

Αποτελέσματα έρευνας

# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

ΙΒ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

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 = 163**

## 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
2019 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019	n = 163
2019 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2019	n = 174
2019 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2019	n = 154
2018 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2019	n = 175
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 κάτω – 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

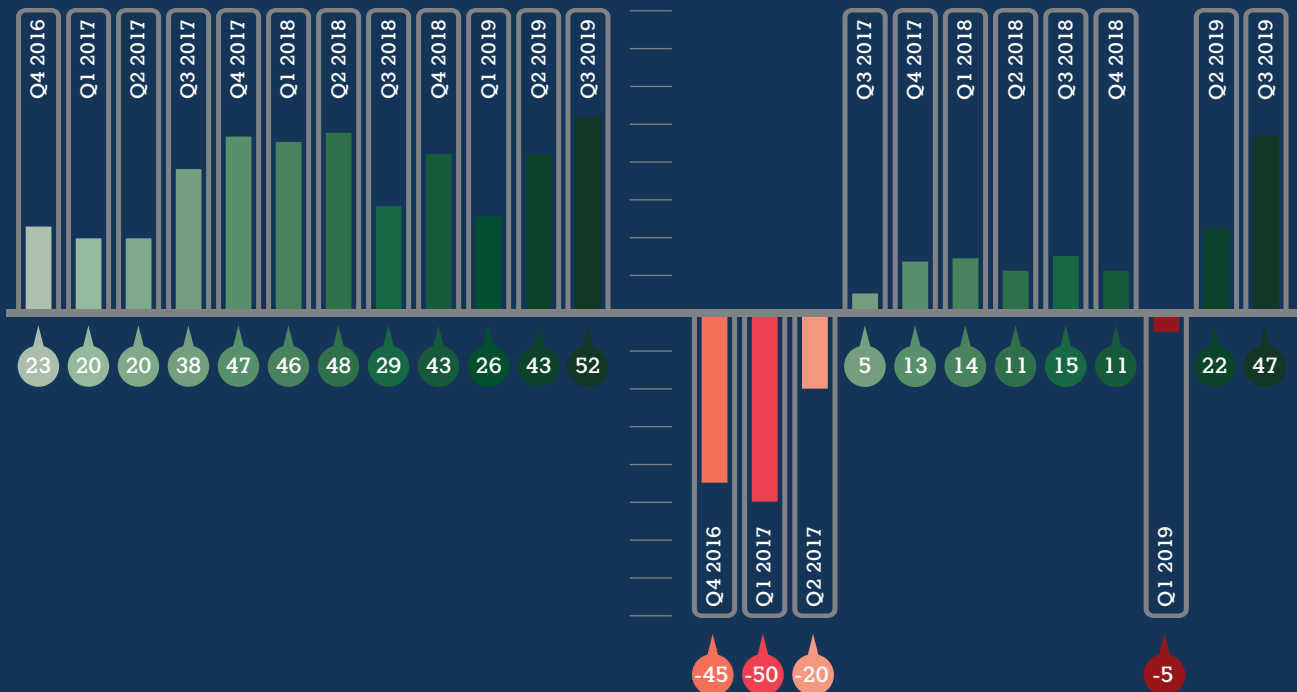
## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

ΙΒ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

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

### Επιχείρηση

### Κλάδος



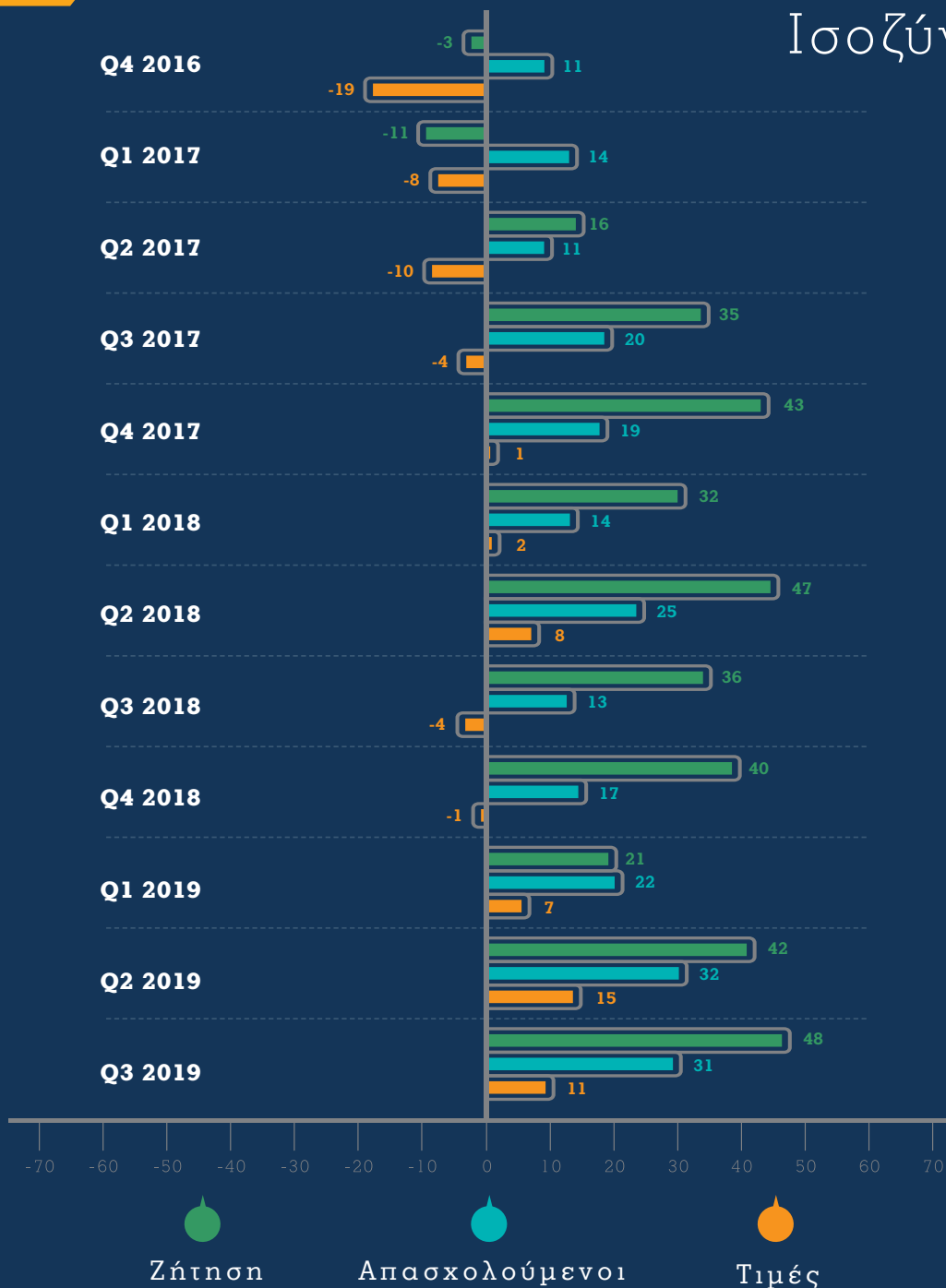
Η **αλλαγή κυβέρνησης** φαίνεται να έχει ιδιαίτερα **θετική επίδραση** στο επιχειρηματικό κλίμα: Τόσο σε επίπεδο **επιχείρησης** όσο και σε επίπεδο **κλάδου** οι **θετικές προσδοκίες** σημειώνουν **θετικό ρεκόρ** (+52 και +47 αντίστοιχα)

# Advertisers

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

IB' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

Ισοζύγιο



### ΖΗΤΗΣΗ

Οι προσδοκίες και εκτιμήσεις σχετικά με την **ζήτηση** κινούνται σε **επίπεδα ρεκόρ**, αρκετά **υψηλότερα** από αυτά της αντίστοιχης περιόδου του **2018**

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

**Σταθερά ανοδική** η αισιοδοξία όσον αφορά την **αύξηση** της απασχόλησης στους διαφημιζόμενους, εξακολουθεί και κατά το **τρίτο 3μηνο** του **2019** τα **υψηλότερα** της **επίπεδα**

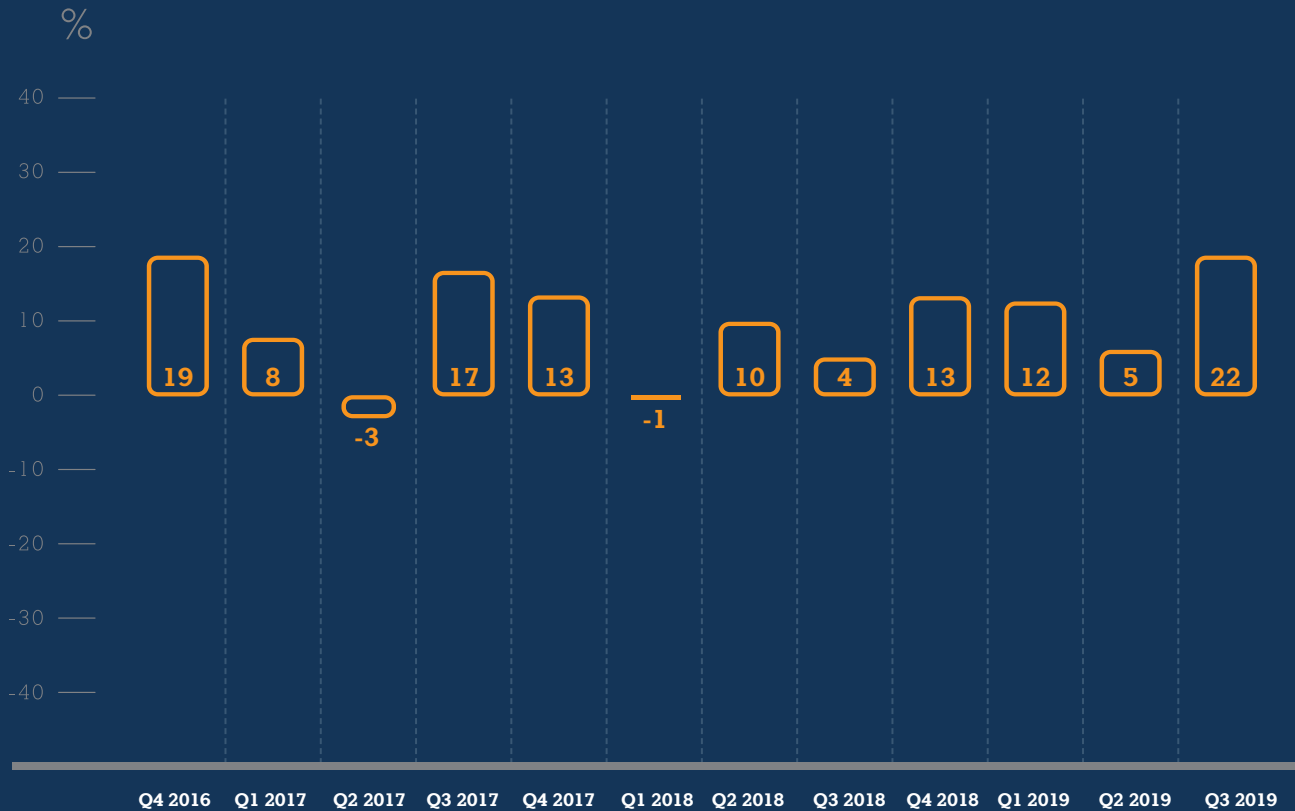
### ΤΙΜΕΣ

Οι εκτιμήσεις του **2019** για τις τιμές κινούνται για **3ο** συνεχόμενο **3μηνο** στην κατεύθυνση της **αύξησης τιμών**

# Advertisers

## Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



Year to date

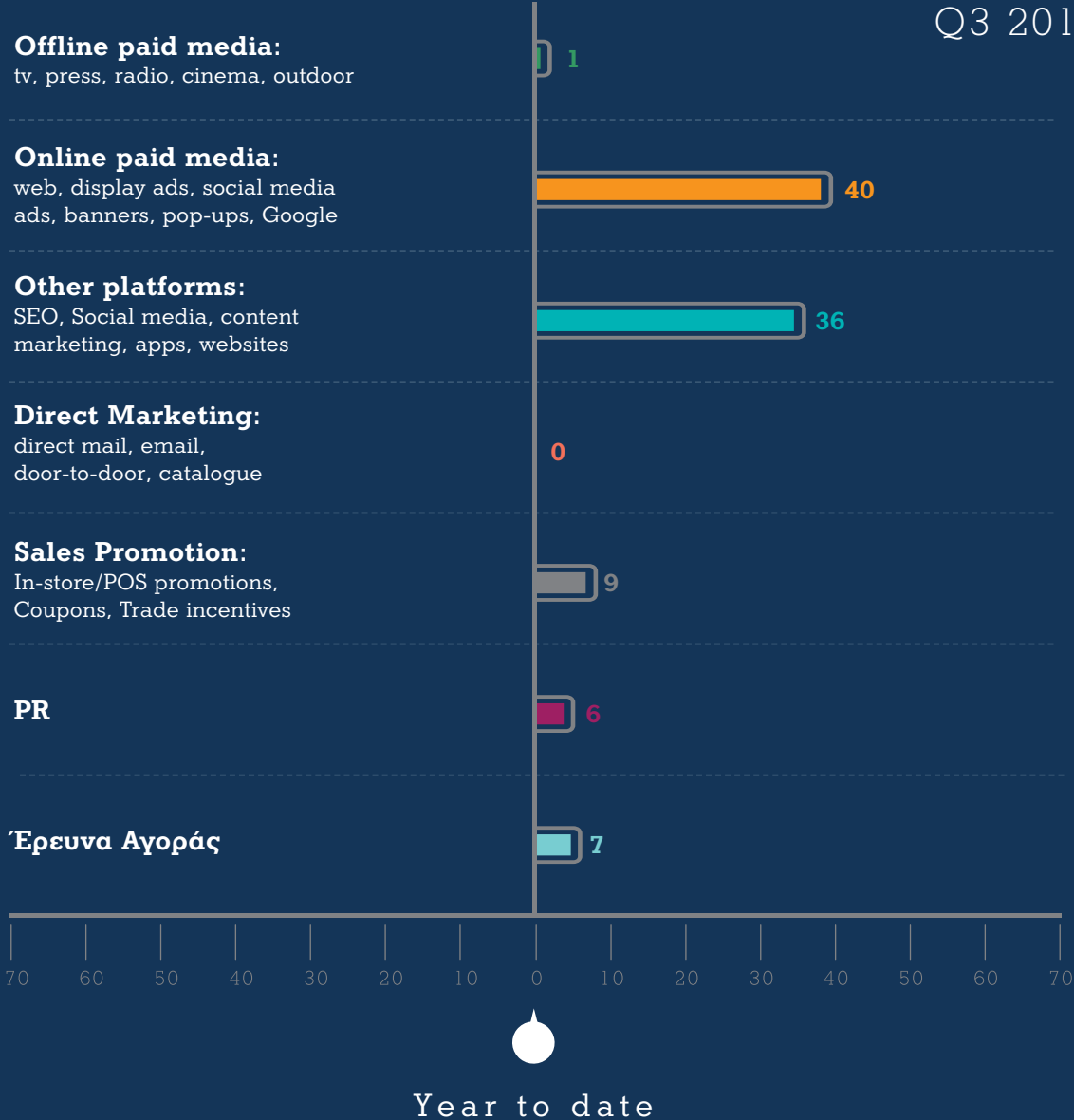
Μετά το **1ο 3μηνο** της νέας διακυβέρνησης, οι διαφημιζόμενοι εκτιμούν ότι οι **προϋπολογισμοί** που αφορούν **ενέργειες marketing αυξάνονται** – η **θετική** αυτή **εκτίμηση** σημειώνει την **υψηλότερη τιμή** της από την αρχή της μέτρησης (**+22**)

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

IB' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

Q3 2019



Το τρίτο 3μηνο του 2019 οι **on-line ενέργειες** είτε ως άμεση επικοινωνία (on line paid media) είτε ως αξιοποίηση πλατφορμών και εφαρμογών (other platforms) συνεχίζουν να **απορροφούν** το συντριπτικά **μεγαλύτερο μέρος** της πρόθεσης για **επένδυση** εκ μέρους των στελεχών της αγοράς (+40 και +36 αντίστοιχα)

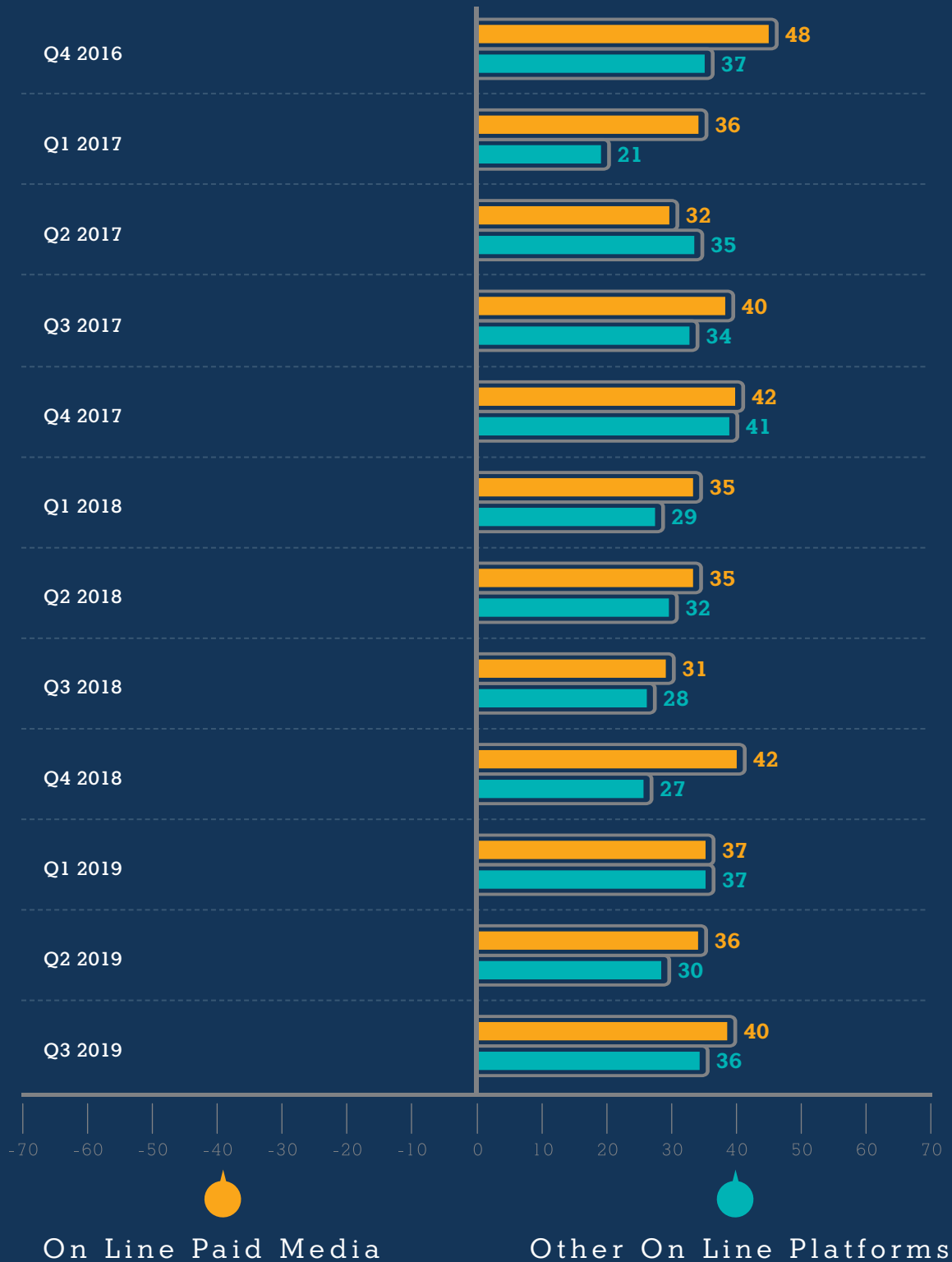
Επιπλέον, για πρώτη φορά **δεν καταγράφεται αρνητική εκτίμηση** για καμία **ενέργεια marketing** - τα ισοζύγια μάλιστα των εκτιμήσεων για προωθητικές ενέργειες, δημόσιες σχέσεις και έρευνα αγοράς κινούνται **ελαφρά θετικά** (+9, +6 και +7 αντίστοιχα) δημιουργώντας **θετικές προσδοκίες**



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

1B' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019



Τα **on line media** και η επένδυση σε **ηλεκτρονικές πλατφόρμες** συνεχίζουν για δωδέκατο συνεχόμενο **3μηνο** να **κινούνται αυξητικά** (+40 και +36 αντίστοιχα)

Οι **διαφημιζόμενοι** συνεχίζουν να **εστιάζουν** στην **περαιτέρω αξιοποίηση** των **διαδικτυακών τεχνολογιών** και **μέσων**

# Advertisers Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

IB' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

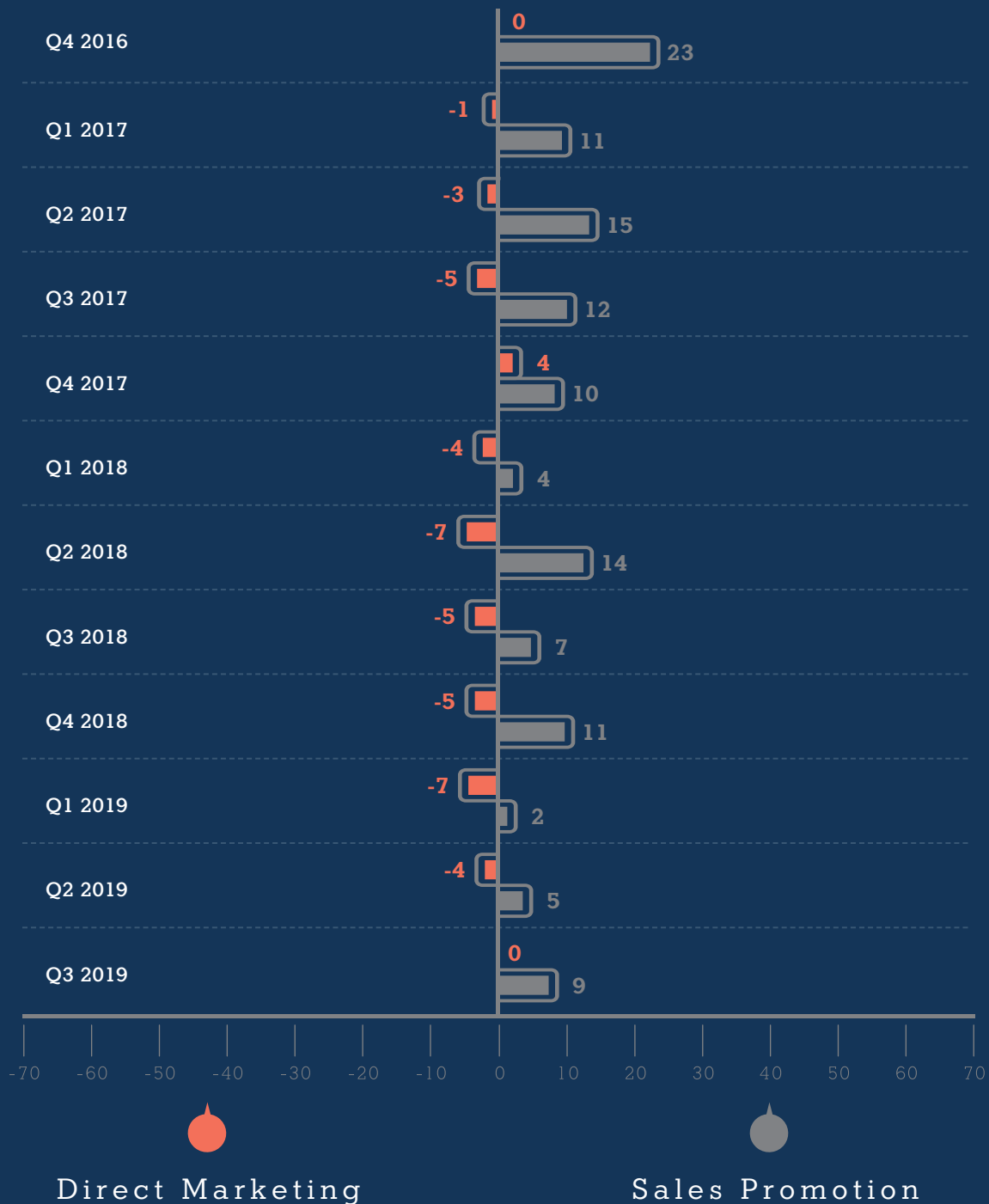


Οι εκτιμήσεις για τα **offline media** μετά από 4 συνεχόμενα αρνητικά 3μηνα κινούνται σε ουδέτερο έδαφος (+1), υποδεικνύοντας **διάθεση διατήρησης** των **υπαρχόντων προϋπολογισμών** για την συγκεκριμένη ενέργεια

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

IB' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019



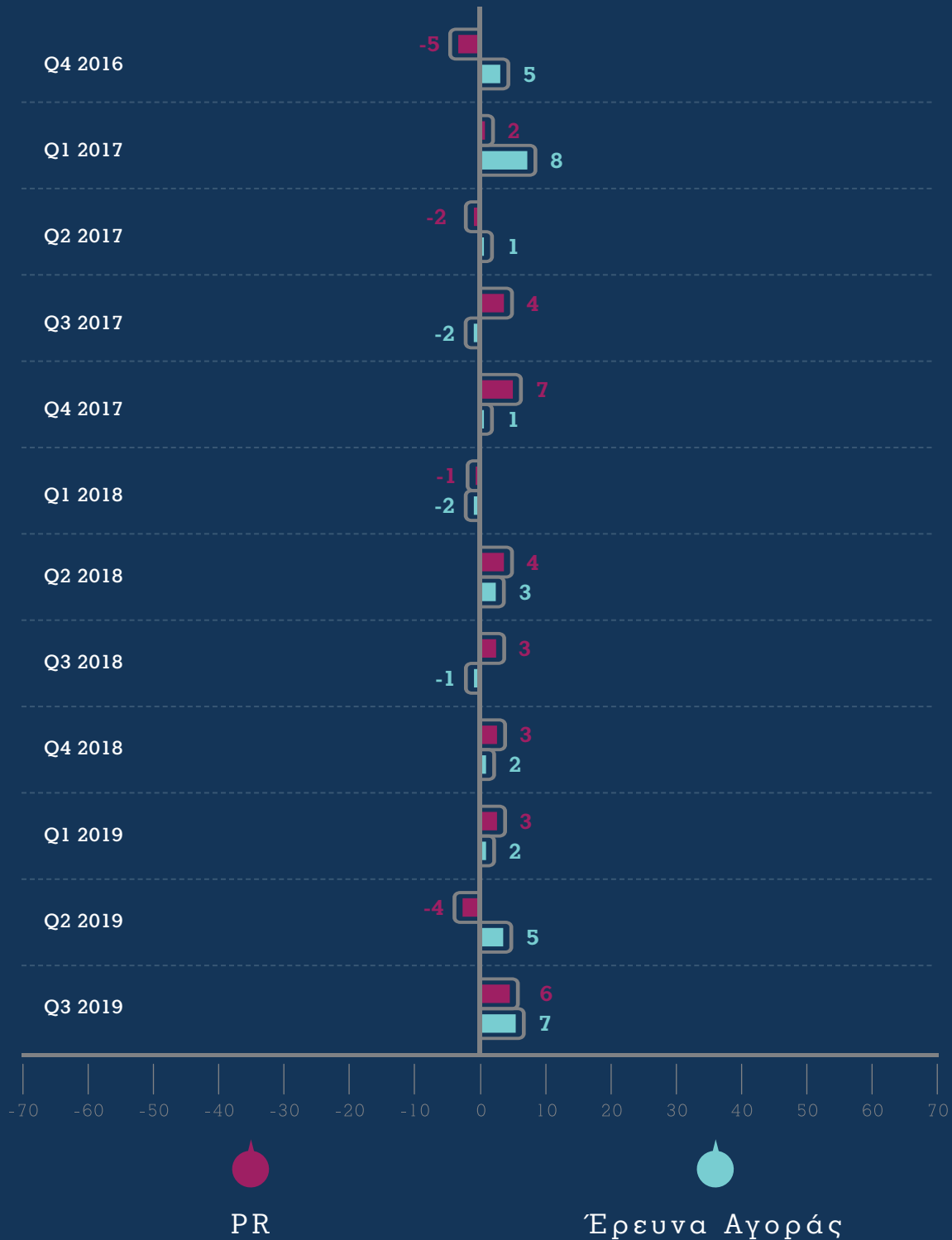
Η διάθεση των διαφημιζόμενων για **επένδυση** σε ενέργειες **Direct Marketing** καταγράφεται **ουδέτερη**, στην κατεύθυνση δηλαδή διατήρησης των προϋπολογισμών, για πρώτη φορά μετά από **6 συνεχόμενα 3μηνα αρνητικών εκτιμήσεων**

Οι **προωθητικές ενέργειες** είναι η **μόνη** από τις παραδοσιακές ενέργειες marketing που καταγράφει, έστω και σε χαμηλά επίπεδα, **σταθερά θετική τάση** περαιτέρω επένδυσης σύμφωνα με τους **διαφημιζόμενους**. Κατά το **3ο 3μηνο** του 2019 η **τάση** αυτή κινείται σε ήπια **επίπεδα (+9)**, παρόμοια με αυτά της **αντίστοιχης περιόδου του 2018 (+7)**

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΒ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019



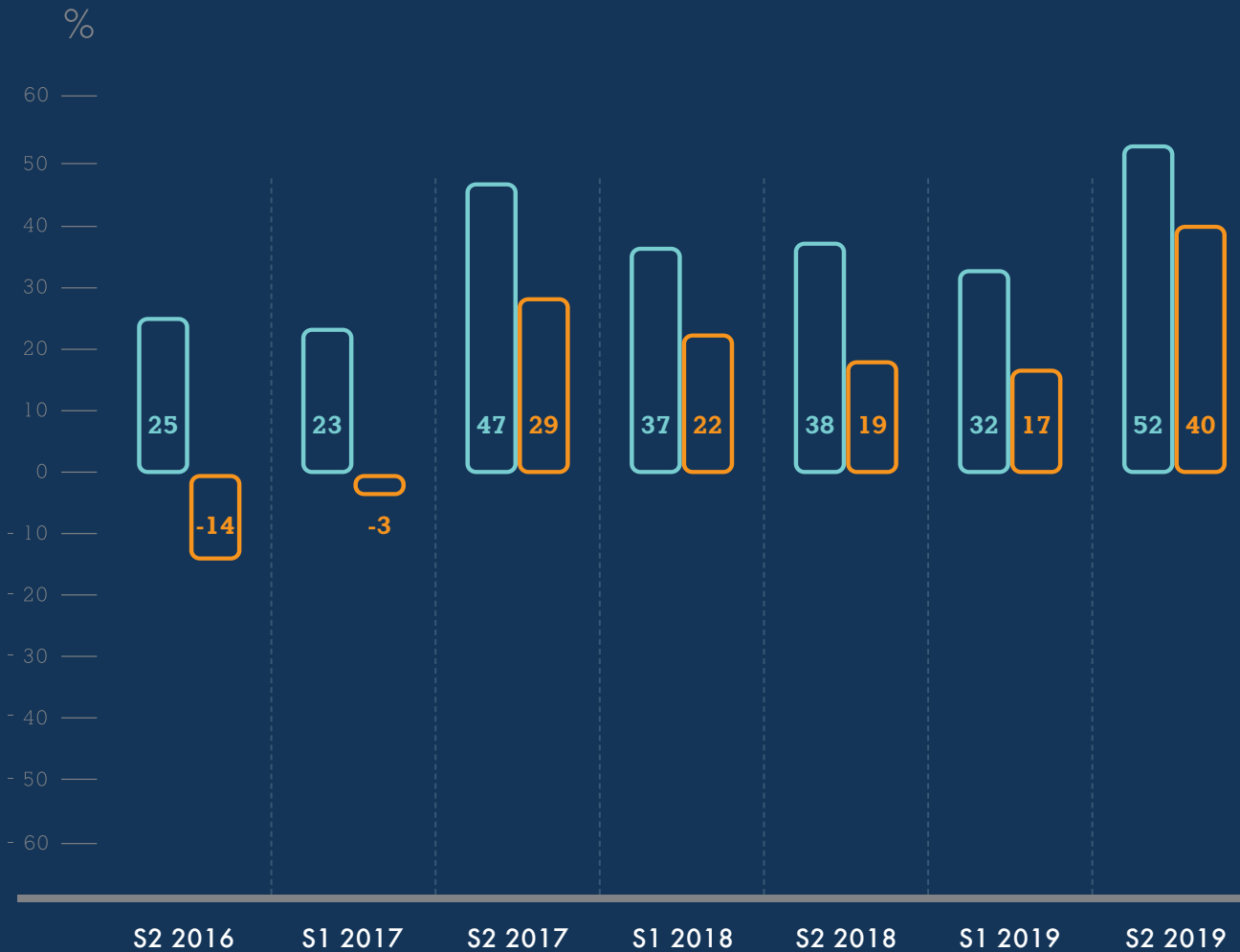
Οι διαφημιζόμενοι επιστρέφουν σε **ελαφρά θετικές διαθέσεις** όσον αφορά στην επένδυσή τους σε **ενέργειες δημοσίων σχέσεων (+6)**

Η πρόθεση επένδυσης σε **έρευνα αγοράς** κινείται, έστω και οριακά, με **θετικό πρόσημο** για **τέταρτο συνεχόμενο 3μηνο (+7)**, δίνοντας ενδείξεις για μια **μελλοντική ανάκαμψη**

# Agencies

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

ΙΒ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019



Επιχείρηση

Κλάδος

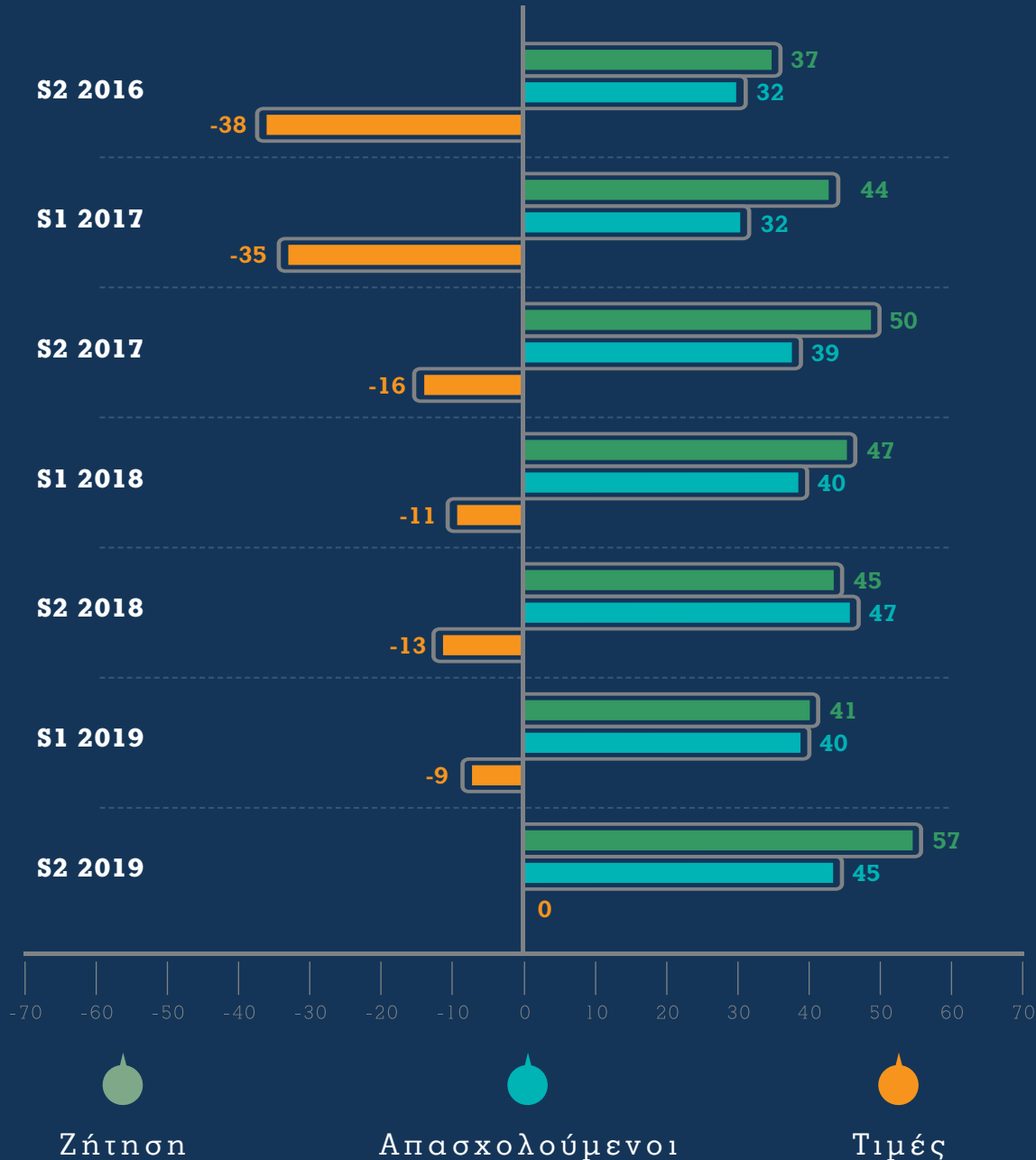
Οι εκτιμήσεις των στελεχών της διαφημιστικής αγοράς κινούνται σε **επίπεδα ρεκόρ** τόσο όσον αφορά την πορεία της **επιχείρησής** τους (+52) όσο και σε σχέση με την πορεία του **κλάδου** γενικότερα (+40)

# Agencies

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

IB' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

Ισοζύγιο



### ΖΗΤΗΣΗ

Η αγορά της επικοινωνίας εκτιμά ότι η **ζήτηση** για τις υπηρεσίες της **αυξάνεται** σημαντικά (+57)

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι εταιρείες επικοινωνίας που **αυξάνουν** το προσωπικό τους είναι σταθερά **αρκετά περισσότερες** από αυτές που το **μειώνουν** (+45)

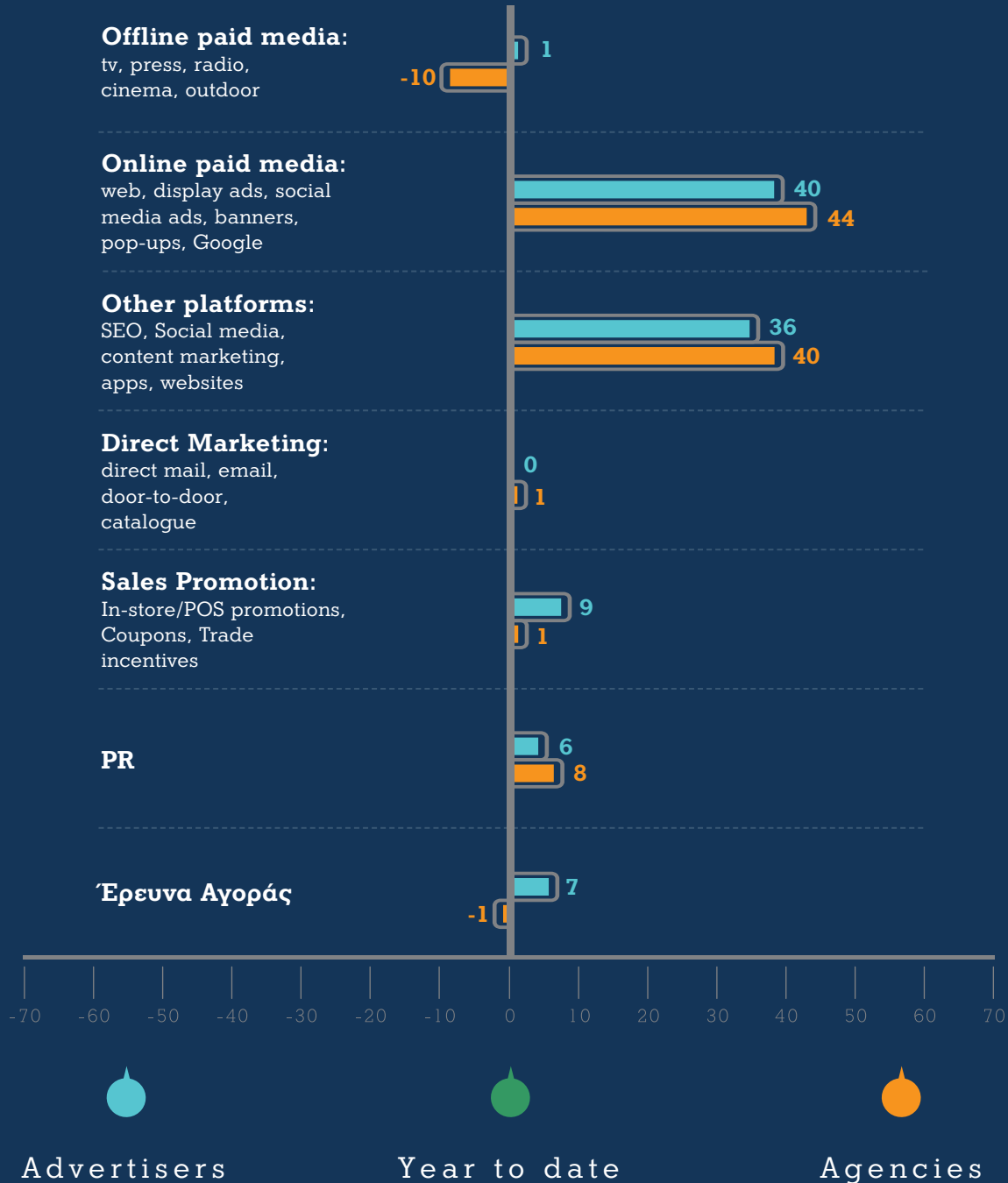
### ΤΙΜΕΣ

Οι εκτιμήσεις για τις **τιμές** των υπηρεσιών επικοινωνίας κινούνται για πρώτη φορά σε **ουδέτερο έδαφος** (0)

# Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

IB' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

S2 2019



Οι διαφημιστές εκτιμούν σε γενικές γραμμές τη **δυναμικότητα** των επιμέρους ενεργειών **marketing** με παρόμοιο τρόπο με τους διαφημιζόμενους: **Έμφαση** σε **on line media** και **πλατφόρμες**, **χαμηλή επένδυση** ή στασιμότητα σε **direct marketing**, **προωθητικές ενέργειες**, **PR** και **έρευνα αγοράς**. **Πιο απαισιόδοξοι** από τους πελάτες τους εμφανίζονται οι **διαφημιστές** σε σχέση με τα **off line media**



# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



ΙΒ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

