Исследование маркетинг директоров группы ТОП-100 рекламодателей Украины. Изменение подходов к управлению

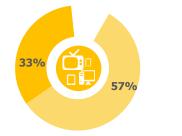




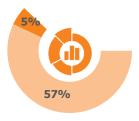




Изменение подходов к управлению







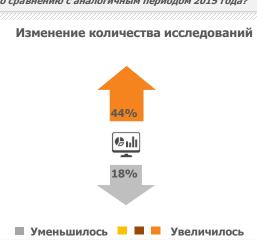
■ Произошли существенные изменения

■ Произошли незначительные изменения

Если говорить о следующих сферах маркетинг-менеджмента, насколько сильно изменились подходы к управлению ими в 2016 году, по сравнению с аналогичным периодом 2015 года?



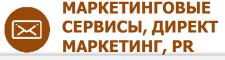




Если оценивать активность Вашей компании, как изменилась она в разрезе количества частоты/проектов/исследований по каждому типу в 2016 году, по сравнению с 2015 годом?

ФАКТОРЫ влияния







В какой степени изменения в управлении рекламно-коммуникационной и исследовательской активностью в Вашей компании в 2016 году были обусловлены следующими факторами:

ណិ	Внутриорганиза- ционные факторы	44%	24%	32%	33%	42%	27%	52%	32%	16%
o l	Изменения конкурентной среды Появление	15%	56%	29%	15%	52%	36%	16%	64%	24%
	новых технологий Военная агрессия России	24%	49%	22%	45%	48%	12%	68%	20%	12%
92 %	Внутренняя политическая нестабильность	32%	51%	17%	33%	52%	15%	40%	52%	8%
32 €	политическая	76%	51%	5%	82%	52% 9%	9%	80%	52%	0%

<u>ИЗМЕНЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ</u> В 2016 ГОДУ

ВЫЗОВЫ, ОЖИДАЕМЫЕ МАРКЕТИНГ ДИРЕКТОРАМИ В 2017 ГОДУ

Снижение покупательской способности

Таргетирование, персонализация коммуникации

Увеличение спроса на бюджетные варианты рекламы

Сокращение персонала

Снижение покупательской способности потребителей

Усиление давления макроэкономических факторов

Отказ от творческих экспериментов

Урезание, оптимизация бюджетов

Уменьшение инвестиций, поиск выгодных проектов для инвестиций

Принятие стратегии ценовых войн

Выход на рынок небольших гибких компаний

Развитие

Развитие нестандартных подходов

Развитие e-commerce

digital-**Уменьшение** рынка медийной

Долгосрочное планирование

Лополнительная мотивация команды

Затрудняюсь ответить

рекламы

Рост спроса на онлайн рекламу

направления Приоритет тактическим целям

Стремление к эффективности, рационализация

Потребность в антикризисном управлении

Появление качественного контента

Мобильные приложения

Внимание к подбору персонала, повышения

требования к профессионализму

Внимание к эмоциональной

составляющей в коммуникации,

Развитие SMM

Пересмотр маркетинговых стратегий в связи с политической ситуацией в стране

Быстрота реакции на изменения рынка

Таргетирование,

персонализация

коммуникации

Развитие

информационных

технологий

Поиск новых рынков

Удержание имиджевой составляющей бренда

Поиск профессионалов

Управление в кризисных *<u>VСЛОВИЯХ</u>*

Выход украинских компаний на

международный рынок

Поиск новых каналов коммуникации

Урезание, оптимизация бюджетов

Увеличение

Затрудняюсь ответить

эффективности, рационализация

> Обострение конкурентной борьбы

Удержание позиций на рынке

Сохранение прибыльности

Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности

Развитие нестандартных подходов, инновации

Поиск новых бизнес-моделей

Акцент на эмоциональной составляющей

Умение генерировать спрос на активно падающем рынке

Октябрь-ноябрь, 2016 года





О КОМПАНИИ FACTUM GROUP



Factum Group Ukraine — исследовательский холдинг

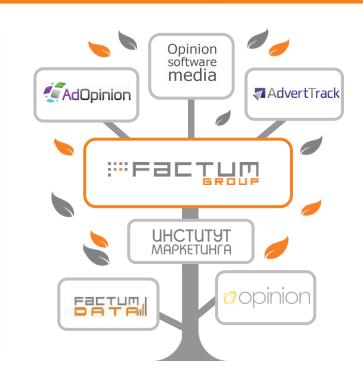
Исследовательский холдинг FACTUM GROUP UKRAINE —

один из ведущих провайдеров высококачественных профессиональных исследований, как маркетинговых, так и социологических, а также новейших исследовательских know-how, методик и IT-решений

Группа имеет свыше 20 лет опыта в

для проведения исследований

Маркетинговых исследованиях и является одним из партнеров-основателей **Сети в Центральной и Восточной Европе Factum Group**





Factum Group Ukraine: направления

UHCTUTYT MAPKETUHLA

методология,

методики и кастомизированные решения

BATA

все виды полевых работ для качественных и количественных оффлайн исследований



Исследовательское агентство полного цикла и центральная структура Группы

- Research
- Analysis
- Business Intelligence



- **Медиа** измерения интернет
- **Рейтинг** интернет сайтов
- Структура

и медиапредпочтения интернет аудитории Украины



онлайн и оффлайн рекламы



все виды **онлайн исследований**

на выборках, верифицированных

оффлайн:

access panel 250.000+



Системы полного мониторинга медийной онлайн рекламы





Методики Factum Group

U&A **CHECK UP**

Базовая диагностика бренда или категории

- осведомленность
- отношение
- пользование
- намерения

VALUE

Оценка барьеров и стимулов изменения поведения

BRAND CORE

Оценка здоровья бренда

- атрибуты бренда
- бенефиты
- ценность и имидж
- позиционирование

VALUE

Оценка позиционирования и рекомендации по его коррекции

BRAND TRACKING

Мониторинг основных **KPI** бренда и его имиджа

динамика маркеров по бренду и конкурентам

достижения

поставленных целей

• эффективность кампаний

AdOPINION RECALL

Претест и посттест рекламы

- привлекательность
- интерес
- понимание
- запоминание • намерения

контактом • намерения

Точки

• частота

брендом

значимость

• удовлетворенность

VALUE

TOUCHPOINT

STUDY

соприкосновения с

Управление системой тачпойнтов с клиентом

VALUE **VALUE**

Трекинг эффективности Коррекция рекламы до запуска и аудит рекламных кампаний





Международные стандарты качества

Ключевые лица Холдинга:

Владимир Паниотто, Алдис Паулиньш, Иван Дубинский – являются персональными членами ESOMAR.

Factum Group Ukraine – компания-член ESOMAR.







Работа по стандартам ESOMAR:

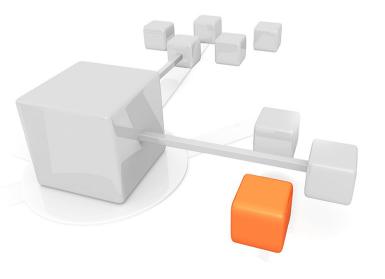
- Внутренняя защита информации: использование многоступенчатых систем защиты ІТструктуры от внешних внедрений
- Внутренняя система безопасности данных: персональные договора менеджеров о безопасности и конфиденциальности данных.
- Проектная безопасность: менеджеры проектов конкурирующих компаний не пересекаются в работе. Создаются не пересекаемые проектные команды



Ivan Dubinskiy

CEO, Factum Group Ukraine

+380 67 214 1294 ivan.dubinskiy@factum-ua.com





http://factum-ua.com

http://factum-group.com

+380 44 569 7206

вул. Щорса 32-Г, 01133, м. Київ, Україна