

B2B marketing v ČR v roce 2017

Nástroje, rozpočty, trendy



říjen 2017



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 | info@b-inside.cz

B2B marketingové nástroje a rozpočty v ČR v roce 2017

Rychlý přehled

- **Rozpočty na B2B marketing opět klesly**

Marketingové rozpočty letos opět mírně klesly a v průměru investují B2B firmy do marketingu 0,63 % svého obratu, oproti loňským 0,71 %. Firmy, které považují marketing za strategickou záležitost, dávaly do marketingu 0,92 % obratu a zaznamenaly také vyšší růst obratu oproti těm, které se marketingu příliš nevěnují.

- **Firmy sází na menší množství aktivit**

Podobně jako marketingové rozpočty, klesá i počet aktivit, kterým se B2B firmy věnují. Zatímco loni firmy investovaly v průměru do 9,1 aktivit, letos to bylo 8,5.

- **V B2B se letos více sází na podporu prodeje**

Ke klasickým B2B marketingovým nástrojům (web, tištěné propagační materiály a veletrhy a výstavy) letos většina B2B podniků v ČR přidala i podporu prodeje (dárky, slevy, akce apod.).

- **Sociální sítě již využívá 56 % B2B podniků**

I když letos nezaznamenaly sociální sítě v B2B takový nárůst jako loni, přesto se jejich potenciál v B2B dlouhodobě zvyšuje. Zatímco v roce 2013 je využívalo pouze 22 % B2B podniků v ČR, letos už je to 56 %.

- **Odklon od obsahových strategií?**

Letošní rok se v B2B marketingu nese v duchu odklonu od obsahu. Oproti loňsku klesl počet firem, které se věnují content marketingu, e-mail marketingu, direct mailingu i PR. PR navíc dlouhodobě využívá čím dál méně B2B firem – zatímco v roce 2015 do PR investovalo 71 % B2B podniků, letos to bylo jen 62 %.

Komunikační aktivity v B2B marketingu v roce 2017 | Česká republika

Otazníky

Nástroj je využíván minimálně¹

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Opouštěné nástroje?

Telemarketing, předjednávání schůzek

Content marketing, copywriting

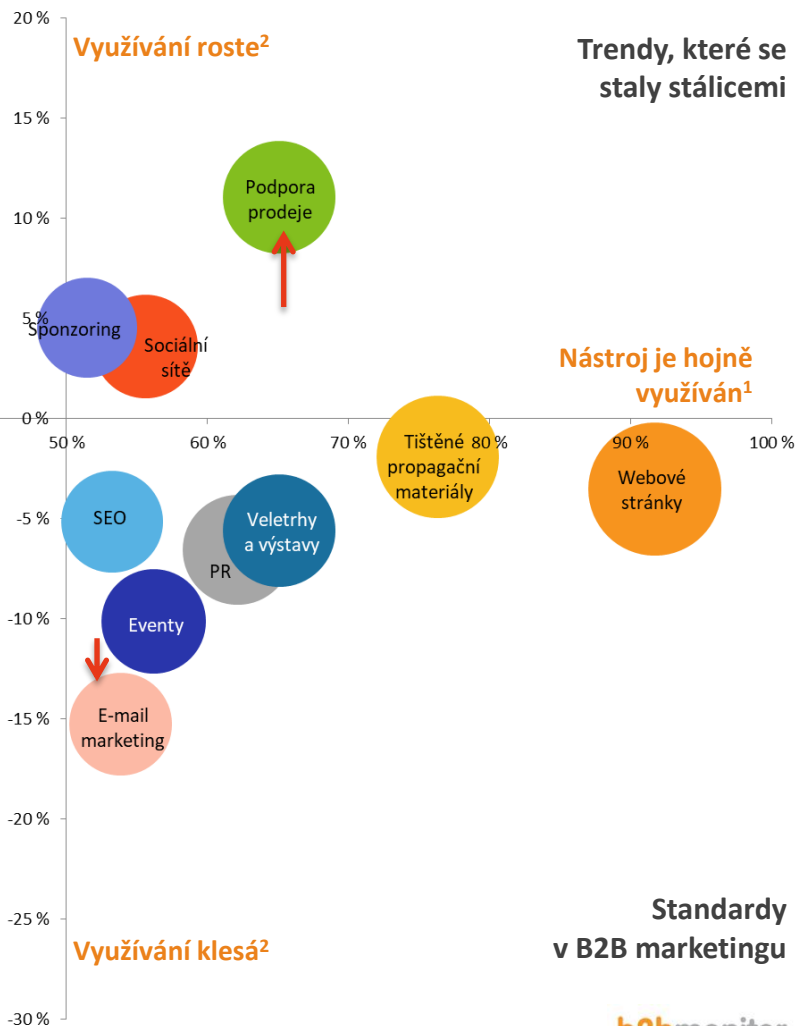
30% PPC

Outdoor

ATL reklama

Jiná reklama na internetu

Direct mailing



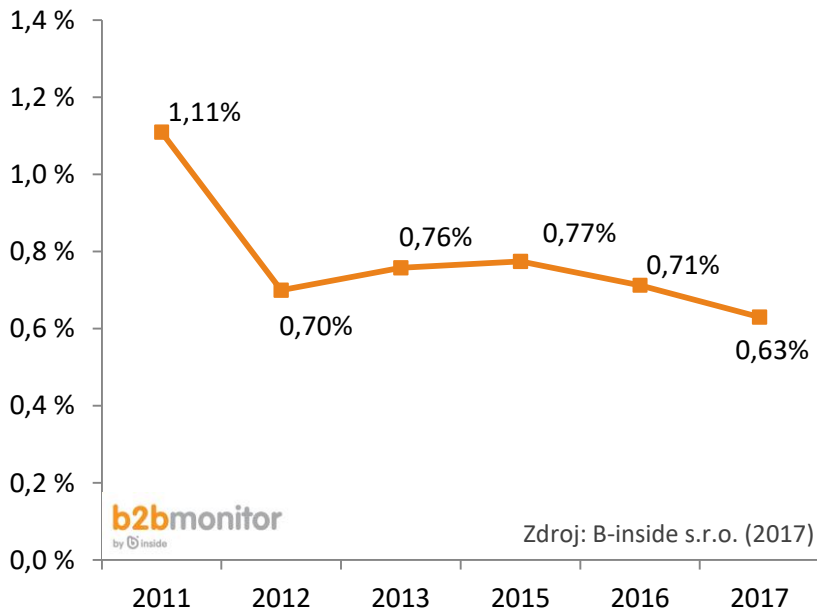
¹ Procento firem, které daný nástroj v roce 2017 využívají ² Změna v míře využívání oproti roku 2016

Zdroj: B-inside s.r.o. (2017)

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 cílů na desítky zákazníků	Marketing cílů na stovky zákazníků	Marketing cílů na tisíce zákazníků
Obrat 100 - 499 mil. Kč	0,8 mil. Kč	1,6 mil. Kč	3,7 mil. Kč
Obrat 500 - 999 mil. Kč	1,2 mil. Kč	2,4 mil. Kč	5,6 mil. Kč
Obrat 1 mld. Kč a více	2,9 mil. Kč	5,7 mil. Kč	6,9 mil. Kč
Průměr	1,4 mil. Kč	2,8 mil. Kč	5,5 mil. Kč

b2bmonitor
by inside

Zdroj: B-inside s.r.o. (2017)

Marketingové rozpočty opět klesly

Výdaje do marketingu pozvolna klesají už třetím rokem. Tento vývoj souvisí jak s trvalým posouváním marketingu směrem k levnějším online aktivitám, tak se snahou B2B firem soustředit se na menší množství marketingových aktivit, kterým se v rámci jednoho roku věnují. Zatímco v roce 2016 se firmy věnovaly průměrně 9,1 aktivitám, letos je to 8,5 aktivit.

V pozadí tohoto vývoje stojí i skutečnost, že řada firem omezuje své marketingové aktivity, neboť aktuálně naráží na hranice svých výrobních kapacit a nestíhá obsluhovat své stávající zákazníky, natož ty nové. O tom, zda je to dobrý nápad, si můžete přečíst v článku [Má B2B marketing smysl v době, kdy výroba nestíhá?](#).

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 různých 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 srpnu a září 2017 náhodným výběrem firem. Výzkumu se účastnilo 224 respondentů z ČR a 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

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 | 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

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