

# آبل تتصدر قائمة أفضل العلامات التجارية حول العالم من جديد

Rank	Brand	Value (\$m)	% Change
01	Apple	13 \$m	
02	Google	107,439 \$m	+15%
03	Coca-Cola	81,563 \$m	+2%
04	IBM	72,244 \$m	-0%
05	Microsoft	61,054 \$m	+3%
06	3M	45,480 \$m	-3%
07	Merck	45,462 \$m	+15%
08	Toyota	42,392 \$m	+20%
09	McDonald's	4 \$m	+0%
10	Mercedes-Benz	34,338 \$m	+0%
11	Bayer	34,214 \$m	+7%
12	Intel	34,353 \$m	-0%
13	Disney	32,223 \$m	+14%
14	Alibaba Group	30,836 \$m	+6%
15	Amazon		
16	Oracle	0 \$m	-0%
17	HP	23,758 \$m	-8%
18	Gillette	22,845 \$m	-9%
19	Johnson & Johnson	22,552 \$m	-0%
20	Honda	21,673 \$m	+17%
21	H&M	21,083 \$m	+10%
22	Unilever	20,476 \$m	+25%
23	Nike		
24	Microsoft		
25	PepsiCo		
26	SAP		
27	Unilever		
28	IBM		
29	eBay		
30	Unilever		

الخميس 9 أكتوبر 2014 12:10 م

أصدرت شركة "إنتربراند" Interbrand قائمة مرتبة لأفضل العلامات التجارية العالمية خلال عام 2014، ومن جديد تصدرت القائمة المكوّنة من 100 علامة تجارية شركة آبل بعلامتها التجارية الشهيرة؛ التفاحة □

وبلغت قيمة العلامة التجارية الخاصة بشركة آبل حوالي 118.9 مليار دولار أمريكي، متقدمةً على العلامة التجارية الخاصة بشركة جوجل، والتي بلغت قيمتها حوالي 107 مليار دولار أمريكي □

ومن بين 100 علامة تجارية خاصة بشركات متنوعة ومختلفة الاهتمامات، هناك 13 علامة تجارية تابعة لقطاع التكنولوجيا، ومن بينها خمس شركات في المراكز العشرة الأولى بما في ذلك آبل وجوجل □

وجاءت شركة IBM بالمركز الرابع، فيما احتلت مايكروسوفت المركز الخامس في هذه القائمة، بينما حصلت سامسونج على المركز السابع في هذا الترتيب مرتفعةً درجة واحدة عن قائمة 2013، فيما حافظت العلامة التجارية الخاصة بشركة كوكا كولا على المركز الثالث، بعدما أزاحها من المركز الأول الذي بقيت عليه لمدة 13 عام شركتي آبل وجوجل في قائمة العام الماضي □

هذا وقد حصلت العلامة التجارية الخاصة بشركة إنتل على المركز الثاني عشر، فيما جاءت إتش بي في المركز 17، بينما تقدمت العلامة التجارية الخاصة بشركة فيس بوك بمقدار كبير مقارنةً بالعام الماضي، حيث حصلت على المركز 29 ضمن القائمة الخاصة بهذا العام، بينما حصلت على المركز 52 خلال العام السابق □

وتعتمد شركة "إنتربراند" المتخصصة في استشارات العلامات التجارية والمملوكة لمجموعة "أومنيكوم" Omincom على ثلاثة معايير أساسية لتحديد قيمة العلامة التجارية، فهي تقوم بتقييم الأداء المالي لمنتجات وخدمات الشركة، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه العلامة التجارية في التأثير على اختيار المستهلك، وكذلك قدرة العلامة التجارية على تأمين الأرباح للشركة بشكلٍ مستمر □