

# b2bmonitor

by  inside

## B2B marketing v ČR v roce 2016

Nástroje, rozpočty, trendy



říjen 2016



**B-inside s.r.o.**

Šmeralova 12, 170 00 Praha 7

Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín

IČ: 24790648 | DIČ: CZ24790648

Telefon: **+420 608 048 048**

[www.binside.cz](http://www.binside.cz) | [info@binside.cz](mailto:info@binside.cz)

# B2B marketingové nástroje v ČR v roce 2016

## Rychlý přehled

- **Klasický mix B2B komunikace: web, tištěné materiály a veletrhy**

Stálou kombinací komunikačních aktivit v českém B2B marketingu jsou web, tištěné propagační materiály a veletrhy a výstavy. Mezi standardy patří také PR, e-mail marketing či eventy. Tyto kanály dlouhodobě využívá většina B2B podniků v Česku.

- **Sociální sítě na vzestupu**

Nejzřetelnějším trendem posledních let je nástup využívání sociálních sítí v B2B marketingu. Zatímco v roce 2013 používalo tento nástroj pouze 22 % firem, v roce 2015 to bylo 43 % a letos už 54 %. Pokud tedy s využíváním sociálních sítí ve vaší firmě stále váháte, vězte, že polovina vašich konkurentů je již používá.

- **PPC kampaně už tolik netáhnou**

Opačným směrem než sociální sítě se vydávají PPC kampaně a jiná reklama na Internetu. Tyto nástroje používá cca třetina B2B firem, míra jejich využití však klesá.

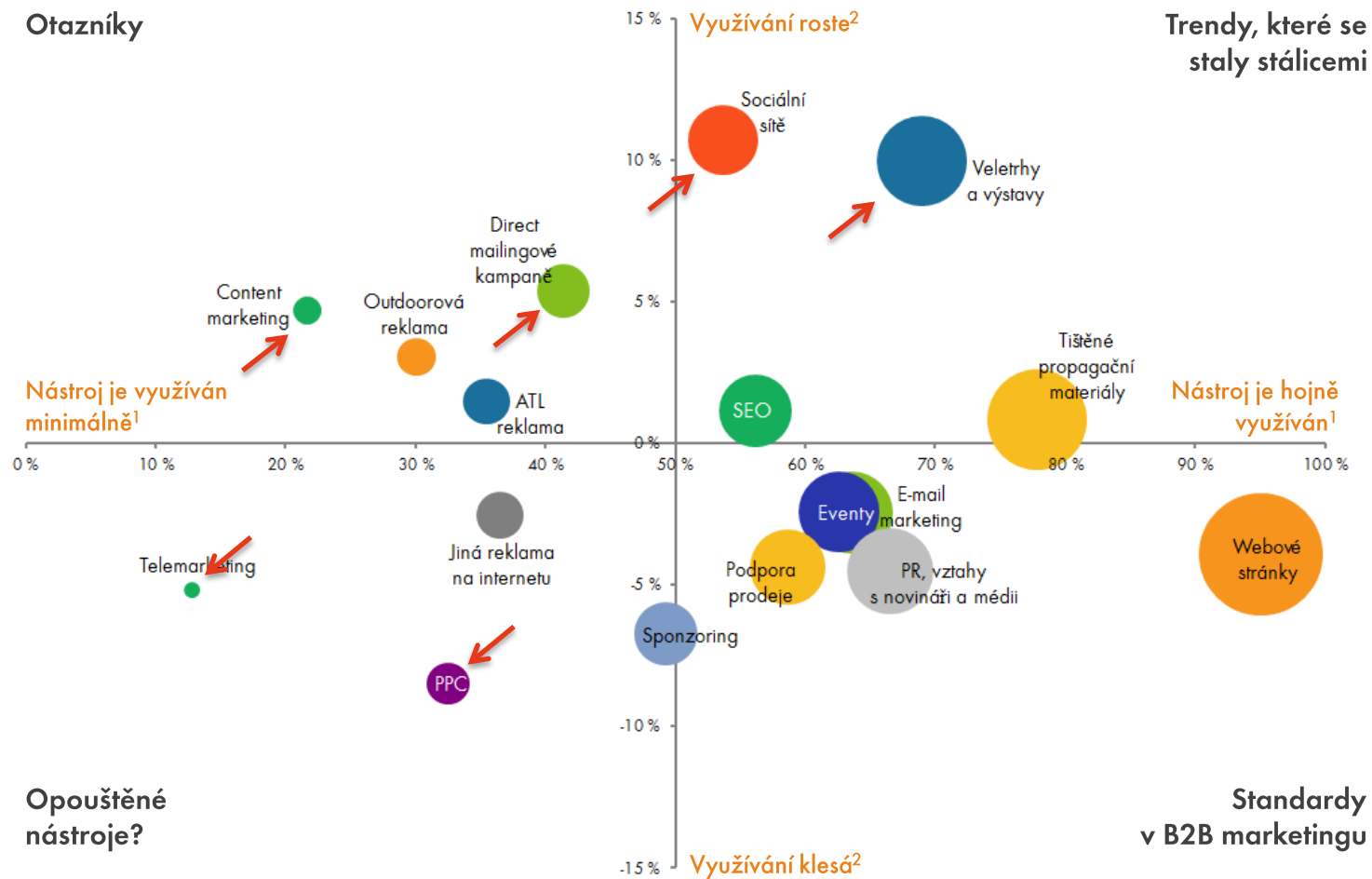
- **Oživení veletrhů a výstav?**

Před pár lety se živě diskutovalo o významu veletrhů a výstav, o vysokých nákladech a jejich nízké efektivitě. Odpovědí na tuto diskusi je skutečnost, že se firmy k využívání veletrhů a výstav vrací. V roce 2013 se veletrhů a výstav účastnila cca polovina B2B firem, letos to bylo 69 %.

- **Optimismus z navýšení marketingových rozpočtů nebyl reálný**

Na jaře 2016 očekávali B2B marketéři, že výdaje do B2B marketingu budou téměř 1 % obrátu firmy. Nyní připouští, že tato očekávání se nenaplnila a rozpočty jsou o více než pětinu nižší.

# Komunikační aktivity v B2B marketingu v roce 2016 | Česká republika



<sup>1</sup> Procento firem, které daný nástroj v roce 2016 využívají

<sup>2</sup> Změna v míře využívání oproti roku 2015

# O používaných aktivitách rozhoduje činnost podniku i velikost trhu

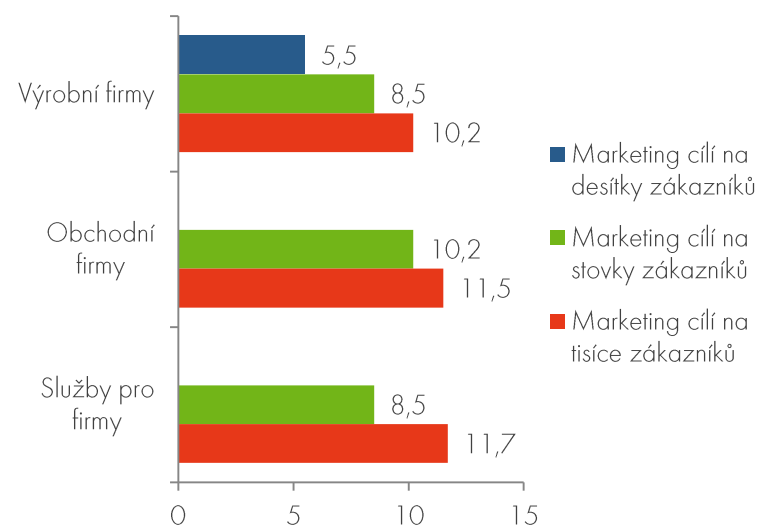
Aktivity, které B2B marketéři volí pro komunikaci se svými stávajícími a potenciálními zákazníky, se velmi liší podle toho, jakou činností se podnik zabývá a jak velký je trh, na který cílí.

Komunikační mix podniků působících na větších trzích je samozřejmě mnohem bohatší než mix nástrojů používaných na trzích s menším počtem zákazníků.

**Podrobné analýzy využívání komunikačních nástrojů podniky s různou činností a na různě velkých trzích jsou dostupné pouze účastníkům projektu B2B monitor.**

## Počet používaných marketingových aktivit

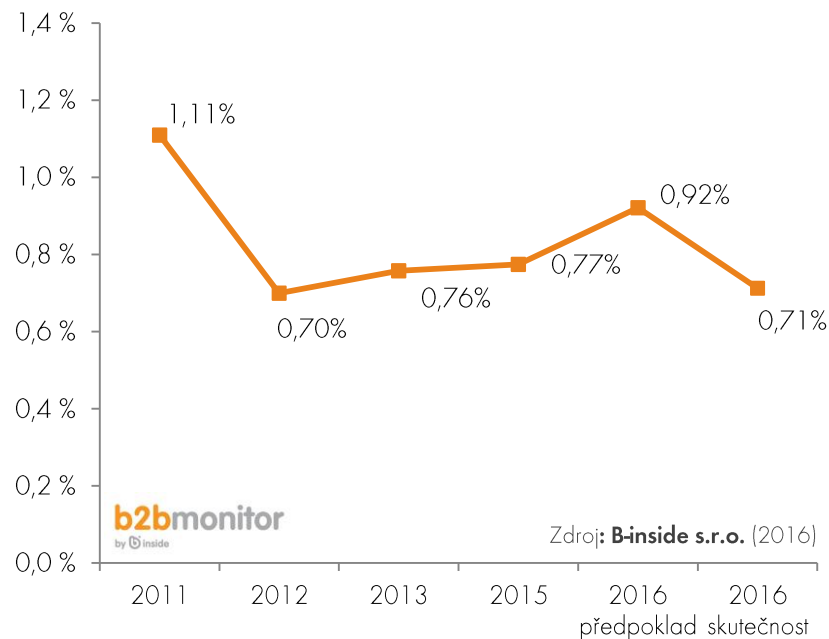
Podle činnosti firmy a velikosti trhu



# Výdaje na B2B marketing

## Rozpočet na B2B marketing jako % z obrátu firmy

Firmy s obrátem nad 100 mil. Kč



## Průměrné výdaje do B2B marketingu dle velikosti firmy a velikosti trhu

Velikost firmy	Marketing cíl na desítky zákazníků	Marketing cíl na stovky zákazníků	Marketing cíl na tisíce zákazníků
Obrat 100 - 499 mil. Kč	0,7 mil. Kč	1,6 mil. Kč	4,2 mil. Kč
Obrat 500 - 999 mil. Kč	0,9 mil. Kč	2,4 mil. Kč	4,8 mil. Kč
Obrat 1 mld. Kč a více	3,6 mil. Kč	4,9 mil. Kč	5,6 mil. Kč
<b>Průměr</b>	<b>1,4 mil. Kč</b>	<b>3,0 mil. Kč</b>	<b>4,6 mil. Kč</b>

b2bmonitor  
by inside

Zdroj: B-inside s.r.o. (2016)

## Marketéři zbrzdili svůj optimismus ohledně rozpočtů

Na jaře 2016 očekávali marketingoví manažeři B2B podniků v ČR, že do marketingu půjde v průměru 0,92 % obrátu firmy. Tento optimismus se však ukázal být poněkud přehnaný.

Po úpravách rozpočtů marketéři na podzim změnili své předpoklady a v průměru odhadují, že rozpočet na marketing se bude nakonec pohybovat na úrovni cca 0,71 % obrátu firmy.

Největší škrty museli udělat marketéři středně velkých podniků s obrátem 200 - 499 mil. Kč. Jejich rozpočty byly o čtvrtinu až polovinu nižší než se předpokládalo. Naopak, rozpočty největších podniků zůstaly víceméně stejné.

# Benchmark

Podívejte se, jaké komunikační nástroje používá vaše konkurence  
Nezůstávejte pozadu s aktivitami, které oslovují váš trh  
Využijte dosud neobsazené kanály

**Podrobné analýzy využívání komunikačních nástrojů podniky s různou činností a na různě velkých trzích jsou dostupné pouze marketérům, kteří se zúčastnili aktuální vlny B2B monitoru.**

# Metodika a cíle B2B monitoru

Nejrozsáhlejšího projektu svého druhu v ČR a SR

## Hlavní cíle projektu:

- zjistit reálný stav českého B2B trhu z hlediska přístupu k marketingu a trvale sledovat vývoj v této oblasti,
- mapovat vývoj firemního trhu v době nestabilní ekonomické situace,
- dát dotázaným manažerům zpětnou vazbu v podobě srovnání s ostatními společnostmi.

B2B marketing v ČR a na Slovensku na rozdíl od zahraničí dosud nikdo soustavně nesledoval. Mnohdy opomíjené téma navíc dáváme pravidelným opakováním šetření do souvislostí.

B2B monitor spouštíme 2x ročně. Každá vlna výzkumu obsahuje konjunkturální prvky i ad hoc část na vybrané marketingové či obchodní otázky. Projekt probíhá od začátku roku 2011 a je svým zaměřením i rozsahem zcela jedinečný.

## Respondenti:

V každé vlně výzkumu dotazujeme cca 200 náhodně vybraných firem, jejichž marketing spadá do oblasti business-to-business (B2B). Díky náhodnému výběru považujeme výsledky za reprezentativní a zobecnitelné. Výzkumu se účastní osoby zodpovědné za vedení marketingu. Obvykle marketingoví či obchodní ředitelé, případně ředitelé v menších firmách.

## Sběr dat:

Data do poslední vlny jsme sbírali v červnu a červenci 2016 náhodným výběrem firem. Výzkumu se účastnilo 203 respondentů z ČR a 109 ze Slovenska.

Projekt realizuje **výzkumná agentura B-inside s.r.o.**

## B2B monitor má tři typy výstupů:

- články na portále
- souhrnná studie na portále
- benchmark pro účastníky projektu

Webový portál projektu:

[www.b2bmonitor.cz](http://www.b2bmonitor.cz)

**b2bmonitor**  
by  inside



### **B-inside s.r.o.**

Šmeralova 12, 170 00 Praha 7  
Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín  
IČ: 24790648 | DIČ: CZ24790648  
Telefon: +420 **608 048 048**  
[www.b-inside.cz](http://www.b-inside.cz) | [info@b-inside.cz](mailto:info@b-inside.cz)

## *B-inside s.r.o.*

### *Realizátor projektu B2B monitor*





Společnost **B-inside s.r.o.** je **výzkumnou a poradenskou agenturou** specializující se na marketing firemních trhů (B2B). Naším klientům nabízíme komplexní služby od výzkumu trhu přes strategický marketing, poradenství až po propagaci.

Jsme tým lidí, kteří se na B2B trzích (firemních trzích, trzích organizací) pohybují dlouhodobě. V marketingu a obchodu B2B narážíme neustále na skutečnost, že firmám chybí kvalitní a specializované služby orientované na obchodní výsledky.

#### **Naším klientům nabízíme:**

- komplexní marketingové služby zaměřené na B2B (firemní trhy) – výzkum trhu, strategie, propagace, získávání zákazníků,
- řešení na míru (kreativní a zároveň použitelná v praxi),
- odbornost a letité zkušenosti z výzkumů, marketingu, managementu a poradenství,
- dlouhodobou spolupráci jdoucí do podstaty samotného fungování firem,
- nejen rady, vize a doporučení, ale i konkrétní kroky a konzultace vedoucí k lepším obchodním výsledkům.



-  výzkum trhu
-  strategie
-  propagace
-  získávání zákazníků



**mail:** [info@b-inside.cz](mailto:info@b-inside.cz)

**web:** <http://www.b-inside.cz>