

Αποτελέσματα έρευνας

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

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 επικ/νίας

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

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

ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

ΑΝΑ ΚΥΜΑ n ~ 150
ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΚΥΜΑ
n = 160

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)

2021-2023

| ΚΥΜΑ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ | ΔΕΙΓΜΑ |
|---------|-----------------------------|---------|
| 2023 Q1 | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023 | n = 160 |
| 2022 Q4 | ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022 - Q4 2022 | n = 155 |
| 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 λόγω πανδημίας COVID19 | |
| 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.

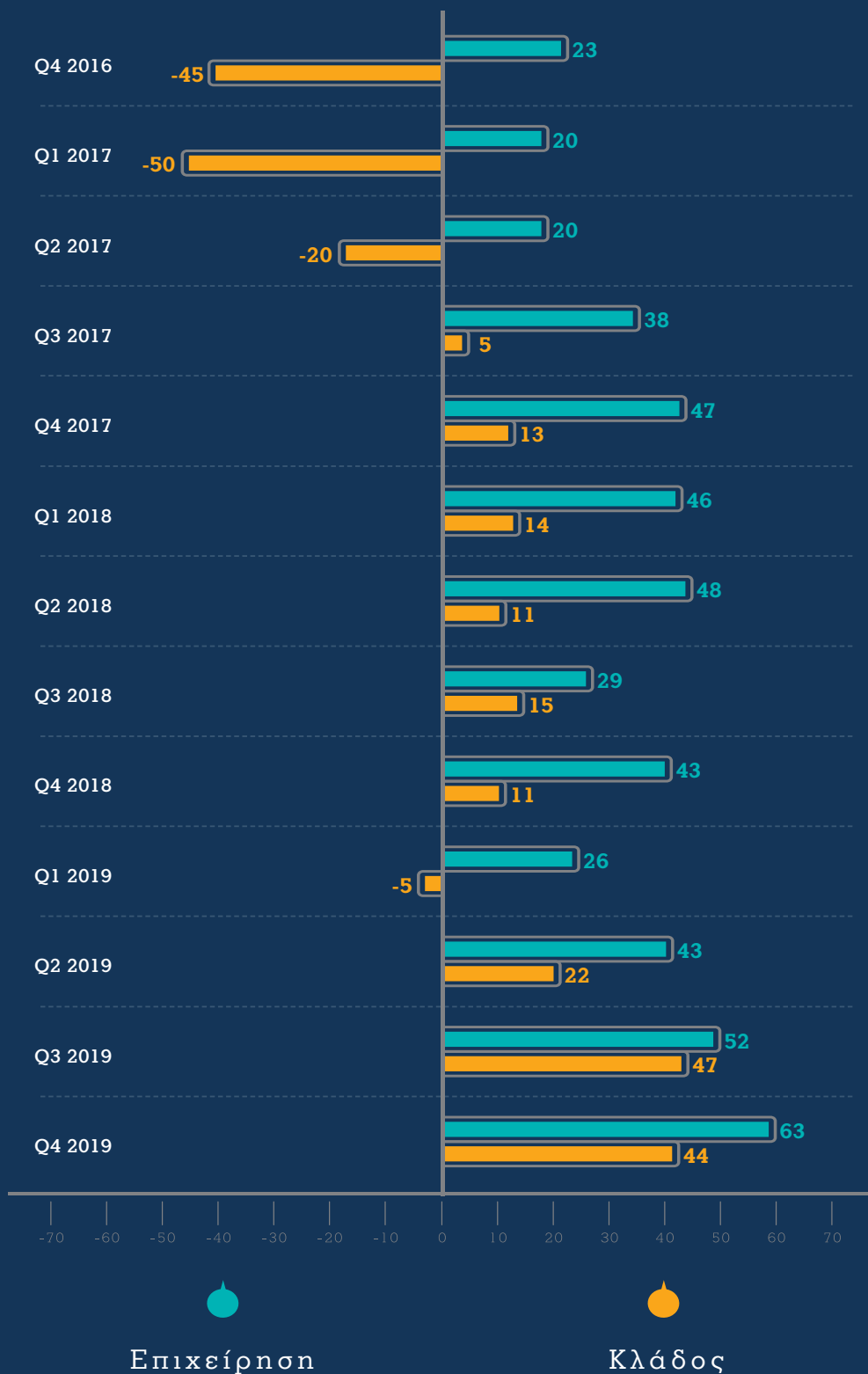
Advertisers

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ. 1

ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

2016 ΕΩΣ 2019
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



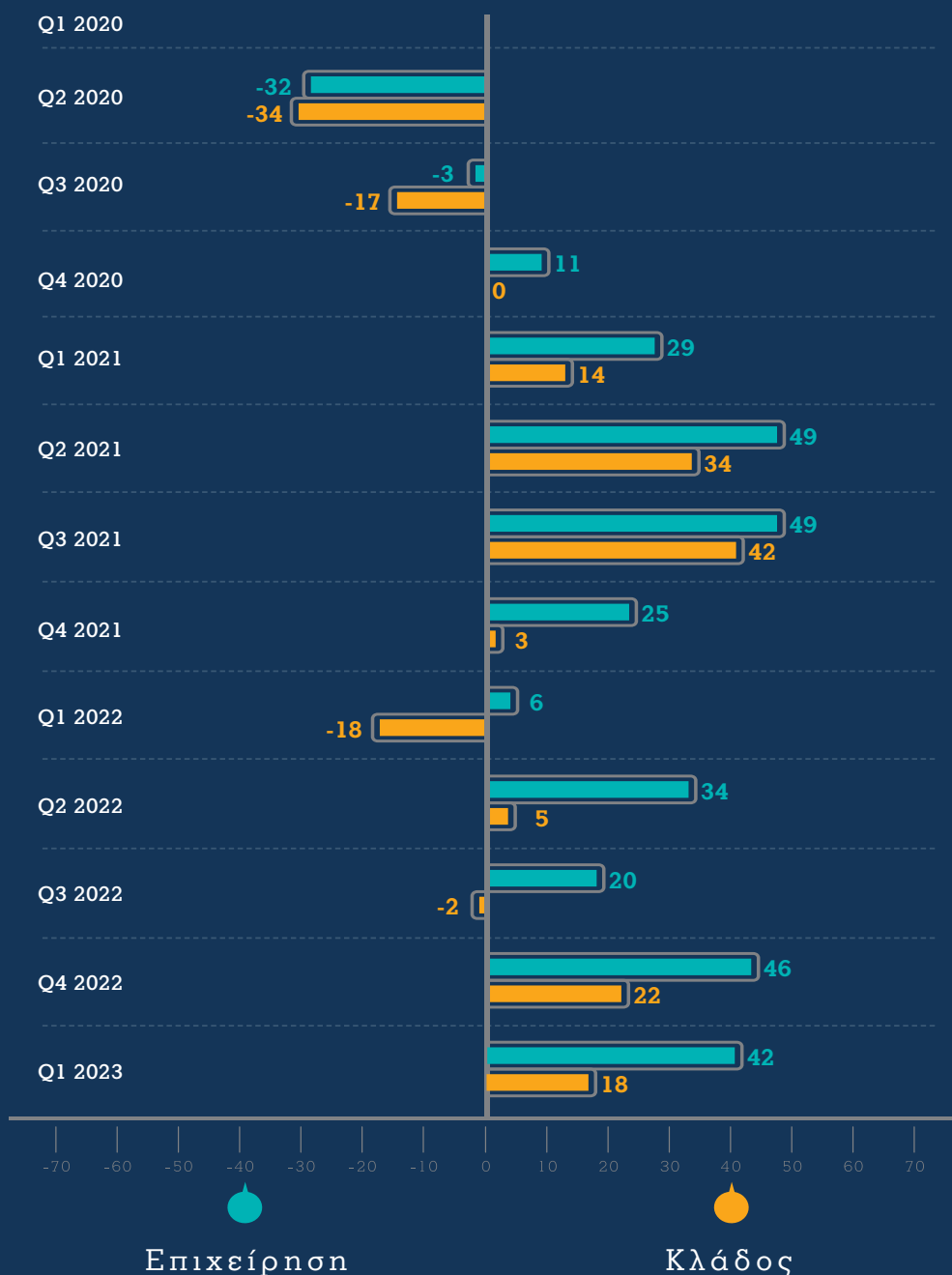
Advertisers

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ. 2

ΚΕ΄ Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

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



Το **2023** ξεκινά με τις **εκτιμήσεις** των **στελεχών** των **διαφημιζομένων** να σταθεροποιούνται σε **θετικά επίπεδα** τόσο για το **μέλλον** της **επιχείρησής** τους (+42) όσο και για τον **κλάδο** τους (+18): Ο **πόλεμος** στην **Ουκρανία** εντάσσεται σε μια **νέα κανονικότητα**, οι **επερχόμενες εκλογές** δεν δημιουργούν **ανησυχία** και η **τουριστική περίοδος** αναμένεται πολύ **θετική**

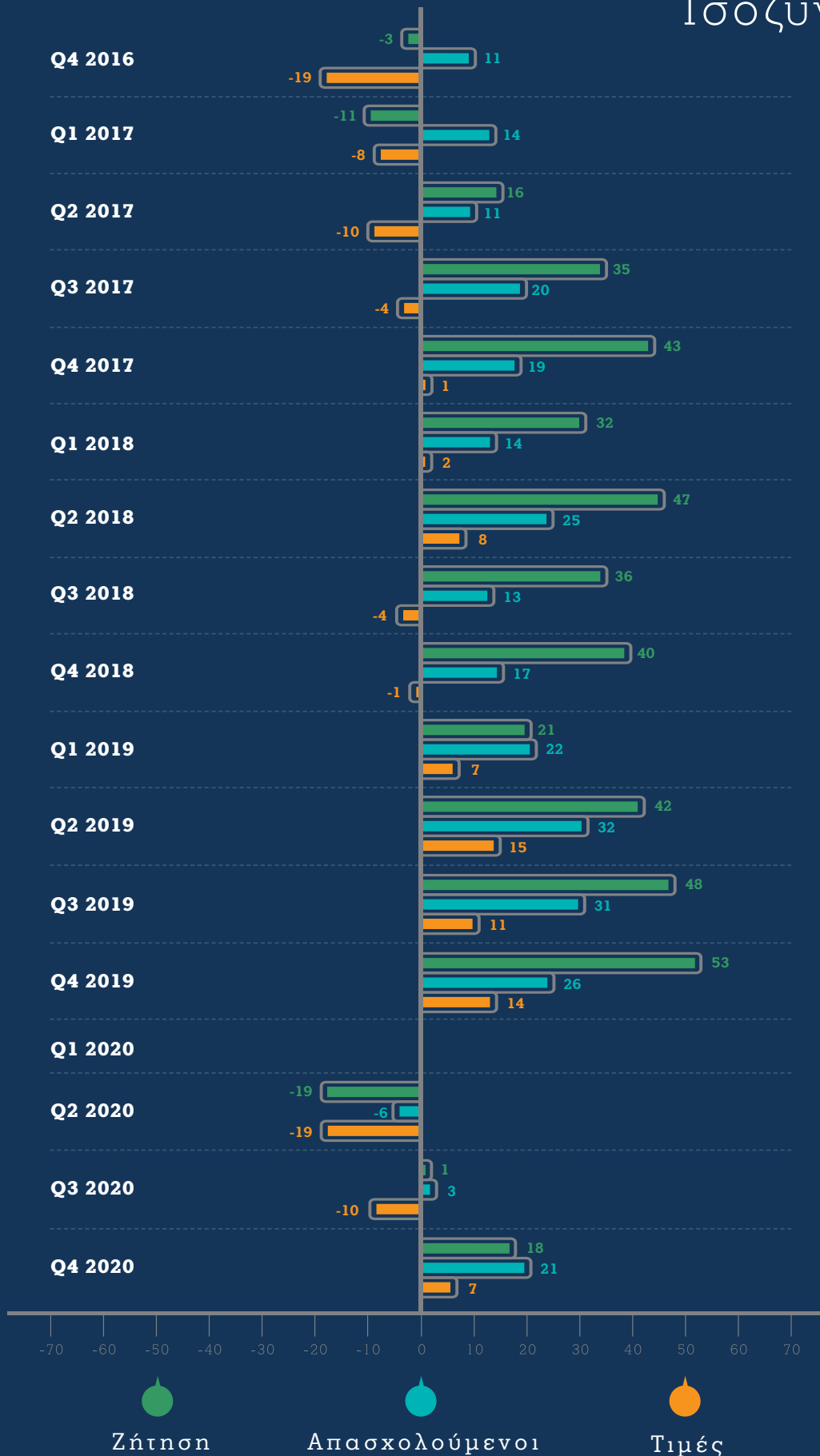
Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

ΚΕ΄ Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

Ισοζύγιο



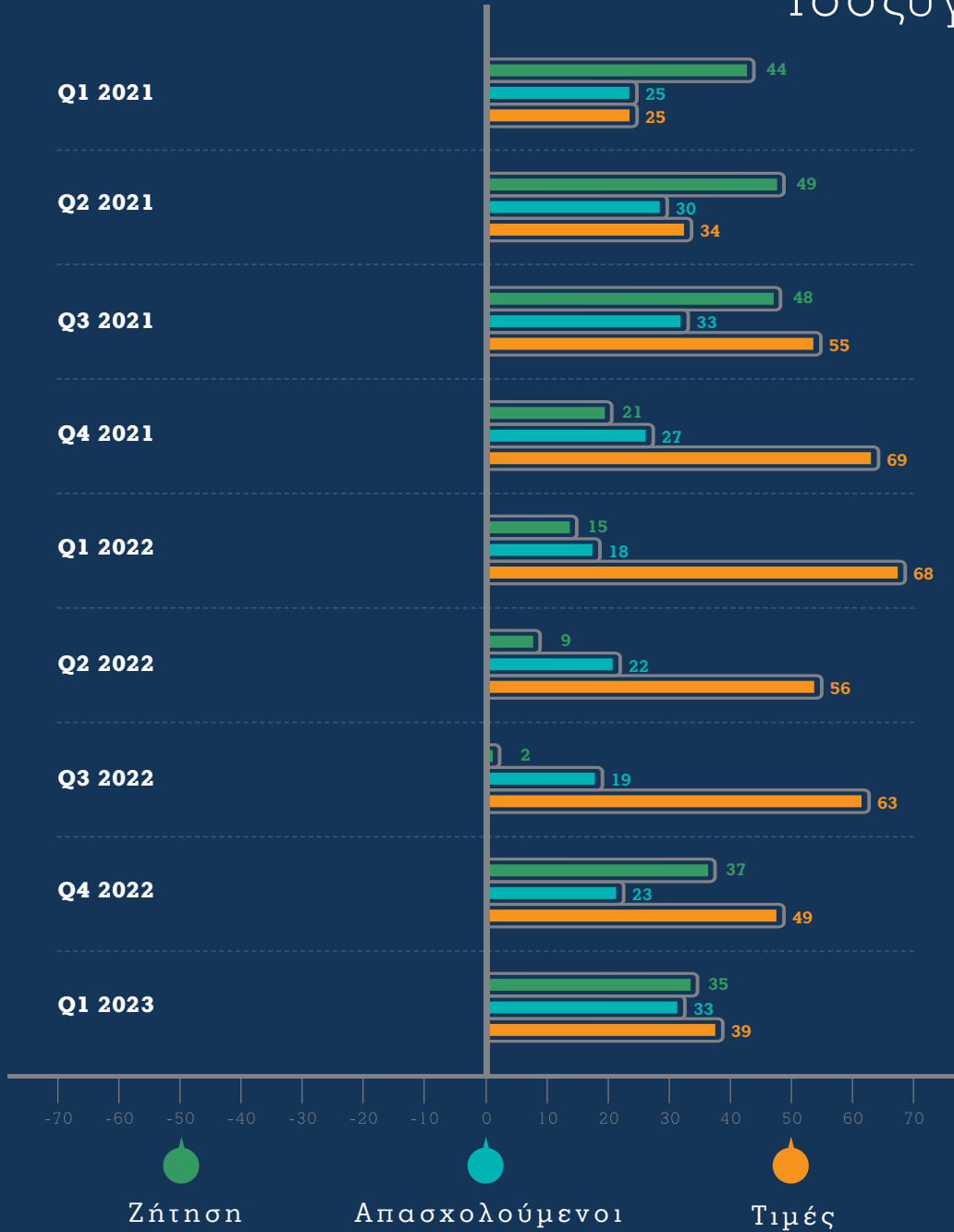
Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ.2

ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

Ισοζύγιο



ΖΗΤΗΣΗ

Η **εκτίμηση** για την **ζήτηση** παραμένει σε **αυξητική τάση**

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι **αυξητικές τάσεις** παραμένουν

ΤΙΜΕΣ

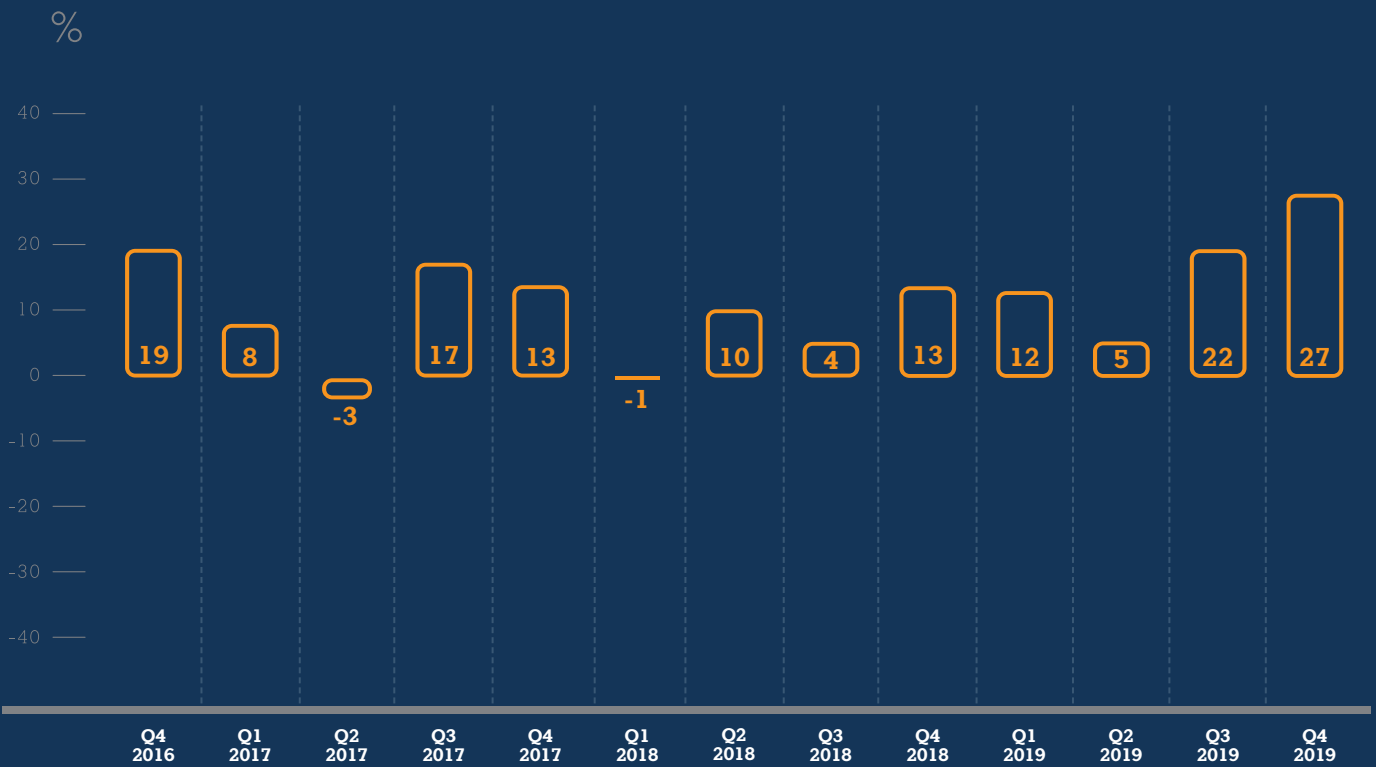
Οι **αυξητικές εκτιμήσεις** παραμένουν **θετικές**

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

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.1

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

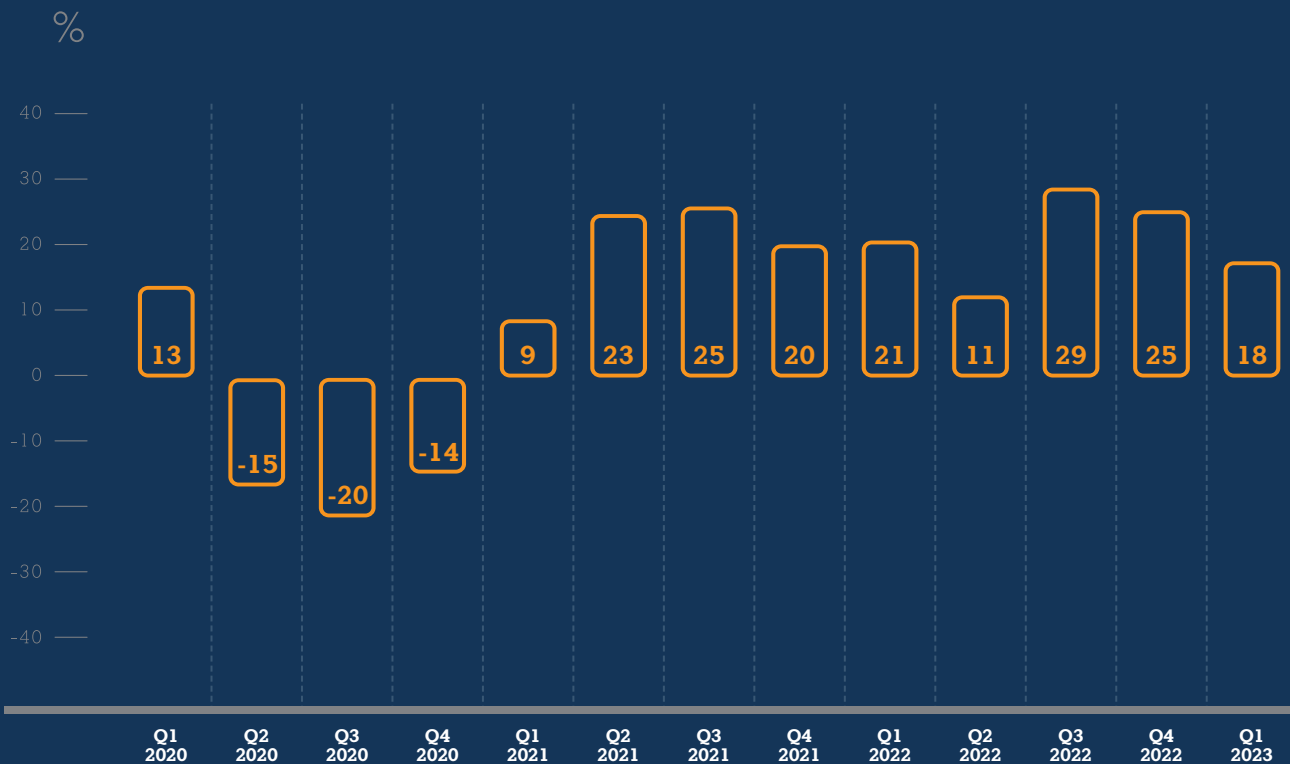


Year to date

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.2

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



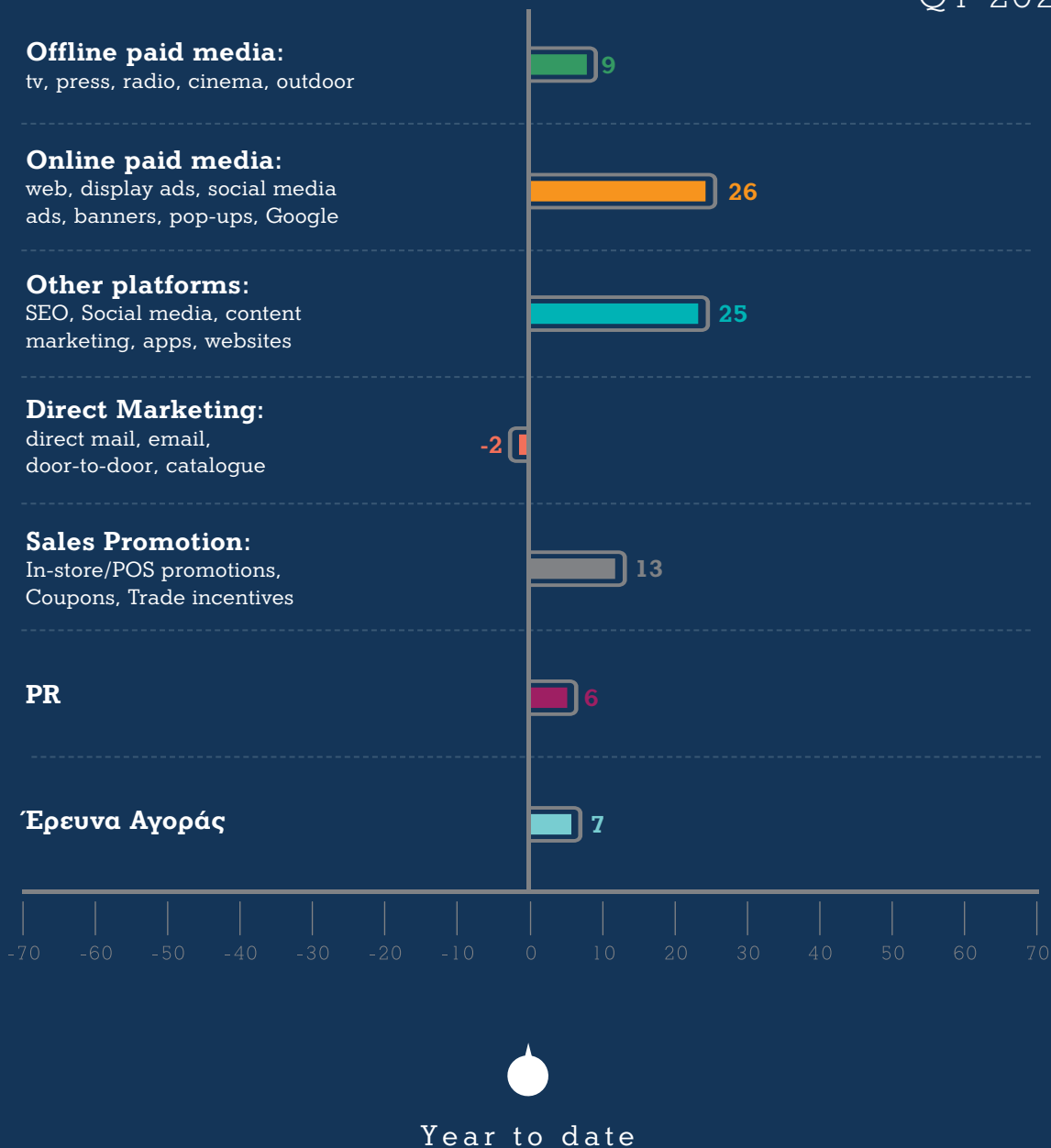
Year to date

Το **2023** ξεκινά με **αυξητική διάθεση** των **προϋπολογισμών marketing (+18)** – αν και σε μικρότερο βαθμό από την περασμένη χρονιά

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

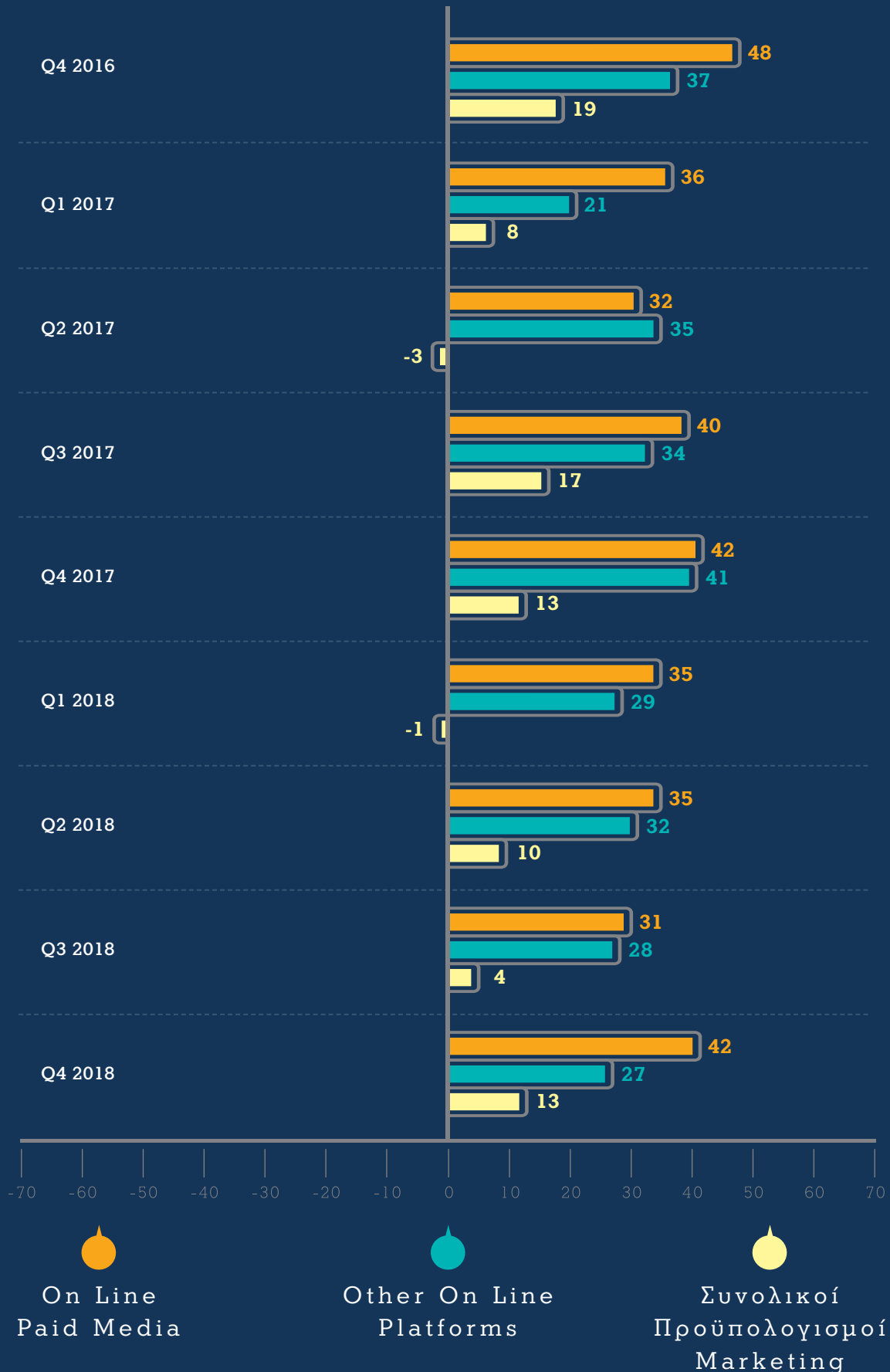
Q1 2023



Η συνεχιζόμενη **αύξηση** των **προϋπολογισμών marketing εξακολουθεί να διοχετεύεται** κυρίως στα **on line εργαλεία**, – διαχέεται όμως και στις **προωθητικές ενέργειες (+13)**, τα **off line media (+9)**, τις **δημόσιες σχέσεις (+6)**, την **έρευνα αγοράς (+7)**. Περίπου σταθερή καταγράφεται η επένδυση στο **direct marketing (-2)**

Advertisers

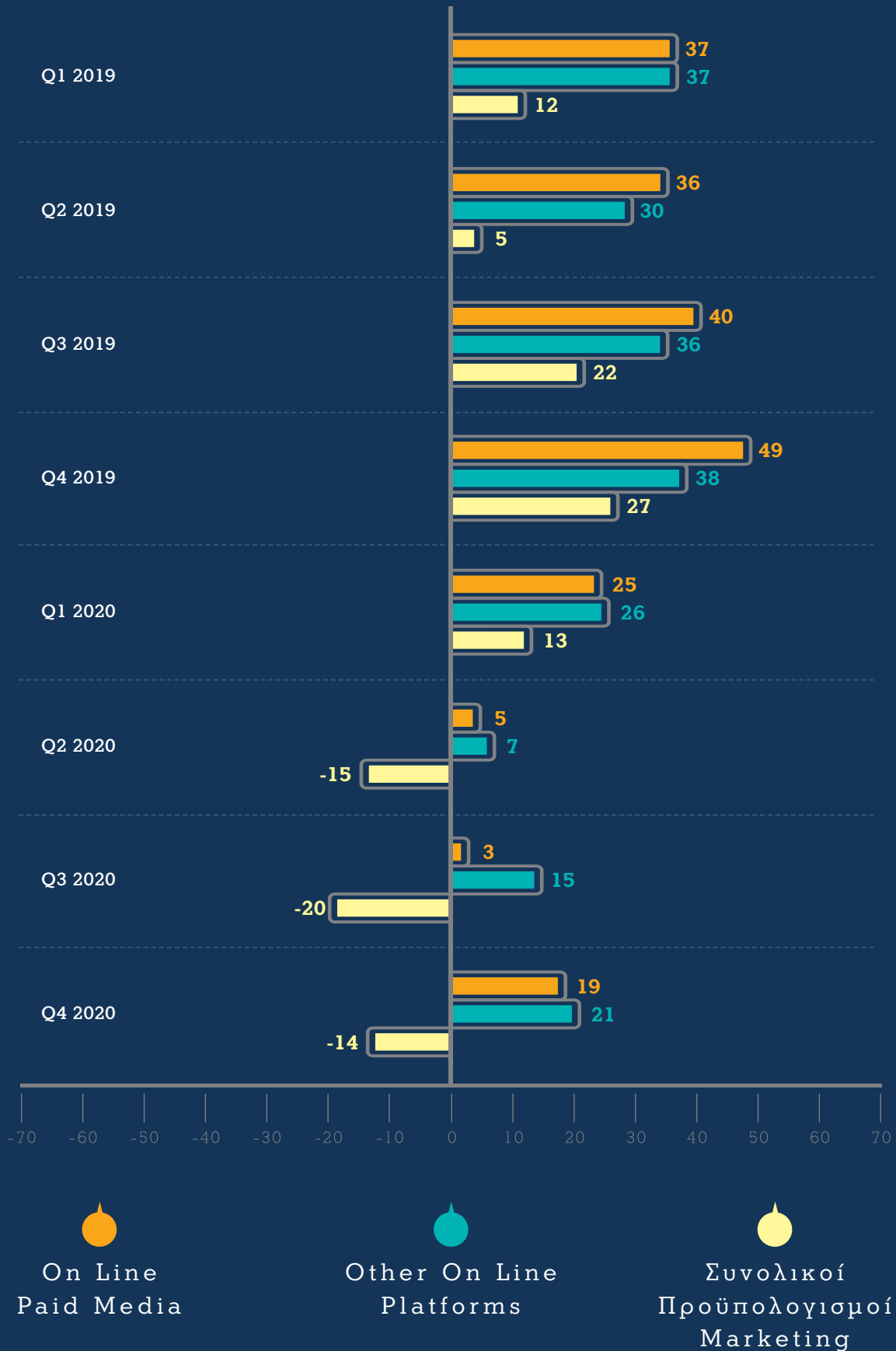
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



Advertisers

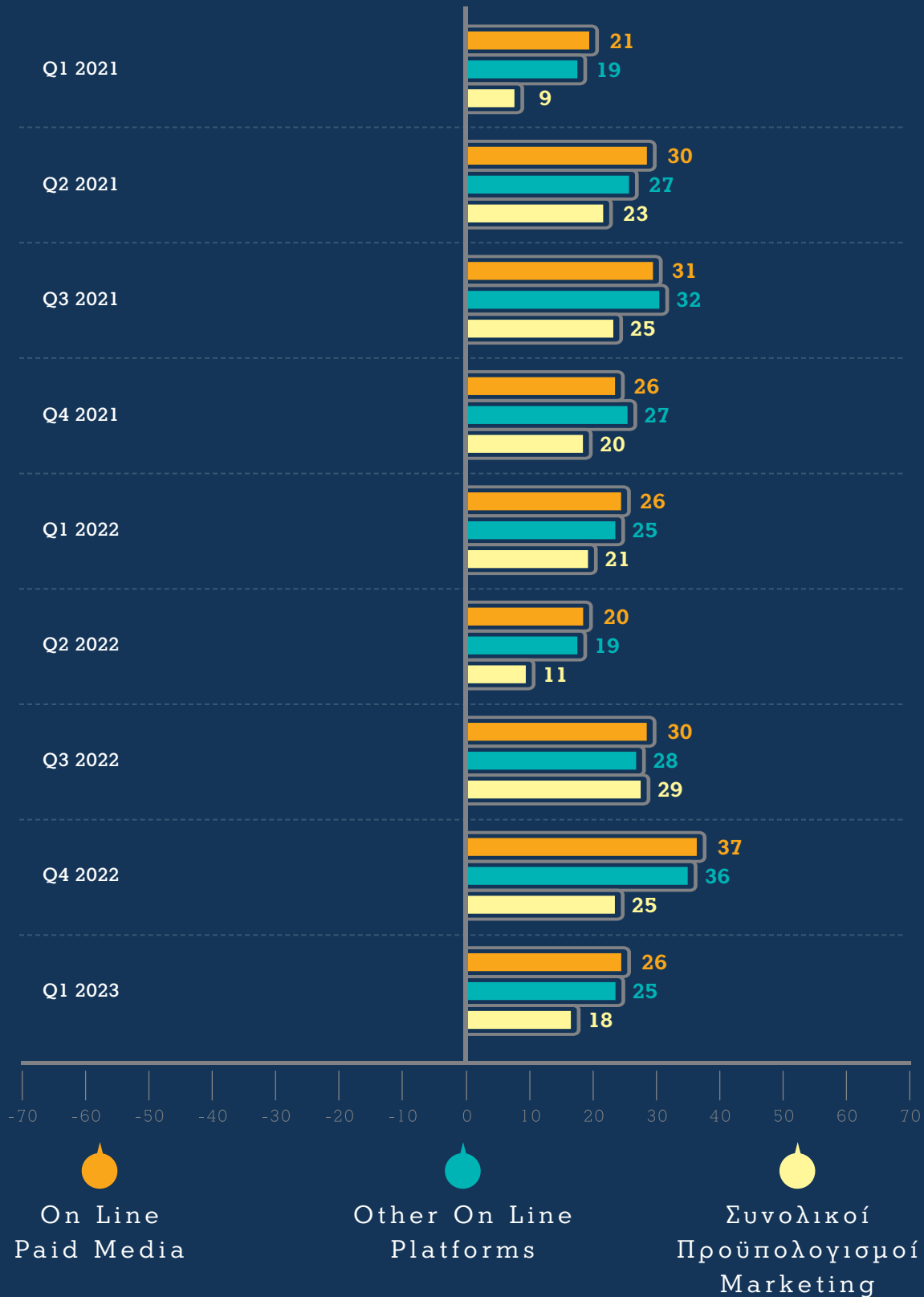
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2

ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023



Advertisers

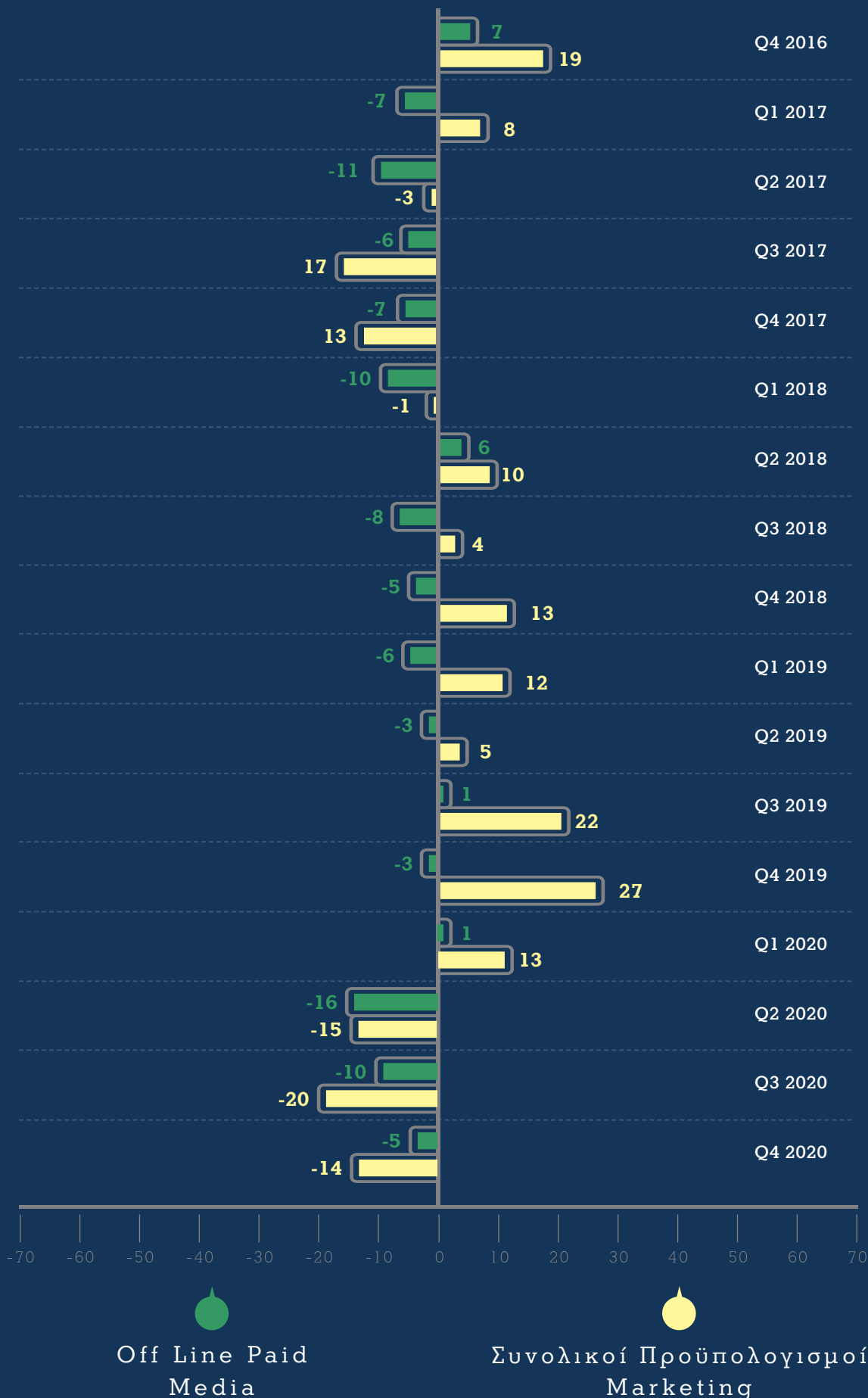
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.3



Η τάση αύξησης της επένδυσης σε **online media (+26)** και άλλες ηλεκτρονικές πλατφόρμες **(+25)** εξακολουθεί να είναι **ισχυρότερη** από την **συνολική αύξηση** των προϋπολογισμών **marketing (+18)**

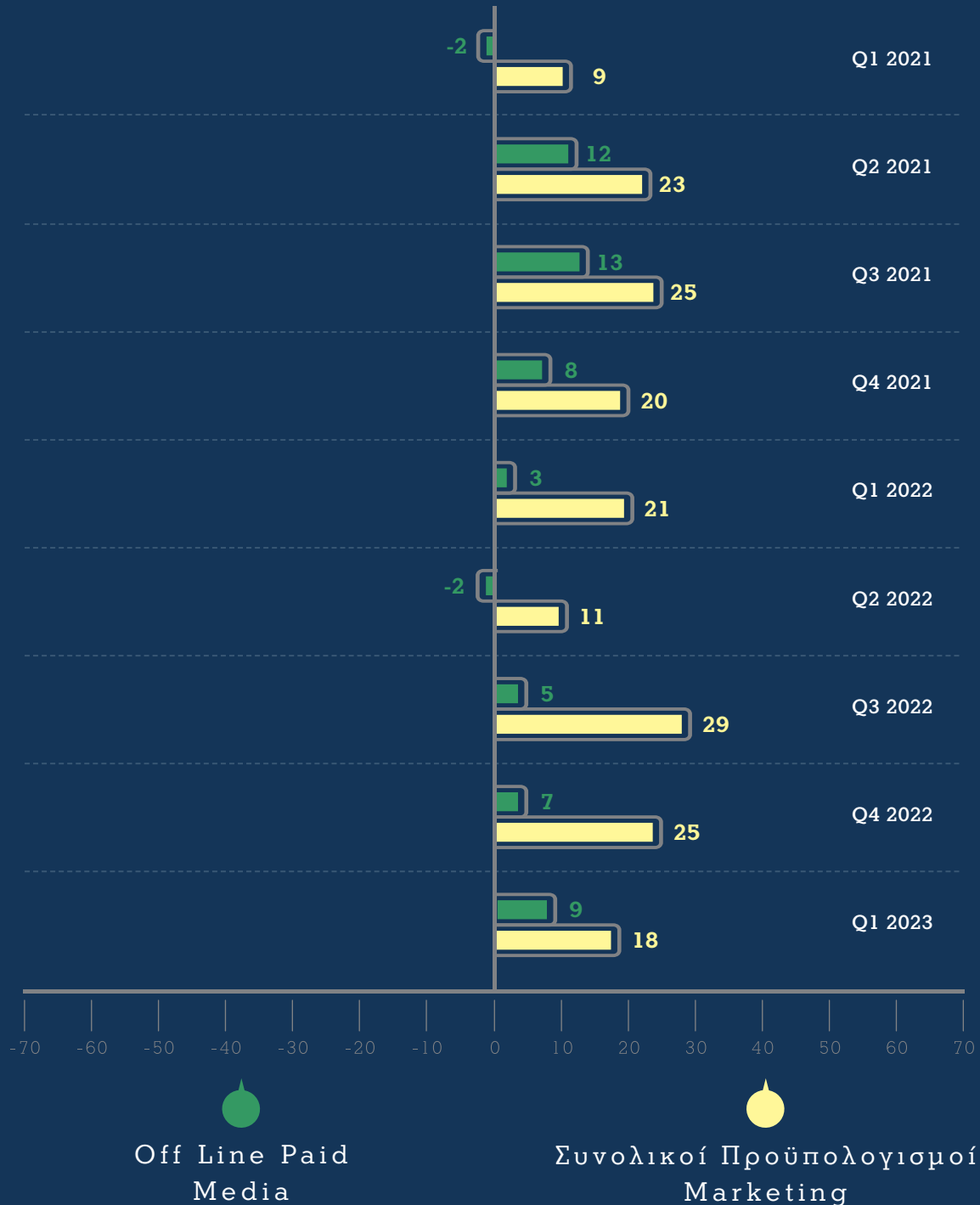
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



Advertisers

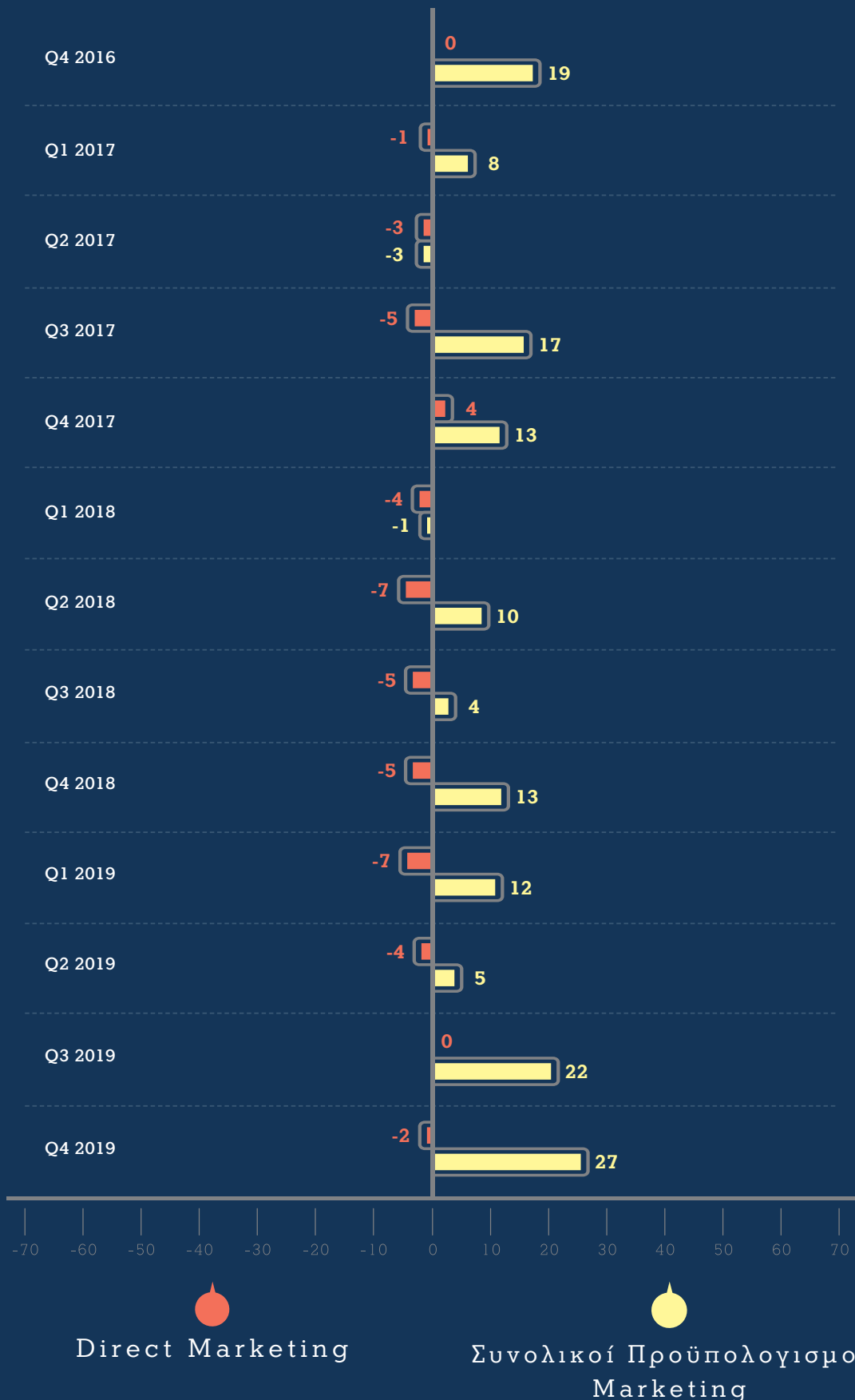
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Τα **offline media** σταθεροποιούν την **αυξητική** τους **τάση (+9)** και φαίνονται να **απορροφούν μεγαλύτερο μέρος** της συνολικής **αύξησης** των προϋπολογισμών **marketing (+18)**

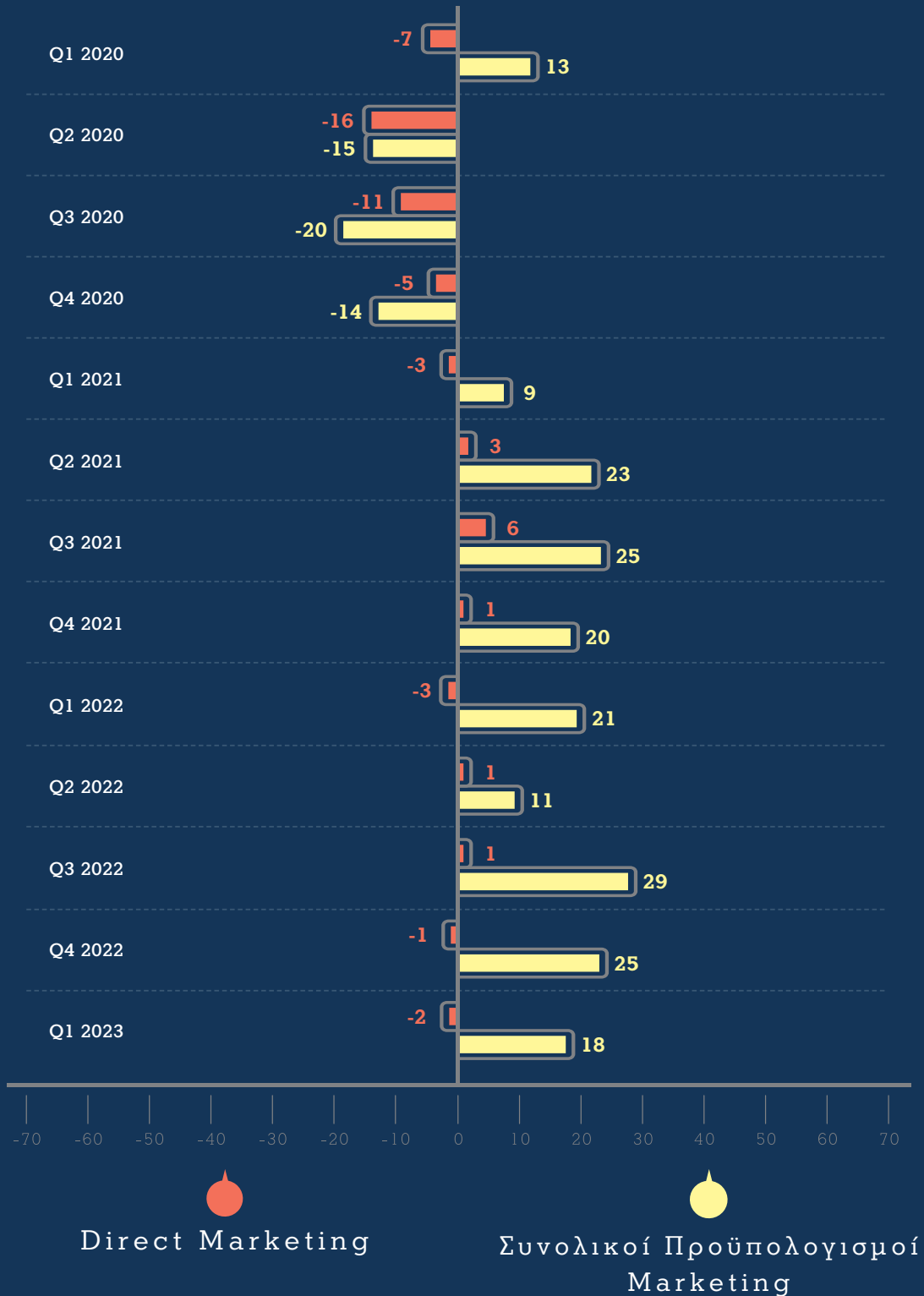
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



Advertisers

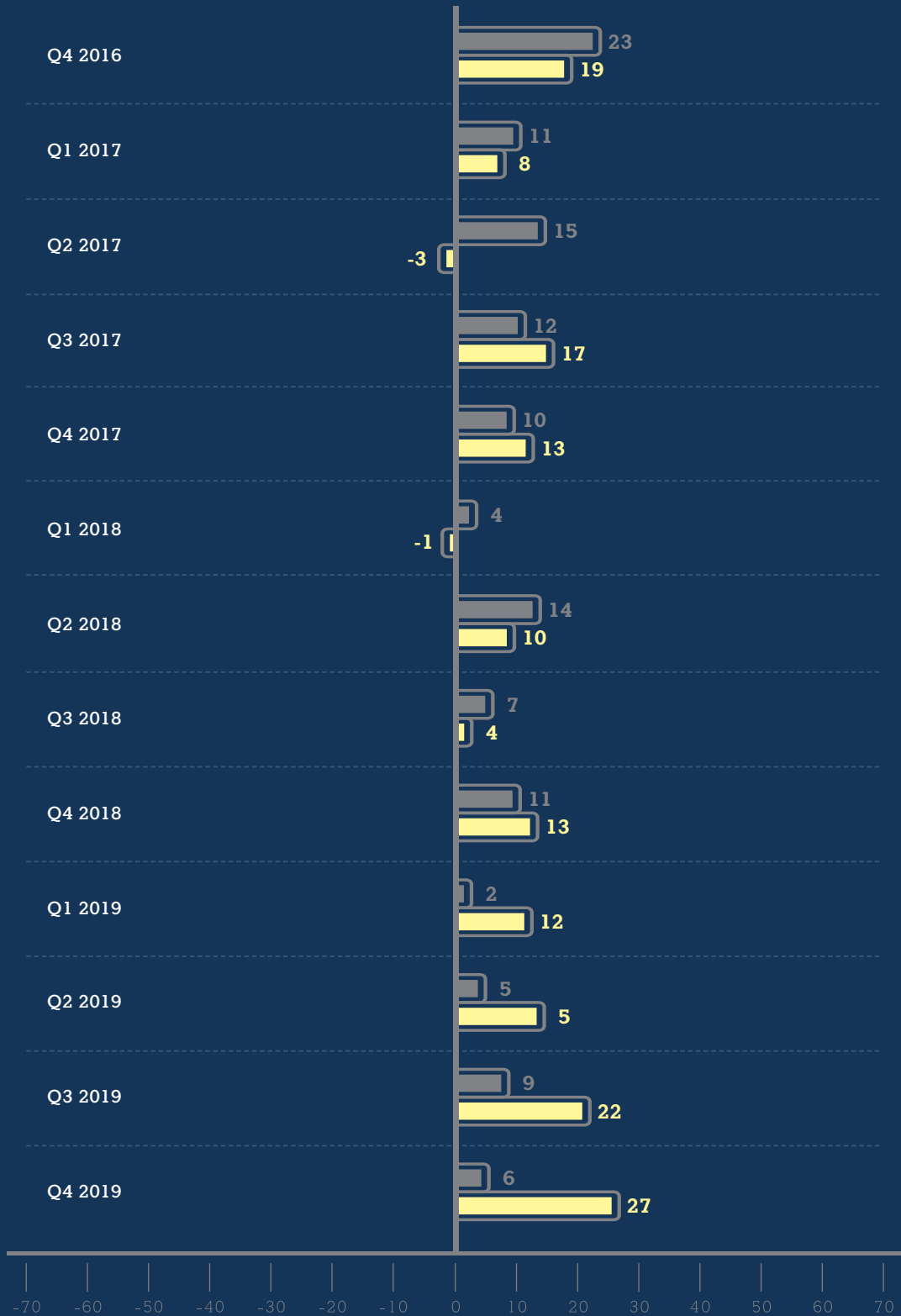
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2


Το **direct marketing** συνεχίζει να **μην συμμετέχει** καθόλου στην **αύξηση** των **προϋπολογισμών marketing (+18)** και τα **κονδύλια** του αναμένονται να **παραμείνουν** στα **ίδια επίπεδα** σύμφωνα με τις **εκτιμήσεις** των **στελεχών των διαφημιζομένων (-2)**

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1

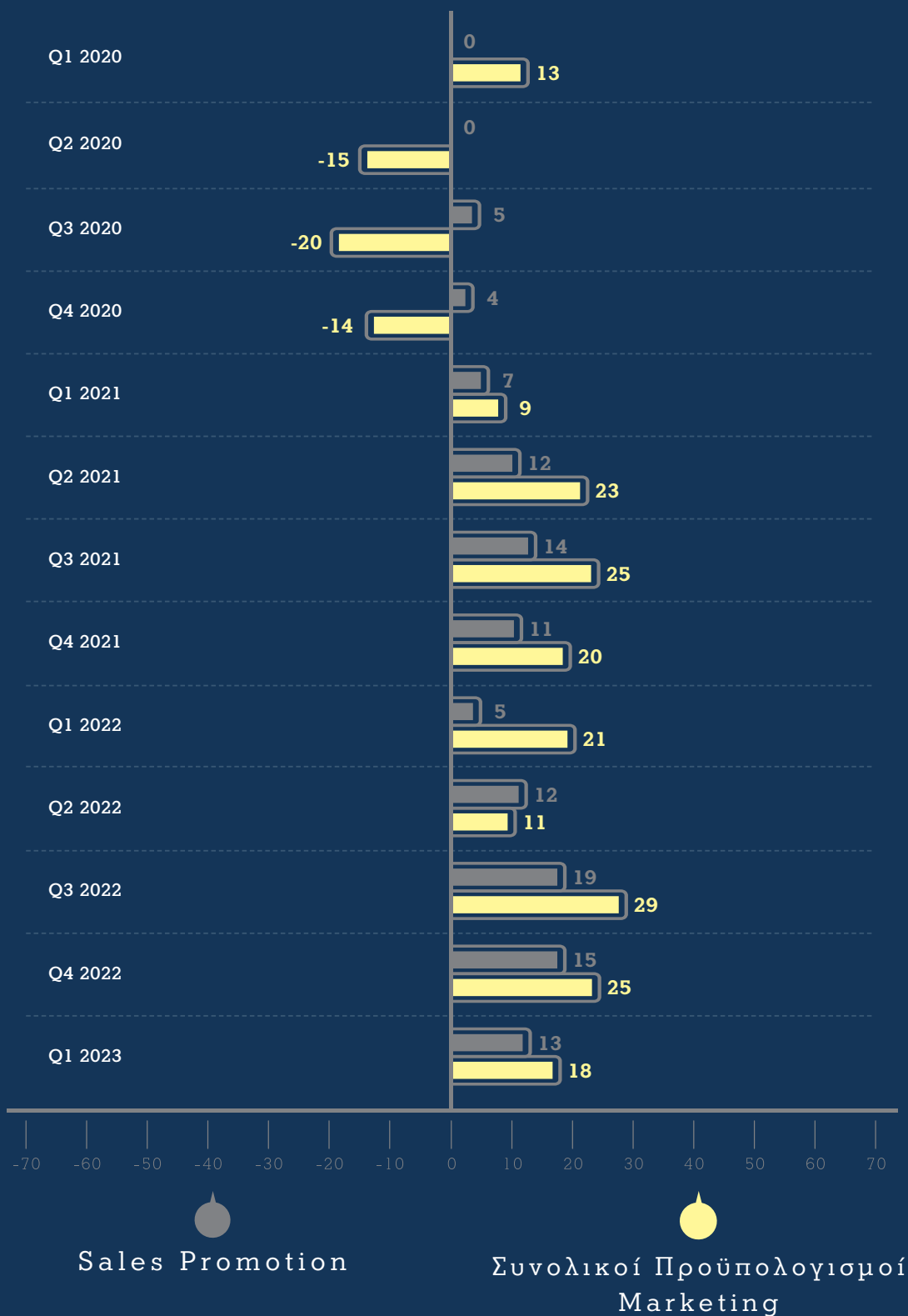


Sales Promotion

Συνολικοί Προϋπολογισμοί Marketing

Advertisers

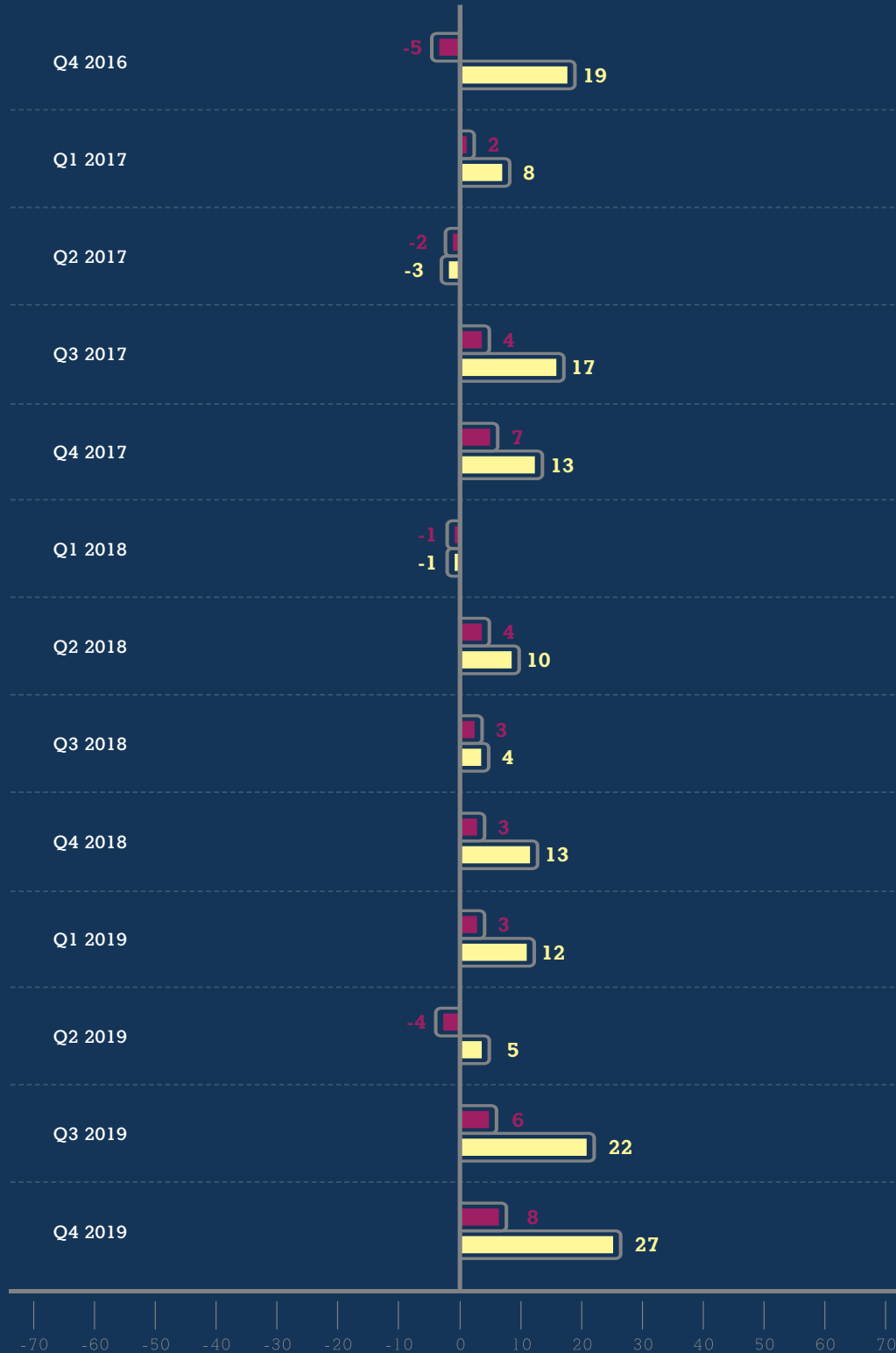
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Η **προώθηση** πωλήσεων αυξάνεται σημαντικά (+13) ακολουθώντας την **αυξητική τάση** των **προϋπολογισμών marketing (+18)**, αν και σε χαμηλότερα επίπεδα

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ. 1

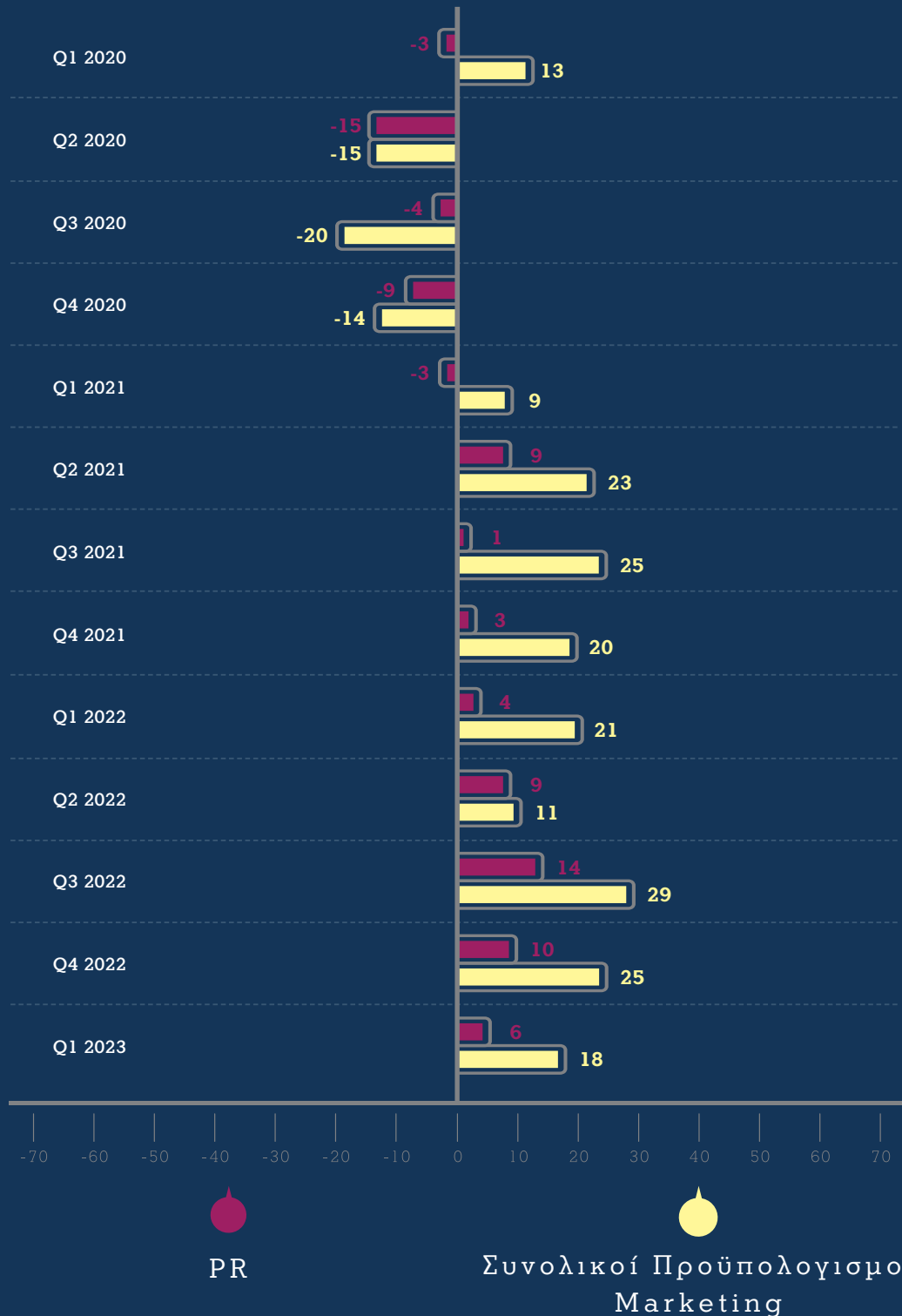


PR

Συνολικοί Προϋπολογισμοί Marketing

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2


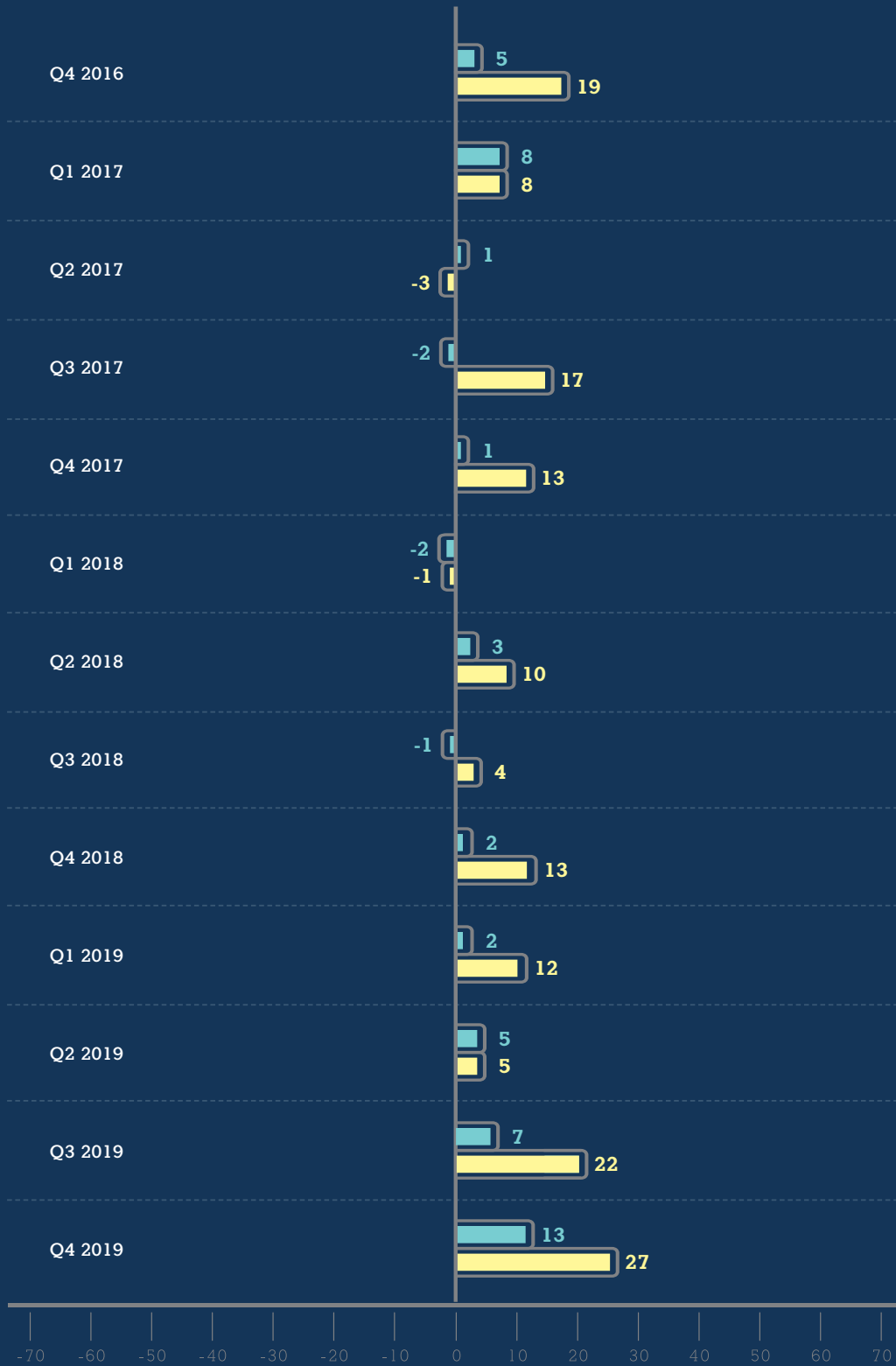
Η επένδυση στις δημόσιες σχέσεις δείχνει, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των στελεχών των διαφημιζομένων, να ακολουθεί γενικά την τάση των συνολικών προϋπολογισμών marketing. Για το πρώτο 3μηνο του 2023 οι δημόσιες σχέσεις καταγράφουν οριακή αύξηση (+6)

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 1

ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023



Ερευνα Αγοράς

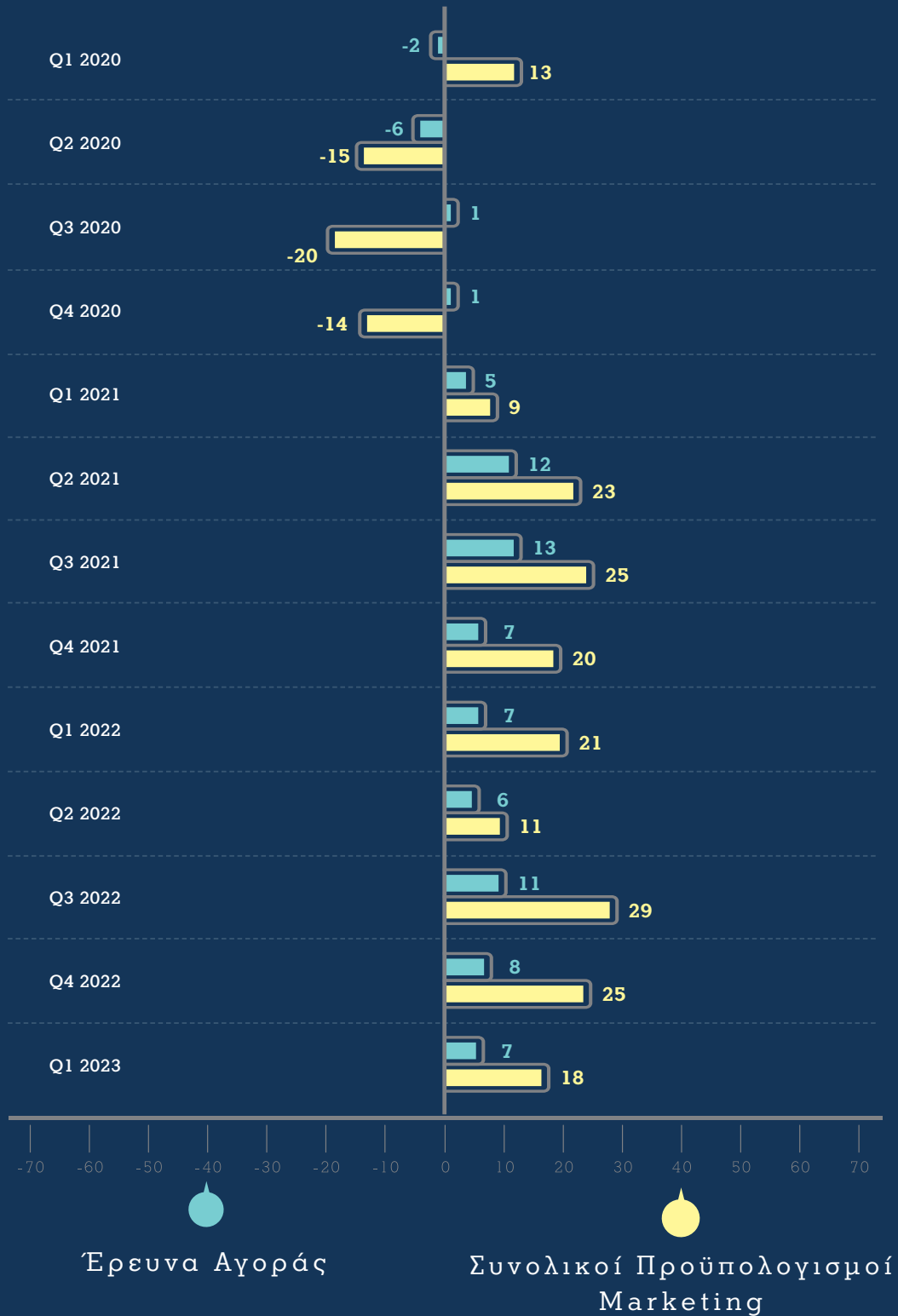
Συνολικοί Προϋπολογισμοί Marketing

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2

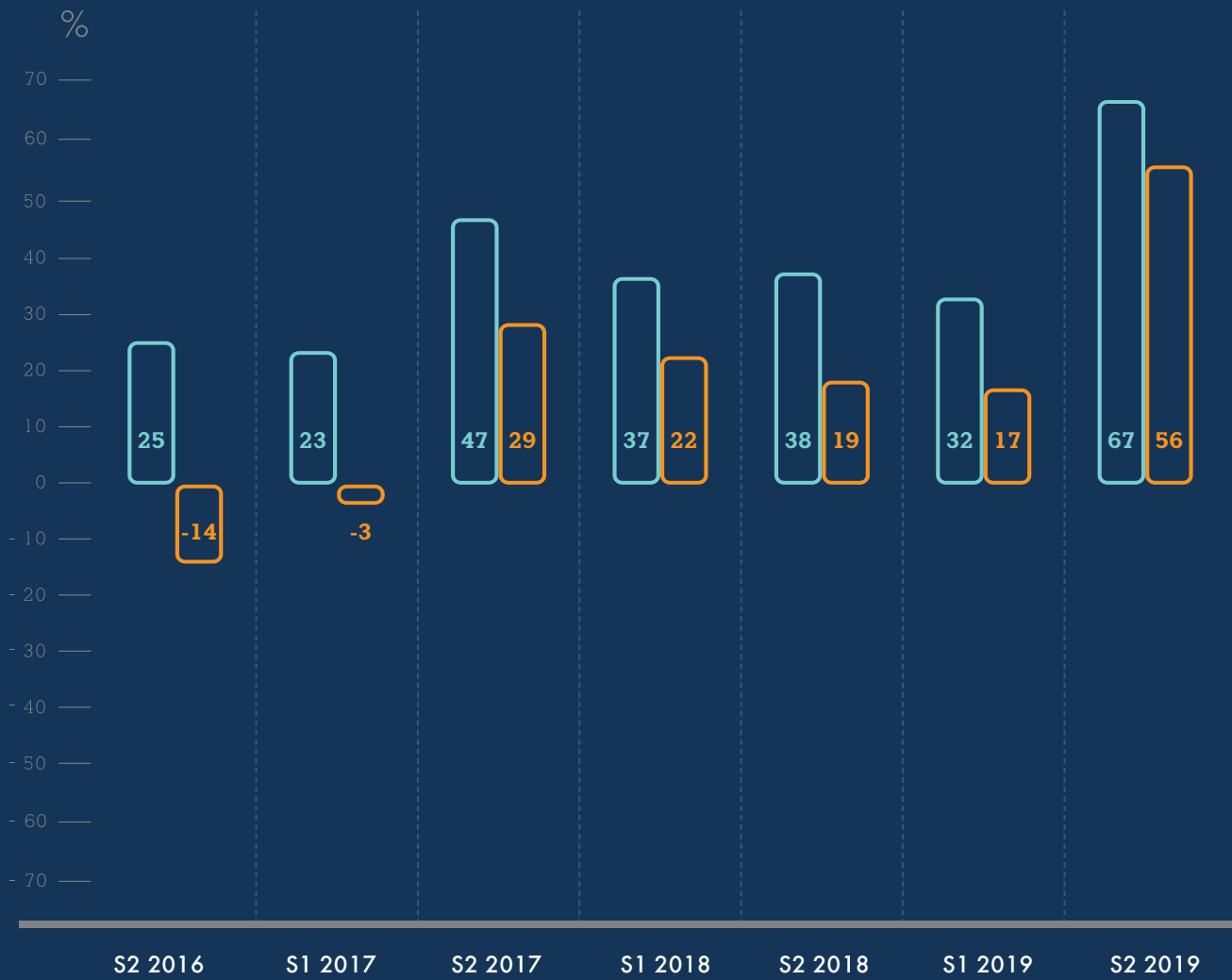
ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023



Η πρόθεση επένδυσης στην έρευνα αγοράς ακολουθεί την γενική τάση των συνολικών προϋπολογισμών marketing και καταγράφει αύξηση (+7) για ένατο συνεχόμενο τρίμηνο

Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 1

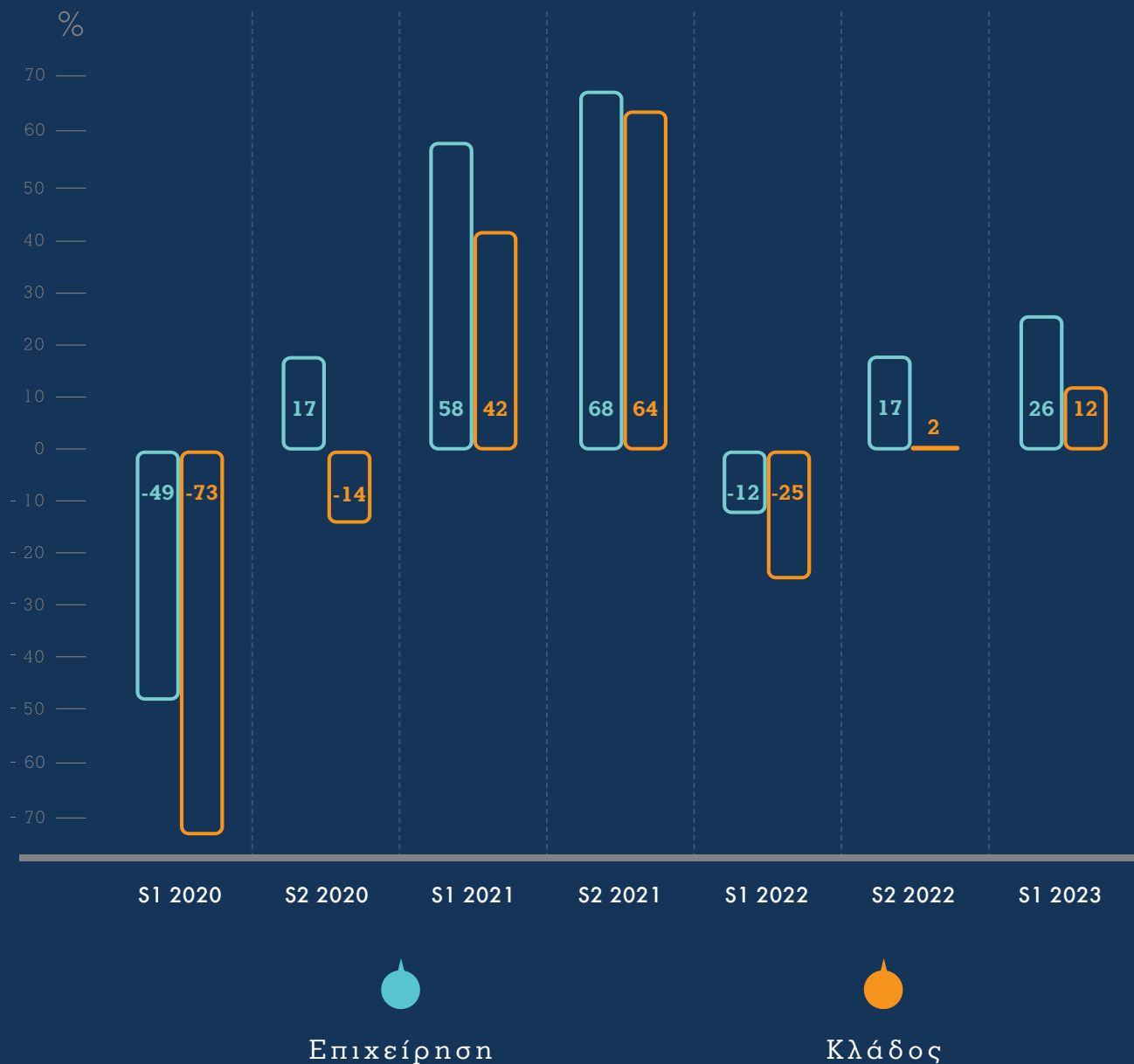


 Επιχείρηση

 Κλάδος

Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 2



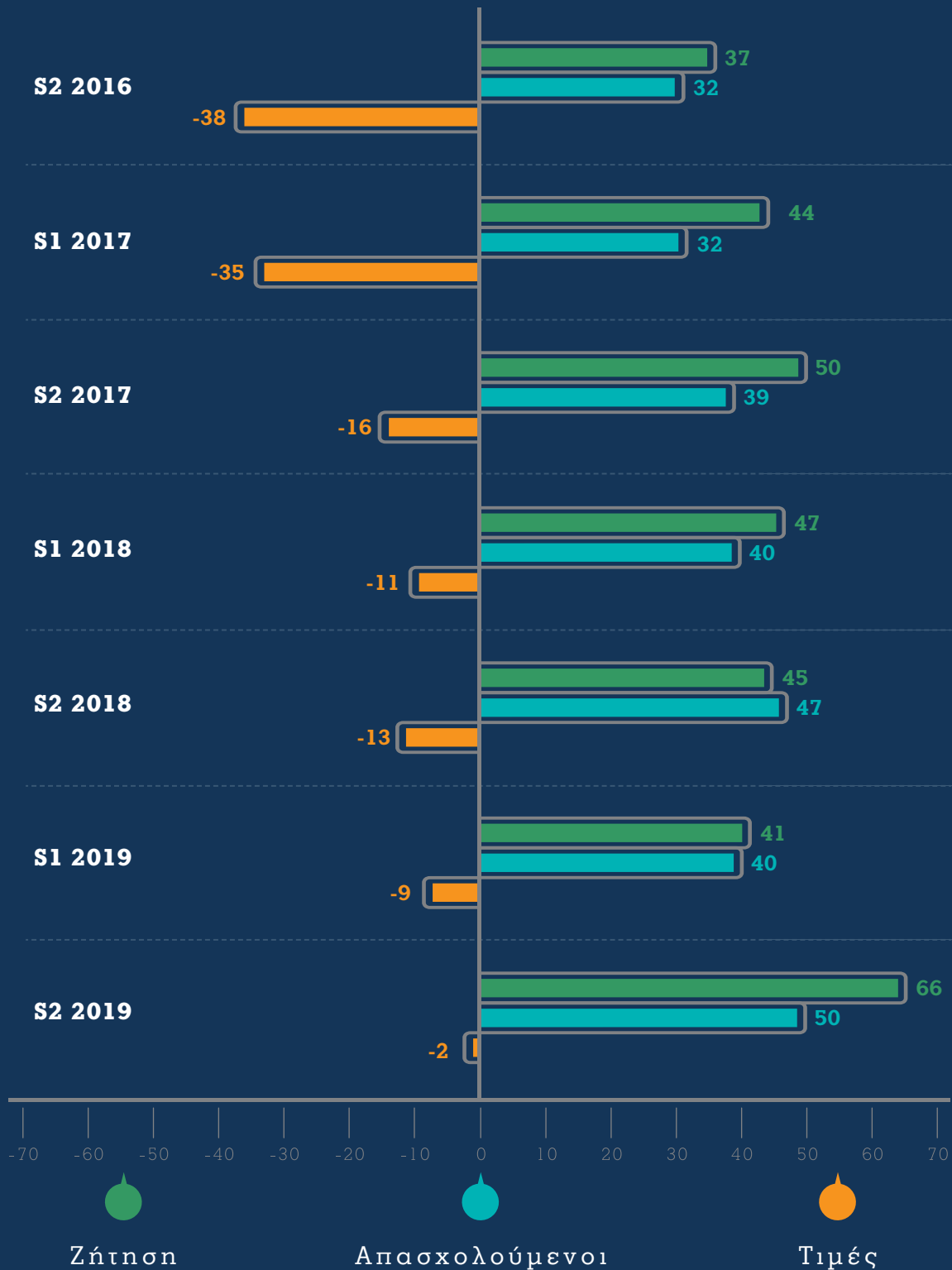
Το **2023** ξεκινά με τα **στελέχη** των **διαφημιστικών εταιρειών** να συνεχίζουν να εκφράζουν **θετικές εκτιμήσεις** για τις **εταιρείες** τους (+26), ενώ επανέρχονται σε **θετικές εκτιμήσεις** και για τον **κλάδο** της **επικοινωνίας** συνολικότερα (+12)

Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

Ισοζύγιο

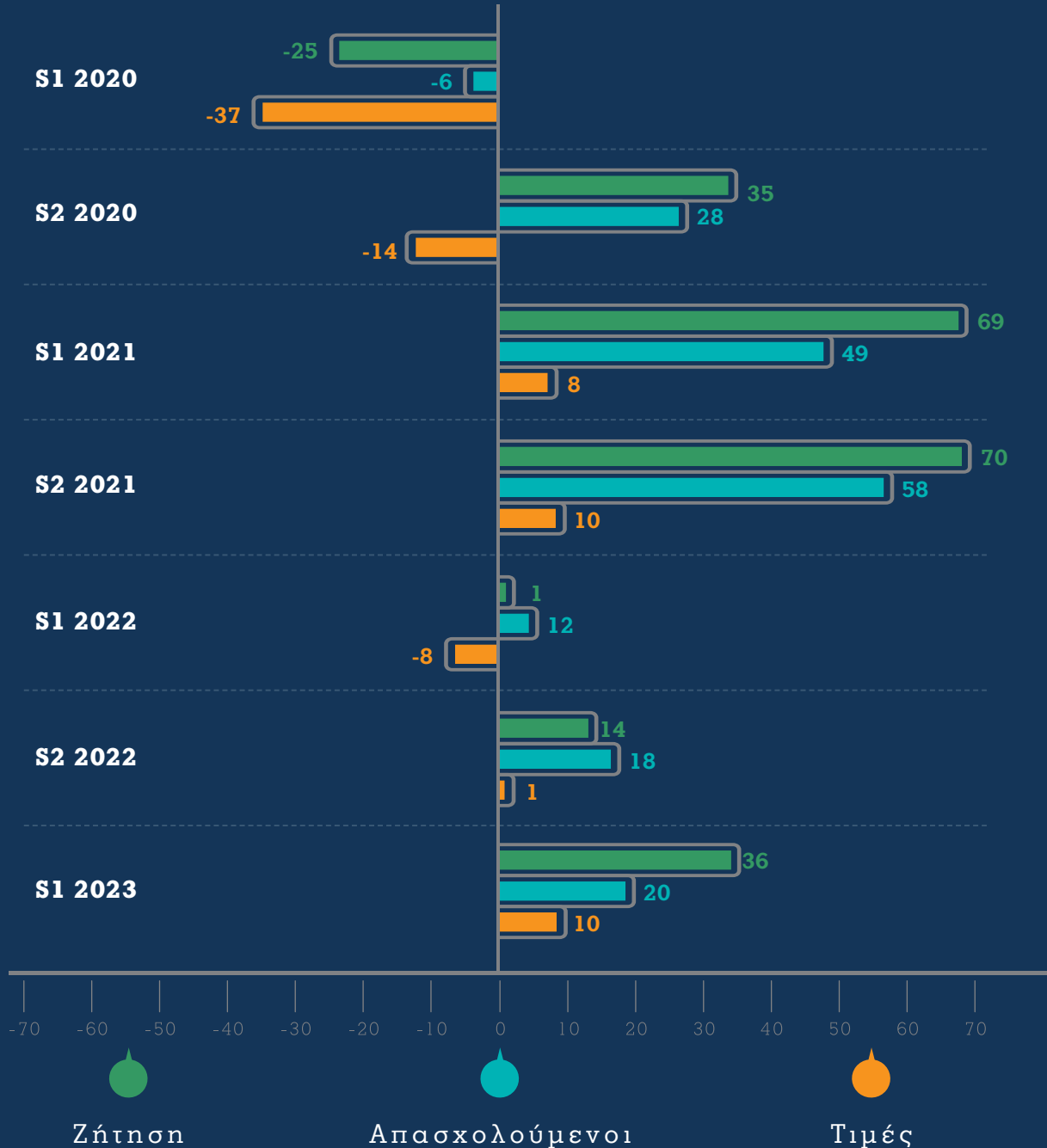


Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 2

Ισοζύγιο

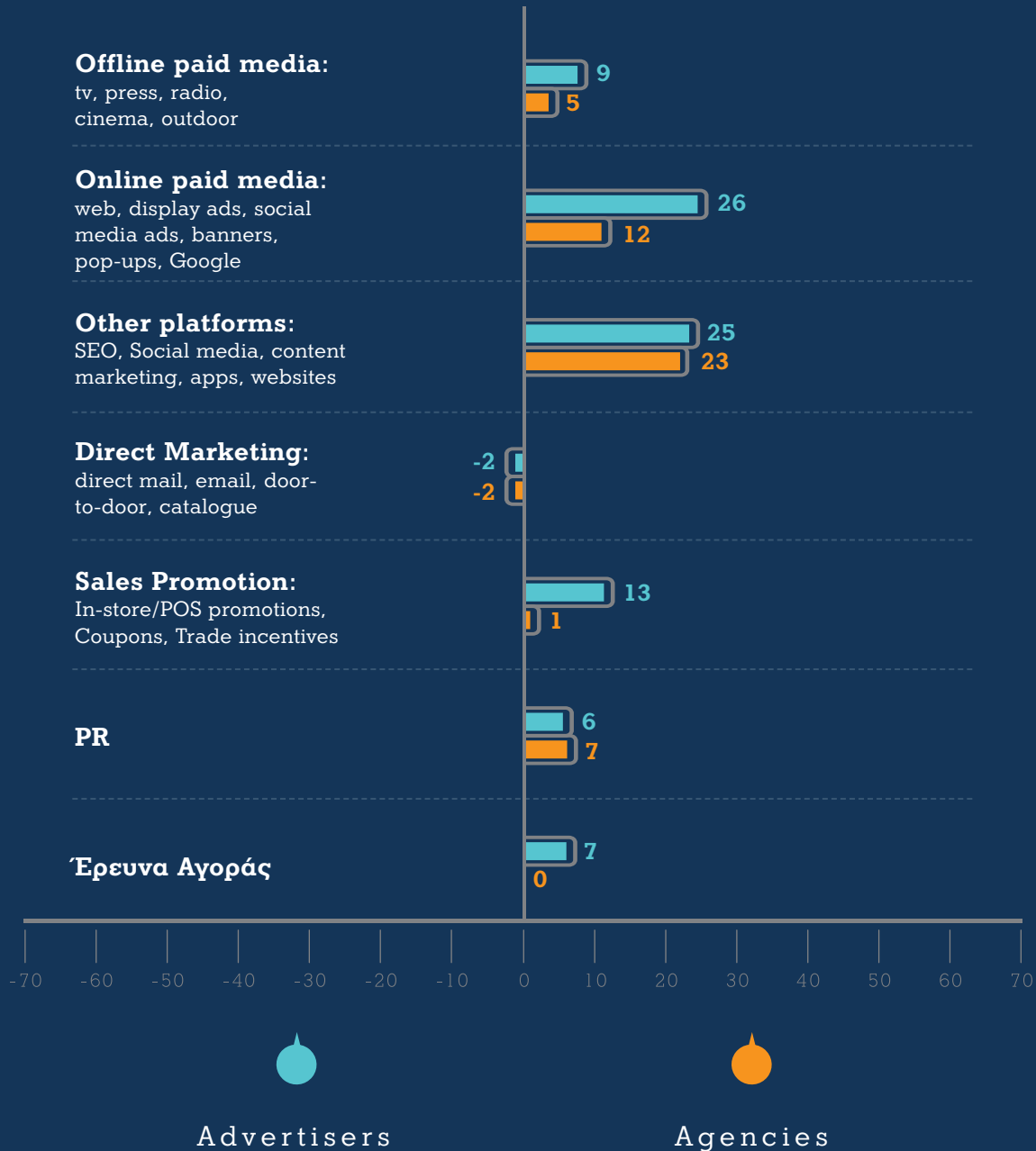


Σύμφωνα με την **εκτίμηση** των **στελεχών** των **διαφημιστικών εταιρειών** η **ζήτηση** για τις **υπηρεσίες** τους είναι **αυξανόμενα θετική (+36)**, με **παράλληλη αύξηση** της **απασχόλησης (+20)** στον κλάδο. Σε σχέση με τις **αμοιβές** των **διαφημιστικών**, οι **προσδοκίες** είναι **αυξητικές (+10)** στα ίδια επίπεδα με το τέλος του **2021**, πριν την έναρξη της **Ουκρανικής κρίσης**

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΚΕ΄ Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

S1 2023



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



FORECOMM_s
QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



ΚΕ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023 - Q1 2023

