

IMM-urile din România se confrunta cu scaderi ale veniturilor cu pâna la 50% (analiza)

Întreprinderile Mici si Mijlocii (IMM) din România se confrunta cu o serie de probleme critice, care le pun la încercare dezvoltarea si chiar existenta, printre care scaderea veniturilor cu pâna la 50% si cheltuieli mari mari decât câstiguri, releva o analiza de specialitate, publicata joi.

Potrivit datelor centralizate de Pixier Agency, cele mai afectate domenii sunt afacerile din e-Commerce, Servicii B2B si Sanatate & Wellness, pentru care clientii din online si vânzarile generate de acestia reprezinta între 70% si 90% din totalul afacerilor.

"IMM-urile se confrunta cu o competitie tot mai agresiva si cu o crestere accentuata a costurilor de achizitie a clientilor, ceea ce le reduce considerabil marjele de profit. La acestea se adauga schimbarile rapide în comportamentul consumatorilor, ceea ce duce la pierderi de oportunitati si la scaderea vânzarilor. În lipsa unei adaptari rapide si a unor solutii de marketing digital performante, multe afaceri risca sa ramâna în urma sau chiar sa iasa complet din piata. Astfel, în 2025, marketingul digital nu mai e optional, iar fara o strategie solida, businessul sufera. Presiunea e mai mare decât în anii trecuti. 2024 a fost un an imprezibil, iar 2025 vine cu schimbari majore, afectând IMM-urile", se arata în analiza.

Cu toate acestea, specialistii remarca faptul ca firmele nu-si reduc bugetele de marketing, dar pun accent pe optimizarea costurilor de promovare, cresterea vânzarilor, rezultate cu maximul de eficienta, cu un cost mai mic de reclama si rezultate într-un timp mai scurt.

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

"Afacerile cu vânzari slabe trebuie sa faca schimbari profunde, dar esentiale în strategia de marketing digital, apelând la specialisti cu rezultate dovedite. Prin redefinirea corecta a profilului de client, pozitionarea potrivita, setarea unui funnel de vânzare eficient care sa transforme utilizatorii în cumparatori, optimizarea costului per click cu pâna la 40%, dar si implementarea de automatizari inteligente, au loc cresteri vizibile de vânzari înca din primele 30-60 de zile", noteaza consultantii.

Fondata în urma cu opt ani, Pixier Agency are peste 200 de clienti în portofoliu din 35 de domenii, iar din echipa fac parte 12 specialisti care au setat peste 7.500 de campanii cu vânzari performante, gestionând bugete de peste 15 milioane de euro.