

2010. február 15.



Miklovicz Norbert
kkv marketing szakértő

KKV MARKETING FELMÉRÉS 2009 IV.

avagy mit mond 1 300 cégvezető* a marketingjéről

„Kis- és középvállalkozási marketing felmérésünk 2009 elején indult útjára; cé-
lom az volt velem, hogy felmérjük a hazai kis- és középvállalkozások marketing
helyzetét és tevékenységét, szakmai felkészültségét. A 2009. I. negyedéves adat-
gyűjtés után, 2009 év végén is felmérést végeztünk és így az I. és IV. negyedéves
eredményekből alakult ki a végső statisztika.

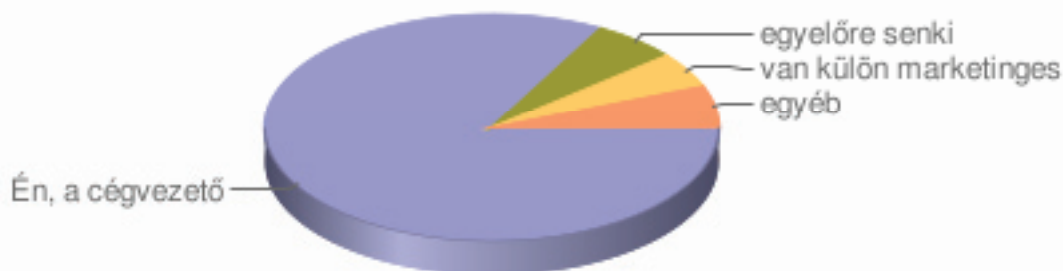
Az eredmény természetesen **nem reprezentatív** Magyarországra nézve, de az
1 300 kkv vezetőjének (*bt-k és kft-k cégvezetői, egyéni vállalkozók) véleménye
azért kétségtelenül hasznos és értékes minden olyan szakember számára, akit
érdekel a piac alakulása, összetétele és szerkezete.”

1. Ki foglalkozik az Ön vállalkozásában a marketinggel?

Tapasztalatunk: A cégvezetők továbbra is azt hiszik, hogy nekik kell a marketingte-
vékenységet elvégezniük. Zárójelben a 2009. I. negyedévi adat.

	2009. IV	2009. I.
én, a cégvezető	83%	77%
egyelőre senki	6%	
van külön marketinges	5%	6%
egyéb	4%	
külső, tanácsadó cég	1%	3%
külső, reklámügynökség	1%	1%

Ki foglalkozik az Ön vállalkozásában a marketinggel?



2010. február 15.

“Megállapítható, hogy a cégvezetők 2009 I. és IV. negyedéve között nem hogy kiszervezték volna feladatkörükből a marketinget, hanem még jobban magukhoz kötötték. A külső tanácsadó cégek alkalmazása csökkent, ami pedig a pénzügyi válságnak köszönhető.”

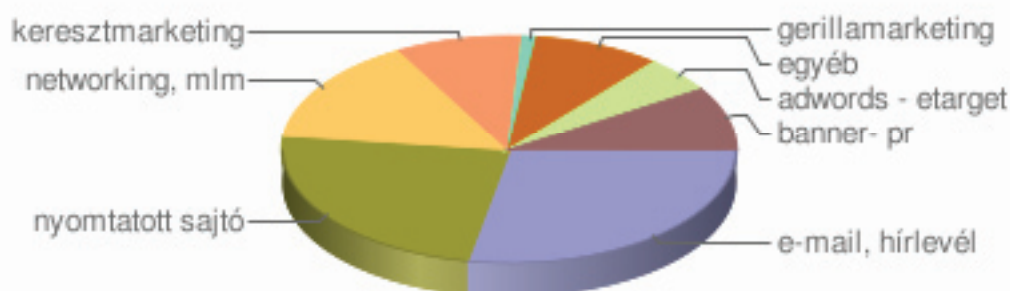
2. Melyik marketingeszközt használta legtöbbször 2009-ben?

Tapasztalatunk: A kis- és középvállalkozások többsége még mindig az e-mail marketingben bíz.

2009. I. negyedévében azt kérdeztük, hogy melyiket tervezi használni. Több választ is elfogadtunk, ezért nem 100% a szumma.

	2009. IV	2009. I
e-mail, hírlevél	28%	80%
fizetett hirdetések nyomtatott sajtóban	24%	
networking, mlm	15%	
fizetett hirdetés (banner, PR cikk)	9%	
keresztmarketing, affiliate	9%	49%
egyéb	7%	
adwords / etarget	5%	
fizetett hirdetések (tv, rádió)	2%	
gerillamarketing	1%	24%

Melyik marketingeszközt használta legtöbbször 2009-ben?



“Az mindenképp beigazolódott, hogy a válaszadók terveiket követve az e-mailen keresztül bonyolított marketinget használták legtöbbször, viszont mind a keresztmarketing, mind pedig a gerillamarketing kampányok aránya jóval alulmaradt a tervezettől.”

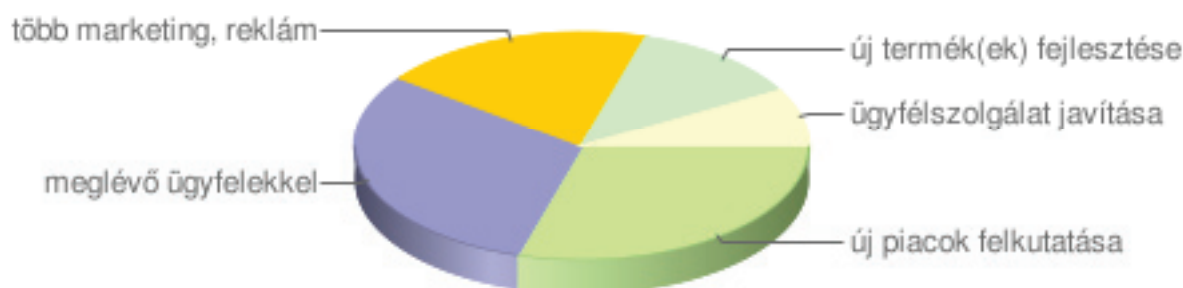
3. Mi jellemezte 2009-ben az Ön (cégének) marketingstratégiáját?

Tapasztalatunk: A marketing stratégiában általában nem tévednek a cégek, sokat foglalkoznak az ügyfelekkel és az új piacok felkutatásával. Sajnos, ez oda vezet, hogy nem marad idő és erőforrás az új termék fejlesztésére és a folyamatok optimalizálására.

2009. I. negyedévében azt kérdeztük, hogy mi fogja jellemezni. Több választ is elfogadtunk, ezért nem 100% a szumma.

	2009. IV.	2009. I.
meglévő ügyfeleimmel foglalkozom többet	30%	53%
új piacok felkutatása	29%	68%
több marketing, több reklám	19%	
új termék(ek) fejlesztése	12%	33%
ügyfélszolgálat, folyamataim javítása	8%	34%
egyéb	2%	

Mi jellemezte 2009-ben az Ön (cégének) marketingstratégiáját?



“Érdekes megfigyelni, hogy az év elején a cégek terve az volt, hogy új terméket fejlesszenek és javítják a belső folyamataikat. Ezzel szemben továbbra is csak a meglévő termékeikre toboroztak új ügyfeleket és új (rés)piacokat próbáltak nyitni.”

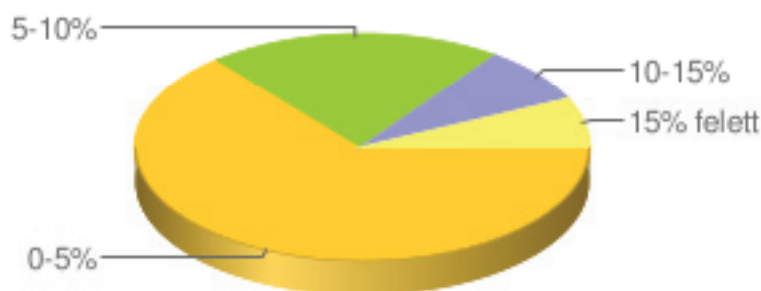
4. Bevétele hány százalékát költötte marketingre 2009-ben?

Tapasztalatunk: A kis- és középvállalkozások még mindig a marketingen spórolnak!

2009. I. negyedében azt kérdeztük, hogy mi fogja jellemezni. Több választ is elfogadtunk, ezért nem 100% a szumma.

	2009 IV.	2009 I.
0-5%	64%	54%
5-10%	21%	29%
10-15%	8%	9%
15% felett	7%	8%

A bevétele hány százalékát költi marketingre 2009-ben?



“Egy marketinges mindig szívfájdalommal nézi az ilyen statisztikákat. A kezdetek kezdete óta a szakemberek azt mondják, hogy a “marketing nem költség, hanem befektetés”. Mégis az első adandó alkalommal a cégvezetők elkezdenek kevesebbet költeni reklámra. A statisztikából is jól látszik, hogy szinte csak azon tábora növekedett, akik a bevételük legfeljebb 5%-át költik marketing tevékenységre.”

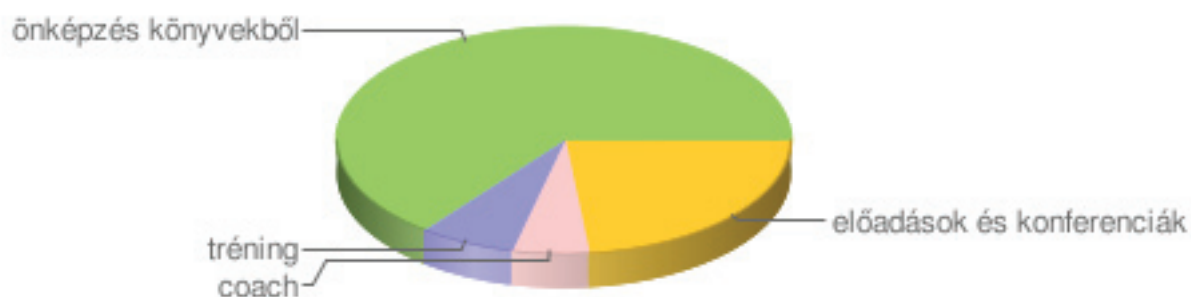
5. Honnan szerzi be Ön (vagy cégük) a marketingtudást?

Tapasztalatunk: Egyre nagyobb teret kapnak a könyvek, de még mindig alternatíva egy - egy marketing guru / szakértő eladásával megtartott konferencia és a szeminárium

2009. I. negyedében több választ is elfogadtunk, ezért nem 100% a szumma.

	2009- IV.	2009. I.
önképzés könyvekből	47%	66%
hazai guruk anyagaiból	17%	68%
személyes előadások, konferenciák	17%	45%
egyéb	10%	10%
tréning	5%	24%
személyes coach	4%	13%

Honnan szerezte be elsődlegesen a marketingtudását 2009-ben?



“Mint látható, egyre nagyobb teret kapnak a könyvek, sokan bíznak az írott és lektorált tudásforrásban. A konferenciák utolérték a hazai online marketing guruk anyagait (hírlevél, infotermék), viszont - talán a válság hatására is - visszaesés mutatkozik a tréning és személyes coaching keresletében.

A magyar online marketing nagy változáson megy keresztül.”

Marketing konferencia ajánló:



<http://www.marketingextra.hu>

6. Hogy értékelné a 2009-es évi marketing tevékenységüket?

Tapasztalatunk: A hazai kkv-k úgy gondolják, hogy viszonylag helyesen költötték el a marketingre szánt pénzüket és jól sikerült a 2009-es évük ebből szempontból.

nagyon rosszul	18%
közepes	68%
szerintem sikeres lett	14%

Hogy értékeli a 2009-es marketingtevékenységét?



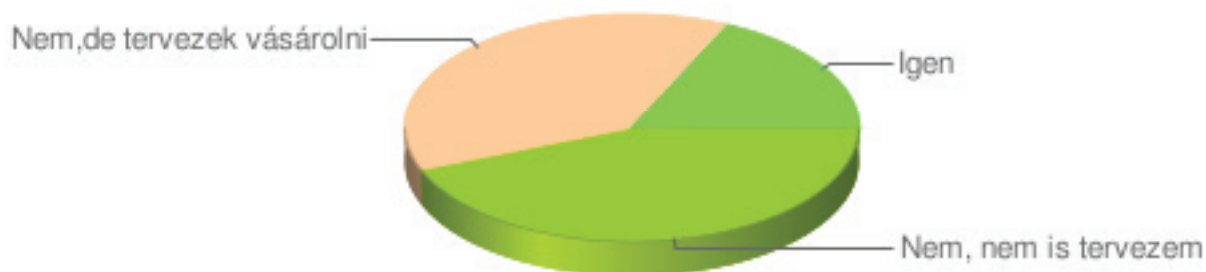
“Nyilvánvaló, hogy egy egész éves marketingtevékenység sikerességét megítélni nagyon nehéz. Főleg akkor, ha attól kérdezzük, akinek a pénze és energiája, ötletei benne vannak. Én személy szerint úgy gondolom, hogy van hova fejlődni mindenkinek és elsősorban megjelenésben kell felvenni egyfajta profizmust. Sok cég van, aki nagyon jól teljesít, makulátlan szakmailag, de ezt az arculata vagy honlapja nem tükrözi.”

7. Használ hírlevélküldő szoftvert e-mail marketing tevékenységhez?

Tapasztalatunk: A megkérdezett vállalkozások igen kis rétege használ hírlevélküldő szoftvert.

Nem, nem is tervezem	44%
Nem, de tervezek vásárolni	38%
Igen	18%

Használ hírlevélküldő szoftvert e-mail marketing tevékenységhez?

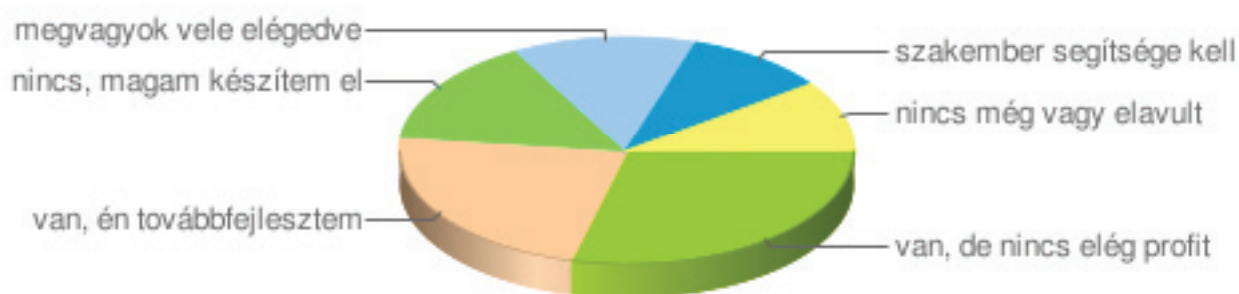


8. Mit gondol saját honlapjáról?

Tapasztalatom: A cégek direkt vagy indirekt módon, de profitot várnak a céges honlapjuktól. Ennek ellenére még mindig nem a megfelelő eredményekkel büszkélkedhetnek.

van, de nem hoz elég profitot	29%
van, saját magam fogom továbbfejleszteni	23%
nincs még, magam fogom elkészíteni	15%
megvagyok vele elégedve	13%
van, de szeretném szakember segítségét kérni	10%
nincs még vagy elavult	10%

Mit gondol Ön a saját weboldaláról?



Kommentelné a felmérést? Jöjjön a blogra!

<http://www.internetvallalkozas.com/blog>