

## Business Superbrands-díjas a MARSO Kft.

Idén hetedik alkalommal ítélte oda a Superbrands Magyarország Szakértői Bizottsága a Superbrands díjakat. Az elismerés megmutatja, mely márkák szolgálhatnak példaként azon hazai piaci szereplők számára, amelyek fejlődni és tanulni szeretnének a jövőben a márkaépítés tekintetében. A huszonegy éve gumiabroncs-kereskedéssel foglalkozó MARSO Kft.-t érdemesnek találták arra, hogy megkapja a Business Superbrands 2011 elismerést.



„Hisszük, hogy a minősítés, amelyet márkánk elnyert, nem csak biztosságot, de garanciát is nyújt vásárlóinknak, partnereinknek mindennapi választásukhoz. A díj olyan pozitív visszajelzés brandünkről, amely szakmai alapon emeli ki a legjobbakat” – mondta Somlai Sándor, a cég ügyvezető igazgatója. A díjat odaítélő zsűri ugyanis az ágazat elismert szakembereiből áll, akik döntésükkel tanúsítják az adott márka eddigi sikerességét. A jelölés kizárólag szakmai szempontok alapján történik, hiszen sem pályázni, sem jelentkezni nem lehet az elismerésre.

Somlai Sándor szerint a díj, a MARSO-val kapcsolatban álló, több mint ezer üzleti

partner magas szintű, hosszú távra tervező, kölcsönös elégedettségben alapuló kiszolgálásának köszönhető. „A MARSO egyik legnagyobb erőnye – s Európában sem igazán találnánk ilyen volumenben dolgozó abroncskereskedelmi céget –, hogy a piac minden termékkihívásának meg tud felelni. Folyamatosan 150.000–200.000 darabos abroncskészletet raktározunk, ami az ország minden részéről egyszerűen, gyorsan hozzáférhető, árbevételünk pedig minden évben meghaladja a 10 milliárd forintot”. Az ügyvezető szerint a kezdetektől arra törekedtek, hogy hiteles, megbízható és árák tekintetében is kiszámítható partnerei legyenek viszonteladóiknak, üzleti megrendelőiknek. A cél az, hogy a jövőben a minőségi, biztosságot nyújtó szolgáltatás a fogyasztók minden rétegére kiterjedjen, ezért országszerte 12 településen, 16 telephelyen, modern szervizkörülmenyek között, gumiabroncs-értékesítésen és -szerelésen túl, már gyorsszervizzel és egyéb autodiagnosztikai szolgáltatásokkal is várják a vásárlókat.



Több mint másfél évtizeddel ezelőtt marketinggel és kommunikációval foglalkozó szaktekinetélyek köre indította útjára a Nemzetközi Superbrands programot Nagy-Britanniában, ma már 5 földrész 87 országában jelent különleges minősítést ez az elismerés. A Magyarországon hét éve működő program mellett 2008-ban először indult el a nemzetközi piacon már évek óta meghatározó Business Superbrands program. Ez az üzleti szektor márkáinak legkiválóbbjait mutatja be, azaz olyan magyarországi cégeket, illetve márkákat, amelyek elsősorban nem fogyasztókat, hanem vállalkozásokat, szervezeteket szolgálnak ki. A tizenöt tagú bizottság elé kerülő, mintegy 3000 márkát/céget tartalmazó lista a Dun & Bradstreet adatbázisa alapján, továbbá a legjelentősebb hazai szakmai szervezetek és szövetségek ajánlásainak figyelembevételével jött létre.