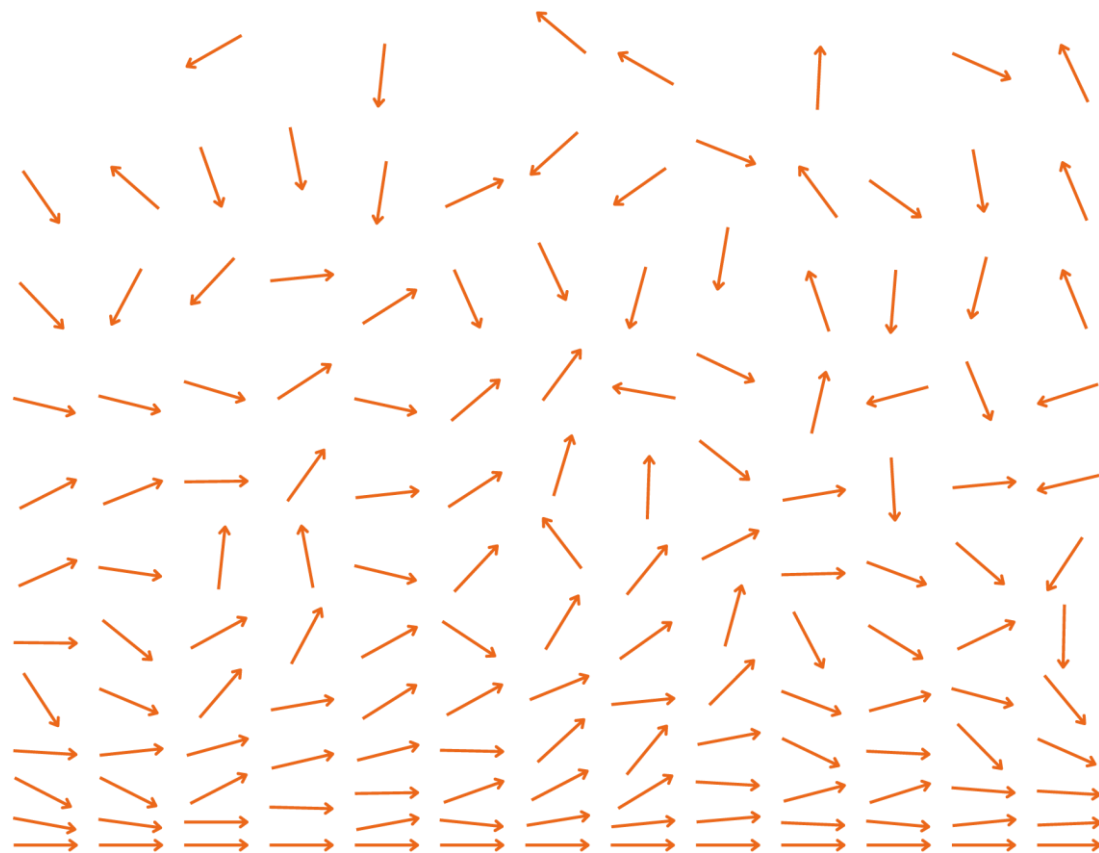


B·inside



B2B·monitor

by B·inside

**Reklamní a dárkové
předměty v B2B**

Speciální vlna B2B monitoru

září 2025

Autor a realizátor

B·inside

Partner průzkumu



Úvodní slovo

Milí čtenáři,

svět reklamních a dárkových předmětů v Česku se neustále vyvíjí. Z průzkumu vyplývá, že 95 % firem je považuje za nedílnou součást budování vztahů. Mění se ale preference – tradiční víno postupně střídají pochutiny, roste význam ekologických a udržitelných předmětů a stále více se oceňuje praktičnost a kvalita.

Přesto platí, že reklamní a dárkové předměty zůstávají osvědčeným nástrojem, jak být vidět, posílit vztahy s klienty a motivovat zaměstnance.

Věřím, že vám tato studie přinese inspiraci, nové pohledy i praktické podněty pro vaši každodenní práci.

Přeji Vám příjemné čtení.

Petr Fusek

výkonný ředitel B-inside s.r.o.



„B2B je moje celoživotní vášeň.“



Obsah

B-inside: Data jsou jen začátek	4
Metodika a cíle projektu	5
Rychlý přehled	6
Reklamní a dárkové předměty v roce 2025	7

Data jsou jen začátek.

Pomůžeme vám rozhodnout se správně

B·inside

autor B2B monitoru



Rychle pochopíme, co řešíte a proč

Projekt vždy vede odborník, který odřídil více než 500 výzkumů v desítkách B2B oborů. Pochopíme kontext i detaily. Rychle se zorientujeme i ve vaší situaci.



Připravíme konkrétní a praktická doporučení

Práce pro nás nekončí prezentací s grafy. Sami jsme řídili B2B firmy – víme, jak postupovat, aby doporučení nebo strategie nezůstala jen na papíře a skutečně vám pomohla.



Máme nejvyšší response rate na trhu

Odpoví nám 8 z 10 decision makerů. Dostaneme se i k asertivním manažerům, bez jejichž názoru by výsledky byly zkreslené.



Propojíme výzkum s byznysem

V B2B je propojení mezi marketingem a obchodem velmi úzké. Projekt postavíme tak, aby skutečně pomohl B2B marketingu i obchodu.

Metodika a cíle projektu

Hlavní cíle projektu:

- Kontinuálně sledovat stav a vývoj B2B marketingu v Česku
- Mapovat vývoj firemních trhů v dobách růstu i poklesu
- Poskytnout hodnotný benchmark účastníkům projektu

Téma B2B marketingu nebylo v Česku, na rozdíl od zahraničí, nikdy systematicky monitorováno. B2B monitor je realizován 1-2x ročně a každá vlna obsahuje konjunkturální část a ad hoc část na vybrané téma marketingu či obchodu.

Respondenti:

Každé vlny průzkumu se účastní 150 - 400 náhodně vybraných firem působících na B2B trzích v ČR. Dotazník vyplňují osoby zodpovědné za vedení marketingu, obvykle marketingoví či obchodní ředitelé.

Sběr dat:

Sběr dat byl proveden v srpnu 2025. Průzkumu se zúčastnilo celkem 182 respondentů z ČR.

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

B2B monitor má tři typy výstupů:

1. Články na portále www.b2bmonitor.cz
2. Souhrnná studie na portále
3. Benchmark pouze pro účastníky aktuální vlny projektu

Reklamní a dárkové předměty v B2B v roce 2025

Rychlý přehled

Dárkové a reklamní předměty využívá 95 % firem

Dárky jsou pevnou součástí firemní komunikace, využívá je drtivá většina společností.

Eko trend se projevuje i u reklamních předmětů

Ekologické a společensky odpovědné předměty využívá 59 % firem a více než polovina firem je ochotna za ně připlatit.

Firmy nejčastěji obdarovávají na Vánoce

Dárkovými hody jsou ale také konference, sponzoring a jiné eventy. Více než polovina firem obdarovává klienty a partnery i při obchodních schůzkách.

Firmy nejčastěji rozdávají kancelářské potřeby

Většina firem při volbě reklamních a dárkových předmětů sází na jistotu a volí kancelářské potřeby, víno a delikatesy.

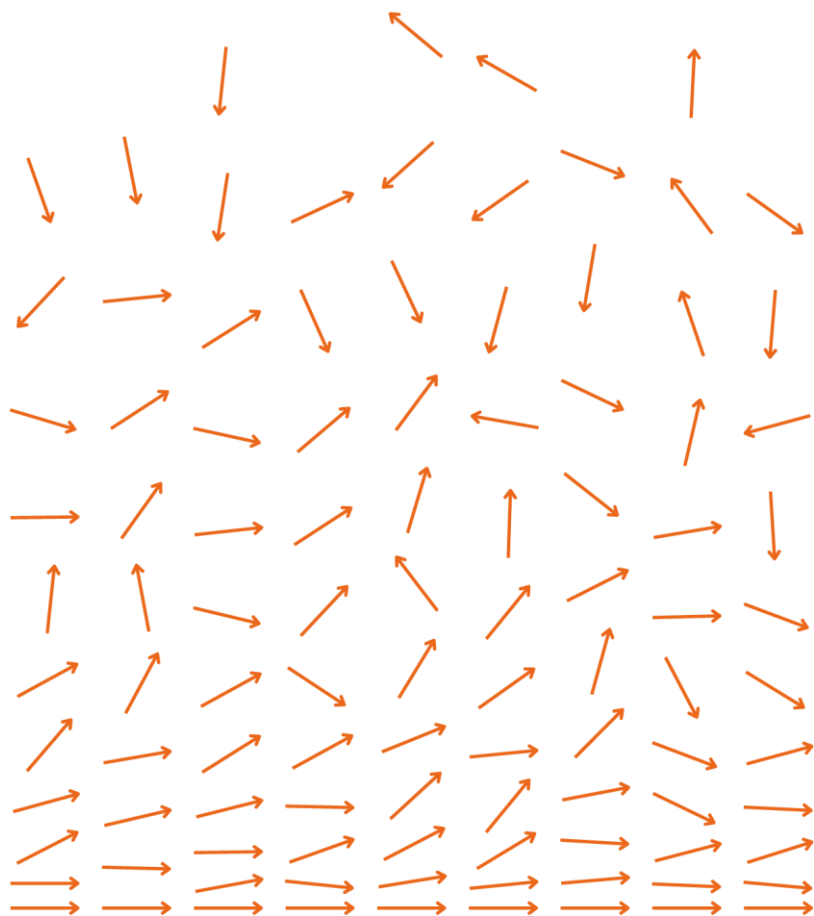
Dárky pro VIP klienty přesahují hodnotu 500 Kč

U většiny obdarovaných se firmy drží v částkách do 500 Kč. Pro VIP klienty to neplatí, přestože tyto dary nelze daňově uplatnit.

Trendem letošních vánoc byly pochutiny

Dokonce předběhly i dříve dominantní víno. Láska prochází žaludkem, a platí to i u firemních dárků. Pochutiny se staly jedničkou nejen v nabídce, ale i u obdarovaných.

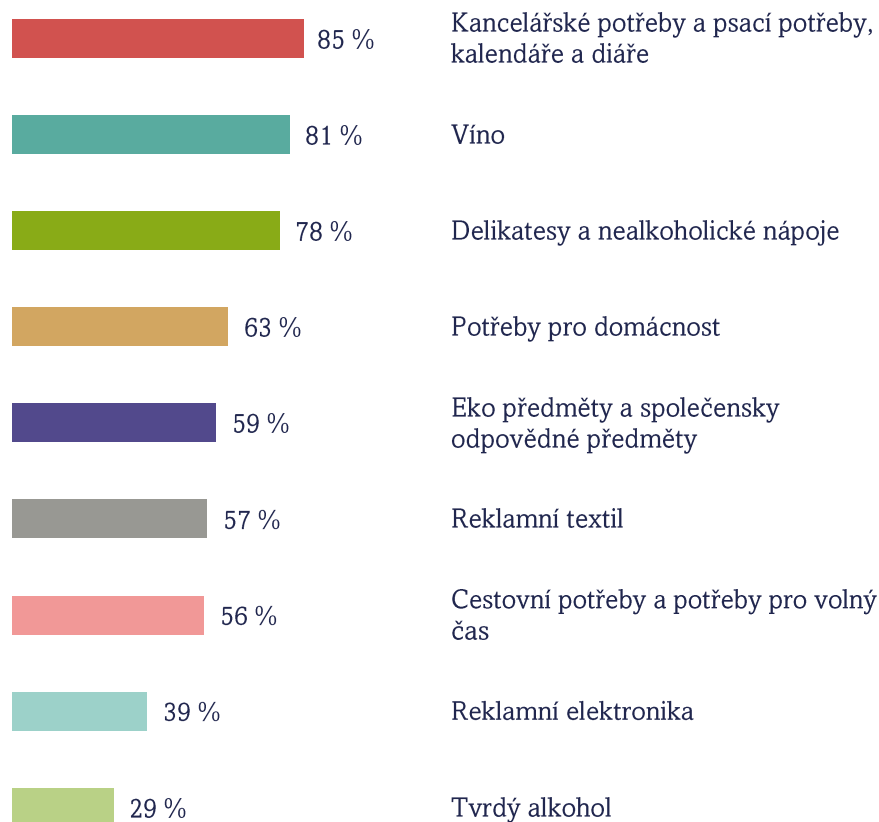
B..



**Reklamní a dárkové
předměty v roce 2025**

Top firemní dárky: kancelářské potřeby, víno a delikatesy

Reklamní a dárkové předměty využívané pro marketingové a obchodní účely



Firmy sází na jistotu a tradici – v marketingu jsou stálí kancelářské potřeby a víno. Zajímavý je však i pohled na „poražené“, nejméně firem sahá po elektronice a tvrdém alkoholu.

Elektronika přitom dříve patřila k oblíbenějším darům, v roce 2020 ji využívalo 49 % firem.

95 % firem využívá dárky a reklamní předměty

Dárky jsou pevnou součástí firemní komunikace, využívá je drtivá většina společností.

Ekologické a společensky odpovědné dárky

aneb cesta, která dává smysl

59 %

firem **využívá** eko a společensky odpovědné předměty

Více než polovina dotazovaných je ochotna si za tyto předměty připlatit



Posilují image značky a odpovědnost vůči společnosti.
Ukazují ohled na životní prostředí.
Dlouhodobě přinášejí vyšší hodnotu než levné a jednorázové dárky.

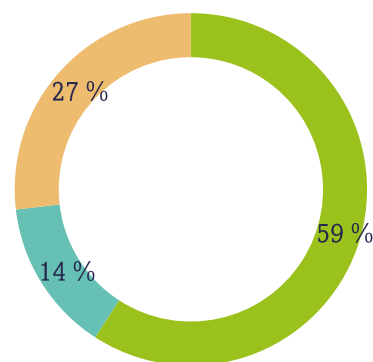
„Udržitelnost už dávno není jen trendem, ale stává se standardem pro mnoho firem, které chtějí působit odpovědně a inovativně. Firemní dárky z udržitelných materiálů přinášejí řadu výhod jako je například společenský přesah či posílení firemní image.

Naším zákazníkům doporučujeme kvalitní udržitelné produkty s možností opakovaného použití, aby připomínaly jejich značku dlouhodobě, ne jen jednorázově.“

Jan Braun,
jednatel společnosti RD Present, s.r.o.



Jste ochotni si připlatit za ekologické a společensky odpovědné předměty?



Jsme ochotni si připlatit

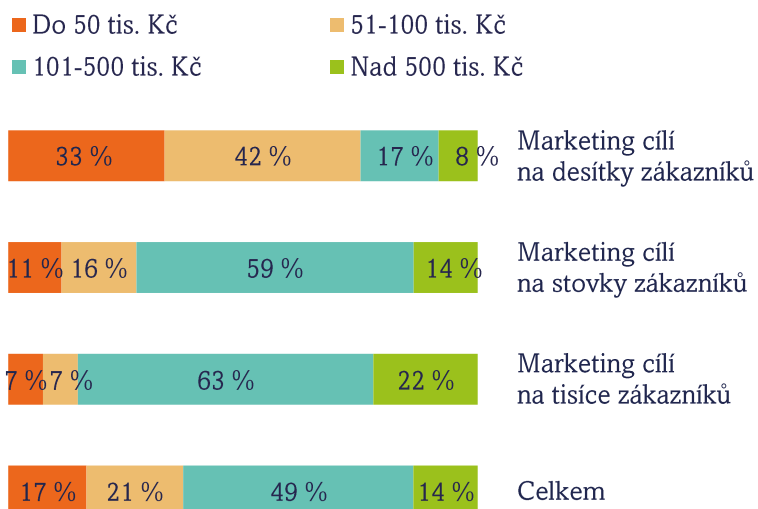
Ani ani, nevím

Nejsme ochotni si připlatit

B·inside
(2025)

Rozpočty rostou s rozšiřující se klientskou základnou, hodnota s prestiží klienta

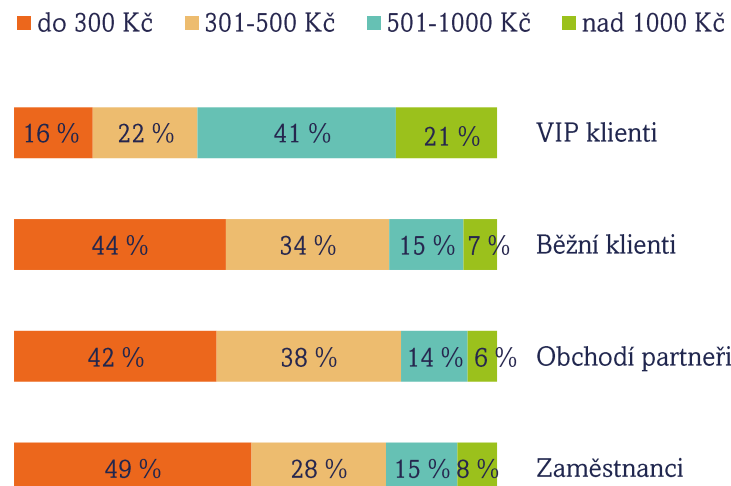
Rozpočet na dárky a reklamní produkty na různých velkých trzích



Binside
(2025)

Firmy na menších trzích obvykle nevydávají za dárky a reklamní předměty více než 100 tisíc Kč ročně. Naopak firmy, které cílí na stovky až tisíce zákazníků, pracují nejčastěji s rozpočty v rozmezí 101–500 tisíc Kč.

V jaké hodnotě se obvykle pohybují dárky a reklamní předměty pro cílové skupiny?

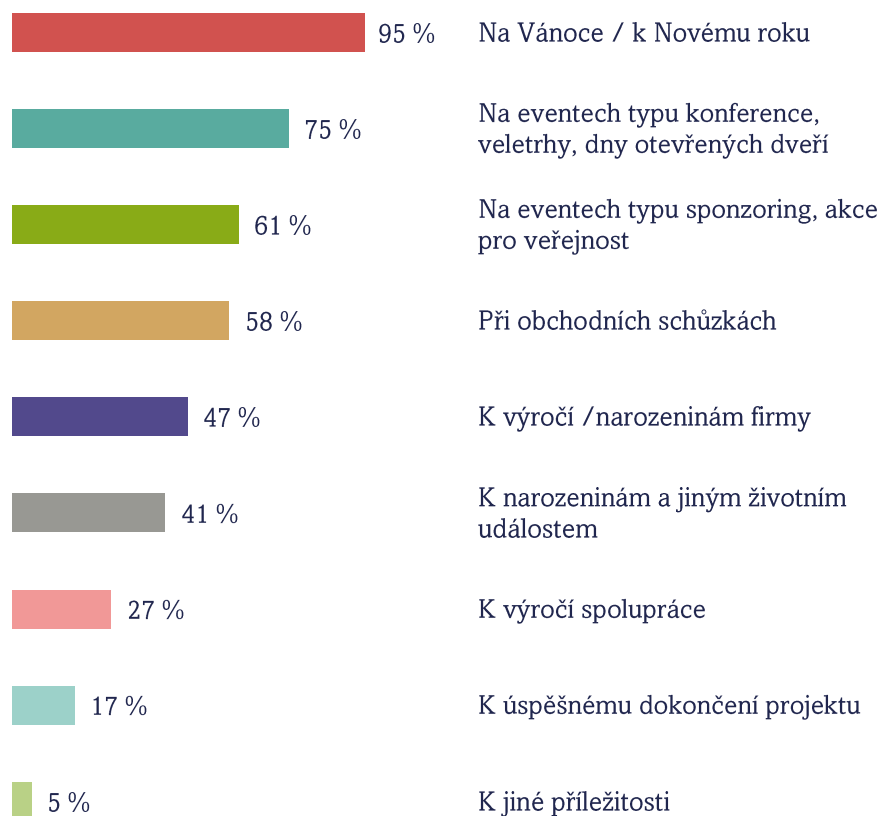


Binside
(2025)

U většiny obdarovaných se firmy drží v částkách do 500 Kč, nejčastěji pak do 300 Kč za předmět. Pro VIP klienty jsou ale firmy ochotny investovat i více než 500 Kč, přestože tyto dary již nelze uplatnit do daňových nákladů.

Kdy se dává nejvíce dárků? Vánoce, eventy, schůzky

K jakým příležitostem dáváte dárky a reklamní předměty?



Chcete být zapamatovatelní? Nečekejte jen na Vánoce.

Skutečnou originalitu přinášejí chvíle, které nejsou samozřejmé. Například výročí spolupráce nebo úspěšné dokončení projektu využívá jako příležitost k obdarování méně než třetina firem. A právě proto mohou být tou nejlepší příležitostí, jak se odlišit a posílit vztahy s klienty.

„Pozitivním trendem posledních let se stává včasný nákup reklamních dárků určených na Vánoce. Toto má hned několik výhod. Firma dokáže dojednat lepší cenu, vybírá z plného sortimentu, vyhne se zahlcení výroby či logistickým problémům.

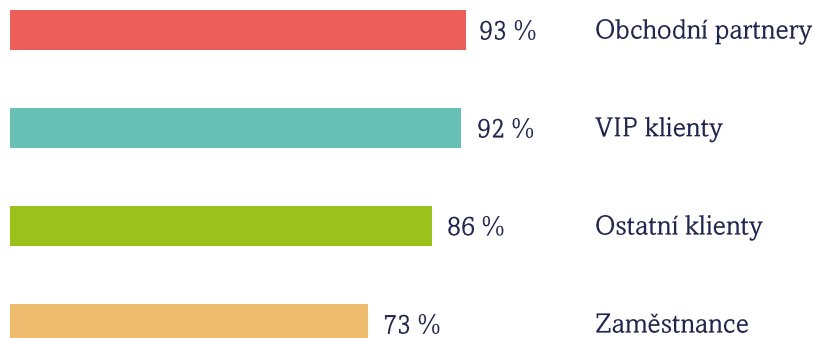
Včasný nákup navíc umožní dostatečný čas na plánování, výsledný dárek tak může být více komplexní či s přesahem a celé to působí mnohem více profesionálním dojmem. Navíc je čas myslet i na své zaměstnance, ne jen obchodní partnery.“

Jan Braun,
jednatel společnosti RD Present, s.r.o.



Trend Vánoc 2025: od vína k čokoládě

Koho společnosti na Vánoce obdarovávaly?



Zatímco v minulých letech bylo jasným favoritem víno, dnes ho v oblíbenosti předběhla čokoláda a jiné pochoutky či nápoje. Pro rok 2025 se tak sladkosti a gurmánské dobroty stávají vánočním dárkem číslo jedna.

Vánoční firemní dárky cílí na klienty a partnery. Na zaměstnance se zapomíná.

B·inside
(2025)

Jaké dárky firmy dávaly v rámci Vánoc a oslav Nového roku 2025 cílovým skupinám? 3 nejčastější

Obchodním partnerům

- 45 % Čokoláda, cukrovinky, pochutiny či nápoje
- 43 % Víno
- 22 % Dárkové balíčky

VIP klientům

- 47 % Čokoláda, cukrovinky, pochutiny či nápoje
- 45 % Víno
- 29 % Dárkové balíčky

Běžným klientům

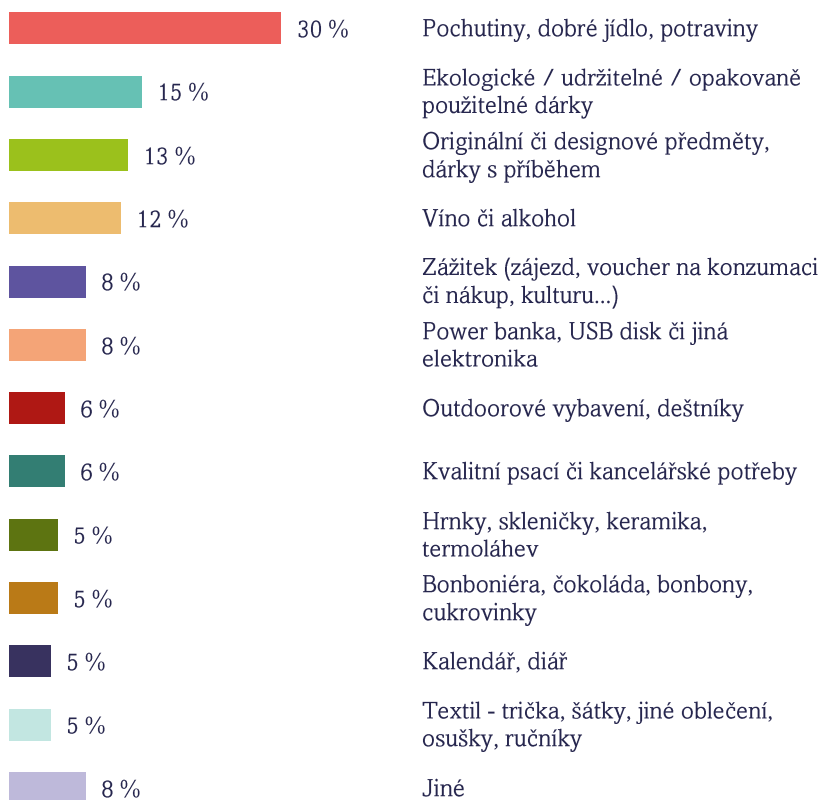
- 41 % Čokoláda, cukrovinky, pochutiny či nápoje
- 37 % Víno
- 20 % Kancelářské potřeby

Zaměstnancům

- 27 % Čokoláda, cukrovinky, pochutiny či nápoje
- 22 % Textil, sportovní vybavení, deštníky
- 18 % Víno

Co potěší obdarované? Jídlo, eko dárky a praktičnost

Jaký dárek, který jste kdy od Vašich obchodních partnerů či klientů dostal/a, Vás osobně nejvíce potěšil?



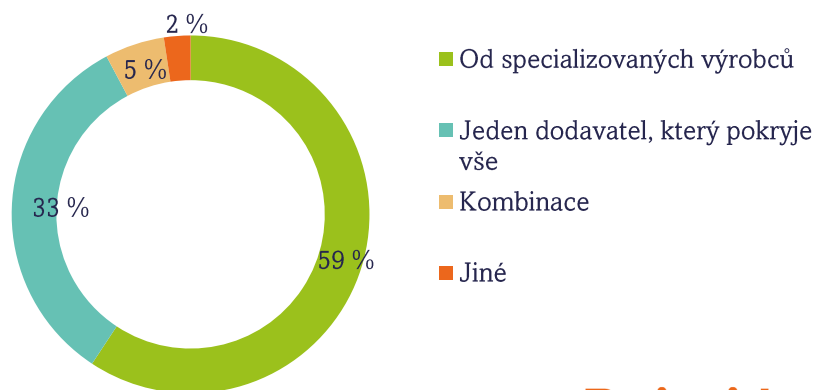
Respondenti nejvíce oceňují praktické dárky, které lze skutečně využít v každodenním životě. Spolu s kvalitou a originalitou jde o nejčastěji zmiňované faktory, díky nimž dárky působí hodnotně a zanechávají trvalý dojem.

Tipy na dárky které potěší

Láhev s héliem a zpěvník, domácí med, ovčí deka, čokoláda s malým proseccem, bezdrátová nabíječka, gramofonová deska s holografickou deskou Louise Armstronga, Fuet extra se sadou s prkýnkem a nožem, kampotský pepř, cyklo pumpička, PF se semínky k zasazení, regionální potraviny a delikatesy, domácí cukroví, tematická dárková balení, hrnek z chráněné dílny, personalizované dárky se jménem, polštářek s peckami do mikrovlnky, váha na zavazadlo.

Dodavatelé pod lupou: čokoládovny nebo agentura?

Preferujete nákup od dodavatelů pokrývajících celý sortiment, nebo od specializovaných výrobců?



B·inside
(2025)

Jaký je rozdíl mezi specializovaným výrobcem a dodavatelem typu reklamní agentura?

Specializovaný výrobce přináší špičkovou kvalitu v jednom typu produktu (např. čokoláda, víno). Obvykle se nezabývá logistikou ani brandingem.

Agentura zajišťuje kompletní servis. Často od specializovaných výrobců zboží odebírá, a navíc přidává logistiku branding a know-how, které firmám šetří čas i starosti.

Stejně jako vy i my máme rádi specializované dodavatele a výrobce.

„Důkazem je tomu i náš vánoční katalog, který si sami vydáváme pro období Vánoc – v online verzi je dostupný na našich webových stránkách.

Cílem katalogu je představit zákazníkům **maximum produktů od lokálních producentů** či chráněných dílen a pomoci tak rozvíjet místní podnikání.

A proč tedy zvolit reklamní agenturu?

Důvod je jednoduchý. Drobní výrobci se soustředí na špičkovou kvalitu své produkce, ale často už nemají kapacitu na zajištění branding, logistiky či dalších služeb.

A právě to je naše role. Rádi pro vás vybereme lokální produkty a postaráme se o vše ostatní – od potisku až po doručení.“

Jan Braun,
jednatel společnosti RD Present, s.r.o.



www.rdpresent.cz

RD present
reklamní dárky

RD Present s.r.o. - váš partner v oblasti reklamních dárků

Jsme specialisté na reklamní a dárkové předměty s více než 25 lety zkušeností.

Naším cílem je pomoci vaší značce vyniknout a zanechat trvalý dojem u klientů i partnerů. Díky dlouholeté praxi jsme spolehlivým partnerem, který nabízí nejen kvalitní produkty, ale také kreativní a strategická řešení.

Sledujeme trendy na evropských i světových veletrzích a přinášíme inovace přímo do vašich kampaní.

Naše služby zahrnují:

- **Výběr a výrobu reklamních předmětů** – od tradičních propisek až po luxusní a ekologické dárky.
- **Personalizaci** – potisk, gravírování nebo výšivku loga či sloganu.
- **Kompletní servis** – od návrhu přes výrobu až po logistiku.
- **Ekologické produkty** – z recyklovaných materiálů pro posílení image odpovědné značky.

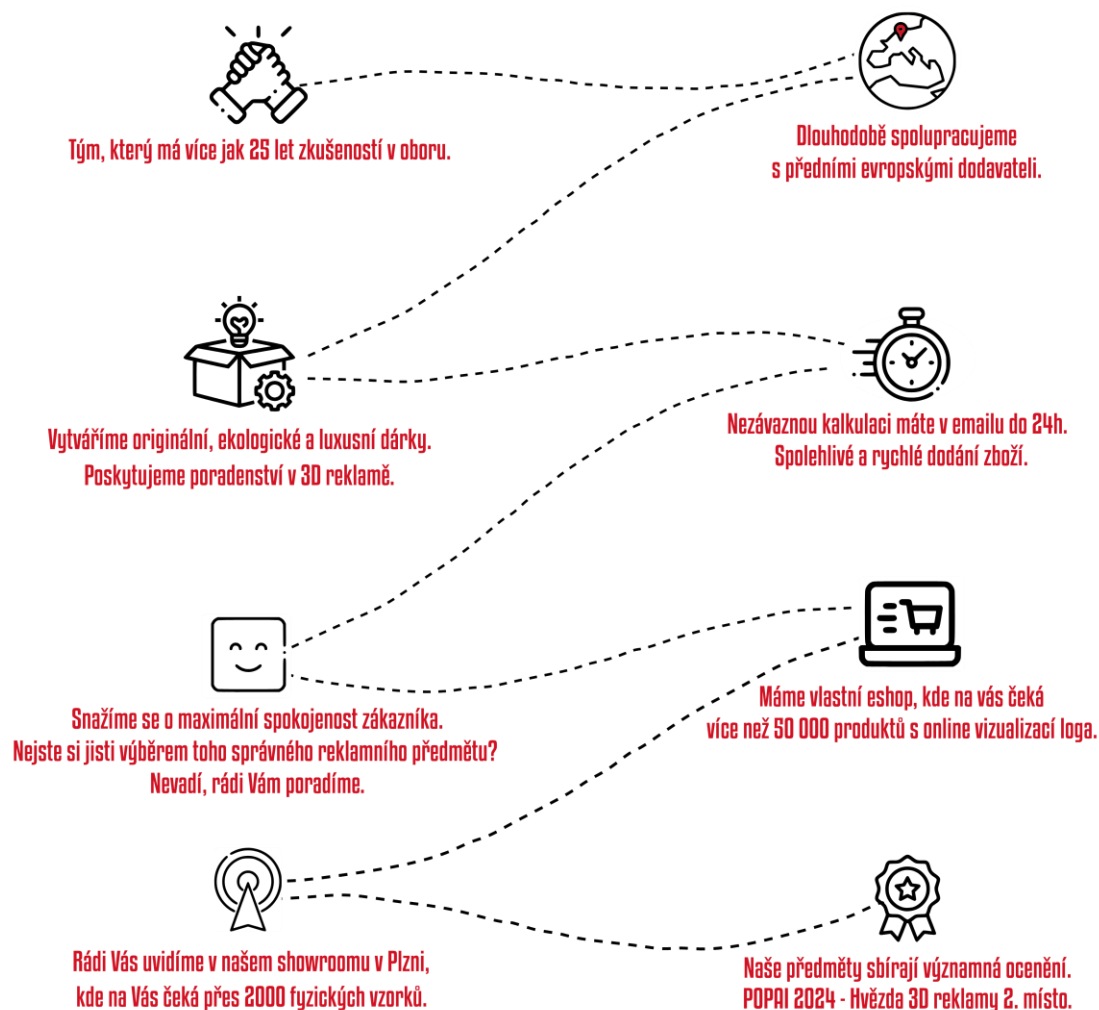
Naše přednosti:

- Individuální přístup
- Kreativita
- Inovace
- Spolehlivá realizace v dohodnutých termínech

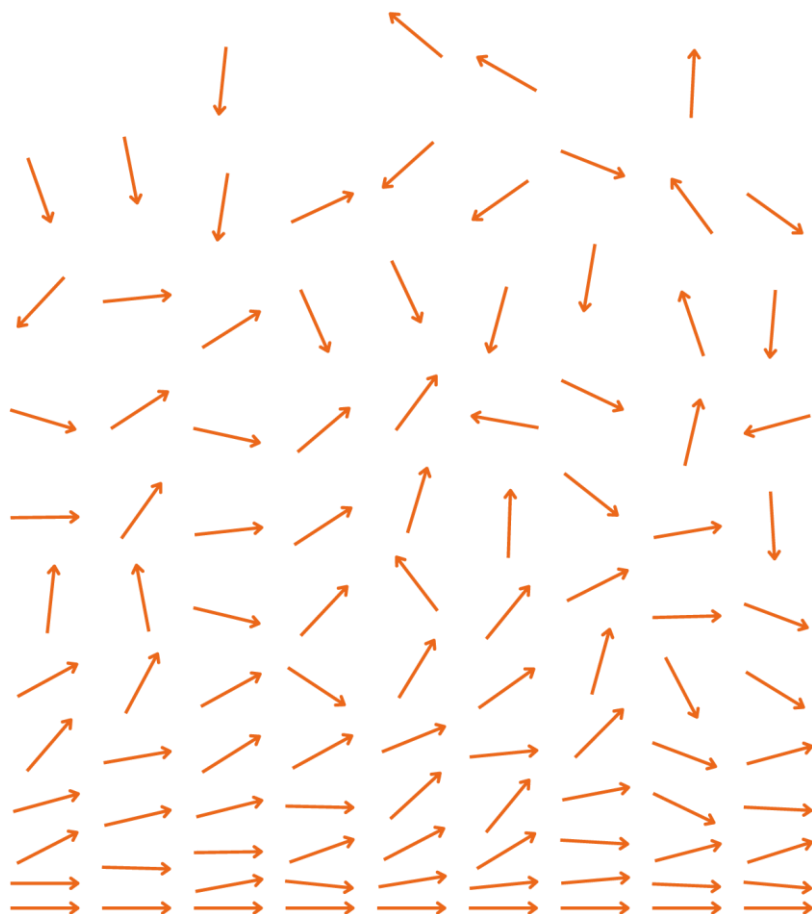
Zašlete nám poptávku ještě dnes!

Jan Braun, +420 728 347 080, jan.braun@rdpresent.cz

www.rdpresent.cz



B..



B-inside - realizátor projektu B2B monitor

Jsme tým, který pomáhá firmám předběhnout konkurenci. Díky výzkumům, cíleným marketingovým kampaním a dlouholetým zkušenostem v B2B prostředí posouváme výsledky na vyšší úroveň.

Naším klientům nabízíme:

- komplexní služby pro B2B trhy
- řešení na míru, kreativní i praktická
- odbornost a zkušenosti z výzkumů, marketingu, managementu a poradenství
- dlouhodobou spolupráci jdoucí do podstaty samotného fungování firem,
- konkrétní kroky a konzultace vedoucí k lepším obchodním výsledkům našich partnerů



Naši klienti rostou výrazně rychleji než konkurence. Chcete mezi ně patřit? Kontaktujte nás e-mailem na info@b-inside.cz nebo telefonicky +420 608 048 048.

Jsme hrdí, že mezi klienty B-inside patří například:



Naši klienti o vzájemné spolupráci

SKODA

„S B-inside s.r.o. jsme spolupracovali na vyhodnocení průzkumu spokojenosti zaměstnanců celé Škoda Auto a.s., tzv. Stimmungsbarometer. Ráda bych ocenila jak samostatné zpracování výsledků, tak i osobní přístup a flexibilitu zpracovatele. B-inside ráda doporučím.“

Mirka Boukalová, Employer Branding | ŠKODA AUTO a.s.

FM LOGISTIC

„Mnohokrát děkujeme, výstup je skvěle zpracovaný. Ještě jednou děkuji a přeji hezký den i víkend. PS: Pokud byste potřebovali referenci, neváhejte použít můj kontakt a naši společnost.“

Eva Enčevová, Marketing | FM Česká, s.r.o.

ABB

„Oceňuji především profesionální přístup, hlubokou znalost B2B prostředí a perfektní komunikaci a zpětnou vazbu. Také jsem uvítal vstřícné zapojení do následných workshopů a strategická doporučení v oblasti obchodu a marketingu.“

Miloš Stibal, Marketing & Communication Manager | ABB s.r.o.

CRA

„Průzkumy provádí agentura na profesionální úrovni, s formou výstupů jsem velmi spokojena, kladně hodnotím výbornou komunikaci a rychlost, se kterou agentura řeší naše požadavky.“

Andrea Opltová, Supervisor Customer Experience | České Radiokomunikace a.s.

OEZ

„Pánové z B-inside ví co dělají a byli schopni velmi rychle poznat náš business a potřeby, a uplatnit tyto znalosti v hloubkových rozhovorech s našimi zákazníky. Navíc není nad to, když výsledky a zjištění prezentuje nezávislý odborník - informace mají ihned jinou váhu, než kdyby to šlo od vás samotných :) Doporučuji.“

Lukáš Havlena, Head of Marketing | OEZ s.r.o.

Bochemie

„Celkově hodnotím firmu B-inside velmi kladně a mohu její služby doporučit.“

Zuzana Schillerová, Product Manager | Bochemie a.s.

B·inside



www.b-inside.cz

B-inside s. r. o.

Šmeralova 12, 170 00 Praha 7
Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín
Holandská 878/2, 639 00 Brno
IČ: 24790648 | DIČ: CZ24790648

Tel: +420 608 048 048
info@b-inside.cz
www.b-inside.cz