

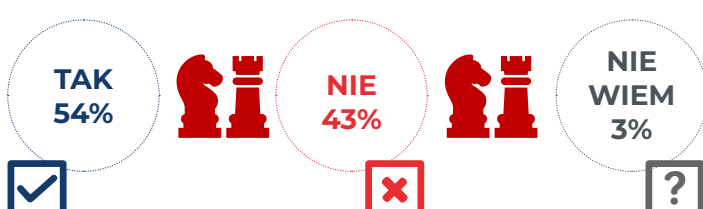
# Ogólnopolskie badanie strategii marketingowej w firmach. Wpływ strategii marketingowej na biznes

Jak rozwinąć firmę i zdobyć przewagę konkurencyjną?  
 Jak przygotować się na niepewne czasy i zapobiegać zamiast leczyć?  
 Jak optymalizować wydatki reklamowe, żeby nie wydawać ich na nietrafione działania?  
**Te pytania mają wspólną odpowiedź i jest nią strategia.** Jej prawidłowe przygotowanie i wdrożenie pozwoli na uniknięcie wielu nieprzyjemnych sytuacji. Zobacz jakich błędów nie popełniać przy jej opracowaniu, na co zwrócić uwagę oraz sprawdź jak pozycjonuje się Twój biznes na tle innych przedsiębiorców.

## Wpływ strategii marketingowej na biznes – najważniejsze informacje

54% badanych firm posiada strategię marketingową – to dobra wiadomość! Do jej braku przyznaje się natomiast 43% badanych przedsiębiorstw. Można z tego wnioskować, że blisko połowa firm w Polsce nie ma przeanalizowanego rynku, otoczenia i jasno określonej pozycji, do której chcą dążyć.

Czy Twoja firma ma strategię marketingową?



## Definicja strategii marketingowej według respondentów badania



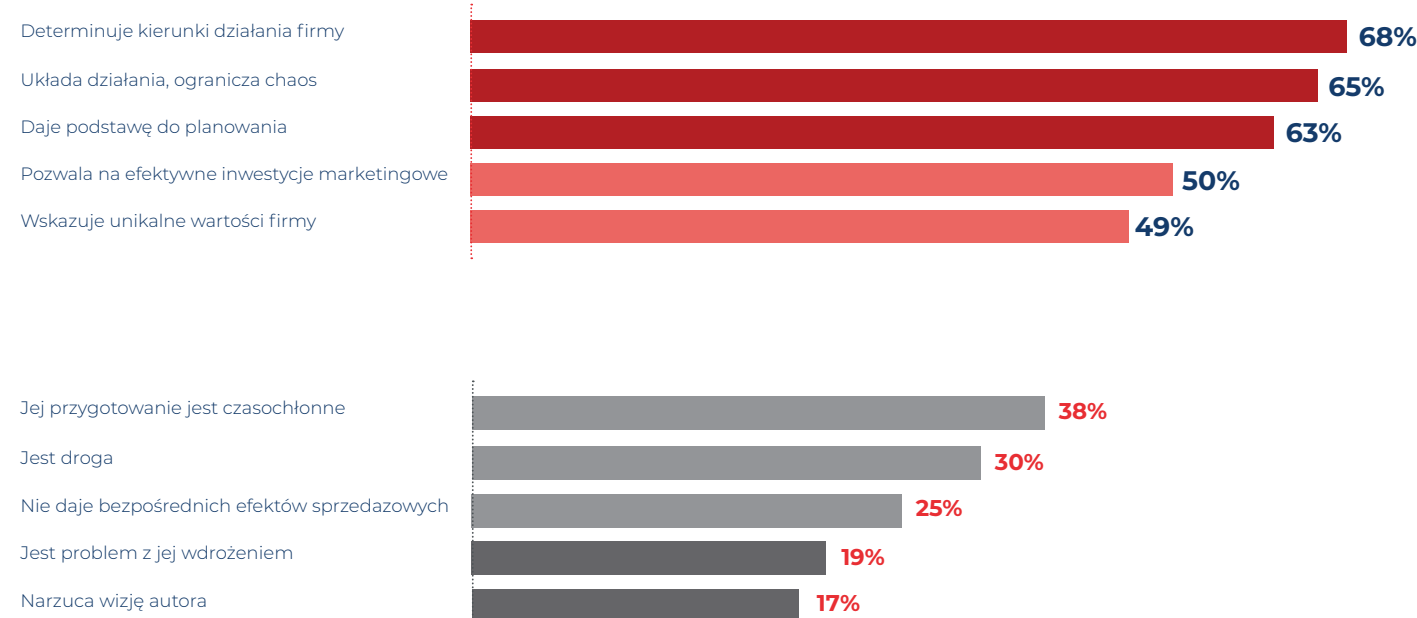
**i** Aż 50% respondentów błędnie określa, że strategia marketingowa jest planem marketingowym. Z tego powodu można wnioskować, że pojęcie strategii marketingowej rozumiane jest błędnie.

## Kto w firmie odpowiada za strategię marketingową?



43% badanych wskazuje, że za strategię marketingową odpowiada CMO/Dyrektor Marketingu. Respondenci przyznali, że brakuje u nich odpowiednich kompetencji i zasobów w firmie do budowania tego rodzaju dokumentu. **Jednocześnie zaledwie 5% firm decyduje się na nawiązanie współpracy z zewnętrznymi specjalistami w obszarze marketingu strategicznego.**

## Które elementy strategii marketingowej są najważniejsze - zalety i wady jej posiadania



68% respondentów uważa wskazanie kierunku działań firmy za największą korzyść z posiadania strategii marketingowej. Badani uważają również, że strategia układa działania, ogranicza chaos w organizacji i daje podstawę do planowania marketingowego. Za największą wadę 38% respondentów uważa zbyt długi czas jej opracowania.

Strategia marketingowa jest dokumentem, który powinien być tworzony przez specjalistów i udostępniony możliwie najszerszemu gronu w firmie. Pozwala to na sprawne i spójne działania każdego z działów.

Dane wykorzystane w infografice pochodzą z raportu z ogólnopolskiego badania – wpływ strategii marketingowej na biznes, przeprowadzonego przez BUZZcenter. Metoda badania: CAWI, N=157 oraz IDI, N=15. Badanie przeprowadzone wśród respondentów z grupy: właściciele jednoosobowych firm, mikroprzedsiębiorcy, właściciele firm z sektora MŚP, przedstawiciele firm rodzinnych oraz pracownicy korporacji. Data badania: 12.04.2021 – 04.05.2021