



Marketingové rozpočty B2B firem

Marketingové rozpočty firem

Průměrná alokace marketingových rozpočtů B2B firem v ČR (2012) a USA (2011)



37% ostatních aktivit v ČR = ATL (4%), podpora prodeje (12%), eventy (16%) a jiné (5%)

10% ostatních aktivit v USA = marketing automation (5%), virtual events / webinars (5%)

Přínosnost marketingových aktivit

% firem, pro které je aktivita vysoce přínosná



MarketingSherpa: 2012 B2B Marketing Benchmark Report USA

Struktura firem dle počtu zaměstnanců:

20% more than 1000 employees

6% 501-1000

22% 100-500

20% 25-99

32% fewer than 25

Industry sectors:

Software or Software as a Service

Professional or Financial Services

Media or Publishing

Manufacturing or Packaged Goods

B2B monitor, jaro 2013

(předběžné výsledky z probíhajícího výzkumu) ČR

Struktura firem dle počtu zaměstnanců:

13% více než 500 zaměstnanců

14% 250 – 500

42% 100 - 250

28% 50 - 100

2% do 49 zaměstnanců

Obory:

Strojírenství

Stavebnictví

Elektro, elektrotechnika

Chemie, barvy, plasty, drogerie

IT, telekomunikace, kancelář. potřeby

Energetika, topeni

Auto-moto, dopravní a manipul. technika
a další