

Αποτελέσματα έρευνας

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

Δ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017

Ολοκλήρωση του
1^{ου} 12μήνου

Ετοιμάστηκε για την



από την



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 = 169

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

2017 Q3
 2017 Q2
 2017 Q1
 2016 Q4

ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017
 ΙΟΥΝΙΟΣ 2017
 ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2017
 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016 - ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2017

ΔΕΙΓΜΑ

n = 169
 n = 161
 n = 158
 n = 181

AGENCIES

Εταιρείες Επικοινωνίας (Μέλη ΕΔΕΕ)

ADVERTISERS

Διαφημιζόμενοι – κυρίως πελάτες μελών ΕΔΕΕ / μεγάλοι διαφημιζόμενοι

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

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

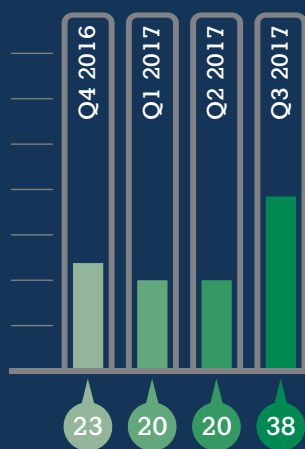
Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται ως ισοζύγια. Το ισοζύγιο είναι το αποτέλεσμα της αφαίρεσης όσων αναφέρουν μια μείωση σε μια ερώτηση από εκείνους που αναφέρουν μια αύξηση. Παίρνει τιμές από -100 έως +100. Ένα θετικό ισοζύγιο δείχνει αύξηση σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο ενώ ένα αρνητικό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

Advertisers

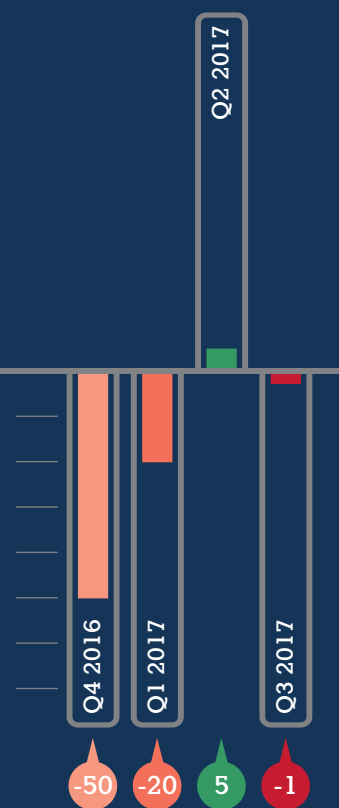
Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

ΣΗΜΕΡΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ (ΤΕΛ. 3 ΜΗΝΕΣ)
 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

Επιχείρηση



Κλάδος



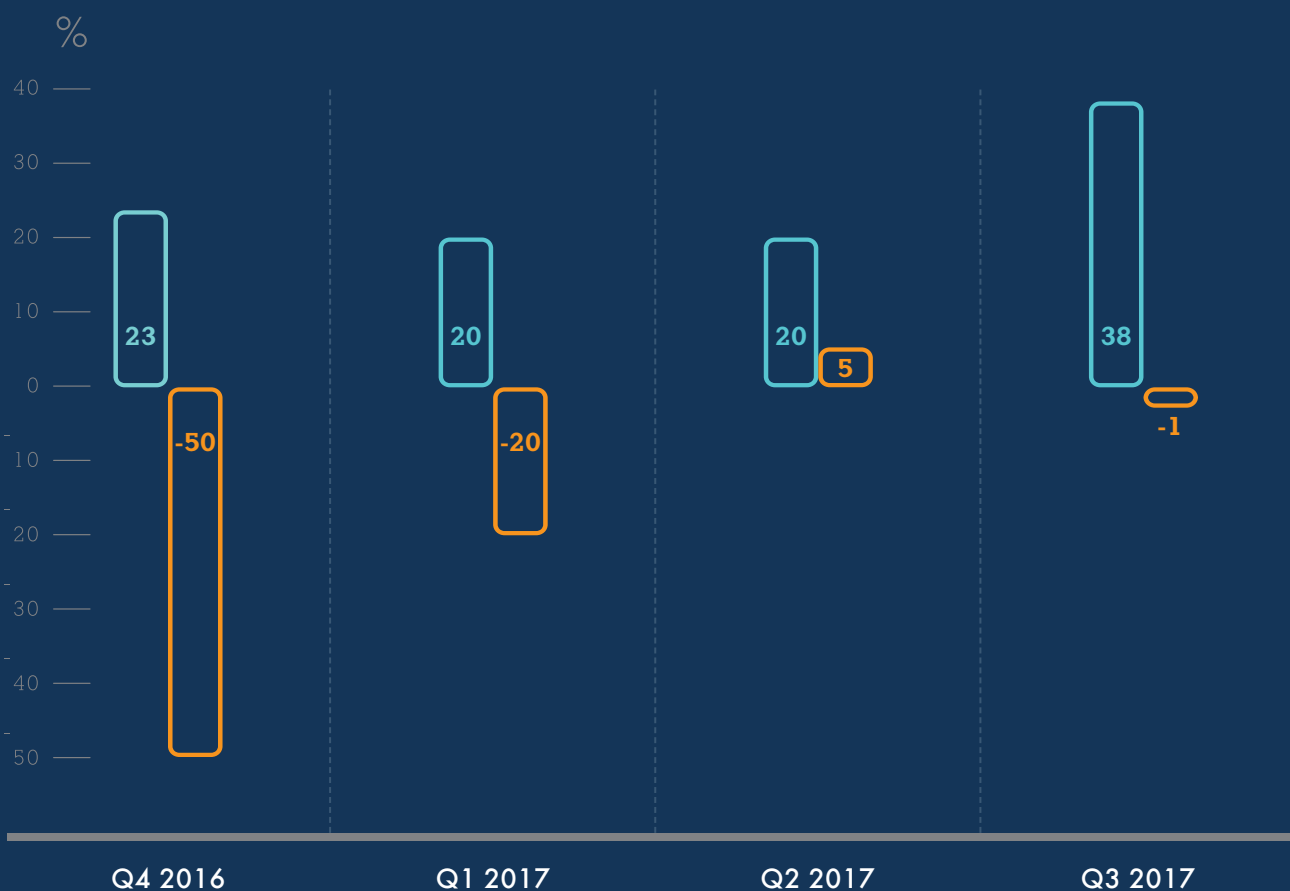
Τα στελέχη εκφράζουν σταθερά την **θετική** τους **πεποίθηση** σε σχέση με την πορεία της επιχείρησης στην οποία εργάζονται. Ιδιαίτερα το **3ο** 3μηνο του 2017 η θετική αυτή πεποίθηση σχεδόν **διπλασιάζεται** (από **20** σε **38**) αντανακλώντας πιθανώς το **θετικό κλίμα** μετά την ολοκλήρωση της **δεύτερης αξιολόγησης** ή/και της θερινής περιόδου.

Οι **εκτιμήσεις** των στελεχών για την κατάσταση του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνται έχουν περάσει από **έντονα αρνητικές (-50)** στο τέλος του 2016 σε **ουδέτερες** το **2ο** και **3ο** 3μηνο του 2017.

Advertisers Εκτίμηση γενικής κατάστασης

2016 Q4 - 2017 Q2 vs 2017 Q3
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ vs ΚΛΑΔΟΣ

Ισοζύγιο



Επιχείρηση



Κλάδος



Επιχειρήσεις

Τα στελέχη εκφράζουν συνεχόμενα **αισιόδοξες εκτιμήσεις** για την πορεία των επιχειρήσεών τους, αυξανόμενα το **3ο 3μηνο** του 2017

Κλάδος

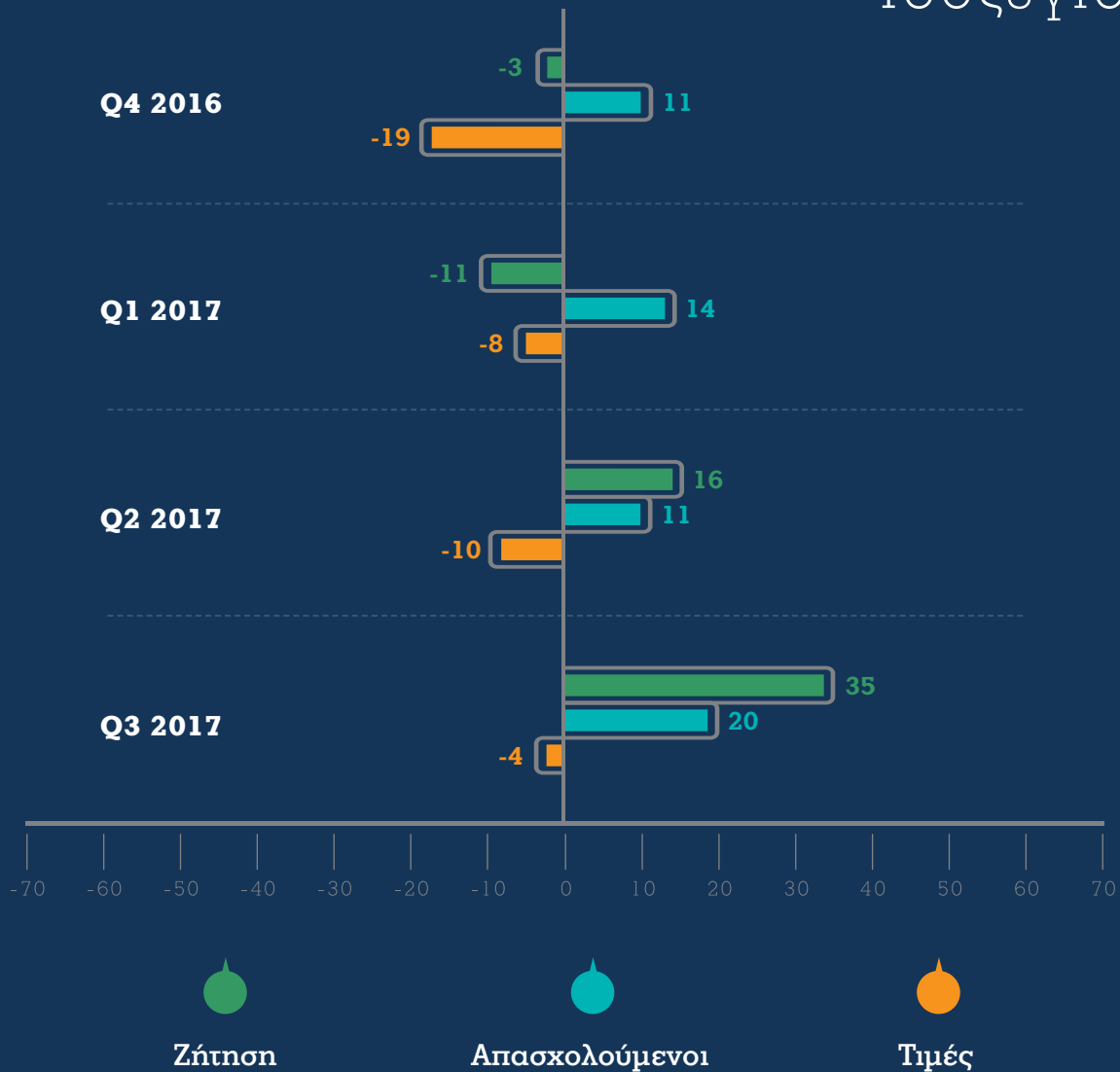
Αντίθετα, σε επίπεδο κλάδου οι **εκτιμήσεις** παραμένουν **συγκρατημένες**, αλλά πάντως **όχι αρνητικές**

Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Δ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017

Ισοζύγιο



ΖΗΤΗΣΗ

Οι προσδοκίες και οι εκτιμήσεις σε σχέση με την **ζήτηση προϊόντων / υπηρεσιών** είναι σαφώς και **αυξανόμενα θετικές**

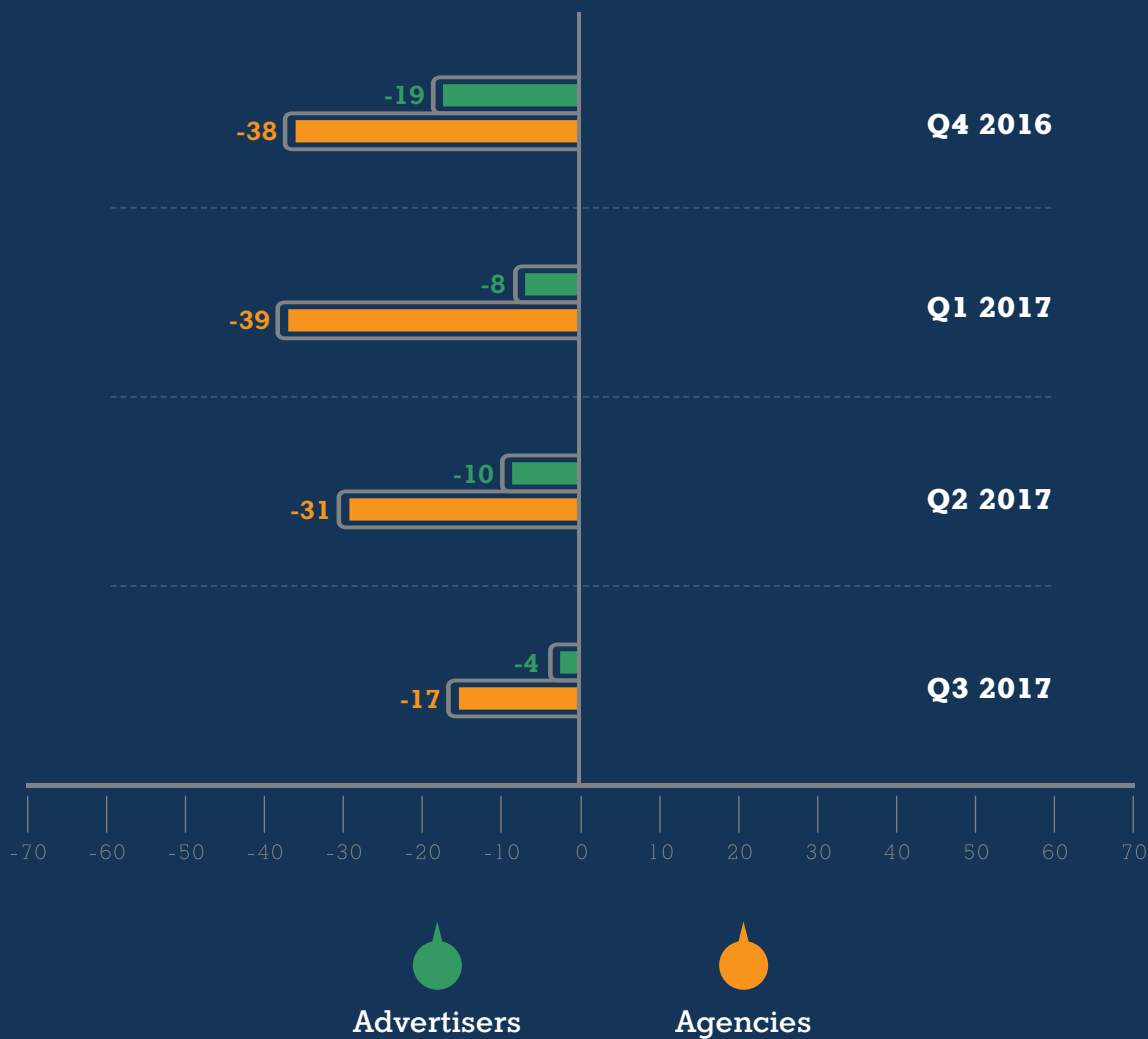
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Αισιοδοξία επικρατεί και σε σχέση με την **αύξηση** του αριθμού **απασχολούμενων**

ΤΙΜΕΣ

Τα στελέχη εξακολουθούν να «βλέπουν» **τάση μείωσης** των **τιμών**, αν και σε πολύ μικρότερο βαθμό απ' ό,τι τα προηγούμενα **3μηνα**

Τιμές - Ισοζύγιο

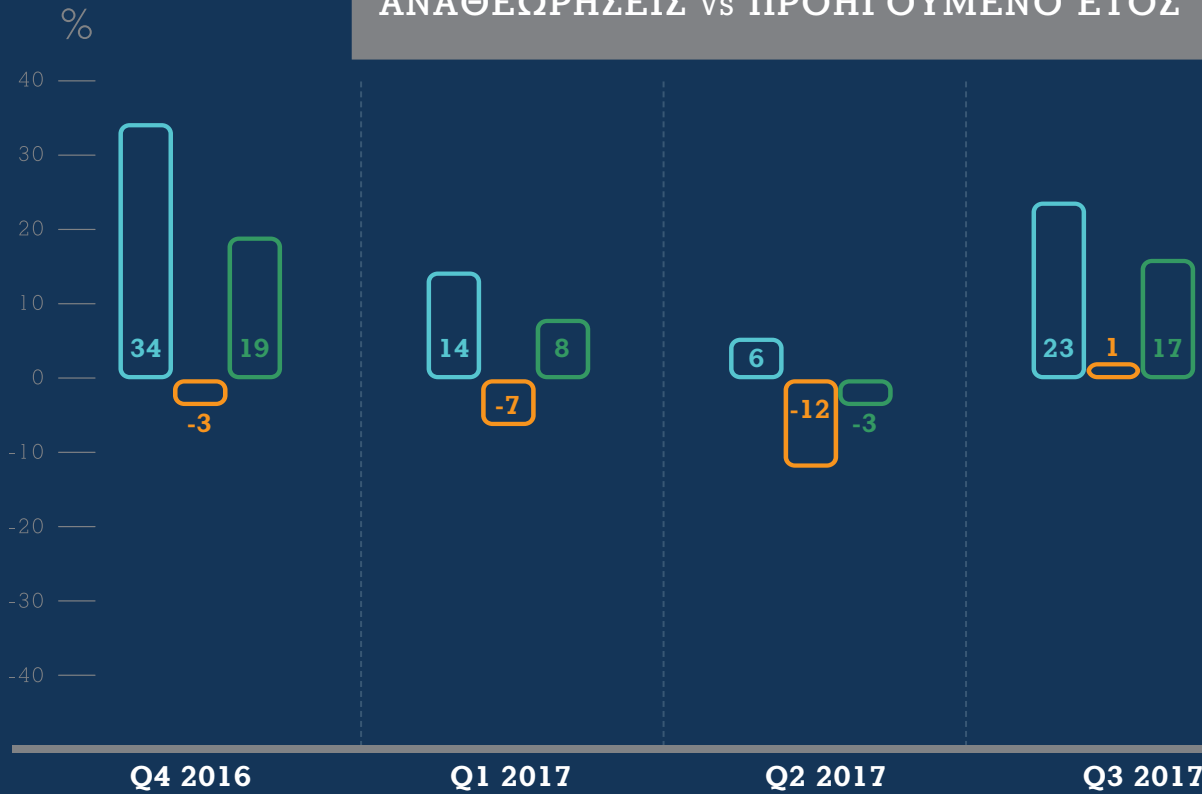


Τα στελέχη της **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ** μιλούν σταθερά **πιο έντονα** από τα στελέχη της αγοράς για **μειώσεις** στις τιμές των υπηρεσιών τους ακολουθώντας πάντως την τάση αποκλιμάκωσης αυτής της εκτίμησης.

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



● Αρχικοί Προϋπολογισμοί
 ● Αναθεωρήσεις
 ● Year to date

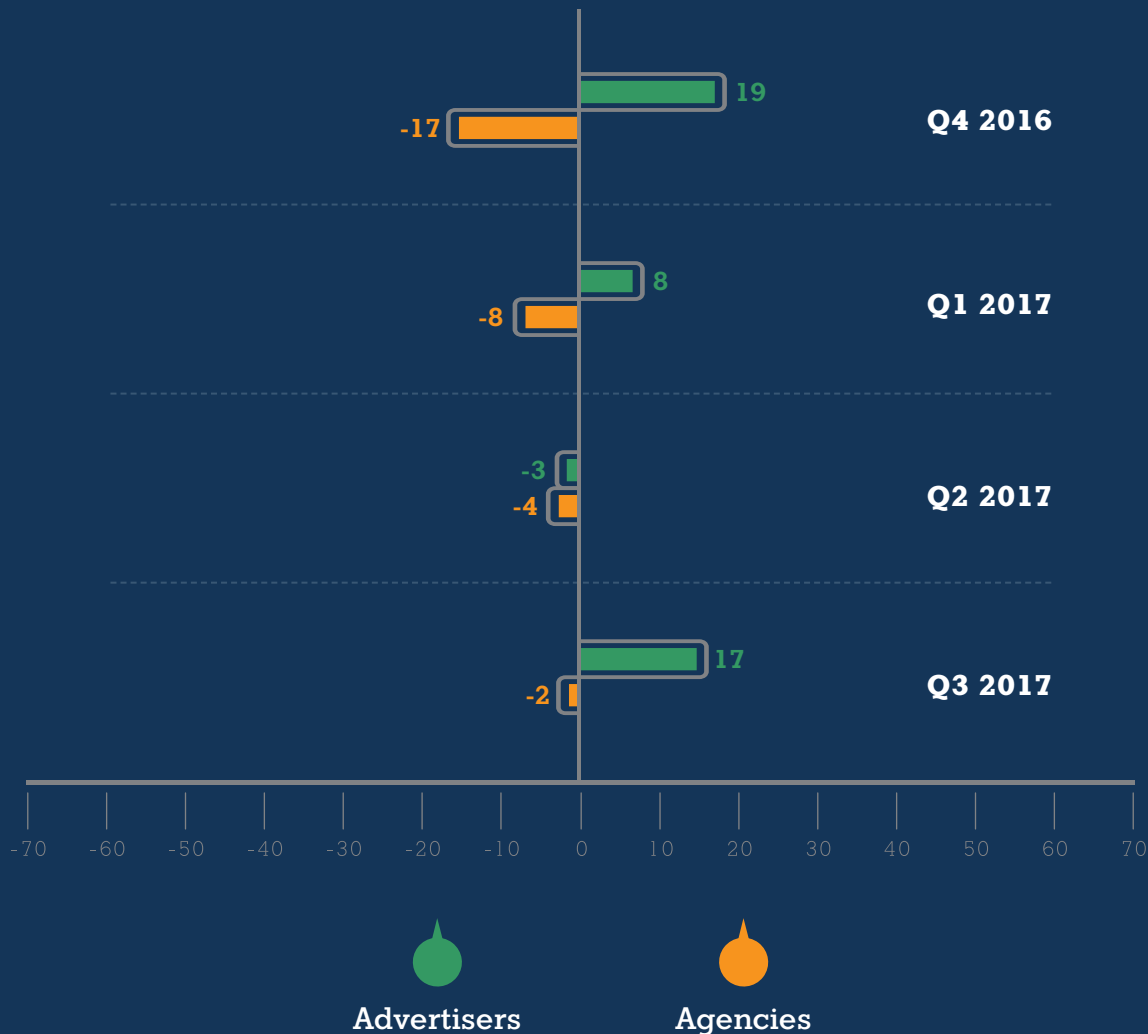
Τόσο το **2016** όσο και το **2017** ξεκίνησαν **αισιόδοξα** με αυξημένους προϋπολογισμούς - **αισιοδοξία που δεν ευοδώθηκε** μέχρι και το **πρώτο 6μηνο** του **2017** οδηγώντας σε διορθώσεις προς τα κάτω.

Το **3ο 3μηνο** του **2017** η **αισιοδοξία επανέρχεται** ωθώντας μάλιστα σε μια ελαφριά (στατιστικά μη σημαντική) **αναθεώρηση** προς τα **πάνω** των **αρχικών προϋπολογισμών**.

Το **3ο 3μηνο** του **2017** οι **διαφημιζόμενοι επανέρχονται** στην **αυξημένη διάθεση επένδυσης** σε **ενέργειες marketing**, ξεπερνώντας τους δισταγμούς που εκδήλωσαν το πρώτο 6μηνο του έτους - πιθανώς ως αποτέλεσμα της τότε αβεβαιότητας σε σχέση με την ολοκλήρωση της δεύτερης αξιολόγησης από τους θεσμούς της πορείας του προγράμματος εξυγίανσης της εθνικής οικονομίας.

Advertisers | Agencies

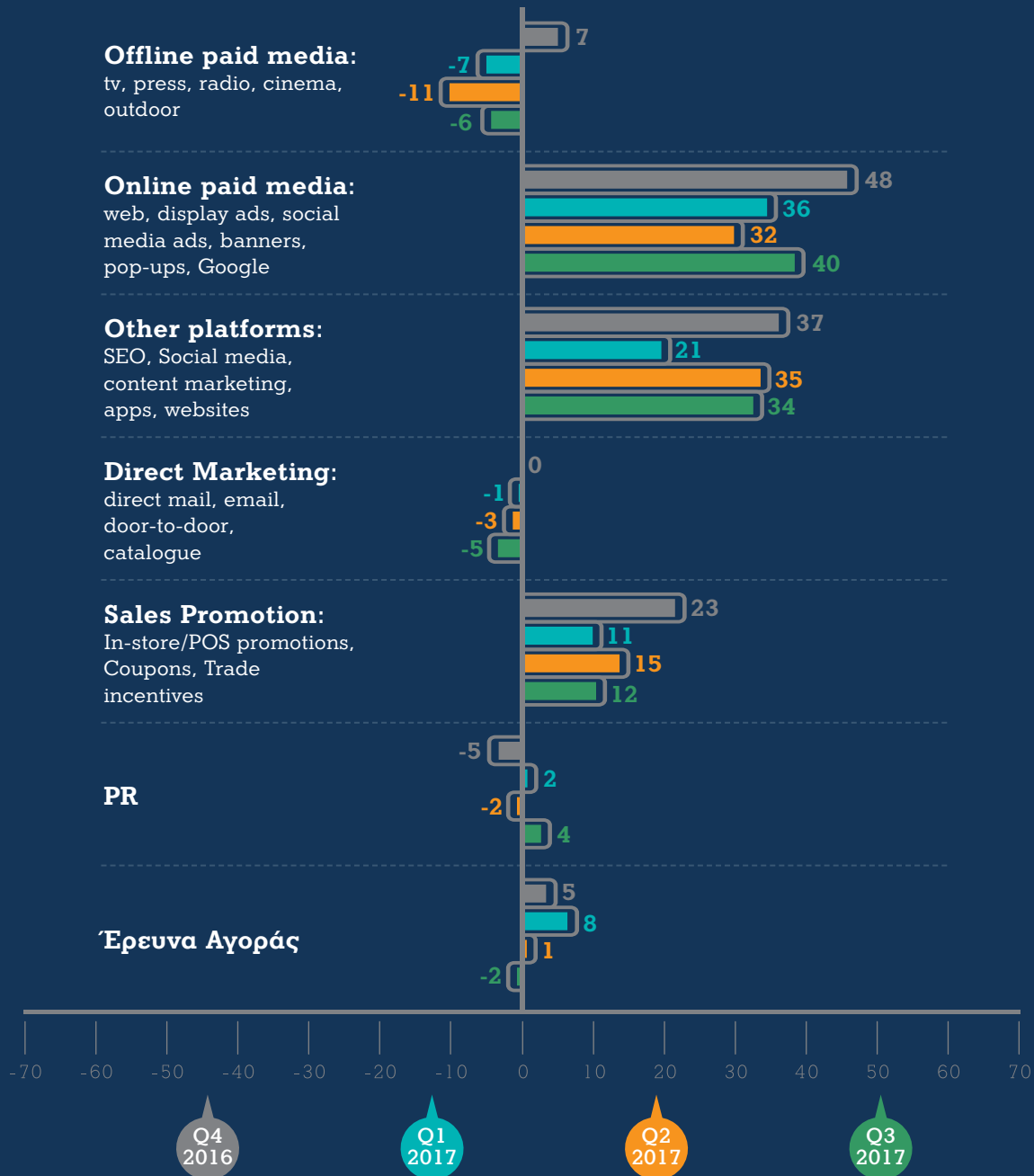
Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ


Τα στελέχη της **διαφημιστικής αγοράς δεν βλέπουν αυξήσεις** στους προϋπολογισμούς των πελατών τους αλλά **απλώς εξισορρόπηση** των προηγούμενων αρνητικών τάσεων. Πιθανώς αυτό συνδέεται με την αναφερθείσα εκτίμηση / αναμονή για μειωμένες τιμές για τις υπηρεσίες τους.

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια



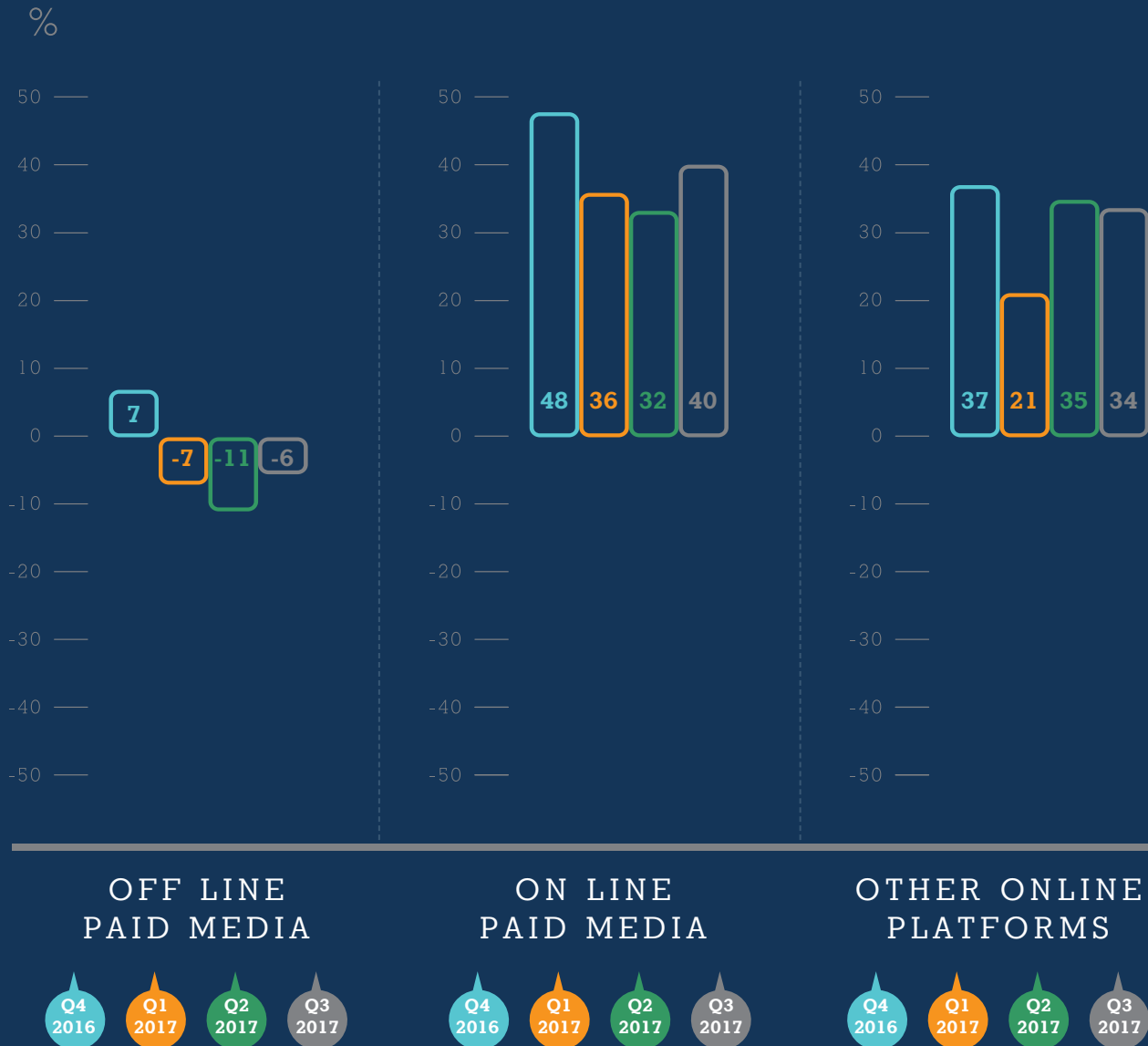
Η **online επικοινωνία** και κυρίως η **αξιοποίηση πλατφορμών** και εφαρμογών φαίνεται να **απορροφά** το **συντριπτικά μεγαλύτερο μέρος** της **πρόθεσης** για **επένδυση** εκ μέρους των στελεχών της αγοράς.

Αντίθετα τα **off line media** κινούνται **πτωτικά**, όπως και το **direct marketing** το τελευταίο δμηνο.

Οι **προωθητικές ενέργειες** από την άλλη μεριά **διατηρούν σημαντικό μέρος** του **ενδιαφέροντος**.

Advertisers Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις

Δ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017

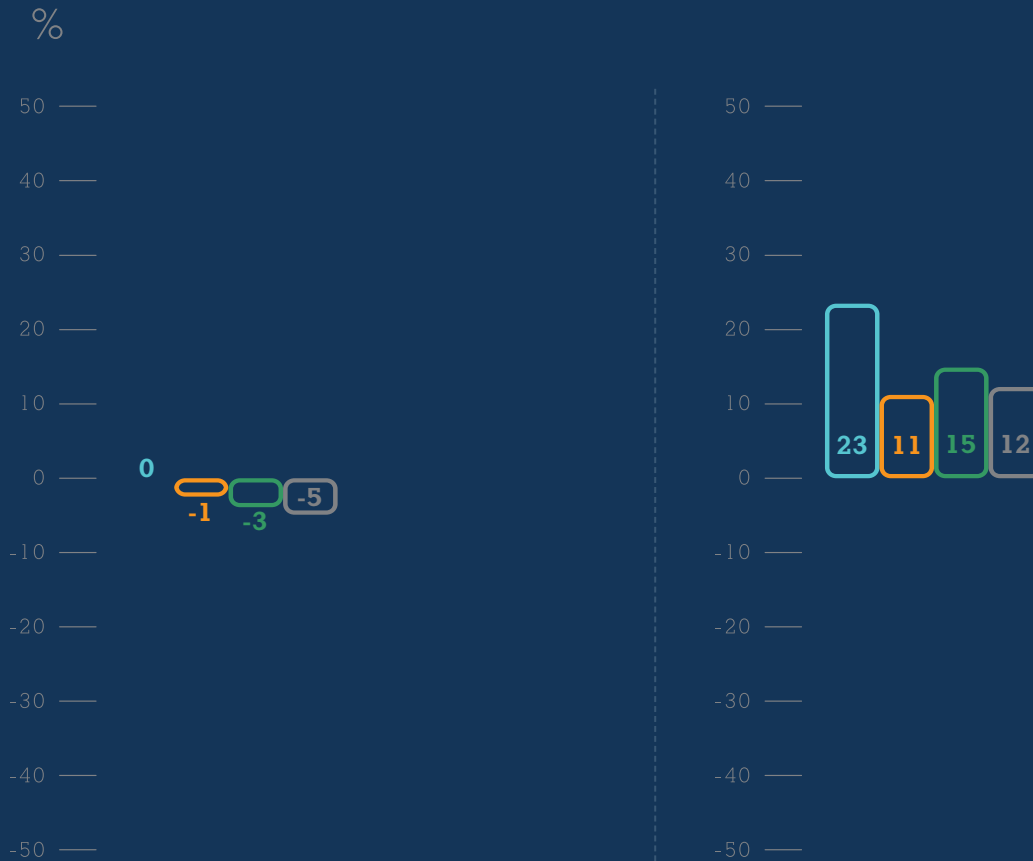

**OFF LINE
PAID MEDIA**
**ON LINE
PAID MEDIA**
**OTHER ONLINE
PLATFORMS**

Η **εκτίμηση** των διαφημιζομένων για τα **offline media** εξακολουθεί να **κινείται πτωτικά**, παρ' όλη την σχετική ανάκαμψη που σημειώνεται στο 3ο 3μηνο του 2017.

Ελαφρά **αυξητική** καταγράφεται η **εκτίμηση** των **στελεχών της αγοράς** για τα **on line paid media** το τελευταίο 3μηνο, μετά από την σχετική κάμψη του προηγούμενου 3μηνου.

Η **επένδυση** σε **on line** πλατφόρμες και εφαρμογές συγκεντρώνει σταθερά **μεγάλο μέρος** του **ενδιαφέροντος** των διαφημιζομένων.

Advertisers Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις



DIRECT MARKETING



SALES PROMOTION

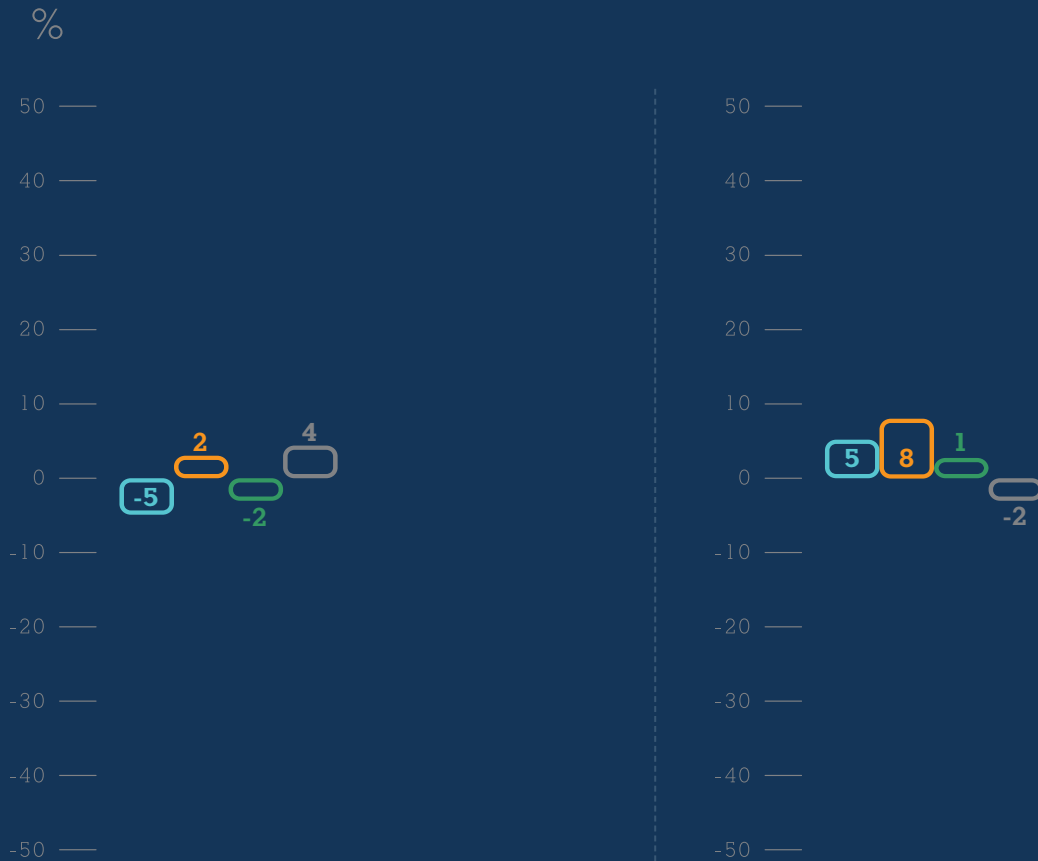


Το **ενδιαφέρον** των **διαφημιζομένων** για ενέργειες **direct marketing** βαίνει **ελαφρά** αλλά **σταθερά μειούμενο**.

Το **ενδιαφέρον** των **διαφημιζομένων** για **προωθητικές ενέργειες** παραμένει **σχετικά ζωνρό** παρ' όλη την σχετική πώση σε σύγκριση με το τελευταίο 3μηνο του προηγούμενου έτους.

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις



PR



ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ



Δεν σημειώνεται κάποια ιδιαίτερη αλλαγή στο **ενδιαφέρον** των διαφημιζομένων για τις **ενέργειες PR**, με τον **σχετικό δείκτη** να **κινείται** και στα τέσσερα 3μηνα σε **χαμηλά επίπεδα** γύρω από το **0**.

Σε χαμηλά επίπεδα και μειούμενο βαίνει το **ενδιαφέρον** των διαφημιζομένων για **έρευνα αγοράς**.



FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



Δ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017

