

RAPORT RYNKU ABM

Polskie software house'y i firmy IT

Jak mówią o sobie na stronach, ile z nich publikuje treści, kto decyduje o zakupie i ile firm jest gotowych na rozmowę. Dane z 288 firm w radarze i 1716 przeanalizowanych stron.

Rynek, który mówi o sobie tymi samymi słowami

Radar ICP co tydzień przegląda polskie software house'y i firmy IT: ich strony, rejestr KRS i oferty pracy. Ten raport zbiera to, co widać w tych danych na 21.10.2026. Liczby są zbiorcze: nie podajemy nazw firm ani osób.

17,7%

stron wymienia „AI”, najczęstsze słowo na stronach w bazie

24%

firm w radarze prowadzi bloga z wpisem z ostatnich 6 miesięcy

36,8%

nie pokazuje na stronie żadnego case study

2,4%

firma analityk Radaru ocenił jako gotowe do rozmowy teraz

79,5%

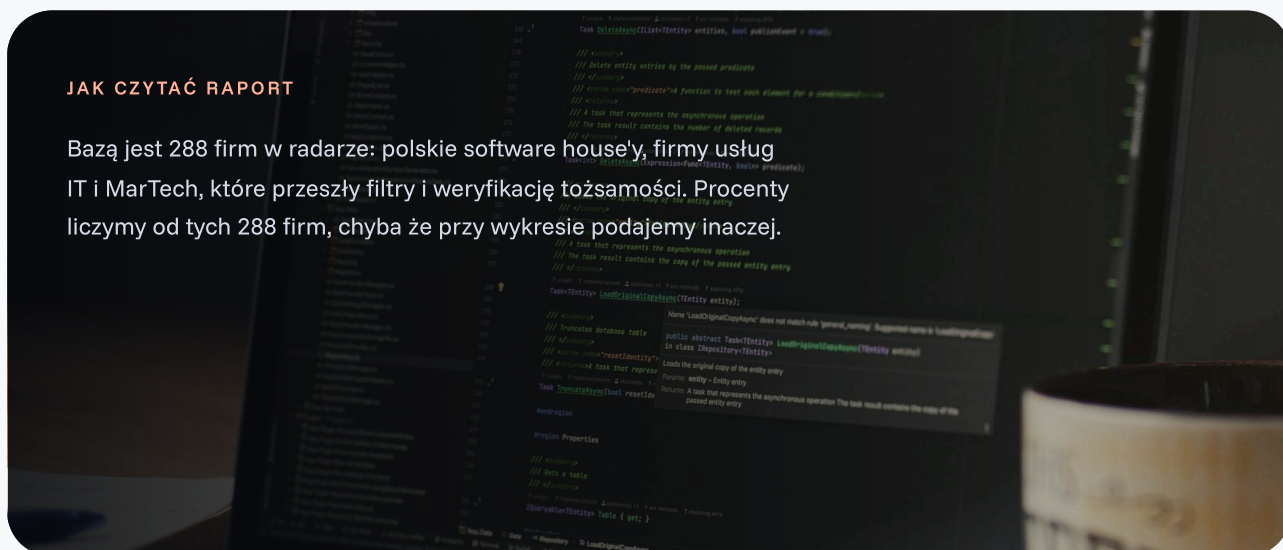
spółek z danymi w KRS ma zarząd liczący jedną albo dwie osoby

2,4%

rekrutuje na stanowisko marketingowe

JAK CZYTAĆ RAPORT

Bazą jest 288 firm w radarze: polskie software house'y, firmy usług IT i MarTech, które przeszły filtry i weryfikację tożsamości. Procenty liczymy od tych 288 firm, chyba że przy wykresie podajemy inaczej.



Z 3831 firm w bazie do 288 w radarze

Zanim firma trafi do kampanii, przechodzi przez kilka sit. Najpierw reguły (branża, wielkość, kraj), potem analiza strony i ocena, czy firma pasuje do profilu idealnego klienta. Na końcu weryfikacja tożsamości: czy strona, KRS i zarząd to na pewno ta sama spółka. Z całej bazy zostaje 7,5% firm.

3831 · Firmy w bazie

1733 · Po filtrach (branża, wielkość, kraj)

1716 · Strony przeanalizowane

601 · Dopasowane albo prawdopodobnie dopasowane

288 · W radarze po weryfikacji tożsamości

Lejek radaru dla rynku polskich software house'ów i firm IT. „Prawdopodobnie dopasowane” to firmy, przy których analiza strony nie rozstrzygnęła dopasowania; ostatni krok odrzuca też firmy pomyłone z innymi spółkami o podobnej nazwie.

Gdzie są firmy z radaru



Liczba firm według miasta siedziby, 288 firm.

Ile lat mają

2013

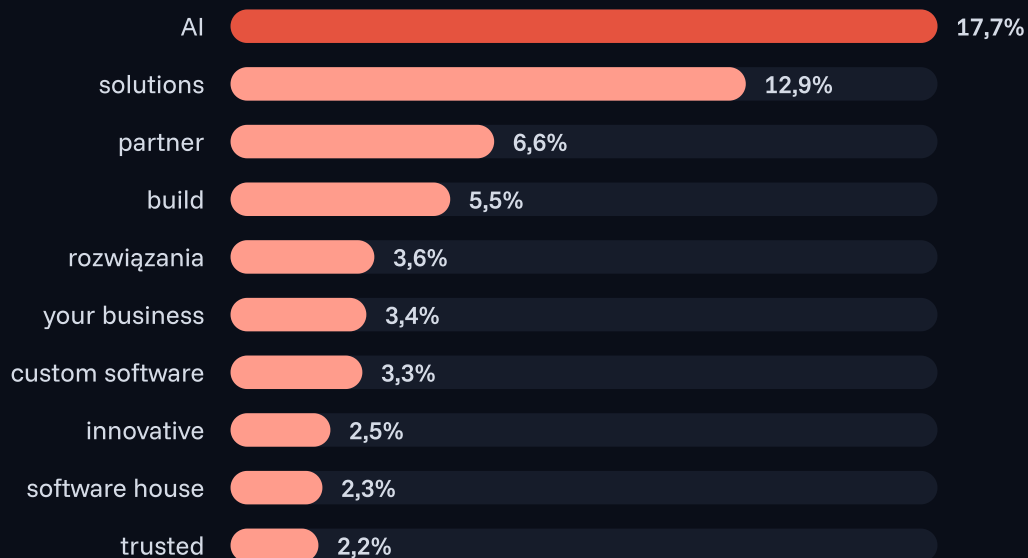
to mediana roku założenia. 38,7% firm powstało w 2015 roku albo później.

Wśród firm w radarze 168 to software house'y, 94 firmy IT services, a 6 działa w MarTech.

POZYCJONOWANIE

Te same okna, ta sama elewacja

Policzyliśmy, jak często na 1716 stronach firm z bazy pojawiają się najpopularniejsze hasła. Najczęstsze słowa są po angielsku i mówią o tym samym: rozwiązaniach, partnerstwie, AI.



Odsetek stron, na których pojawia się fraza; 1716 stron w bazie radaru. Zdjęcie: Sydney Sang, Pexels.

Co czwarta firma publikuje na blogu na bieżąco

Kampania ABM potrzebuje materiałów, które można podesłać osobom z komitetu zakupowego. Sprawdziliśmy, czy firmy z radaru same takie publikują. Większość nie ma bloga albo przestała do niego pisać.



wpis z ostatnich 6 miesięcy



ostatni wpis ponad 6 miesięcy temu



na stronie nie ma bloga



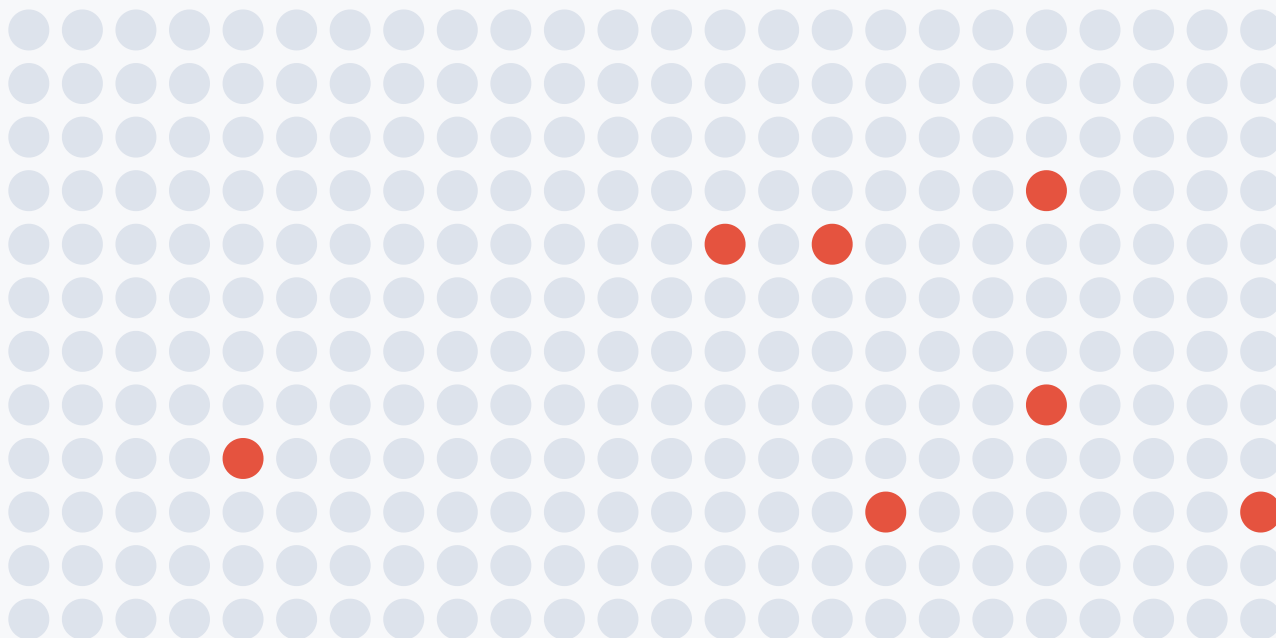
106 z 288 firm nie pokazuje żadnego case study

Dla kupującego to brak najprostszego dowodu, że firma zrobiła już coś podobnego. Dla sprzedającego to temat do rozmowy: pomoc w opisanu wdrożeń bywa dobrym pierwszym projektem.

Firma bez aktywnego bloga i bez case study ma mniej materiałów do podesłania komitetowi zakupowemu, więc każda rozmowa zaczyna się u niej od zera.

7 z 288 firm gotowych do rozmowy teraz

Analitik Radaru ocenia każdą firmę: czy ma dziś powód do rozmowy, czy warto ją obserwować, czy po bliższym przyjrzeniu się wypada z profilu. Do kampanii od razu nadaje się 2,4% firm z radaru. To rząd wielkości zgodny z regułą 95-5 Ehrenberg-Bass Institute, według której w danym kwartale kupuje około 5% firm z rynku.



Każda kropka to jedna z 288 firm w radarze; wyróżnione: ocenione jako gotowe do rozmowy teraz.

Gotowe do rozmowy teraz	7 firm (2,4%): aktualny sygnał i dopasowanie
Do sprawdzenia	39 firm (13,5%): obiecujące, ale dane wymagają potwierdzenia
Do obserwowania	146 firm (50,7%): pasują, ale dziś nie mają wyraźnego powodu
Poza profilem po analizie	96 firm (33,3%): przy bliższej analizie nie pasują

Rekrutacje jako sygnał

13

firm rekrutuje aktywnie (3 i więcej ofert jednocześnie)

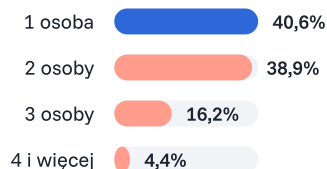
15

szuka ludzi do sprzedaży (8) albo marketingu (7)



W większości firm o zakupie decyduje jedna albo dwie osoby z zarządu

Sprawdziliśmy w KRS skład zarządu spółek z bazy. Dane ma 229 firm. W 79,5% z nich zarząd liczy jedną albo dwie osoby, więc w tej wielkości firm decyzja zakupowa zwykle szybko trafia do prezesa albo wspólnika. Komitet zakupowy jest tu mniejszy niż w korporacji, ale nadal obejmuje osoby spoza zarządu, które oceniają ofertę na co dzień.



Liczba członków zarządu; 229 spółek z danymi w KRS.

74,7%

firm z radaru ma w radarze co najmniej jednego decydenta z imienia, nazwiska i funkcji, najczęściej prezesa albo członka zarządu.

Zdjęcie: Mike van Schoonderwalt, Pexels.

Cztery wnioski dla kampanii ABM na tym rynku

01 Lista do kampanii będzie krótka

Z całej bazy do kampanii od razu nadaje się kilka procent firm. Lepiej prowadzić je starannie, niż rozsyłać wiadomości do setek.

02 Hasło ze strony rzadko wystarczy jako punkt zaczepienia

Skoro strony mówią podobnie, pierwsze zdanie wiadomości warto oprzeć na fakcie o firmie: rekrutacji, nowym projekcie, zmianie w zarządzie.

03 Materiały do podesłania przygotuj sam

Większość firm nie publikuje regularnie, więc własny post albo opis wdrożenia to wartość, której odbiorca nie ma u siebie.

04 Do zarządu docierasz szybko, ale nie tylko do niego

Przy jednej albo dwóch osobach w zarządzie decyzja jest blisko. Warto jednak znać też osoby, które ocenią ofertę od strony technicznej.

Skąd te liczby

Źródło	Radar Radaru ICP dla rynku polskich software house'ów, firm IT services i MarTech. Stan danych: 21.10.2026.
Dane	Publiczne: strony firm (treść strony głównej, blog, case studies), rejestr KRS (skład zarządu), oferty pracy.
Baza procentów	288 firm w radarze, chyba że przy wykresie podano inaczej (frazy: 1716 stron; zarząd: 229 spółek z danymi w KRS).
Ocena gotowości	Analitik AI Radaru ocenia sygnały zakupowe i dopasowanie każdej firmy; podział na cztery grupy opisuje strona 6.
Anonimizacja	Raport podaje wyłącznie liczby zbiorcze. Nie zawiera nazw firm, osób ani danych klientów Radaru ICP.
Reguła 95-5	J. Dawes, Ehrenberg-Bass Institute, „Advertising effectiveness and the 95-5 rule”, 2021.

RADAR ICP

Te same dane dla Twojego rynku, co tydzień

Radar ICP wybiera firmy dopasowane do Twojego profilu klienta i z aktualnym sygnałem zakupowym, znajduje osoby z komitetu zakupowego i rozpisuje kampanię ABM na codzienne zadania. Wiadomości wysyłasz Ty, ze swojego profilu.

radaricp.com/demo

Zdjęcia: Wojciech Wyszkowski, Daniil Komov, Sydney Sang, Mike van Schoonderwalt, CHRIS KROLAK (Pexels). Kolejne wydanie: listopad 2026.