

Rola marketingu v rastúcich SME firmách. Ako ju zvýšiť?

Štúdia mapuje situáciu firiem s tržbami od 100-tisíc do 50 miliónov eur, ktoré za posledné tri roky rástli aspoň o 5 percent. Takých firiem na Slovensku máme takmer 11-tisíc. Zistenia sú z online prieskumu, ktorý realizovala agentúra Go4insight v spolupráci s marketingovým štúdiom nonoyes v období august až október 2023.

Prinášame vám úvodnú časť 5-dielneho seriálu Všetko, čo vieme o marketingu v rastúcich SME firmách. Mapujeme rolu marketingu, na ktorú sme nazreli z troch uhlov pohľadu:

1. Aká je rola marketingu dnes?
2. Aké sú vyhliadky do budúcnosti?
3. Čo by sa malo udiat', aby rola marketingu vzrástla?

Ak zodpovedáte za marketing v menšej a strednej firme, prípadne ste poskytovateľom marketingových služieb, zbystrite pozornosť.

1. Aká je rola marketingu dnes?



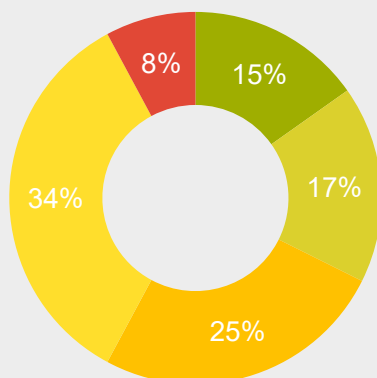
4 z 10 firiem sa marketingu venujú len v minimálnej miere. Naopak, pre 3 z 10 firiem je jednou z kľúčových oblastí.

MARIÁN ABAFFY

nonoyes

V tejto časti sme zisťovali, akú úlohu zohráva marketing v rastúcich menších a stredných firmách dnes. Závety nie sú potešujúce: v 4 z 10 firiem sa marketingu venujú len v minimálnej miere. Celkovo sa intenzívnejšie venuje marketingu necelých 60 % rastúcich SME firiem, viac ako 40 % sa mu venuje iba v nevyhnutnej miere alebo vôbec. Čo je zaujímavé, nezávisí to od toho, či firmy rastú rýchlejšie alebo pomalšie. S čím to však priamo súvisí, je pochopiteľne rozsah investícií do marketingu. Porovnajme firmy, ktoré do marketingu investujú do 5-tisíc a nad 5-tisíc eur ročne. Firmy, ktoré investujú viac, vnímajú marketing ako veľmi dôležitý až 6x častejšie. Táto štúdia ukazuje, že ak ste doteraz s investíciou váhali, netreba sa báť. Investícia do marketingu totiž s veľkou pravdepodobnosťou potvrdí, aký dôležitý je pre úspech firmy.

Rola marketingu v SME firmách



- Marketing je veľmi dôležitý pre úspech našej firmy, vkladáme doň značné zdroje a pozornosť
- Marketing je jednou z kľúčových oblastí, ktorým sa venujeme
- Marketing čiastočne dopĺňa iné dôležitejšie aktivity zabezpečujúce úspech firmy
- Robíme len malé, nevyhnutné marketingové aktivity
- Marketingu sa vôbec nevenujeme

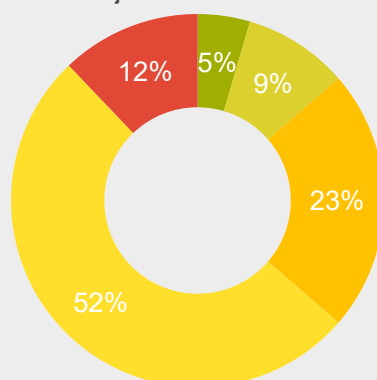


Firmy, ktoré investujú viac, vnímajú marketing ako veľmi dôležitý až 6x častejšie.

Zdroj: Go4insight a nonoyes | Veľkosť vzorky: 204 | Q1. Ako významnú rolu hrá vo Vašej firme marketing?

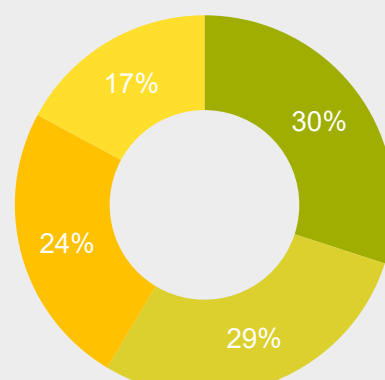
Rola marketingu v SME firmách - podľa investícií do marketingu

Firmy, ktoré investujú do marketingu menej ako 5 000 EUR ročne



- Marketing je veľmi dôležitý pre úspech našej firmy, vkladáme doň značné zdroje a pozornosť
- Marketing je jednou z kľúčových oblastí, ktorým sa venujeme
- Marketing čiastočne dopĺňa iné dôležitejšie aktivity zabezpečujúce úspech firmy
- Robíme len malé, nevyhnutné marketingové aktivity
- Marketingu sa vôbec nevenujeme

Firmy, ktoré investujú do marketingu viac ako 5 000 EUR ročne



Zdroj: Go4insight a nonoyes | Veľkosť vzorky: 204 | Q1. Ako významnú rolu hrá vo Vašej firme marketing?

2. Aké sú vyhladky do budúcnosti?



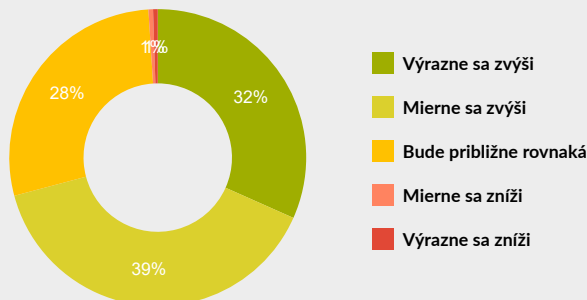
Dobré správy. Viac ako 70 percent si myslí, že rola marketingu sa do budúcnosti ešte zvýši.

JÚLIUS FILO

Go4insight

Rastúce SME firmy na Slovensku jednoznačne vnímajú, že rola marketingu v ich firme bude v najbližšom roku až dvoch rásť. Celkovo až 71 percent firiem si myslí, že rola marketingu sa do budúcnosti ešte zvýši. Tretina dokonca očakáva výrazné zvýšenie. Dá sa povedať, že dôvera v marketing sa prejavuje aj tu. Čím dôležitejšia je rola marketingu v rastúcich firmách už dnes, tým presvedčenejšie sú dané firmy o tom, že rola marketingu bude v najbližšom roku až dvoch rásť. Taktiež sa ukázalo, že rozvoj marketingu často mierne brzdí práve majiteľ firmy. Firmy, kde v najväčšej miere sa nevenuje marketingu majiteľ/spolomajiteľ firmy (GM/CEO), ale skôr marketingoví špecialisti, tím či agentúra, sú ešte viac presvedčené o tom, že rola marketingu bude do budúcnosti rásť. Ďalej si porovnajme firmy podľa toho, ako rýchlo rastú: firmy, ktoré za posledné 3 roky rástli v pásme nad 5 percent ročne, a firmy, ktoré rástli o niekoľko desiatok percent ročne. O raste roly marketingu sú mierne presvedčenejšie firmy, ktoré rastú rýchlejšie – teda v rámci skúmaných firiem nadpriemerne.

Budúca rola marketingu



Zdroj: Go4insight a nonoyes | Veľkosť vzorky: 199 | Q1b. Ako vidíte rolu marketingu vo Vašej firme do budúcnosti - pre najbližšie 1-2 roky?

3. Čo by sa malo udiat, aby rola marketingu vzrástla?



Ponúknite firme zaujímavú aktivitu na skúšku.

MILAN SITÁRIK

nonoyes

Ľudí zodpovedných za marketing sme sa pýtali, čo by ich firmu motivovalo venovať sa marketingu viac. Tieto impulzy môžeme rozdeliť do dvoch kategórií: tie, ktoré prináša samotný trh (napríklad konkurencia a jej úspešné marketingové aktivity), a tie, ktoré firmy v určitej miere vedú ovplyvniť (identifikácia a strategické uchopenie novej trhovej príležitosti, úspešne zvládnutý vstup na trh, uvedenie produktu či úspešne zrealizovaná a prínosná marketingová aktivita). Ak ste SME firma alebo poskytovateľ marketingových služieb, skúste prísť s ponukou zmysluplnej aktivity. Štúdia ukazuje, že s veľkou pravdepodobnosťou zvýši dôveru v marketing.

Motivácie k väčšiemu venovaniu sa marketingu



Zdroj: Go4insight a nonoyes | Veľkosť vzorky: 178 | Q2. Ktoré z týchto možností by prispeli k tomu, aby ste sa viac venovali marketingu vo Vašej firme?

A čo hovoria samotné firmy k ich motivácii venovať sa marketingu intenzívnejšie?

MÁRIA DEMJANOVIČOVÁ

Kinet

priemerný rast za 3 roky

43,8%

„U nás to bola hlavne práca s negatívnymi recenziami z minulosti, ktoré ovplyvňovali budovanie nášho brandu v nových lokalitách. Rozhodli sme sa zapracovať na zlepšení reputácie vo virtuálnom prostredí, to predstavovalo aktívnu reakciu na recenzie. Odpovede na recenzie vyvolali ďalšie reakcie od zákazníkov a v oveľa pozitívnejšom zmysle. To nám ukázalo, že aj negatívna recenzia sa môže veľmi jednoducho zmeniť na pozitívnu a stačí na to len jedna odpoveď.“

MARIO FONDATI

Fondati & partners

priemerný rast za 3 roky

84,7%

„Marketingu sme sa priebežne venovali, ale doplácali sme na nedostatok času. Tiež na absenciu osoby, ktorá by sa venovala realizácii konkrétnych aktivít. Až s príchodom konkrétnej osoby a koncepčným uchopením sa to zlepšilo.“

STANISLAV BUKVIAR

Moderné Webstránky

priemerný rast za 3 roky

23,2%

„Po analýze konkurencie sme zistili, že možno aj menej kvalitné firmy nás vedú dobehnúť v dosahu ponúkaných

služieb správne cielenou reklamou. Prekopali sme teda celú našu PPC kampaň, ktorou inzerujeme naše služby na platforme Google, a mierne zvýšili rozpočty na marketing. Táto aktivita sa nám vrátila vo forme viacerých relevantných dopytov. Od tohto obdobia sa však marketingu venujeme viac prakticky na dennej báze a robíme si pravidelné reporty a štatistiky.“

ZUZANA KADECKÁ

Panaxeo

priemerný rast za 3 roky

159,8%

„Len čo sme začali realizovať cielené, merateľné a atribuovateľné kampane zamerané na hiring, začali sme vidieť výsledky v podobe zrýchlenia náboru a zvýšenia kvality kandidátov/iek. Pre nás je dôležitý systematický empirický prístup k marketingu, pomocou viacerých experimentov neustále overujeme, čo funguje.“

TOMÁŠ SOKOL

Flexity

priemerný rast za 3 roky

63,9%

„Konkurenciu sme pocítili v komunikácii najmä na Instagrame. Potrebovali sme reagovať, a to pravidelnou a konzistentnou tvorbou obsahu. Tiež sme zvýšili aj rozpočet podpory obsahu.“

Pozn.: Priemerný rast za 3 roky je uvedený ako aritmetický priemer medziročného rastu tržieb v rokoch 2019 až 2022. Zdroj: FinStat

Ukázalo sa, že rozvoj marketingu často mierne brzdí práve majiteľ firmy.



štúdia

Všetko čo vieme o marketingu rastúcich 'SME' firiem

nonoyes Go4insight STRATÉGIE

Zhrnutie

Súčasná situácia poskytuje veľký priestor na rozvoj marketingu. Čo je dôležité, medzi rastúcimi malými a strednými firmami panuje očakávanie, že rola marketingu porastie. A tiež poznanie, že práve investíciami do marketingu sa firmy presvedčia, aký dôležitý je marketing pre úspech firmy. Štúdia ďalej ukazuje cesty, ako rolu marketingu aktívne a riadene zvýšiť. Jednoducho: nájdite prínosnú aktivitu a vyskúšajte ju. Šanca, že keď to dobre zafunguje a SME firmy budú marketing využívať viac, je veľmi veľká. Toto je naše odporúčanie jednak pre ľudí zodpovedných za marketing v SME firmách, jednak aj pre poskytovateľov marketingových služieb. O tom, aké nové marketingové aktivity by SME firmy ocenili, sa dočítate v ďalších dieloch tohto seriálu.