

**HRVATSKA
GOSPODARSKA
KOMORA**

Trendovi u korištenju usluga medijskih i marketinških agencija među članicama HGK

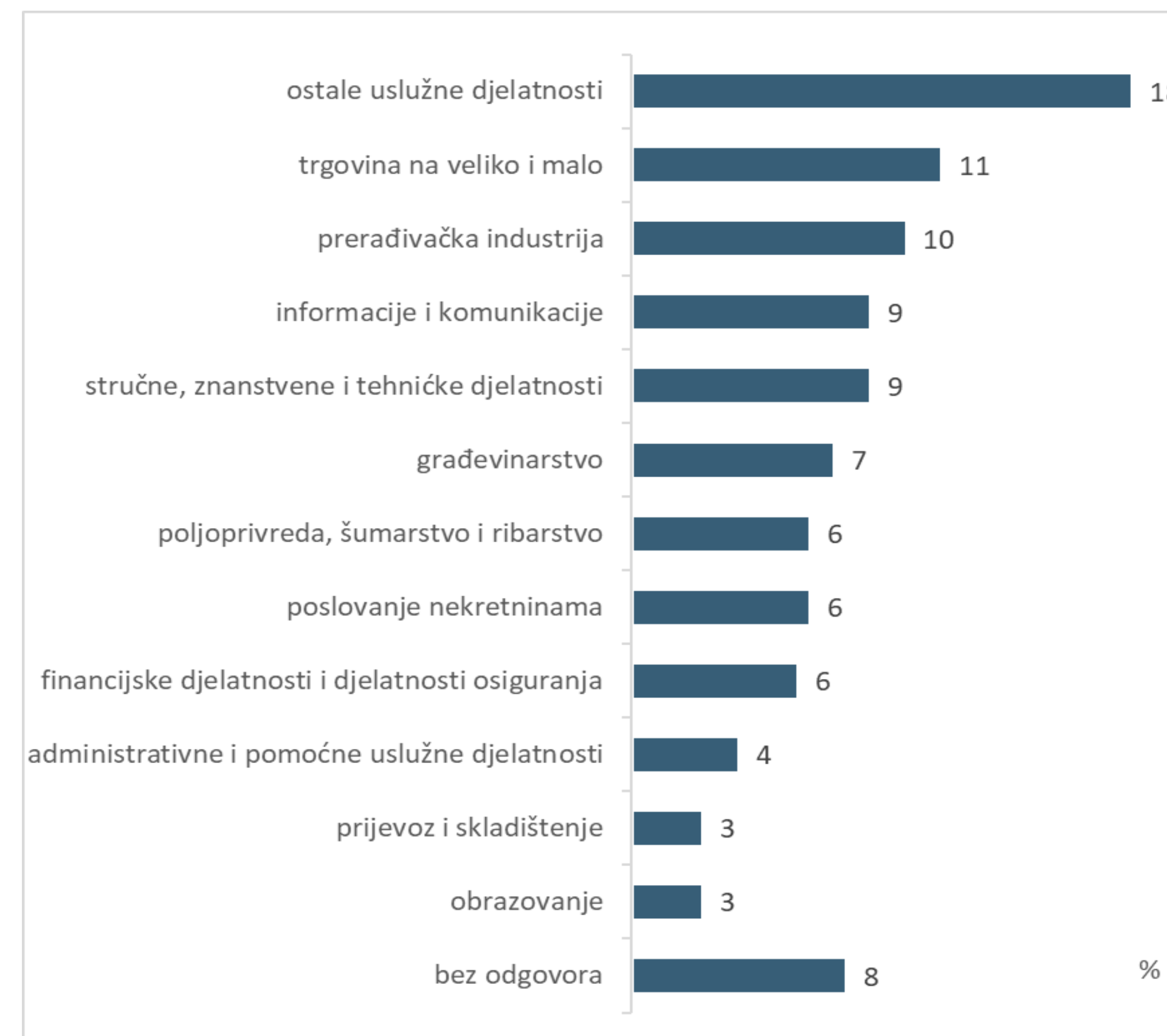
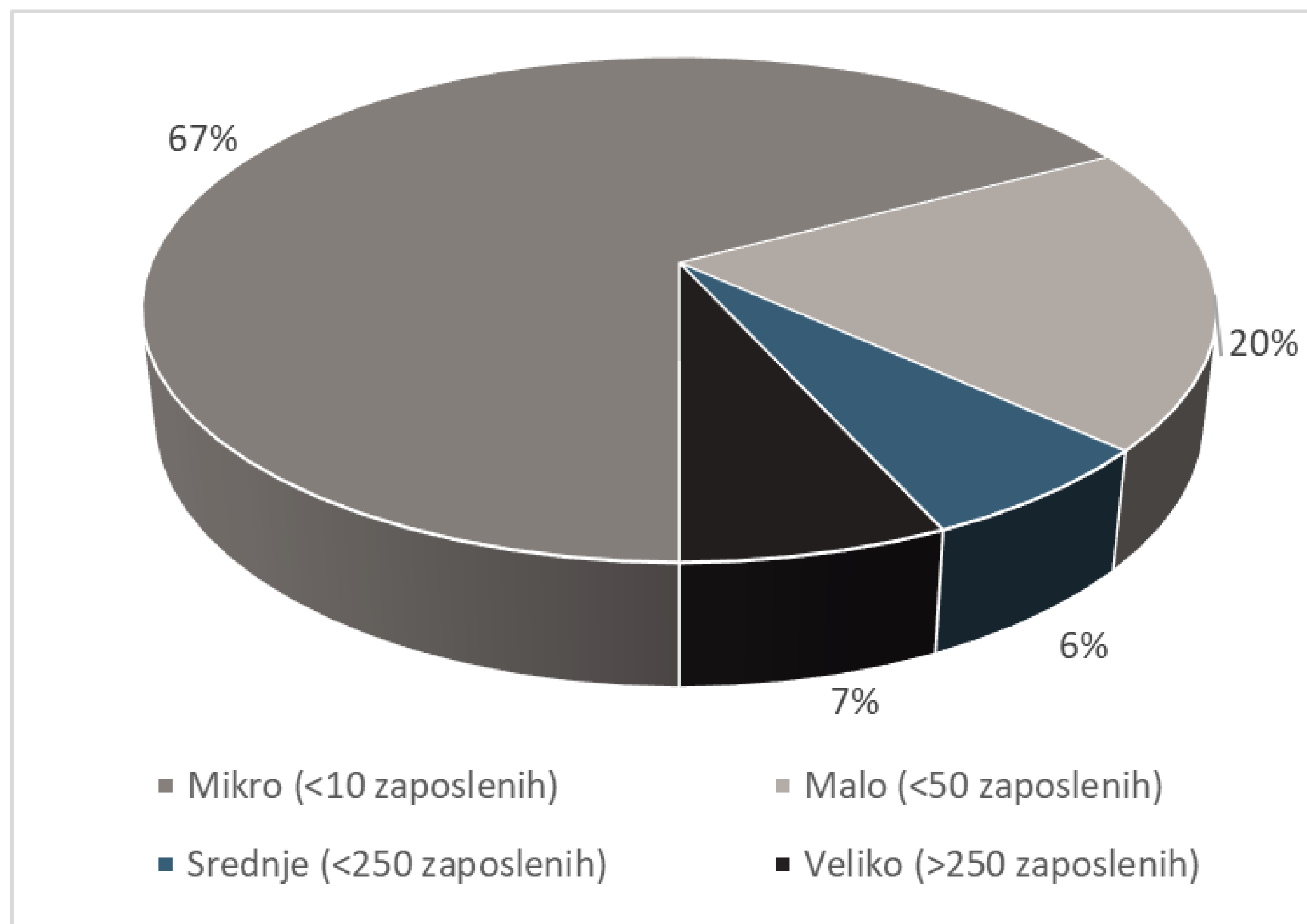
Zagreb, 30. siječnja 2019.

Uvod

Provedena je **online anketa** na tvrtkama članicama HGK. Link na pristup anketi poslan je mass mailing sustavom.

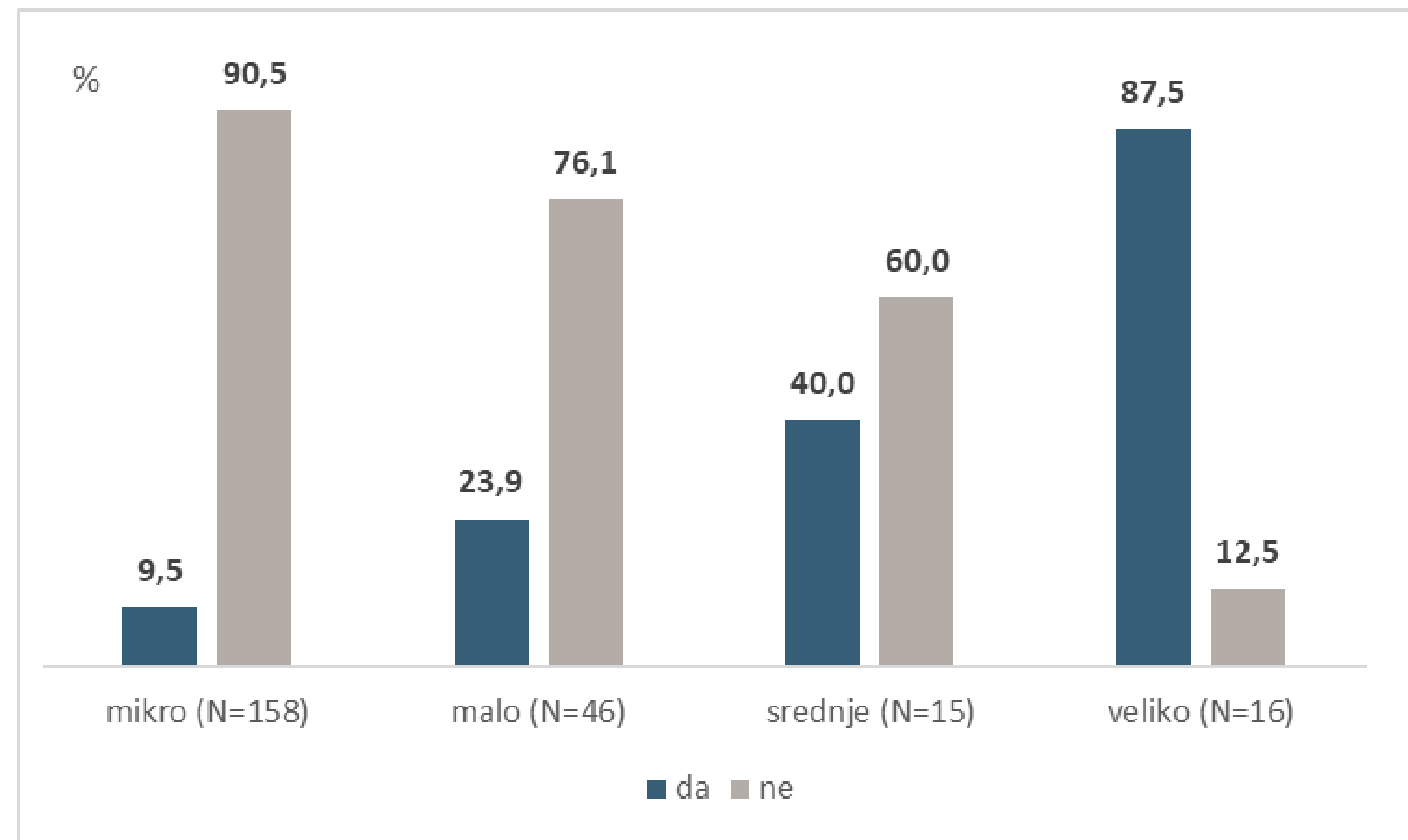
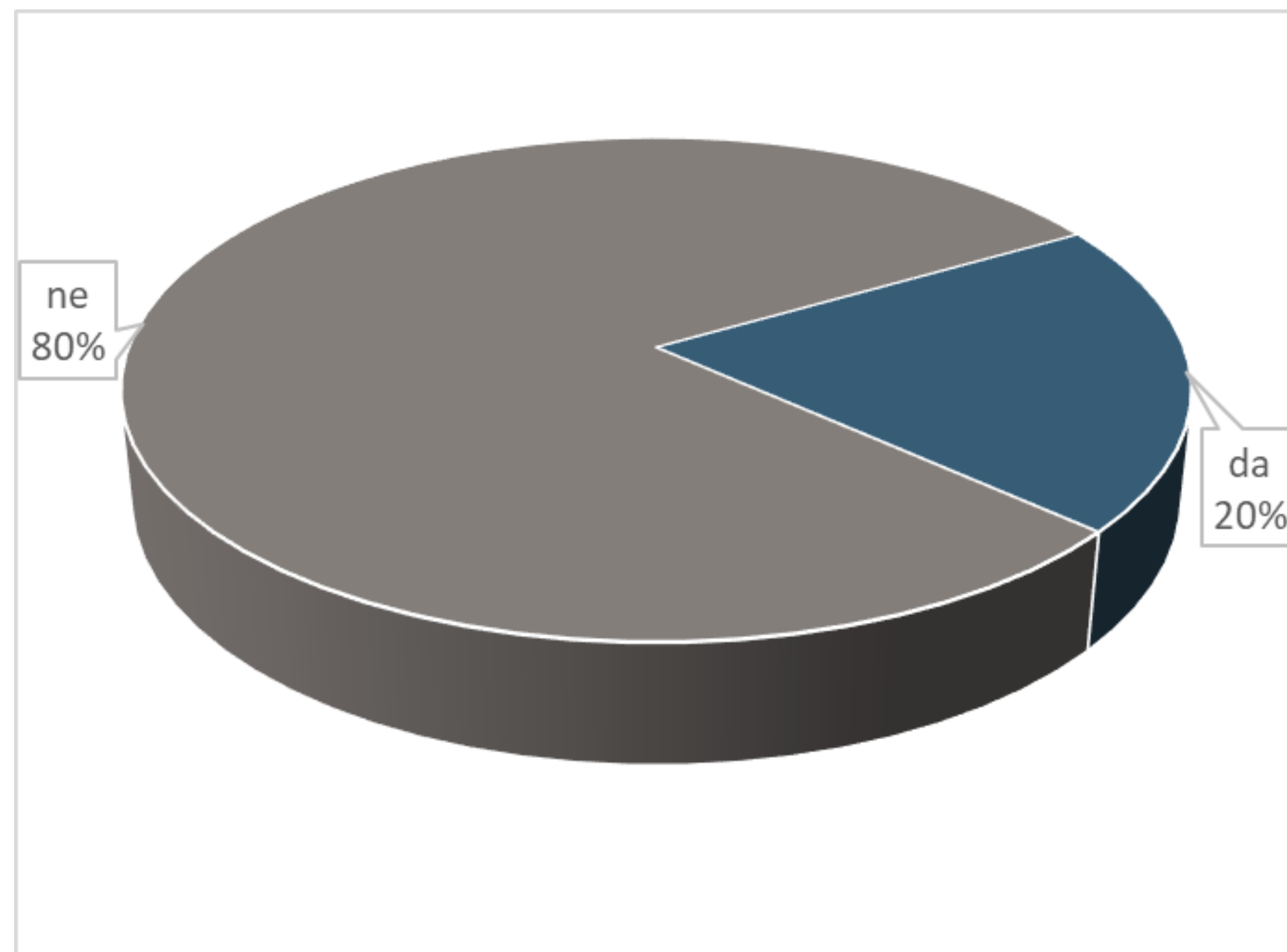
Na anketu se odazvalo ukupno **235 tvrtki članica** čiji su odgovori analizirani u totalu te prema veličini tvrtke.

➤ **87% mikro i malih tvrtki**
širok raspon djelatnosti



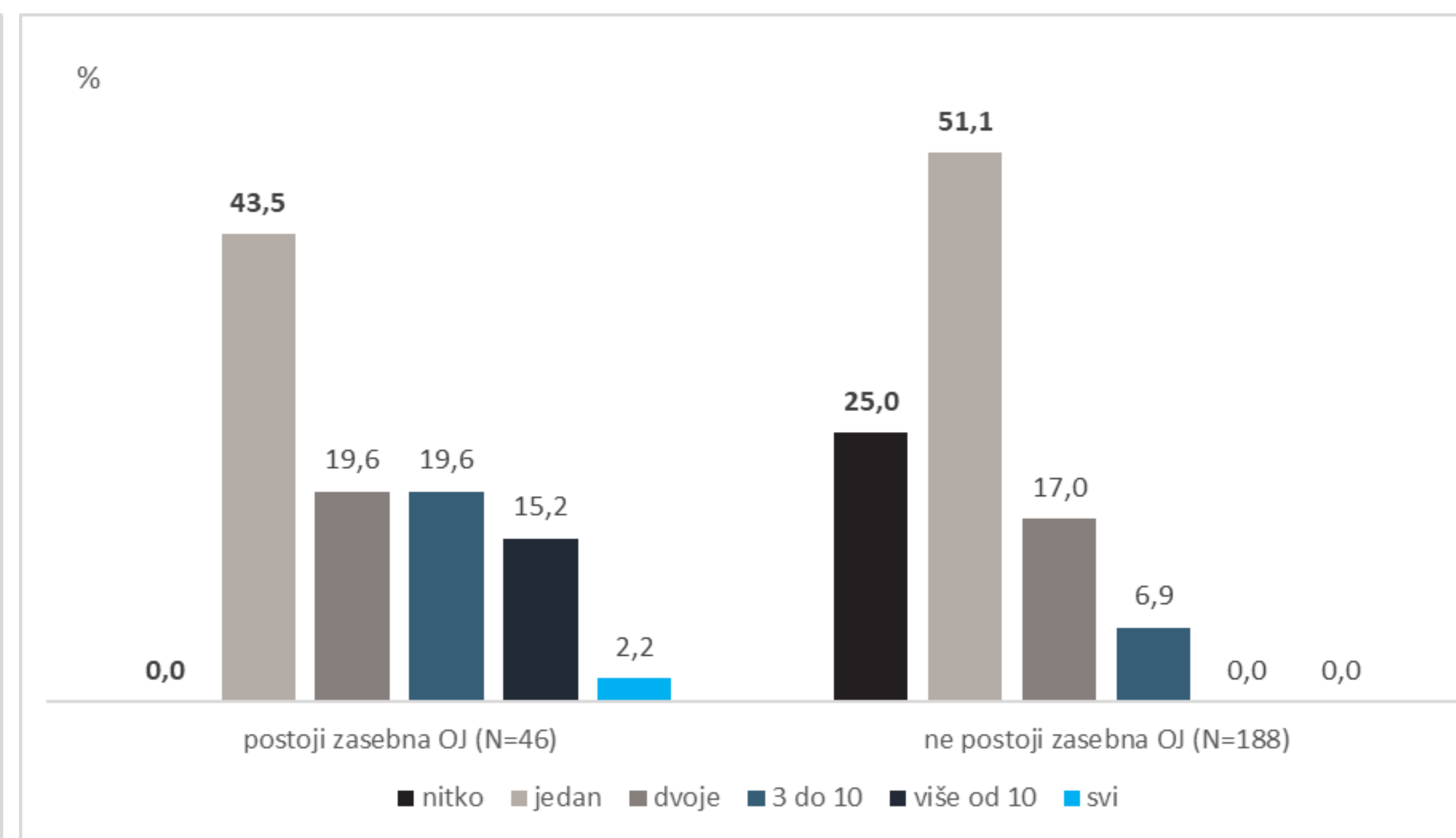
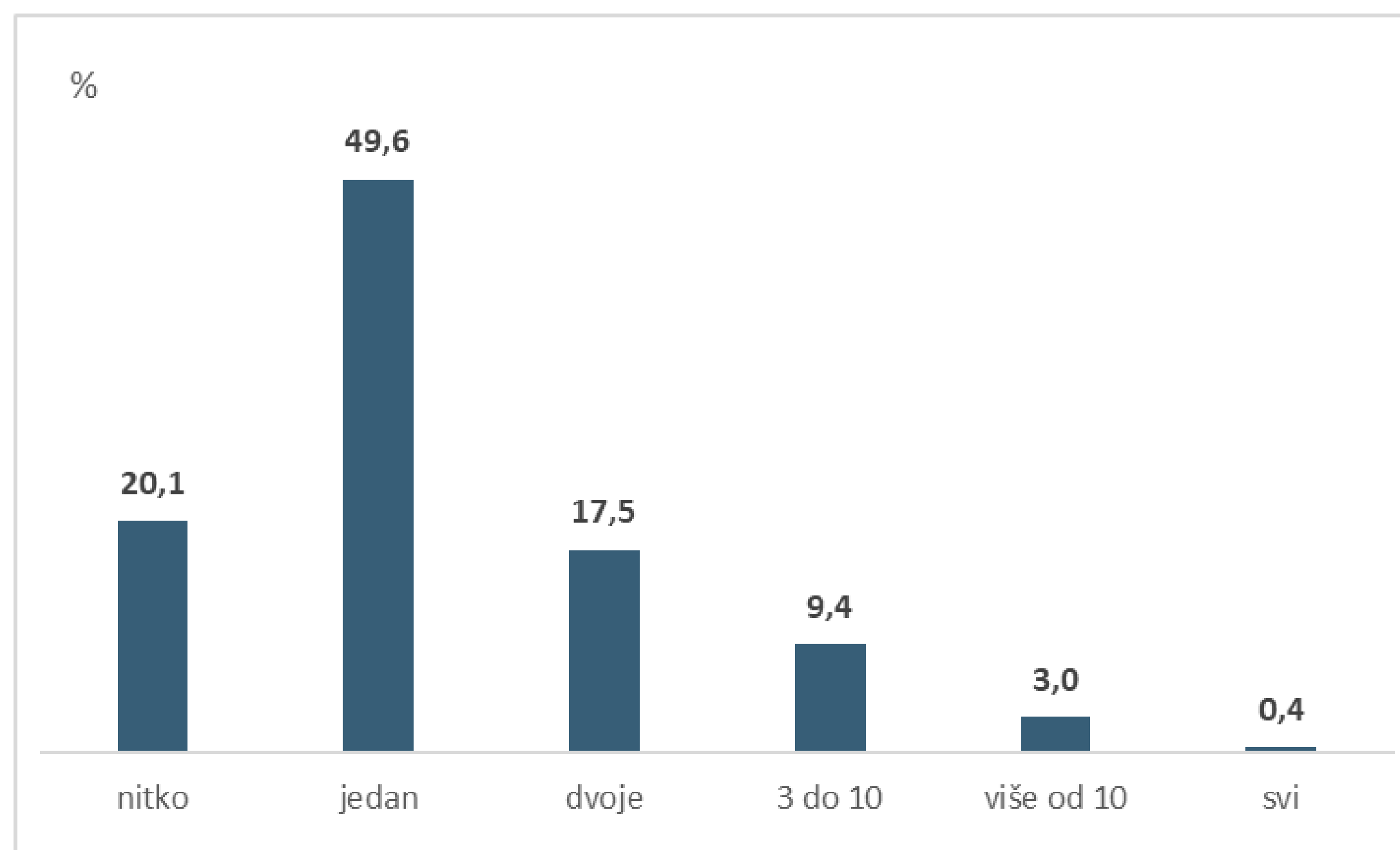
Struktura ostvarenog uzorka prema veličini i djelatnosti

- **20% ih ima zasebnu organizacijsku jedinicu koja se bavi marketingom**
10% među mikro poduzećima



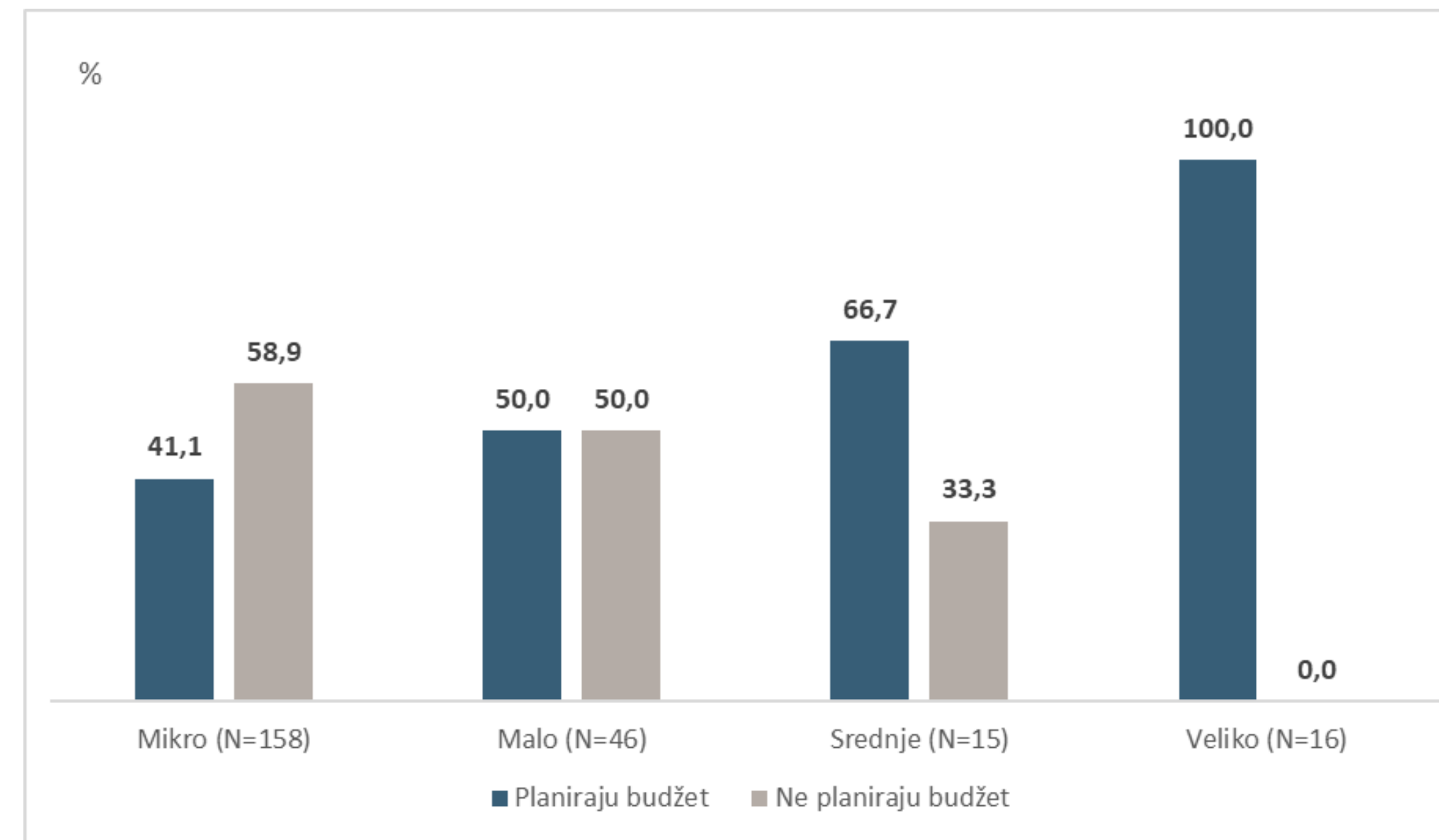
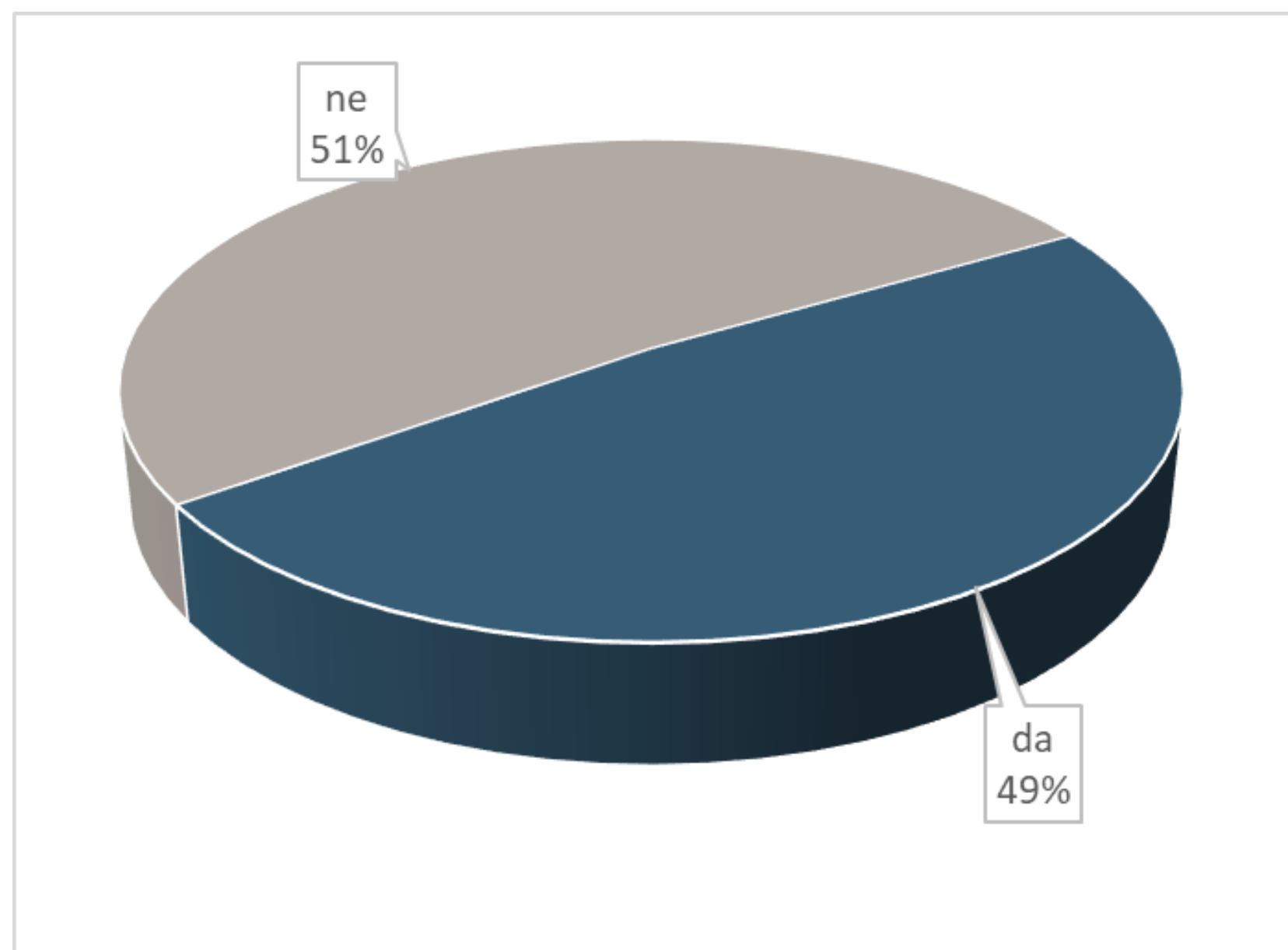
Q: Postoji li zasebna organizacijska jedinica u kompaniji koja se bavi marketinškim poslovima?

➤ „jedan zaposleni kad stigne”



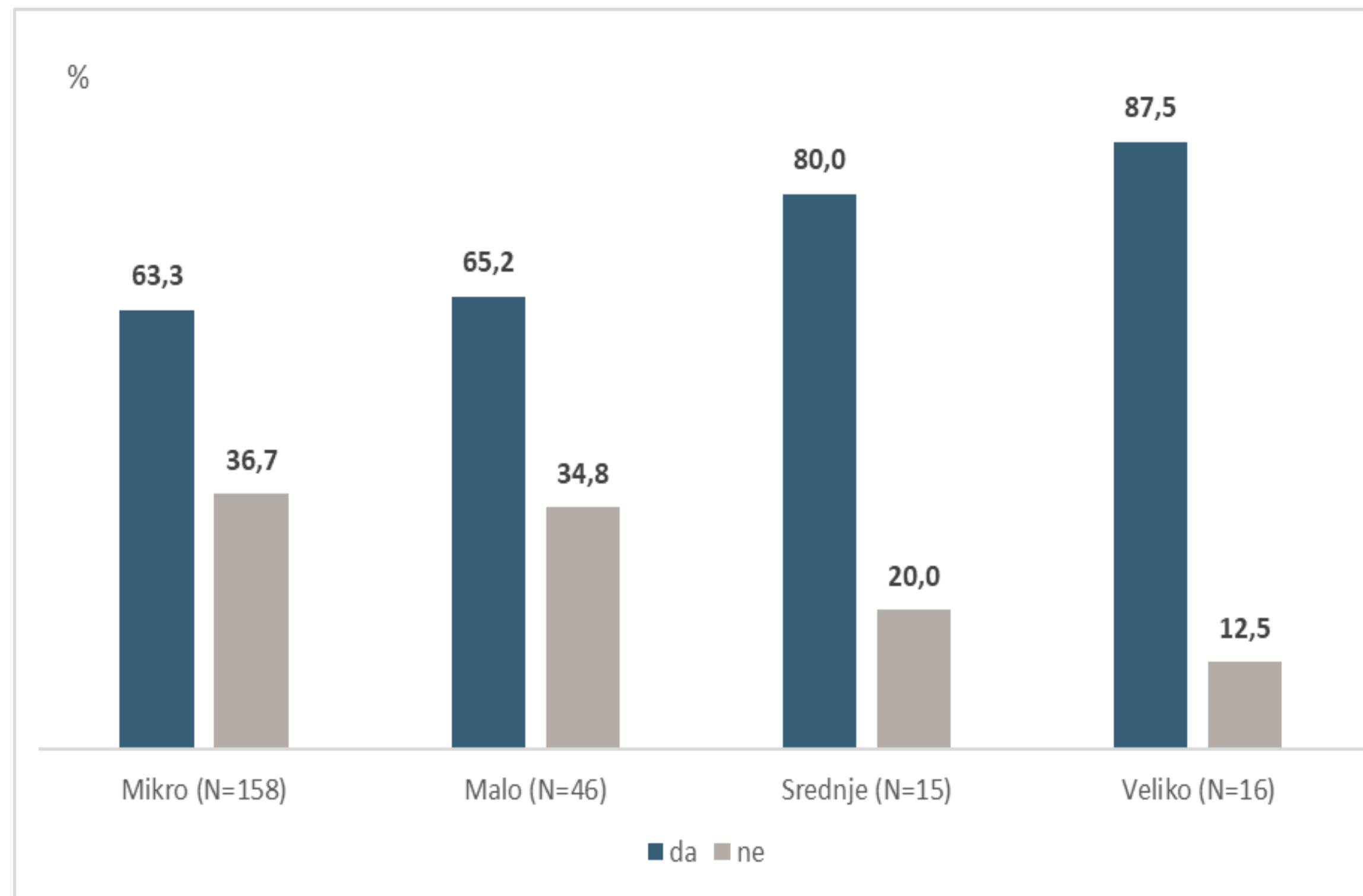
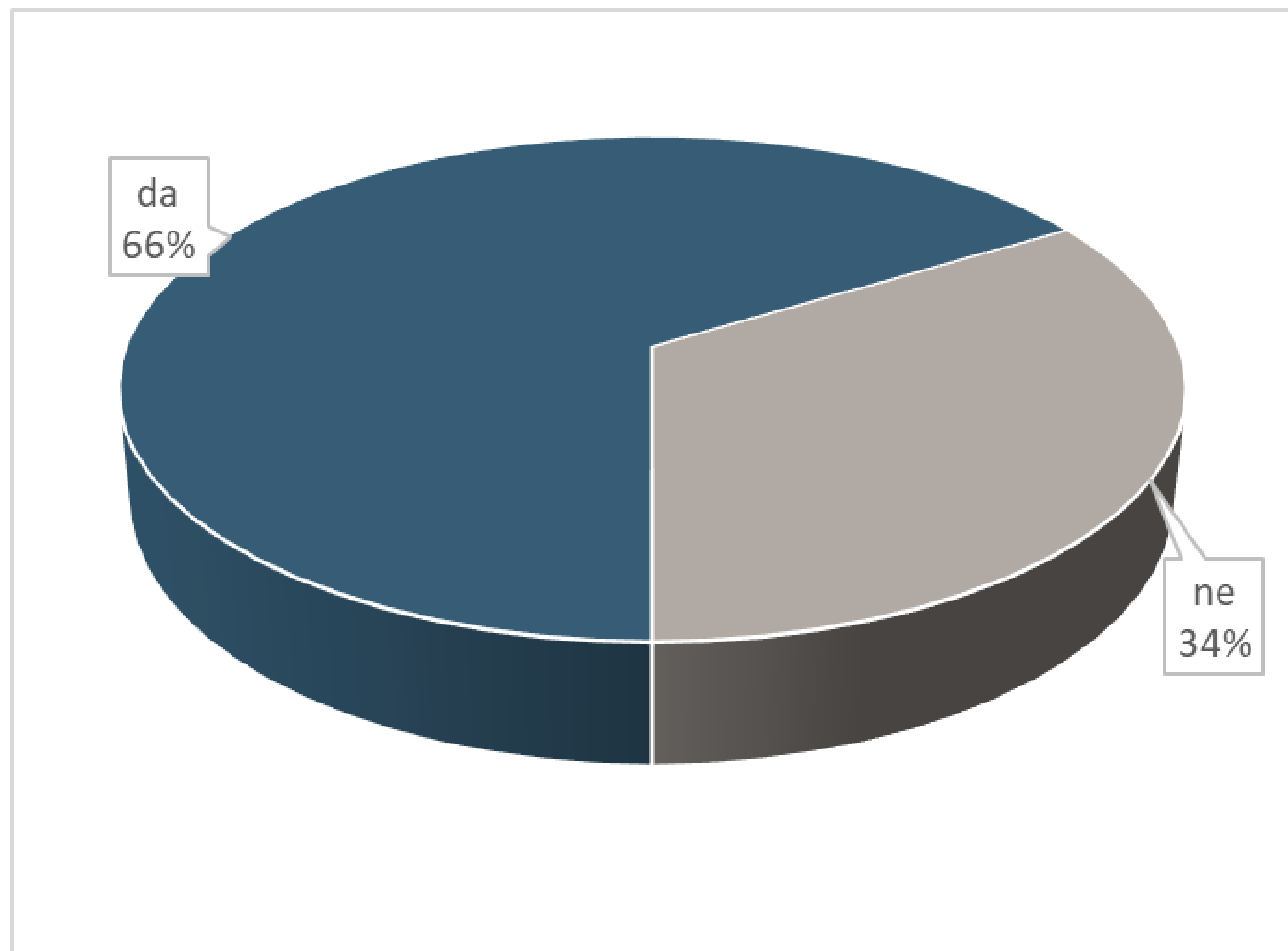
Q: Koliko zaposlenih u kompaniji radi na marketinškim poslovima?

➤ Tek svaka druga anketirana tvrtka planira marketinški budžet



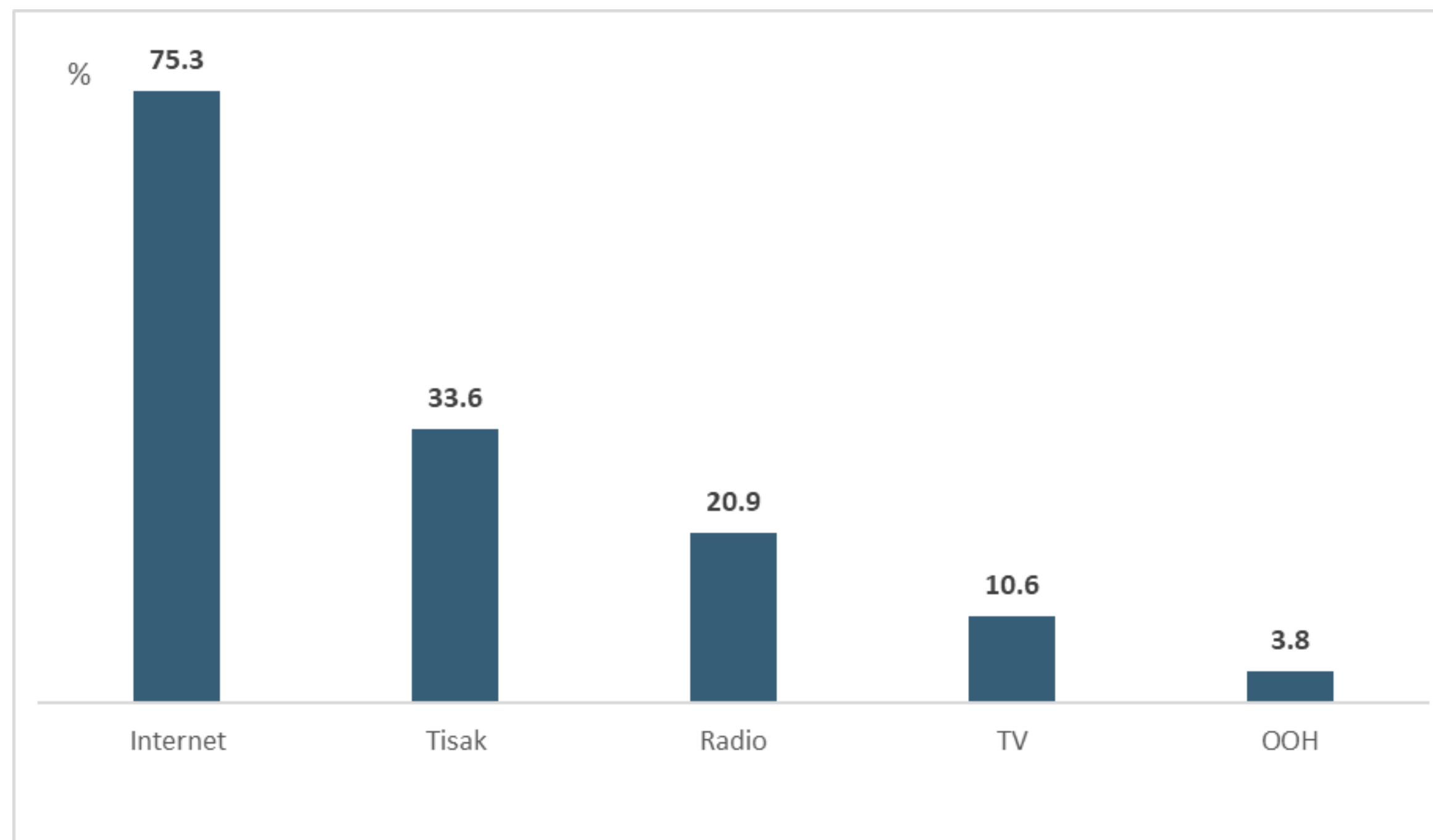
Q: Izdvaja (planira) li se godišnji marketinški budžet?

➤ **Dvije trećine anketiranih tvrtki oglašava se u medijima**



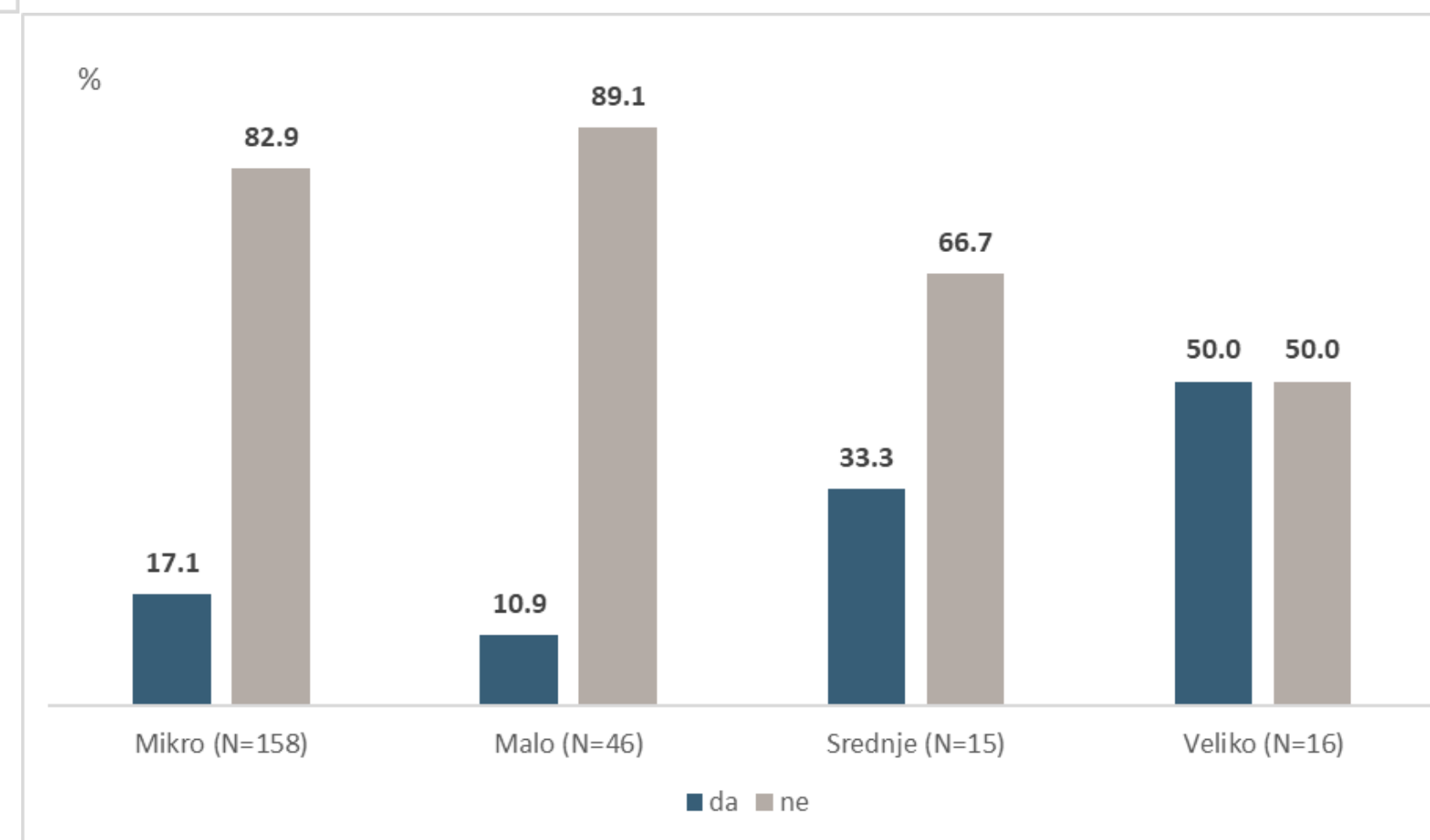
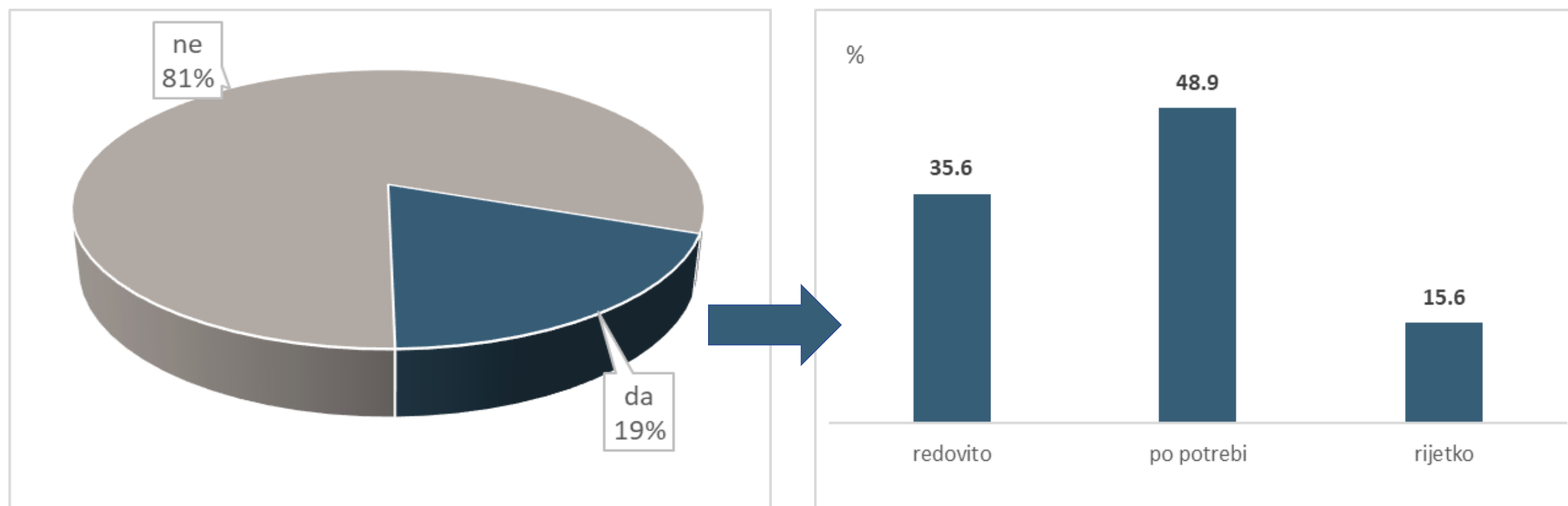
Q: Oglašavate li se u medijima?

➤ Internet je vodeći medij



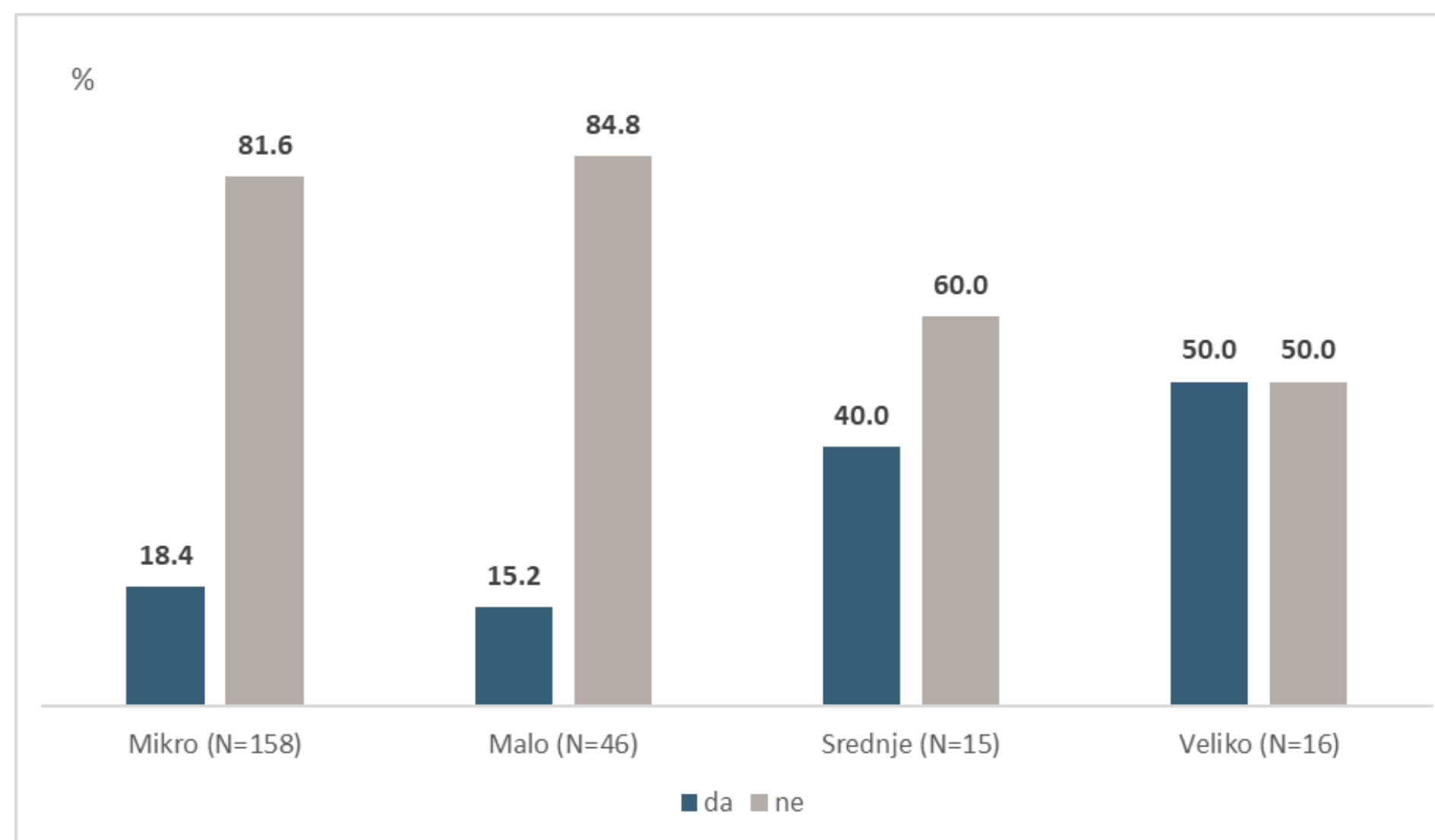
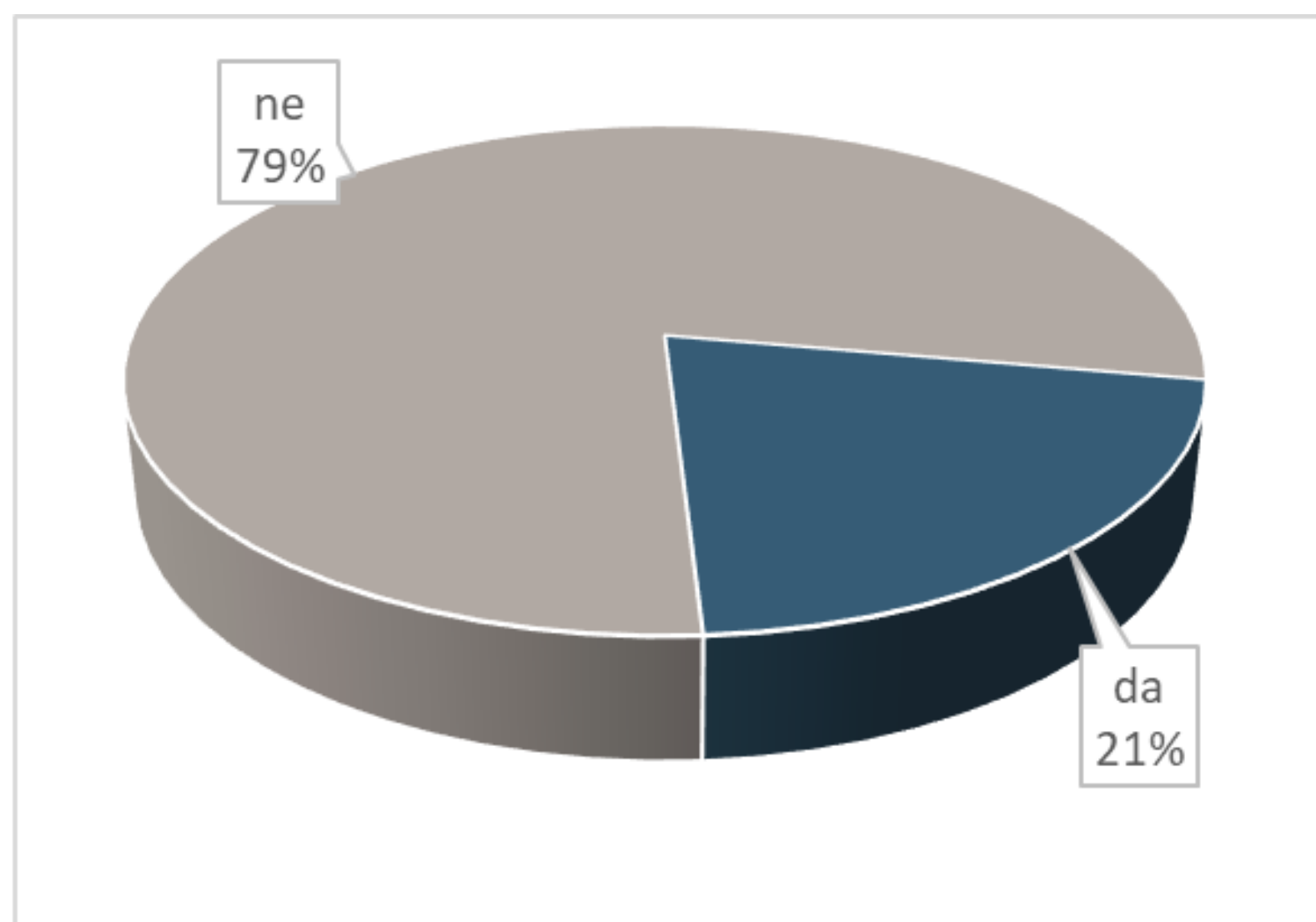
Q: U kojim vrstama medija se najčešće oglašavate?

➤ **20% ih koristi usluge medijskih agencija;
među njima samo trećina redovito**



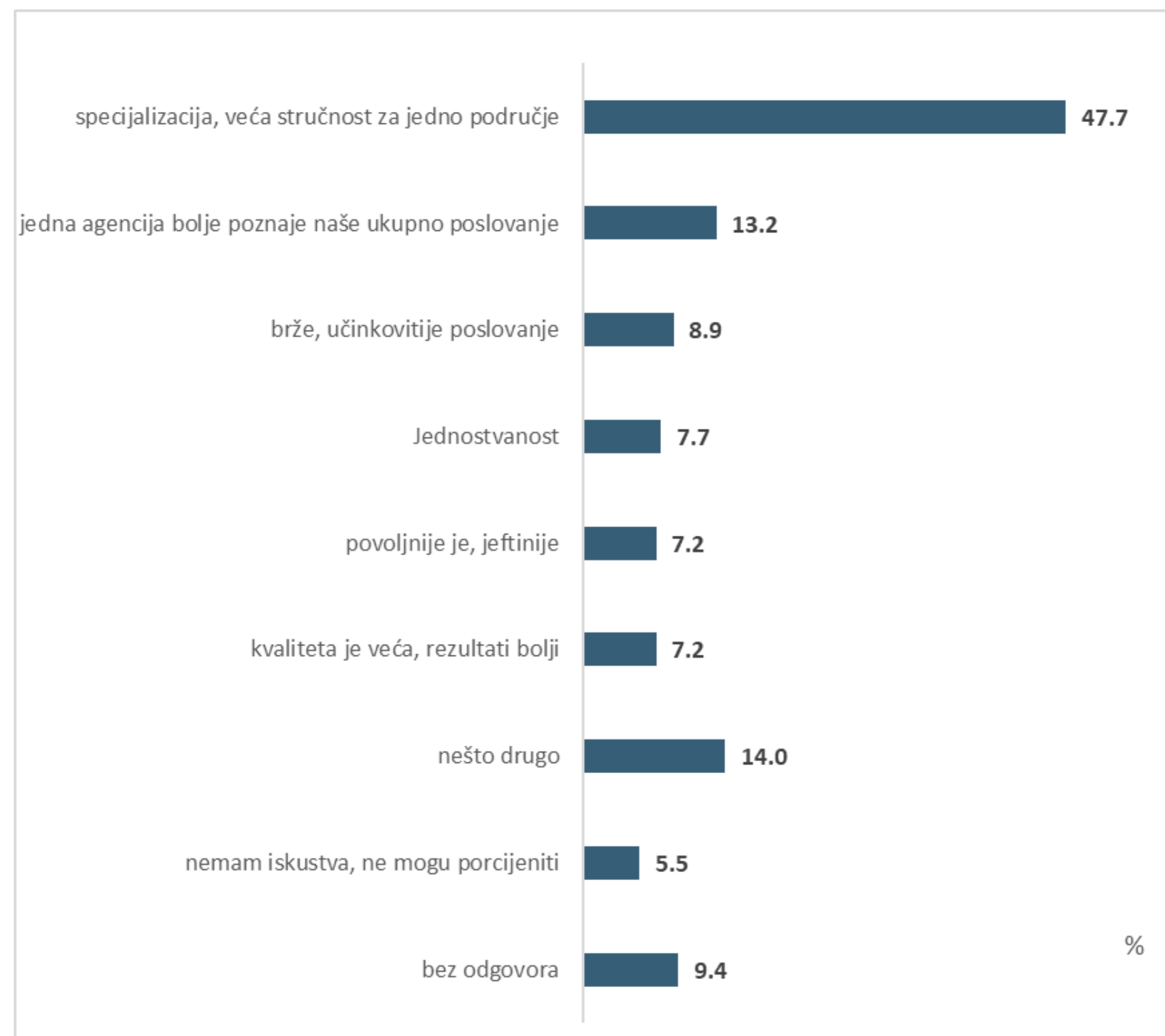
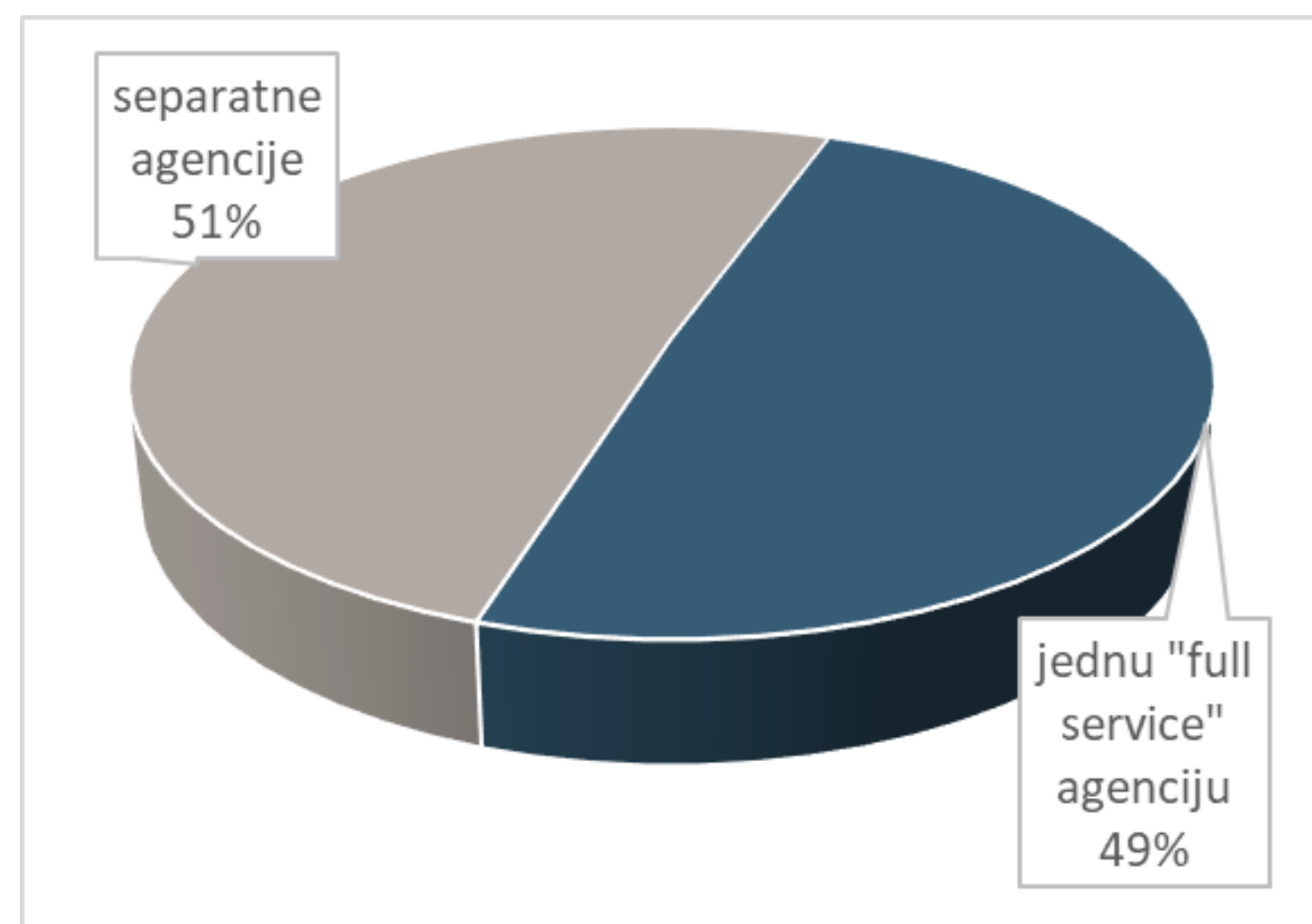
Q: Koristite li usluge medijskih agencija za zakup medijskog prostora? Koliko često koristite usluge za zakup medijskog prostora?

➤ Usluge marketinških agencija 21%



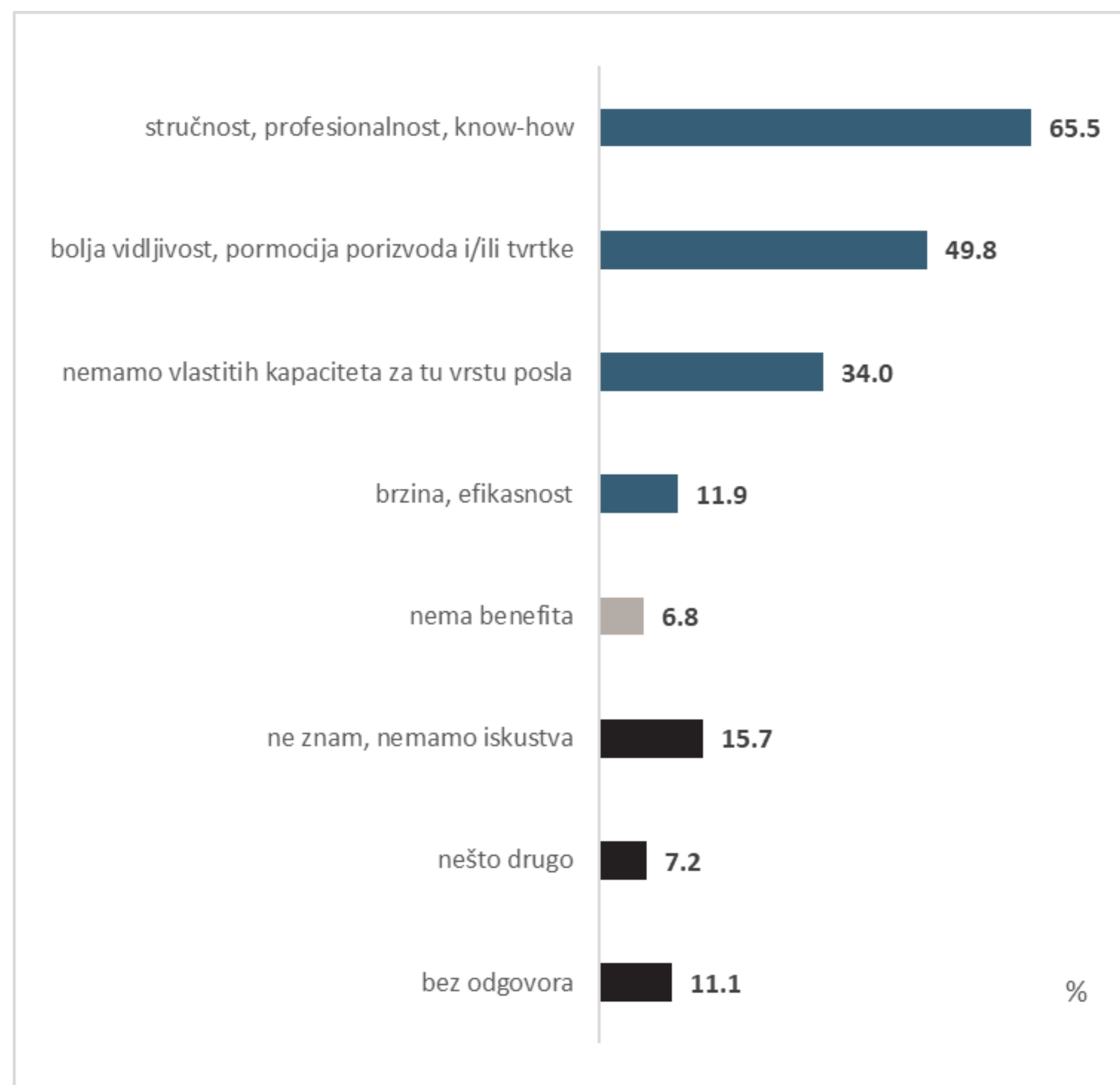
Q: Koristite li usluge marketinških agencija?

➤ Mišljenja o tipu agencije su polarizirana



Q: Prema vašem iskustvu, je li bolje angažirati Jednu agenciju za sve vrste usluga („full service“ agenciju) ili Separatne, specijalizirane agencije za svaku vrstu usluge (kreativna rješenja, digitalni marketing, zakup medija, društvene mreže...)? Zašto?

➤ stručnost i profesionalnost, promocija, outsourcing



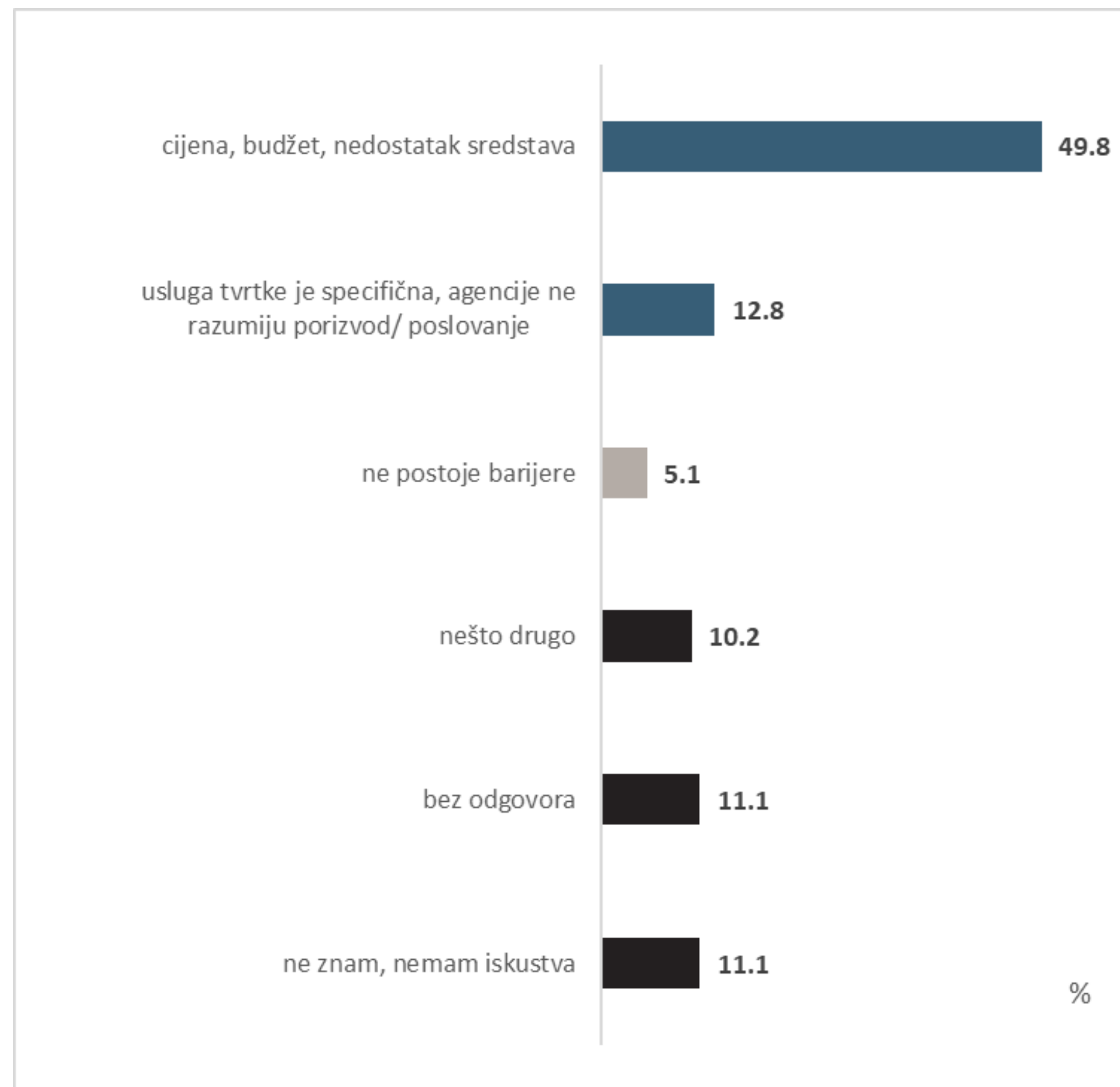
Q: Koji su, iz vaše perspektive, glavni benefiti suradnje s marketinškim agencijama?

Marketinške agencije, ukoliko pravilno odabrane, su izvrsni partner, jer su na izvoru informacija. Spoj kompanijskih potreba i vlastitog know-howa sa trendovima u oglašavačkoj industriji je dobitna kombinacija.

Outsourcing uvijek olakšava posao. Naravno, ako je agencija stručna i cjenovno povoljna.

Stručnost, savjetovanje, brzina/ažurnost, bolja efikasnost ciljanih kampanja, prate sve aktualnosti i novine u marketingu, profesionalnost medijskih kampanja - bolja kvaliteta reklama, bolja vidljivost i jačanje brenda

➤ Nedostatak budžeta i cijene usluga agencija; nepoznavanje industrije/ poslovanja/ tvrtke



Q: A koje su prepreke za uspješnu ili bolju suradnju s agencijama?

Dojam da su agencije rezervirane samo za velike tvrtke, da su skupe i, u našem slučaju, da nedovoljno poznaju naš segment

Ima premalo kvalitetnih i stručnih ljudi u Hrvatskoj koji dobro poznaju materiju, a kada i postoje basnoslovno su skupi za male poduzetnike.

Agencije nemaju ni sluha, a ni volje raditi sa malim tvrtkama..jer najlakše im je plasirati projekat u velike medijske kuće. To je dugogodišnji problem

Zaključno:

- Udio tvrtki sa zasebnom organizacijskom jedinicom koja se bavi marketingom je nizak (20%); najčešće se marketingom bavi jedan zaposleni, osim u velikim tvrtkama.
- Tek polovina planira marketinški budžet, pri čemu je on podjednako raspoređen po svim elementima (od promotivnih materijala do kreativnih rješenja).
- Dvije trećine anketiranih oglašava se u medijima, najčešće na internetu. Slijede tisak i radio.
- 19% tvrtki koristi usluge medijskih i 21% marketinških agencija
- Glavni prepoznati benefiti suradnje s marketinškim agencijama su njihova stručnost i „know-how“, jasno prepoznavanje doprinosa u vidljivosti proizvoda ili tvrtke te outsourcing kadra.
- Osnovna barijera je raspoloživost budžeta i cijene usluga agencija.
- Prilika postoji u 13% tvrtki koje smatraju kako agencije nemaju dovoljno razumijevanja za njihovu industriju ili poslovanje.