

Αποτελέσματα έρευνας

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

Ζ' Κύμα | ΙΟΥΝΙΟΣ 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 = 153

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 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

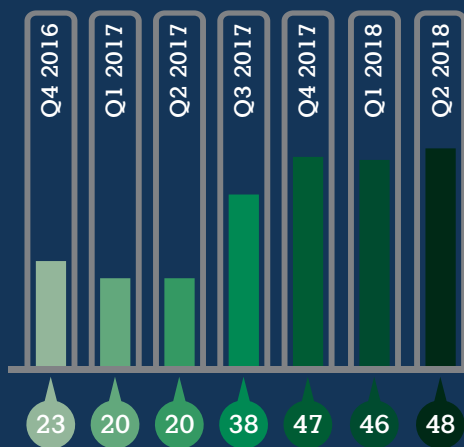
Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται ως ισοζύγια. Το ισοζύγιο είναι το αποτέλεσμα της αφαίρεσης όσων αναφέρουν μια μείωση σε μια ερώτηση από εκείνους που αναφέρουν μια αύξηση. Παίρνει τιμές από -100 έως $+100$. Ένα θετικό ισοζύγιο δείχνει αύξηση σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο ενώ ένα αρνητικό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

Advertisers

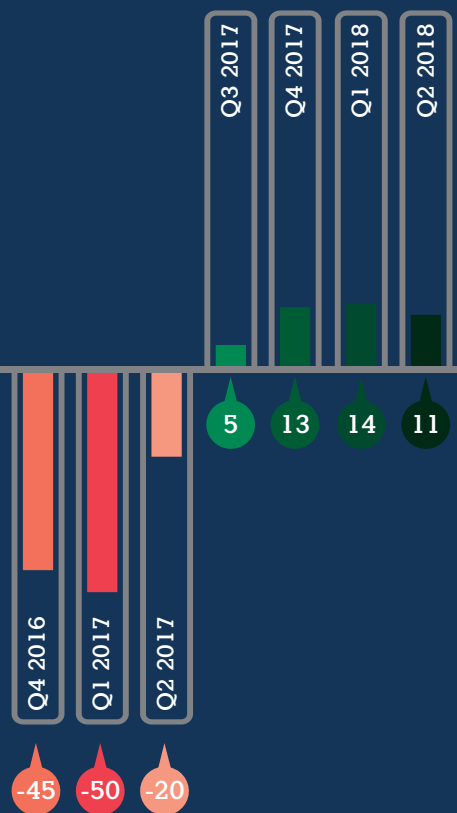
Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

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

Επιχείρηση



Κλάδος



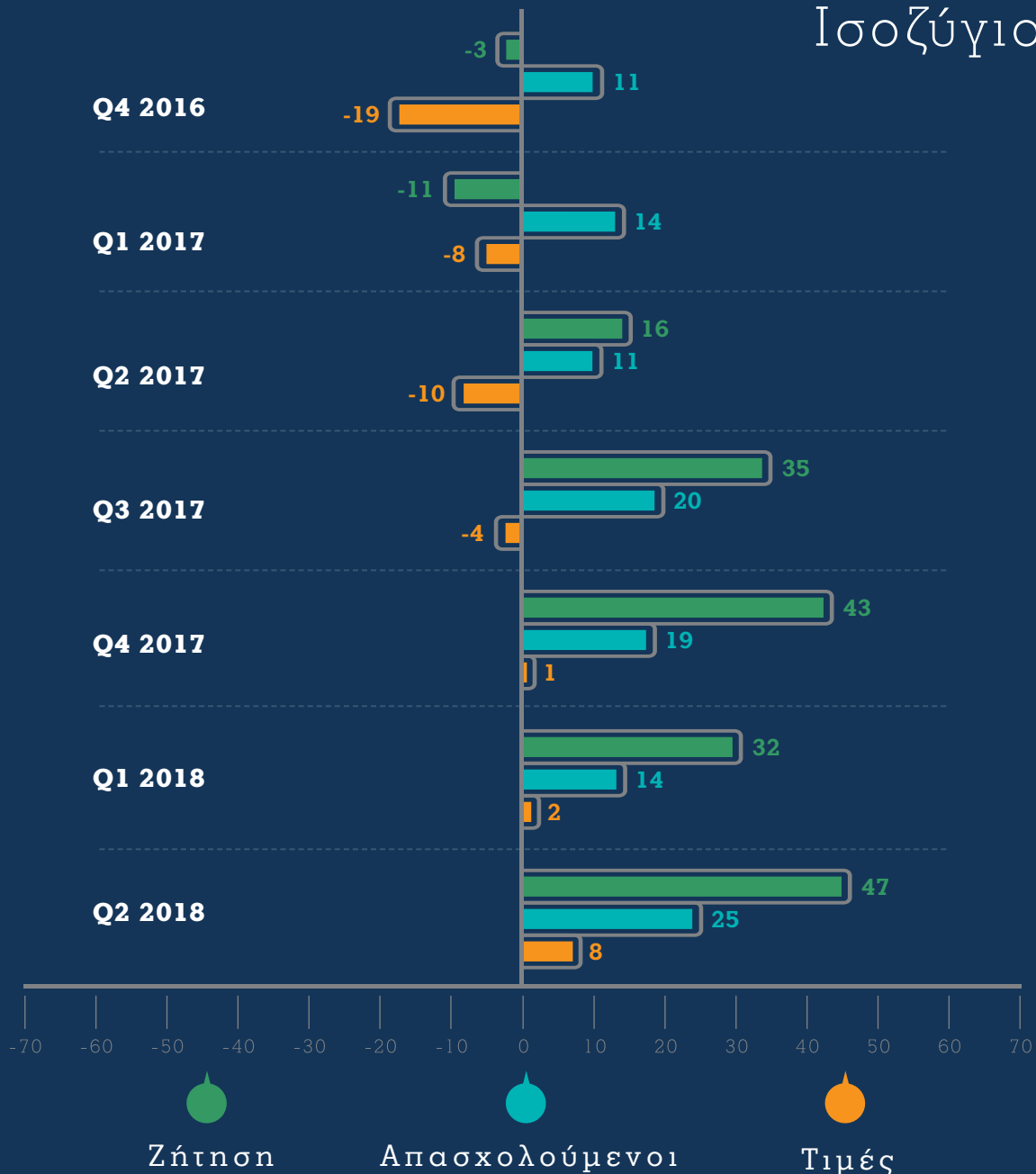
Η έρευνα καταγράφει **θετικό κλίμα** συγκρατημένης αισιοδοξίας με **σημάδια επερχόμενης ανάπτυξης**. Για **τέταρτο** συνεχόμενο **3μηνο**, τα **στελέχη της αγοράς** εκτιμούν **θετικά** τόσο την **πορεία** και τις **προοπτικές** της επιχείρησής τους (+**48**, **αρκετά θετικά**), όσο και την πορεία του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρησή τους (+**11**, **επιφυλακτικά θετικά**).

Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Ζ' Κύμα | ΙΟΥΝΙΟΣ 2018

Ισοζύγιο



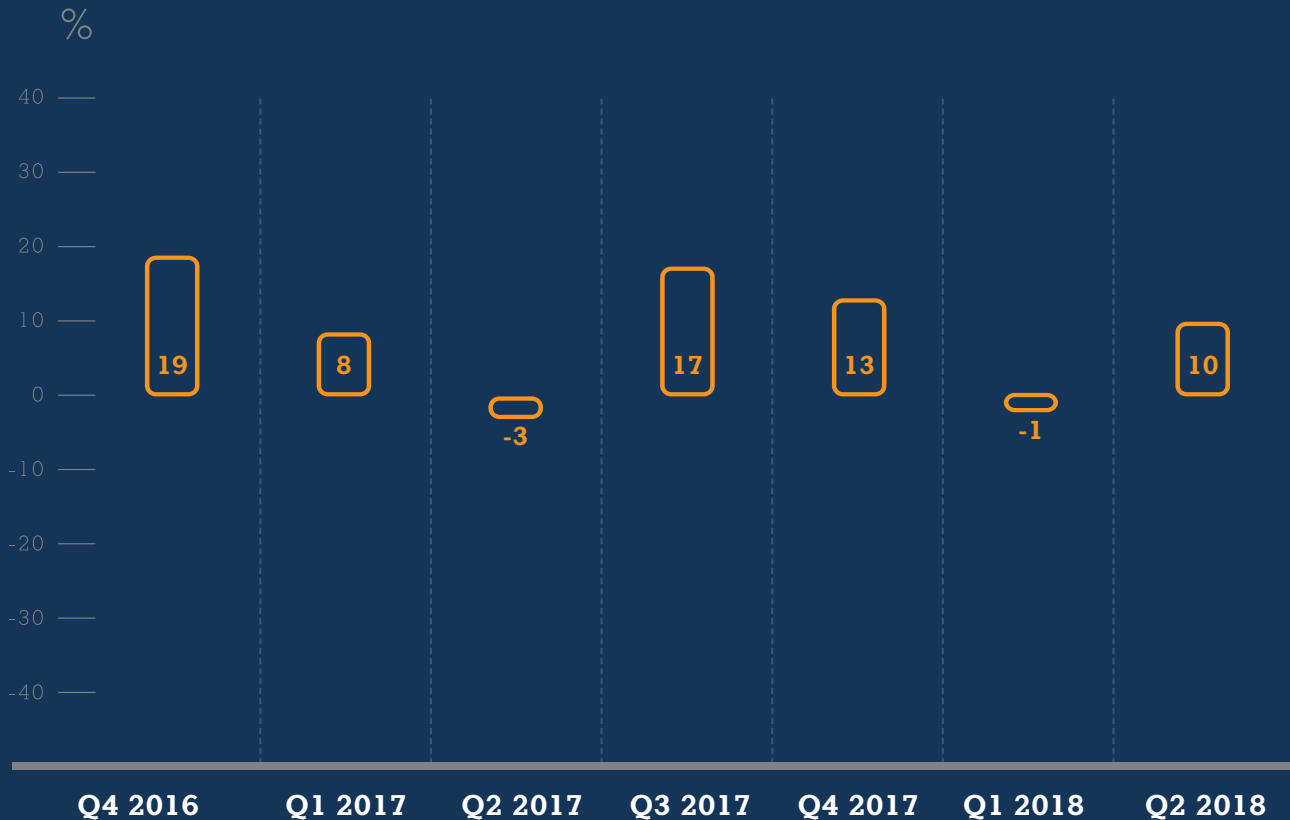
Οι διαφημιζόμενοι εκτιμούν ότι η **ζήτηση** για τα προϊόντα τους **αυξάνεται** και θα **συνεχίσει να αυξάνεται** και μάλιστα **σε σημαντικό βαθμό (+47)**. Παράλληλα, εκφράζουν, για πρώτη φορά, μια **επιφυλακτική εκτίμηση** ότι αυτή η αυξημένη ζήτηση **ενδέχεται να συνοδευθεί και από αύξηση τιμών (+8)**: Στον βαθμό που αυτή η **εκτίμηση επιβεβαιωθεί και παγιωθεί, σηματοδοτεί το πέρασμα** από την φάση διόρθωσης προσφοράς και τιμών σε φάση **πραγματικής ανάπτυξης**.

Σε επίπεδο **απασχόλησης** οι διαφημιζόμενοι **δηλώνουν** σταθερά την **ανάγκη** τους για **νέους** εργαζόμενους, προοιωνίζοντας **αύξηση θέσεων εργασίας**.

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



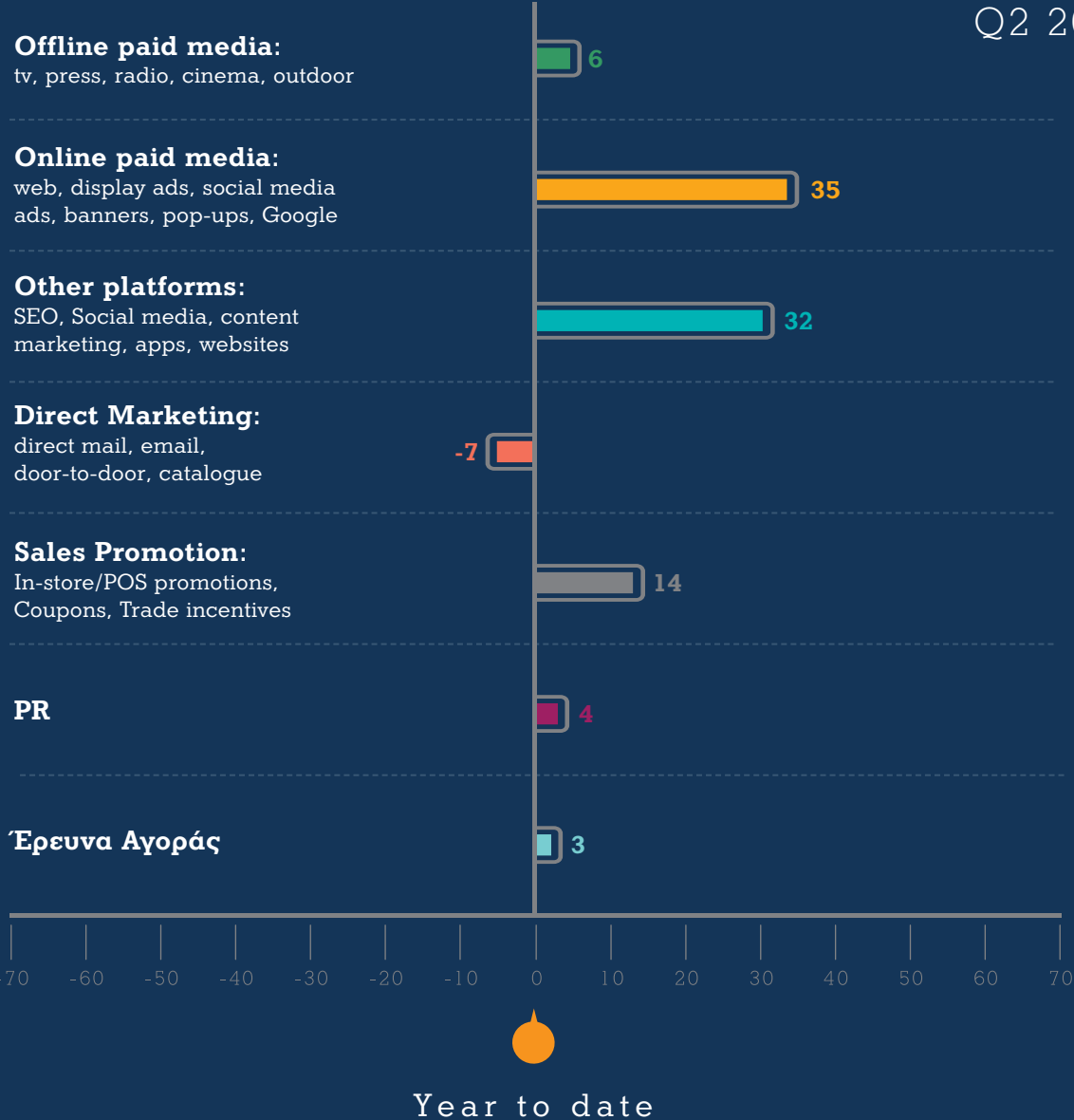
Year to date

Μετά τις ιδιαίτερα **συντηρητικές εκτιμήσεις** για τους **προϋπολογισμούς** που αφορούν **ενέργειες marketing** στην **αρχή της χρονιάς**, τα στελέχη των διαφημιζομένων επανέρχονται κατά το **2ο 3μηνο** του έτους σε ήπια **θετικές εκτιμήσεις αύξησης (+ 10)**.

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Q2 2018

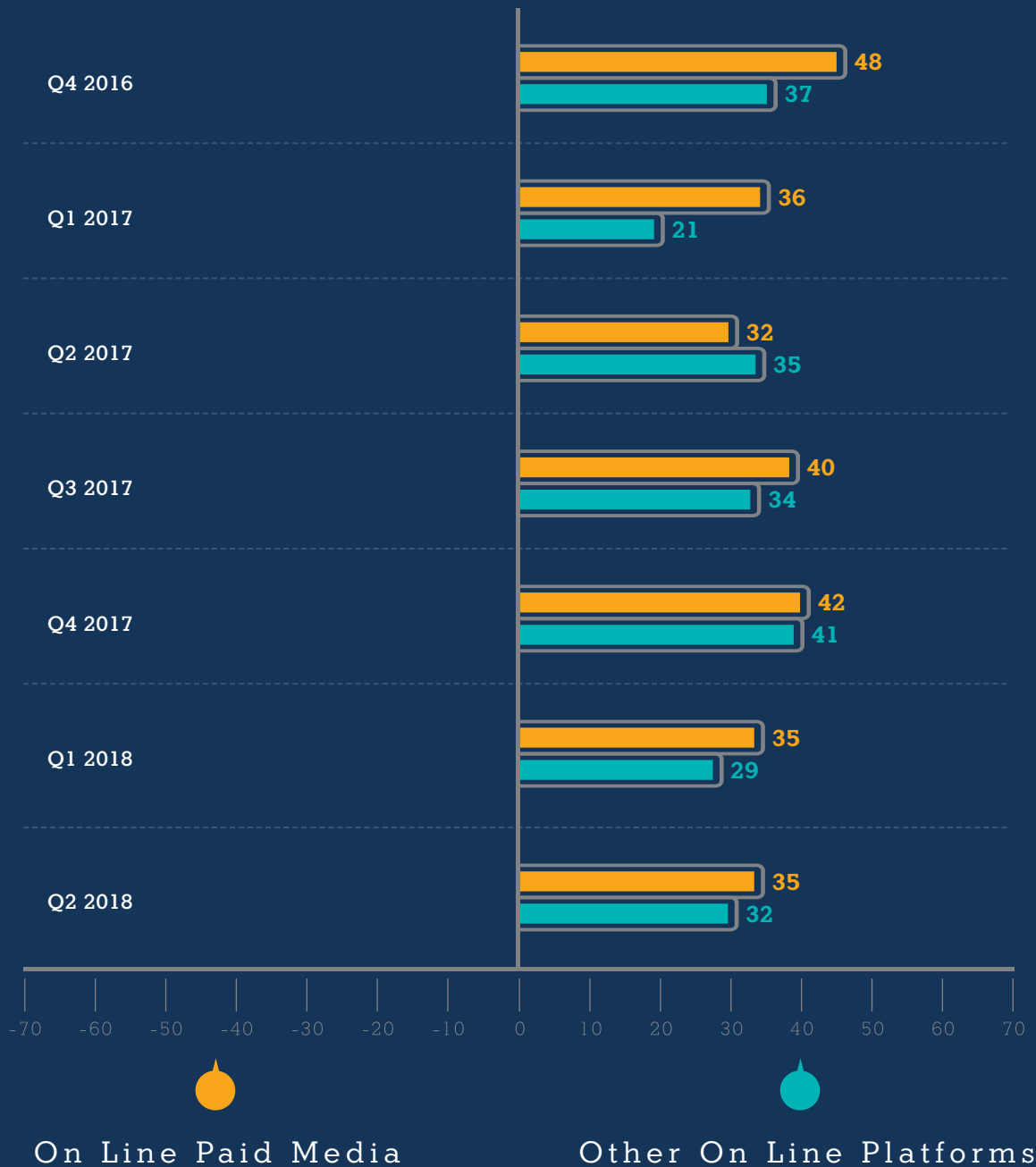


Το δεύτερο 3μηνο του 2018 οι **on-line ενέργειες** είτε ως άμεση επικοινωνία (on line paid media) είτε ως αξιοποίηση πλατφορμών και εφαρμογών συνεχίζουν να **απορροφούν** το συντριπτικά **μεγαλύτερο μέρος** της πρόθεσης για **επένδυση** εκ μέρους των στελεχών της αγοράς (+ **35** και + **32** αντίστοιχα).

Αυξημένο ενδιαφέρον καταγράφεται επίσης για **προωθητικές ενέργειες (+ 14)**, ενώ και τα **off line media** κινούνται (για 1η μετά από μεγάλο διάστημα) σε **θετικό έδαφος**, έστω και οριακά (+ **6**). **Μειωμένο το ενδιαφέρον** για ενέργειες **direct marketing (-7)** ενώ περίπου **σταθερές (+ 3, + 4)** παραμένουν οι **άλλες ενέργειες** (PR και έρευνα αγοράς).

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια



Οι **on line** ενέργειες **συνεχίζουν** για **7ο 3μηνο** να **κινούνται αυξητικά**, είτε ως **paid media** (web, display ads, social media ads, banners, pop ups, Google: +35), είτε ως **επένδυση σε άλλες πλατφόρμες** (SEO, social media, content mar-

keting, apps, websites: **+32**): Οι 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

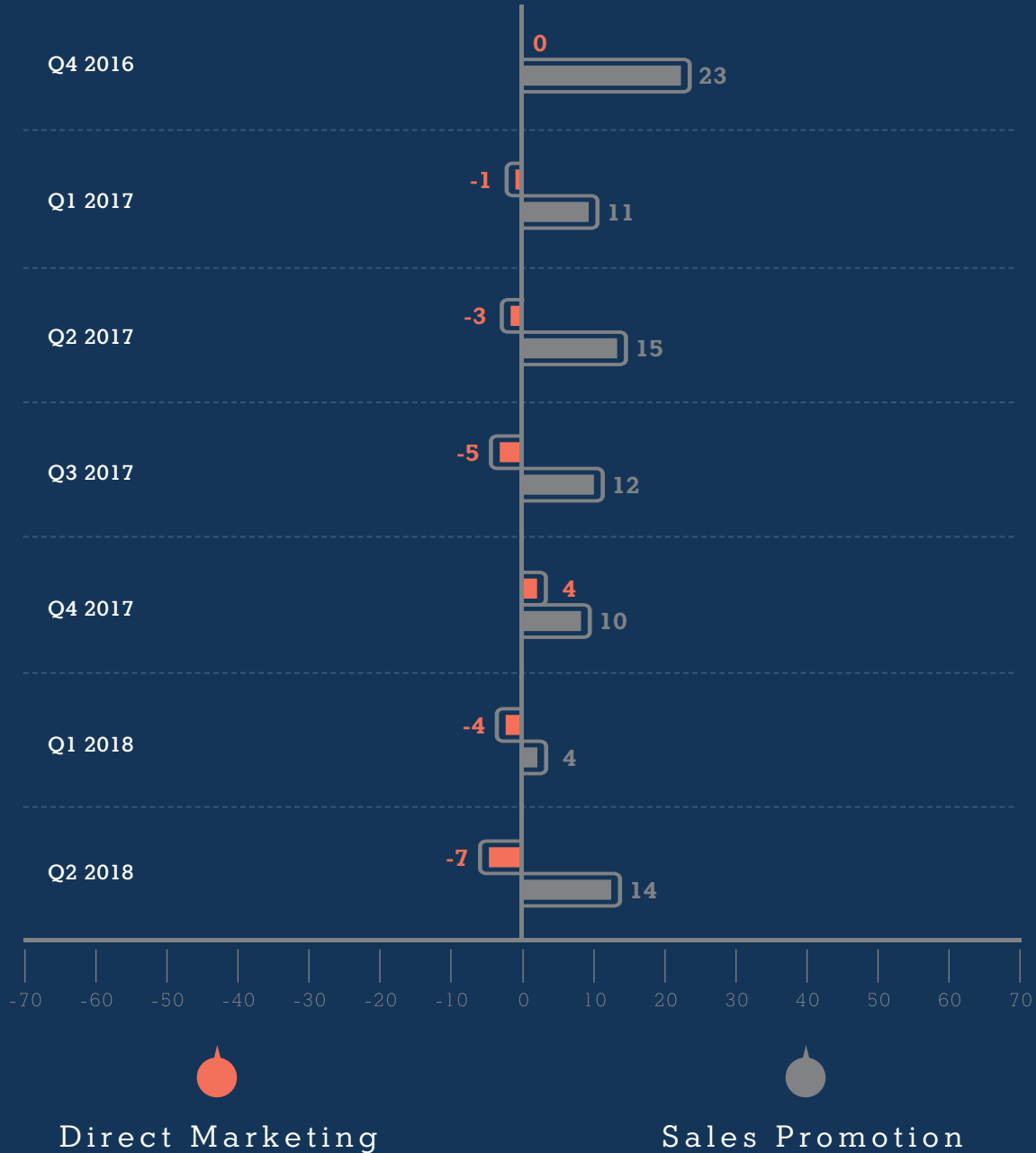


Η διάθεση από-επένδυσης από τα **offline media** (tv, press, radio, cinema, outdoor) που εξέφραζαν οι διαφημιζόμενοι για 5 συνεχόμενα 3μηνα **ανατρέπεται**, έστω και **επιφυλακτικά (+6)** κατά το **2ο 3μηνο** του 2018.

Ανεξάρτητα από το αν η τάση αυτή είναι **συστηματική** ή απλώς **συγκυριακή**, αποτελεί πιθανώς μια **ευκαιρία επαναπροσέλκυσης κονδυλίων** προς τα **παραδοσιακά μέσα** επικοινωνίας.

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

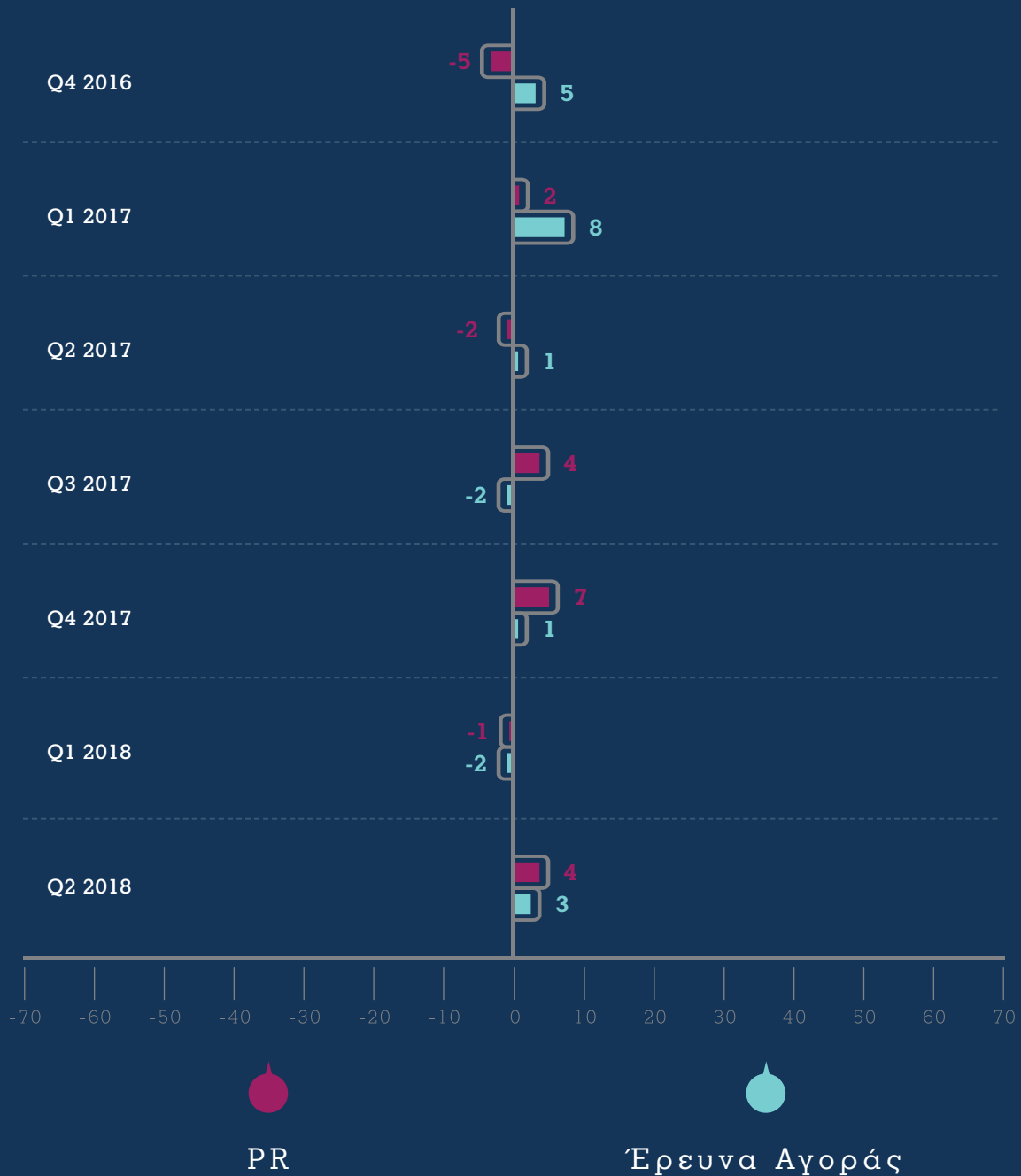


Η **διάθεση** των διαφημιζόμενων για **επένδυση** σε ενέργειες **Direct Marketing** κατά το **2ο 3μηνο** του **2018** παραμένει **ελαφρά αρνητική**.

Οι **προωθητικές ενέργειες** είναι η μόνη από τις παραδοσιακές ενέργειες marketing για την οποία οι διαφημιζόμενοι καταγράφουν **σταθερά θετική τάση** περαιτέρω επένδυσης. Κατά το **2ο 3μηνο** του **2018** η **αυξητική** αυτή **τάση** κινείται στα **ίδια επίπεδα** με την αντίστοιχη περίοδο του **προηγούμενου έτους** (**+14** έναντι **+15**).

Advertisers

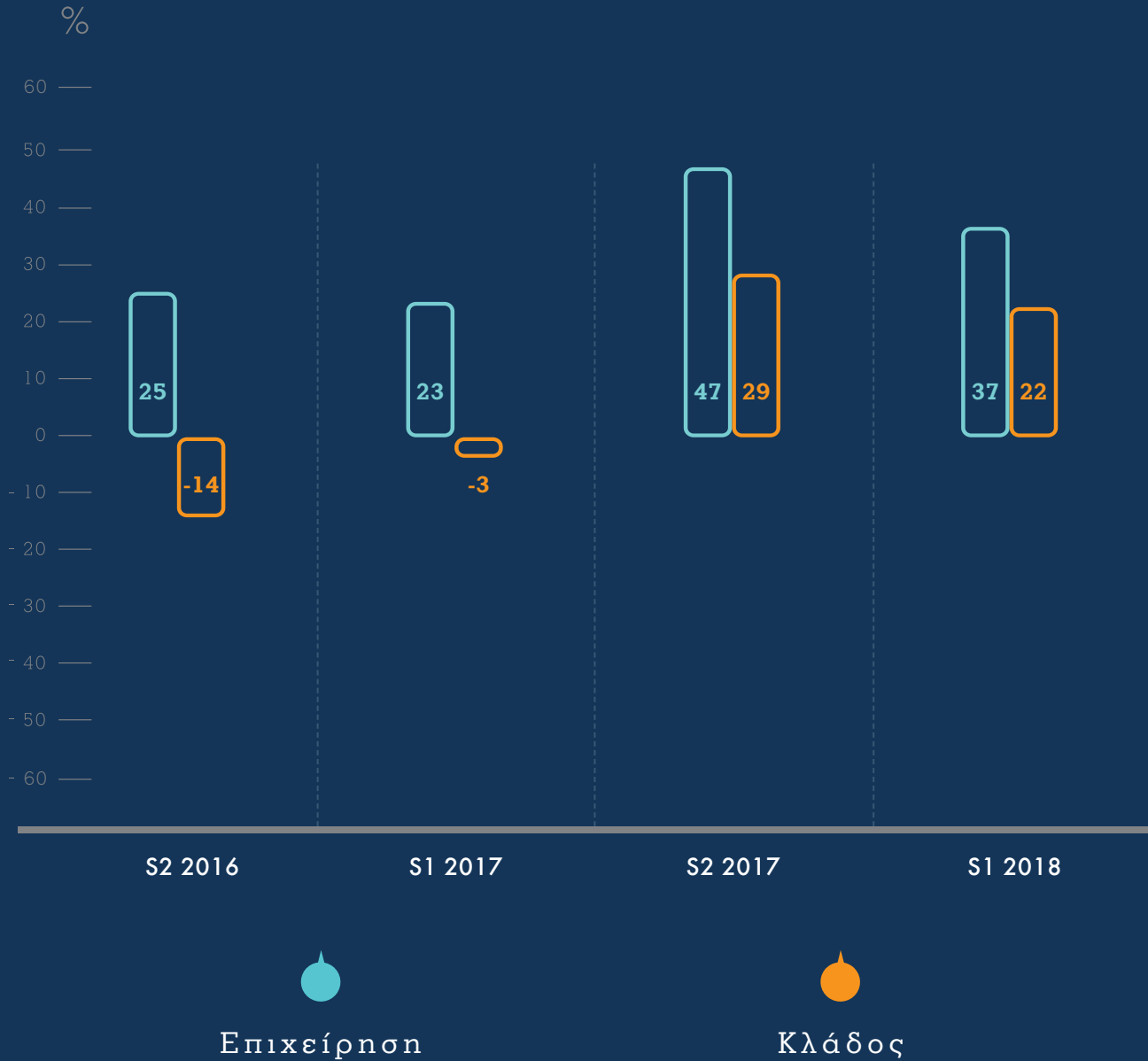
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια



Οι διαφημιζόμενοι δεν «βλέπουν» αλλαγές όσον αφορά στην επένδυσή τους σε **ενέργειες δημοσίων σχέσεων (+4)** ή/και σε έρευνα αγοράς (**+3**).

Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης



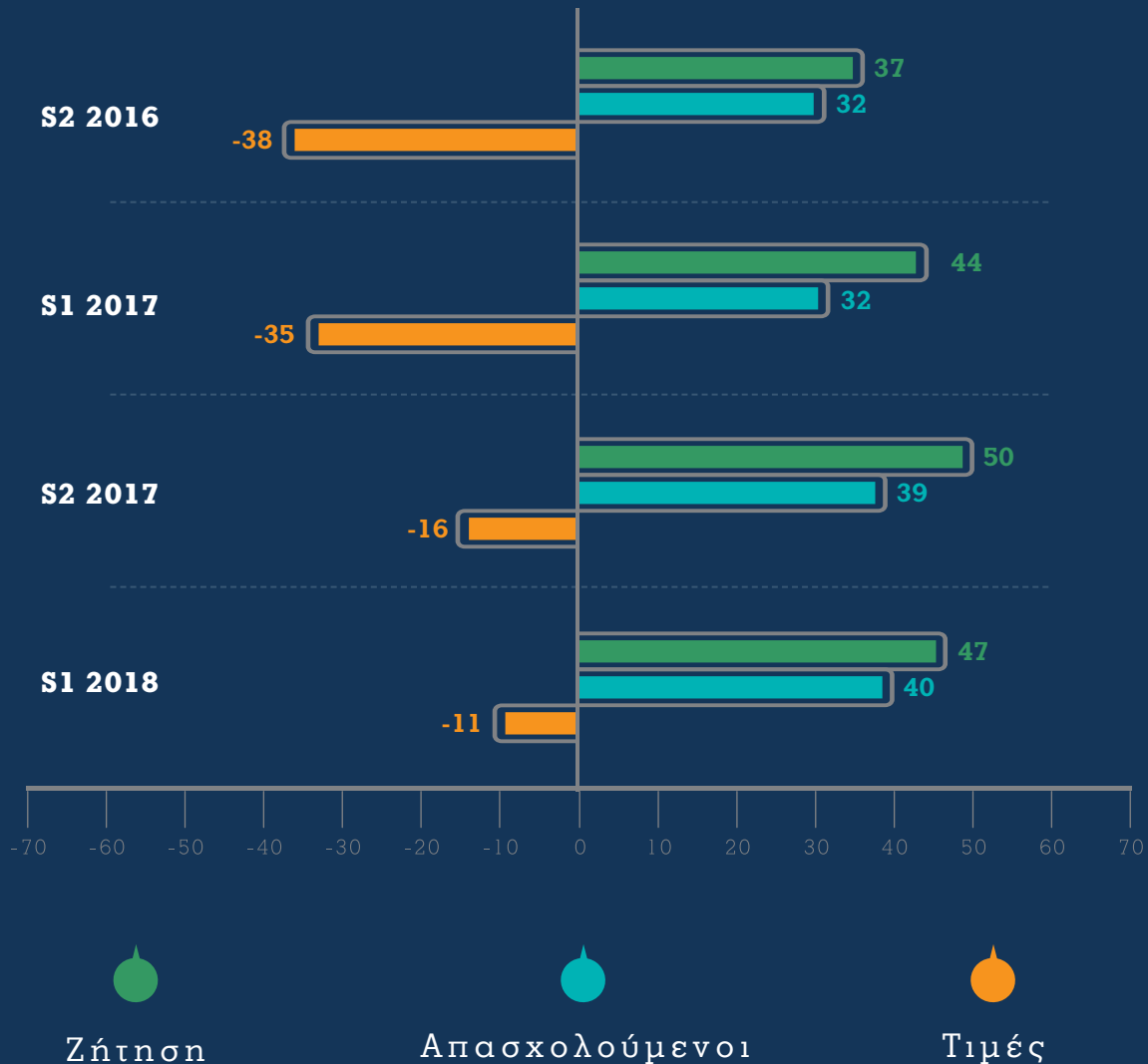
Οι εκτιμήσεις των στελεχών της διαφημιστικής αγοράς παραμένουν σε **θετικό έδαφος** τόσο όσον αφορά την **πορεία** της **επιχείρησής τους**, όσο και σε σχέση με την **πορεία** του **κλάδου** γενικότερα.

Η διπλή αυτή **θετική εκτίμηση** καταγράφεται για δεύτερο συνεχόμενο **δμηνο**, αποκτώντας **κατακτηριστικά σταθερότητα**.

Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Ισοζύγιο



ΖΗΤΗΣΗ

Η αγορά της επικοινωνίας εκτιμά σταθερά ότι η **Ζήτηση** για τις υπηρεσίες της **αυξάνεται (+47)**.

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι εταιρείες επικοινωνίας που **αυξάνουν** το προσωπικό τους είναι **σταθερά περισσότερες** από αυτές που το **μειώνουν (+40)**.

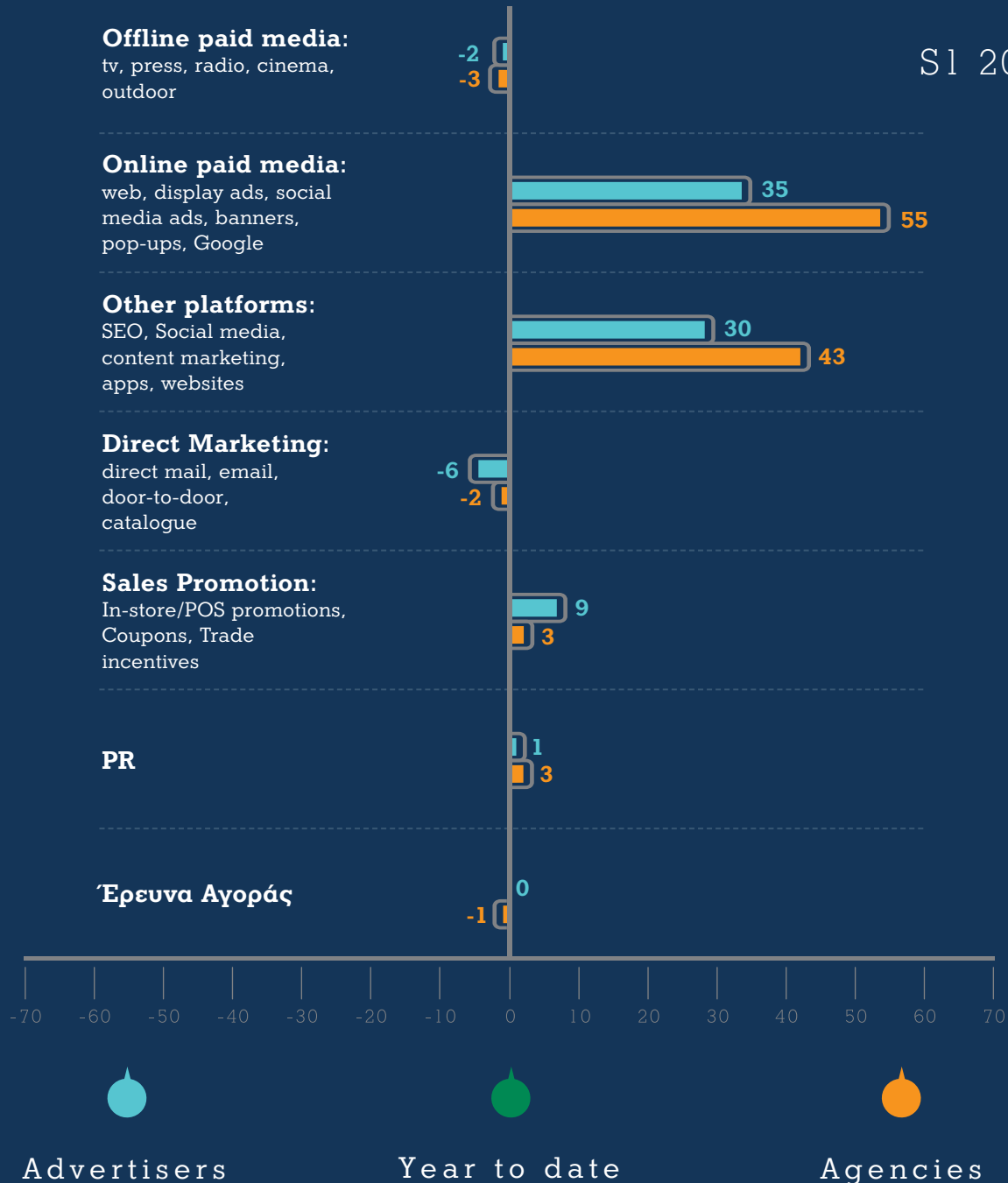
ΤΙΜΕΣ

Οι εκτιμήσεις για τις **τιμές** των υπηρεσιών επικοινωνίας παραμένουν σε **αρνητικό έδαφος (-11)**, αλλά σε συνεχώς **μειούμενο βαθμό**: Σταδιακά τα στελέχη της επικοινωνίας εκφράζουν την **προσδοκία σταθεροποίησης των τιμών**.

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Ζ' Κύμα | ΙΟΥΝΙΟΣ 2018

S1 2018



Οι διαφημιστές εκτιμούν την **δυναμικότητα** των επιμέρους ενεργειών marketing με παρόμοιο τρόπο με τους διαφημιζόμενους: Δίνουν ακόμη μεγαλύτερη **έμφαση** σε **on line media** και **πλατφόρμες**, τείνουν να παραβλέπουν την **δυναμική** των ενεργειών προώθησης και συμφωνούν στην εκτίμηση **στασιμότητας** ως προς την επένδυση στις άλλες παραδοσιακές ενέργειες marketing.



FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



Z' Κύμα | ΙΟΥΝΙΟΣ 2018

