

Исследование тенденций на рекламном рынке 2023

Исследовательский Центр АКАР / АРИР / РАМУ
Москва
Июнь 2023

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

NMI
GROUP

Ключевые выводы – медиамикс

- Диджитал медиа (54%) и телевидение (48%) лидируют среди медиа, которые использовали клиенты опрошенных агентств с июня 2022 по конец мая 2023 года;
- Респонденты предполагают, что при планировании рекламных кампаний во второй половине 2023 года их клиенты в первую очередь будут использовать следующие медиа: эфирное телевидение (52%), диджитал медиа (52%), наружную рекламу (50%);

Ключевые выводы – клиенты

- Рекламный рынок адаптируется к кризису – у 52% опрошенных агентств количество клиентов с начала июня 2022 по конец мая 2023 не изменилось;
- У 31% опрошенных появились новые клиенты, у 17% – количество клиентов сократилось;
- У 58% агентств, у которых увеличилась доля клиентов, прирост новых клиентов с начала июня 2022 по конец мая 2023 составил от 20 до 40%;
- У 31% агентств, потерявших клиентов с начала июня 2022 по конец мая 2023, сокращение клиентов составило от 20% до 40%.

Ключевые выводы – клиенты

- 85% клиентов, которые начали работать с опрошенными агентствами, – отечественные;
- Чаще всего клиенты, с которыми опрошенные агентства работают в настоящее время, включая новых клиентов, работают в следующих сферах бизнеса: 54% – FMCG, 48% – продукты питания и напитки, 42% – фармацевтика и медицинские услуги;
- 63% клиентов, которые покинули рекламный рынок с июня 2022 по конец мая 2023 – европейские по региону их происхождения;
- Среди отраслей клиентов, которые прекратили работать с рекламными агентствами с июня 2022 по конец мая 2023 лидирует FMCG (40%), одежда, обувь, аксессуары (33%).

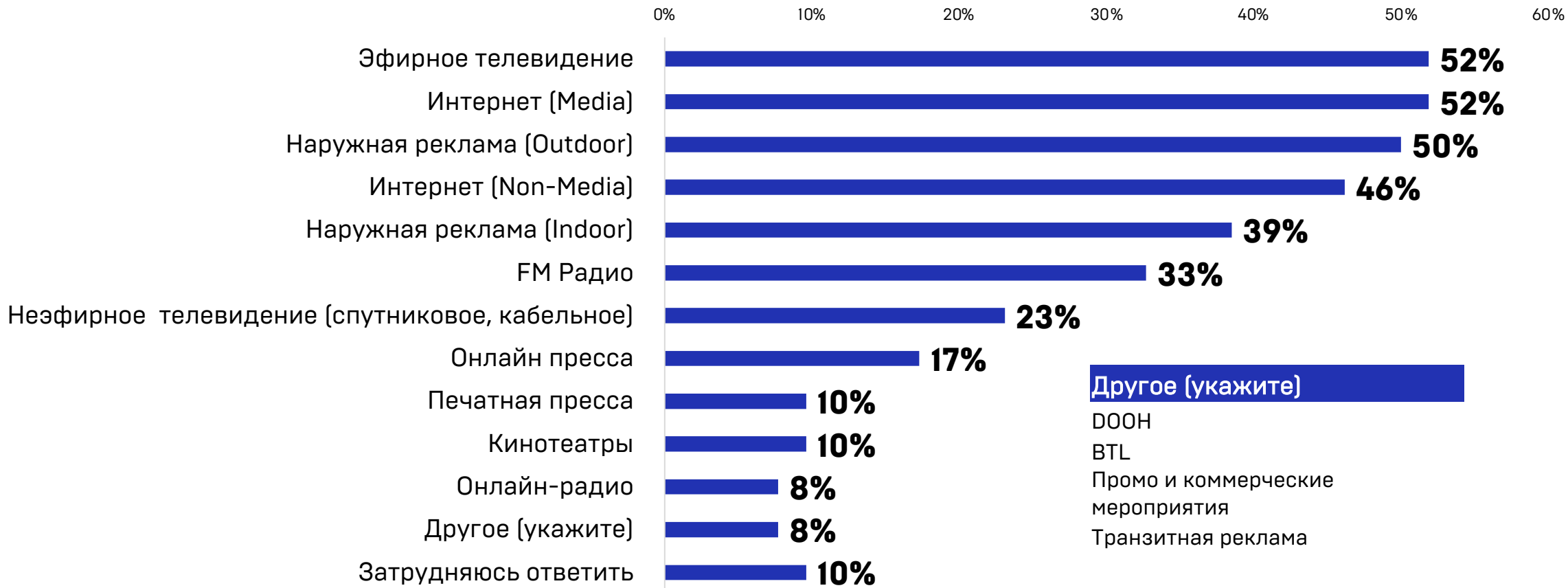
Какие медиа ваши клиенты использовали в рекламных кампаниях с начала июня 2022 по конец мая 2023 года?



Укажите, какие медиа ваши клиенты использовали в рекламных кампаниях с начала июня 2022 по конец мая 2023 года?

- Диджитал медиа (54%) и телевидение (48%) лидируют среди медиа, которые использовали клиенты опрошенных агентств с июня 2022 по конец мая 2023 года;
- 43% клиентов опрошенных агентств использовали медиамиксе диджитал нон-медиа;
- 39% использовали в рекламных кампаниях FM-радио;
- 38% - наружную рекламу (Outdoor);
- У трети опрошенных (33%) клиенты использовали в медиамиксах Indoor-рекламу с июня 2022 по конец мая 2023 года.

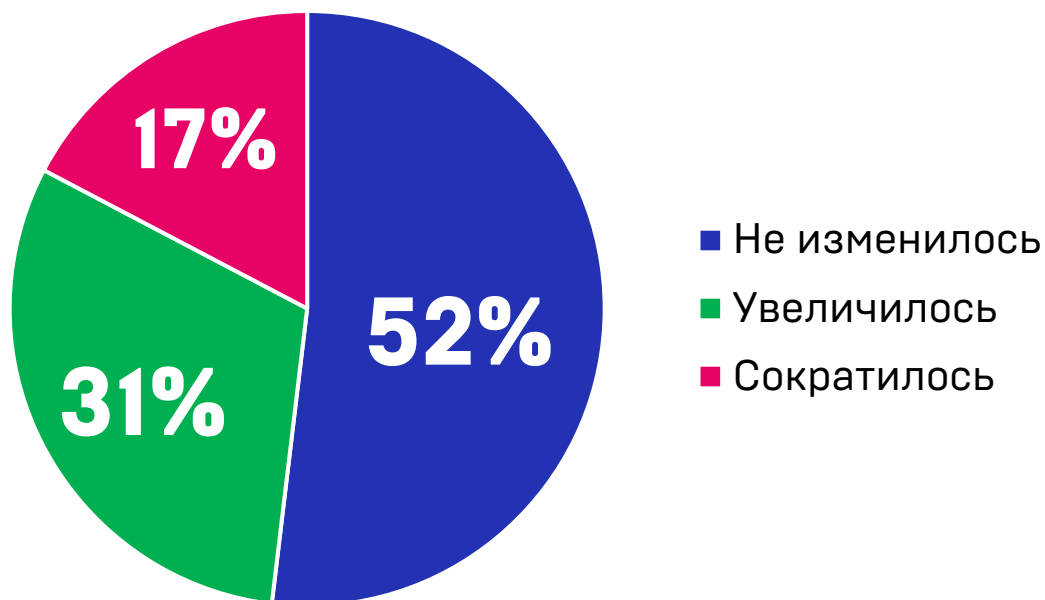
Какие медиа ваши клиенты планируют использовать в рекламных кампаниях во второй половине 2023 года (с июня по декабрь)?



Какие медиа ваши клиенты планируют использовать в рекламных кампаниях во второй половине 2023 года (с июня по декабрь)?

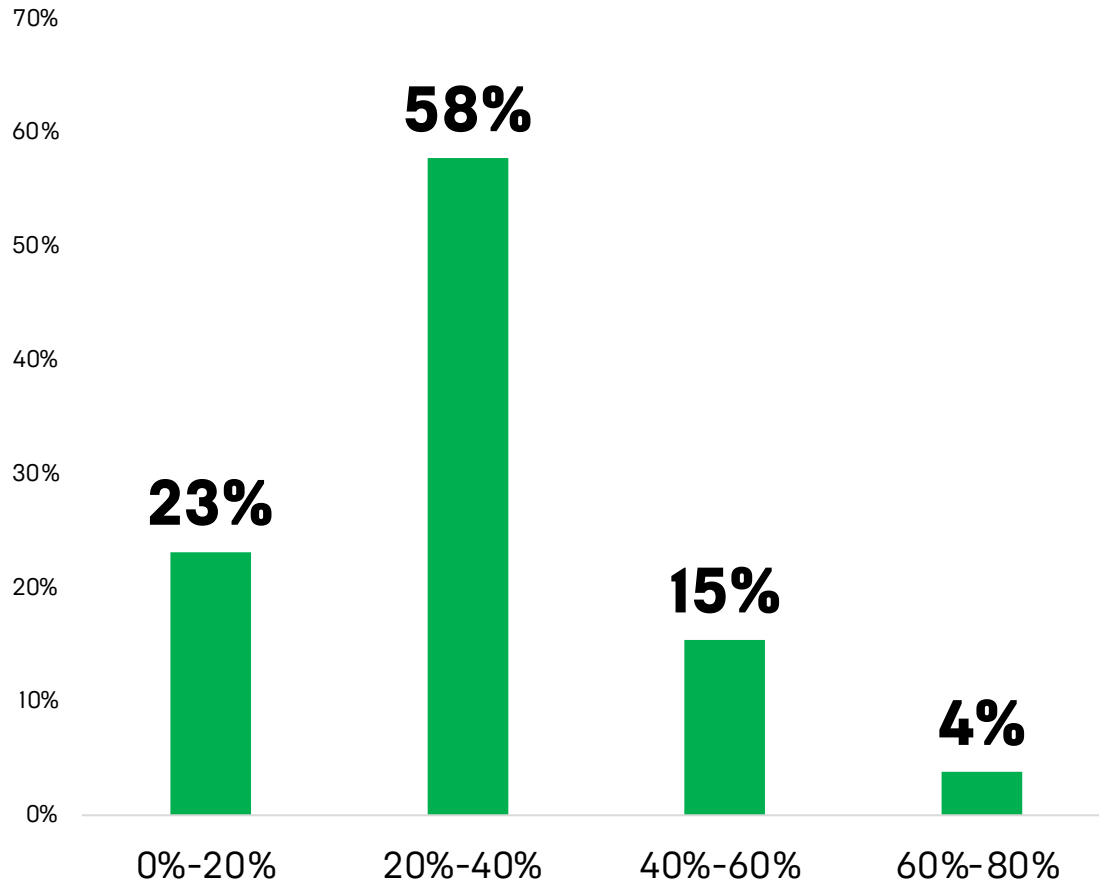
- Респонденты предполагают, что при планировании рекламных кампаний во второй половине 2023 года их клиенты в первую очередь будут использовать следующие медиа: эфирное телевидение (52%), диджитал медиа (52%), наружную рекламу (50%);
- 46% ответили, что их клиенты планируют использовать в рекламных кампаниях диджитал нон-меда услуги;
- 39% предполагают использовать Indoor;
- 33% при планировании рекламных кампаний второй половины 2023 года собираются использовать FM-радио.

Как изменилось количество клиентов вашей организации за период с начала июня 2022 по конец мая 2023 года:



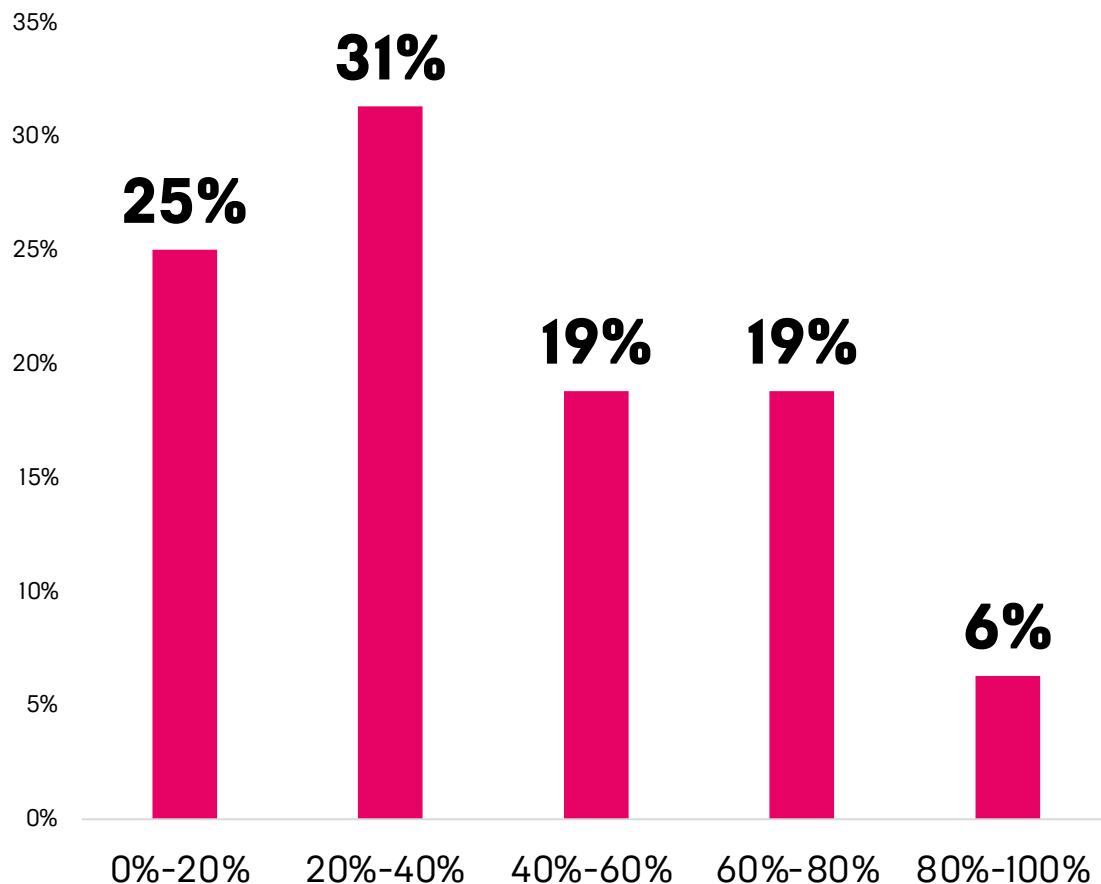
- Рекламный рынок адаптируется к кризису – у 52% опрошенных агентств количество клиентов с начала июня 2022 по конец мая 2023 не изменилось;
- Почти у каждого третьего агентства (31% опрошенных) появились новые клиенты;
- У 17% респондентов количество клиентов за последний год сократилось.

Сколько клиентов начали работать с Вашей организацией с начала июня 2022 по конец мая 2023:



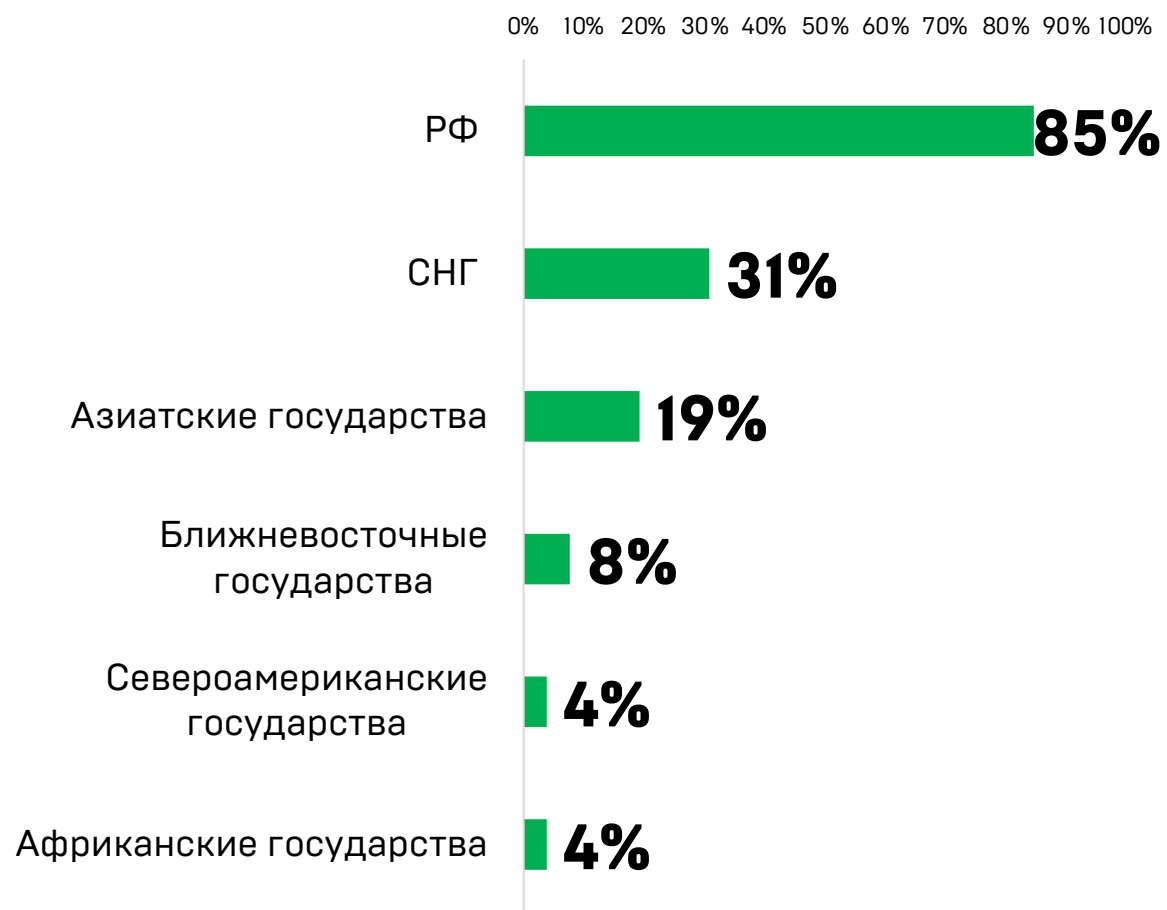
- У 58% агентств, у которых увеличилась доля клиентов, прирост новых клиентов с начала июня 2022 по конец мая 2023 составил от 20 до 40%;
- У четверти опрошенных (23%) доля новых клиентов увеличилась до 20%.

Сколько клиентов прекратили работать с вашей организацией с начала июня 2022 по конец мая 2023:



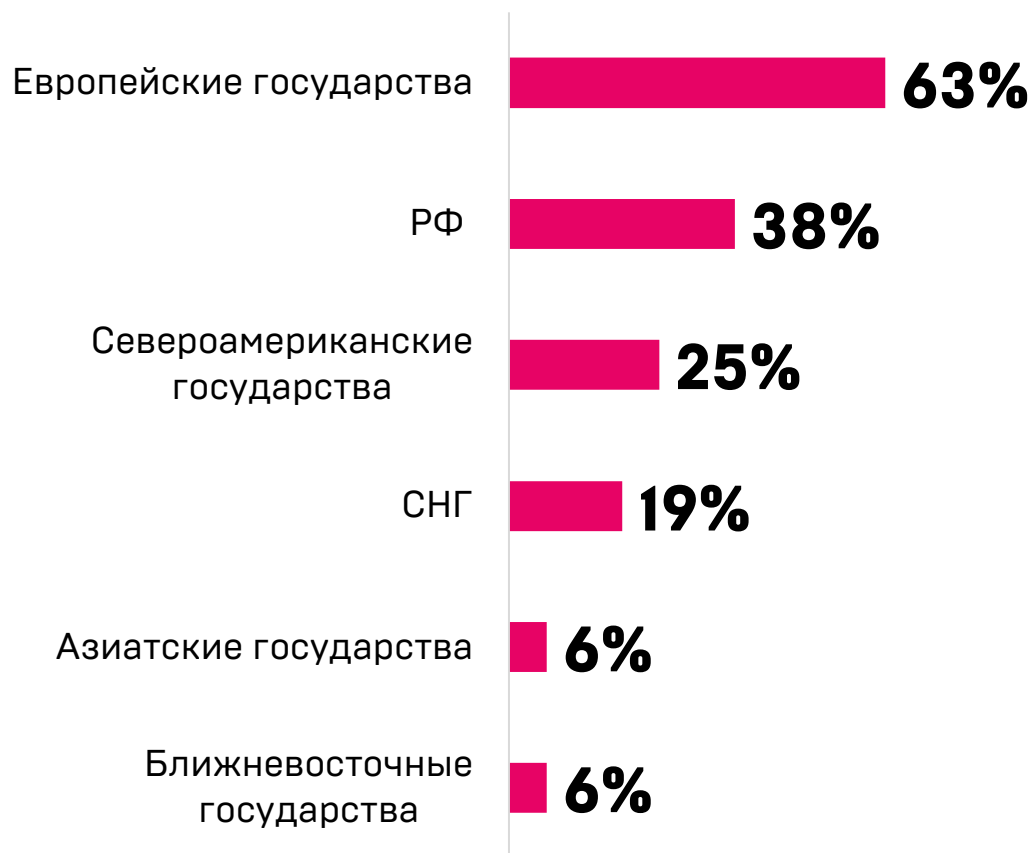
- У 31% агентств, потерявших клиентов с начала июня 2022 по конец мая 2023, сокращение клиентов составило от 20% до 40%;
- У четверти агентств (25%) сокращение клиентов составило 0-20%;
- У 19% опрошенных потеря клиентов составила от 40% до 60%.

Укажите регион происхождения клиентов, которые начали работать с вашей организацией с начала июня 2022 по конец мая 2023:



- 85% клиентов, которые начали работать с опрошенными агентствами, - отечественные;
- 31% новых клиентов – из стран СНГ;
- 19% клиентов, которые вышли на рекламный рынок и начали работать с российскими агентствами – азиатские по региону их происхождения.

Укажите регион происхождения клиентов, которые прекратили работать с Вашей организацией с июня 2022 по конец мая 2023



63% клиентов, которые покинули рекламный рынок с июня 2022 по конец мая 2023 - европейские по региону их происхождения.

Укажите сферы бизнеса клиентов, с которыми вы работаете в настоящее время (включая новых клиентов за последний год):



Укажите сферы бизнеса клиентов, с которыми вы работаете в настоящее время (включая новых клиентов за последний год):

Варианты ответов «Другое» [26%]

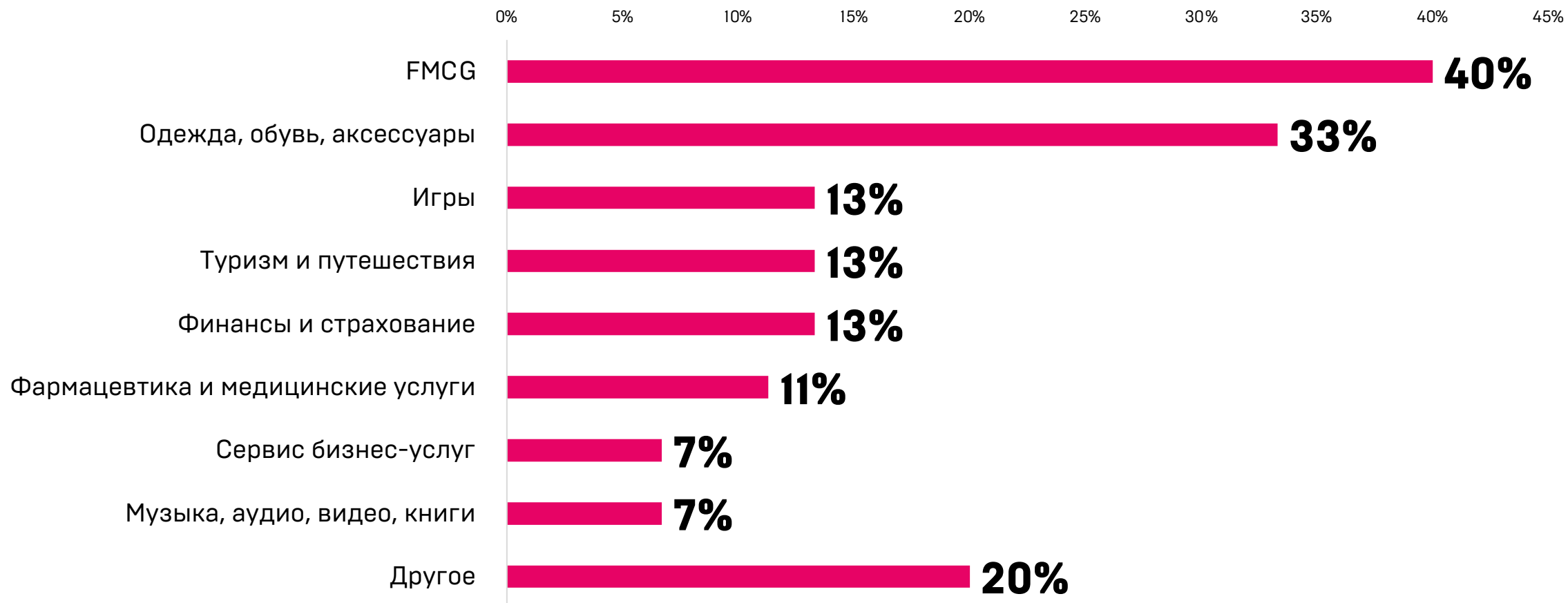
- Транспорт (такси, каршеринг, ж/д и авиа);
- Сервис бизнес-услуг;
- Спорт и Фитнес;
- Автомобили;
- Букмекерские конторы;
- Образование и учеба;
- Товары для дома и сада;
- Коммуникаторы, мессенджеры и другие; средства коммуникации онлайн;
- Новости и СМИ;
- ТЭК;
- Строительство, ремонт;
- Сотовая / мобильная связь;
- Интернет-СМИ, порталы / сервисы;
- Онлайн-кинотеатры;
- Промышленное производство;
- Игры;
- Киберспорт;
- Трудоустройство и сервисы поиска работы;
- Финансовые технологии;
- Сельское хозяйство;
- Сервисы знакомств и досуга;
- Музыка, аудио, видео, книги;
- Горнодобывающая отрасль;

Укажите сферы бизнеса клиентов, с которыми вы работаете в настоящее время (включая новых клиентов за последний год):

Чаще всего клиенты, с которыми опрошенные агентства работают в настоящее время, включая новых клиентов, работают в следующих сферах бизнеса:

- 54% - FMCG;
- 48% - продукты питания и напитки;
- 42% - фармацевтика и медицинские услуги;
- Так же распространены следующие отрасли, которые заказывают рекламные услуги у агентств: ритейл (31%), косметика и красота (29%), одежда, обувь, аксессуары (27%), финансы и страхование (25%).

Укажите сферы бизнеса клиентов, которые прекратили работать с вашей организацией с июня 2022 по май 2023



Укажите сферы бизнеса клиентов, которые прекратили работать с вашей организацией с июня 2022 по май 2023

Варианты ответов «Другое» (20%)

- Продукты питания и напитки
- Образование и учеба
- Косметика и красота
- Недвижимость
- Спорт и Фитнес
- Строительство, ремонт
- Киберспорт
- Программное обеспечение

Укажите сферы бизнеса клиентов, которые прекратили работать с вашей организацией с июня 2022 по конец мая 2023

- Среди отраслей клиентов, которые прекратили работать с рекламными агентствами с июня 2022 по конец мая 2023 лидирует FMCG (40%), одежда, обувь, аксессуары (33%);
- Также прекращали пользоваться услугами рекламных агентств клиенты из следующих сфер бизнеса – игры (13%), туризм и путешествия (13%), финансы и страхование (13%), фармацевтика и медицинские услуги (11%).

Методология и статистика исследования

Данные получены в результате электронного опроса рекламных агентств методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения Alchemer.

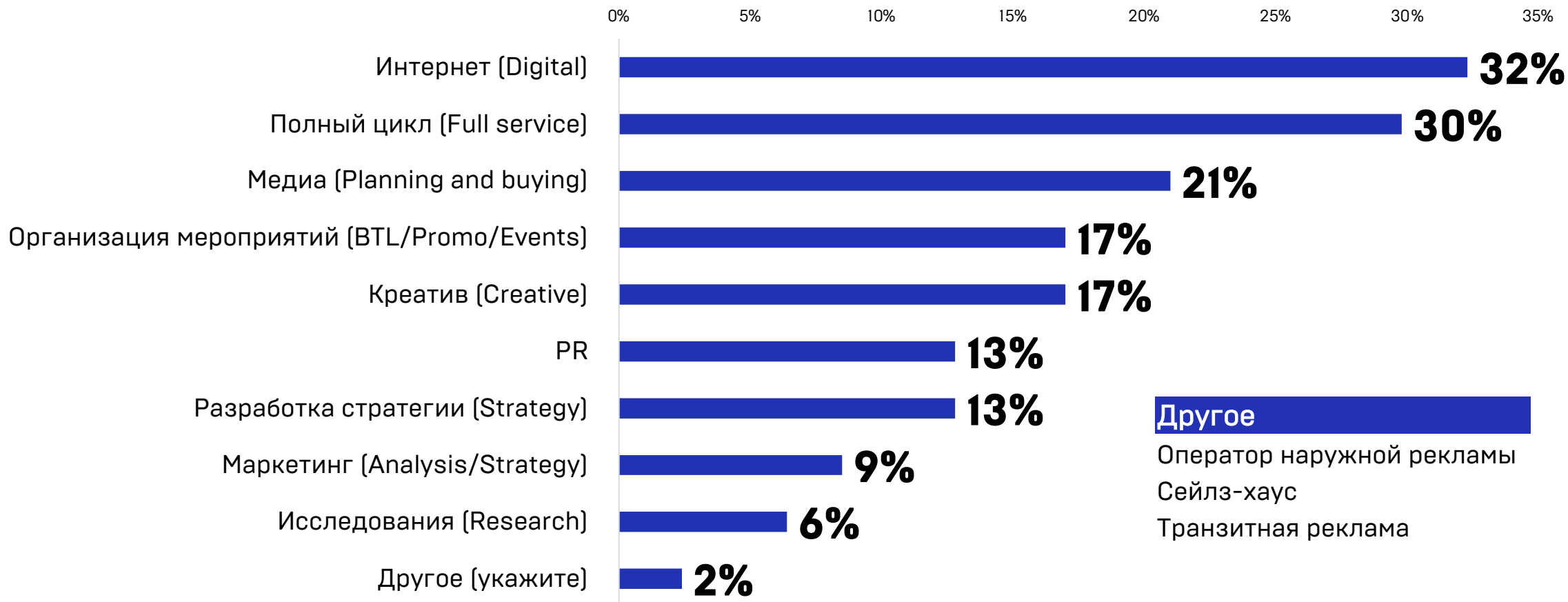
Всего получено 90 анкет.

Данные собраны, обработаны и презентованы ИЦ АКАР/АРИР/РАМУ

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 7 июня – 13 июня 2023;
- Распространение анкеты по рекламодателям и рекламным агентствам: 13 июня – 21 июня 2023;
- Обработка и анализ полученных данных: 22 июня 2023;
- Подготовка отчета: 23 июня 2023.

Участники Исследования

Укажите специализацию Вашего агентства (не более 3-х вариантов ответа):



Участники исследования - описание

- 32% опрошенных рекламных агентств специализируются на интерактивной рекламе;
- 30% респондентов, принявших участие в исследовании – агентства полного цикла;
- 21% агентств - медийные;
- 17% - специализируются в маркетинговых услугах и столько же (17%) – в креативе.

КОНТАКТЫ

**РУКОВОДИТЕЛЬ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/АРИР/РАМУ**

Николай Васильев
nv@akarussia.ru

**МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА АКАР/АРИР/РАМУ**

Никита Баркевич
n.barkevich@akarussia.ru