

Αποτελέσματα έρευνας

# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

ΚΓ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2022 - Q3 2022

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 ~5-6΄

## ΚΑΛΥΨΗ

Εταιρείες με έδρα στην Ελλάδα,  
διαφημιζόμενοι & εταιρείες επκ/νίας

## ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

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

## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

ΑΝΑ ΚΥΜΑ n ~ 150  
ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΚΥΜΑ  
**n = 161**

## 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)

## 2021-2022

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΔΕΙΓΜΑ
2022 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2022 - Q3 2022	n = 161
2022 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2022 - Q2 2022	n = 162
2022 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022 - Q1 2022	n = 161
2021 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022 - Q4 2021	n = 153
2021 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2021 - Q3 2021	n = 150
2021 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2021 - Q2 2021	n = 155
2021 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021 - Q1 2021	n = 155

### ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΔΕΙΓΜΑ
2020 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2021 - Q4 2020	n = 151
2020 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020 - Q3 2020	n = 158
2020 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2020 - Q2 2020	n = 170
2020 Q1	ΔΕΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΜΕΤΡΗΣΗ <i>λόγω πανδημίας COVID19</i>	
2019 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020	n = 154
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	ΙΟΥΛΙΟΣ 2018	n = 153
2018 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2018	n = 162
2017 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2018	n = 185
2017 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017	n = 169
2017 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 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 μεγάλων 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

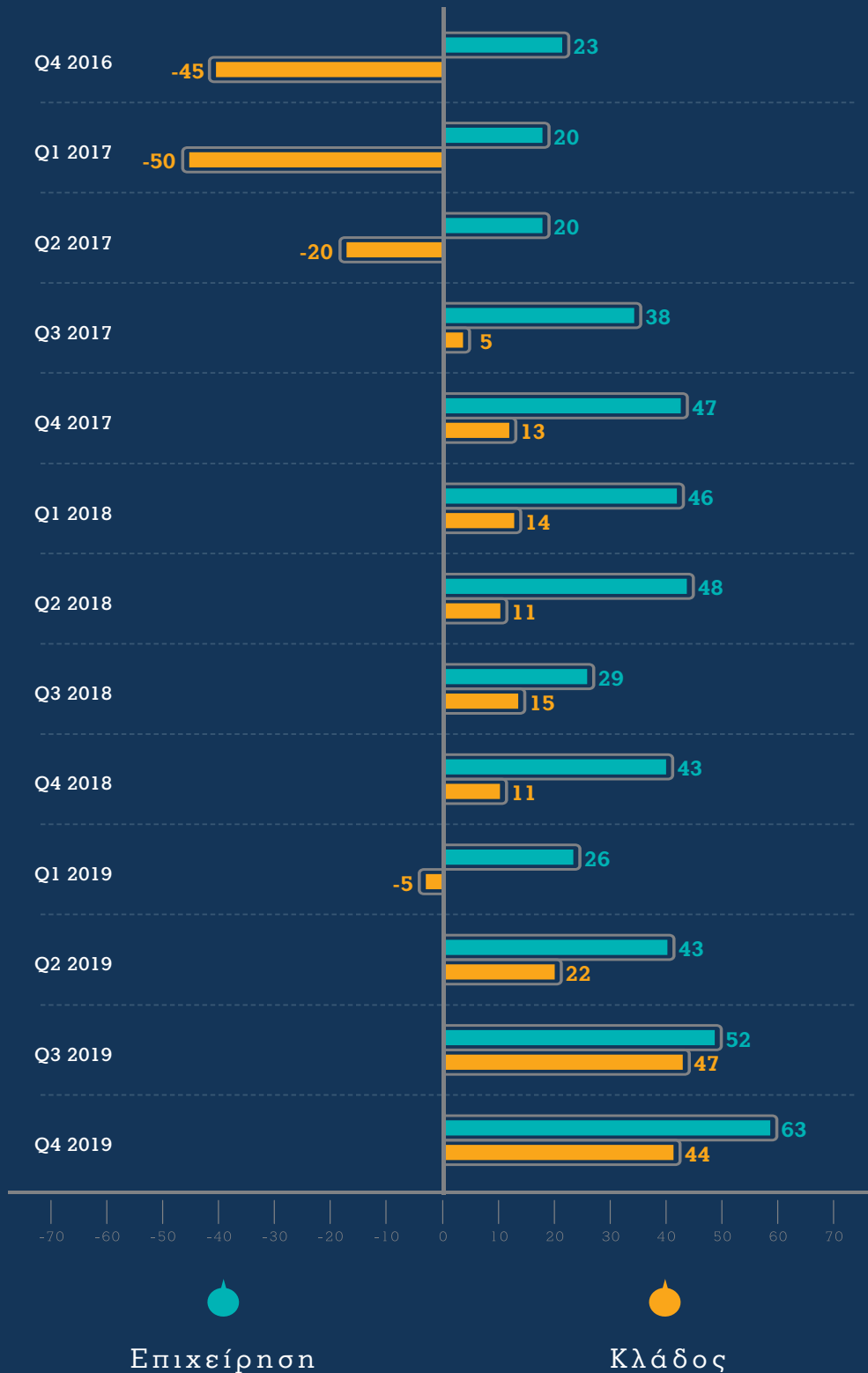
Τα **αποτελέσματα** της έρευνας παρουσιάζονται ως **ισοζύγια**. Το **ισοζύγιο** είναι το αποτέλεσμα της αφαίρεσης όσων αναφέρουν μια μείωση σε μια ερώτηση από εκείνους που αναφέρουν μια αύξηση. Παίρνει τιμές από **-100** έως **+100**. Ένα **θετικό ισοζύγιο** δείχνει **αύξηση** σε σύγκριση με το προηγούμενο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

# Advertisers

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ. 1

2016 ΕΩΣ 2019  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

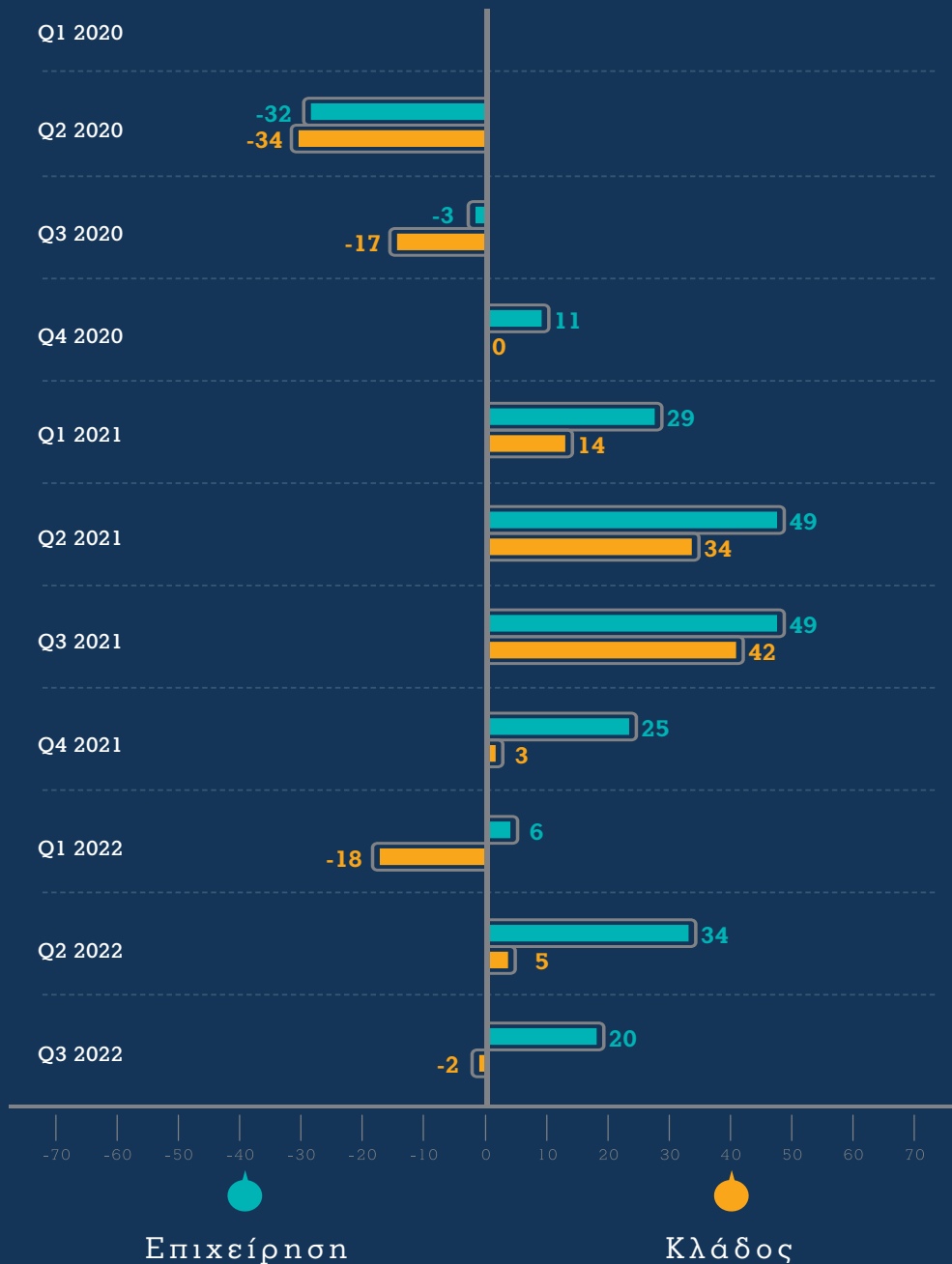


# Advertisers

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ.2

ΣΗΜΕΡΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ 2016  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



Στα πλαίσια του **συνεχιζόμενου πολέμου στην Ουκρανία** και της συνεπακόλουθης **διπλής κρίσης, τιμών και ενέργειας**, τα **στελέχη των διαφημιζομένων εκφράζουν αβέβαιες προοπτικές** για το εγγύς μέλλον: Σημαντικά **μετριασμένη αισιοδοξία** ως προς την **επιχείρησή τους (+20)** και **ανησυχία** για τον **κλάδο τους (-2)**

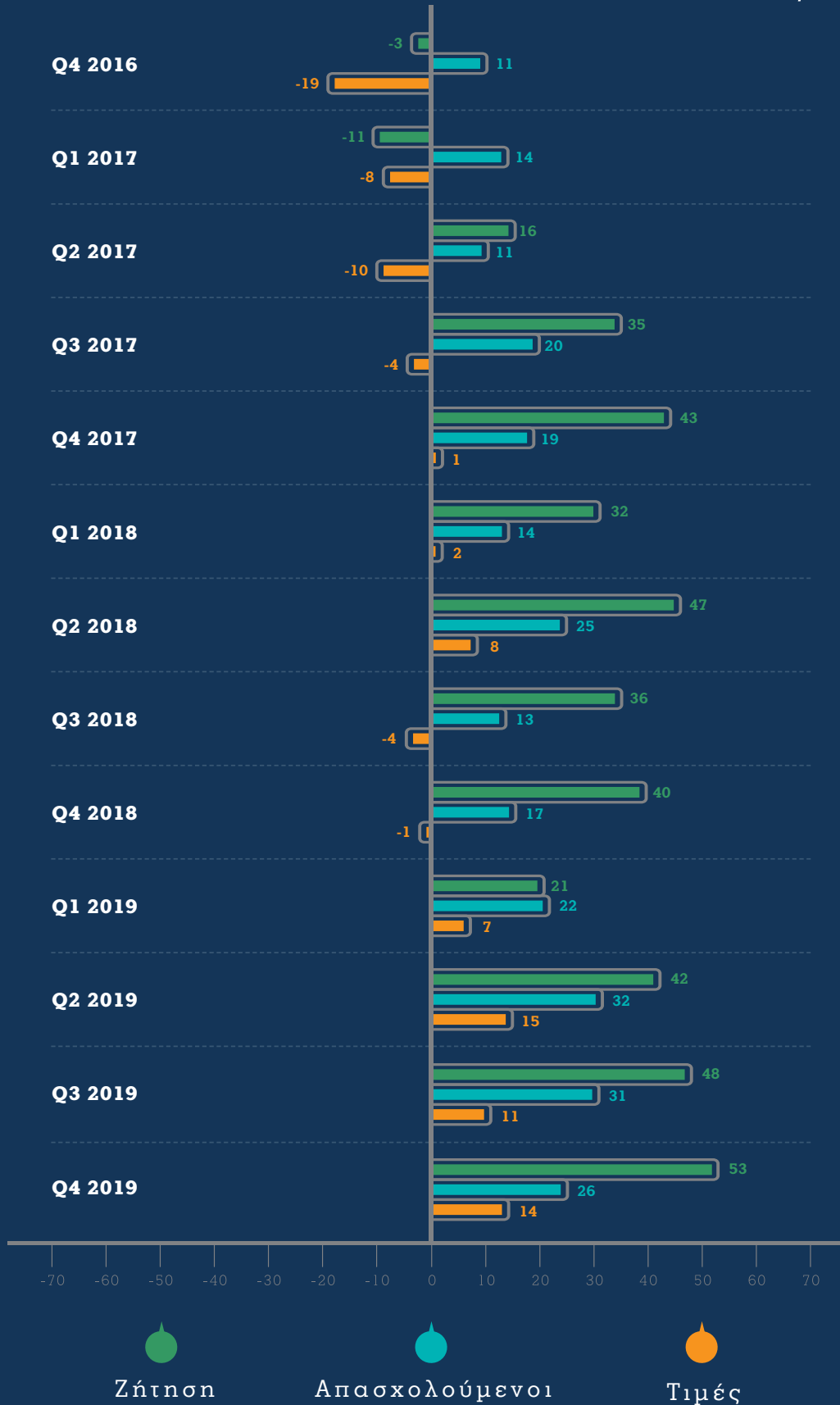
# Advertisers

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

ΚΓ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2022 - Q3 2022

Ισοζύγιο



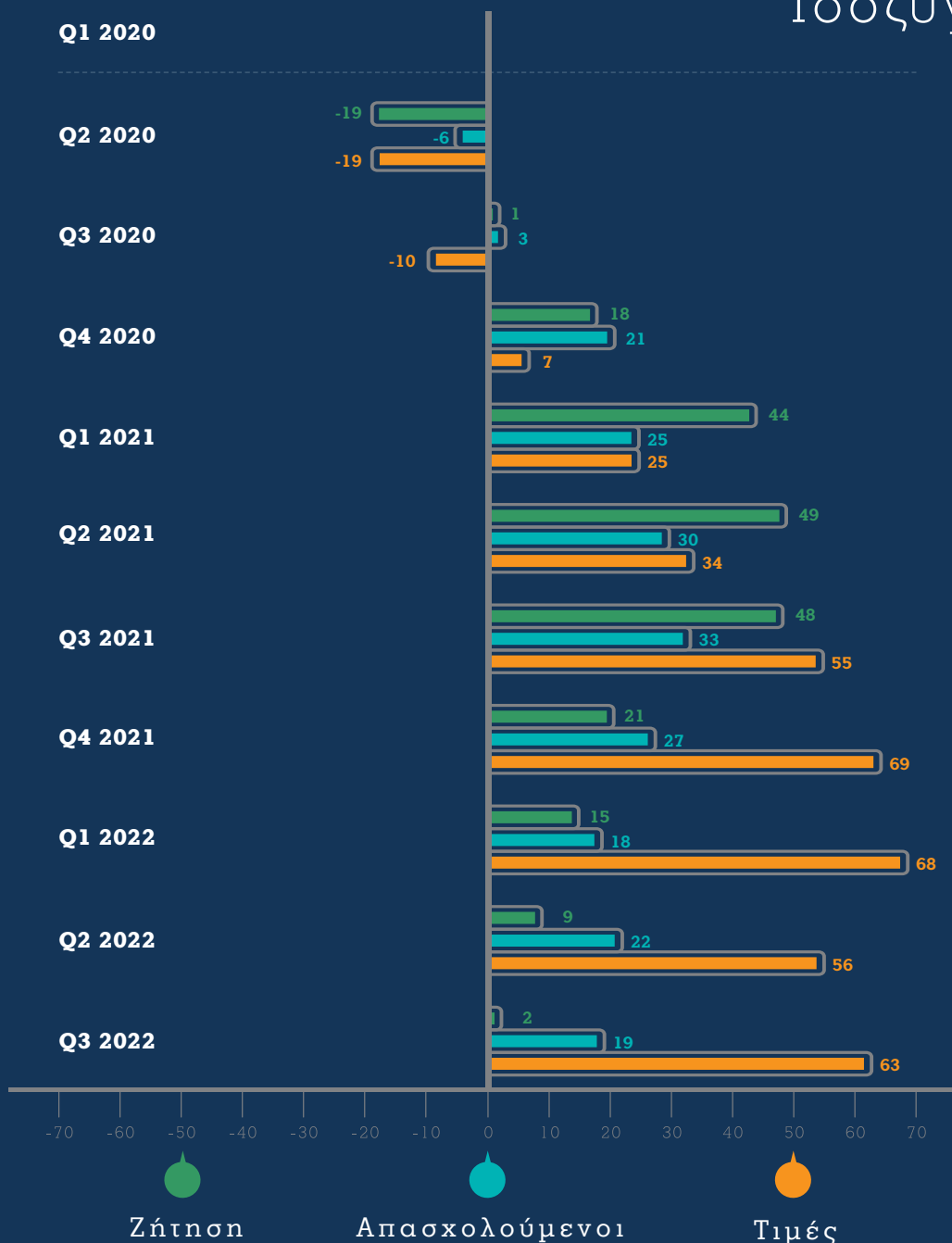


# Advertisers

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης Σελ.2

ΚΓ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2022 - Q3 2022

Ισοζύγιο



### ΖΗΤΗΣΗ

Εκτιμάται ότι η **ζήτηση** περνάει σε **φάση σταθερότητας** και δεν αυξάνεται πλέον

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι **αυξητικές τάσεις** παραμένουν

### ΤΙΜΕΣ

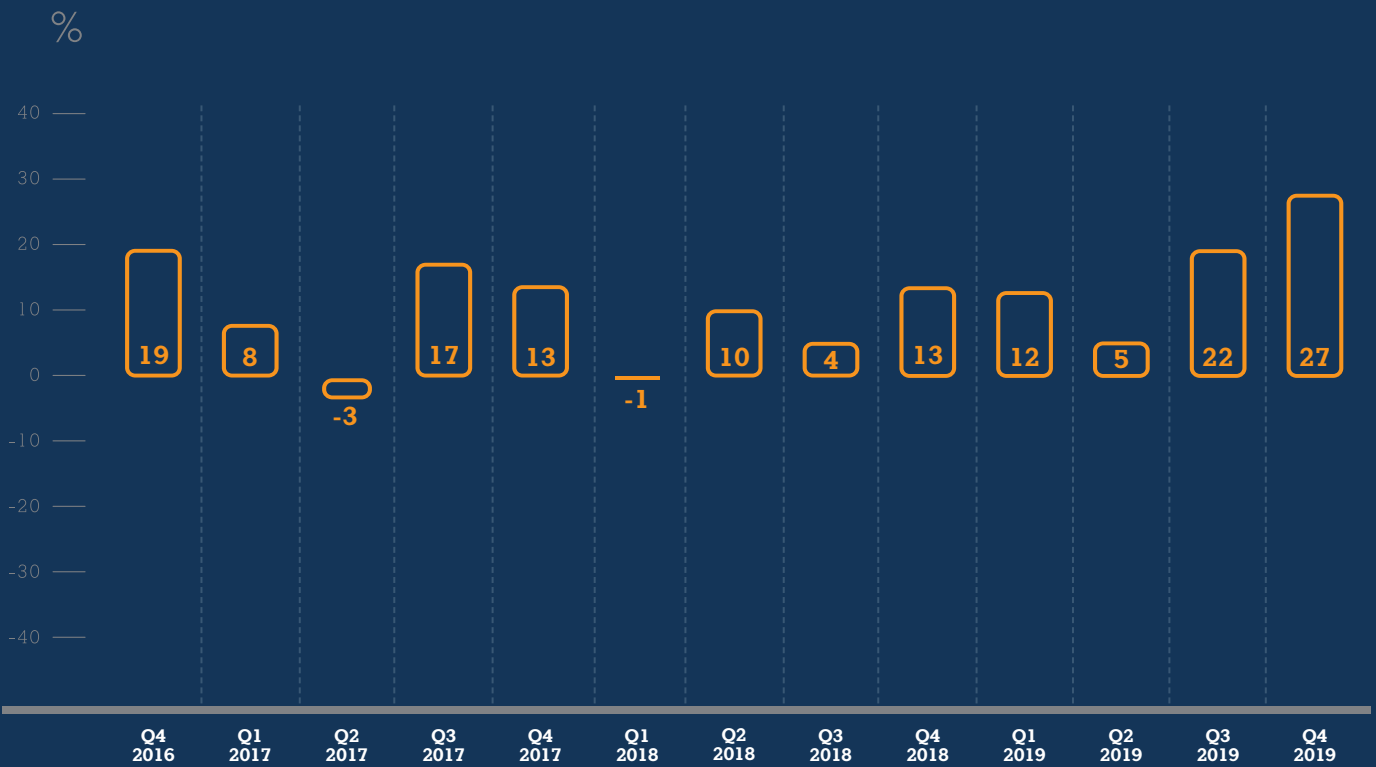
Οι **αυξητικές εκτιμήσεις** παραμένουν σε **πολύ υψηλά επίπεδα**

**ΣΥΝΟΛΙΚΑ:** Οι διαφημιζόμενοι προβλέπουν ένα **στάσιμο πληθωριστικό περιβάλλον** με **χαμηλή ζήτηση** και **υψηλές τιμές**

# Advertisers

## Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.1

### ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

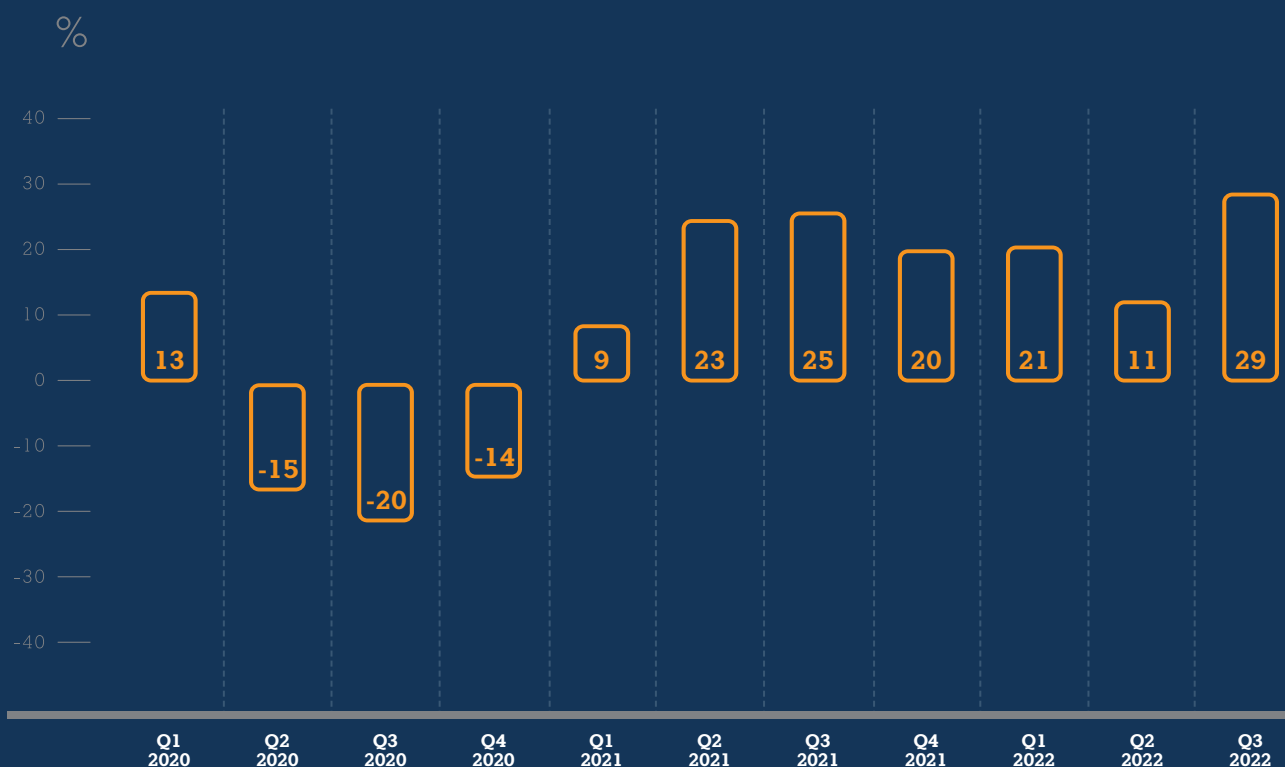


Year to date

# Advertisers

## Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.2

### ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



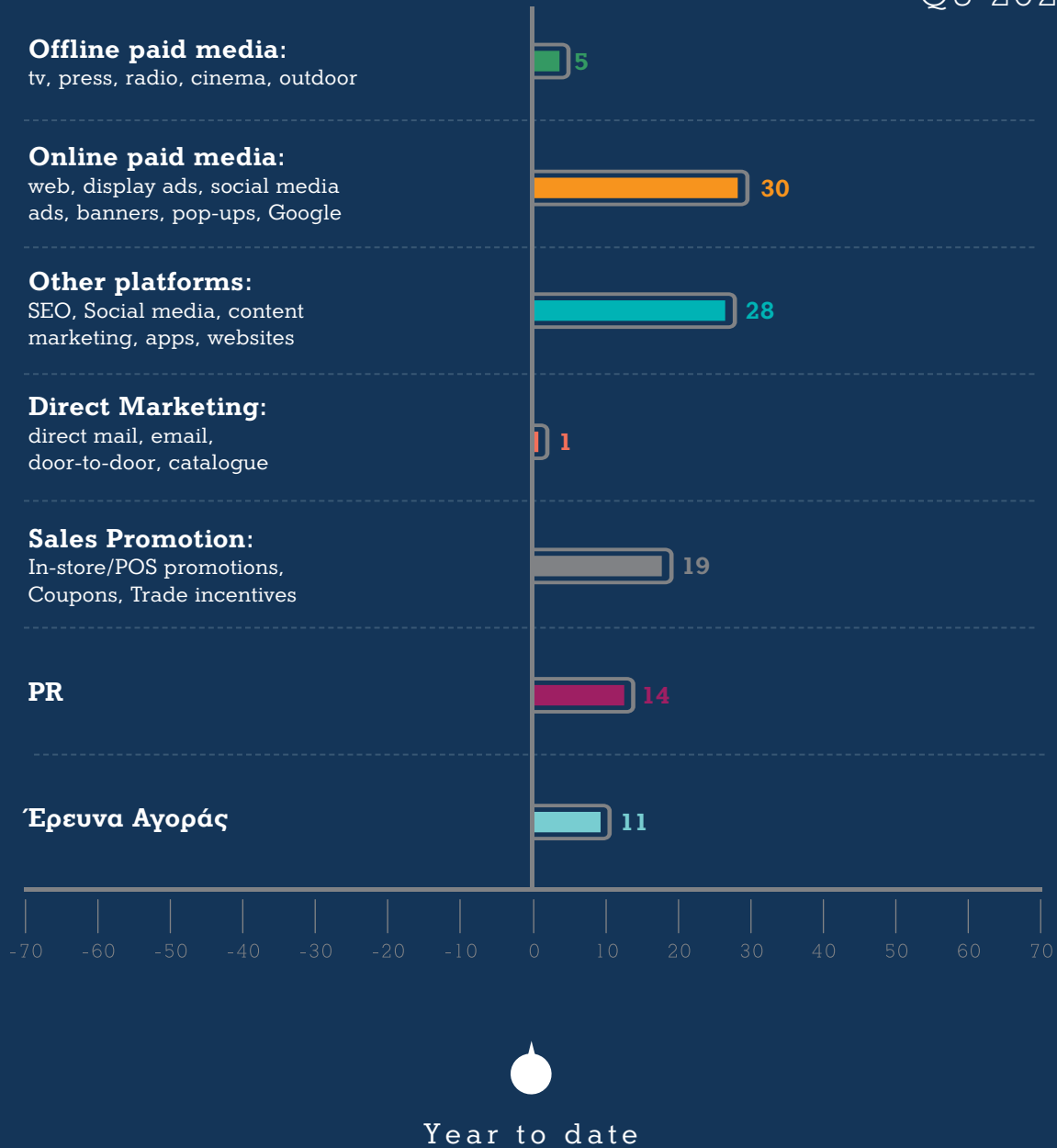
Year to date

Σύμφωνα με τα στελέχη των διαφημιζομένων, οι **προϋπολογισμοί marketing αυξάνονται (+29)** – πιθανώς ανταποκρινόμενοι στις αυξήσεις τιμών

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

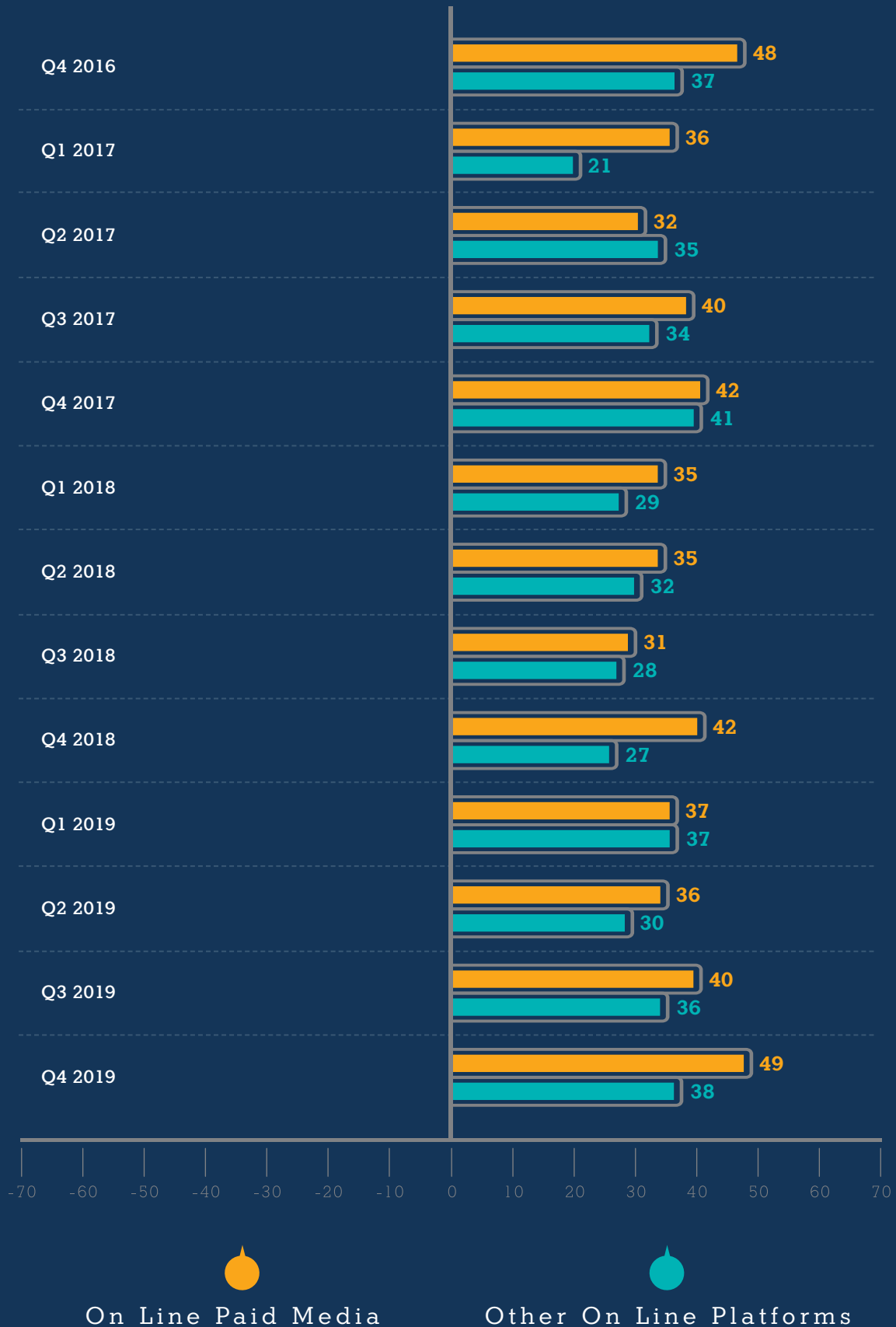
Q3 2022



Η συνεχιζόμενη αύξηση των προϋπολογισμών marketing διοχετεύεται μεν κυρίως στα **online εργαλεία**, αυξημένη όμως επένδυση προβλέπεται και στις **προωθητικές ενέργειες (+19)**, τις **δημόσιες σχέσεις (+14)** και την **έρευνα αγοράς (+11)**. Περίπου σταθερά καταγράφονται τα **offline media (+5)**, το **direct marketing (+1)**

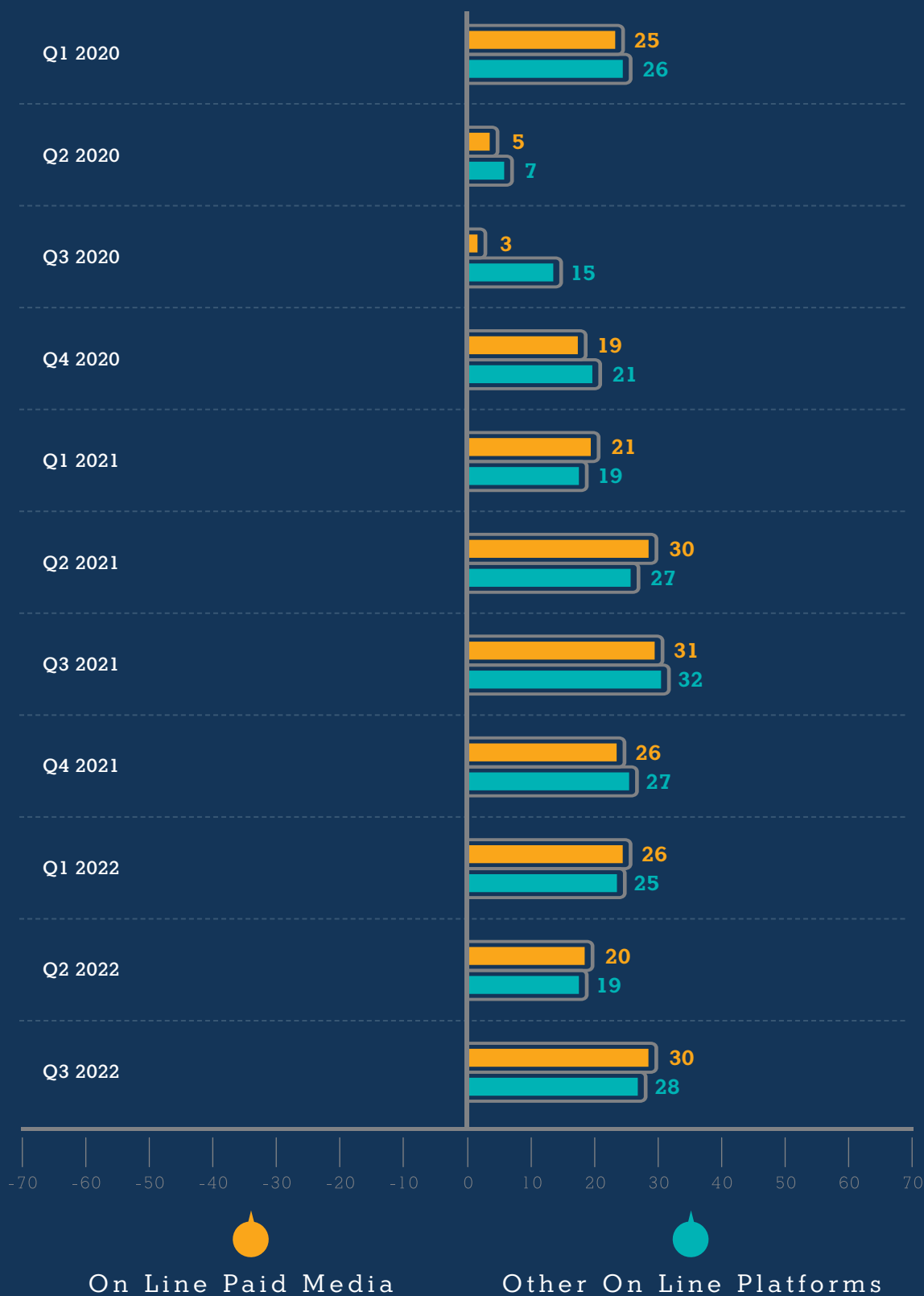
# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Οι προϋπολογισμοί για τις online ενέργειες παραμένουν σε αυξητική διάθεση αν και με μειωμένο ενθουσιασμό σε σχέση με την τριετία 2016-2019

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



Off Line Paid Media

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Η **πρόθεση** των στελεχών **marketing** να **αυξήσουν** την επένδυσή τους σε **offline media** που **χαρακτήρισε** το **2021**, **παραμένει** σε επίπεδα συγκράτησης **(+5)** και για το **3ο τρίμηνο** του **2022**



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

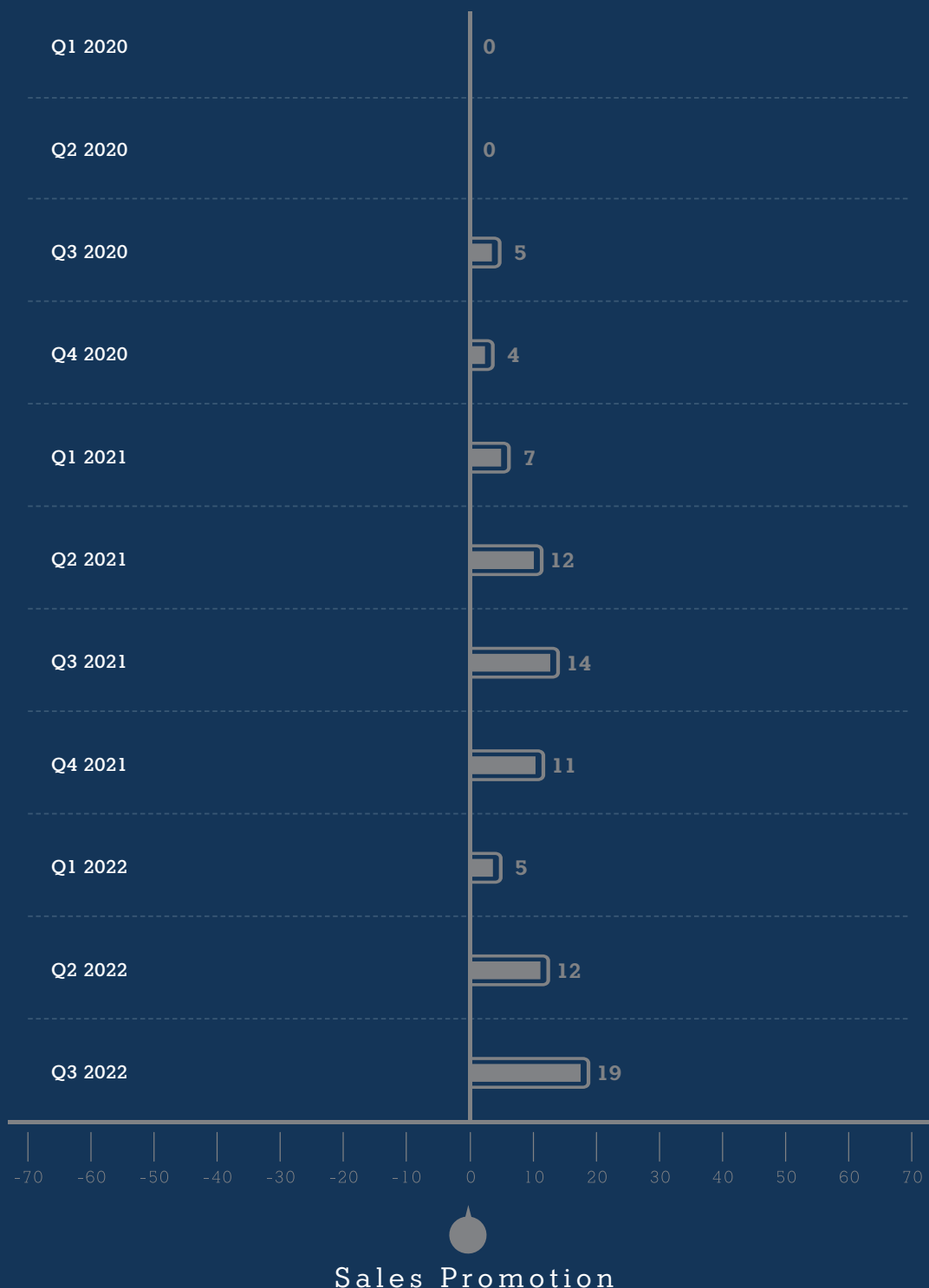
Σελ. 1



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2



Η **προώθηση πωλήσεων** κινείται ιδιαίτερα **αυξητικά (+19)**, στα **υψηλότερα επίπεδα** από το **2017**

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 1

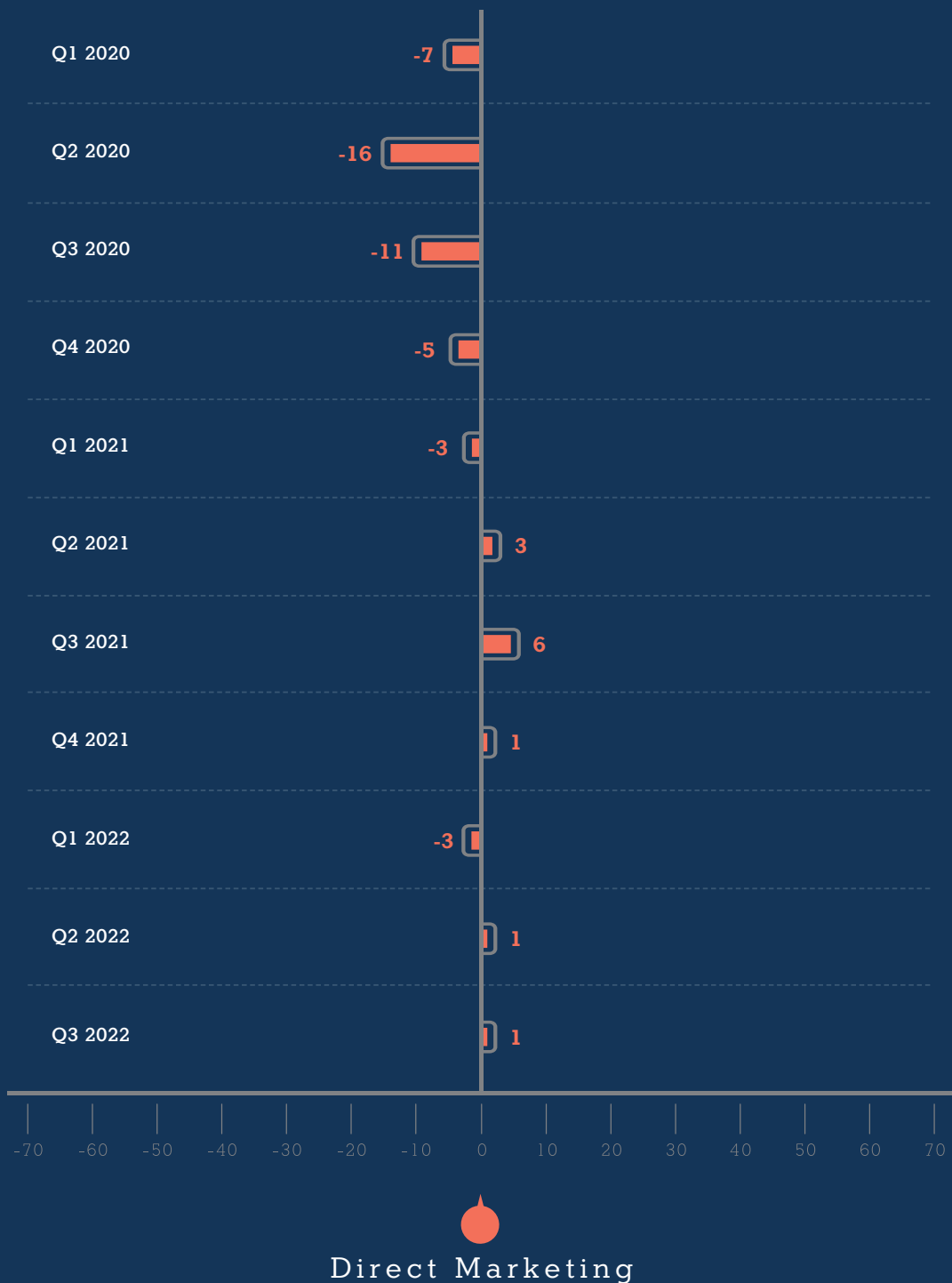


Direct Marketing

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 2

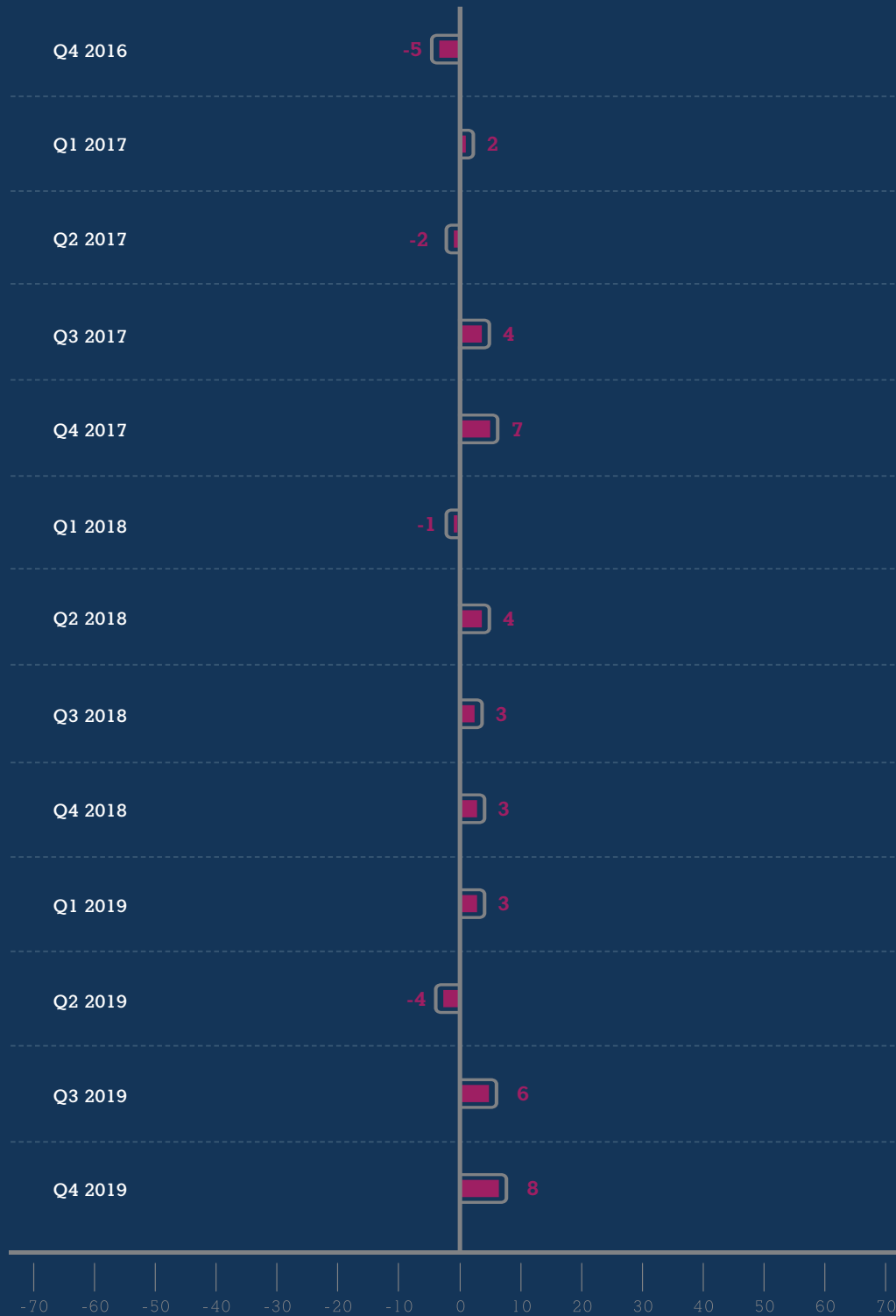


Η διάθεση επένδυσης σε ενέργειες **Direct Marketing** καταγράφεται σταθερή για τέταρτο συνεχόμενο τρίμηνο (+ 1)

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 1

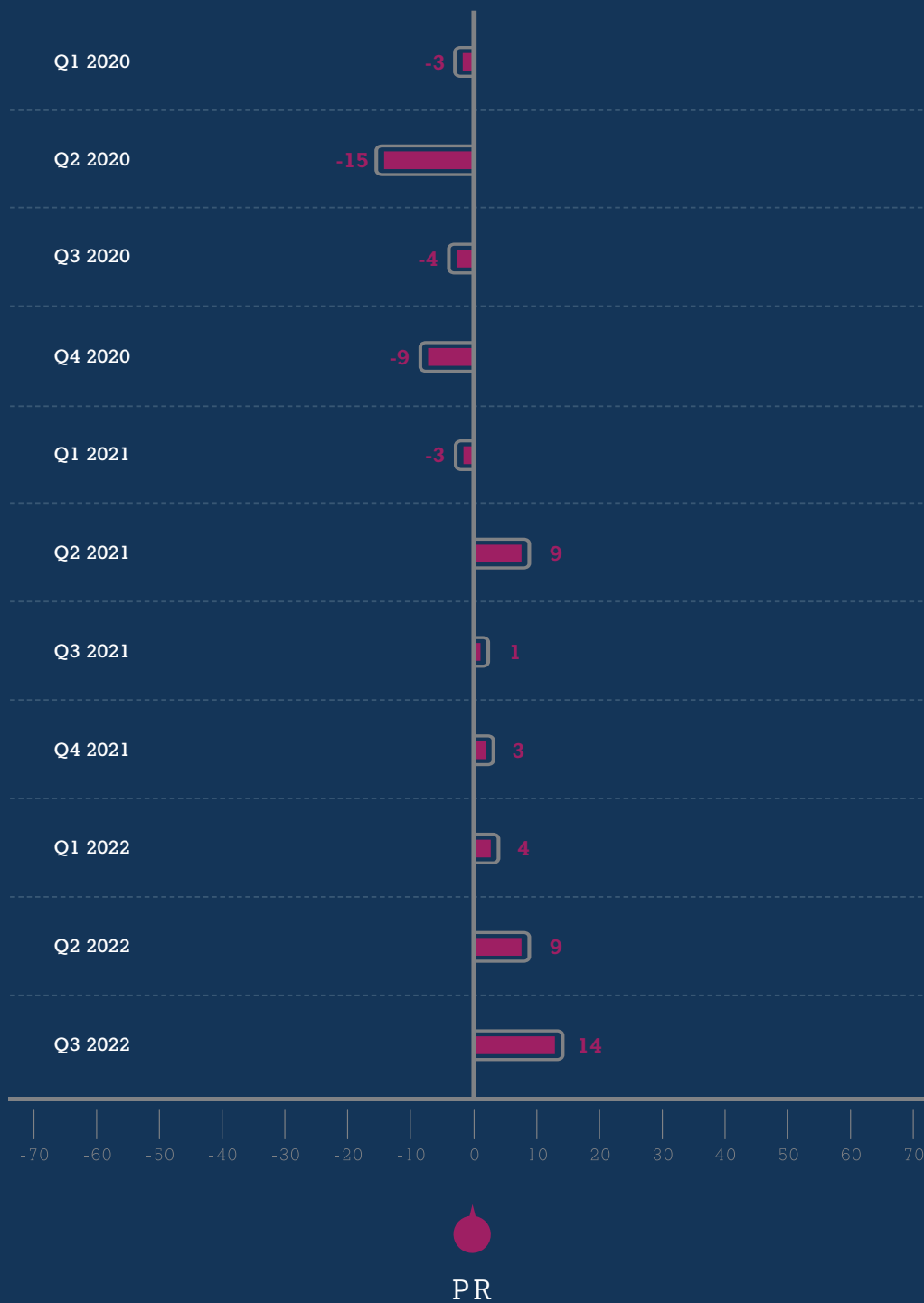


PR

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2

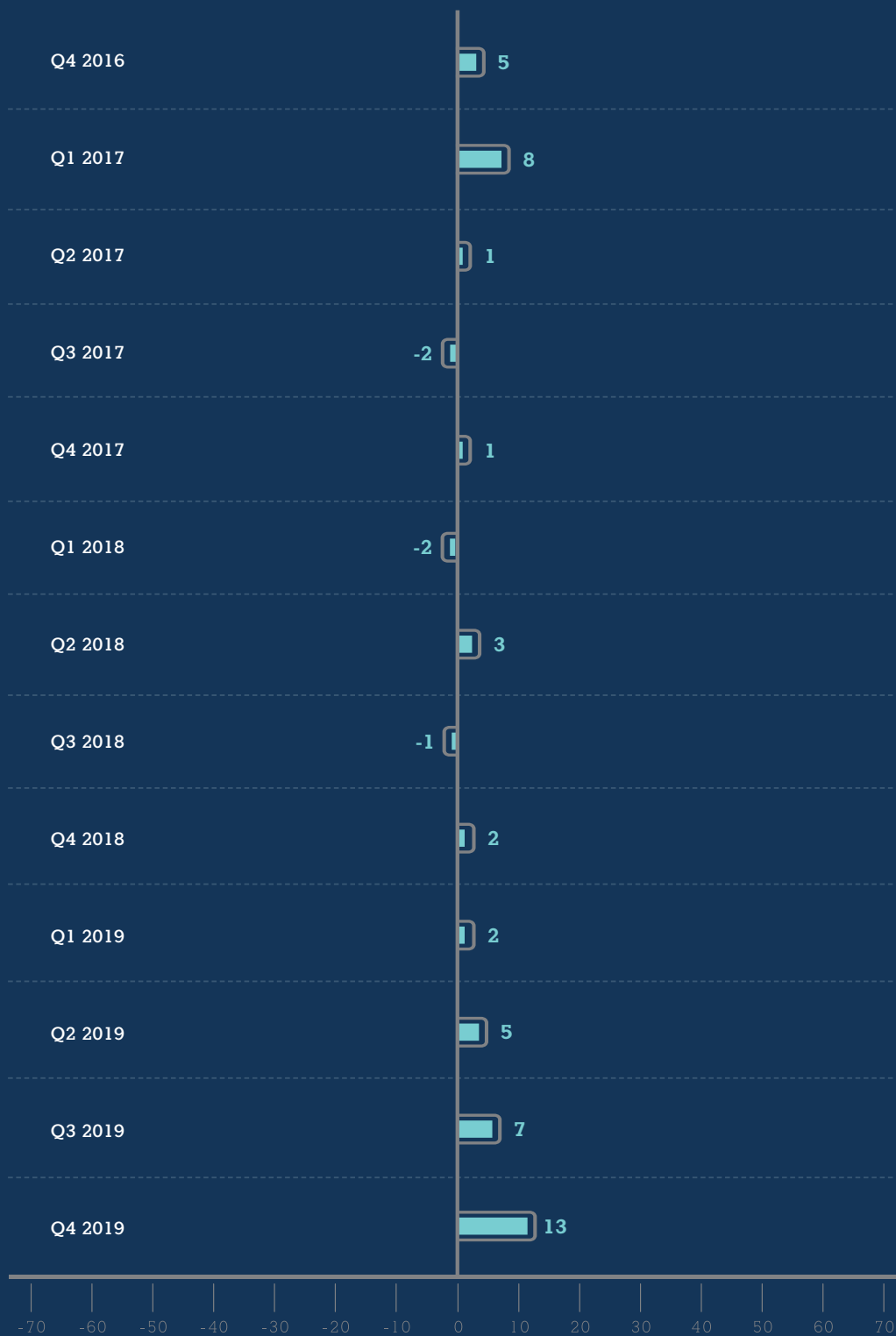


**Η πρόθεση επένδυσης σε δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων εμφανίζεται θετική (+ 14) στα υψηλότερα επίπεδα από την αρχή της μέτρησης**

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

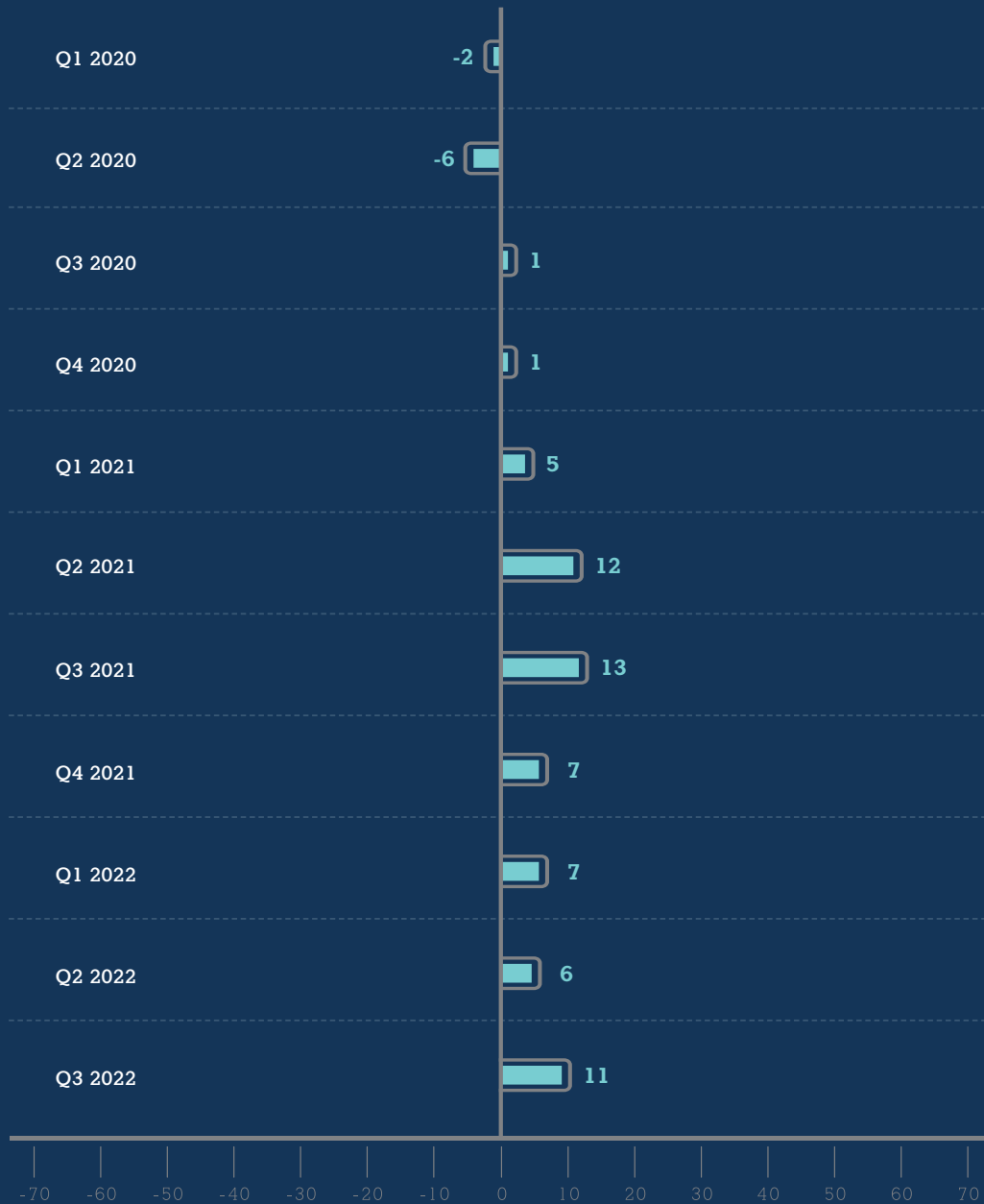
Σελ. 1



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 2



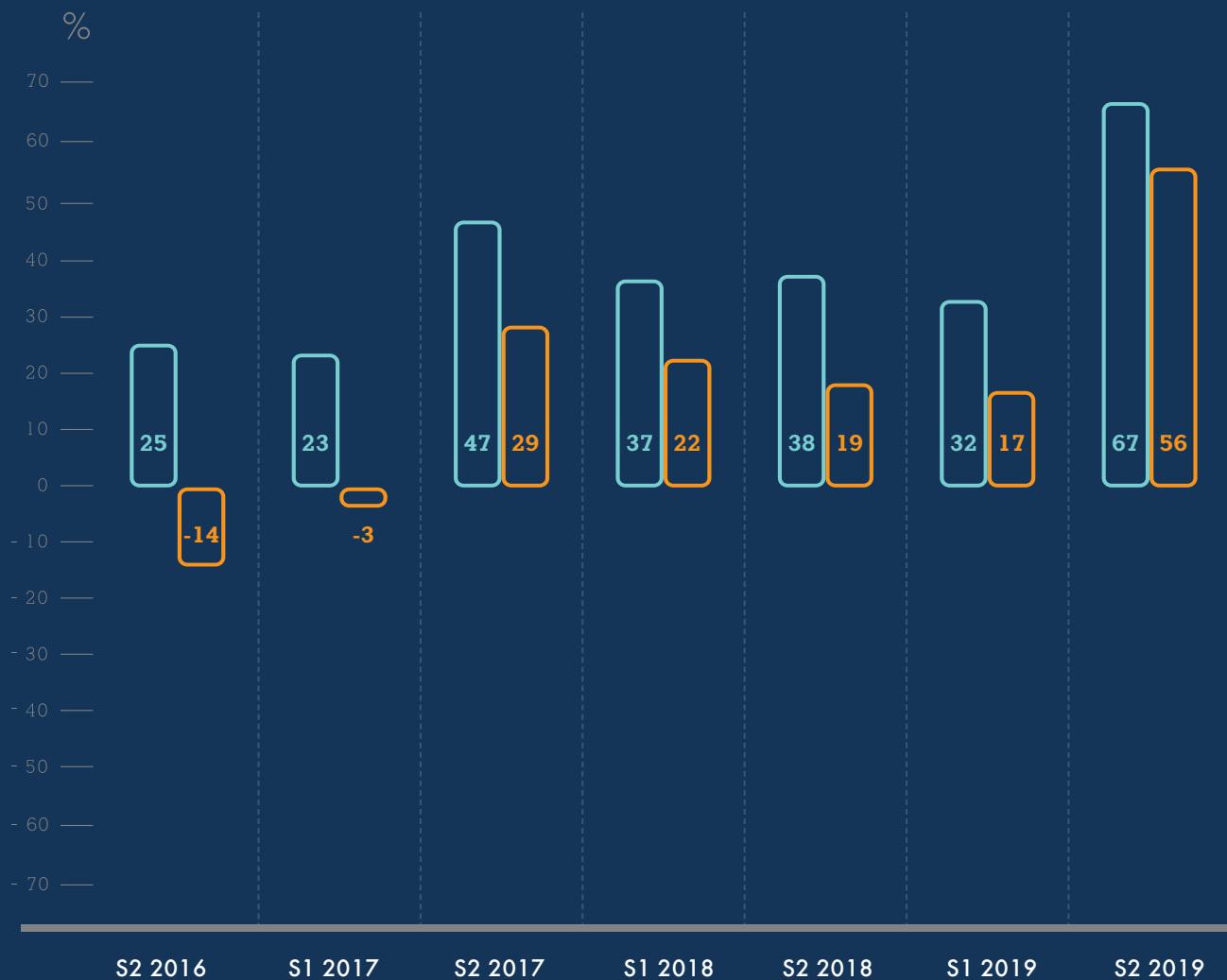
Έρευνα Αγοράς

Η **διάθεση επένδυσης σε έρευνα αγοράς** παραμένει για **έβδομο** συνεχόμενο **3μηνο** σε **θετικό επίπεδο (+ 11)**



# Agencies

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 1



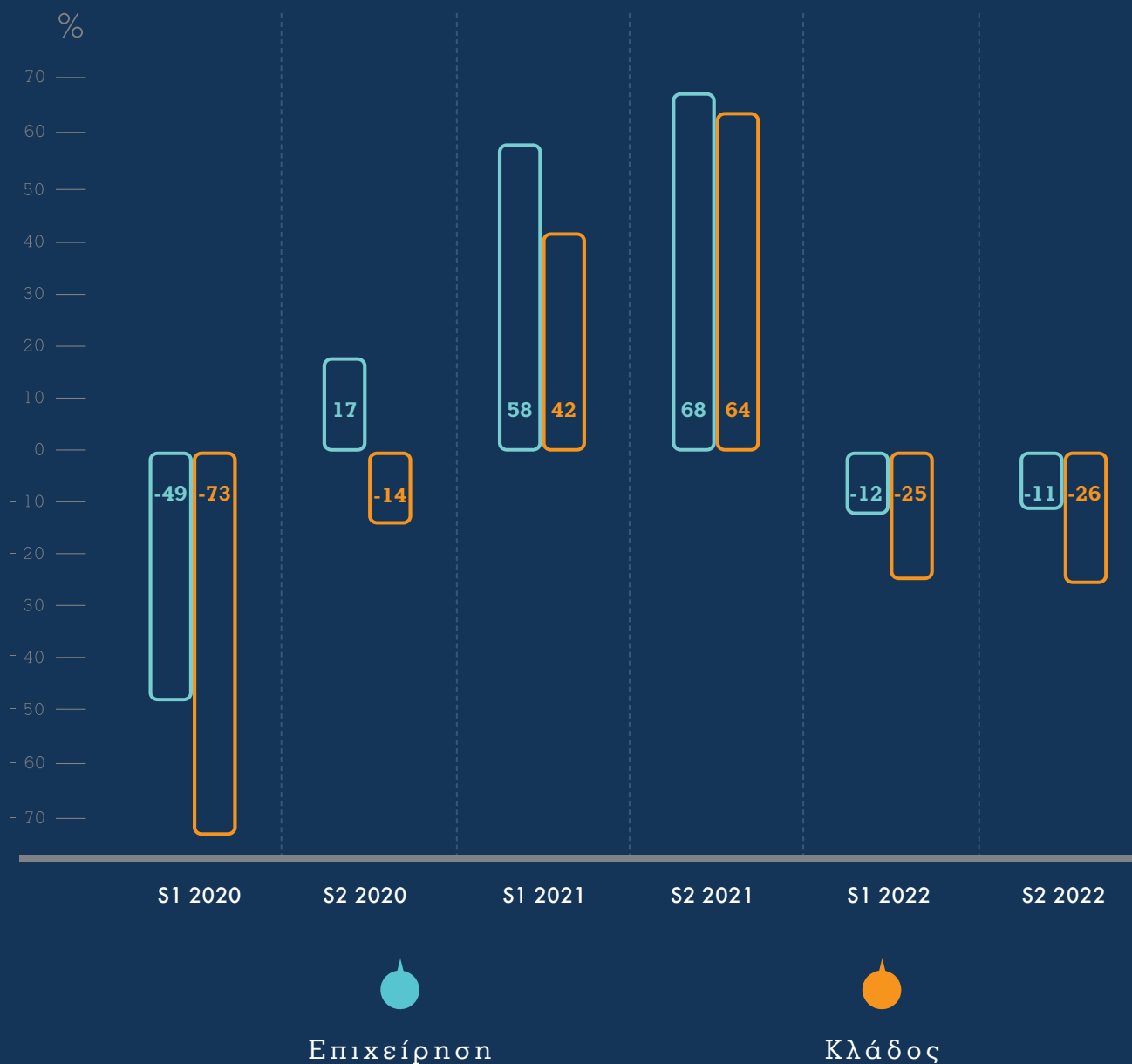
Επιχείρηση



Κλάδος

# Agencies

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 2



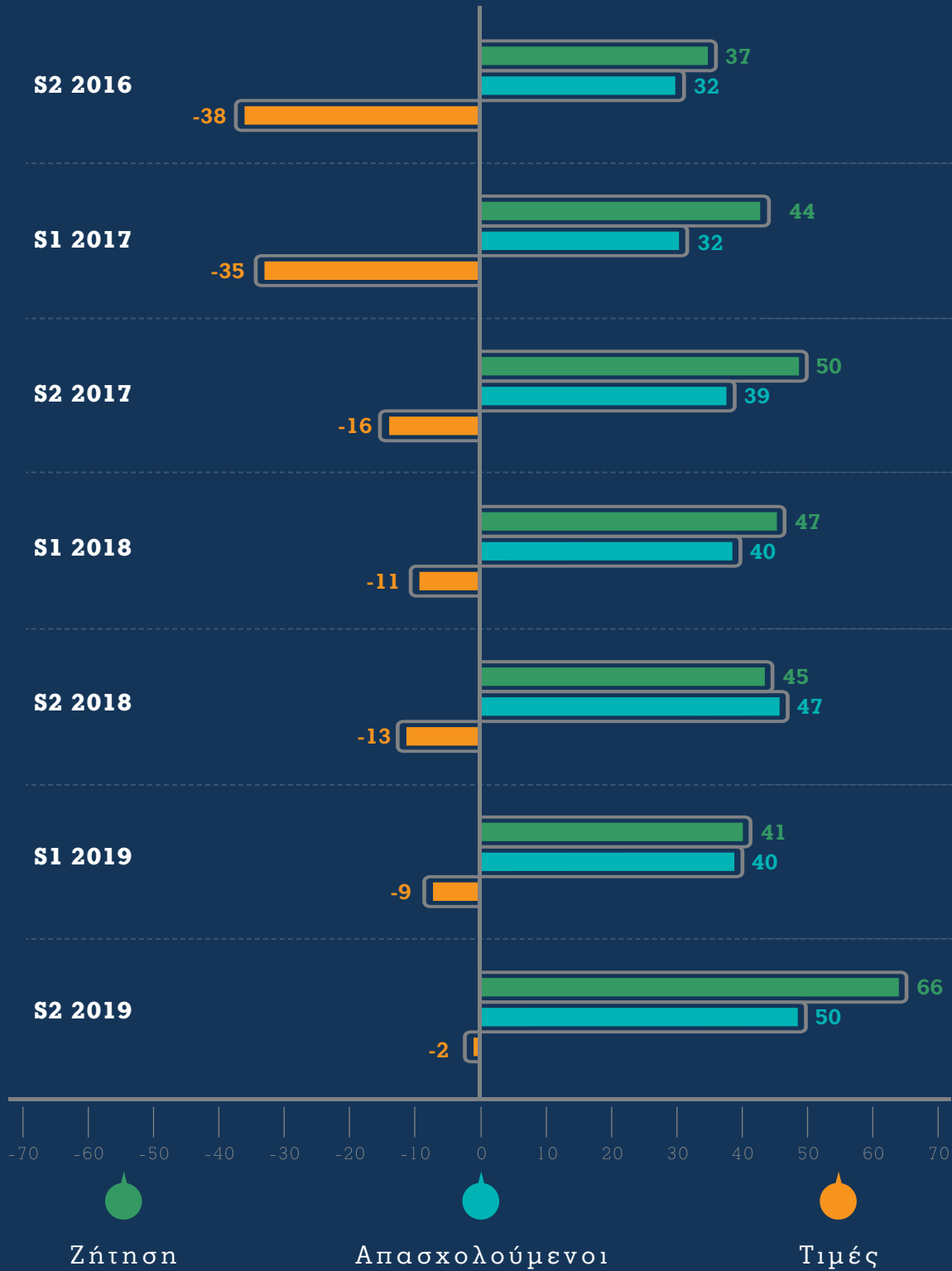
Τα **στελέχη** των **διαφημιστικών εταιρειών** βλέπουν τις **εταιρείες** τους **πρωτικές (-11)** μετά την **ισχυρή ανάκαμψη** του **2021**. Οι **εκτιμήσεις** τους για τον κλάδο της **επικοινωνίας** συνολικότερα **καταγράφονται** επίσης **απαισιόδοξες (-26)**

# Agencies

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

### Ισοζύγιο

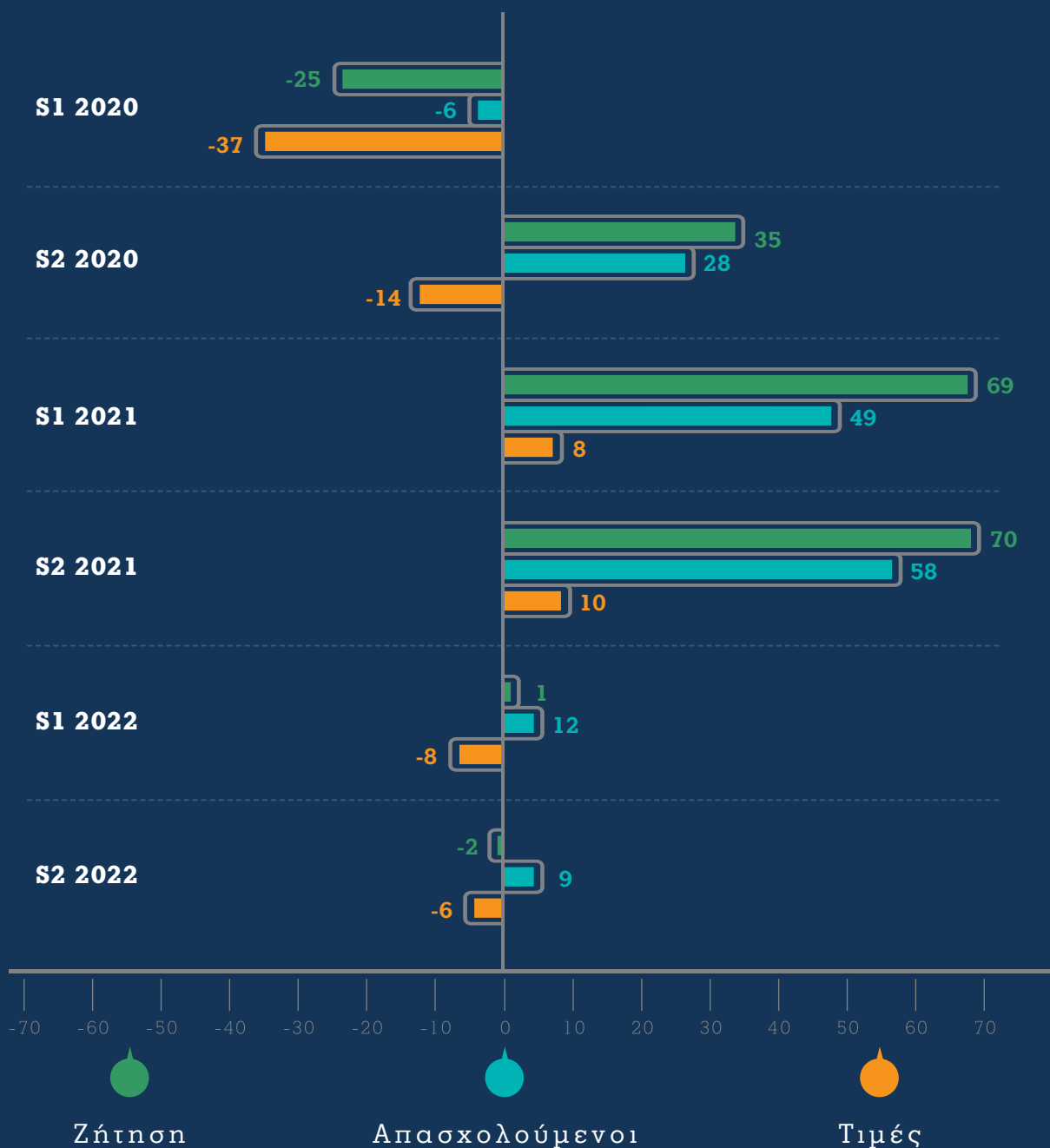


# Agencies

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 2

### Ισοζύγιο

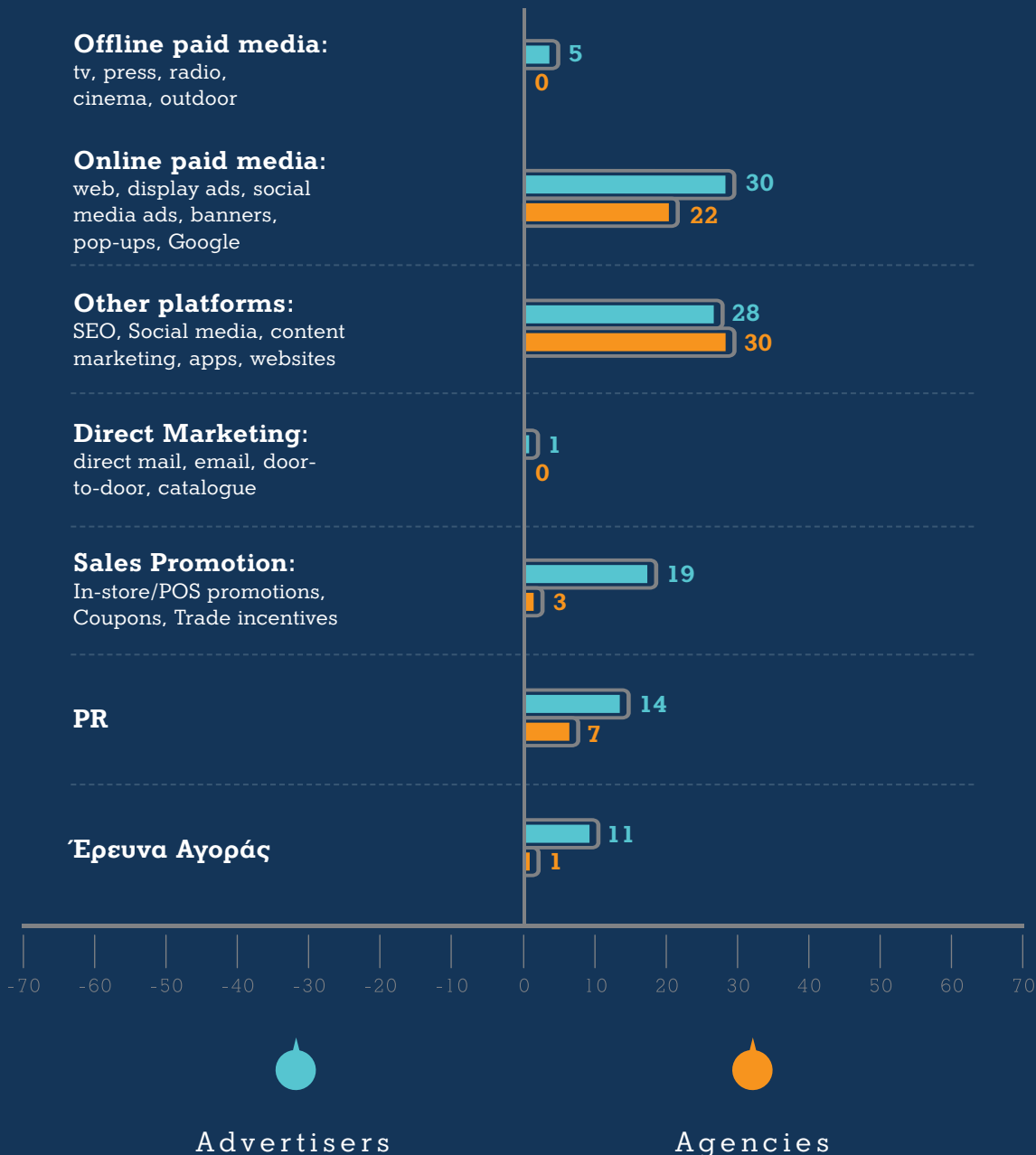


Σύμφωνα με την **εκτίμηση** των **στελεχών** των **διαφημιστικών εταιρειών** η **ζήτηση** για τις υπηρεσίες τους **παραμένει σταθερή (-2)** ενώ **οριακή** καταγράφεται η **αύξηση** της **απασχόλησης (+9)** στον κλάδο. Σε σχέση με τις αμοιβές των διαφημιστικών, οι **προσδοκίες** συνεχίζουν να κινούνται σε **αρνητικό έδαφος (-6)** μετά από την **αυξητική τάση** του **2021**

# Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΚΓ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2022 - Q3 2022

S2 2022



Οι **εκτιμήσεις διαφημιζομένων και διαφημιστών** συμπίπτουν ως προς την **αύξηση επένδυσης σε online εργαλεία, media και platforms**. Πέραν αυτού, οι **διαφημιστές** αναμένουν κάποια **αύξηση** μόνο στις **δημόσιες σχέσεις** και **δεν συμμερίζονται τις εκτιμήσεις των πελατών τους για αύξηση επένδυσης στην προώθηση πωλήσεων και την έρευνα αγοράς**



# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



ΚΓ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2022 - Q3 2022

