

Αποτελέσματα έρευνας

# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

Ετοιμάστηκε για την



από την



Η FORECOMM\_s είναι μια έρευνα οικονομικού κλίματος που εστιάζει

- αφ' ενός στις **εκτιμήσεις στελεχών διαφημιζομένων** για την **πορεία** της **επιχείρησής** τους **αλλά και**, γενικότερα, του **κλάδου** στον οποίο δραστηριοποιούνται
- αφ' ετέρου στους **προϋπολογισμούς τμημάτων marketing** για τις **ενέργειες υποστήριξης** των προϊόντων τους: Η ιδέα είναι ότι **υψηλότεροι προϋπολογισμοί αντικατοπτρίζουν** αλλά και **προοιωνίζουν αναπτυξιακές τάσεις** στην αγορά, ενώ αντίστοιχα **μειωμένοι προϋπολογισμοί αντικατοπτρίζουν** και **προοιωνίζουν υφεσιακές τάσεις**

Ιδιαίτερη έμφαση στο **δείγμα** της έρευνας δίνεται σε **διαφημιστικές εταιρείες** που απαντούν για τους **προϋπολογισμούς marketing** των πελατών τους: Κάθε **διαφημιστική** έρχεται σε **επαφή** με **πολλούς πελάτες**, από **διαφορετικούς χώρους** – έτσι οι **εκτιμήσεις** των **διαφημιστών λειτουργούν** ως **expert opinions** που **συμπληρώνουν** τις **πρωτογενείς εκτιμήσεις** των **διαφημιζομένων**

Η FORECOMM\_s οργανώνεται από την **ΕΔΕΕ** και η συλλογή των πληροφοριών γίνεται από την **Abacus SA** ανά 3μηνο από τον Δεκέμβριο του 2016 μέχρι σήμερα.

## ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

On line, δομημένο **ερωτηματολόγιο** μέσης διάρκειας ~5'

## ΚΑΛΥΨΗ

**Εταιρείες** με έδρα στην Ελλάδα, **διαφημιζόμενοι & εταιρείες επικ/νίας**

## ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

- **Εμπορικοί** Διευθυντές
- Διευθυντές **Marketing** ή
- **Στελέχη** παρόμοιας αρμοδιότητας

## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

ΑΝΑ ΚΥΜΑ n = 150  
 ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΚΥΜΑ  
**n = 157**

## ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- **Εταιρείες επικοινωνίας:**  
Μέλη ΕΔΕΕ
- **Διαφημιζόμενοι:**  
Επιχειρηματικοί κατάλογοι, πελάτες μελών ΕΔΕΕ

## ΣΥΣΤΑΣΗ & ΔΟΜΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

### Δύο υπό-δείγματα:

- ~1/3 εταιρείες επικοινωνίας
  - ~2/3 διαφημιζόμενοι
- Οι διαφημιζόμενοι καλύπτουν:
- παραγωγή
  - εμπόριο
  - υπηρεσίες προς καταναλωτές (B2C) και προς επιχειρήσεις (B2B) σε αναλογία προς τα δειγματοληπτικά πλαίσια

## ΓΕΝΙΚΕΥΣΗ & ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Το κάθε **υπό-δείγμα** επαρκώς αντιπροσωπευτικό για τον **κλάδο του** (επικοινωνία/διαφημιζόμενοι), το **σύνολο** απλώς **ενδεικτικό**.

## ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Ανά **3μηνο**, 4 φορές το χρόνο (**Q1, Q2, Q3, Q4**)

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΔΕΙΓΜΑ
2018 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018	n = 157
2018 Q2	ΙΟΥΝΙΟΣ 2018	n = 153
2018 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2018	n = 162
2017 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2017	n = 185
2017 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017	n = 169
2017 Q2	ΙΟΥΝΙΟΣ 2017	n = 161
2017 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2017	n = 158
2016 Q4	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016 - ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2017	n = 181

## AGENCIES

Στελέχη εταιρειών Επικοινωνίας / διαφημιστικών (**Μέλη ΕΔΕΕ**). Οι απαντήσεις τους παρουσιάζονται ανά 6μηνο με ελάχιστη βάση  $n=100$ . Στις ερωτήσεις προϋπολογισμών απαντούν για τους προϋπολογισμούς των πελατών τους

## ADVERTISERS

Στελέχη διαφημιζομένων – κυρίως **πελάτες μελών ΕΔΕΕ** – αντιπροσωπεύουν το σύνολο της αγοράς. Οι απαντήσεις τους παρουσιάζονται ανά 3μηνο με ελάχιστη βάση  $n=100$

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Οι **ερωτώμενοι** απαντούν για την **επιχείρηση** στην οποία **είναι στελέχη**

## ΚΛΑΔΟΣ

Οι **ερωτώμενοι** απαντούν για την **αγορά** στην οποία **δραστηριοποιείται** η **επιχείρηση** στην οποία **είναι στελέχη**

## Q1, Q2, Q3, Q4

Το **πρώτο, δεύτερο, τρίτο** και **τέταρτο 3μηνο** (quarter) κάθε χρονιάς

## S1, S2

Το **πρώτο** και **δεύτερο 6μηνο** (semester) κάθε χρονιάς

## ΠΟΣΟΣΤΑ %

Τα **ποσοστά** αναφέρονται πάντα σε **ανθρώπους**, όχι σε ποσά ή άλλου είδους αυξήσεις/μειώσεις. Π.χ. **ΔΕΝ** αναθεωρήθηκε ο προϋπολογισμός κατά 15% προς τα πάνω **ΑΛΛΑ** 15% των στελεχών δηλώνουν ότι ο προϋπολογισμός αναθεωρήθηκε προς τα πάνω – άγνωστο πόσο

## ΙΣΟΖΥΓΙΟ

Τα **αποτελέσματα** της έρευνας παρουσιάζονται ως **ισοζύγια**. Το **ισοζύγιο** είναι το αποτέλεσμα της αφαίρεσης όσων αναφέρουν μια μείωση σε μια ερώτηση από εκείνους που αναφέρουν μια αύξηση. Παίρνει τιμές από **-100** έως **+100**. Ένα **θετικό ισοζύγιο** δείχνει **αύξηση** σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο ενώ ένα **αρνητικό** δείχνει **μείωση**. Όσο μεγαλύτερη είναι η απόκλιση από το μηδέν, τόσο μεγαλύτερη η αλλαγή.

# Advertisers

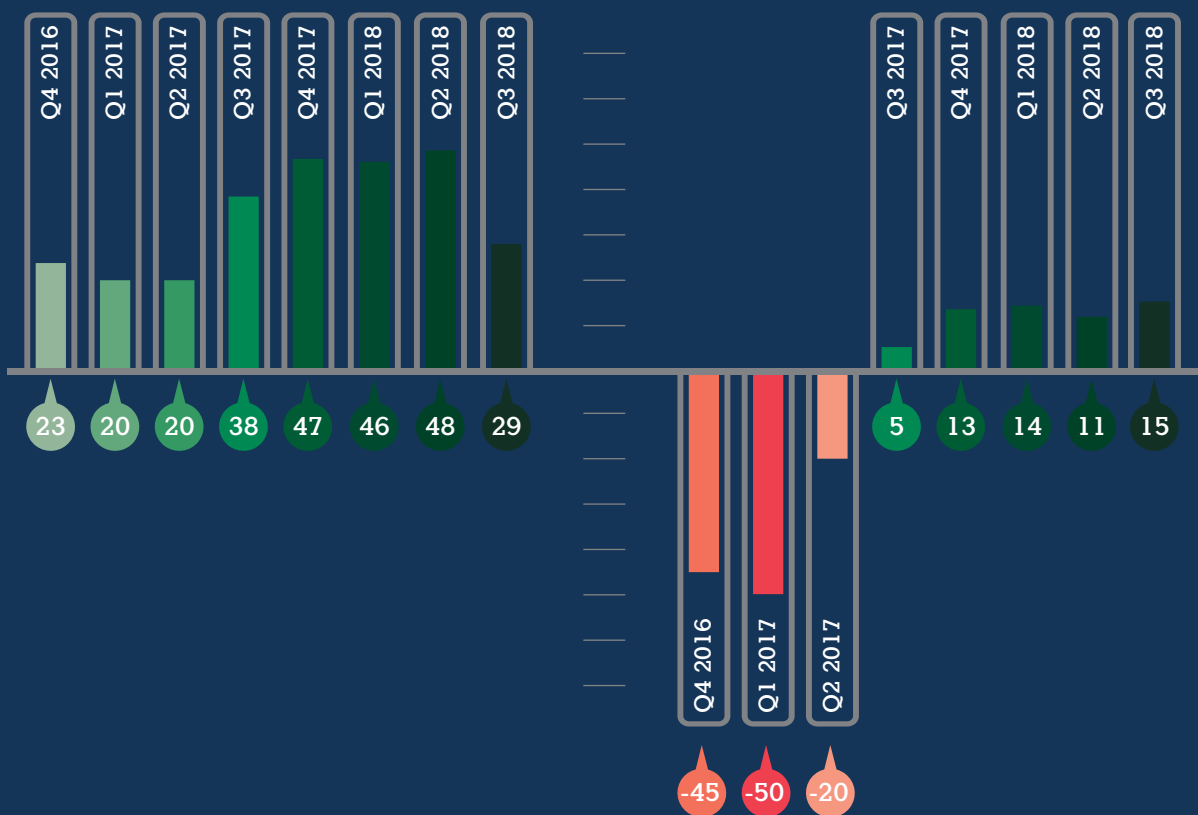
## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

ΣΗΜΕΡΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ  
 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

### Επιχείρηση

### Κλάδος



Το **θετικό κλίμα** συγκρατημένης αισιοδοξίας της προηγούμενης περιόδου **μετριαάζεται** – η **ανάπτυξη διστάζει**.

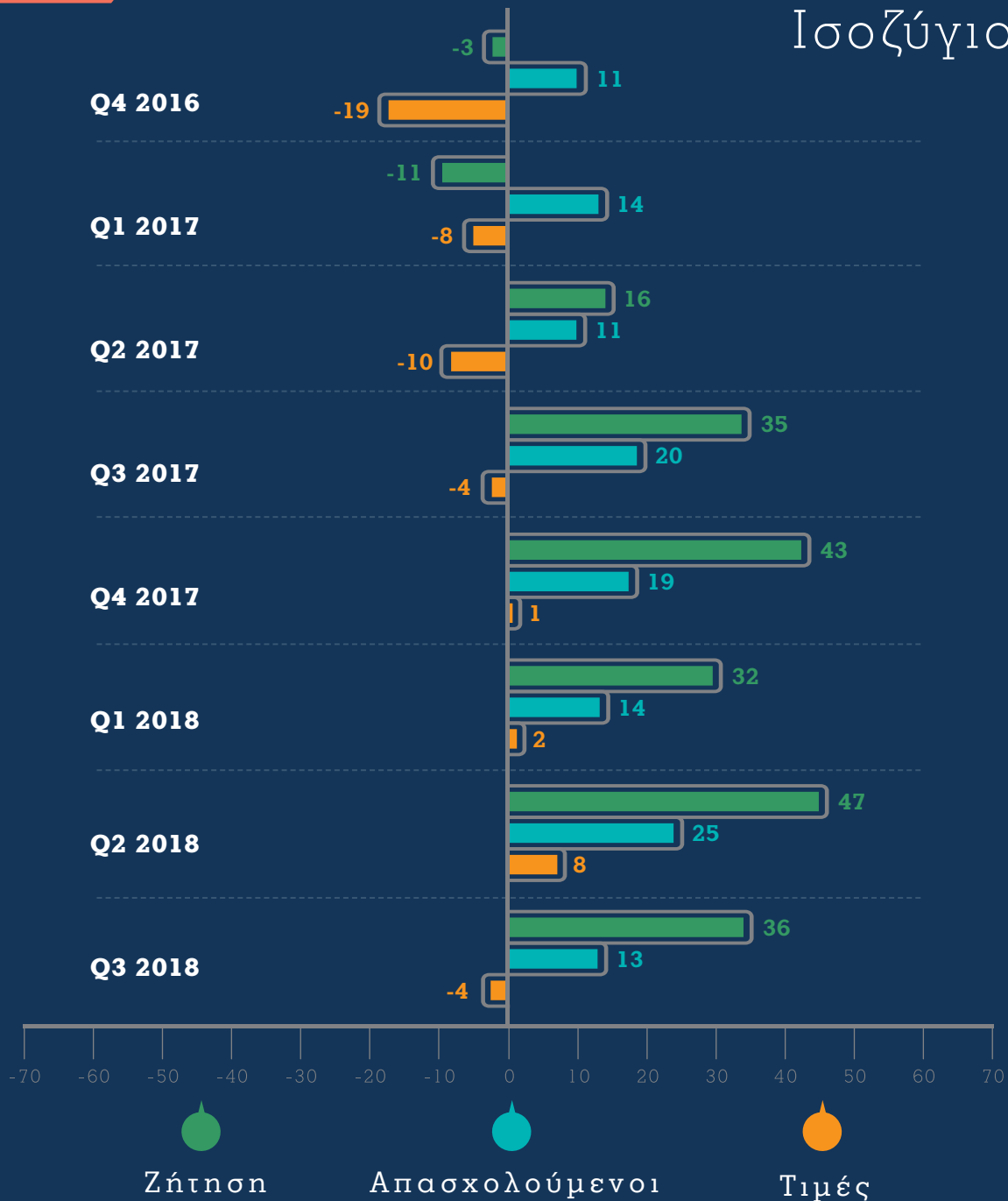
Πάντως για **πέμπτο** συνεχόμενο **3μηνο**, τα **στέλεχη της αγοράς** εκτιμούν **θετικά** τόσο την **πορεία** και τις **προοπτικές** της επιχείρησής τους (+ **29**, ήπιο **θετικά**), όσο και την **πορεία** του **κλάδου** στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρησή τους (+ **15**, επιφυλακτικά **θετικά**).

# Advertisers

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

Ισοζύγιο



Οι διαφημιζόμενοι εκτιμούν ότι η **Ζήτηση** για τα προϊόντα τους **αυξάνεται** και θα **συνεχίσει να αυξάνεται (+36)**.

Σε επίπεδο απασχόλησης οι διαφημιζόμενοι εξακολουθούν να δηλώνουν την **ανάγκη** τους για **νέους** εργαζόμενους, αν και σε **καμνότερο βαθμό** από την προηγούμενη περίοδο.

Οι **δειλές προσδοκίες** για ανάκαμψη των τιμών ανακόπονται στο **3ο 3μηνο** του 2018.

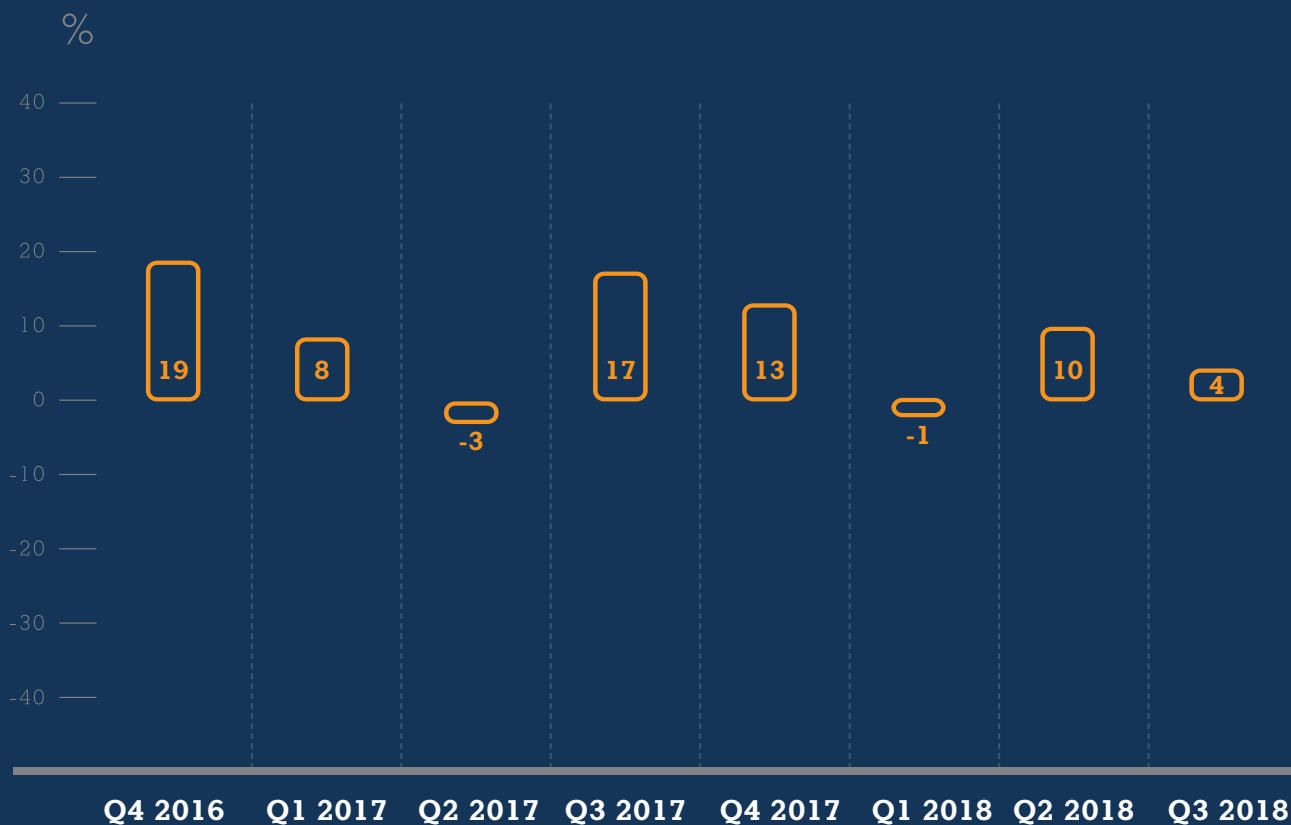
Συνολικά, εκφράζεται **αβεβαιότητα** στο **επιχειρηματικό περιβάλλον** που πιθανώς σχετίζεται με την **αβεβαιότητα** στην **πολιτική σκηνή**.

# Advertisers

## Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



Year to date

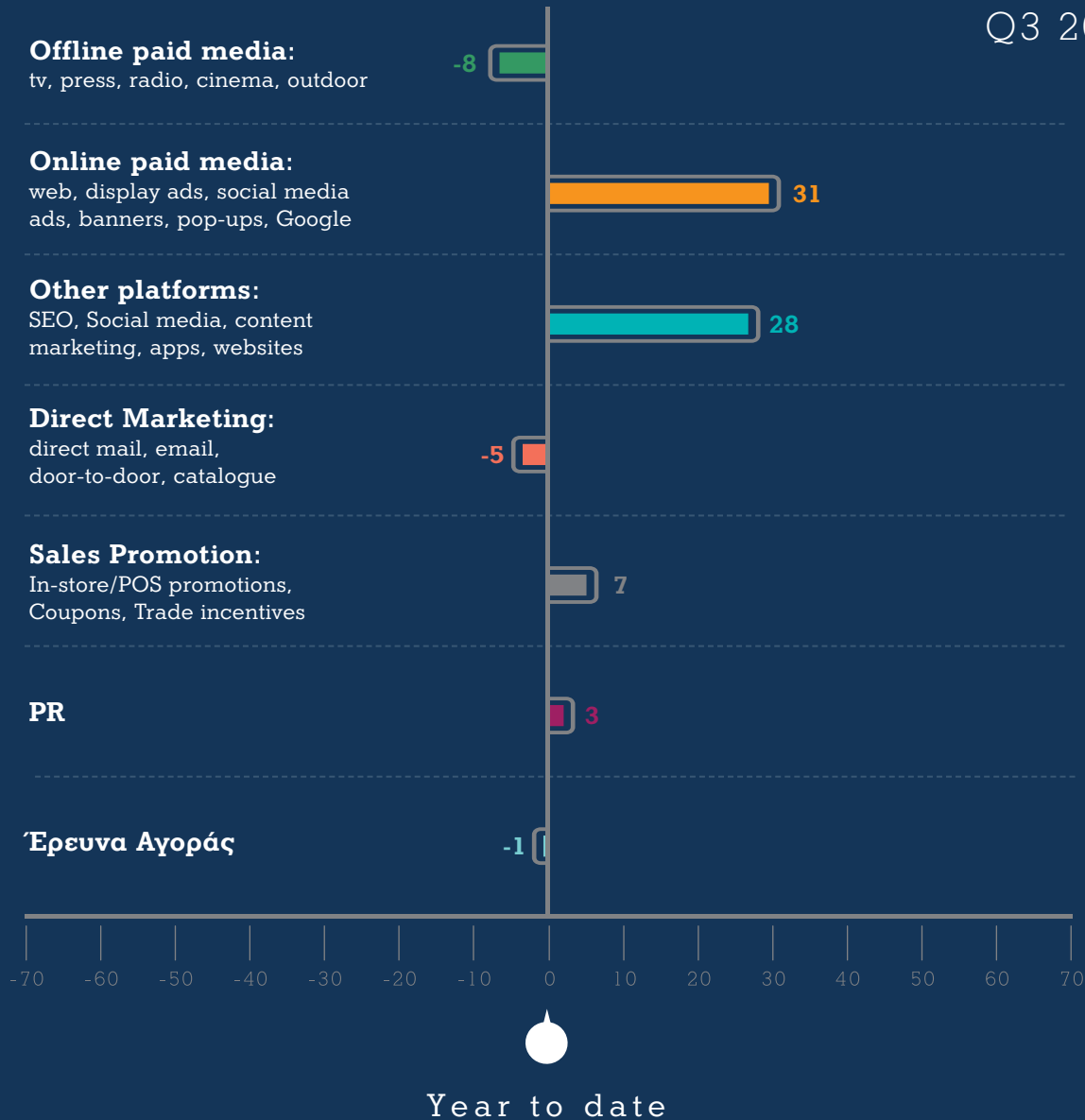
Τα στελέχη των **διαφημιζομένων** επανέρχονται κατά το **3ο 3μηνο** του έτους σε **συντηρητικές εκτιμήσεις (+4)** σχετικά με τους προϋπολογισμούς που αφορούν **ενέργειες marketing**.

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

Q3 2018



Το τρίτο 3μηνο του 2018 οι **on-line ενέργειες** είτε ως άμεση επικοινωνία (on line paid media) είτε ως αξιοποίηση πλατφορμών και εφαρμογών συνεχίζουν να **απορροφούν** το συντριπτικά **μεγαλύτερο μέρος** της πρόθεσης για **επένδυση** εκ μέρους των στελεχών της αγοράς (+31 και +28 αντίστοιχα).

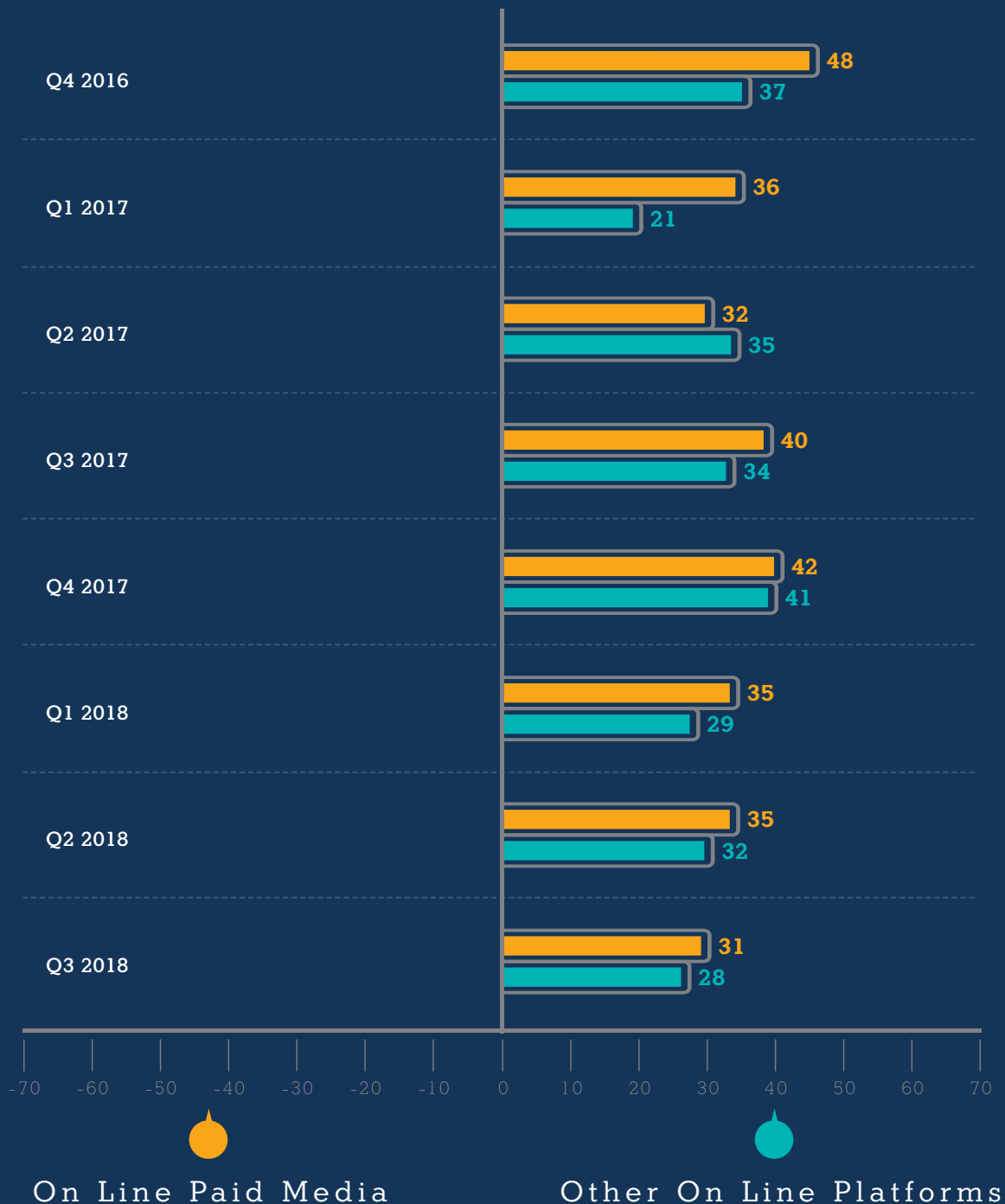
Οριακά **θετικό ενδιαφέρον** καταγράφεται επίσης για **προωθητικές ενέργειες (+7)**, ενώ τα off line media επανέρχονται σε **αρνητικό έδαφος (-8)**. **Μειωμένο** το ενδιαφέρον για ενέργειες **direct marketing (-5)** ενώ περίπου **σταθερές (+3, -1)** παραμένουν οι **άλλες ενέργειες** (PR και έρευνα αγοράς)



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

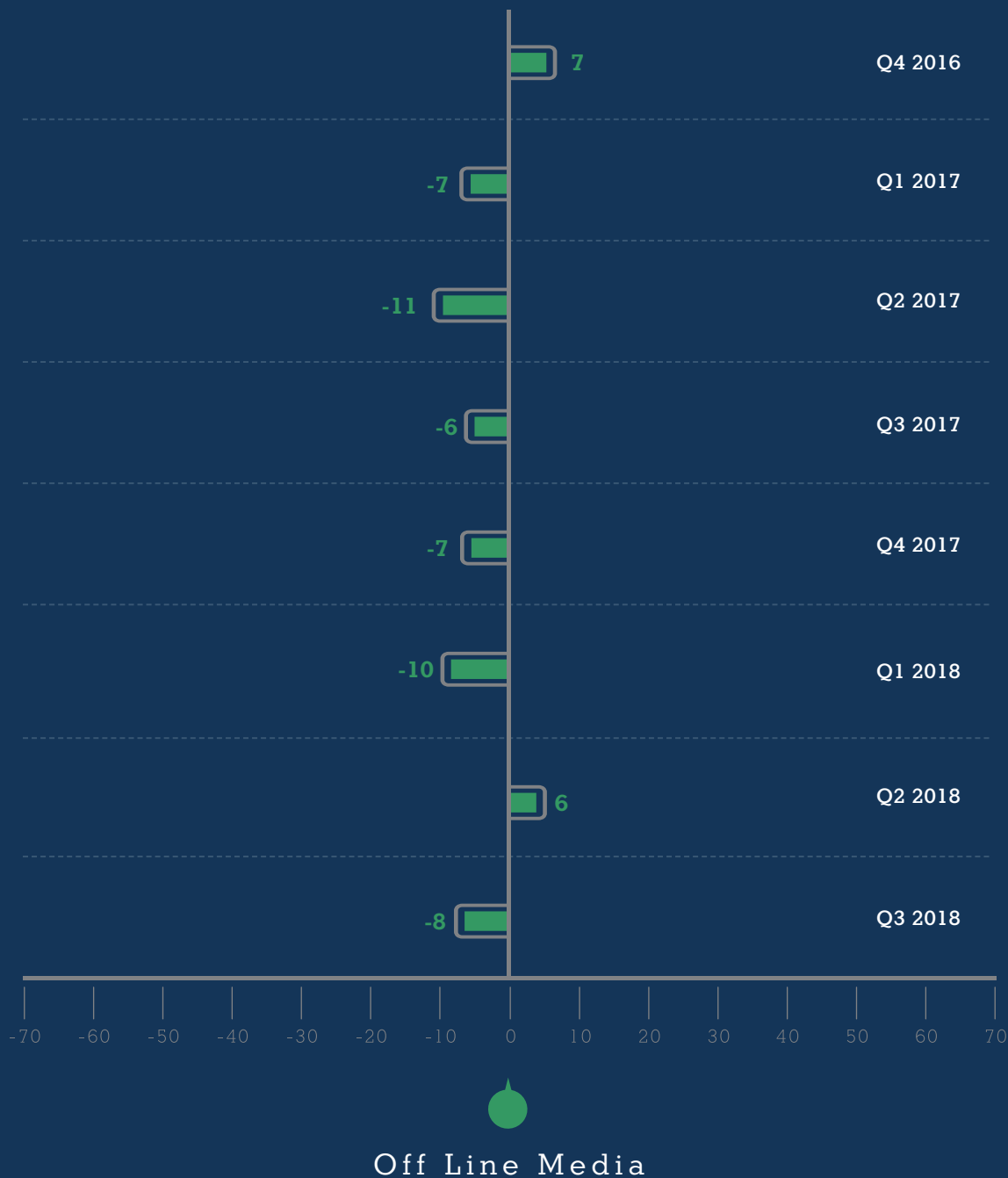


Οι **on line** ενέργειες **συνεχίζουν** για **8ο** συνεχόμενο **3μηνο** να **κινούνται αυξητικά**, είτε ως **paid media** (web, display ads, social media ads, banners, pop ups, Google: +31), είτε ως **επένδυση** σε **άλλες πλατφόρμες** (SEO,

social media, content marketing, apps, websites: **+28**): Οι μεγάλοι διαφημιζόμενοι **σταθερά εκτιμούν** ότι όλο και περισσότερα **κονδύλια διοχετεύονται** κατά **προτεραιότητα** σε **on line** ενέργειες **σε σχέση** με τις **άλλες ενέργειες marketing**.

# Advertisers Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

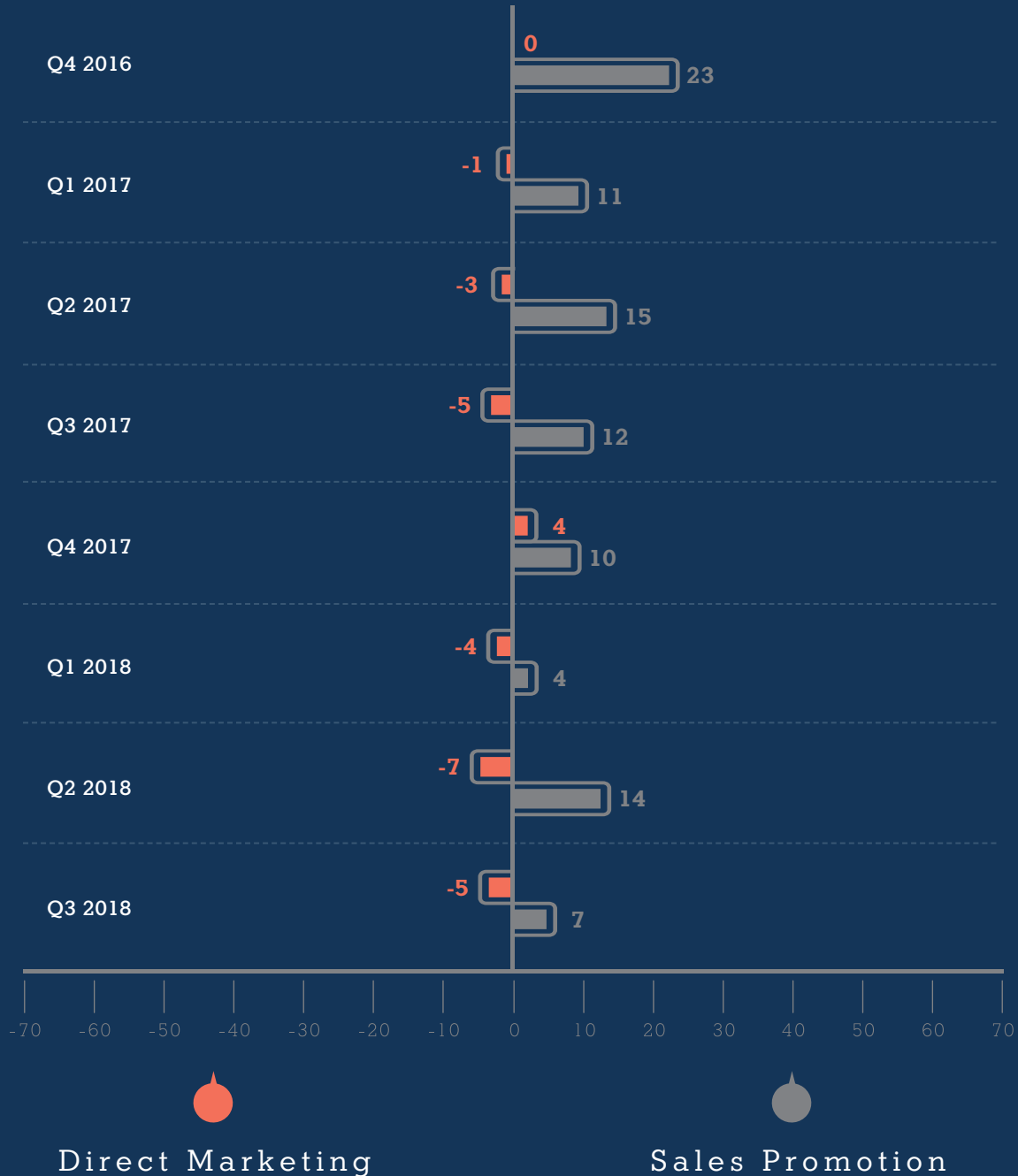


Η διάθεση από-επένδυσης από τα **offline media** εκ μέρους των διαφημιζομένων επανέρχεται κατά το **3ο 3μηνο του 2018 (-8)** – η «**άνοιξη**» του **2ου 3μήνου** του έτους **δεν είχε συνέχεια**.

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018



Η διάθεση των διαφημιζόμενων για επένδυση σε ενέργειες **Direct Marketing** κατά το 3ο 3μηνο του 2018 παραμένει **ελαφρά αρνητική (-5)**.

Οι προωθητικές ενέργειες είναι η μόνη από τις παραδοσιακές ενέργειες marketing που καταγράφει **σταθερά θετική τάση** περαιτέρω επένδυσης σύμφωνα με τους διαφημιζόμενους. Κατά το 3ο 3μηνο του 2018 η **αυξητική** αυτή τάση καταγράφεται **μετριασμένη** σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο 3μηνο (+7 έναντι +14).

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

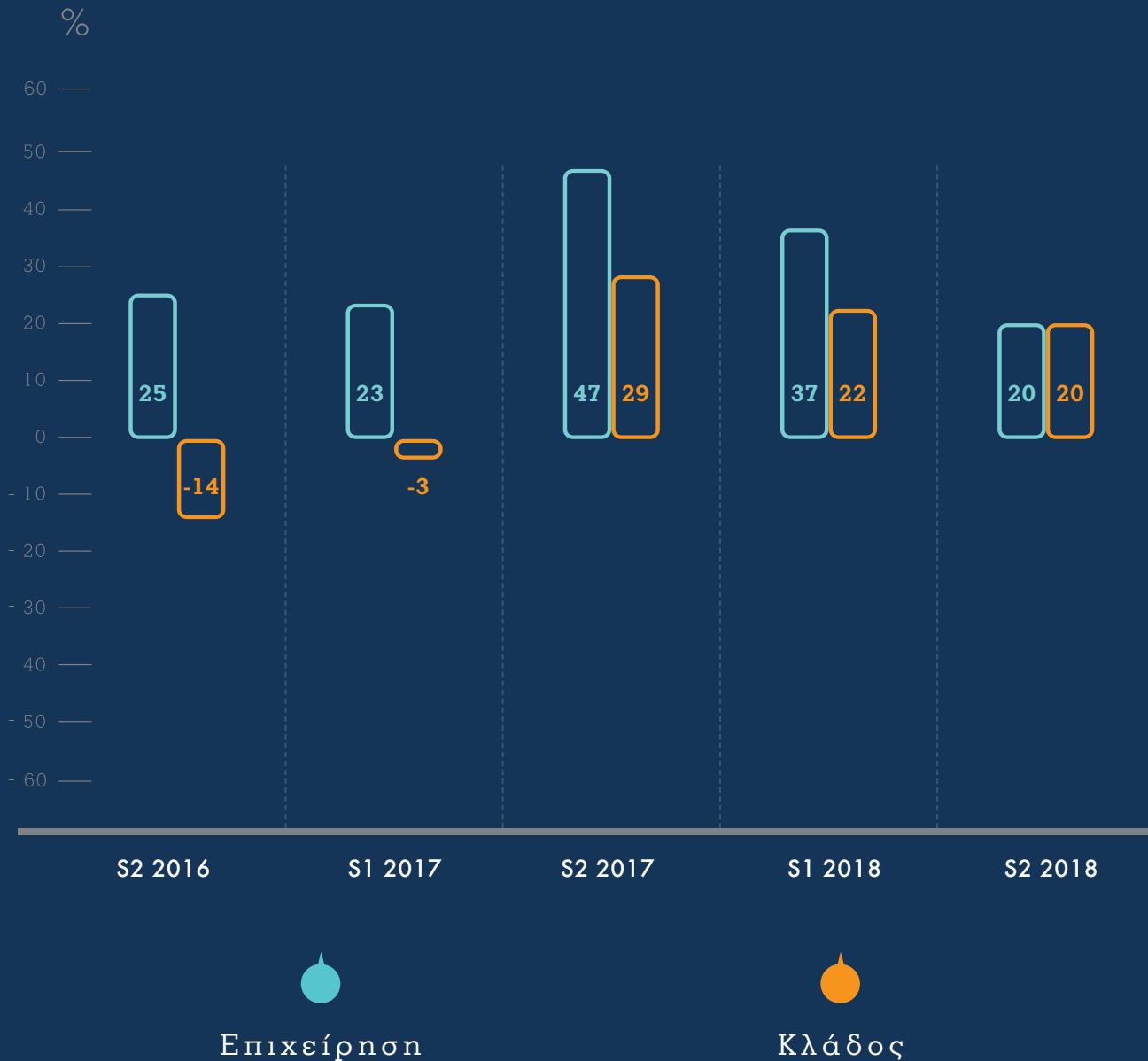


Οι διαφημιζόμενοι δεν «βλέπουν» αλλαγές όσον αφορά στην επένδυσή τους σε **ενέργειες δημοσίων σχέσεων (+3)** ή/και σε έρευνα αγοράς **(-1)**.

# Agencies

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018



Οι εκτιμήσεις των στελεχών της διαφημιστικής αγοράς παραμένουν σε **θετικό έδαφος** τόσο όσον αφορά την **πορεία της επιχείρησής τους**, όσο και σε σχέση με την **πορεία του κλάδου** γενικότερα.

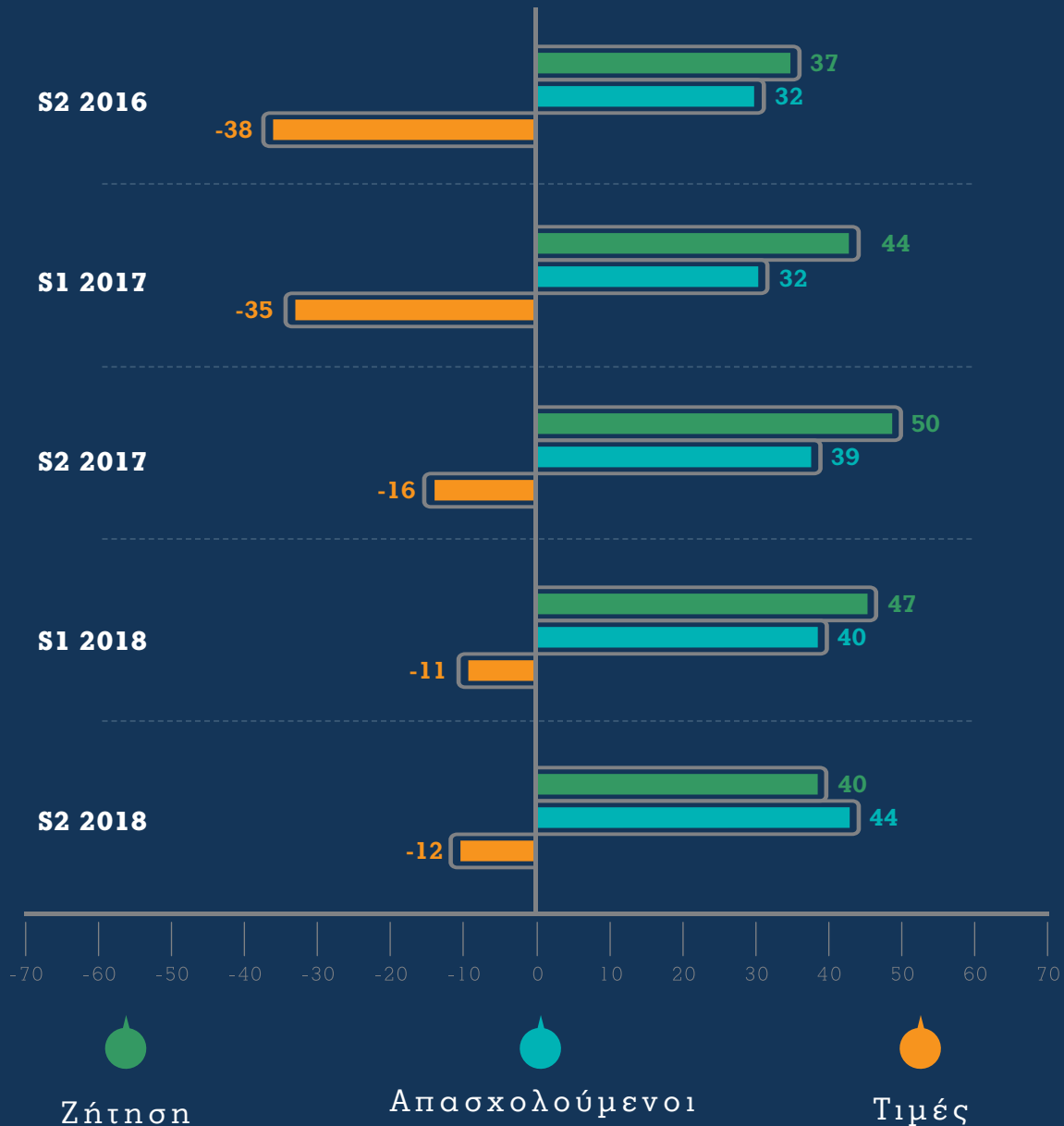
Η διπλή αυτή **θετική εκτίμηση** παραμένει σταθερή για τρίτο συνεχόμενο **βήμα**. Η **κάμψη της θετικής εκτίμησης** για την πορεία της επιχείρησής τους, θα πρέπει να θεωρηθεί ως σημάδι **αβεβαιότητας** των στελεχών της **διαφημιστικής αγοράς**.

# Agencies

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

Ισοζύγιο



### ΖΗΤΗΣΗ

Η αγορά της επικοινωνίας συνεχίζει να εκτιμά ότι η **ζήτηση** για τις υπηρεσίες της **αυξάνεται (+40)**.

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι εταιρείες επικοινωνίας που **αυξάνουν** το προσωπικό τους είναι **σταθερά περισσότερες** από αυτές που το **μειώνουν (+44)**.

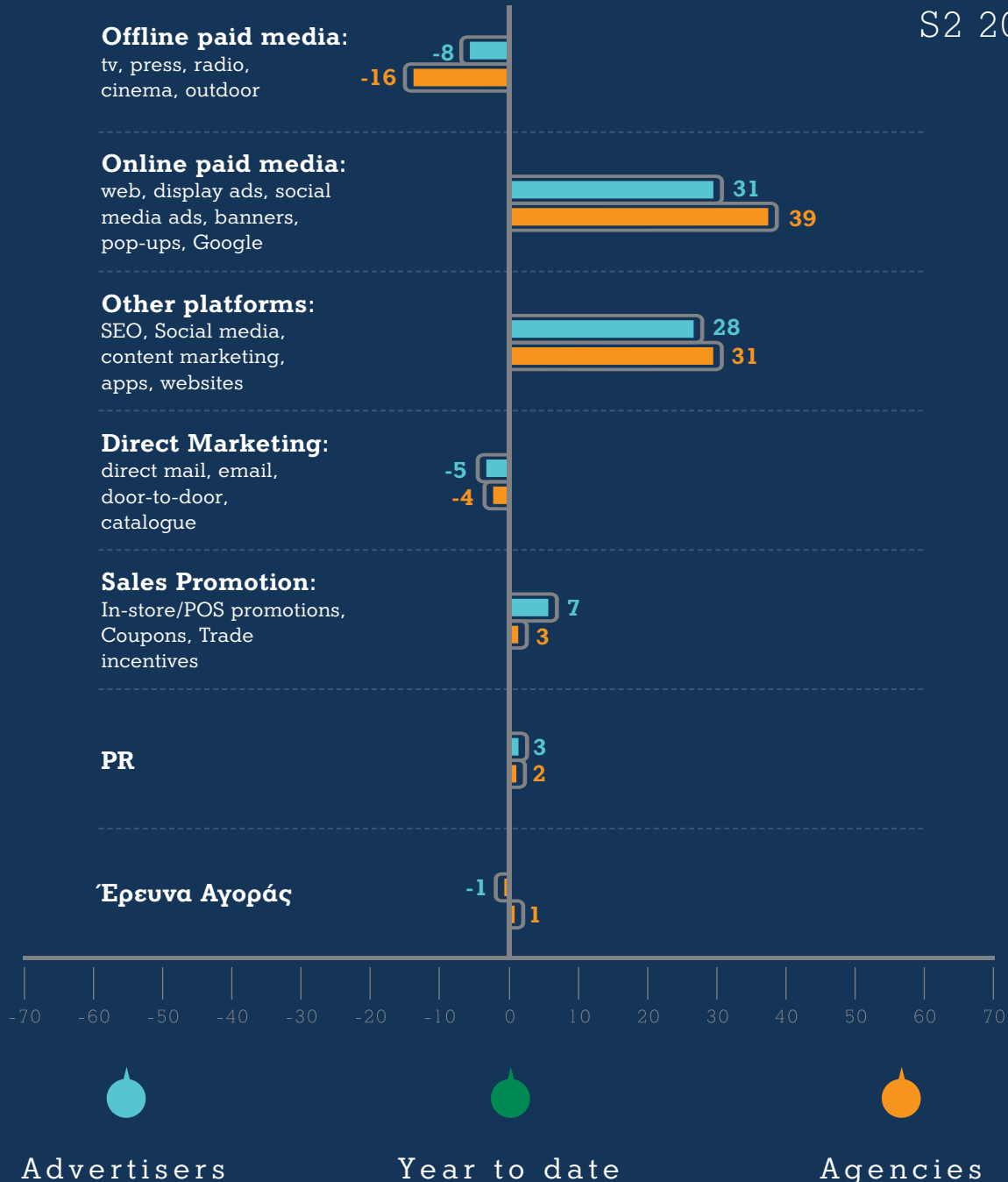
### ΤΙΜΕΣ

Οι εκτιμήσεις για τις **τιμές** των υπηρεσιών επικοινωνίας παραμένουν σε **αρνητικό έδαφος (-12)**.

# Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

S2 2018



Οι διαφημιστές εκτιμούν την **δυναμικότητα** των επιμέρους ενεργειών marketing με παρόμοιο τρόπο με τους διαφημιζόμενους: **Έμφαση σε on line media και πλατφόρμες**, αποεπένδυση ή στασιμότητα στις παραδοσιακές ενέργειες



# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



Η' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018

