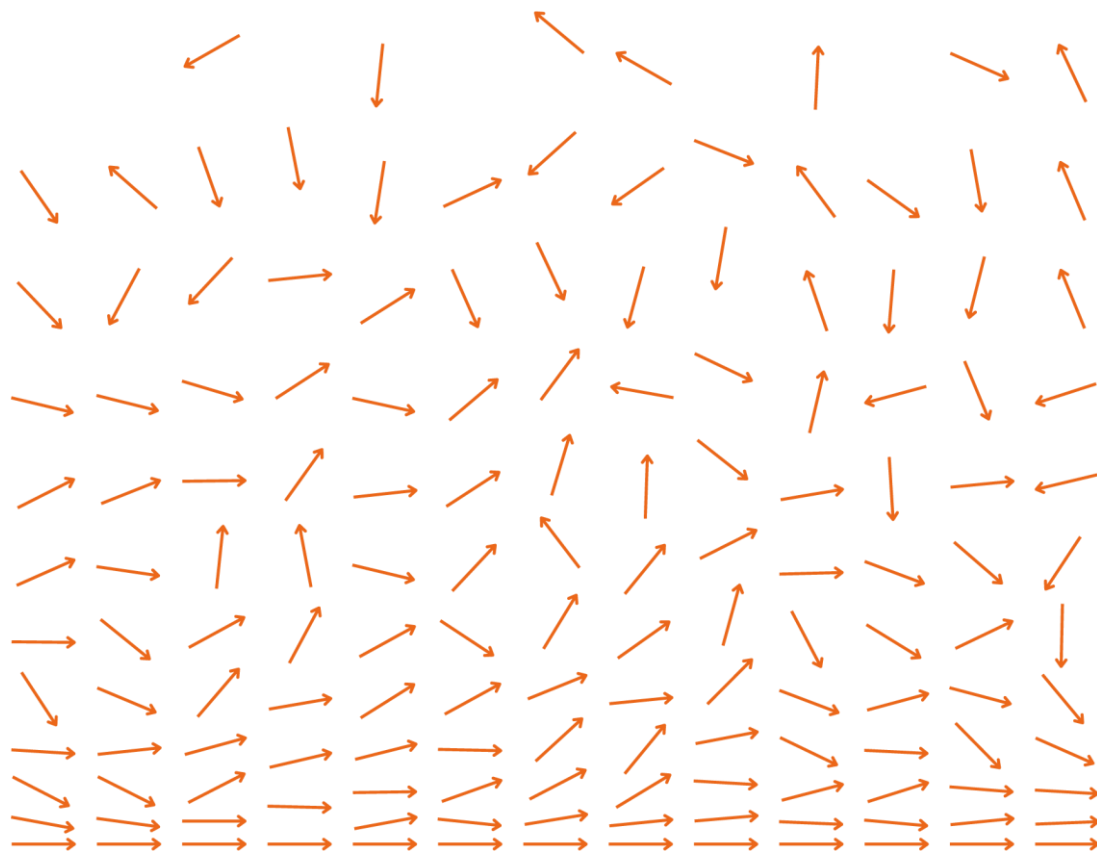


B·inside



B2B·monitor

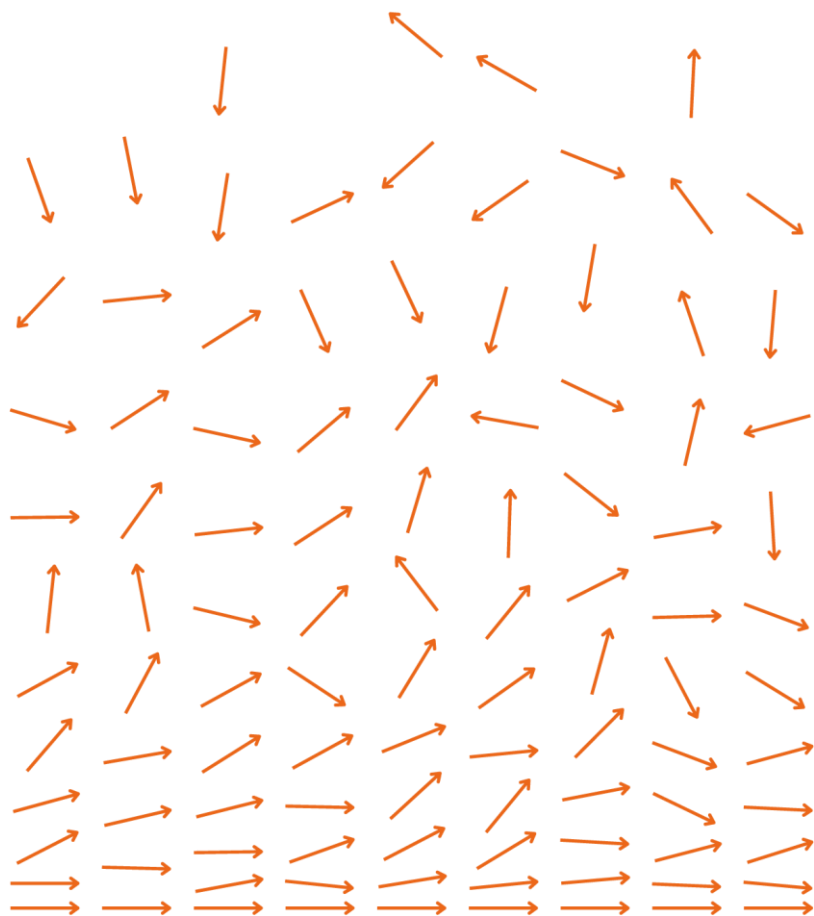
**Dopad pandemie COVID-19
na B2B firmy v Česku**

Červnová aktualizace

shrnutí pro účastníky projektu

červen 2020

B..



Nálada se zlepšuje, budoucnost je ale nejistá

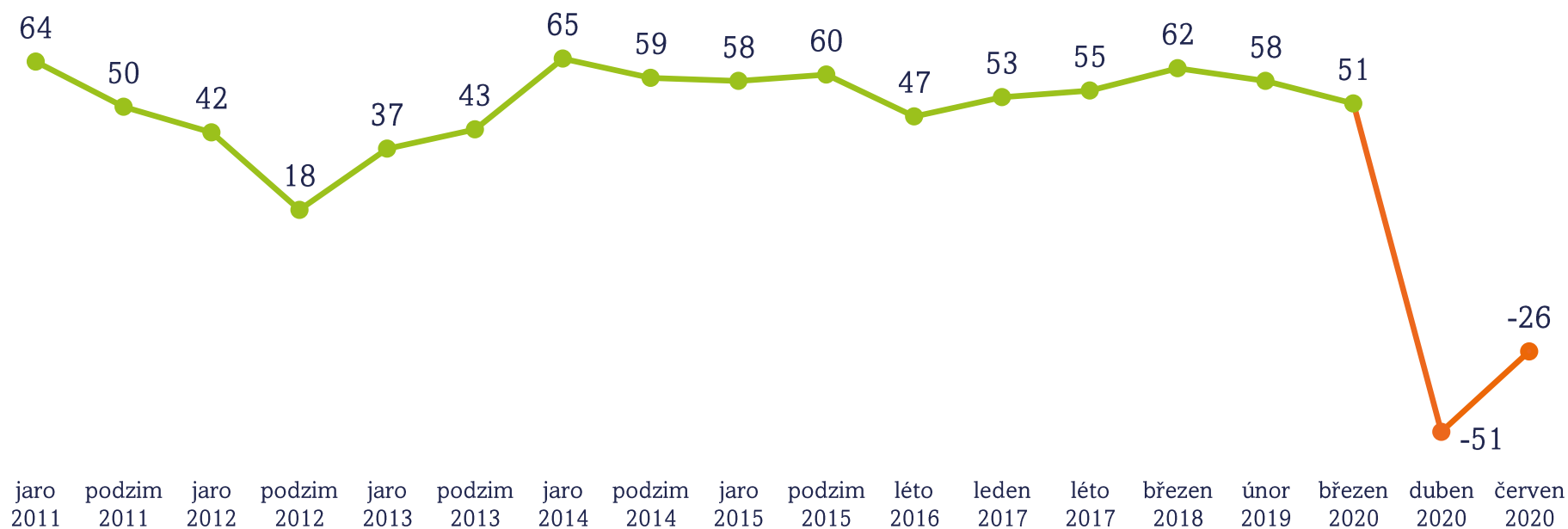
Po bezprecedentním propadu indexu optimismu v dubnu 2020 se o necelé dva měsíce později nálada o něco zlepšila. Zhruba polovina B2B podniků nadále očekává, že se jejich obrát v následujícím roce sníží - i to je však zlepšení oproti minulému měření. Přibylo také podniků, které v následujícím roce očekávají růst, byť je jejich podíl pouze jedna pětina.

Blízká budoucnost je však nadále nejistá, o to důležitější je získávání, analyzování a využívání aktuálních dat o trhu. Dobrou zprávou je, že většina dotázaných podniků data od svých zákazníků sbírá, nicméně jejich analýza není vždy systematická. Velký potenciál je tak ve využívání dat na strategické úrovni - podniky zde mají velké nedostatky, na kterých musí pracovat. Kvalitní a využívané informace z trhu jsou totiž hlavním nástrojem, kterým můžeme čelit aktuální nejistotě.

Index optimismu marketingových manažerů v B2B v ČR

Index optimismu marketingových manažerů je vypočítán jako rozdíl kladných a záporných odpovědí na otázku: Jaký vývoj obratu firmy očekáváte v příštích 12 měsících? (růst, stagnace, pokles)

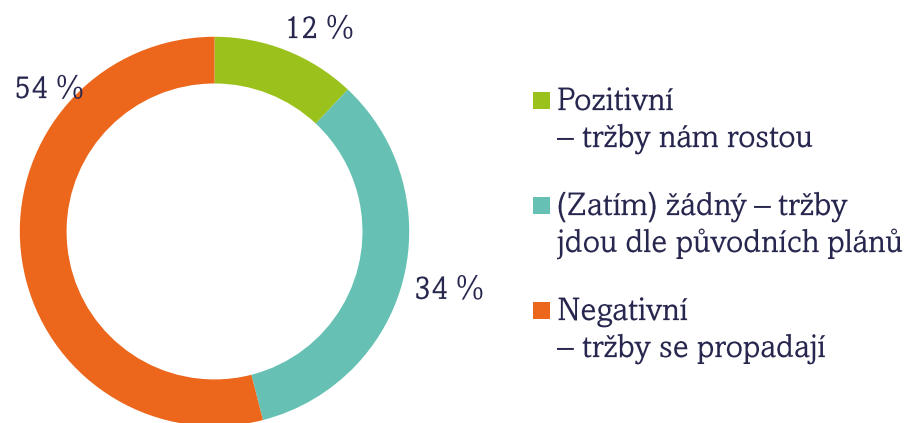
B2B · monitor



Zdroj: B-inside s.r.o. (2020)

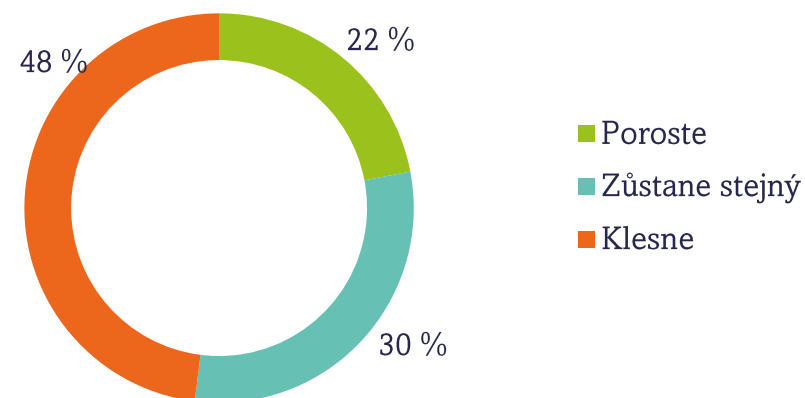
Aktuální dopad COVID-19 a výhled do budoucna

Jaký je aktuální dopad současné krize na vaši firmu?



Zdroj: B-inside (2020)

Očekáváte, že obrat Vaší firmy v příštích 12 měsících poroste, zůstane stejný nebo bude klesat?

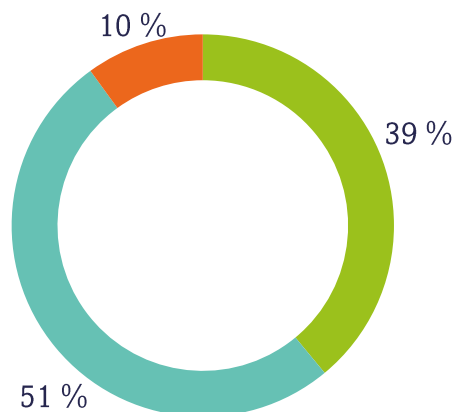


Zdroj: B-inside (2020)

B2B · monitor

Práce s informacemi o trhu v posledních týdnech

Jak jste v podniku v posledních týdnech získávali informace o tom, co se na trhu děje?



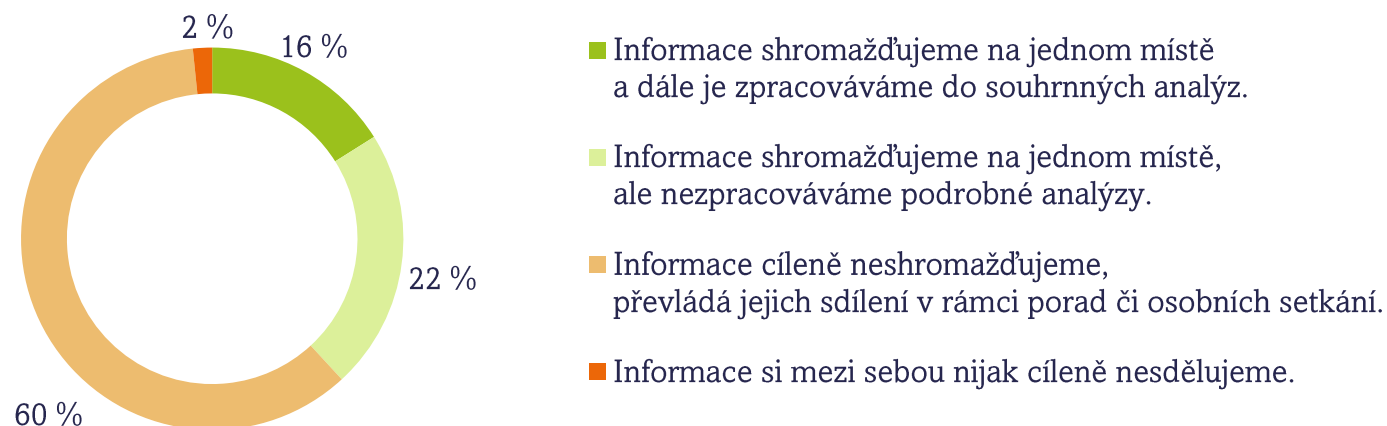
- Systematicky zjišťujeme, kolik procent zákazníků se dotkla současná situace a jak výrazně. Zákazníky kontaktujeme cíleně i mimo obvyklé schůzky.
- Zákazníky cíleně nekontaktujeme, ale pokud se s nimi dostaneme do kontaktu, ptáme se, jak se jich dotkla současná situace a jak výrazně.
- Zákazníky cíleně nekontaktujeme a ani se jich přímo neptáme na jejich situaci, když se s nimi dostaneme do kontaktu. Vyslechneme si je, pokud nám sami chtějí něco sdělit.

Zdroj: B-inside (2020)

B2B · monitor

Práce s informacemi o trhu v posledních týdnech

Jak se zjištěnými informacemi dále pracujete?



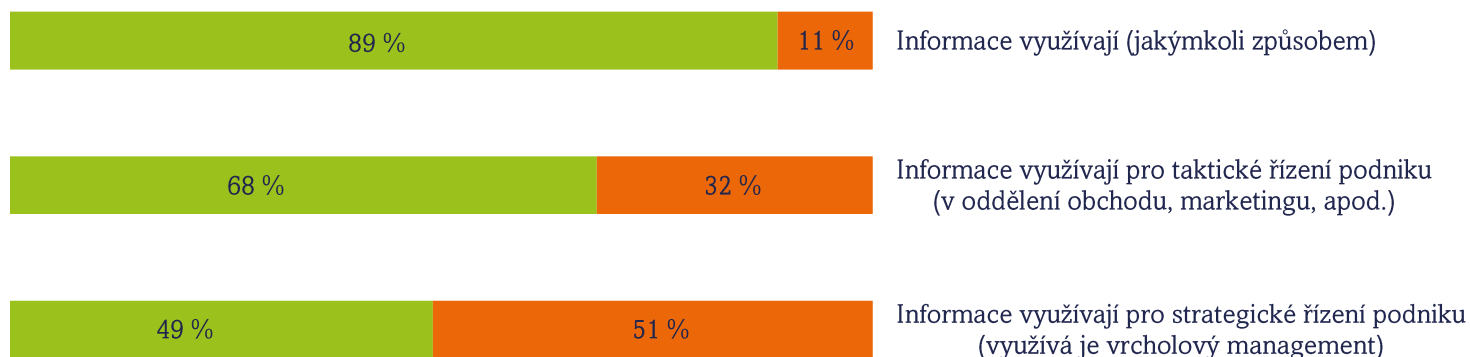
Zdroj: B-inside (2020)

B2B · monitor

Práce s informacemi o trhu v posledních týdnech

Jakým způsobem využívají podniky informace o vývoji trhu (získané od zákazníků)?

■ Ano ■ Ne



Zdroj: B-inside s.r.o. (2020)

B2B · monitor

Metodika a cíle projektu

Hlavní cíle projektu:

- Kontinuálně sledovat stav a vývoj B2B marketingu v Česku
- Mapovat vývoj firemních trhů v dobách růstu i poklesu
- Poskytnout hodnotný benchmark účastníkům projektu

Téma B2B marketingu nebylo v Česku, na rozdíl od zahraničí, nikdy systematicky monitorováno. B2B monitor je realizován 2x ročně a každá vlna obsahuje konjunkturální část a ad hoc část na vybrané téma marketingu či obchodu.

Respondenti:

Každé vlny průzkumu se účastní 200 - 400 náhodně vybraných firem působících na B2B trzích v ČR. Dotazník vyplňují osoby zodpovědné za vedení marketingu, obvykle marketingoví či obchodní ředitelé.

Sběr dat:

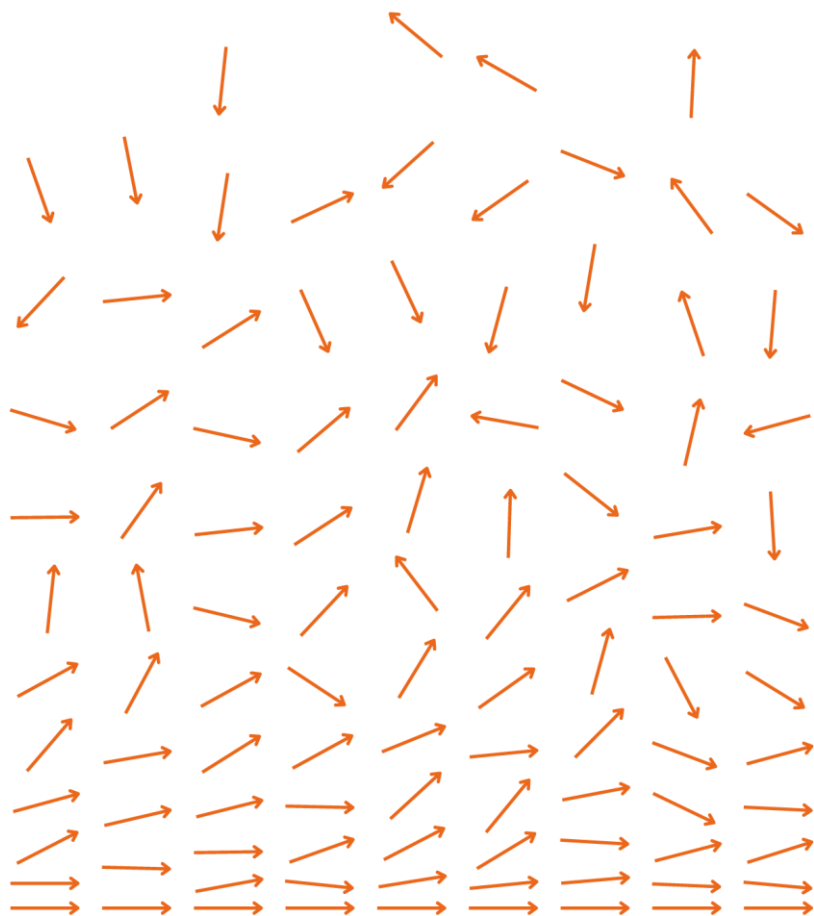
Sběr dat byl proveden v únoru, dubnu a poté v červnu 2020. Průzkumu se zúčastnilo celkem 485 respondentů z ČR.

Projekt realizuje výzkumná agentura B-inside s.r.o.

B2B monitor má tři typy výstupů:

1. Články na portále www.b2bmonitor.cz
2. Souhrnná studie na portále
3. Benchmark pouze pro účastníky aktuální vlny projektu

B..



B-inside - realizátor projektu B2B monitor

B-inside s.r.o. je výzkumnou agenturou specializující se na výzkumy firemních trhů (B2B).

Jsme tým lidí, kteří se na B2B trzích pohybují dlouhodobě. Většina našich projekt manažerů pracovala i na straně klientů, víme proto, jak dodat výsledky zaměřené na potřeby a obchodní výsledky našich klientů.

Naším klientům nabízíme:

- komplexní služby zaměřené na B2B (firemní) trhy
- řešení na míru potřebám (kreativní a zároveň použitelná klientem v praxi)
- odbornost a letité zkušenosti z výzkumů, marketingu, managementu a poradenství
- dlouhodobou spolupráci jdoucí do podstaty samotného fungování firem
- nejen rady, vize a doporučení, ale konkrétní kroky a konzultace vedoucí k lepším obchodním výsledkům našich partnerů.

Klienti o nás říkají



„S B-inside s.r.o. jsme spolupracovali na vyhodnocení průzkumu spokojenosti zaměstnanců celé Škoda Auto a.s., tzv. Stimmungsbarometer. Ráda bych ocenila jak samostatné zpracování výsledků, tak i osobní přístup a flexibilitu zpracovatele. B-inside ráda doporučím.“

Mirka Boukalová | ŠKODA AUTO a.s.



„Mnohokrát děkujeme, výstup je skvěle zpracovaný. Ještě jednou děkuji a přeji hezký den i víkend. PS: Pokud byste potřebovali referenci, neváhejte použít můj kontakt a naši společnost.“

Eva Enčevová | FM ČESKÁ, s.r.o.



„Spolupráce s agenturou byla zcela bezproblémová, na profesionální úrovni a ve finále přínosná pro zamýšlený účel.“

Petr Reguli | Microsoft Czech Republic



„Přístup B-inside byl přátelský a zároveň zcela profesionální. Dostali jsme přesně to, co jsme potřebovali, v dohodnutém termínu a ve vysoké kvalitě zpracování. Děkuji za spolupráci a těším se na další.“

Ing. Bedřich Bulíčka, MBA | CZ LOKO, a.s.



„Průzkumy provádí agentura na profesionální úrovni, s formou výstupů jsem velmi spokojena, kladně hodnotím výbornou komunikaci a rychlost, se kterou agentura řeší naše požadavky.“

Andrea Opltová | České Radiokomunikace a.s.

B·inside



www.b-inside.cz

B-inside s. r. o.

Šmeralova 12, 170 00 Praha 7
Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín
IČ: 24790648 | DIČ: CZ24790648

Tel: +420 608 048 048
info@b-inside.cz
www.b-inside.cz