

DIGITAL БЮДЖЕТЫ КОМПАНИЙ: ОЖИДАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ

PR News

ЛИДИРУЮЩАЯ РОССИЙСКАЯ КОМПАНИЯ В ОБЛАСТИ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ



О СЕБЕ



Лилия Глазова, генеральный директор компании PR News

#prnews

#businessdevelopment

#management#sales

#clientservice

#prresearch

#mediaevaluation

#socialmedia

#socialmediamonitoring

#socialmediaanalysis

РЫНОК DIGITAL



1. Веб-разработка и мобильная разработка.

Услуги в области разработки интернет-сайтов и мобильных приложений (включая дизайн и стиль, тестирование и проектирование их «юзабилити» и т.д.).

2. Контекстная реклама / Performance.

Услуги по размещению рекламы с оплатой за результат (поисковая реклама, таргетированная реклама, лидогенерация).

3. Медийная реклама / Display.

Услуги по размещению рекламы внутри медиа-контента.

4. Видеореклама.

Услуги по размещению видеорекламы внутри размещаемого в Интернете видеоконтента (на хостингах видео, в онлайн-кинотеатрах и т.д.).

5. Маркетинг в социальных медиа (SMM).

Услуги по продвижению товаров и услуг, а также по связям с общественностью в социальных медиа, а также услуги аналитических сервисов.

6. Поисковая оптимизация.

Услуги в области улучшения «видимости» сайтов в результатах поиска через поисковые системы.

РАЭК - СЕГМЕНТ «МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА»

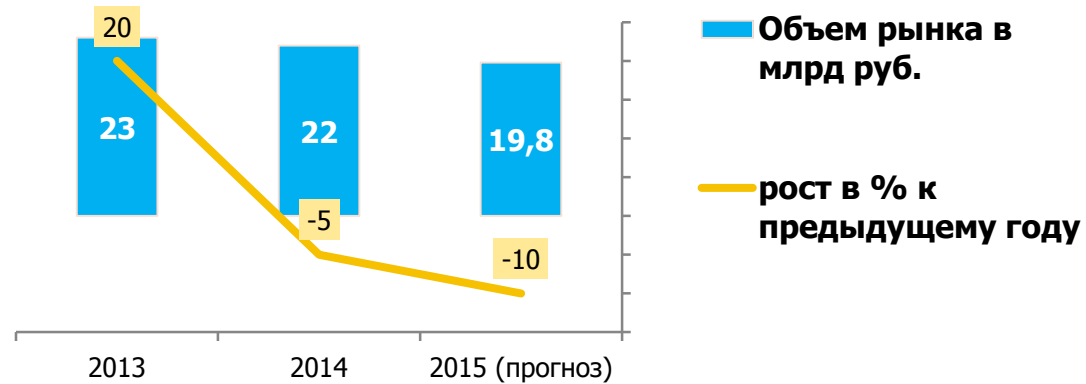


РАЭК⁺ digital кластер

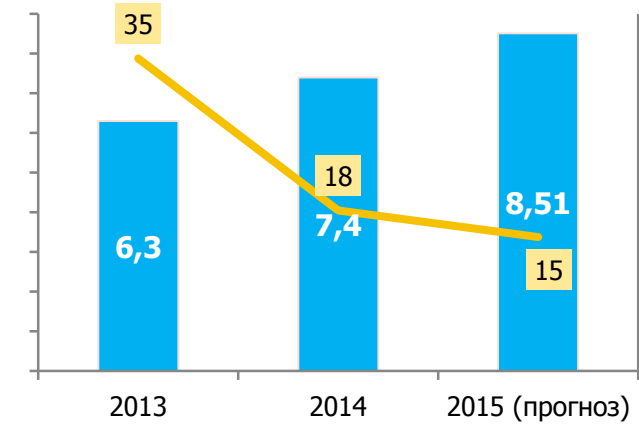
ЭКОНОМИКА РУНЕТА 2014-2015: ДАННЫЕ РАЭК И НИУ ВШЭ

Сегмент: Маркетинг и Реклама

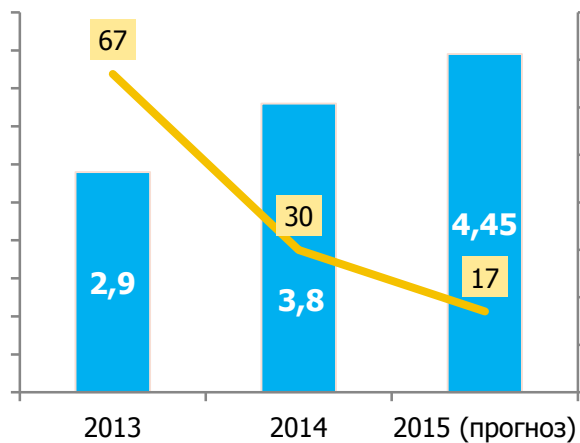
Медийная реклама



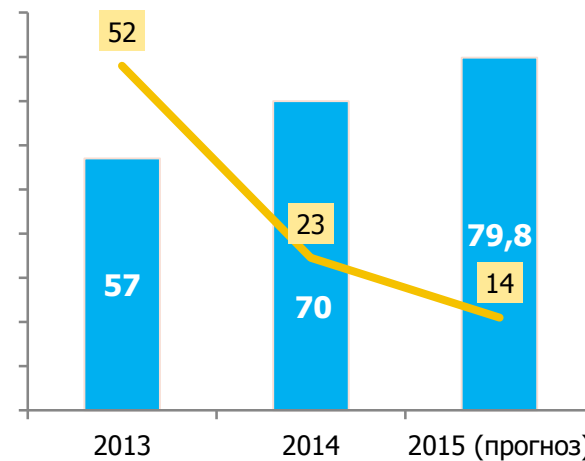
Маркетинг социальных медиа (SMM)



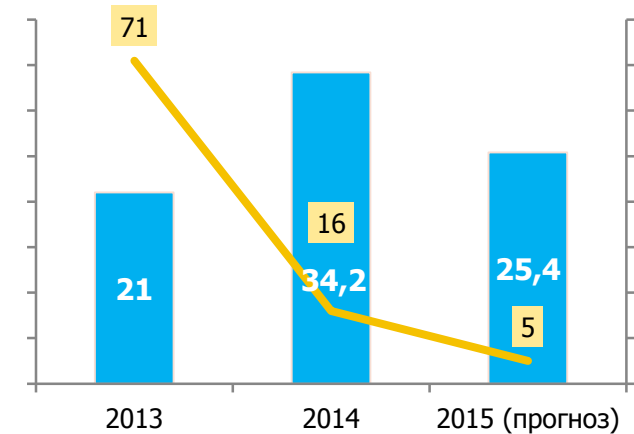
Видео



Контекстная реклама



Поисковая оптимизация



DIGITAL КОММУНИКАЦИИ



Услуги в категории Digital коммуникации (Digital communications)

1. Стратегическое планирование PR-кампаний в new media
2. Разработка и реализация PR-проектов в Интернет СМИ и социальных медиа
3. PR-поддержка брендов в социальных медиа
4. Проектирование, разработка, модернизация и продвижение интернет-ресурсов
5. Разработка и реализация специальных программ присутствия в социальных медиа
6. Разработка и реализация специальных информационных кампаний в сети Интернет
7. Коммуникационная поддержка проектов в сфере КСО в сети Интернет
8. Развитие коммуникативных компетенций в Интернет-сфере
9. Создание и ведение тематических и брендированных групп, сообществ, блогов
10. Выстраивание взаимоотношений с лидерами мнений в сети Интернет/Работа с ведущими блогерами
11. Управление репутацией в сети Интернет путем содержательной коррекции информационного поля
12. Создание и продвижение вирусного контента
13. Создание интегрированных PR-кампаний в Digital (ТВ, Радио, BTL)
14. Вовлечение пользователей

СПРОС НА УСЛУГИ DIGITAL (РОССИЯ)



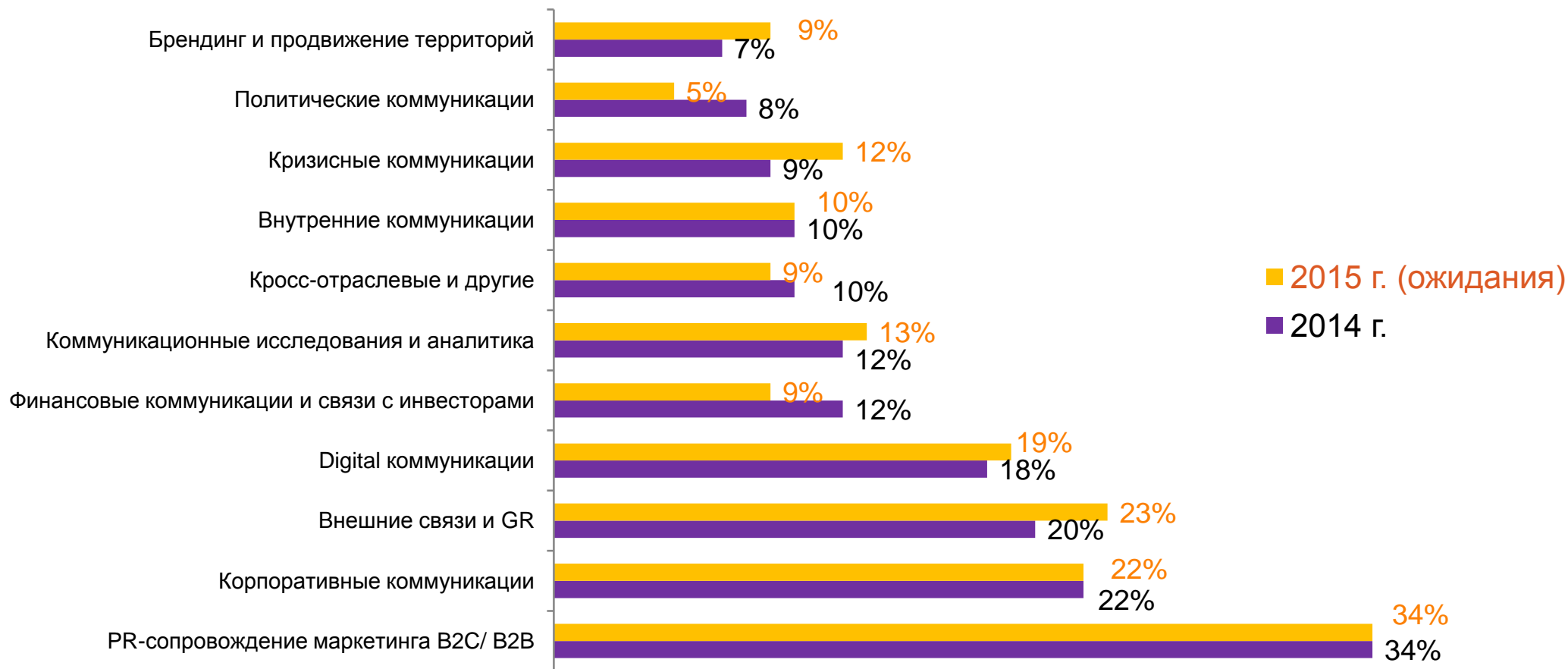
Распространенность категорий услуг в портфелях агентств, 2014 г.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ ПО КАТЕГОРИЯМ УСЛУГ (РОССИЯ)



Структура доходов участников исследования по категориям услуг
за 2014-2015, %

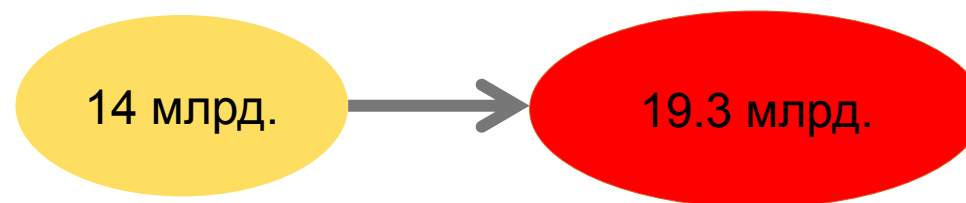


DIGITAL БЮДЖЕТЫ

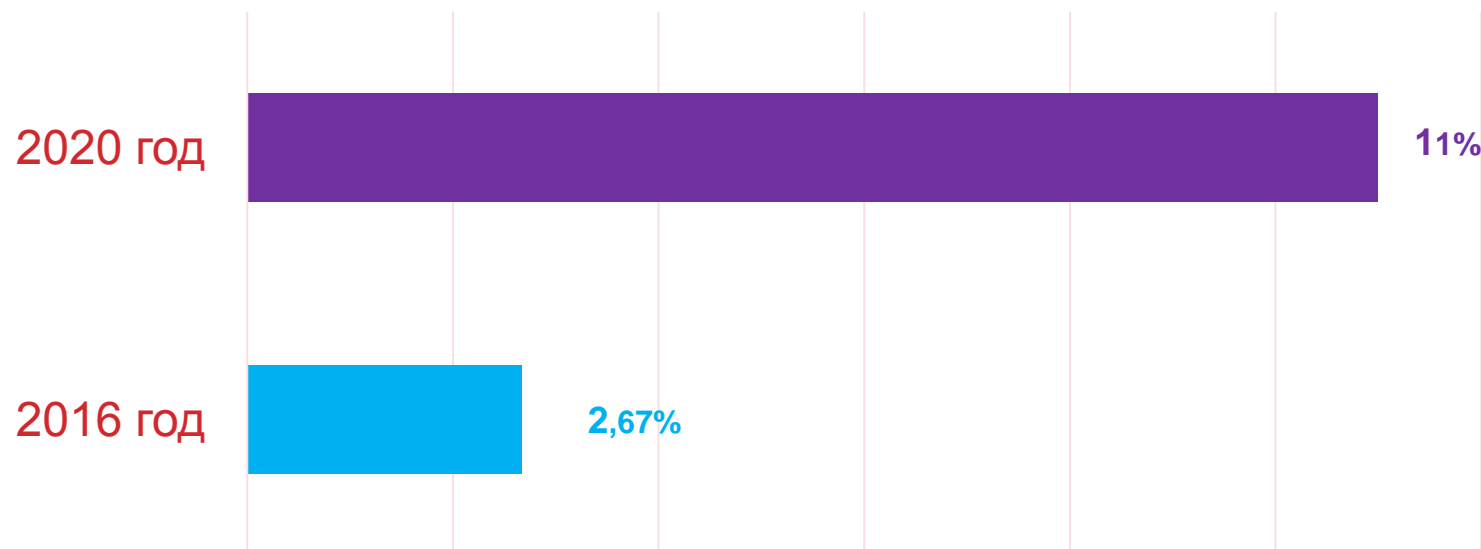


ПРОГНОЗЫ GLOBAL COMMUNICATIONS REPORT 2016

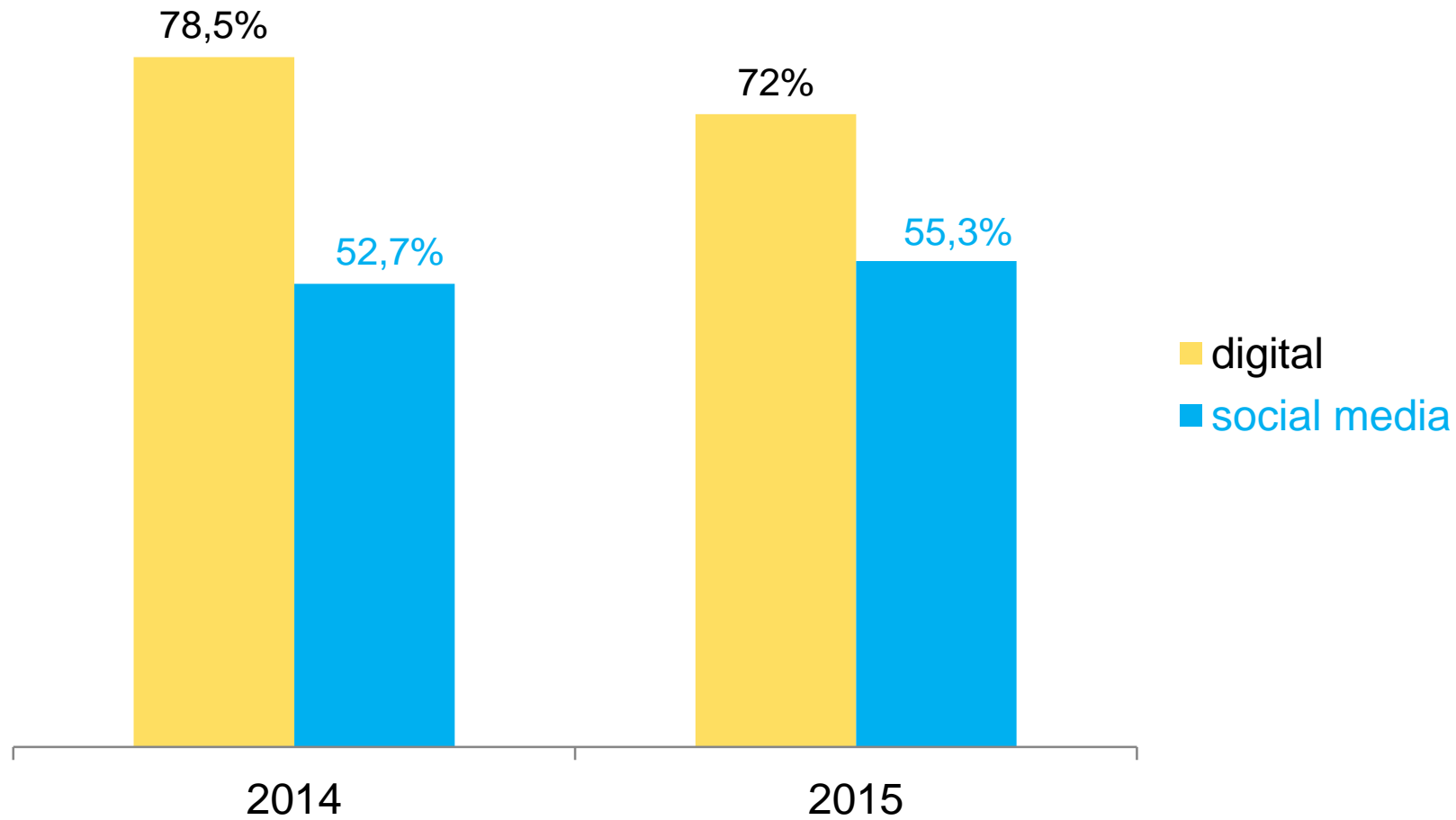
Прогноз роста объемов мирового рынка PR-услуг (в течение следующих 5-ти лет)



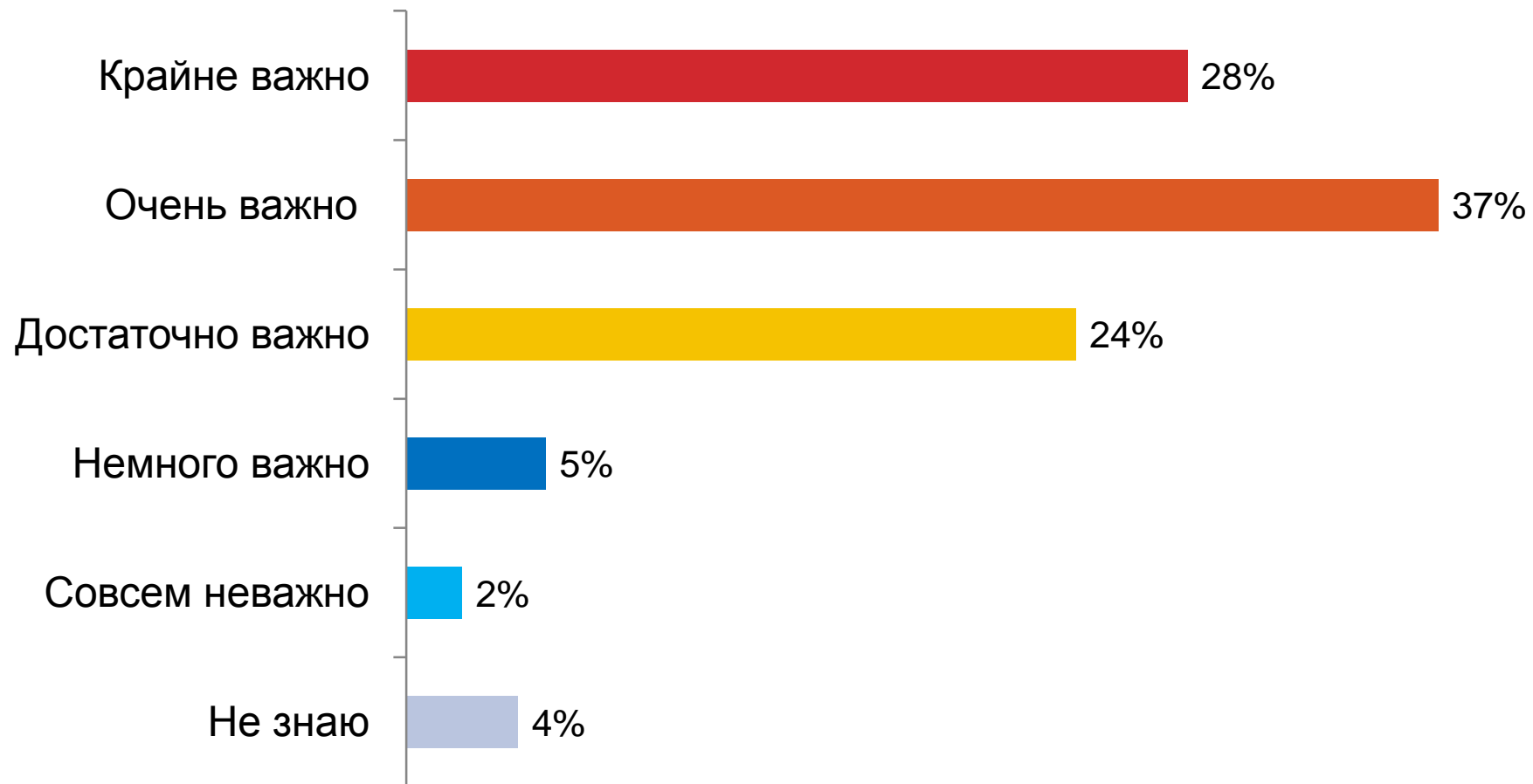
Прогноз прироста бюджетов клиентов



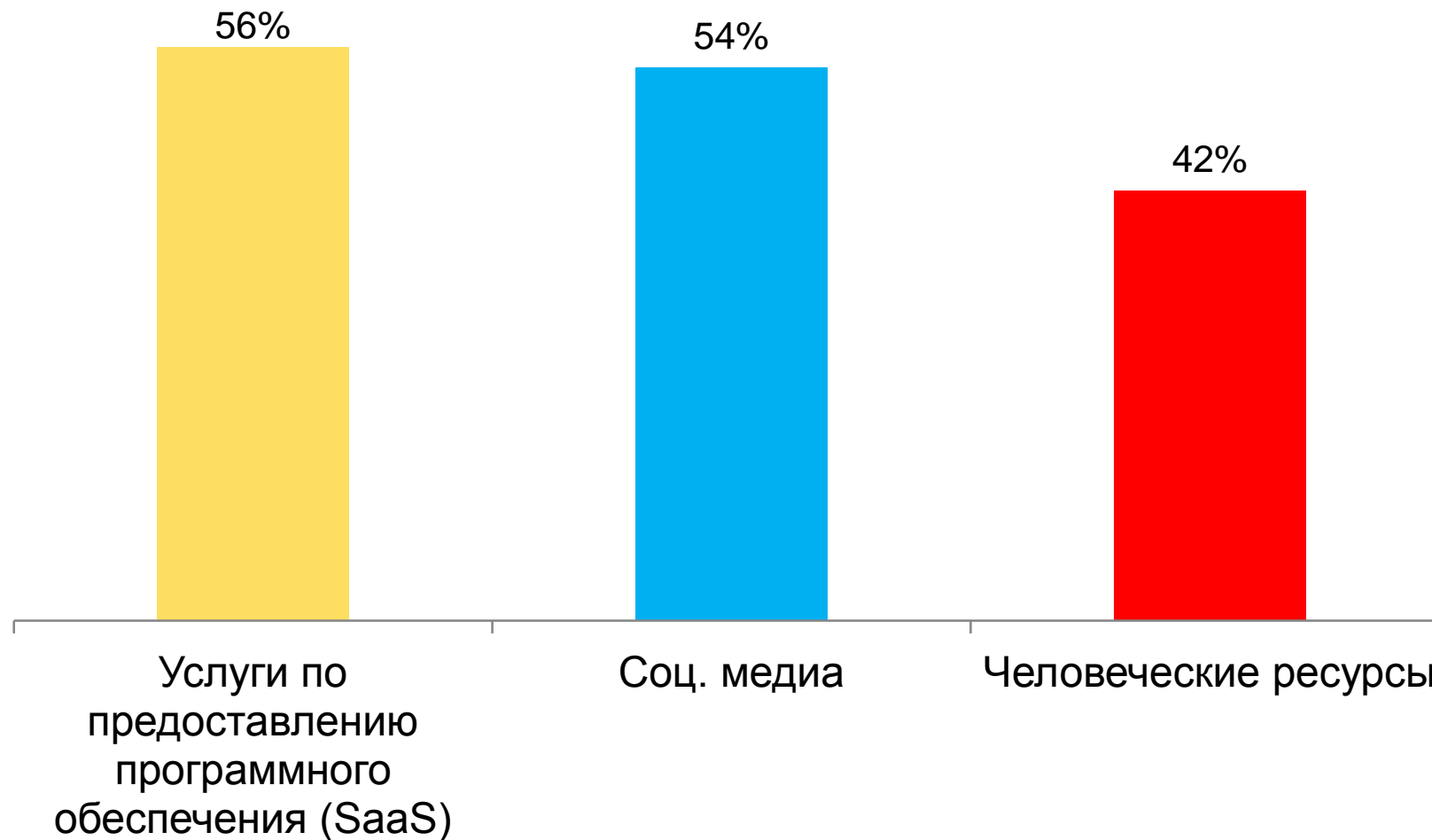
СПРОС НА УСЛУГИ DIGITAL И SOCIAL MEDIA (МИРОВОЙ ОПЫТ)



ВАЖНОСТЬ УСЛУГ DIGITAL И SOCIAL MEDIA ПО ДАННЫМ ОПРОСА КОМПАНИЙ-ЧЛЕНОВ FIBER



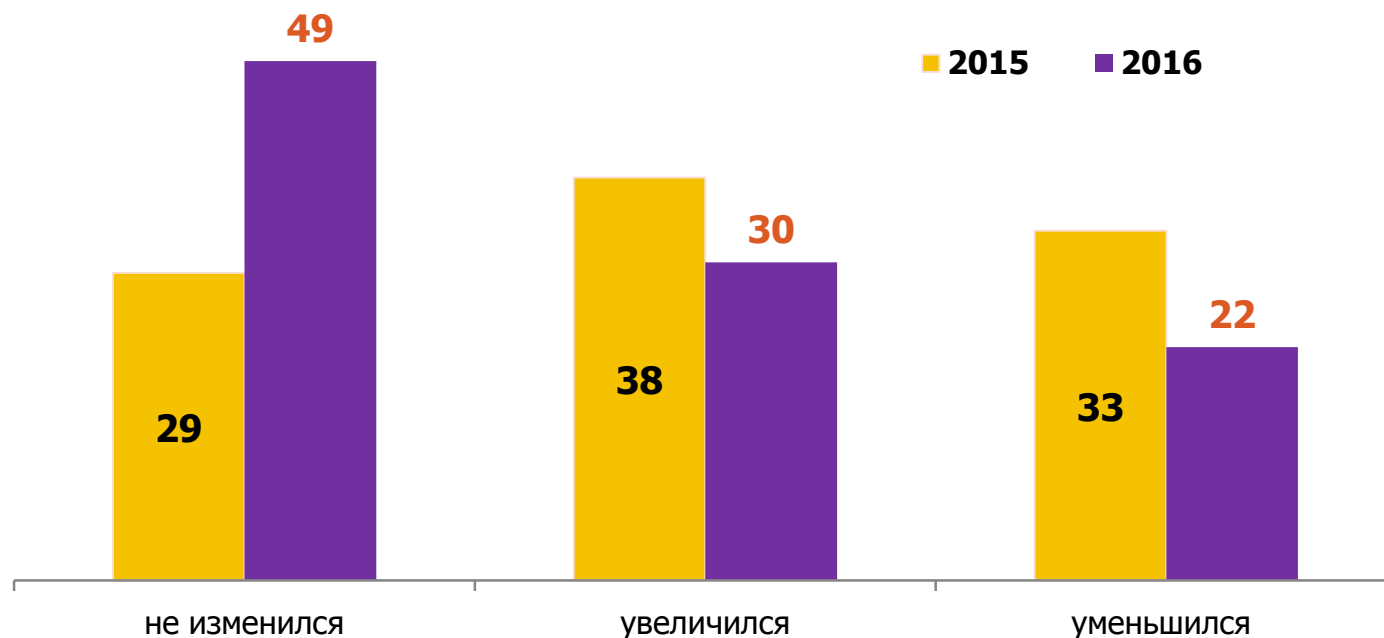
УВЕЛИЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ДОЛИ SOCIAL MEDIA В ОБЩЕМ ДОХОДЕ КОМПАНИЙ-ЧЛЕНОВ FIBER



ИНТЕРНЕТ-БЮДЖЕТЫ В ДИНАМИКЕ

РЕЗУЛЬТАТЫ ЕЖЕГОДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА DIGITAL-КОММУНИКАЦИЙ.
КОМПАНИЯ ПРОАНАЛИЗИРОВАЛА ДАННЫЕ ОПРОСА 664 МАРКЕТОЛОГОВ ИЗ 512 КОМПАНИЙ,
РАБОТАЮЩИХ В 44 СЕГМЕНТАХ РЫНКА.

Динамика расходов на рекламу и маркетинг
в целом, % респондентов, ответивших положительно на один из
трех вариантов



Доля digital-инструментов
в общих расходах на рекламу
и маркетинг
**в 2016 году в среднем
составит 40%.**
В разных сегментах
рекламодателей этот параметр
варьируется от 70%
(в E-commerce) до 14%
(в категории Бытовая химия).

ТОП РЕКЛАМОДАТЕЛИ

2014	2013	Компания	ТВ	Пресса	Радио	ООН	Баннерная реклама	Бюджет 2014	Бюджет 2013	% Total	Контекстная реклама	SEO	Лидогенерация	Programmatic Buying	CRM/ eCRM	Интернет Total	Суммарный бюджет 2014
1	1	PROCTER & GAMBLE	5 446	799	5	26	87	6 363	8 079	-21	101	93	32	40	43	395	6 671
2	2	PEPSI CO	5 628	18	2	142	8	5 797	7 073	-18	4	2	1	1	2	18	5 807
3	3	MARS-RUSSIA	4 894	1		72	109	5 077	6 966	-27	121	59	22	8	21	340	5 307
4	7	MTC	2 805	55	127	776	332	4 096	4 440	-8	313	125	82	102	145	1 099	4 862
5	9	NOVARTIS	4 253	66	48	7	10	4 384	3 984	10	5	2	2	4	3	26	4 400
6	11	VOLKSWAGEN	1 740	411	372	571	300	3 394	3 490	-3	387	168	100	123	79	1 156	4 250
7	4	UNILEVER	3 999	83	9	91	17	4 198	6 132	-32	12	10	4	4	6	53	4 234
8	5	L'OREAL	3 242	669	-	24	13	3 949	5 034	-22	26	23	9	11	9	90	4 026
9	10	БИЛАЙН	2 768	15	127	645	125	3 679	3 494	5	110	43	21	29	55	383	3 937

КОНТАКТЫ ДЛЯ СВЯЗИ



Глазова Лилия

CEO, PR News

e-mail:

lglazova@prnews.ru