



24.април 2019

Хладилник Bosch VarioStyle - с отличие „Продукт на годината“ за качество и иновация

На 23.април 2019г. за трети пореден път у нас бяха раздадени престижните международни награди за иновации в потребителския сектор „Продукт на годината“. Ежегодният конкурс, провеждан в над 40 страни, цели да информира потребителите за най-новите предложения на пазара и да отличи производителите за техните качествени и иновативни продукти.

В третото издание на конкурса се състезаваха десетки нови продукти и услуги, лансирани на българския пазар през последните 18 месеца и позиционирани за целите на проучването в 25 категории. От всяка категория бе излъчен само по един победител в резултат на независим потребителски вот, който оценява най-атраaktivния, най-иновативния продукт и удовлетвореността от него. За България проучването бе осъществено от Nielsen Bulgaria сред 2500 респонденти, следвайки уникалната методология на програмата.

Победител в категория „Хладилници“ е атраaktivната комбинация **хладилник-фризер VarioStyle** на Bosch. Иновативният продукт позволява лесна смяна на стила на кухнята посредством сменяеми цветни врати, изработени в Германия от висококачествени материали. Система Vario Style е оборудвана с интелигентна комбинация от дискретни приспособления и магнити, благодарение на които вратата на хладилника се сменя за секунди, без да са необходими инструменти или технически познания. Като съчетава стил, отлично качество и изчистен дизайн, цветният хладилник-фризер Vario Style позволява на потребителя да изрази себе си в кухнята и да разкрие уникалната си същност.

На церемонията бяха официално наградени носителите на престижното отличие „Продукт на годината 2019“ за България, в присъствието на мениджъри на водещи компании, експерти по маркетинг и представители на медиите.

Допълнителна информация

През юни 2018 г. Nielsen Bulgaria проведе национално представително проучване за разпознаваемостта и доверието към логото*. Ето и основните изводи от проучването:

- Повече от половината респонденти са чували за „Продукт на годината“;
- 68% от респондентите са виждали логото „Продукт на годината“;
- 72% смятат, че продукт с червеното лого е по-добър от други аналогични продукти без логото;
- 75% от респондентите смятат, че продукт с логото е с по-добро качество от други аналогични продукти без логото;
- 74% от респондентите биха предпочели продукт с логото при избор за покупка между два продукта
- Всеки трети вече е закупил продукт с логото „Продукт на годината“;
- Близо половината, закупили продукт с логото „Продукт на годината“ твърдят, че то има съществено значение за техния избор;
- Две трети от потребителите биха закупили продукт с логото „Продукт на годината“, а останалите биха обмислили закупуването му.

*Методология на проучването | Компютърно асистирани Web интервюта. | Целеви респонденти: Мъже и жени, на възраст между 15-64 години. | Големината на извадката: 200 респонденти. | Обхват: Национално представително проучване. | Проведено през юни 2018 г. | Nielsen Bulgaria