צבר
סנפרוסט
עלית
קנור
שטראוס
שקדי מרק אסם

בריאות
אדוויל
אופטלגין
אסותא
אקמול
דורקס
ד"ר גב
וולטרן
ויאגרה
טבע
כללית
מכבי שירותי בריאות
נורופן
סטרפסילס

דטרגנטים וטיפוח הבית
אריאל
בדין
לילי
ניקול
סנו
פיניש
פלמוליב
קליה

חטיפים וממתקים
M&M
אורביט
בייגל בייגל
במבה
טובלרן
עוגיות Oreo
פסק זמן
פררו רוסה
קינדר
שוקולד פרה

טואלטיקה
אולוויז
אוראל בי
ג'ילט
ג'ונסון'ס
דאב
ד"ר פישר
הד אנד שולדרס
טמפקס
ספיד סטיק
פנטון
קולגייט
קלינקס

איך הורכבה רשימת המותגים?

כך נבחרים הסופרברנדס

ארגון סופרברנדס העולמי ממפה את המותגים במדינה שבה הוא פועל. בישראל אותרו יותר מ-2,300 מותגים פעילים

צוות מקומי של 58 אנשי מקצוע בישראל, המורכב ממנוכ"לים, סמנכ"לי שיווק, אנשי אקדמיה ואנשי פרסום ועיתונות, מנפה ומסמן את המותגים שראויים לעלות שלב

670 המותגים שקיבלו את הציון הגבוה ביותר עוברים למחקר צרכנים, שקובעים מי הם הסופרברנדס של ישראל

תגים שעלו לגמר, לאחר שאלה חולקו ל-25 קטגוריות. בפני המשתתפים הוצגו הלוגואים של המותגים והם התבקשו לסמן מי לדעתם עונה על ההגדרה של "מותג על" – "מותגים שהצליחו לבסס עצמם כבעלי מוניטין מעולה, המציעים לך יתרונות על פני מותגים אחרים שמוערכים על ידך כצרכן".

כל צרכן התבקש לסמן רק את מי שלדעתו עונה על ההגדרה הזו, כשניתן היה לסמן יותר ממותג אחד בקטגוריה. לאחר שקלול דירוגי המותגים שהתקבלו נקבע רף הסופרברנדס, וכל מותג שעבר את הרף – הוכתר כסופר-ברנד בישראל.

עדי דנור-מזריץ

המתודולוגיה שלפיה נקבעת רשימת הסופרברנדס בכל מדינה מתבצעת בכל העולם באותה שיטה. בשלב הראשון, אנשי ארגון הסופרברנדס מיפו את כל המותגים הפעילים בישראל והרכיבו רשימה שמנתה יותר מ-2,300 מותגים מכל התחומים.

בשלב השני, צוות המורכב מ-58 מנכ"לים וסמנכ"לי שיווק, בראשות הפרופ' יעקב הור-ניק מאוניברסיטת תל אביב, ניפה ודירג את כל המותגים, כשאלה שזכו בציונים הגבוהים ביותר – עלו לשלב מחקר הצרכנים.

בשלב השלישי נערך מחקר צרכנים על ידי מכון המחקר MarketWatch של אבינעם ברוג, שבמסגרתו דירגו 800 צרכנים ישראלים את המו-