

Marketingové aktivity v SME firmách:

Čo funguje a aké budú priority?

V aktuálnom dieli seriálu Všetko, čo vieme o marketingu rastúcich SME firiem sa budeme venovať marketingovým aktivitám. Zameriame sa na ne zo štyroch pohľadov:

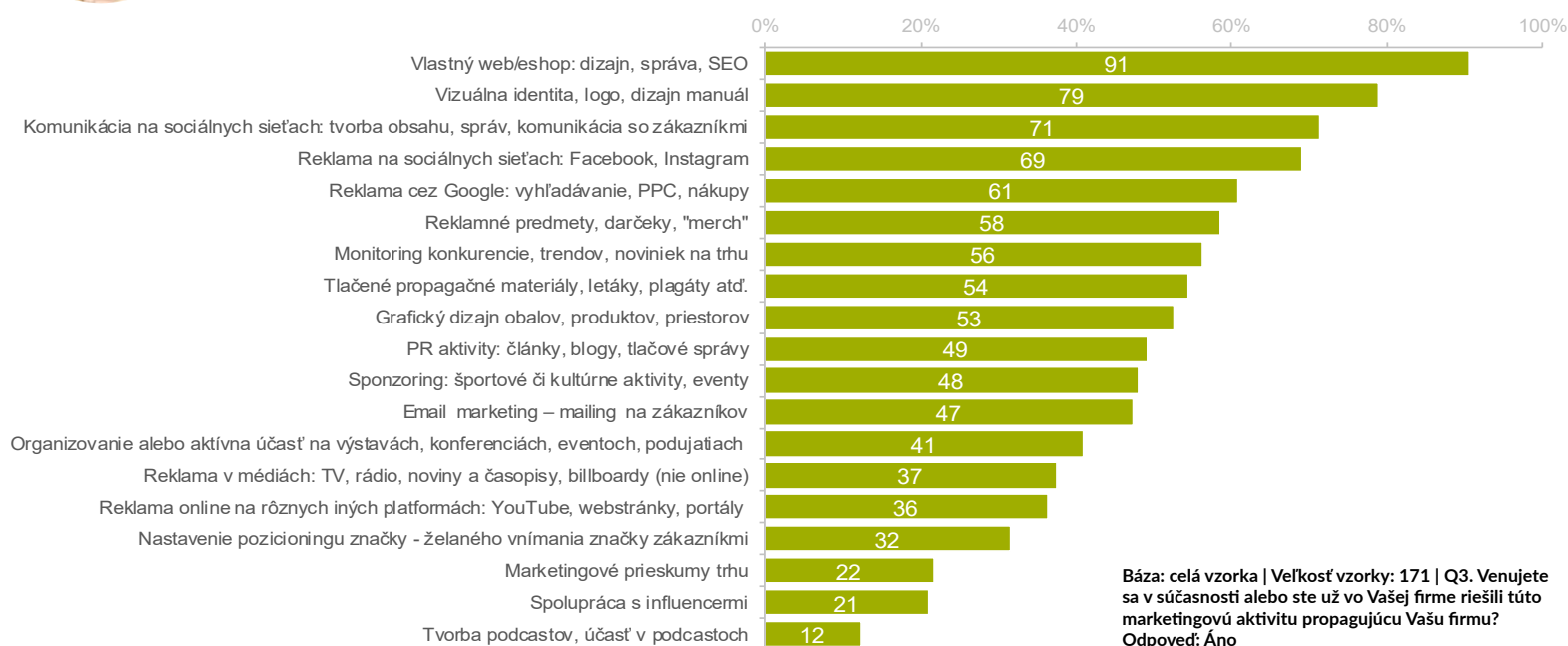
1. Akým marketingovým aktivitám sa venovali firmy doteraz?
2. Ktoré z realizovaných aktivít sú pre firmy najprínosnejšie?
3. Akým aktivitám sa plánujú firmy venovať v budúcnosti?
4. Ktoré z plánovaných aktivít budú najväčšou prioritou? (TOP)



MARIÁN ABAFFY
nonoyes

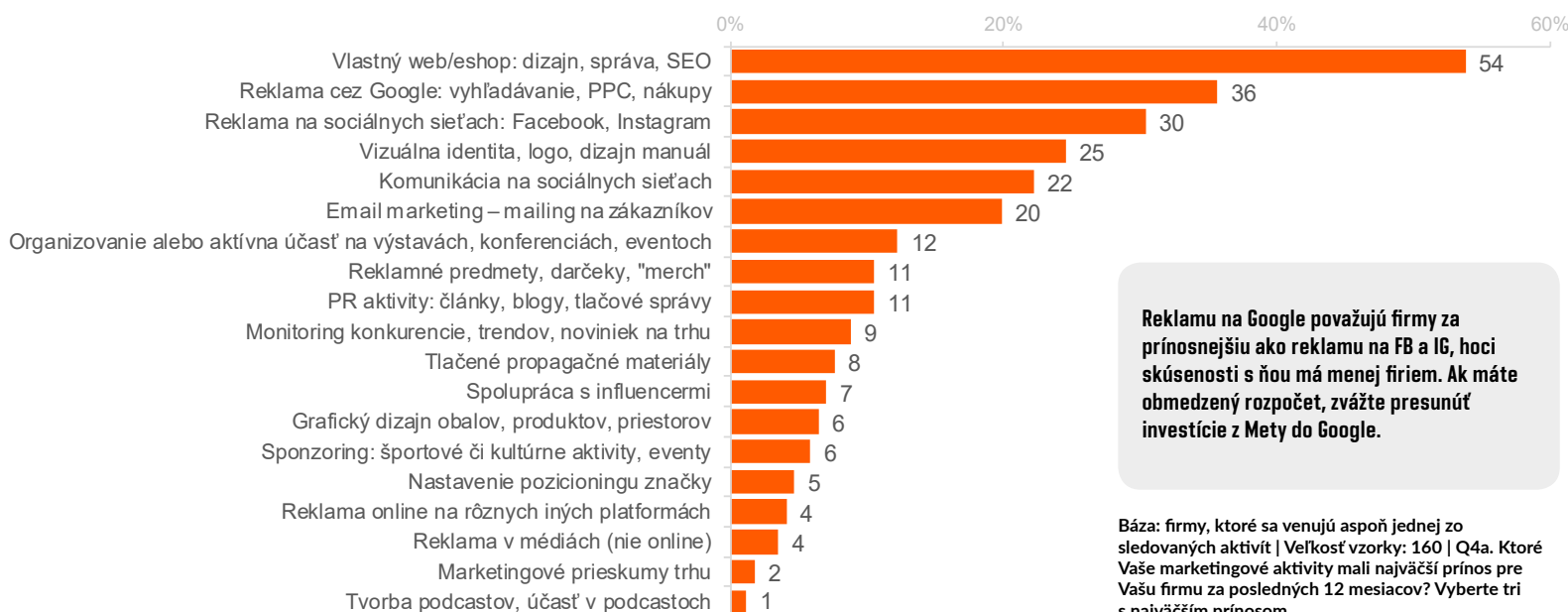
1. Akým marketingovým aktivitám sa venovali firmy doteraz?

V tejto časti sa podľa predpokladov ukázalo, že firmy riešia najmä web, SEO a vizuálnu identitu. Z komunikačných aktivít dominuje komunikácia na sociálnych sieťach Facebook (FB) a Instagram (IG), v tesnom závесе nasledovaná reklamou na FB a IG. Firmám je jasné, že na FB a IG to nejde bez investovania peňazí. Čo je zaujímavé, doposiaľ reklama na FB a IG vcelku výrazne predbieha reklamu na Google (o 8 percentuálnych bodov, čo je reálne viac ako 10 %). Na druhej strane sa ukázalo, že minimum firiem má skúsenosť s podcastmi, so zapojením influencerov či s marketingovým prieskumom.



2. Ktoré z realizovaných aktivít sú pre firmy najprínosnejšie?

Keď sa opýtame, ktoré z doteraz realizovaných aktivít sú pre firmy najprínosnejšie, situácia sa zmení. Skokanom sa stáva reklama na Google. Napriek tomu, že skúsenosti s ňou má o 10 % menej firiem ako s reklamou na FB a IG, tak za najprínosnejšiu ju považuje o 20 % firiem viac (6 percentuálnych bodov). Podobne je e-mail marketing považovaný ako vysoko prínosný – prínosnejší ako viaceré iné rozšírenejšie marketingové aktivity.

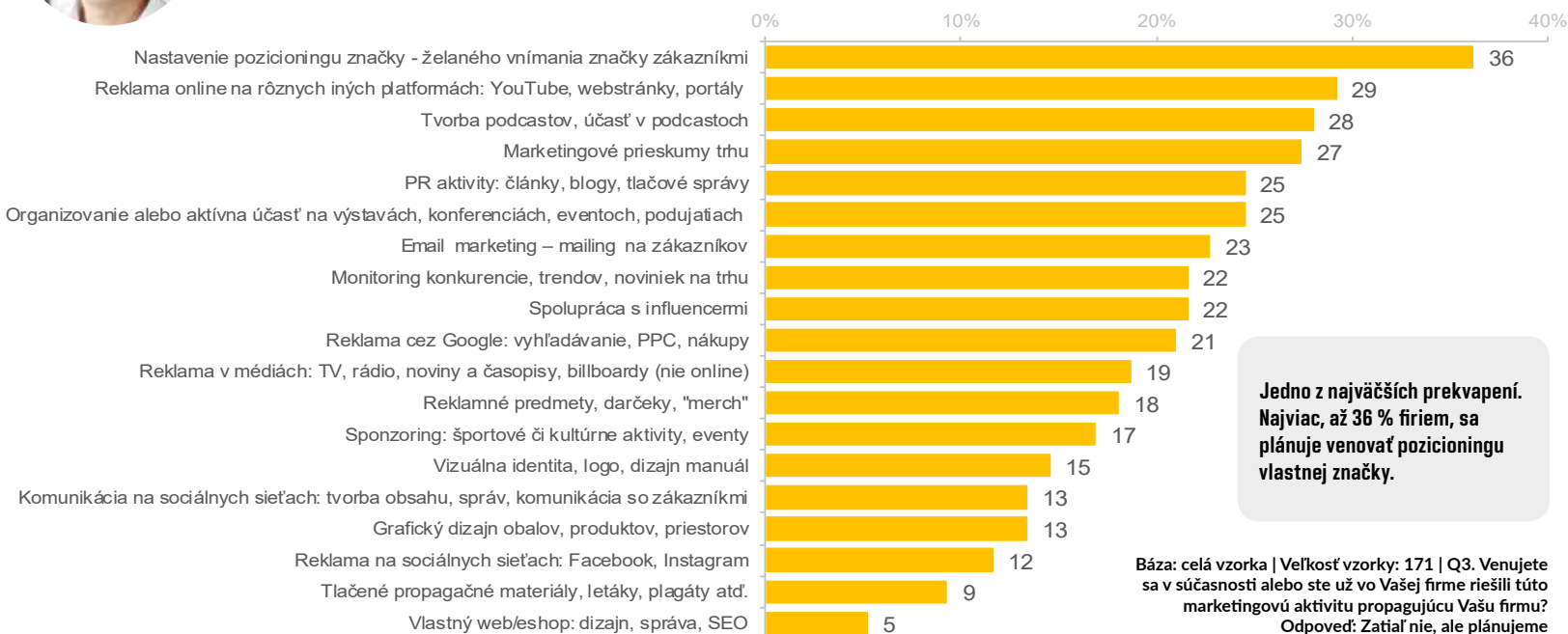




JÚLIUS FILO
Go4insight

3. Akým aktivitám sa plánujú firmy venovať v budúcnosti?

Odpoveď na túto otázku prináša jedno z najprekvapivejších zistení celého seriálu. Firmy sa najviac plánujú venovať nastaveniu pozicioningu vlastnej značky. A to až 36 % firiem. Medzi top plánovanými aktivitami sú aj: reklamy na rôznych iných platformách (YouTube, webstránky, portály), tvorba podcastov/účasť v podcastoch a marketingové prieskumy trhu. Na opačnej strane spektra sú aktivity okolo webu, s ktorými firmy majú najviac skúseností; zrejme ich považujú za uspokojivo vyriešené, a teda sa im neplánujú až tak veľmi venovať.



Jedno z najväčších prekvapení. Najviac, až 36 % firiem, sa plánuje venovať pozicioningu vlastnej značky.

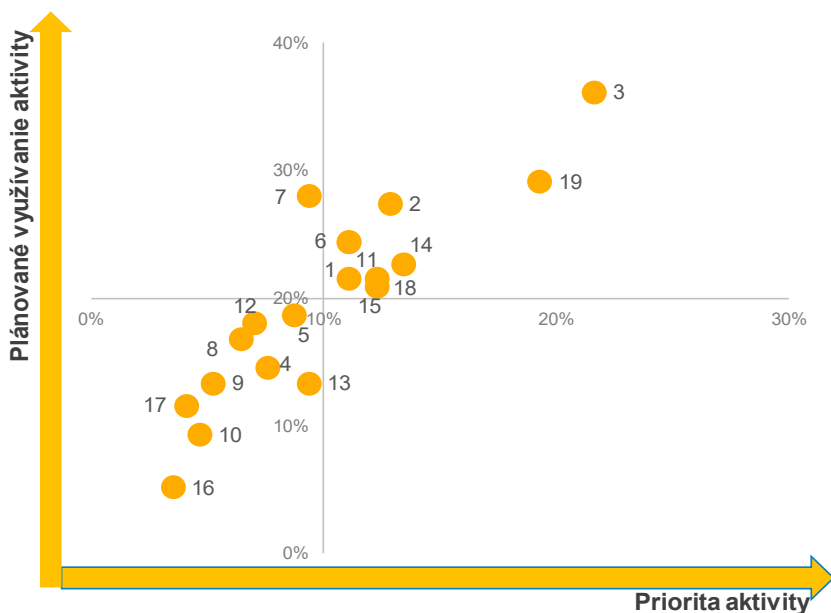
Báza: celá vzorka | Veľkosť vzorky: 171 | Q3. Venujete sa v súčasnosti alebo ste už vo Vašej firme riešili túto marketingovú aktivitu propagujúcu Vašu firmu? Odpoveď: Zatiaľ nie, ale plánujeme

4. Ktoré z plánovaných aktivít budú TOP prioritou?

Zisťovali sme, ktorým marketingovým aktivitám sa firmy budú v nasledujúcich 12 mesiacoch venovať prioritne. Ukázalo sa, že nastaveniu pozicioningu vlastnej značky sa plánuje venovať nielen najviac firiem, ale že to má pre firmy aj najvyššiu prioritu. Medzi ďalšie plánované aktivity s vysokou prioritou patria reklama na YouTube a iných nových platformách, podcasty, a čo nás teší, aj marketingové prieskumy.

Nástup AI bude rýchly aj pri menších a stredných firmách

Pri zbere dát v auguste až októbri 2023 sa využívanie umelej inteligencie ešte výraznejšie neprejavilo. Využívanie AI bolo možné uviesť v rámci otvorenej odpovede. Keď sme využívanie AI ako doplnujúcu otázku položili pri získavaní podkladov pre tento seriál v januári, tak téma AI už rezonovala výraznejšie. Keď to expertne podporíme dátami z iného prieskumu Go4insight týkajúceho sa používania AI marketérmi, tak sa dá predpokladať, že v menších a stredných firmách sa bude využívať najmä ChatGPT.



1	Monitoring konkurencie, trendov, noviniek na trhu
2	Marketingové prieskumy trhu
3	Nastavenie pozicioningu značky - želaného vnímania značky zákazníkmi
4	Vizuálna identita, logo, dizajn manuál
5	Reklama v médiách: TV, rádio, noviny a časopisy, billboardy (nie online)
6	PR aktivity: články, blogy, tlačové správy
7	Tvorba podcastov, účasť v podcastoch
8	Sponzoring: športové či kultúrne aktivity, eventy
9	Grafický dizajn obalov, produktov, priestorov
10	Tlačené propagačné materiály, letáky, plagáty atď.
11	Organizovanie alebo aktívna účasť na výstavách, konferenciách, eventoch, podujatiach
12	Reklamné predmety, darčeky, "merch"
13	Komunikácia na sociálnych sieťach: tvorba obsahu, správ, komunikácia so zákazníkmi
14	Email marketing – mailing na zákazníkov
15	Spolupráca s influencerami
16	Vlastný web/eshop: dizajn, správa, SEO
17	Reklama na sociálnych sieťach: Facebook, Instagram
18	Reklama cez Google: vyhľadávanie, PPC, nákupy
19	Reklama online na rôznych iných platformách: YouTube, webstránky, portály

Báza: celá vzorka | Veľkosť vzorky: 171 | Q3. Venujete sa v súčasnosti alebo ste už vo Vašej firme riešili túto marketingovú aktivitu propagujúcu Vašu firmu? | Q4b. Ktoré plánované marketingové aktivity majú u Vás najvyššiu prioritu pre najbližších 12 mesiacov?



MILAN SITÁRIK
nonoyes

Zhrnutie

Minulý diel seriálu ukázal, že ak vo firme chceme rozvíjať marketing, nájdeme prínosnú aktivitu a vyskúšajme ju. Zo štúdie vyplýva, že aktivita pravdepodobne zafunguje a podporí rolu marketingu vo firme. Tento diel plynule nadväzuje na dané zistenia a prináša konkrétne návrhy, aké aktivity vyskúšať. Odporúčame však najprv nahliadnuť do grafov, čo firmy plánujú, aké aktivity považujú za najprínosnejšie a čomu dávajú prioritu.

O štúdiu

Štúdiu mapuje situáciu firiem s tržbami od 100-tisíc do 50 miliónov eur (SME firmy), ktoré tri roky za sebou rástli aspoň o 5 percent. Na Slovensku je takých firiem takmer 11-tisíc. Zistenia sú z online prieskumu, ktorý realizovala agentúra Go4insight v spolupráci s nonoyes v období august až október 2023.

