

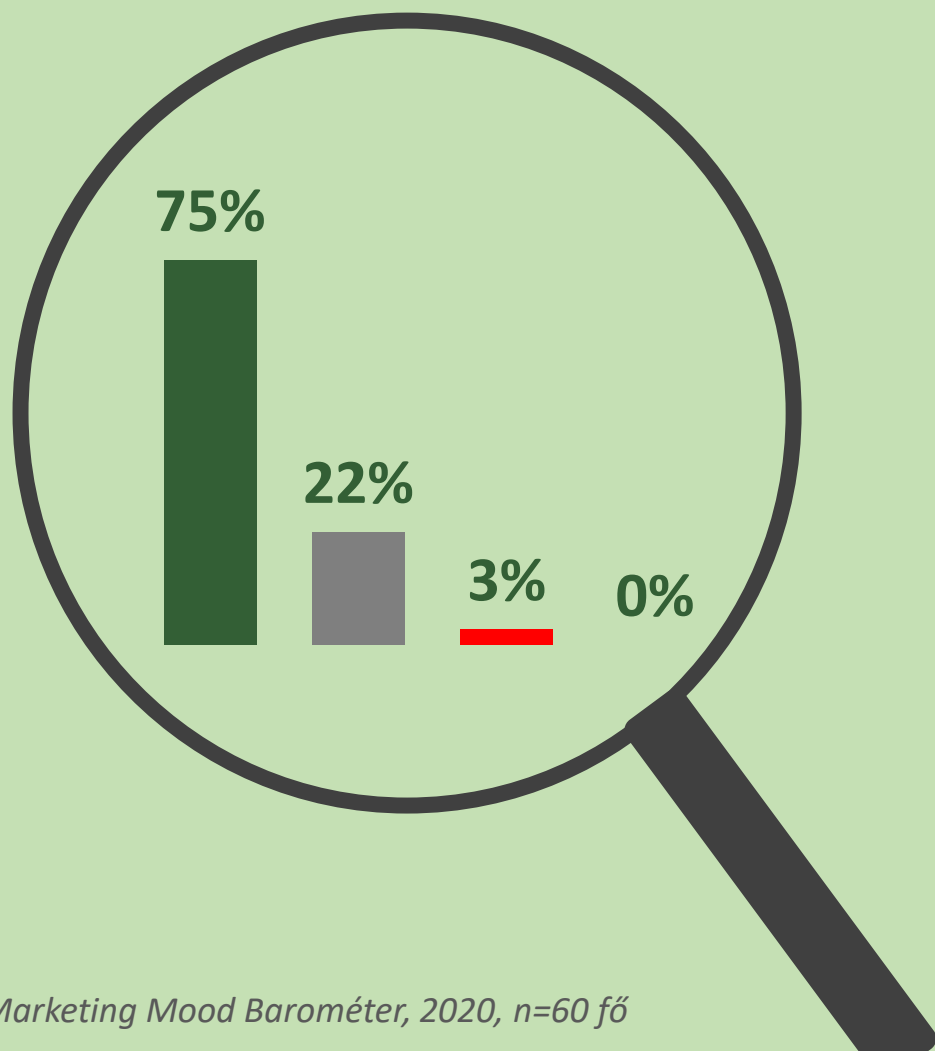


MARKETING MOOD BAROMÉTER 2020

2020. JANUÁR 30.

AKTUÁLIS PIACI HELYZET MEGÍTÉLÉSE

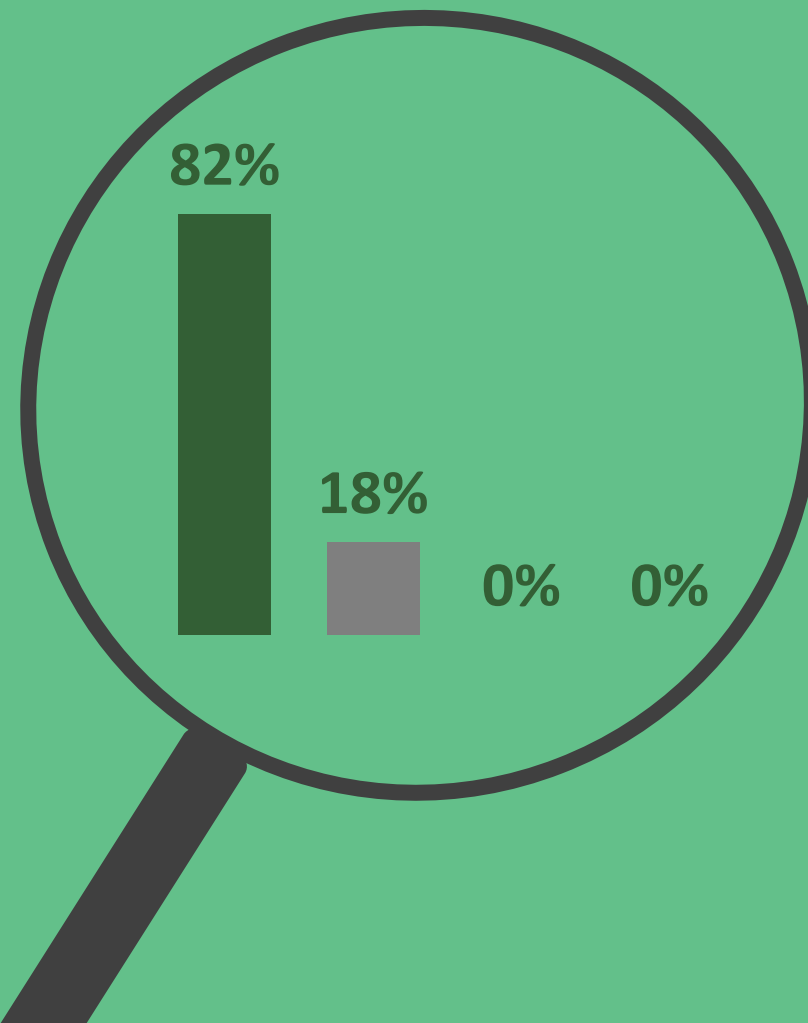
SAJÁT ÁGAZAT PIACI HELYZETE 2019-BEN



- ▲ PROSPERÁLÓ
- STAGNÁLÓ
- ▼ HANYATLÓ
- ▼ ERŐSEN HANYATLÓ

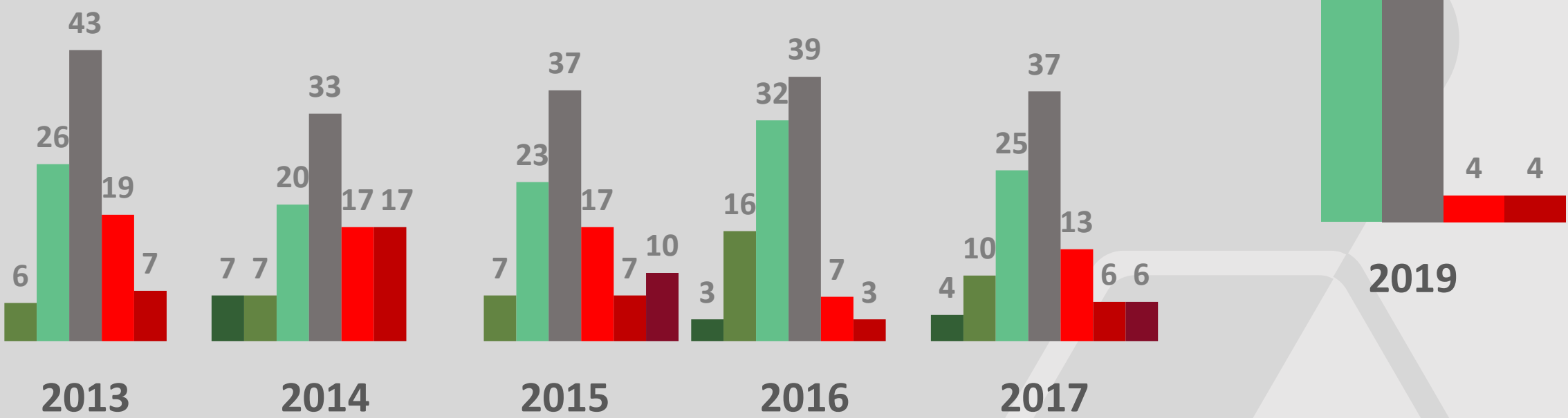


SAJÁT CÉG PIACI HELYZETE 2019-BEN

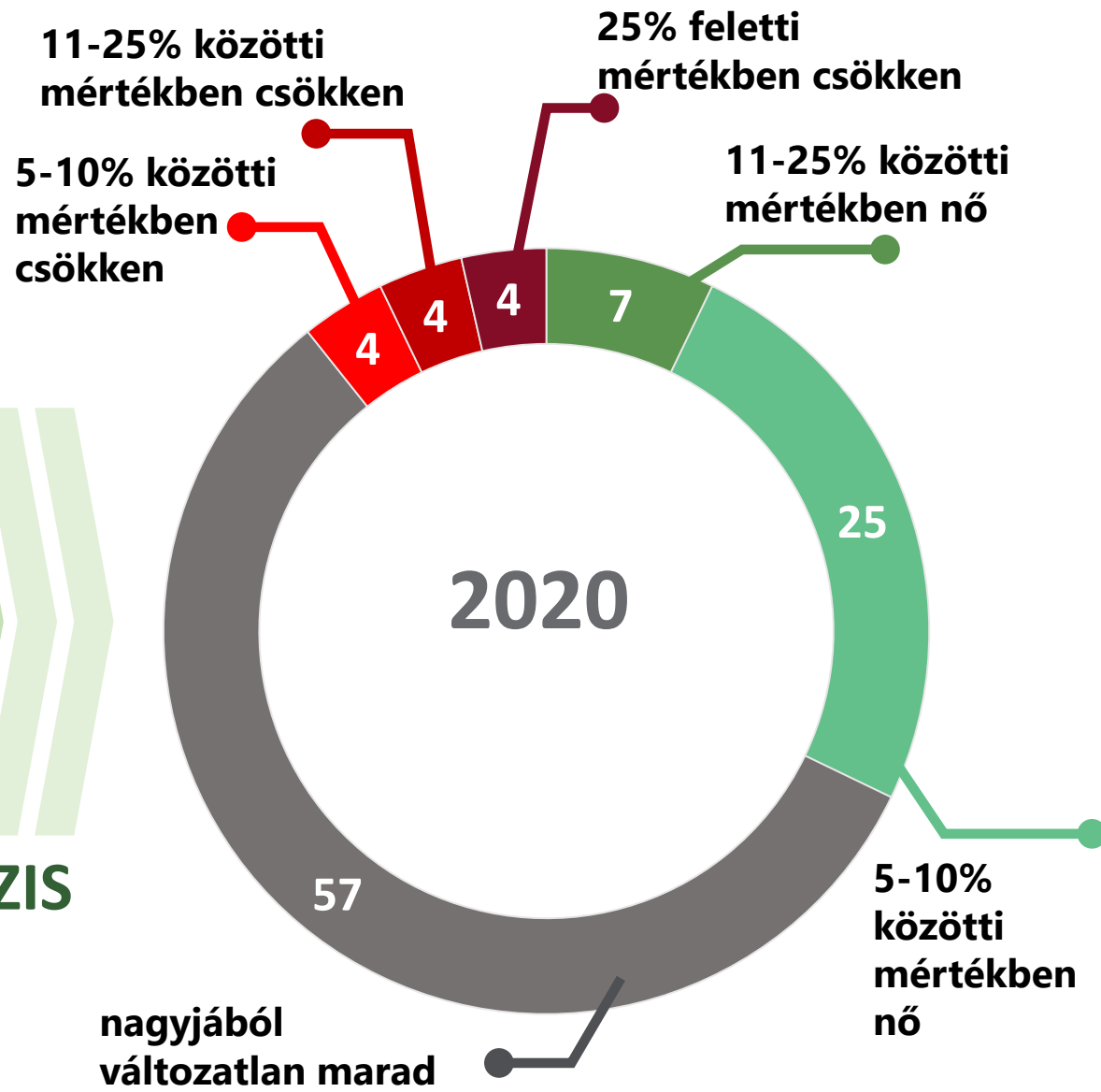
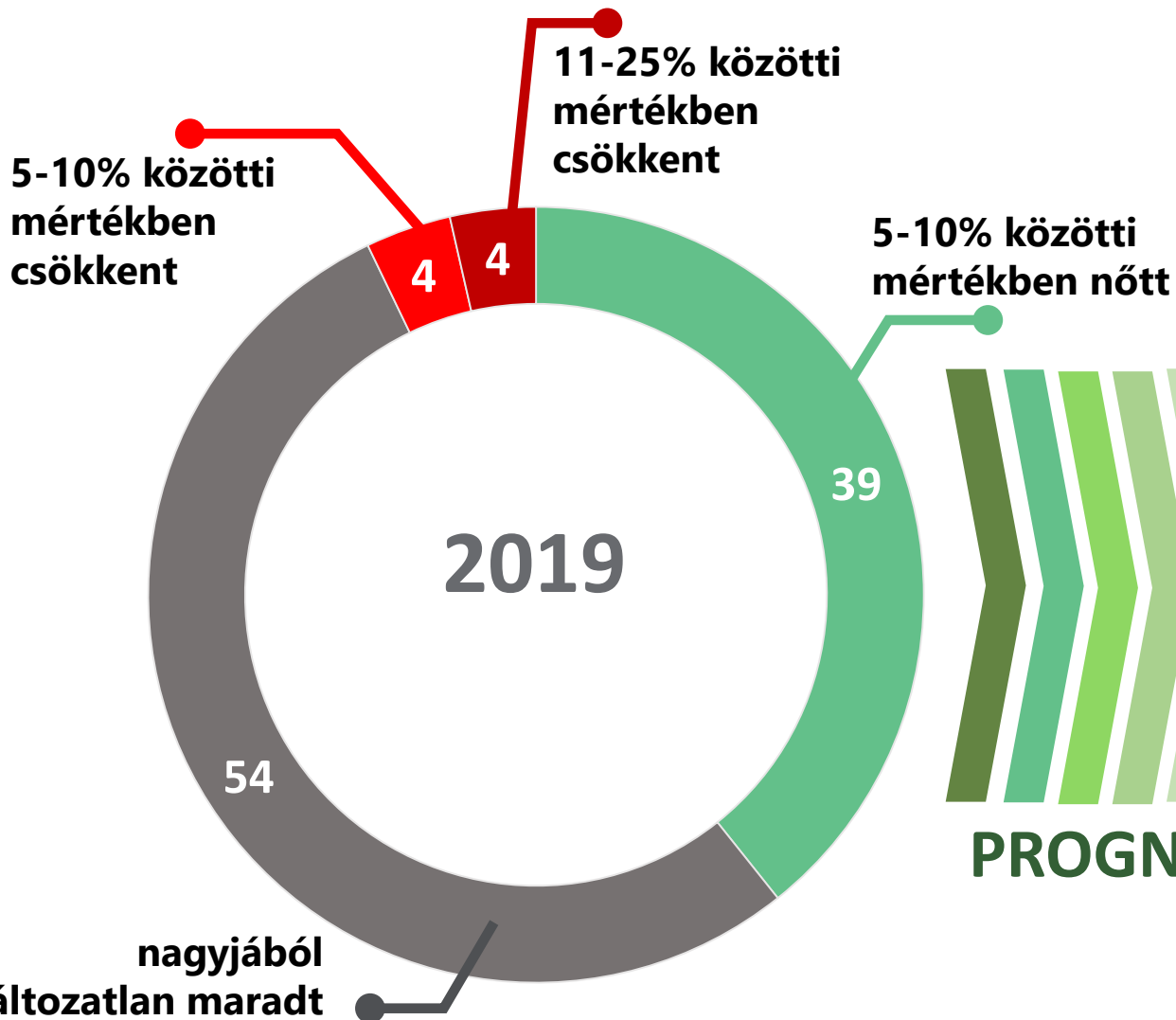


MARKETING BÜDZSÉ ALAKULÁSA A HIRDETŐK PERCEPCIÓJA ALAPJÁN

- 25% feletti mértékben nőtt
- 11-25% közötti mértékben nőtt
- 5-10% közötti mértékben nőtt
- nagyjából változatlan maradt
- 5-10% közötti mértékben csökkent
- 11-25% közötti mértékben csökkent
- 25% feletti mértékben csökkent



MARKETING BÜDZSÉRE VONATKOZÓ PROGNÓZIS



MARKETING KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK HATÉKONYSÁGÁNAK MEGÍTÉLÉSE

TOP
10

televízió: hagyományos szpot megjelenés 9.00

online: közösségi média 8.80

saját esemény 8.70

online: keresőhirdetések 8.53

mobil: keresőhirdetés 8.50

online: keresőoptimalizálás 8.30

online videó 8.25

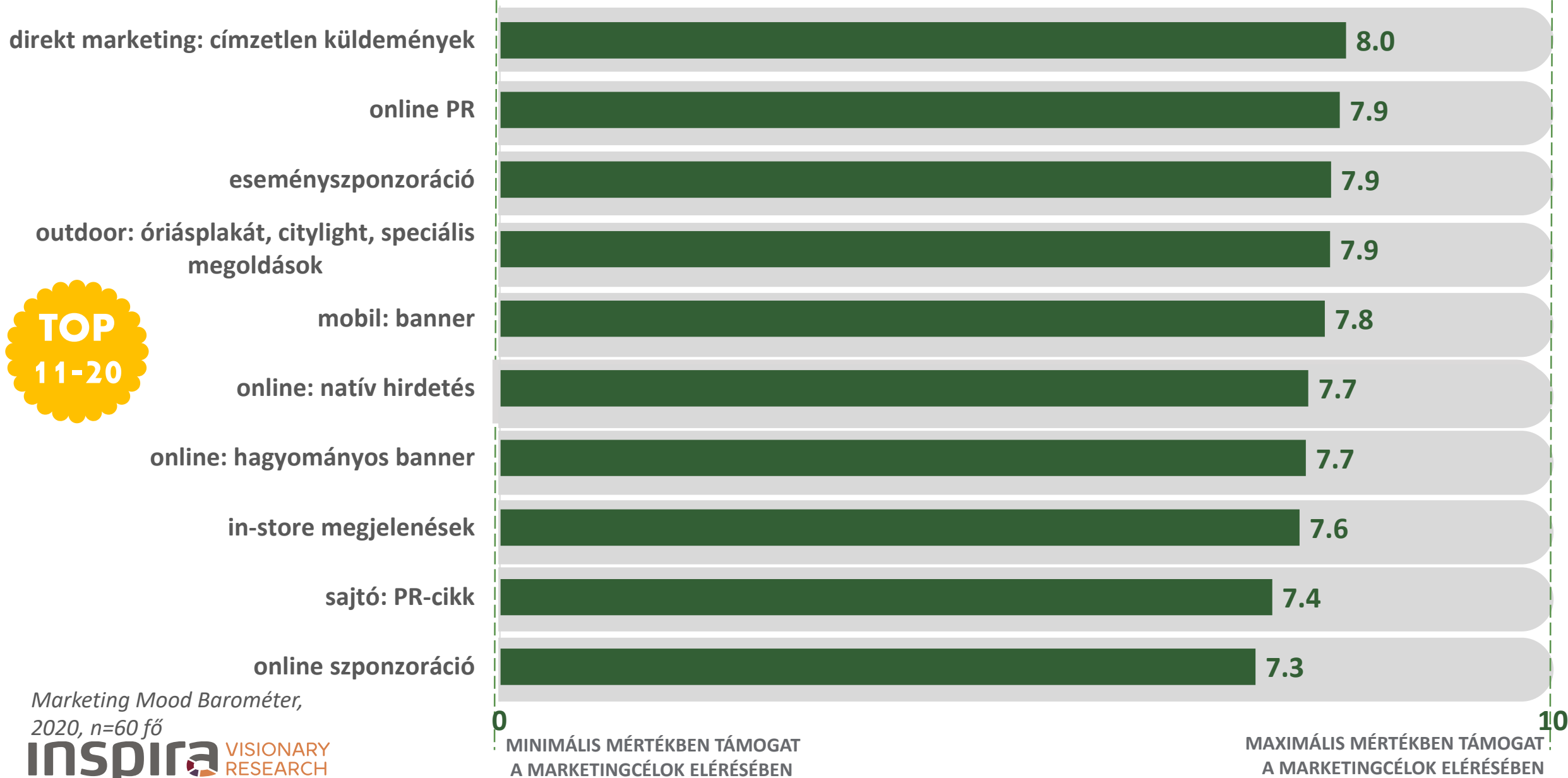
online: e-DM 8.23

direkt marketing: címzett küldemények 8.20

online: rich media megjelenések 8.14



MARKETING KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK HATÉKONYSÁGÁNAK MEGÍTÉLÉSE



TOP
11-20

Marketing Mood Barométer,
2020, n=60 fő

0 MINIMÁLIS MÉRTÉKBEN TÁMOGAT A MARKETINGCÉLOK ELÉRÉSÉBEN
10 MAXIMÁLIS MÉRTÉKBEN TÁMOGAT A MARKETINGCÉLOK ELÉRÉSÉBEN

MARKETING KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK HATÉKONYSÁGÁNAK MEGÍTÉLÉSE

TOP
21-26

televízió: nonszpot megoldások

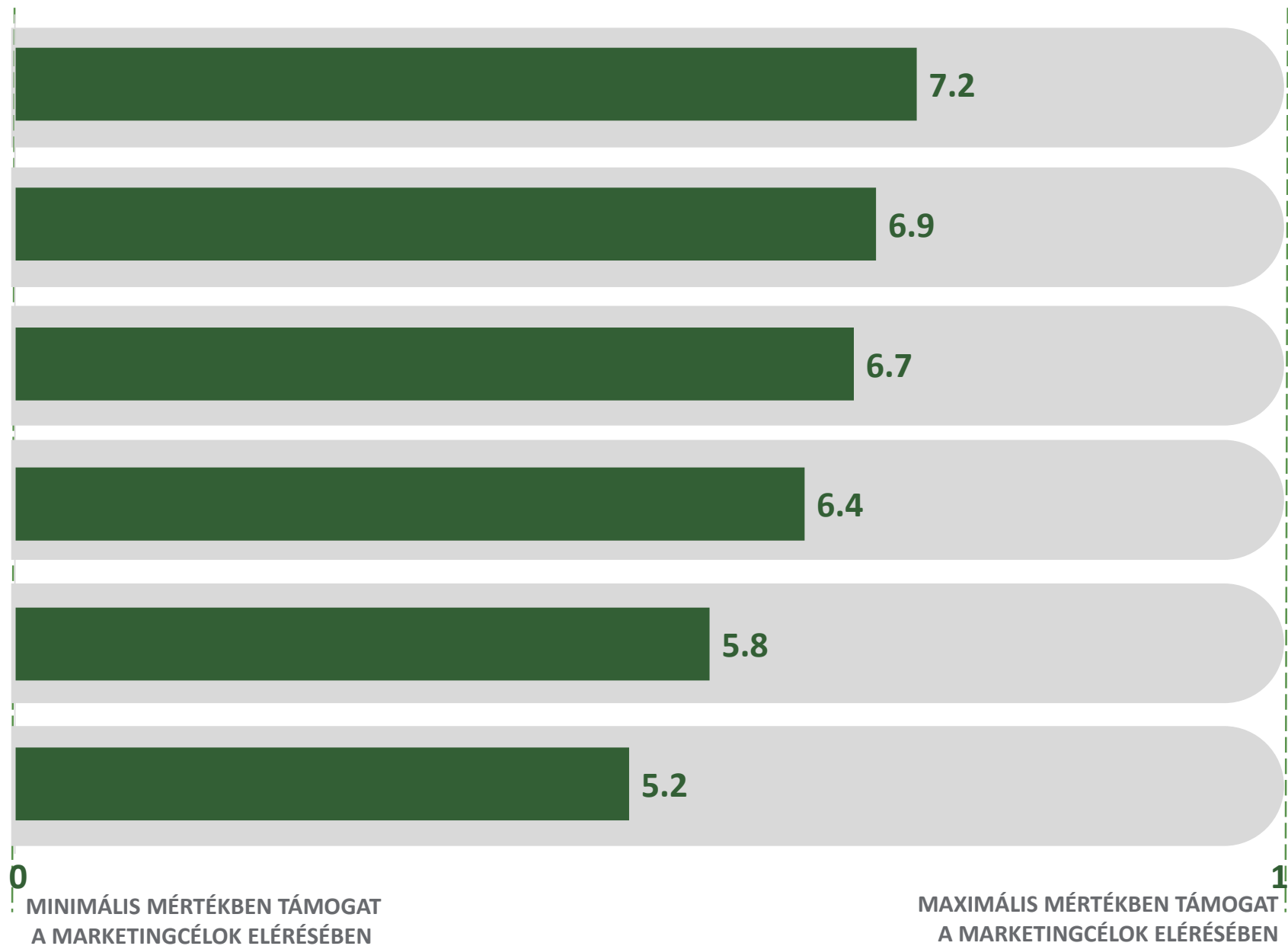
sajtó: klasszikus hirdetés

rádió: hagyományos szpot megjelenés

mobil:üzenetküldés

rádió: nonszpot megoldások

mozi



Marketing Mood Barométer,
2020, n=60 fő

DIGITÁLIS MARKETING-KÖLTÉS BELSŐ MEGOSZLÁSÁNAK BECSLÉSE

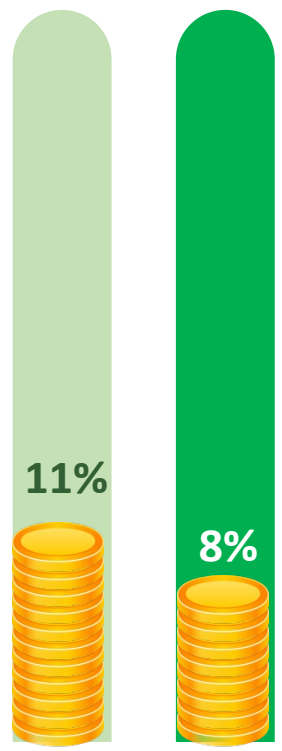
● BECSLÉS 2019-RE (%)
● BECSLÉS 2017-RE (%)



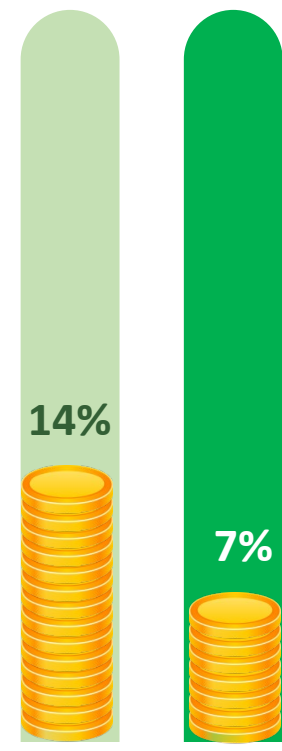
DISPLAY



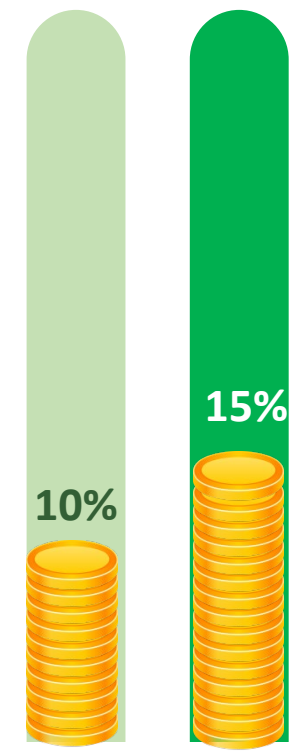
SEARCH



LISTING



EMAIL



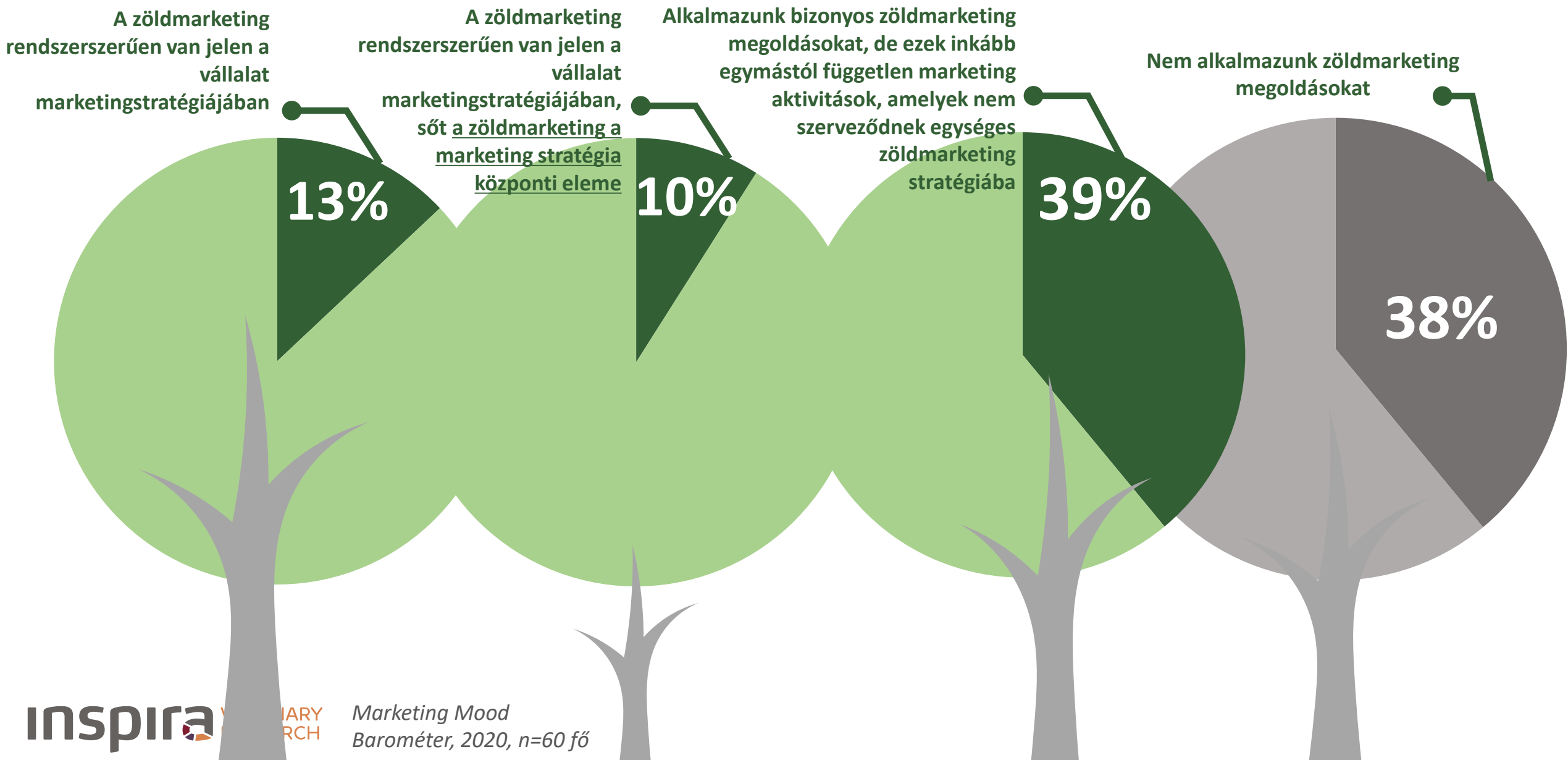
MOBIL



LEGJELENTŐSEBB SZAKMAI KIHÍVÁSOK



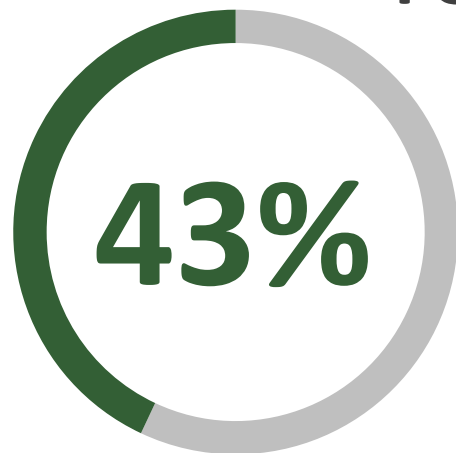
A ZÖLDMARKETING ELEMEINEK MEGJELENÉSE A MARKETING STRATÉGIÁBAN



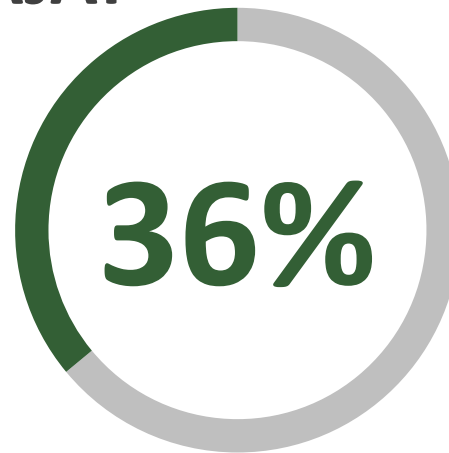
MELY TERÜLETEKEN ALKALMAZZÁK A ZÖLDMARKETING BÁRMILYEN FORMÁJÁT



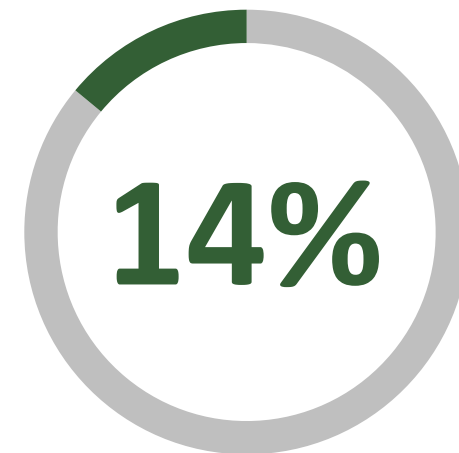
**KOMMUNIKÁCIÓ ÉS
REKLÁM**



DISZTRIBÚCIÓ



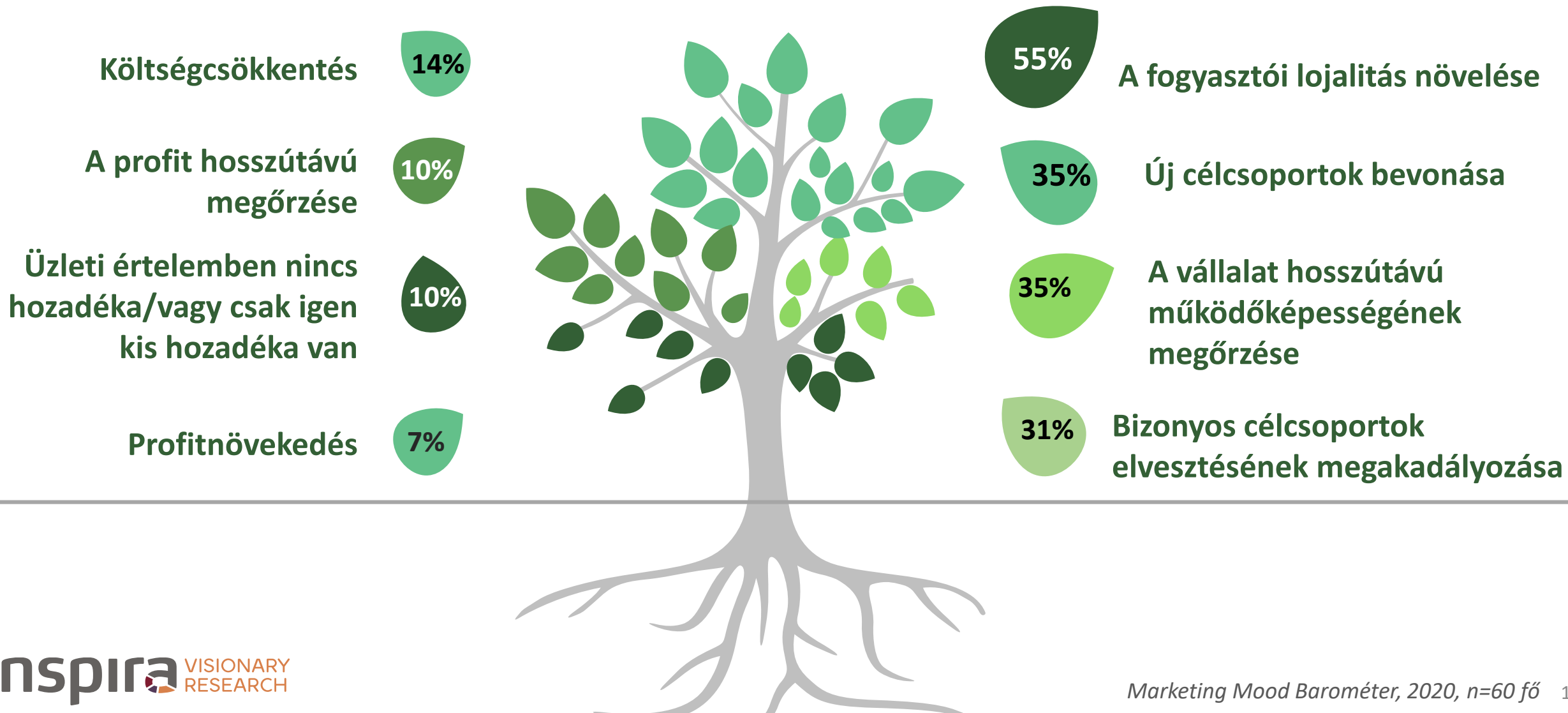
**GYÁRTÁS/TERMÉK-ÉS
CSOMAGOLÁS
FEJLESZTÉS/TERMÉK-
MÓDOSÍTÁS**



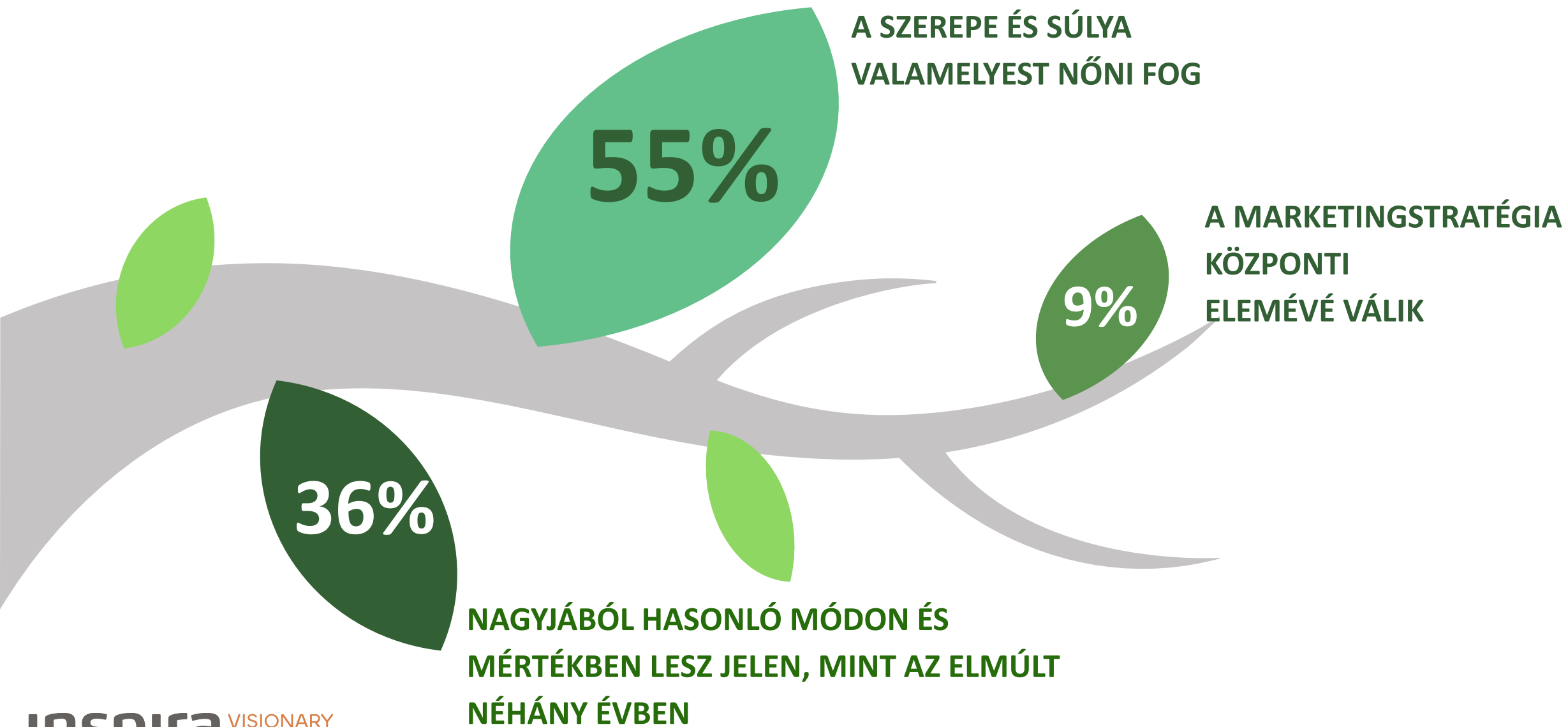
ÁRAZÁS



A ZÖLDMARKETING LEGFONTOSABB ELŐNYE/HOZADÉKA (ÜZLETI ÉRTELEMBEN)



A ZÖLDMARKETING SZEREPE A JÖVŐBEN A VÁLLALATI STRATÉGIÁBAN



MELLES KATALIN

MÉDIAKUTATÁSI IGAZGATÓ, PARTNER

KATALIN.MELLES@INSPIRA.HU

+36 30 691 6002

GÉCZI TAMÁS

ÜGYVEZETŐ PARTNER

TAMAS.GECZI@INSPIRA.HU

+36 70 333 1213

inspira
VISIONARY RESEARCH

INSPIRA RESEARCH KFT.

1061 BUDAPEST
ANKER KÖZ 2-4.

