

IMM-urile din România se confruntă cu scăderi ale veniturilor cu până la 50% (analiza)

Întreprinderile Mici și Mijlocii (IMM) din România se confruntă cu o serie de probleme critice, care le pun la încercare dezvoltarea și chiar existența, printre care scăderea veniturilor cu până la 50% și cheltuieli mari mari decât câștiguri, releva o analiză de specialitate, publicată joi.

Potrivit datelor centralizate de Pixier Agency, cele mai afectate domenii sunt afacerile din e-Commerce, Servicii B2B și Sanatate & Wellness, pentru care clienții din online și vânzările generate de aceștia reprezintă între 70% și 90% din totalul afacerilor.

"IMM-urile se confruntă cu o competiție tot mai agresivă și cu o creștere accentuată a costurilor de achiziție a clienților, ceea ce le reduce considerabil marjele de profit. La acestea se adaugă schimbările rapide în comportamentul consumatorilor, ceea ce duce la pierderi de oportunități și la scăderea vânzărilor. În lipsa unei adaptări rapide și a unor soluții de marketing digital performante, multe afaceri risca să rămână în urmă sau chiar să iasă complet din piață. Astfel, în 2025, marketingul digital nu mai este opțional, iar fără o strategie solidă, businessul suferă. Presiunea este mai mare decât în anii trecuți. 2024 a fost un an imprevizibil, iar 2025 vine cu schimbări majore, afectând IMM-urile", se arată în analiză.

Cu toate acestea, specialiștii remarca faptul că firmele nu-și reduc bugetele de marketing, dar pun accent pe optimizarea costurilor de promovare, creșterea vânzărilor, rezultate cu maximum de eficiență, cu un cost mai mic de reclamă și rezultate într-un timp mai scurt.

Astfel, în 2025, bugetele de marketing digital ale IMM-urilor variază între 1.000 de euro și 150.000 de euro/lună, iar companiile din e-Commerce, Turism și Fashion sunt cei mari investitori în promovare online, în special în Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads, dar și e-mail marketing.

"Afacerile cu vânzări slabe trebuie să facă schimbări profunde, dar esențiale în strategia de marketing digital, apelând la specialiști cu rezultate dovedite. Prin redefinirea corectă a profilului de client, poziționarea potrivită, setarea unui funnel de vânzare eficient care să transforme utilizatorii în cumpărători, optimizarea costului per click cu până la 40%, dar și implementarea de automatizări inteligente, au loc creșteri vizibile de vânzări încă din primele 30-60 de zile", notează consultanții.

Fondată în urmă cu opt ani, Pixier Agency are peste 200 de clienți în portofoliu din 35 de domenii, iar din echipă fac parte 12 specialiști care au setat peste 7.500 de campanii cu vânzări performante, gestionând bugete de peste 15 milioane de euro.