

Αποτελέσματα έρευνας

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

Λ' Κύμα | ΙΟΥΛΙΟΣ 2024 - Q2 2024

Ετοιμάσθηκε 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 = 151

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)

2024

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΔΕΙΓΜΑ
2024 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2024 - Q2 2024	n = 151
2024 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2024 - Q1 2024	n = 152

ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ 2020-2023

2023 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2024 - Q4 2023	n = 153
2023 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2023 - Q3 2023	n = 160
2023 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2023 - Q2 2023	n = 157
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
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	

ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ 2016-2019

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΔΕΙΓΜΑ
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	8
Επιμέρους δείκτες επιχείρησης	11
Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing	14
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια:	
YEAR TO DATE	17
ONLINE	18
OFFLINE	22
DIRECT MARKETING	25
SALES PROMOTION	28
PR	31
ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ	34

AGENCIES

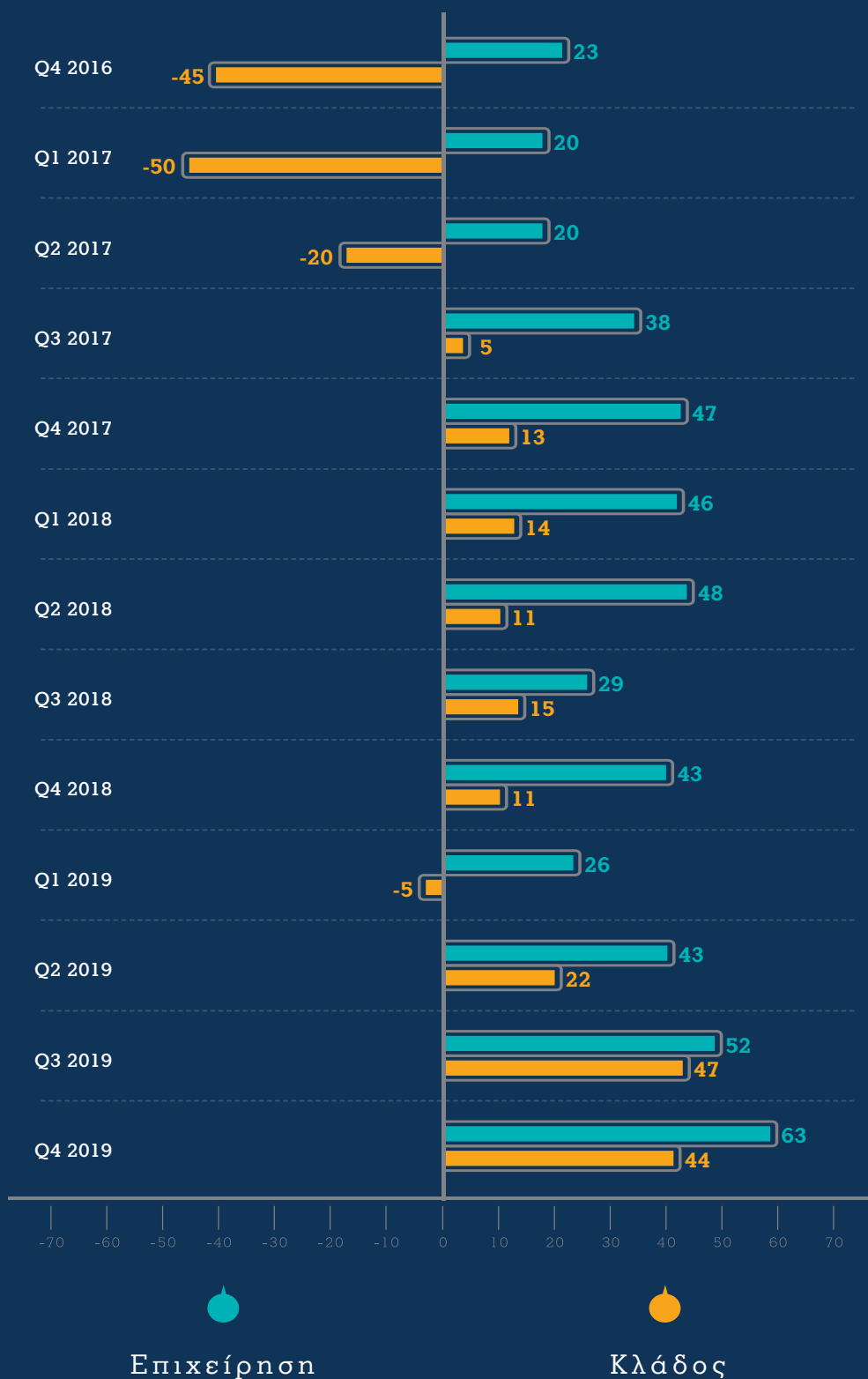
Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης	37
Επιμέρους δείκτες επιχείρησης	40
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια	43

Advertisers

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ. 1

2016 ΕΩΣ 2019
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

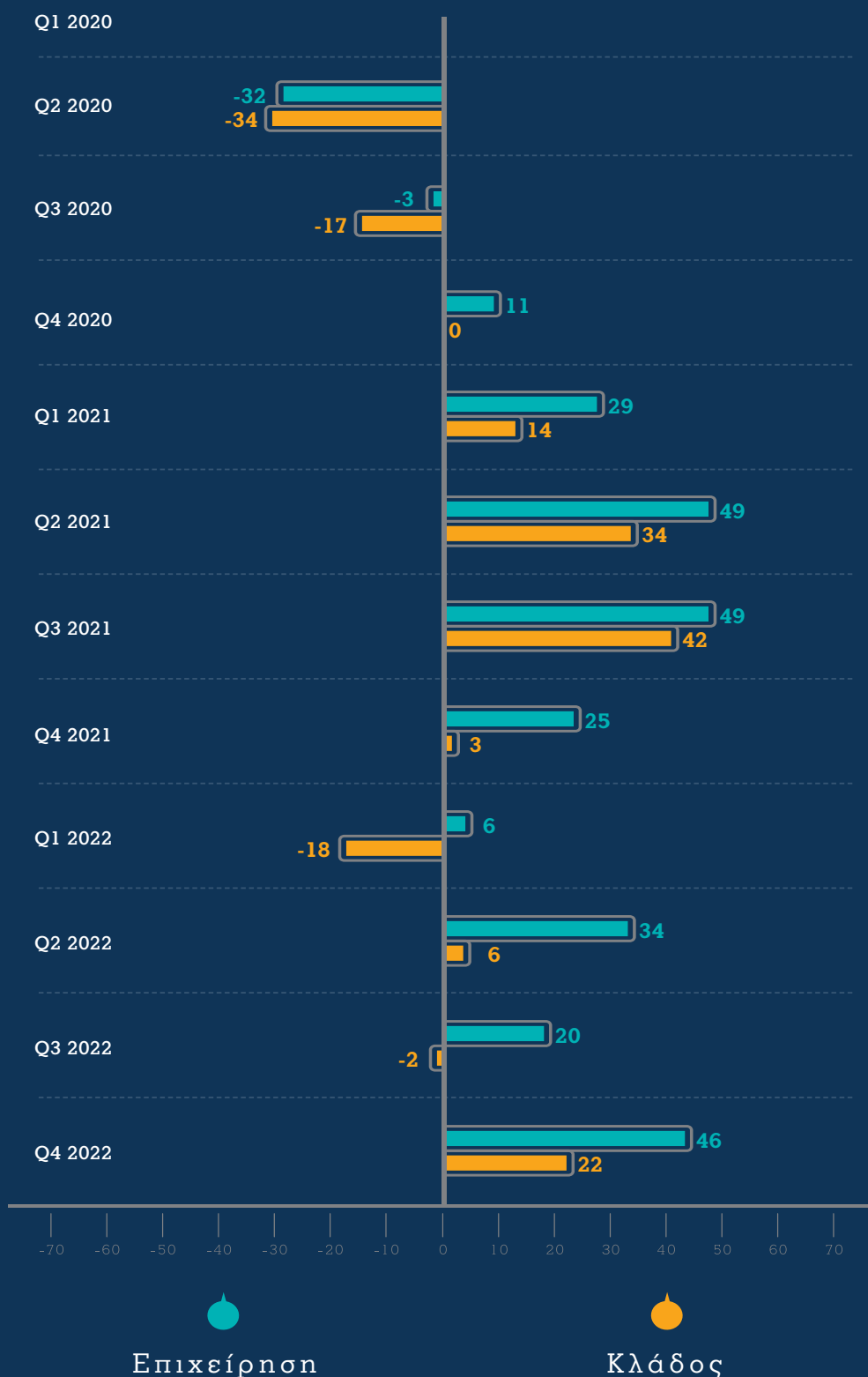


Advertisers

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ.2

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

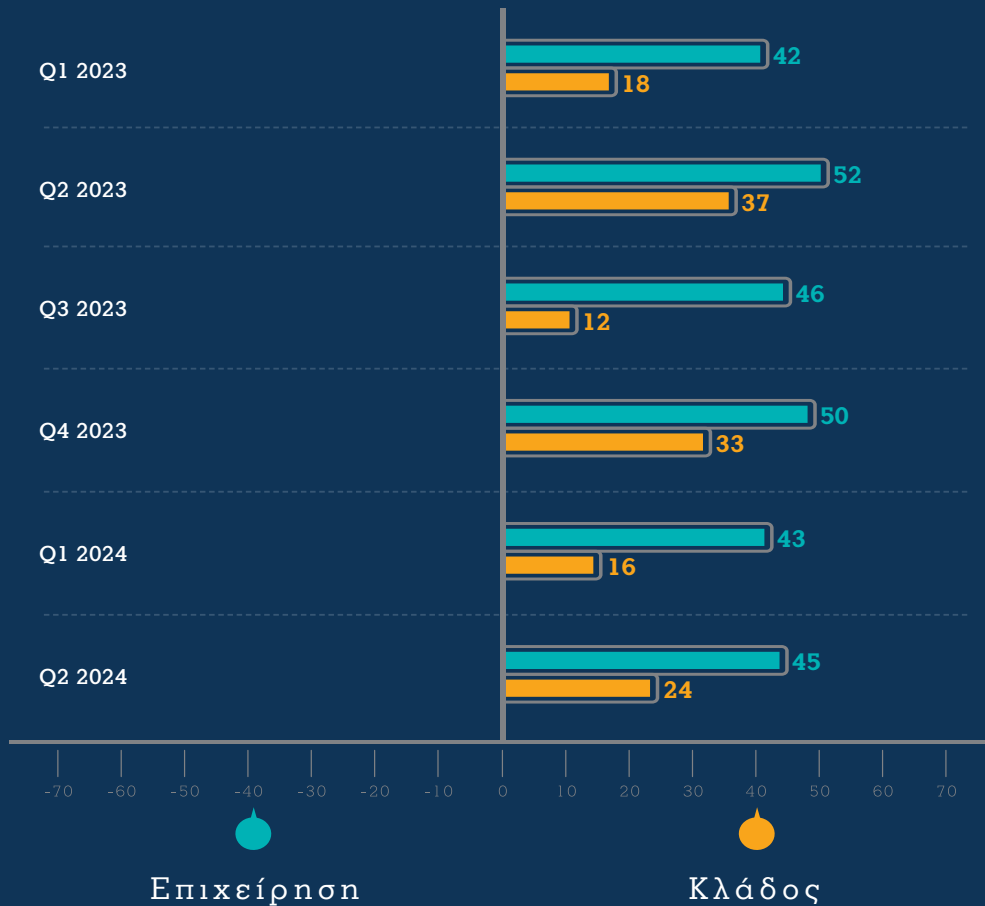


Advertisers

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

Σελ.3

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



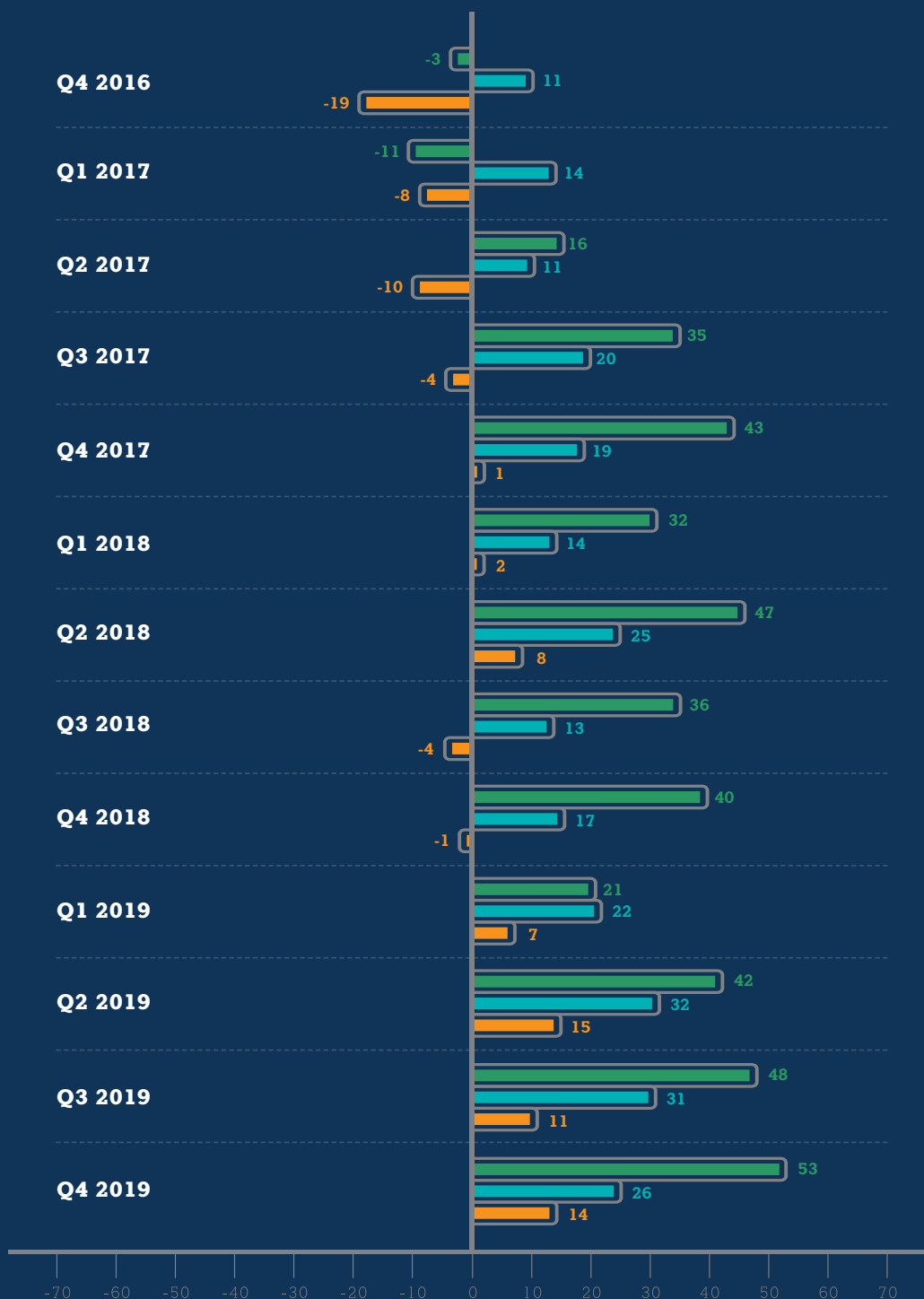
Στα μισά του **2024** οι **εκτιμήσεις** των **στελεχών** των **διαφημιζομένων** κινούνται σε **θετικά επίπεδα** τόσο για το μέλλον της επιχείρησής τους **(+45)** όσο και για τις **προοπτικές** του **κλάδου** τους **(+24)**

Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

Ισοζύγιο



Ζήτηση

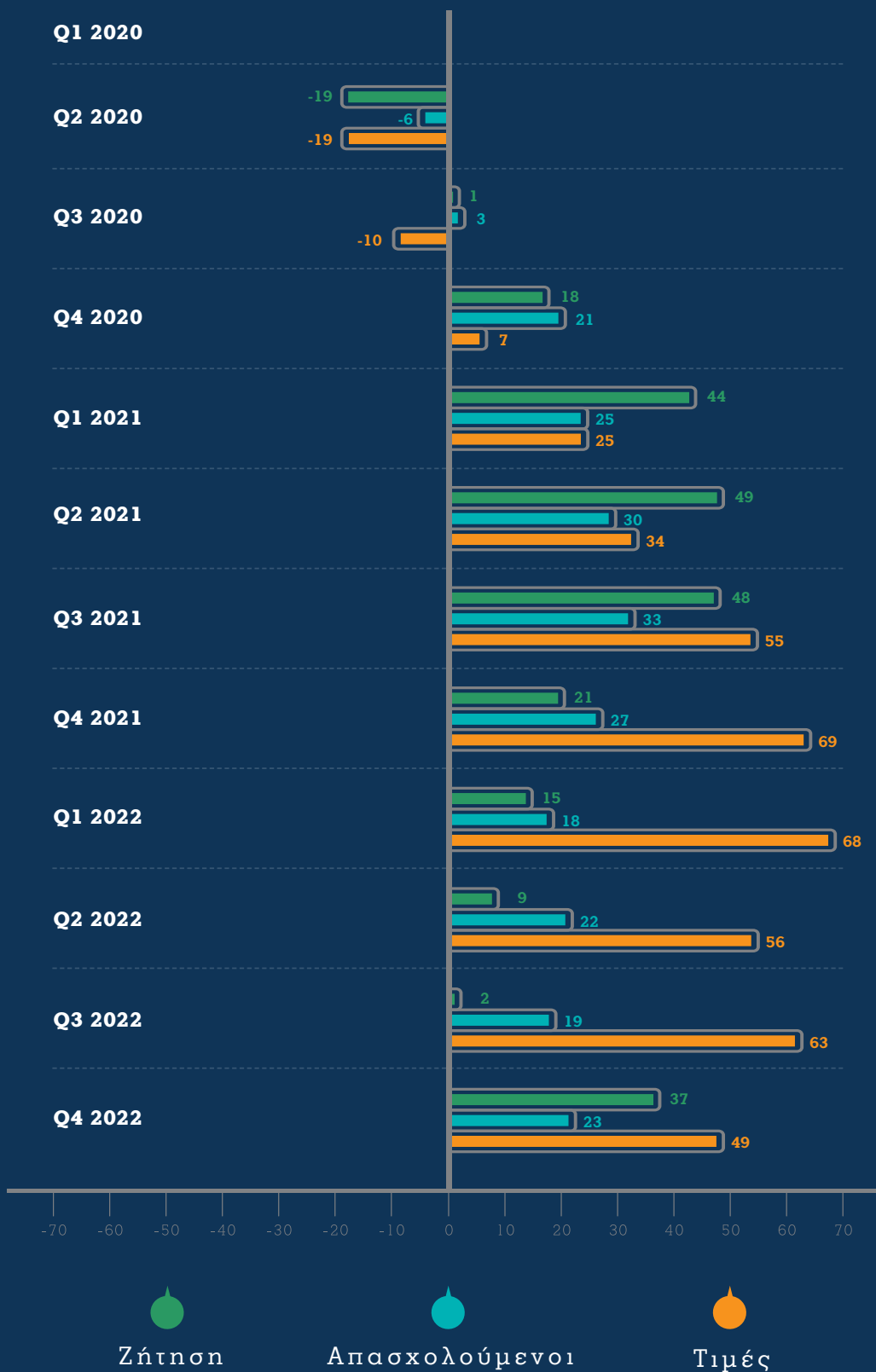
Απασχολούμενοι

Τιμές

Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης Σελ.2

Ισοζύγιο

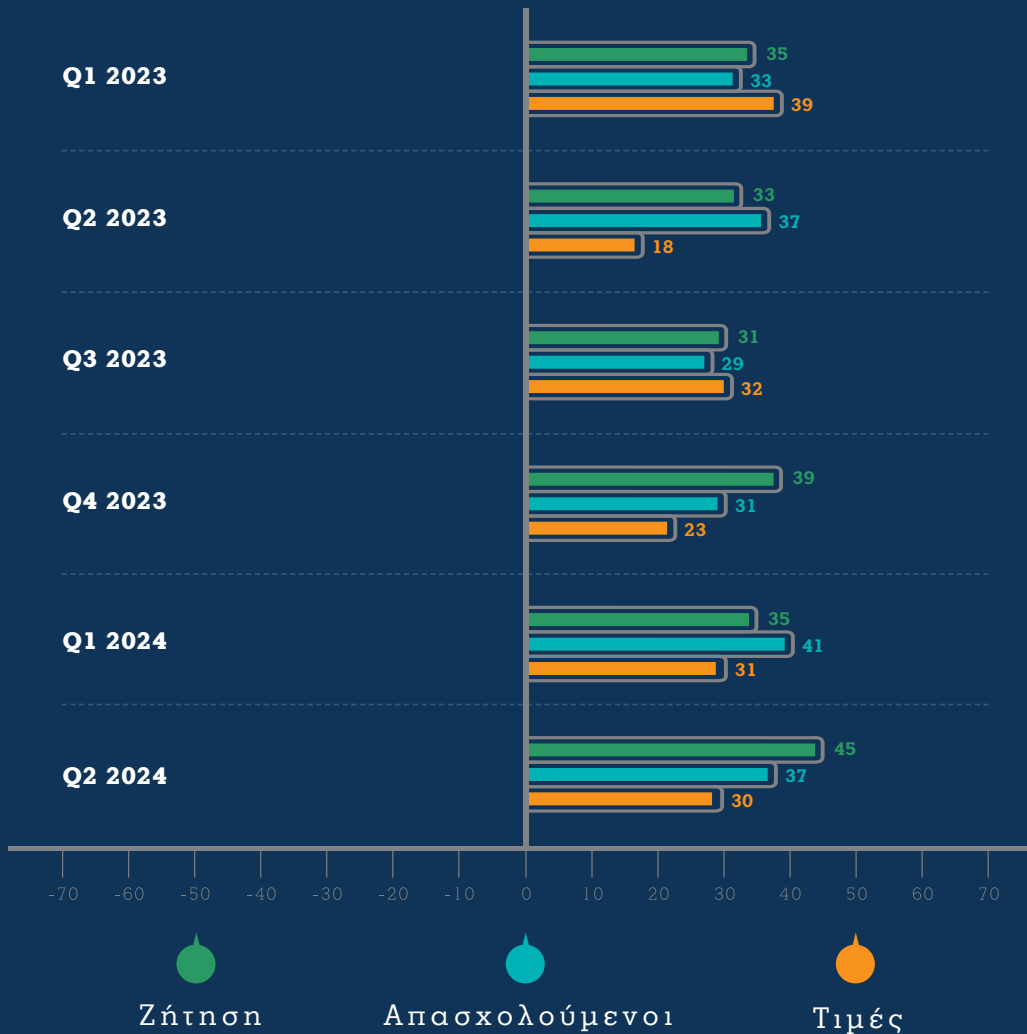


Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ.3

Ισοζύγιο



ΖΗΤΗΣΗ

Η **εκτίμηση**
παραμένει
αυξητική

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι **αυξητικές**
τάσεις παραμένουν
σε υψηλά επίπεδα

ΤΙΜΕΣ

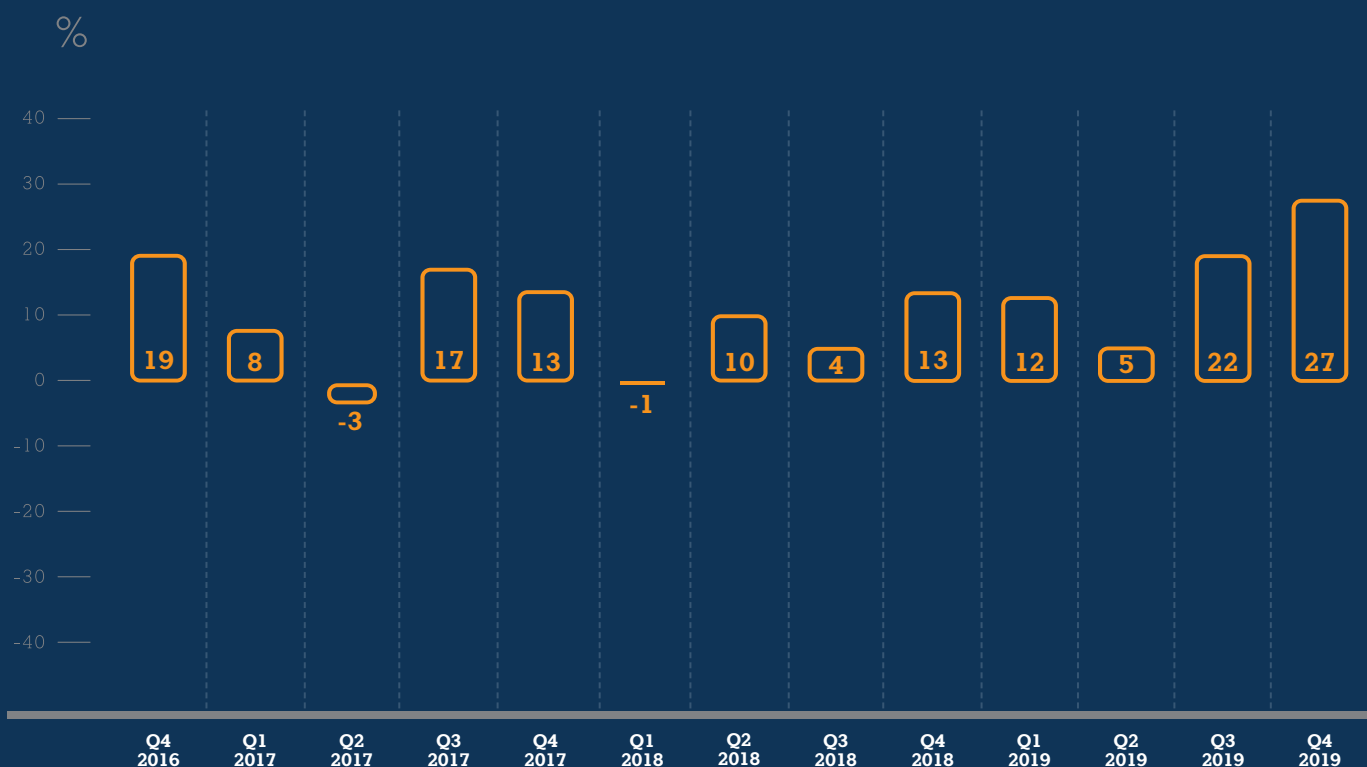
Οι **αυξητικές εκτιμήσεις**
σταθεροποιούνται

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

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.1

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

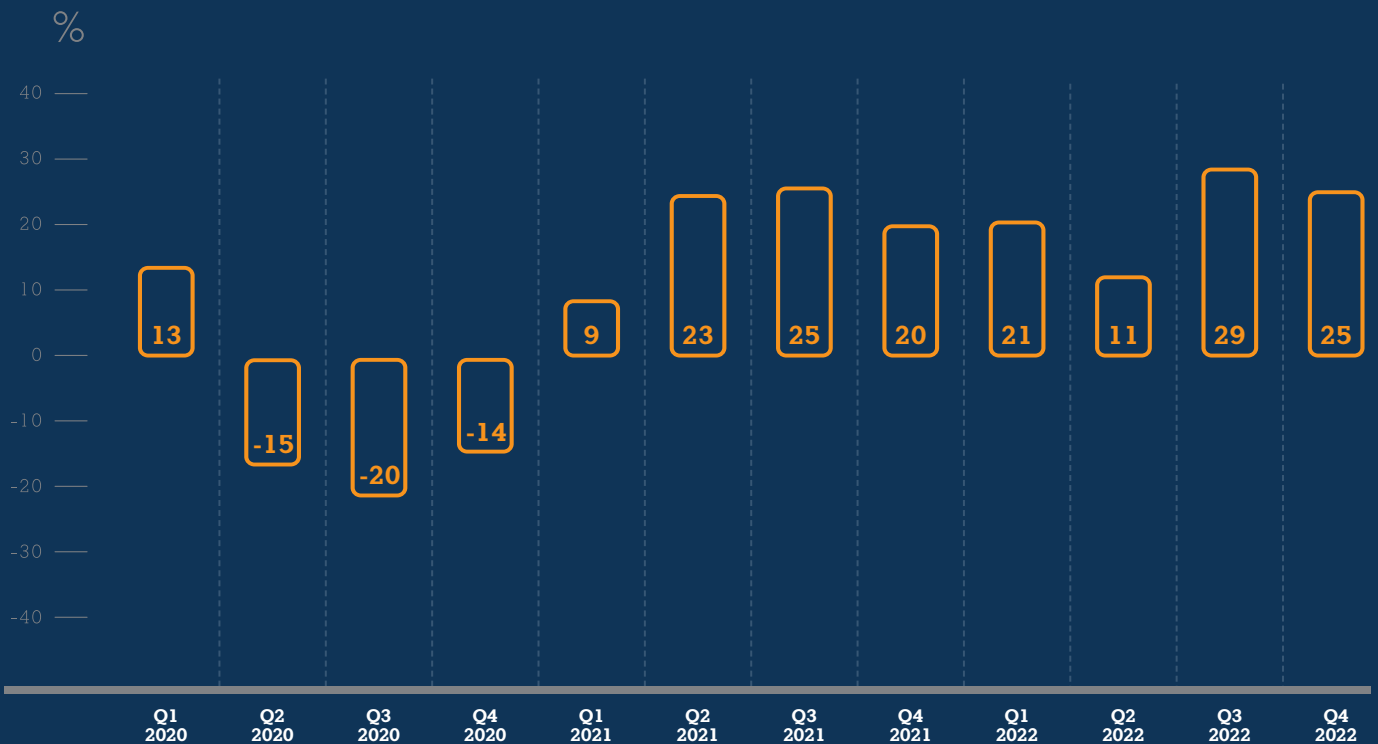


Year to date

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.2

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

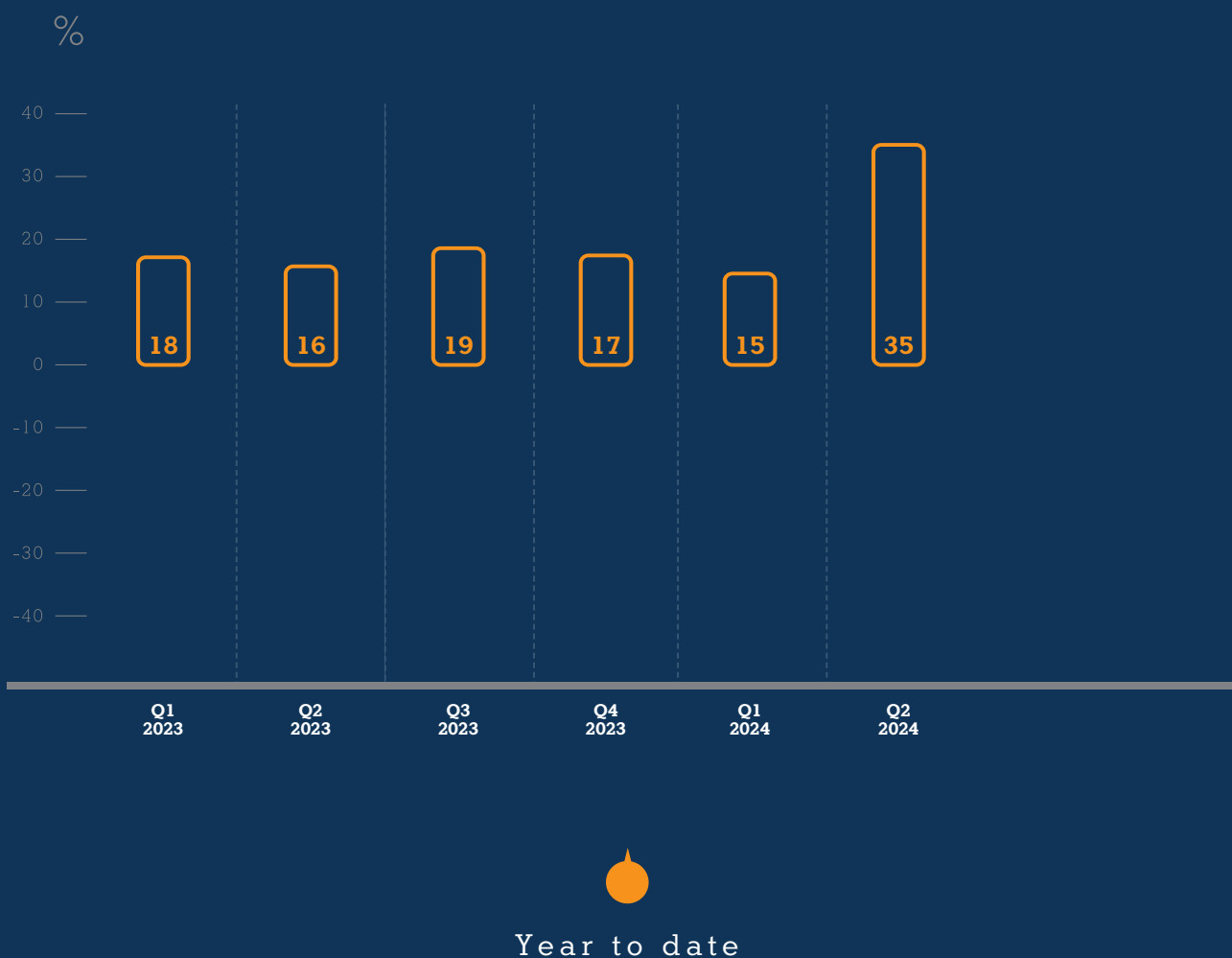


Year to date

Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.3

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

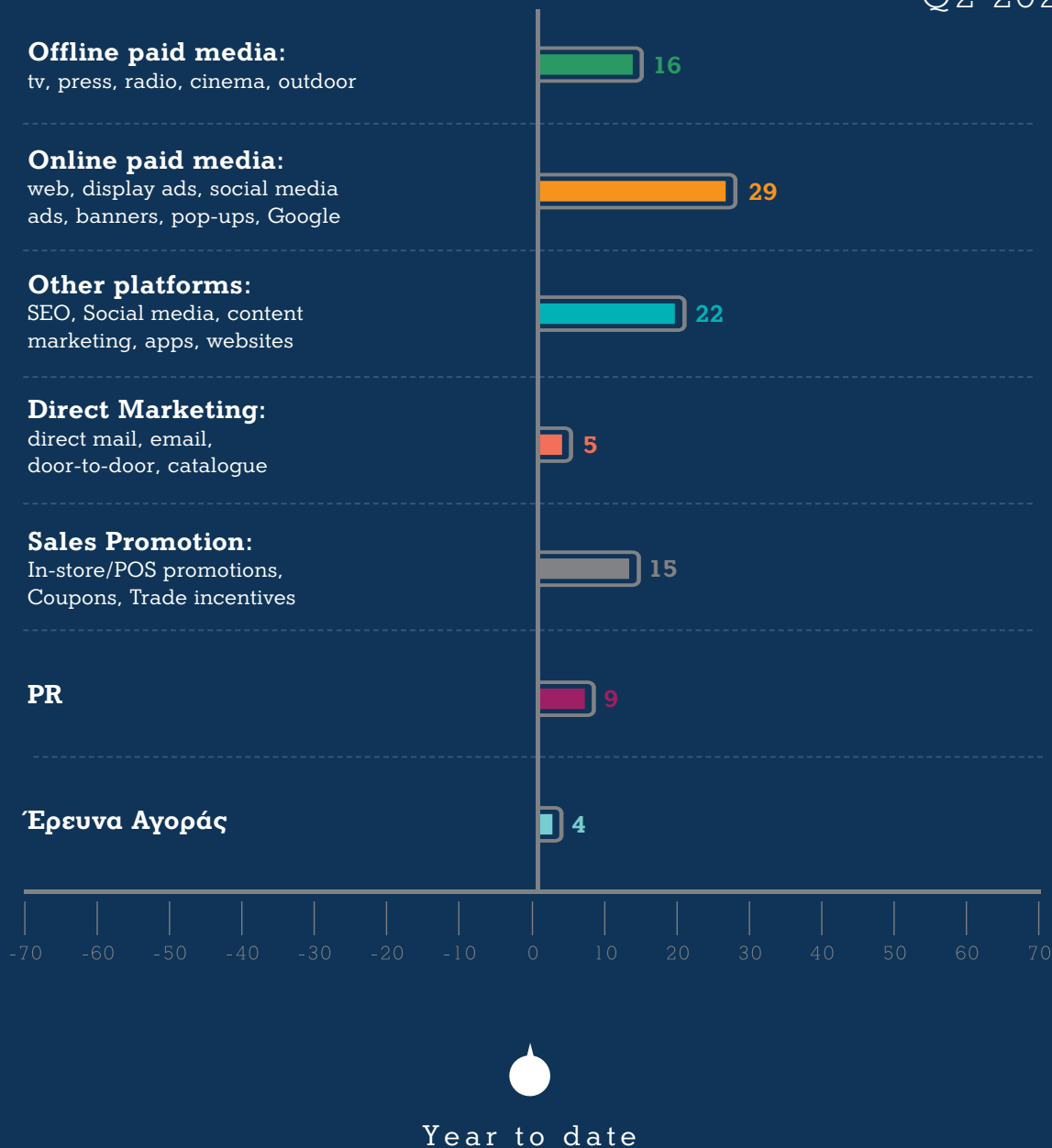


Η **αυξητική διάθεση** των προϋπολογισμών **marketing** κινείται σε **επίπεδα ρεκόρ (+35)** από την αρχή της μέτρησης

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

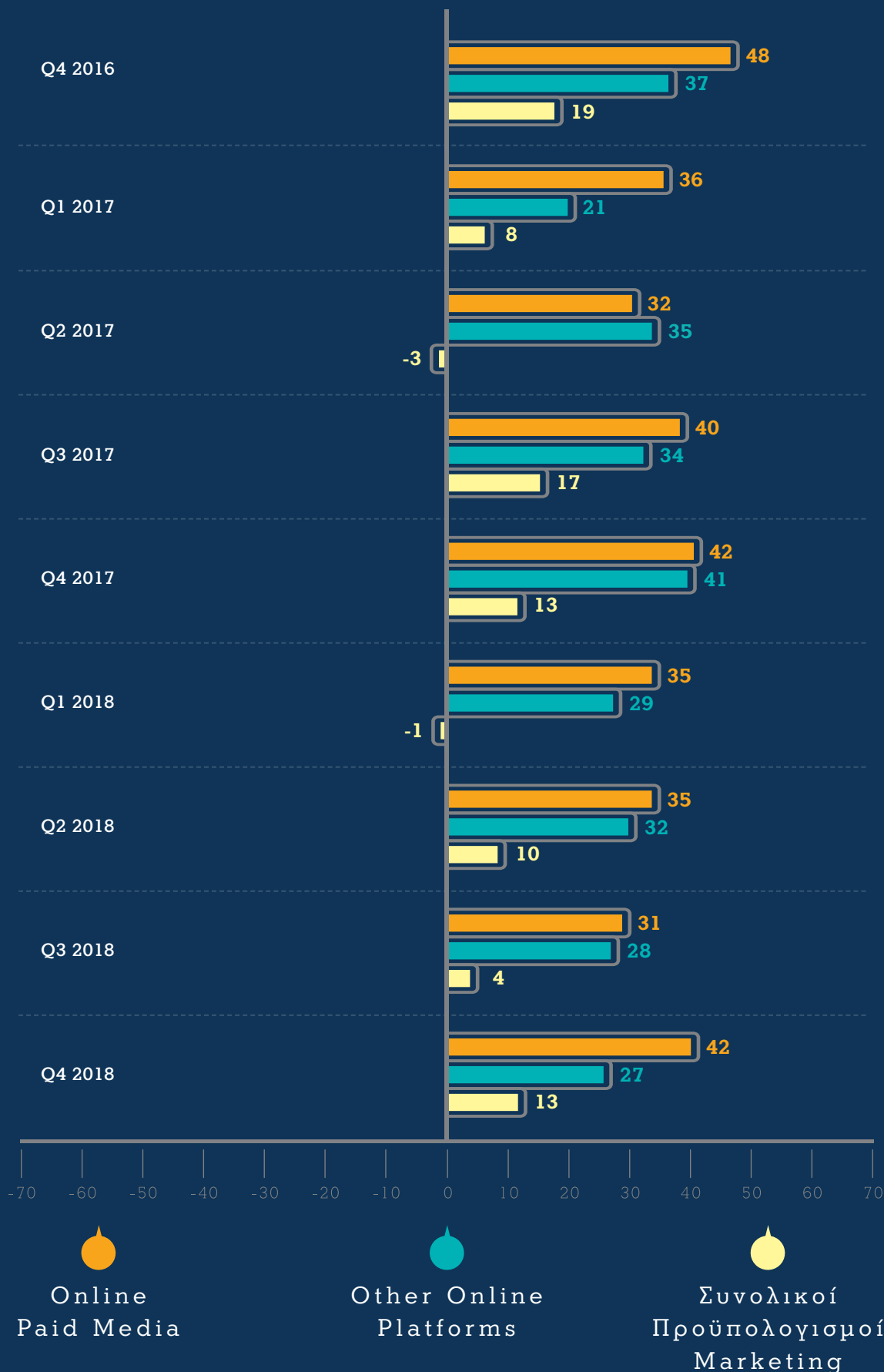
Q2 2024



Η συνεχιζόμενη **αύξηση** των **προϋπολογισμών marketing** εξακολουθεί να **διοχετεύεται** κυρίως στα **online εργαλεία**, – διαχέεται όμως σε **μικρότερο βαθμό** και σε άλλες **ενέργειες**: Τα **offline media** επανα-κάμπουν (+16), ενώ σταθερά **αυξητικό** είναι το ενδιαφέρον για **προωθητικές ενέργειες** (+15) και **δημόσιες σχέσεις** (+9). Λιγότερο επωφελούνται το **direct marketing** (+5) και η **έρευνα αγοράς** (+4)

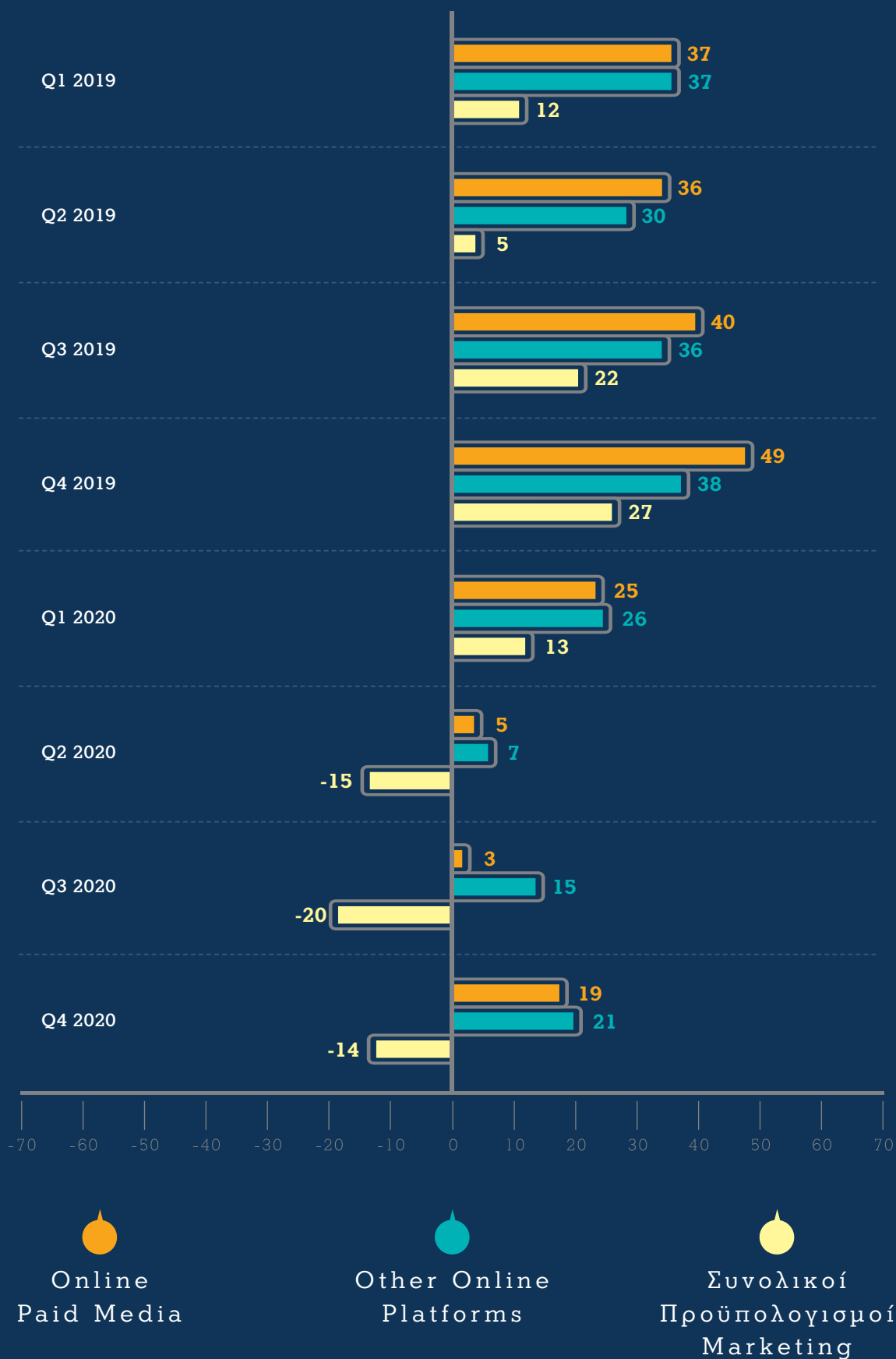
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



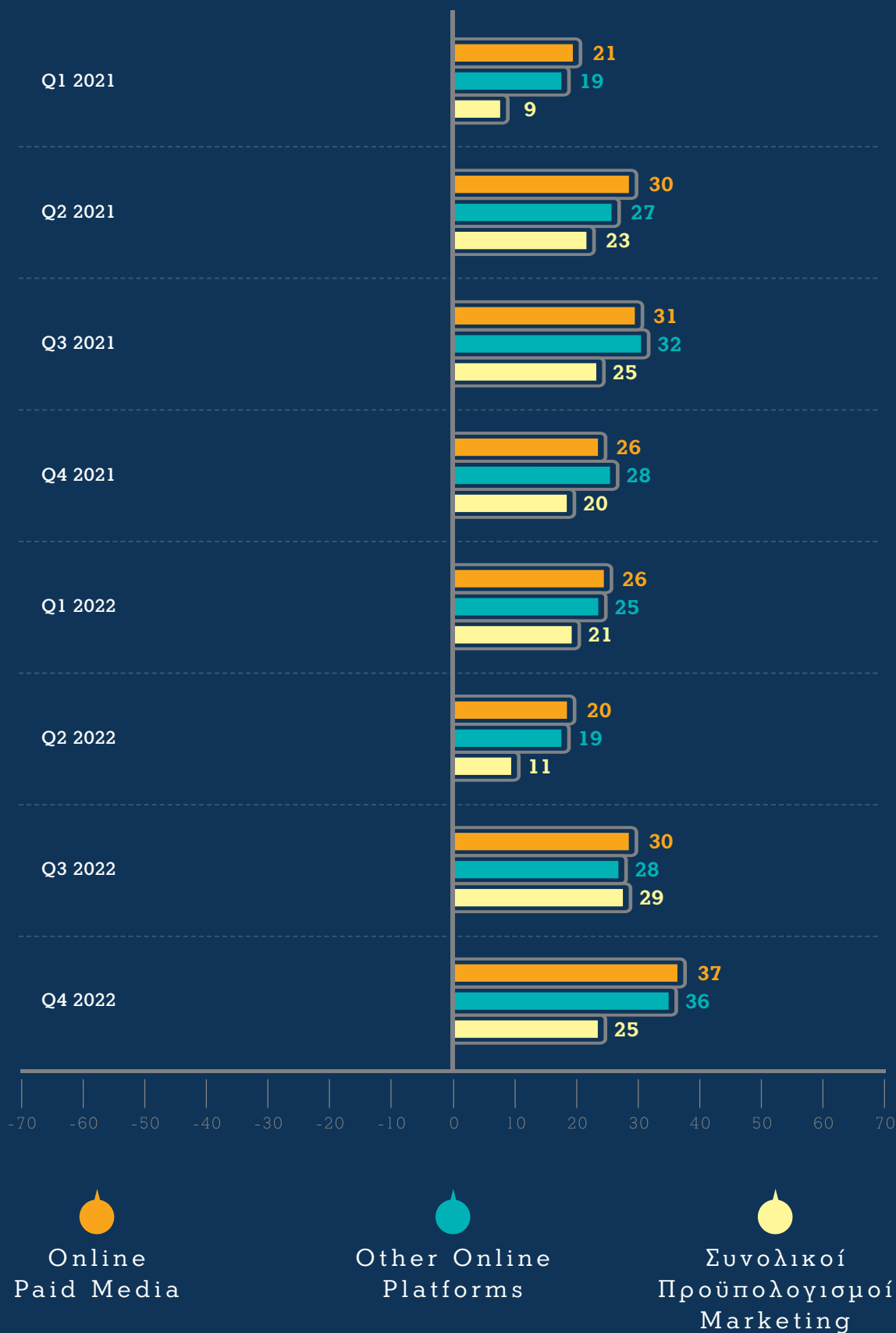
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



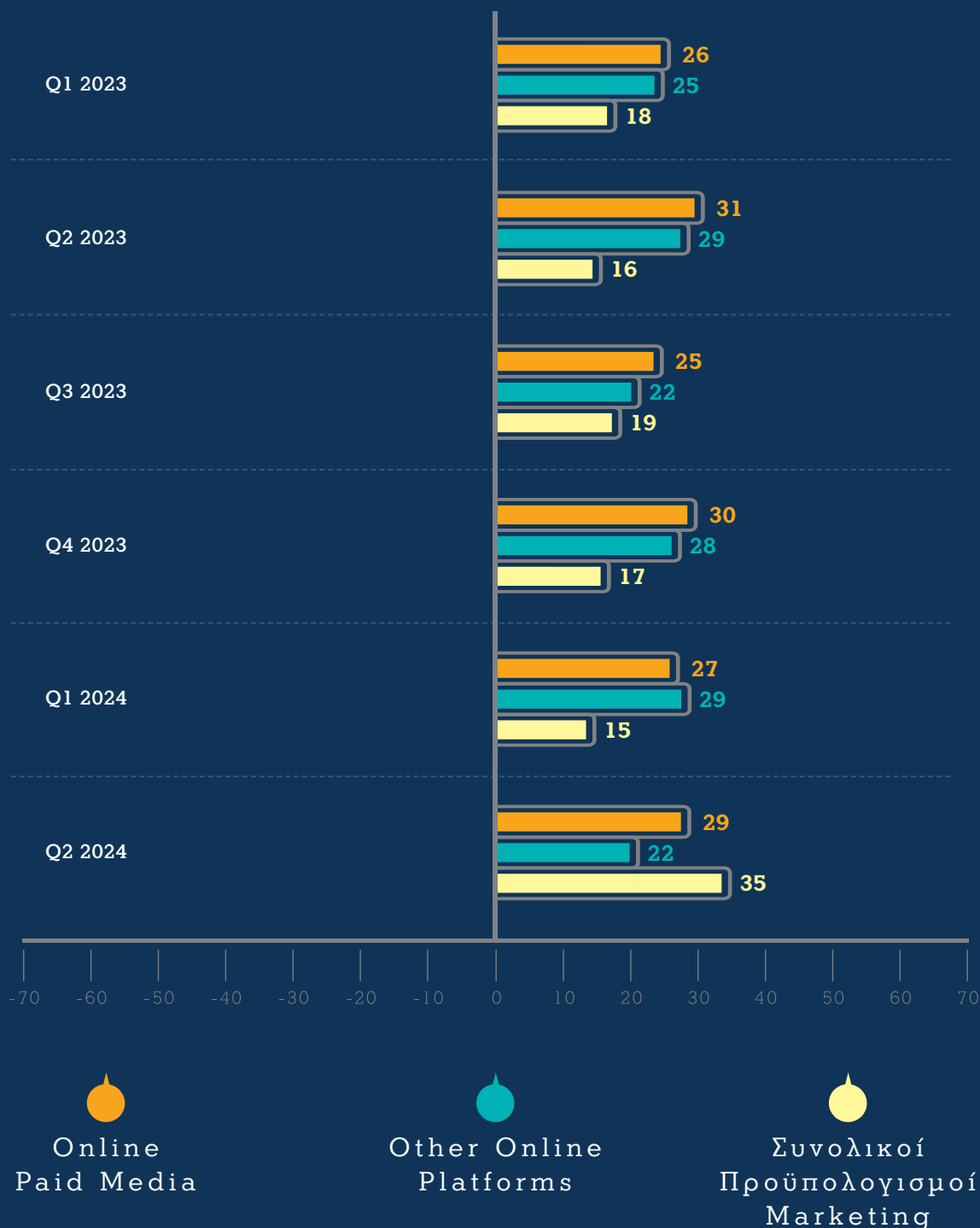
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.3



Advertisers

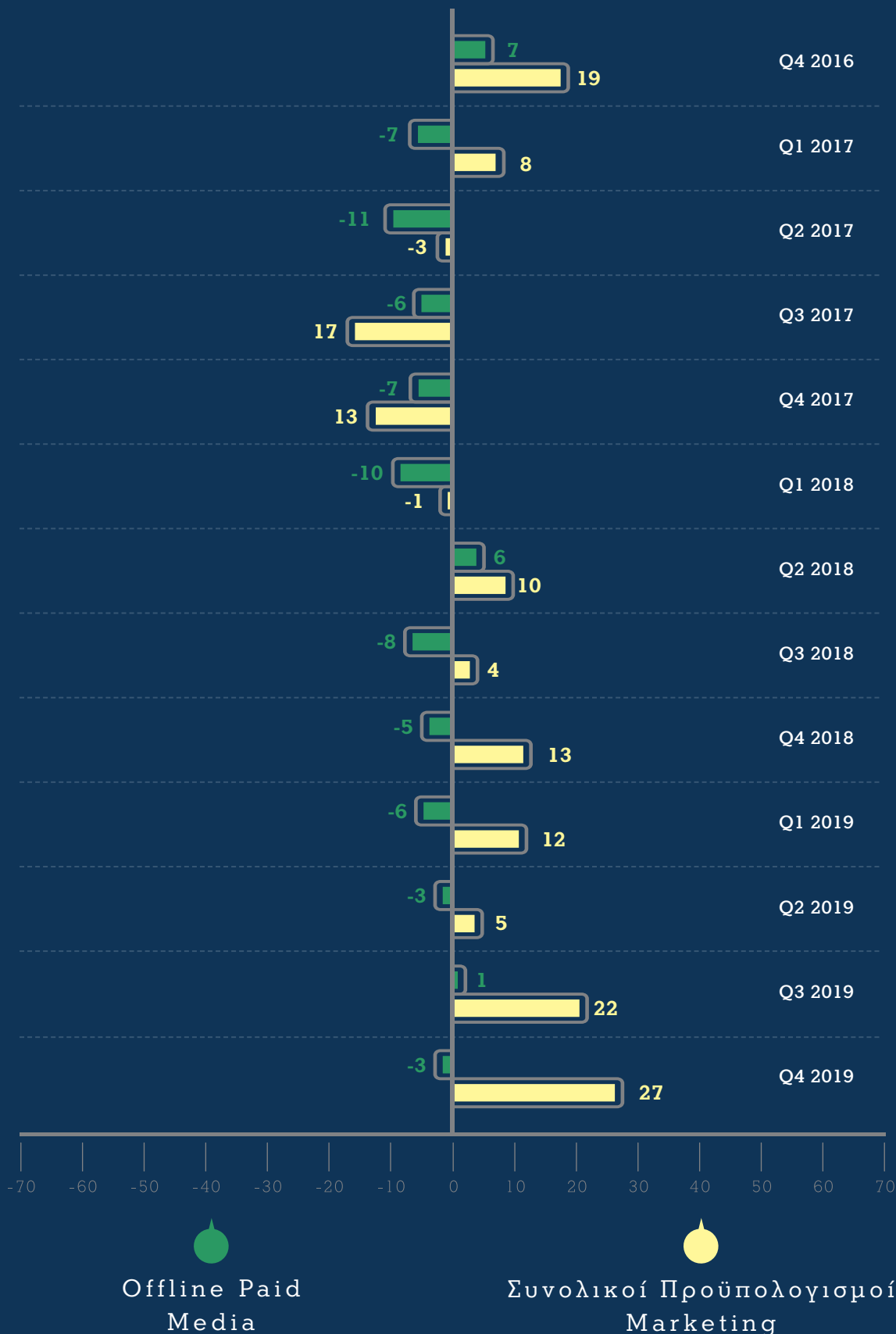
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.4



Η **τάση αύξησης** της επένδυσης σε **online media (+29)** και άλλες ηλεκτρονικές πλατφόρμες (+22) παραμένει ισχυρή, αλλά για πρώτη φορά **χαμηλότερα** από τη **συνολική αύξηση** των **προϋπολογισμών marketing (+35)**

Advertisers

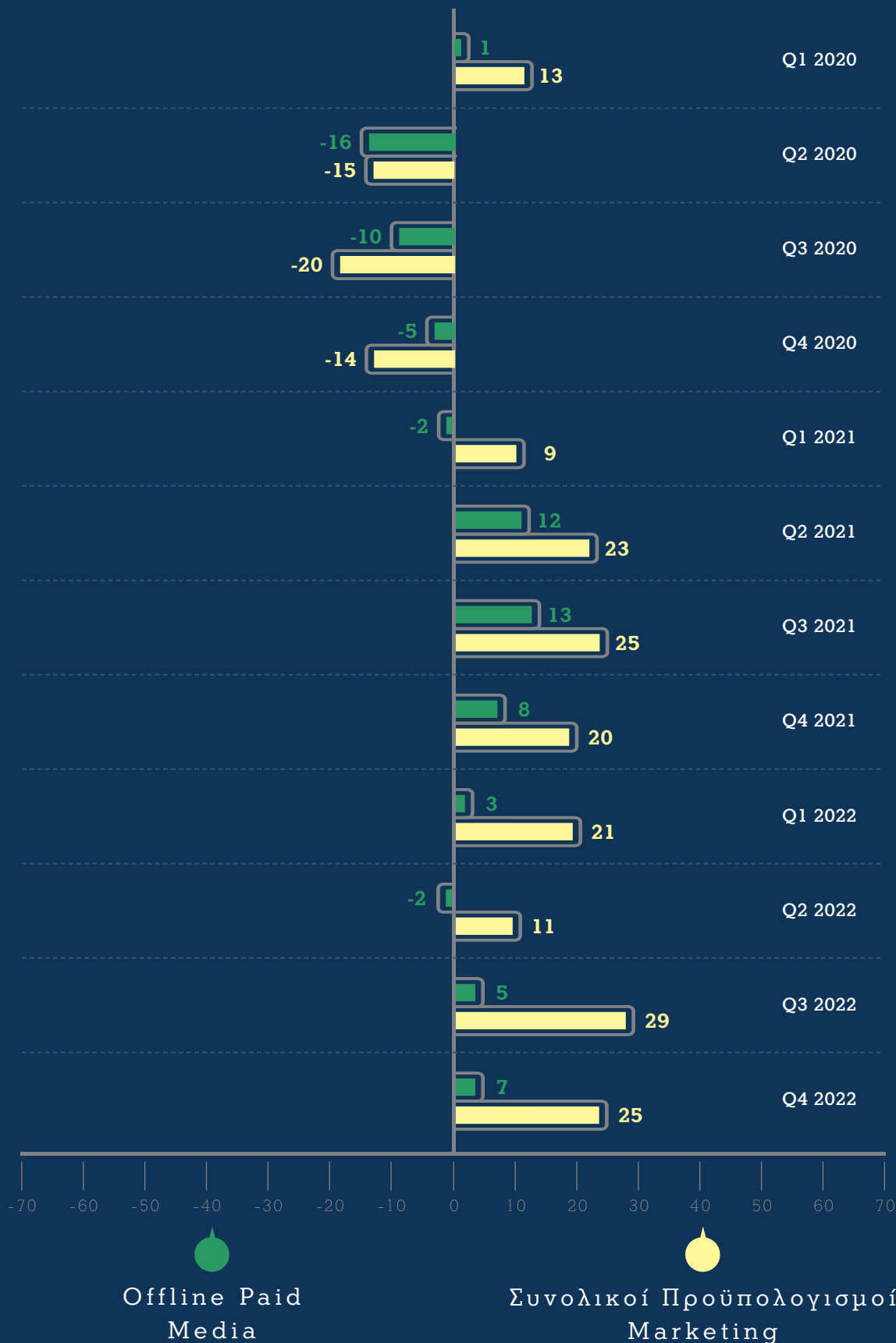
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2

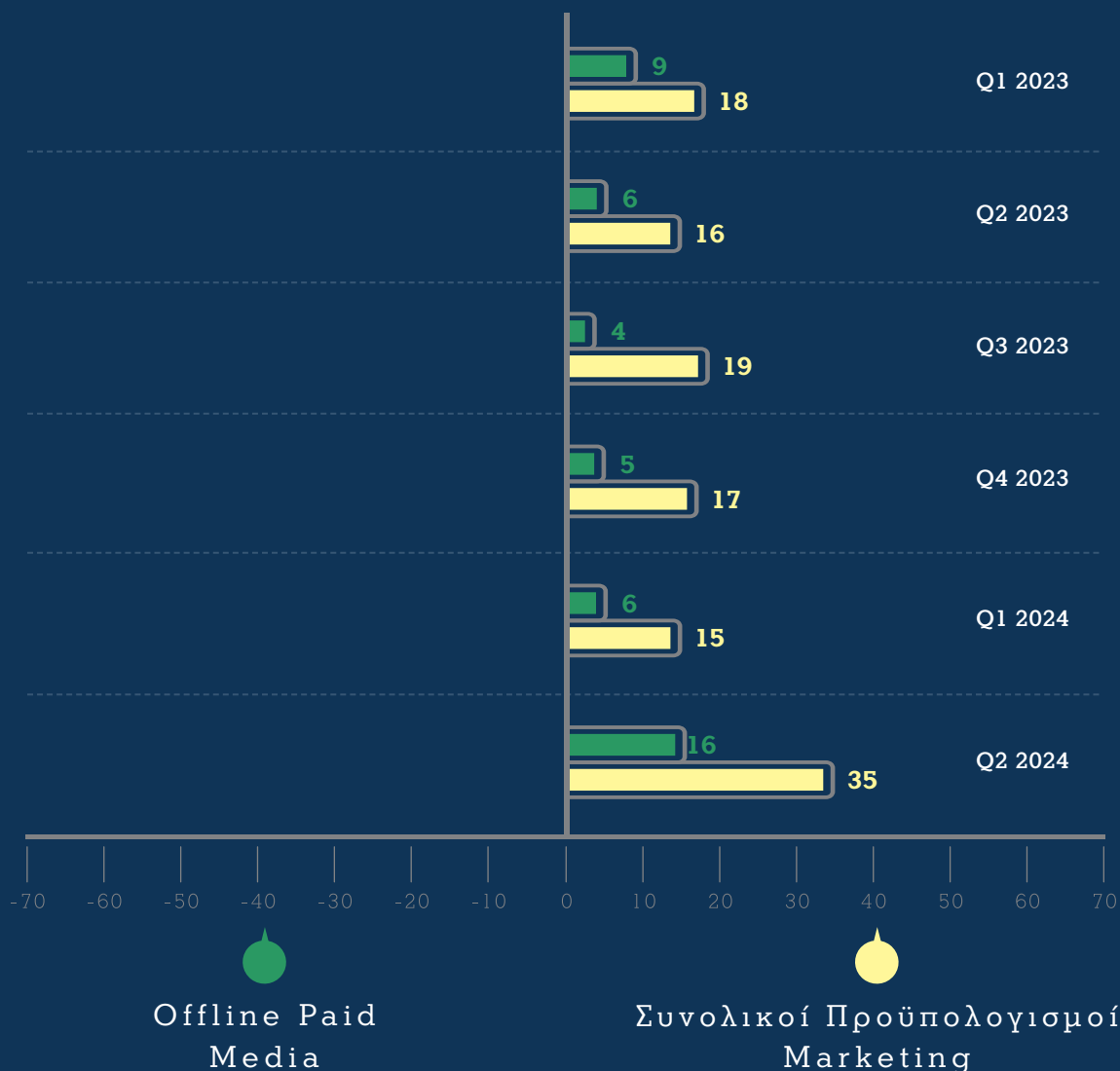
ΚΔ' Κύμα | ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2023 - Q4 2022



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.3

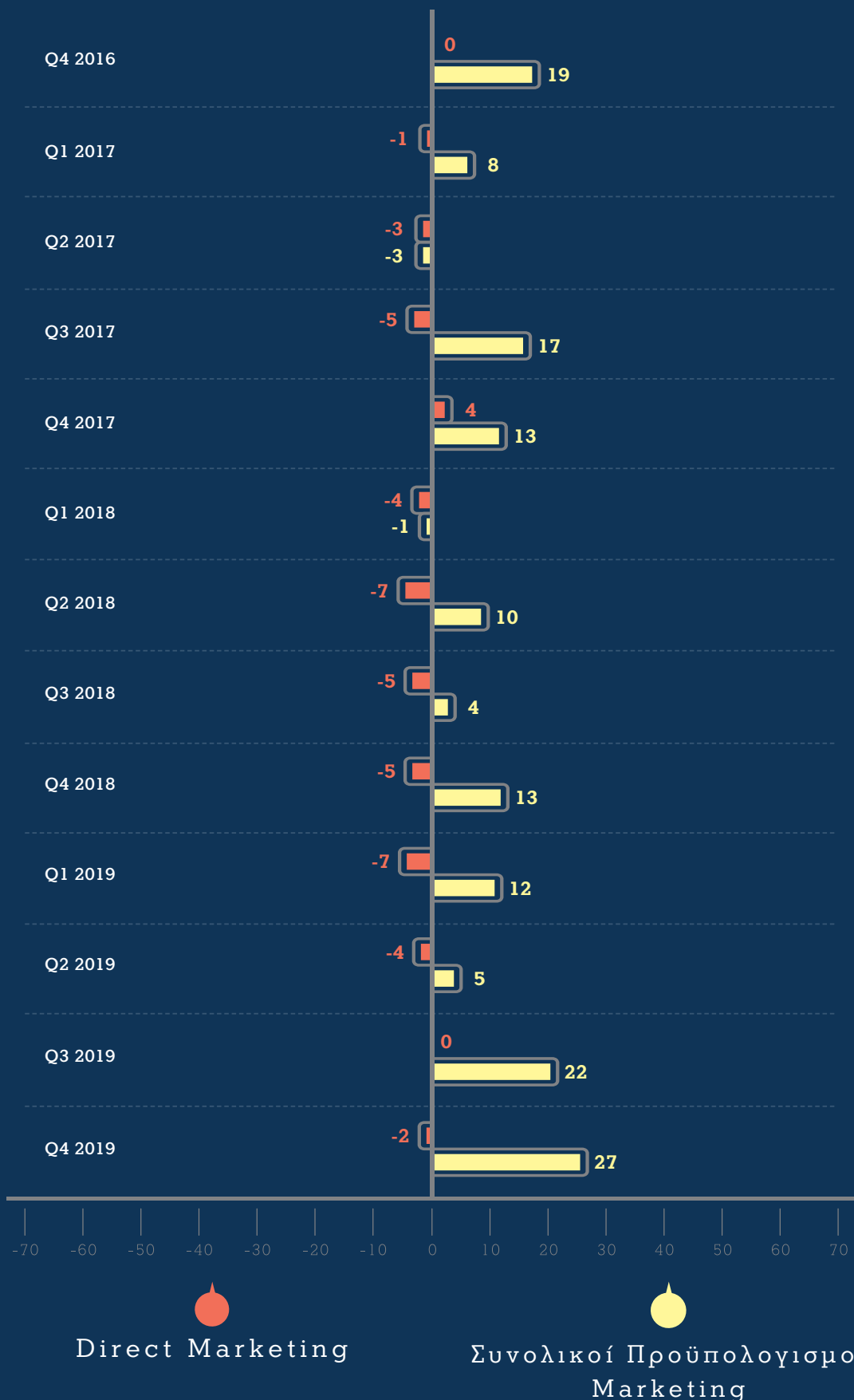
ΚΔ' Κύμα | ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2023 - Q4 2022



Η **αυξητική τάση** των **offline media** είναι σημαντική (+16) η υψηλότερη από την αρχή της μέτρησης παρ' όλο που εξακολουθεί να **υπολείπεται** του **ρυθμού αύξησης** των **συνολικών προϋπολογισμών**

Advertisers

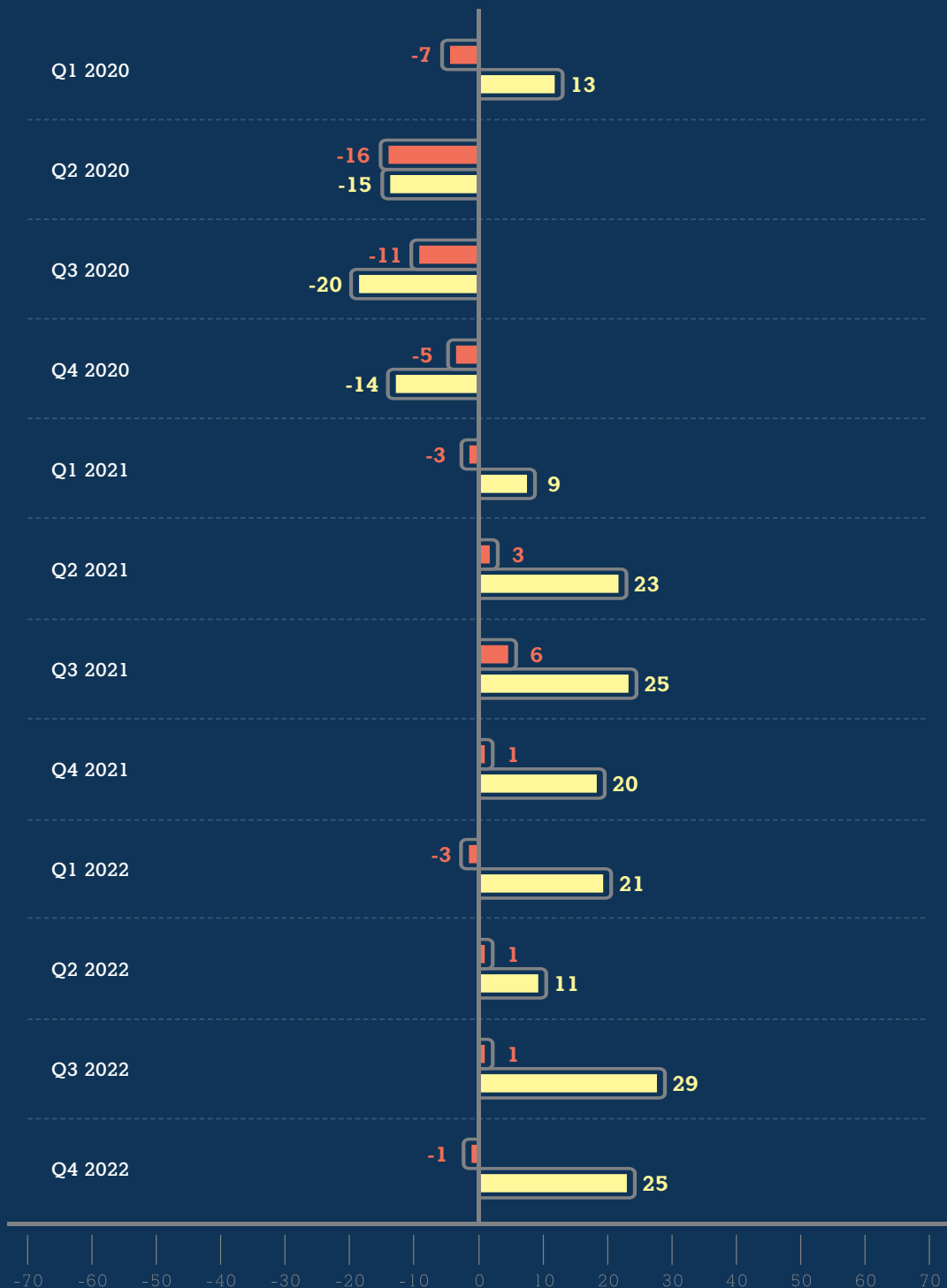
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2



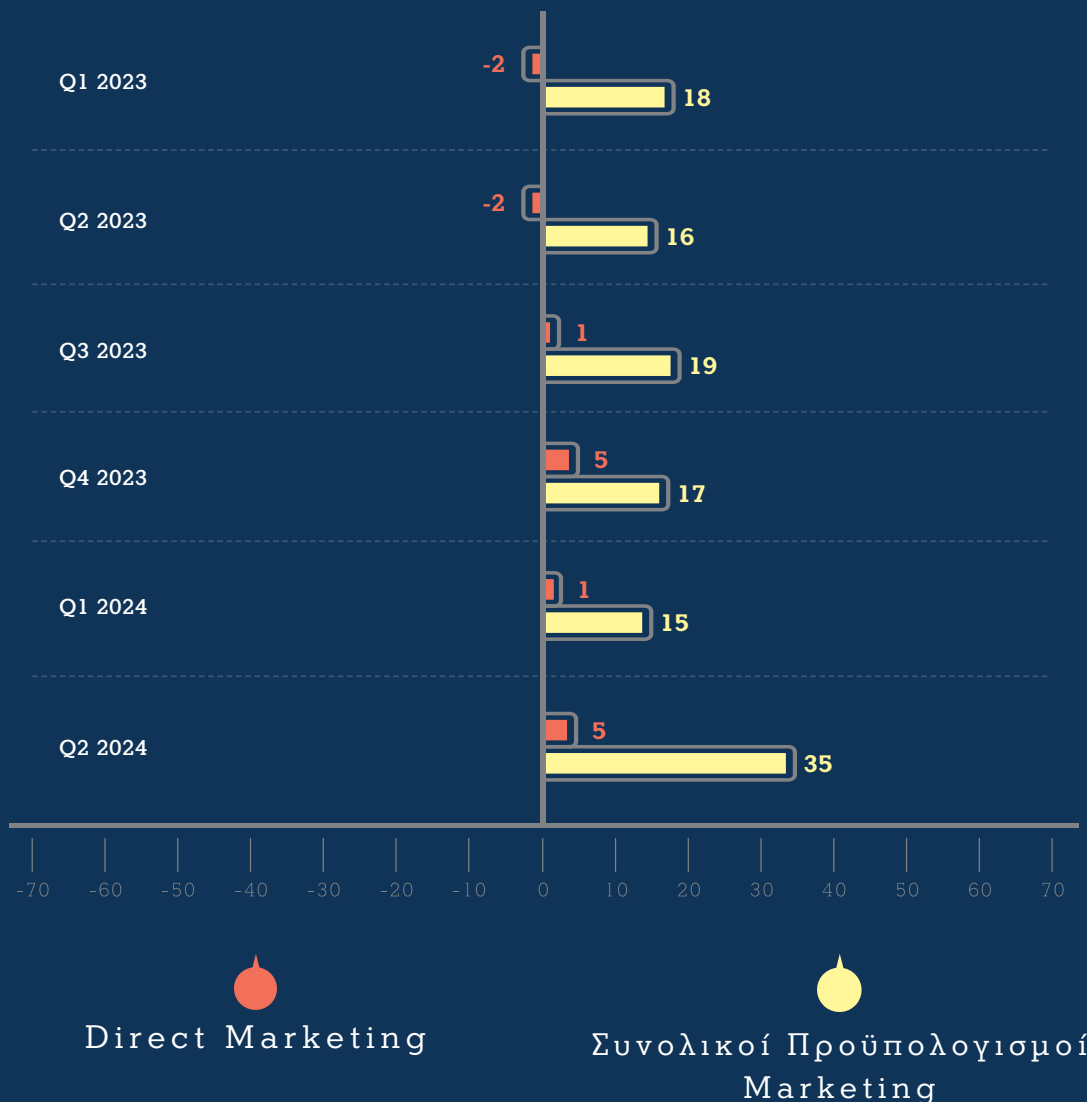
Direct Marketing

Συνολικοί Προϋπολογισμοί
Marketing

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

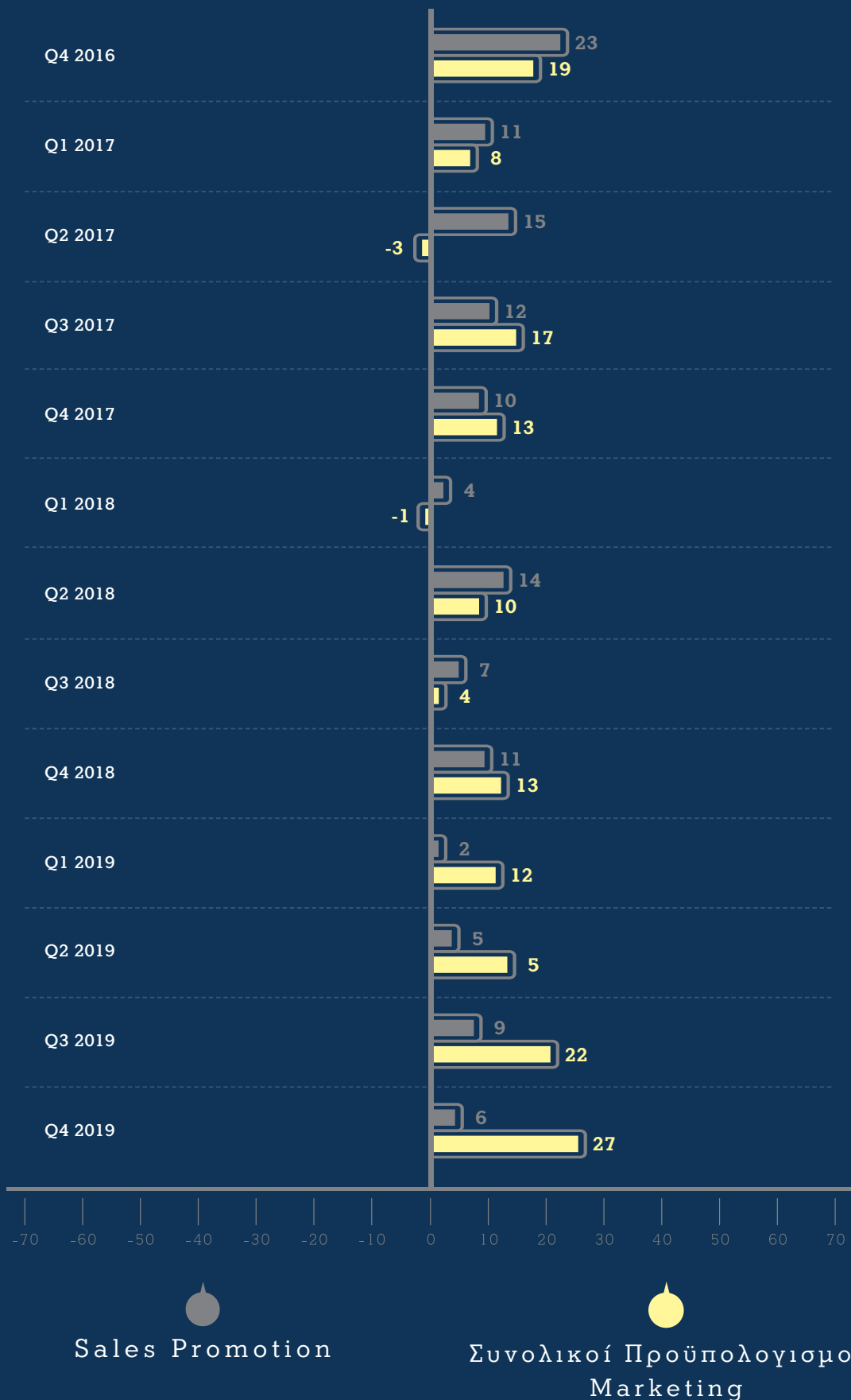
Σελ.3



Το **direct marketing** συνεχίζει να **εμφανίζει μικρή μόνο συμμετοχή (+5)** στην **αύξηση** των **συνολικών προϋπολογισμών marketing (+35)**

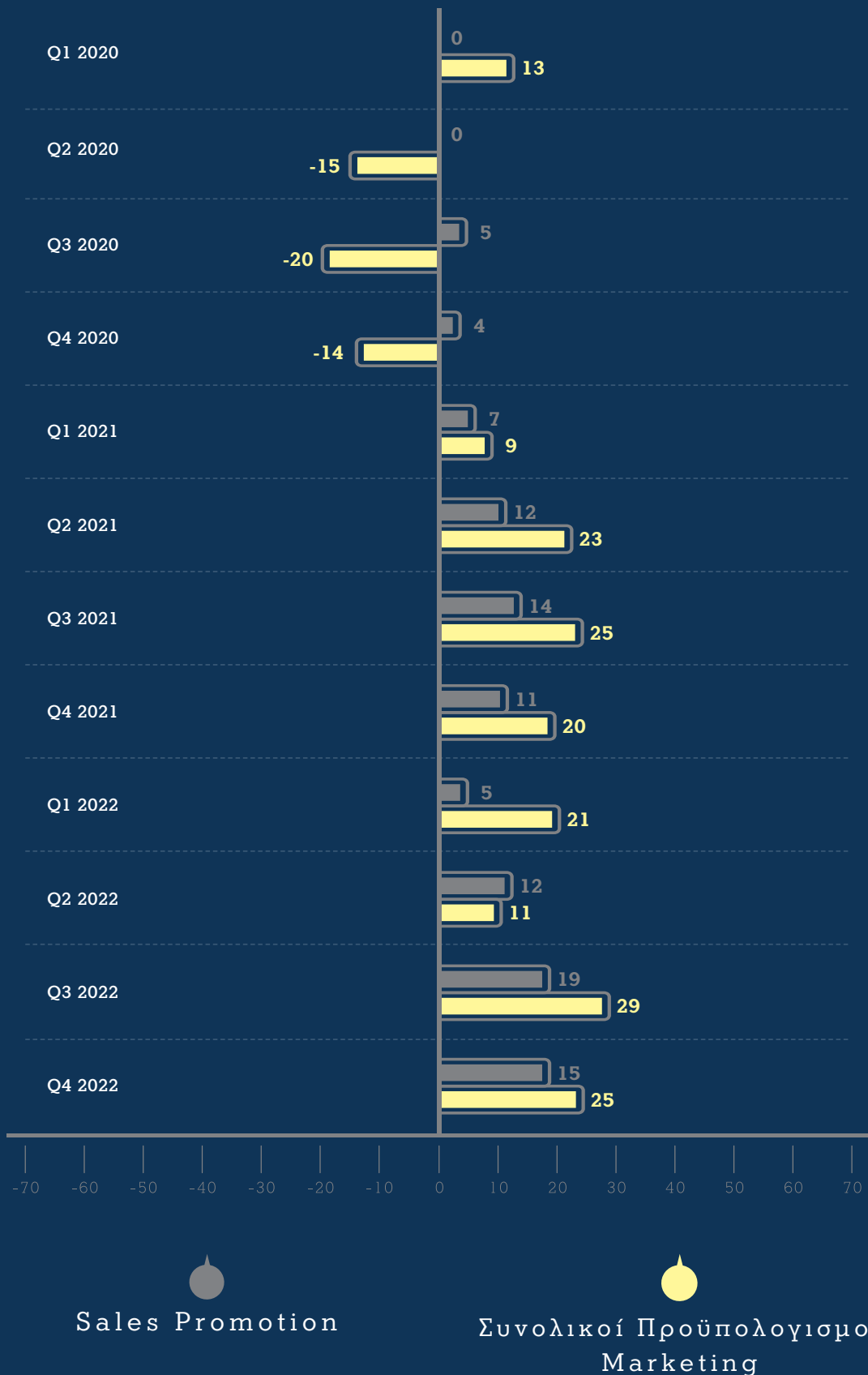
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



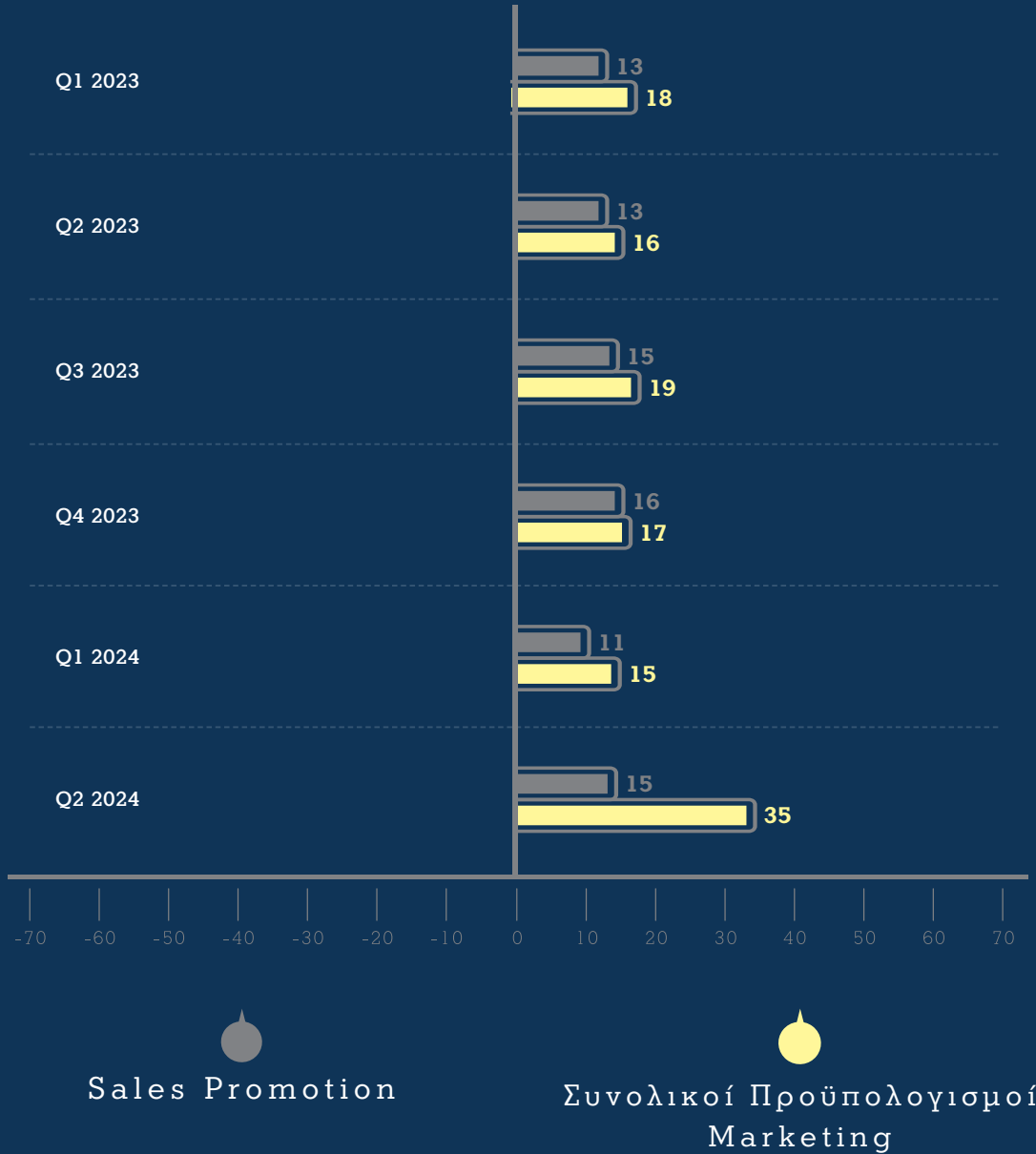
Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.3

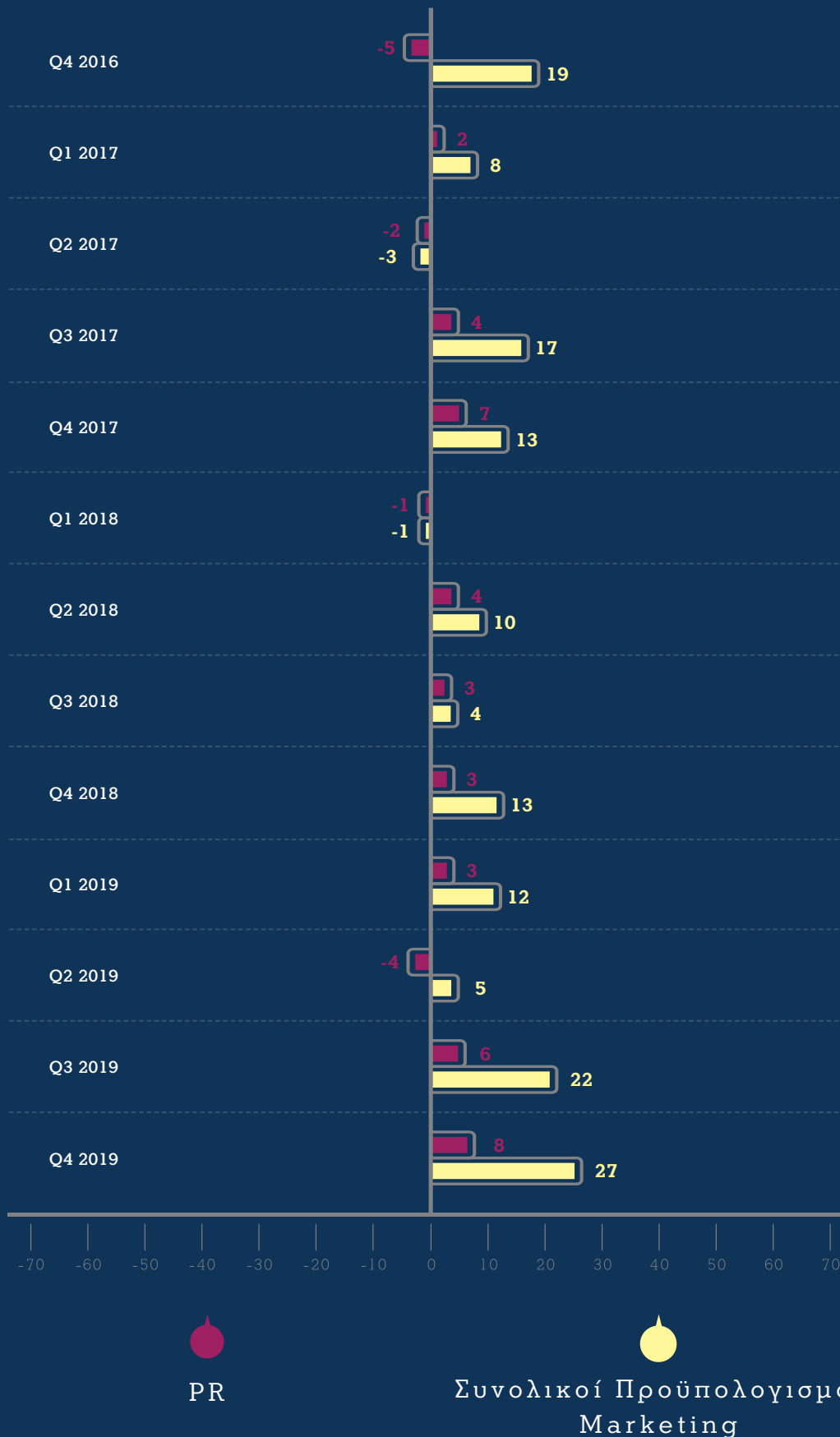


Η **προώθηση πωλήσεων** συνεχίζει να **αυξάνεται (+15)** **συνεισφέροντας** στην **αυξητική τάση των προϋπολογισμών marketing (+35)**

Advertisers

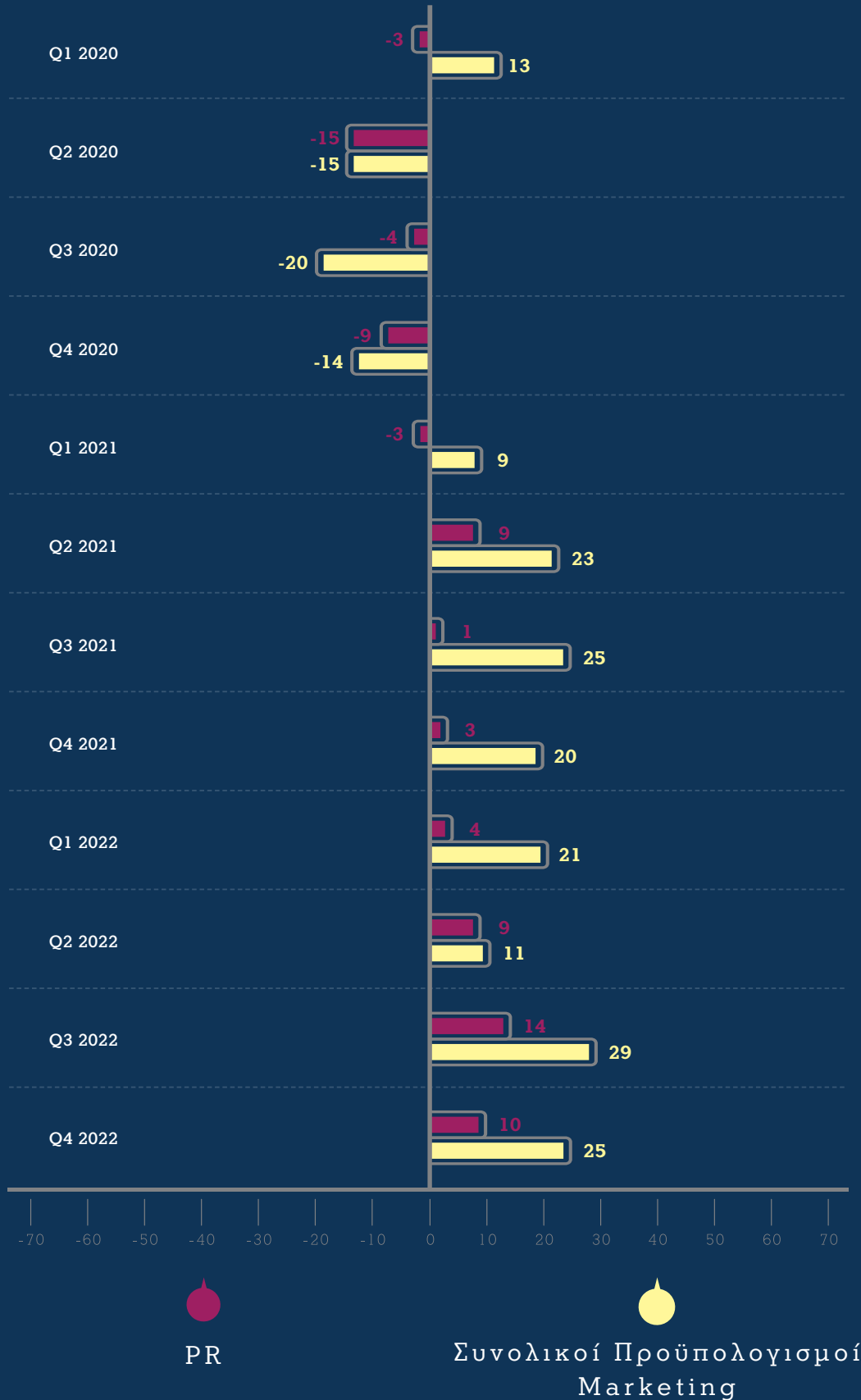
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 1



Advertisers

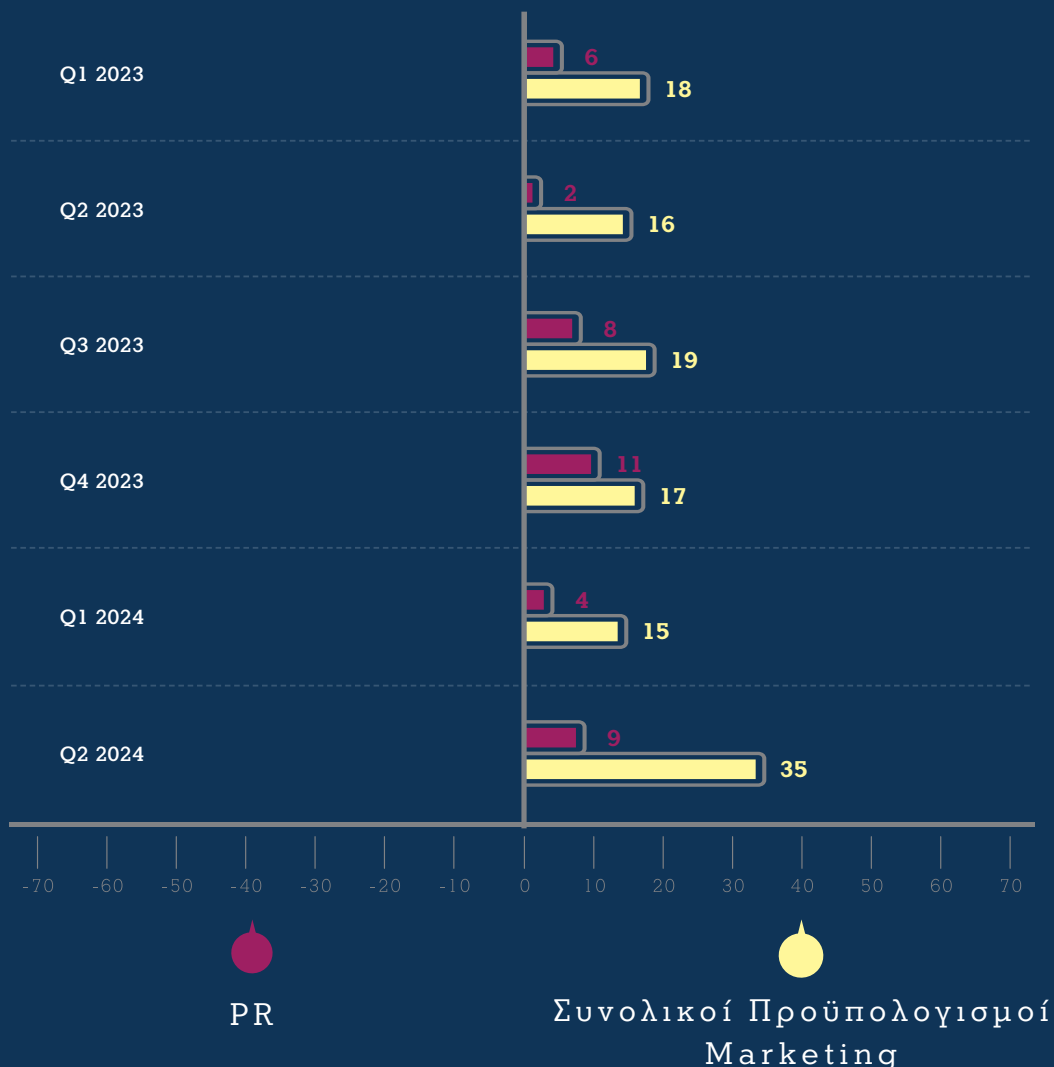
Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.3

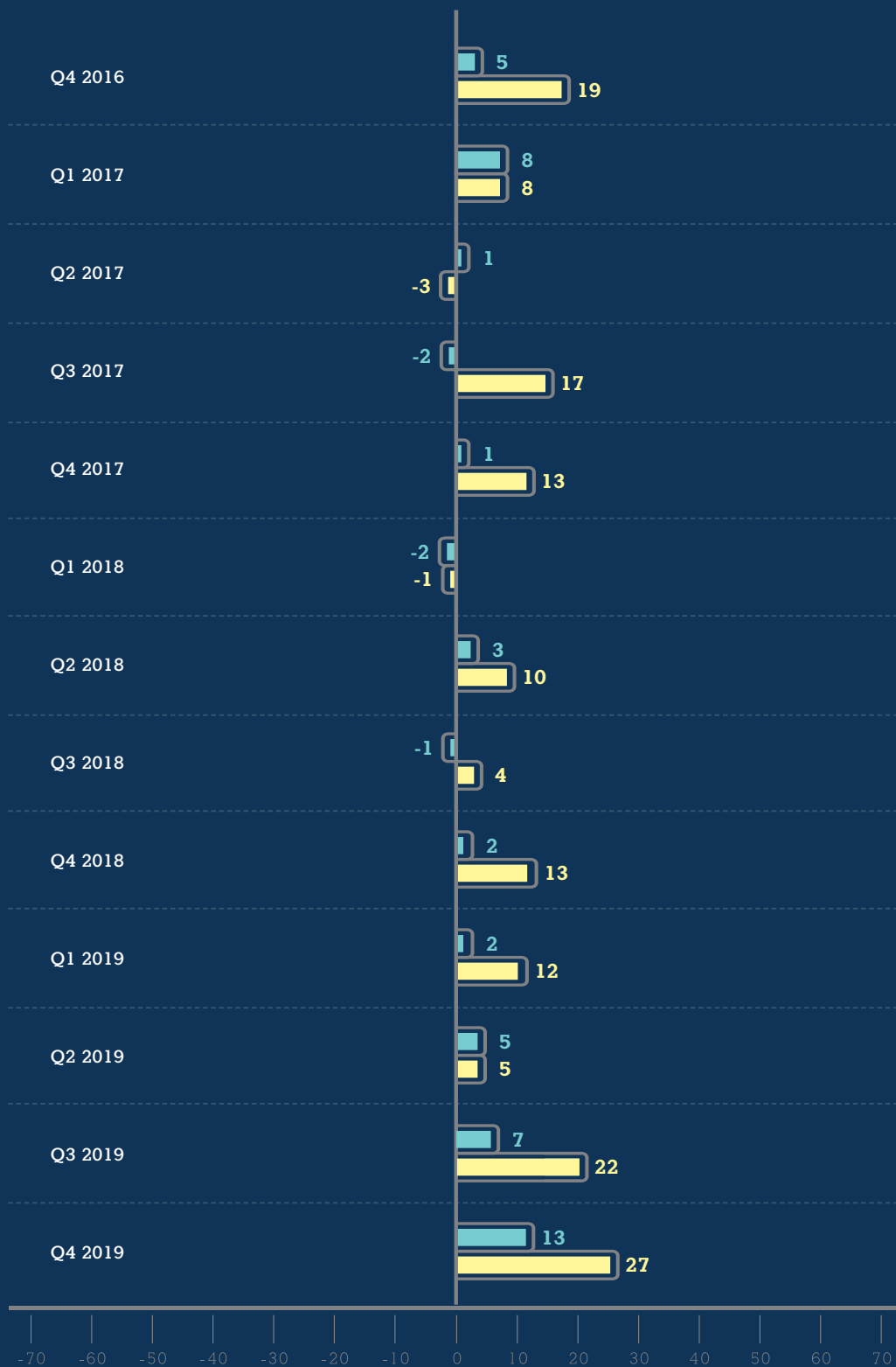


Το **δεύτερο 3μηνο** του **2024** το ενδιαφέρον για **δημόσιες σχέσεις** καταγράφει **μικρή** μόνο **αύξηση (+9)**, αρκετά **καμνότερα** από την **τάση** αύξησης των **συνολικών προϋπολογισμών marketing (+35)**

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ. 1



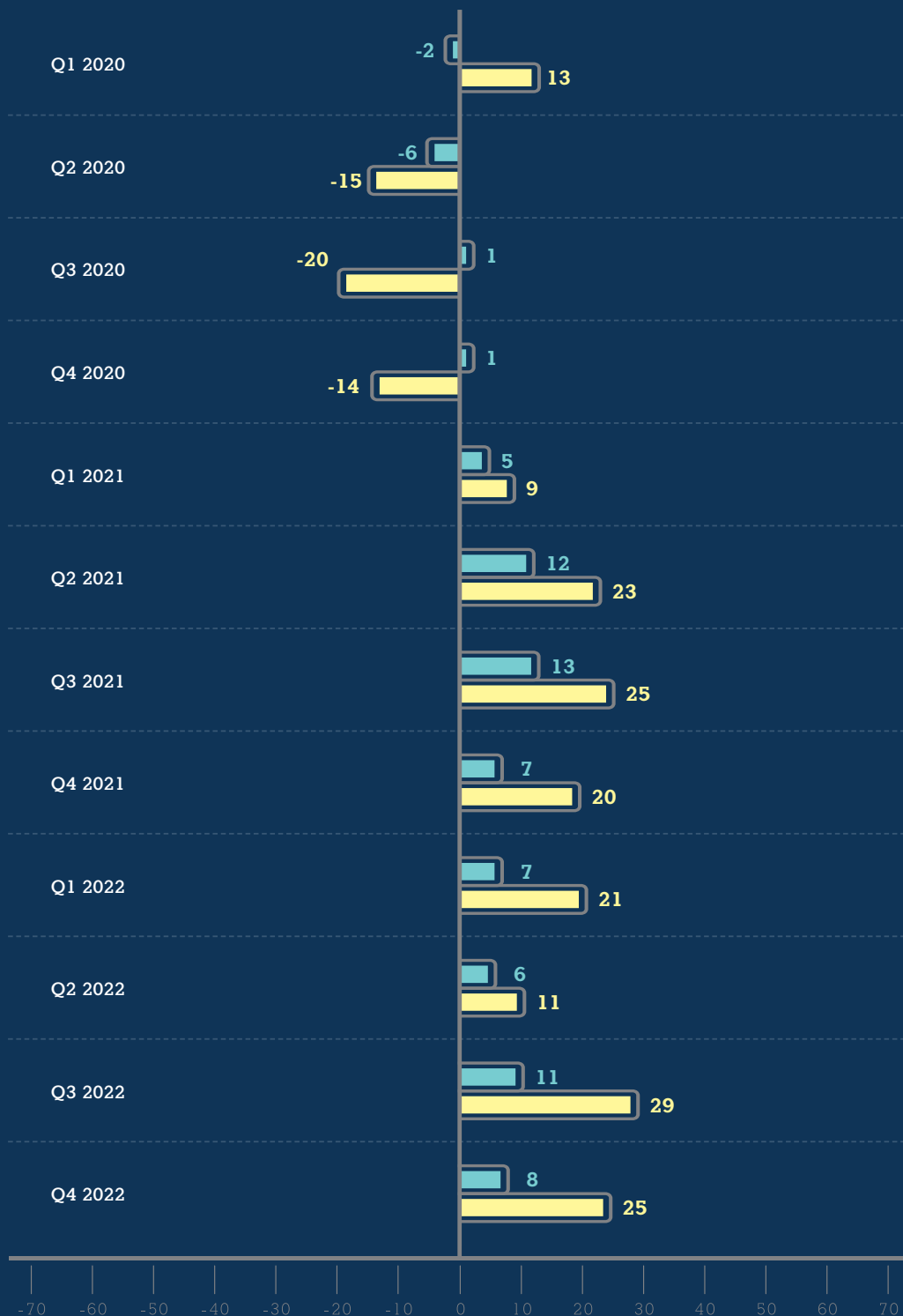
Ερευνα Αγοράς

Συνολικοί Προϋπολογισμοί
Marketing

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

Σελ.2



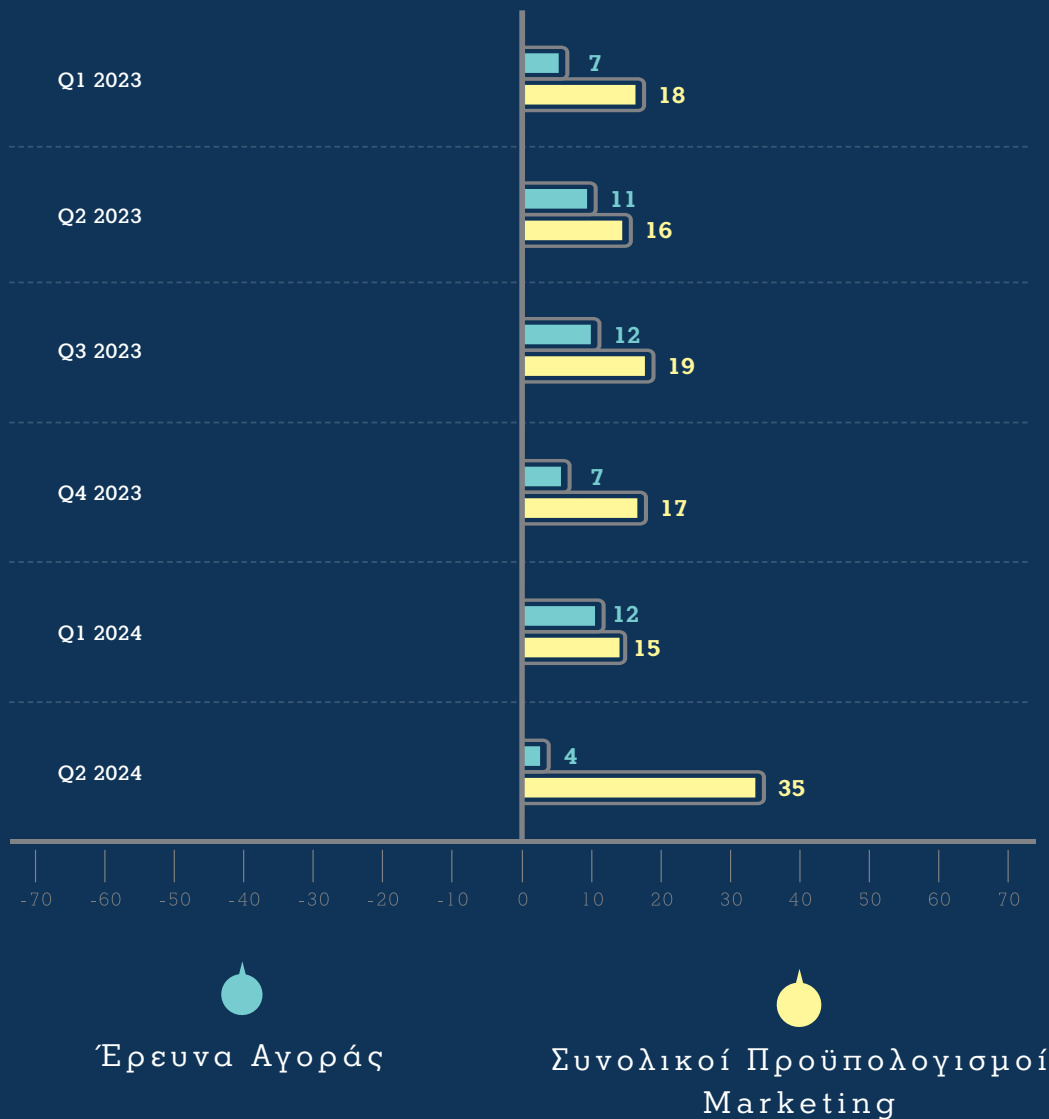
Ερευνα Αγοράς

Συνολικοί Προϋπολογισμοί
Marketing

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

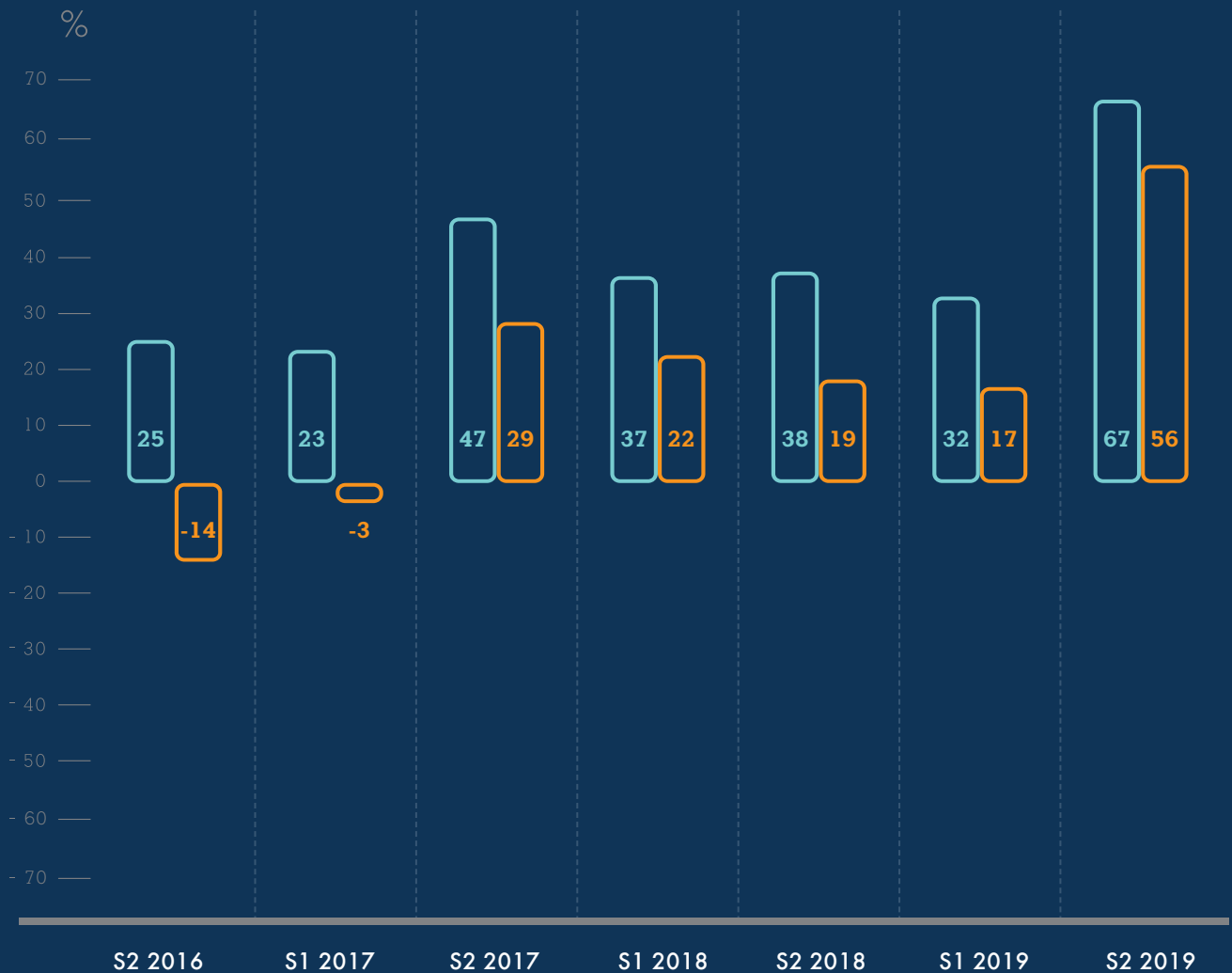
Σελ.3



Η πρόθεση επένδυσης στην **έρευνα αγοράς** παραμένει μεν **ελαφρά θετική (+4)**, αποκλίνει όμως σημαντικά από την **γενική τάση** των συνολικών **προϋπολογισμών marketing (+35)**, υποδηλώνοντας **απομείωση του ενδιαφέροντος των στελεχών** για την συγκεκριμένη ενέργεια

Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 1

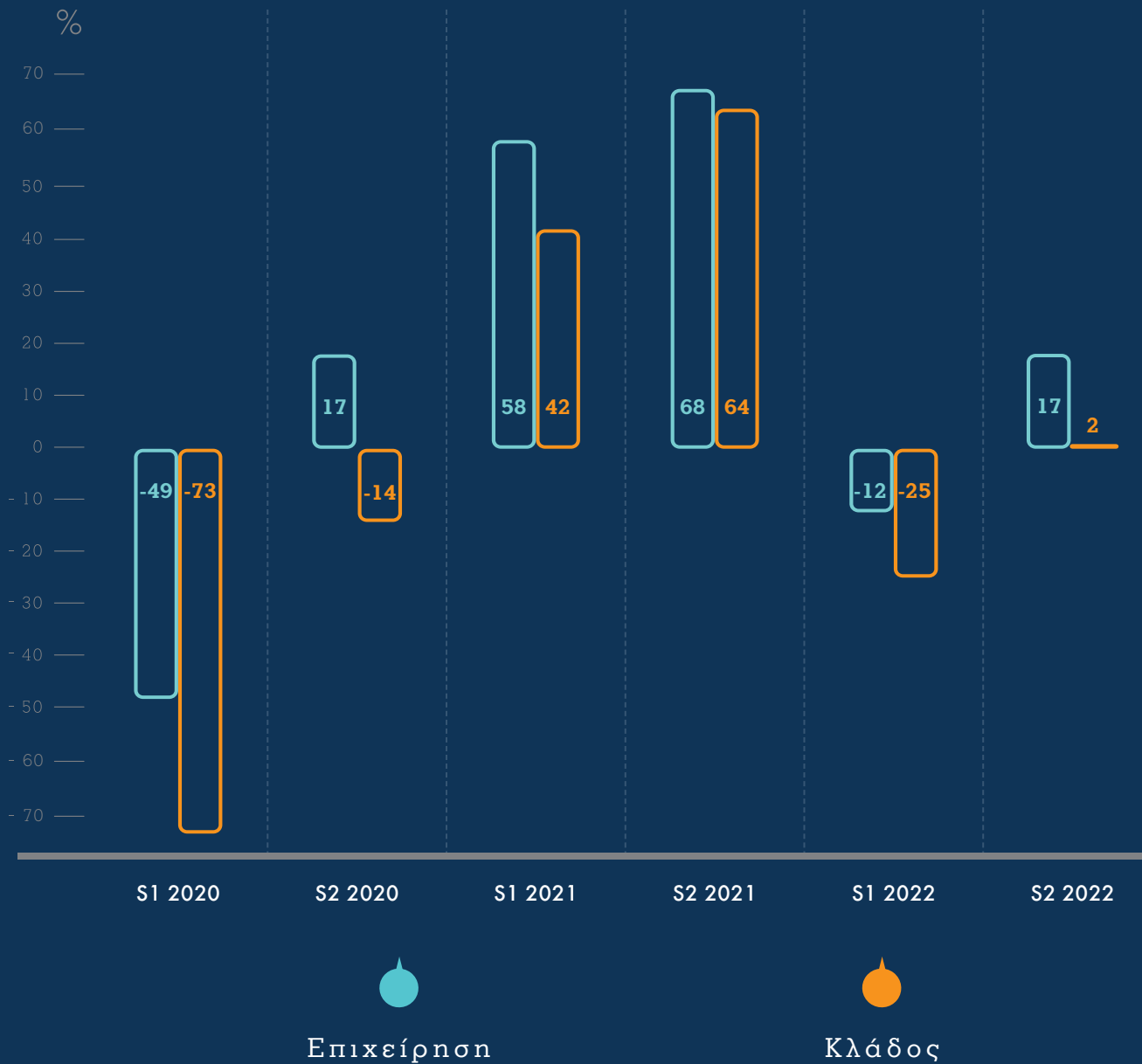



Επιχείρηση


Κλάδος

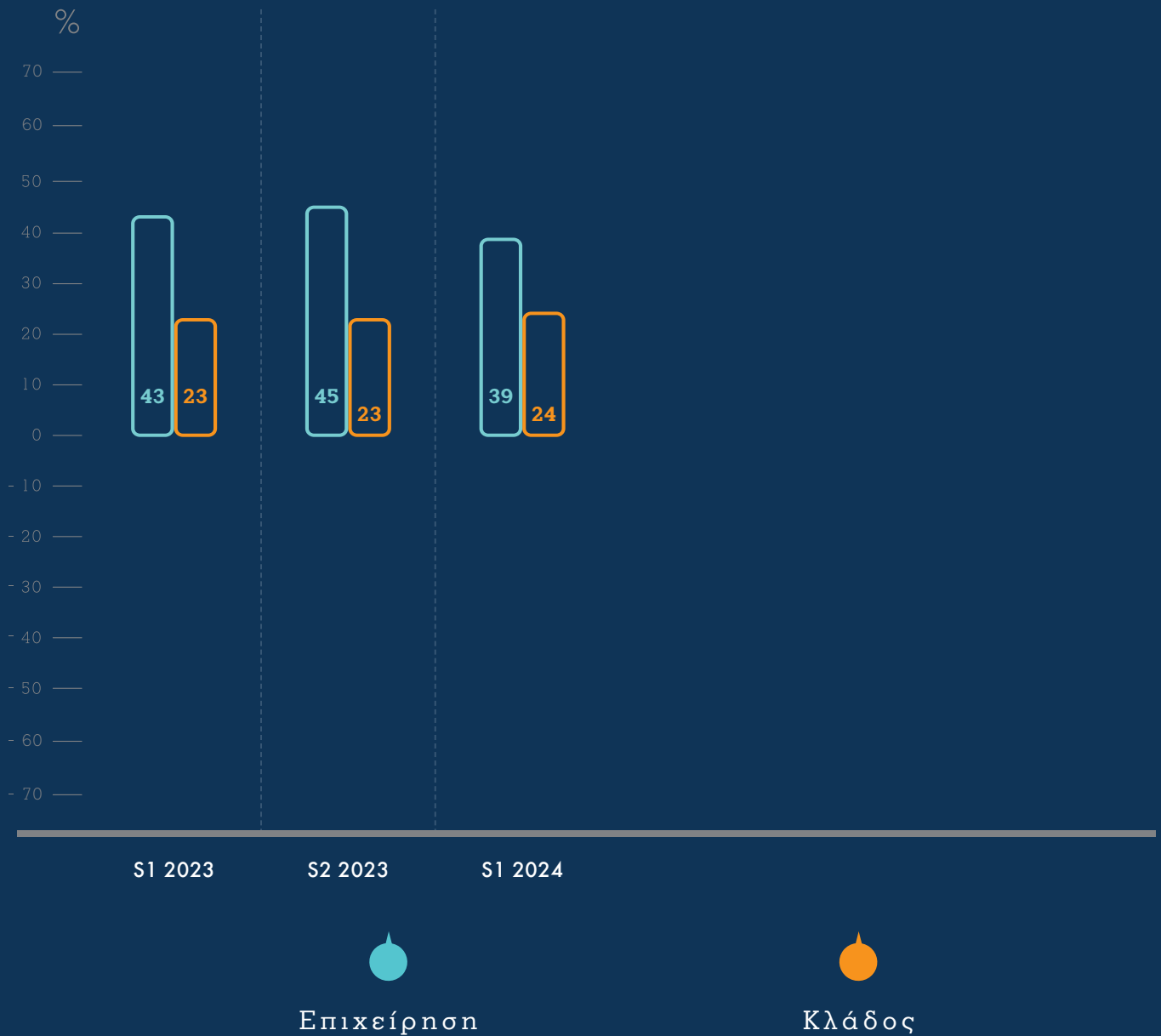
Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 2



Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 3



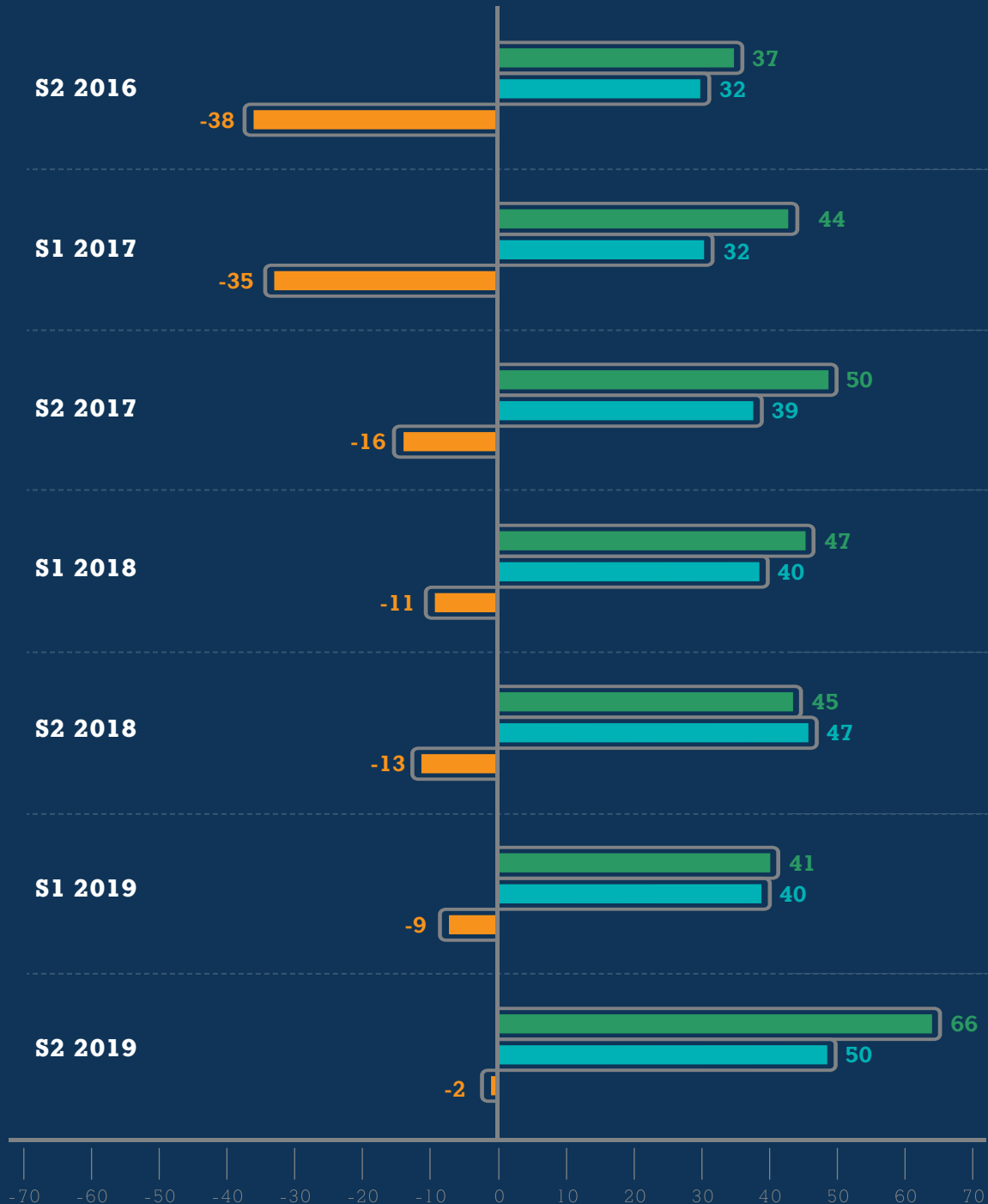
Το **2024** ξεκινάει με τα **στελέχη** των **διαφημιστικών εταιρειών** να εκφράζουν **θετικές εκτιμήσεις** για τις **εταιρείες** τους (+**39**), ενώ και οι **προσδοκίες** για τον **κλάδο** της **επικοινωνίας** συνολικότερα είναι επίσης **θετικές** αν και σε **χαμηλότερα επίπεδα** (+**24**)

Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

Ισοζύγιο



Ζήτηση

Απασχολούμενοι

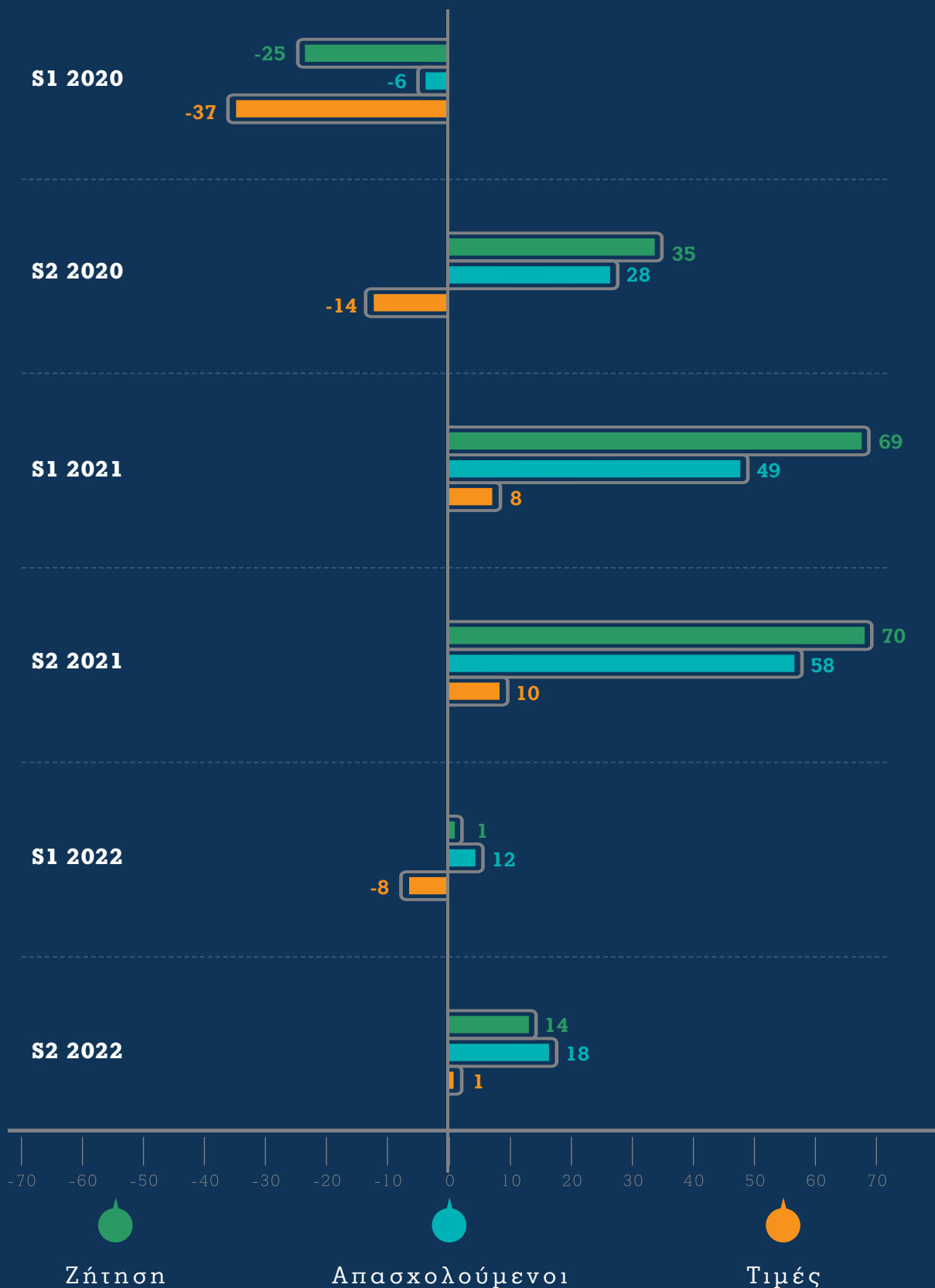
Τιμές

Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 2

Ισοζύγιο

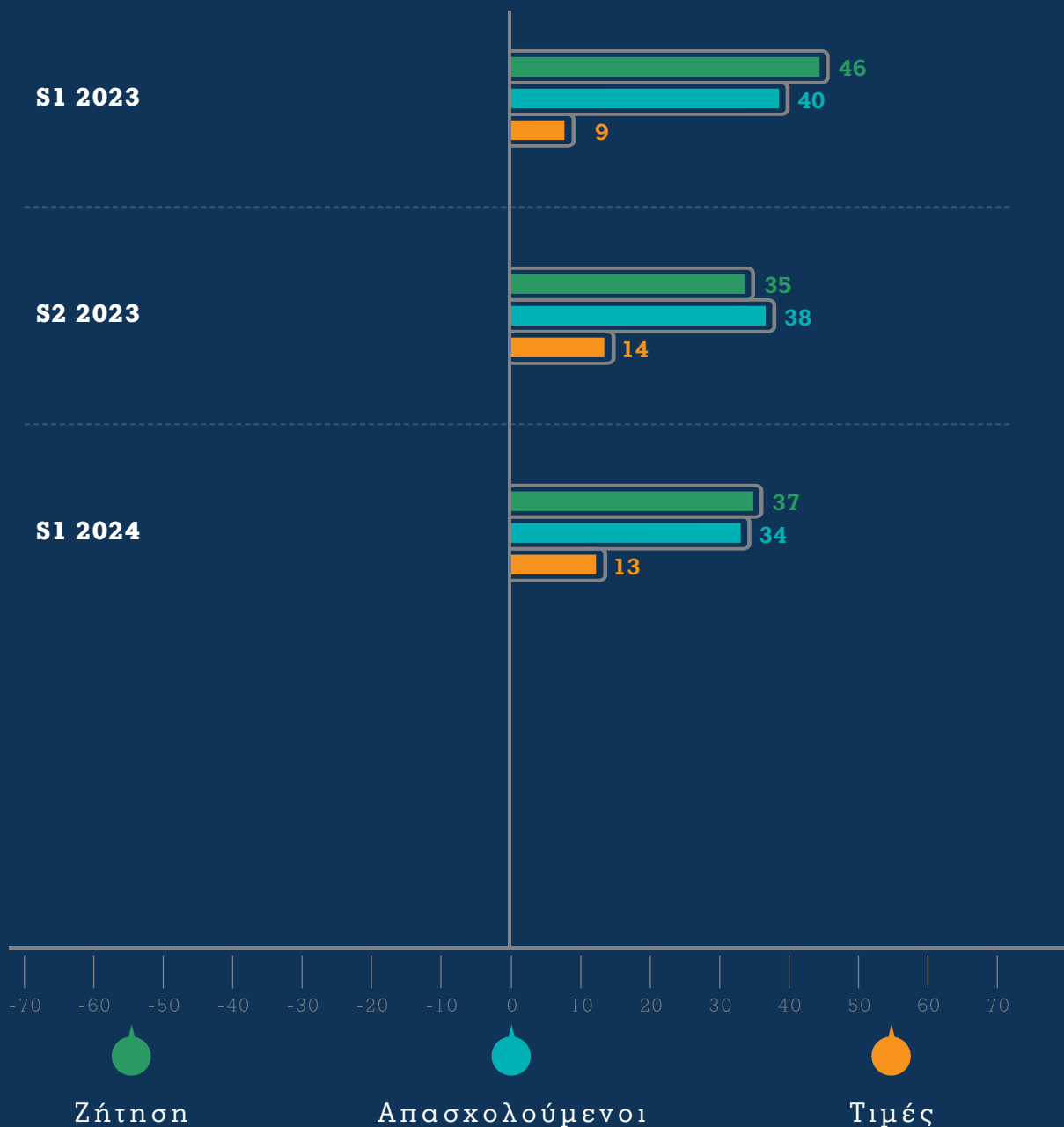


Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 3

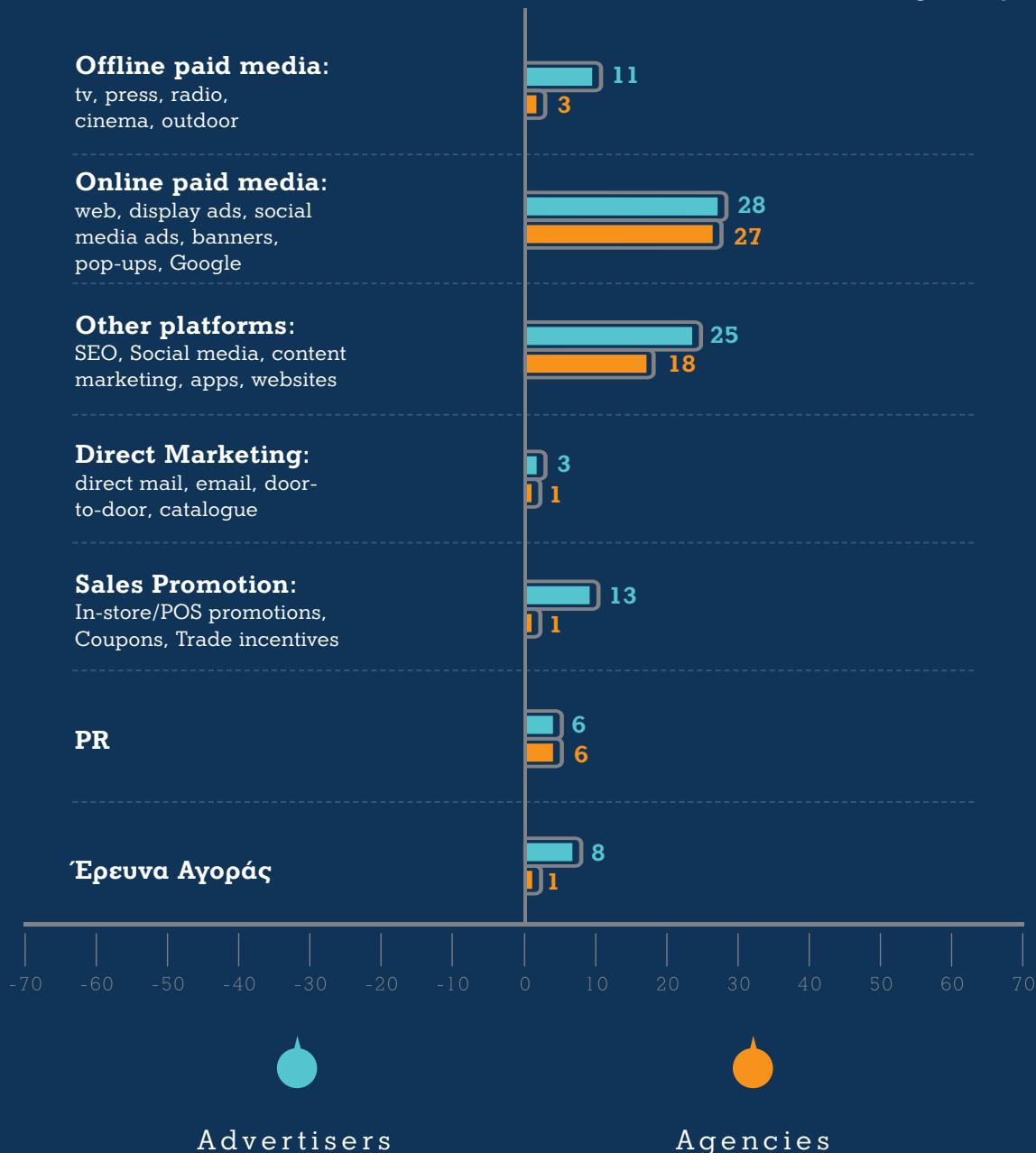
Ισοζύγιο



Σύμφωνα με την **εκτίμηση** των **στελεχών** των **διαφημιστικών εταιρειών** η **ζήτησh** για τις **υπηρεσίες** τους παραμένει **θετική (+37)**, με παράλληλη προοπτική **αύξησης** της **απασχόλησης (+34)** στον **κλάδο**. Σε σχέση με τις **αμοιβές** των **διαφημιστικών**, οι **προσδοκίες** είναι **αυξητικές (+13)** σε σχετικά **υψηλά επίπεδα** από την αρχή της μέτρησης

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

S1 2024



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**. Πέραν αυτού, οι **διαφημιστές δεν συμμερίζονται τις εκτιμήσεις των πελατών τους για αύξηση επένδυσης στα offline media, την προώθηση πωλήσεων και την έρευνα αγοράς**

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

Λ' Κύμα | ΙΟΥΛΙΟΣ 2024 - Q2 2024

