

У столиці відбулося чергове вручення відзнак «Фаворити Успіху». Відомі артисти, співаки та дизайнери одягу вітали бренди товарів і послуг, які на думку журі та споживачів упродовж усього минулого року давали українцям найякісніший продукт.

— У столичному концерт-холі віншували обраних. Золоту медаль «Фаворит Успіху – 2013» отримали торгові марки споживчого ринку товарів і послуг, представники шоу-бізнесу, засоби масової інформації, медичні заклади та фармацевтичні бренди.

Організатори кажуть, традиційно зимовий конкурс довелось відкласти на літо. Через непросту ситуацію в країні.

Олексій Кузнецов, керуючий партнер конкурсу торгових марок «Фаворити Успіху» в Україні:

— ...скажем так, сложнее было организовать мероприятие. Мы вообще планировали его на февраль, но в феврале произошёл ряд событий, на фоне которых нашето мероприятие казалось совершенно неуместным, и мы его перенесли на неопределённый срок.

Конкурс охватывает практически весь потребительский рынок товаров и услуг. Но на этой сцене, на церемонии награждения присутствуют только лучшие из лучших, то есть не только те которые стали лидерами рейтинга, заняв первое место, но и пожелали поделиться своим триумфом с общественностью, со всеми людьми.

Без відзнаки не лишили і працівників медіасвіту. Символічно, до дня журналіста отримав свою нагороду [Перший діловий телеканал](#). У номінації кращий діловий вісник. Керівництво каналу зазначило: конкурувати довелось із сильними суперниками. Та багато працювати аби заслужити прихильність глядачів.

Олена Рудик, директор Першого ділового телеканалу:

— ...наверно секрет успеха — это ежедневный труд и работа всего коллектива в тандеме. Пожелаю нашему зрителю смотреть телеканал и находить полезную для себя информацию, чтобы в наше сложное время находить выход из тех ситуаций с которыми мы сталкиваемся.

Марія Литвинова, шеф-редактор Першого ділового телеканалу:

— На самом деле это не первая наша победа, и уже не первый год мы становимся «Фаворитами Успеха». И я думаю что наши зрители просто смотрят и видят максимальную незаангажированность — максимальную честность наших новостей.

Журналистика — это как медицина. Главное — не навредить, а дать только то самое полезное и самое лучшее, что будет действительно нужно человеку.

Фаворити Успіху 2013 — одинадцята церемонія нагородження переможних торгових марок. Найкращих тут визначають за допомогою трьох суддєвських груп: профільних фахівців у різних напрямках споживчого ринку, публічних та відомих людей України, та безпосередніх споживачів. Відмінністю конкурсу є прозорість методики, участь у рейтингу всіх гравців без попередніх заявок і те, що оцінити конкурсантів можуть усі охочі.

Фаворити Успіху – 2013 діляться секретами свого успіху:

(серія бліц-інтерв'ю з представниками брендів-переможців — виробників товарів і послуг для здоров'я)

Відповідає **Андрій Ковальов**, офтальмологічна клініка **АІЛАЗ**:

— *Какими принципами вы пользуетесь в повседневной работе?*

— Самый главный принцип, которым должен руководствоваться любой медицинский центр — это честное, откровенное отношение к пациентам. Нужно всегда стараться относиться к людям так, как вы хотели бы чтобы они отнеслись к вам. Это основной принцип.

— *Что на ваш взгляд послужило основанием для победы в конкурсе «Фавориты Успеха»?*

— Думаю, что за нас голосовали именно наши пациенты, люди которые обращались к нам, которые были в нашем центре и получили то, что они ожидали. И может быть, я надеюсь, даже больше чем они ожидали от нашего лечения.

Мы считаем, что в современном центре лечение должно быть быстрым, комфортным и результативным — это три составляющих, по которым мы оцениваем окончательный результат нашего лечения. И я надеюсь, что его также оценили наши пациенты и поэтому мы и получили эту награду.

— *Ваши пожелания потребителям, пациентам АИЛАЗа?*

Пожелаю, во-первых, не болеть и не обращаться. :) А если уже реально необходимо обратиться к врачу, то наверное нужно обращаться к лучшим, как сейчас говорят: «провести тендер». Мы думаем, что качество это основа, и результат лечения — это самое главное. Ну и повторю: не надо ожидать слишком много, и пациентам нужно с осторожностью относиться к тем людям, которые обещают небо в алмазах и излечение от всего. К сожалению, медицина на сегодня не может излечить все болезни, но чем дальше, тем больше мы можем помочь нашим пациентам, и получить тот результат, который ещё вчера и позавчера был ещё недостижим.

Володимир Скиба, маркетинг-менеджер безрецептурного підрозділу компанії **«Сандоз»**:

— *Як ви вважаєте, що стало передумовою перемоги у конкурсі «Фаворити Успіху»?*

Лідеруючі позиції ми займаємо вже не перший рік, зокрема це **Лінекс** в категорії **«засобів-пробіотиків»** і **засіб від кашлю АЦЦ**. Але саме в цьому році з АЦЦ ми досягнули безпрецедентних успіхів, це надзвичайно — ми отримали великий відрив від наших основних конкурентів. І запорукою саме було в першу чергу наша швидкість реагування на ринкові обставини і максимально ефективно донесення інформації нашим споживачам.

— *Ваши побажання споживачам та клієнтам?*

— У мене побажання всім нашим споживачам — не хворіти. :) Краще залишатися здоровими, але якщо вже трапилась така пригода як певна хвороба, то звісно обирати ті бренди яким вони довіряють. Тому що наша робота, з нашого боку — комунікувати нашим споживачам і робити їхній вибір простішим. Це завдання маркетингу — спростити вибір споживача, щоб вони могли обрати самі достойні продукти, які принесуть їм здоров'я.

Дар'я Кушнір, бренд-менеджер безрецептурного підрозділу компанії **«Сандоз»**, відповідальна за препарат **АЦЦ**:

— *Какими принципами вы пользуетесь в повседневной работе?*

— Прежде всего, я верю в свой препарат и когда я работаю, я думаю о том, чтобы как можно больше людей стали на самом деле здоровыми. Поэтому всё что я делаю — я делаю для здоровья наших потребителей, как бы странно это слово в русском языке ни звучало, но, тем не менее, я делаю это для соотечественников, чтобы каждый из нас был здоровым.

— *Что на ваш взгляд послужило основанием для победы в конкурсе «Фавориты Успеха»?*

— Бренд **АЦЦ** уже многие годы лидер на рынке в противокашлевом сегменте. Это и по нашим данным, и уже наверно больше 5 лет мы лидеры как «Фавориты Успеха». Это не наш выбор, а наших потребителей, которые покупают нас, выбирают как первый препарат, который им на самом деле помогает. И по всем исследованиям, которые мы видим — мы видим что нас выбирают и на следующую покупку, и каждый раз когда в самый пик гриппа, когда заболевания наиболее сильные, выбирают именно наши препараты. Конечно, это очень приятно.

— *Ваши пожелания потребителям продукции компании «Сандоз»?*

— Я, естественно, прежде всего хотела бы пожелать здоровья. Мы продаём препараты, которые больше направлены на болезни но, тем не менее, мы желаем здоровья. И компания Сандоз, прежде всего, предлагает это здоровье по доступным ценам и эта доступность по всему миру. Не только в нашей стране можно купить наши препараты, но и выезжая, за рубежом можно также легко купить эти же самые препараты.

Відповідає **Олена Погорелова**, керівниця відділу маркетингу Представництва компанії «**Ядран – Галенська лабораторія д.д.**» в Україні:

— *Какими принципами вы пользуетесь в повседневной работе?*

— Основные принципы нашей работы – это командный подход, целостность, лидерство и здоровье наших потребителей.

— *Что на ваш взгляд послужило основанием для победы в конкурсе «Фавориты Успеха»?*

Повод для победы – это доверие наших врачей, доверие наших фармацевтов, профессиональная работа нашей команды и, конечно же – выбор потребителя.

— *Ваши пожелания потребителям продукции компании «Ядран-Галенская лаборатория д.д.»?*

Как представитель фармацевтической компании, конечно я хочу пожелать всем здоровья. Имея **Аква Марис** под рукой, предупредить развитие заболевания и ускорить выздоровление.

Максим Кішак, генеральний директор компанії «**Орісіл-Фарм**»:

— *Якими принципами ви керуєтесь у повсякденній роботі?*

— Складне бізнес-становище, яке є в Україні, воно вимагає від компанії постійного дотримання певних принципів які компанія сама для себе виробляє. Ми для себе виробили ряд принципів, які дозволяють отримувати ті позиції на ринку які в нас є: це принцип відвертості і якісної комунікації з клієнтами, партнерами, постачальниками, з колегами. Принцип постійного покращення, як я казав, невинного покращення — тобто ми постійно мусимо слідкувати за ринковими тенденціями, постійно трансформуватися, постійно оцінювати себе, свої результати, отримувати зворотній зв'язок від поля, постійно шукати, постійно пробувати якісь новинки, не стояти на місці, постійно рухатись. Як хтось сказав: «Як тільки ти зупиняєшся — ти тонеш. Коли ти рухаєшся то ти рухаєшся — тобто піднімаєшся до гори і ідеш далі й далі».

— *Як ви вважаєте, що стало передумовою перемоги у конкурсі «Фаворити Успіху»?*

— Я думаю, що передумова це те, що кожен працівник компанії просто вболіває за цей продукт.

Розумієте, не можна запропонувати ринку продукт в який ти не віриш сам. І кожен працівник компанії вірить в цей продукт, вірить в себе і в те, що він робить. Ми віримо і в добро, в те, що ми робим на цьому ринку — не просто продукт: ми робимо людям добро.

— *Ваші побажання споживачам та клієнтам компанії «Орісіл-Фарм»?*

— Основний актив, який є в компанії — це є довіра наших споживачів. Цей актив дуже важко дається і дуже легко втрачається. Що ми можемо побажати своїм споживачам? Вірити в нас і ми зробимо максимум для того щоб задовольнити їх потребу. Нічого їм робити не треба. Їм треба залишатися здоровими, життєрадісними і вірити в своє життя, в свої мрії, в своє майбутнє. Все решта, всі маленькі нюанси ми, як фармацевти, виправимо, нічого страшного. :)