

Pressmeddelande
Att: Nyhetschefen

Göteborg 2016-10-25

Svenskt Marknadsföringsindex: Fortsatt stark investeringsvilja bland Sveriges marknadschefer inför 2017

En nyligen genomförd undersökning bland Sveriges marknadschefer visar att 41 procent (40) av de tillfrågade kommer att öka sin budget för marknadsföring för 2017. Samtidigt är det färre företag, cirka 12 procent (14), som minskar sin budget jämfört med föregående års resultat i undersökningen. Det är nätverket Marknadscheferna tillsammans med kommunikationsbyrån Pyramid Communication som för andra året i rad presenterar *Svenskt Marknadsföringsindex*.

Cirka 3900 medlemmar i nätverket Marknadscheferna, verksamma i bolag som omsätter mer än 10 miljoner kronor, bjöds in till att delta i undersökningen genom att svara på frågor om planerade satsningar inom marknadsföring.

Undersökningen ägde rum under september och halva oktober och 319 (282) svar skickades in av beslutsfattare inom marknadsföring i Stockholm, Göteborg och Malmö.

– Detta är andra året vi genomför denna undersökning som vi tror kan vara intressant och till hjälp för marknadsansvariga i deras arbete, säger Ulf Vanselius, vd Pyramid Communication.

Totalt sett, visar årets undersökning starka siffror när det gäller hur företag planerar sina investeringar inför året som kommer. Cirka 41 procent (40) av bolagen kommer att öka sina investeringar, vilket är nära 3,5 gånger så många mot de cirka 12 procent (14), som istället kommer att minska budgeten. Resten av bolagen, cirka 47 procent (46), lämnar marknadsbudgeten oförändrad.

– En intressant förändring vi kan se jämfört med för ett år sedan är att storbolagen, som omsätter över en miljard SEK, drar en aning i handbromsen. Det är 30 procent som planerar att öka sina investeringar mot 52 procent förra året, samtidigt som en större andel storbolag, 23 procent (8), planerar att minska. Å andra sidan är det i år en större andel av de mindre bolagen, med en omsättning under en miljard SEK, som istället planerar att öka sin marknadsbudget och en mindre andel som planerar att minska budgeten, säger Ulf Vanselius.

Svenskt Marknadsföringsindex kompletterar nätverket Marknadschefernas övriga utbud som även består av ett aktivt nätverk, tidningen Marknadscheferna, kunskapskanalen MCPLAY, kurser och rekrytering.

– Vårt mål med denna undersökning är att ge våra medlemmar och andra en indikation på hur trenden ser ut inom marknadsföringsområdet, och att det förhoppningsvis fungerar som ett stöd i beslutsfattandet, säger PeO Axelsson, vd för Marknadscheferna.

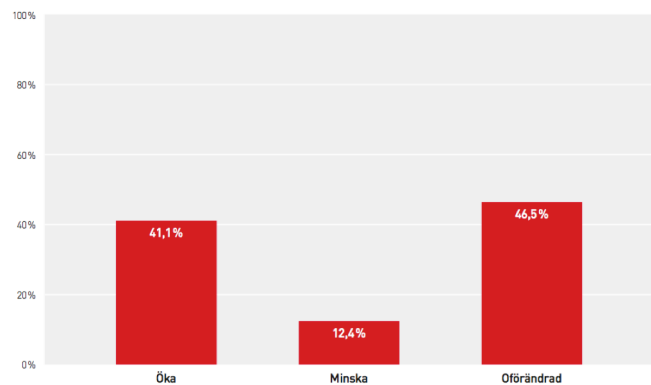
Länk till undersökningen: <http://www.pyramid.se/~media/Files/Pdf/SvensktMarknadsföringsindex2016.pdf>

För ytterligare information, kontakta:

Ulf Vanselius, vd Pyramid Communication AB, tfn: 070-516 33 70, e-post: ulf@pyramid.se,
PeO Axelsson, vd Marknadscheferna Norden AB, tfn: 070-540 14 12, e-post: peo@marknadscheferna.se

Marknadscheferna är Sveriges största nätverk för marknadschefer och marknadsansvariga – idag med över 3 900 medlemmar i våra tre regioner; Stockholm/Mälardalen, Göteborg/Väst och Malmö/Syd.

Pyramid Communication är Sveriges mest internationella reklambyrå. I undersökningen Årets Byrå har Pyramid tio år i rad rankats som Sveriges bästa byrå inom business-to-business. Pyramid tillsammans med systerbyråerna Petra och Graal har tillsammans drygt 50 anställda med kontor i Helsingborg och Stockholm.



Fråga: Kommer er totala budget öka eller minska vid årets budgetering? Källa: Svenskt Marknadsföringsindex