

# ZDROJE KNOW-HOW A INFORMÁCIÍ v rastúcich SME firmách

Čo je vo firmách zdrojom marketingového know-how? Odkiaľ firmy čerpajú marketingové informácie a ktorým zdrojom, naopak, neprikladajú váhu? Je pre získavanie marketingových informácií dôležitá umelá inteligencia (AI)? A závisia informačné zdroje od veľkosti firmy? Položené otázky zodpovedáme v tomto už šiestom a poslednom diele seriálu Všetko, čo vieme o marketingu rastúcich SME firiem.

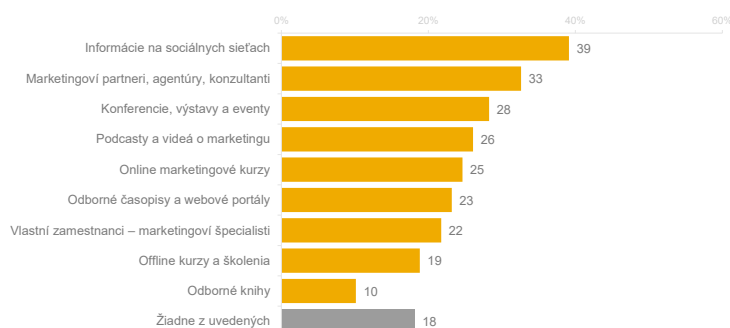


**MARIÁN ABAFFY**  
nonoyes

## Najvýznamnejším zdrojom informácií sú sociálne siete, marketingoví partneri a konferencie

Sociálne siete sú najvýznamnejším zdrojom informácií až v 39 % firiem. Ako ukazujú konkrétne odpovede, ide najmä o LinkedIn. Tretina marketérov v rastúcich SME firmách sa spolieha na informácie od marketingových partnerov, agentúr a konzultantov. V dnešnej dobe sa marketéri najmenej spoliehajú na odborné knihy o marketingu, po ktorých plánuje siahnuť iba 10 % respondentov.

### Plánované zdroje informácií o marketingu



Zdroj: Go4insight a nonoyes | Veľkosť vzorky: 138 | Q13. Ktoré z týchto zdrojov informácií o marketingu plánuje Vaša firma využívať v najbližších 12 mesiacoch?



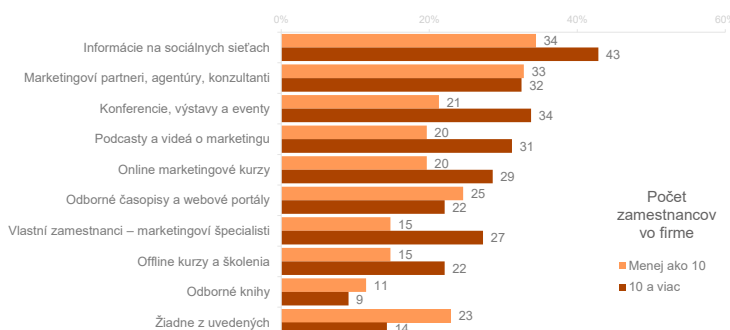
**MILAN SITÁRIK**  
nonoyes

## Takmer štvrtina firiem s veľkosťou do 10 zamestnancov neplánuje využiť žiaden zo sledovaných zdrojov informácií

Väčšie firmy (s viac ako 10 zamestnancami) všeobecne plánujú získavať informácie z oblasti marketingu z viacerých zdrojov. Oproti menším firmám výrazne viac plánujú získavať informácie na konferenciách, z podcastov, na online kurzoch či od vlastných marketingových špecialistov. U týchto firiem takisto stúplo využívanie sociálnych sietí na získavanie informácií na 43 percent.

### Plánované zdroje informácií o marketingu

Podľa počtu zamestnancov vo firme



Zdroj: Go4insight a nonoyes | Veľkosť vzorky: 138 | Q13. Ktoré z týchto zdrojov informácií o marketingu plánuje Vaša firma využívať v najbližších 12 mesiacoch?



**JÚLIUS FILO**  
Go4insight

## Ako marketéri v SME firmách využívajú AI na získavanie informácií?

Keď túto štúdiu expertne podporíme dátami z iného prieskumu Go4insight (z októbra 2023) zaoberajúceho sa používaním AI marketérmi, tak vidíme, že marketéri využívajú AI až 5x častejšie ako celková populácia. Získavanie informácií a faktov je tretí najčastejší spôsob používania AI marketérmi. Čo je zaujímavé, práve marketéri z menších spoločností sú viac otvorení experimentovať s technologickými novinkami. V rastúcich SME firmách teda môžeme očakávať aj nadpriemerné používanie AI na získavanie informácií.

## Čo hovoria samotní marketéri k zdrojom svojho know-how vrátane AI?

### ALENA BERÁKOVÁ

Spanner SK

**priemerný rast za 3 roky: 34,5 %**

Konferencie a eventy sú skvelé akcie, na ktorých priamo s ostatnými marketérmi konzultujeme, čo nám funguje priamo z praxe a vlastných skúseností. Za zaujímavými podujatiami a workshopmi z oblasti marketingu zavítam aj prostredníctvom siete LinkedIn.

### DOMINIKA ZAUJECOVÁ

H&T company

**priemerný rast za 3 roky: 54,8 %**

Pre nás sú hodnotné profily, ktoré sa venujú tematike, s ktorou pracujeme. Najviac inšpirácie určite nachádzame na Instagrame a TikToku. Taktiež konzultácie a rady od externej marketingovej agentúry sú pre nás inšpiratívnym zdrojom.

### ĽUBOMÍRA MARDIAKOVÁ

Across Private Investments

**priemerný rast za 3 roky: 47,9 %**

Za mňa najhodnotnejší zdroj inšpirácie v oblasti marketingu vždy nájdem na odborných podujatiach, kde lídri z odvetvi zdieľajú svoje prípadové štúdiá a poznatky z „vlastnej kuchyne“. Veľa sa však dozviem aj z príspevkov na LinkedIne či pri brainstormingoch – s agentúrami aj interne.

### MONIKA HRNČÁROVÁ

Finstat

**priemerný rast za 3 roky: 32,7 %**

AI nástroje využívam ako pomocníka pri profesionálnom vzdelávaní, keď potrebujem prekonať prekážku alebo neviem, ako postupovať ďalej. A taktiež pri tvorbe podkladov pre zákazníkov, čo mi umožňuje vylepšiť ich obsah a zároveň sa naučiť, na čo by som mala dbať v budúcnosti.

### ZUZANA KADECKÁ

Panaxeo

**priemerný rast za 3 roky: 159,8 %**

Najviac čerpáme z case studies a zo štúdií. Napríklad IPA alebo LinkedIn B2B Institute zverejňujú dobre spracované insighty a prehľady podložené dátami, za ktoré sa oplatí zaplatiť. Vďaka tomu máme prehľad o globálnych overených „best practices“.

### TOMÁŠ SOKOL

Flexity

**priemerný rast za 3 roky: 63,9 %**

V praxi čerpáme veľa z odborných newsletterov. Za obrovský zdroj edukácie považujeme podcasty a, samozrejme, AI. My od začiatku využívame ChatGPT, ktorý sme aj zaviedli do firmy pre všetkých. Každý má prístup a robíme si k tomu občas aj školenia.

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

**Nestihli ste všetky diely seriálu? Nevadí. Tie najdôležitejšie zistenia nájdete tu:**



štúdiá

**Všetko čo vieme o marketingu rastúcich 'SME' firiem**

nonoyes Go4insight STRATÉGIE

Máte rozpočty veľkých firiem?

**NO.**

Máte jasnú predstavu ako rásť?

**NO.**

Chcete sa posunúť ďalej a pomôcť s marketingom?

**yes**

nonoyes.sk



**nonoyes®**

MARKETING  
STUDIO