



COVID-19: зміни в маркетингу та рекламі

Підготовлено Factum Group Ukraine
у партнерстві з Всеукраїнською Рекламною Коаліцією

Квітень 2020

 **FACTUM**
GROUP

ЧАСТИНА 1.

ВПЛИВ НА РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС





Експертне опитування

Онлайн. Самозаповнення



Цільова аудиторія

Топ-менеджмент рекламних агентств, що входять до ВРК

57 експертів



Період опитування

7 квітня – 17 квітня 2020 року

Топ-менеджмент агентств виділяє 4 ключових групи змін у бізнесі, що викликані COVID-19:

6,9



Фінансові зміни, про які говорять експерти, це, перш за все, різке скорочення рекламних бюджетів клієнтів, і, як наслідок цього, падіння доходів агентств і посилення конкуренції між ними



Зміни в управлінні/плануванні: планування змінюється зі стратегічного довгострокового (річного, трирічного, п'ятирічного) на ручне короткострокове (тижневє/місячне) зі швидким реагуванням на зміни. На зміну дорогим індивідуальним продуктам приходять менш дорогі універсальні продукти спільного користування, які можуть підійти багатьом клієнтам одночасно. Також змінюється фокус у каналах просування на діджитал-канали



Організаційні зміни - стосуються перш за все організації роботи: перехід на роботу онлайн-командами, відмова від офісних приміщень або скорочення площі офісів



Зміни в HR політиці - мінімізація кількості постійних високооплачуваних співробітників, максимально можливе використання фрілансерів і аутсорс, скорочення заробітних плат і кількості співробітників, максимально використання можливостей онлайн-роботи

Сила впливу на бізнес

10 – сильний вплив

0 – відсутність впливу

Питання: 1) На Вашу думку, які ключові зміни відбудуться в управлінні агентським бізнесом в Україні у зв'язку з поширенням коронавірусу? (відкрите питання)
2) Наскільки сильно ситуація з поширенням коронавірусу вплинула на Ваш бізнес? Оцініть по 10-бальній шкалі, де 0 – відсутність впливу, 10 – сильний вплив

7,8



Фінансова сфера - максимальна оптимізація витрат. Скорочення витрат на оренду і утримання офісу (в зв'язку з максимальною «діджиталізацією» роботи), скорочення витрат на персонал, витрат на тренінги та корпоративні заходи, «заморозка» зростання зарплат і їх скорочення, пошук нових джерел фінансування, зміна процесів ціноутворення



«Сокращение затрат на корпоративные мероприятия, тренинги и обучающие программы, командировки и т.д.»

«Значне скорочення арендованих офісів»

«Скоротили всі необов'язкові змінні витрати (корпоративи, навчання, конференції)»



Організаційна сфера - максимальний перехід на дистанційну роботу, прискорення поширення кращих практик серед співробітників



«Работа в удаленном формате, регулярные статусы, постоянная связь с клиентами и рабочими группами»

«Полный переход на удаленную работу»

Ефективність реакції
агентства на зміни
10 – дуже ефективно
0 – не ефективно

Питання: 1) Які заходи в роботі Ви вже запровадили чи плануєте запровадити задля ефективного реагування на ситуацію, що зараз склалася на ринку? (відкрите питання)
2) Як Ви оцінюєте, наскільки ефективно Вашому агентству вдалося зреагувати на ситуацію з поширенням коронавірусу задля продовження подальшого функціонування агентства? Оцініть по 10-бальній шкалі, де 0 – взагалі не ефективно, 10 – дуже ефективно

7,8



Управління та планування - перехід на режим «ручного» управління, максимально швидке реагування на зміни, планування в тимчасовому діапазоні тиждень/місяць, перерозподіл зусиль з традиційних каналів просування на цифрові, пошук нових ніш і можливостей в країні та за кордоном



«Краткосрочное планирование проектов и финансов. Более частые статусы по проектам»

«Переведення максимальної кількості затрат із постійних у змінні, в залежності від підтвердження або не підтвердження проектів від клієнтів»



Робота з персоналом - мінімізація постійного персоналу, переведення співробітників на часткову зайнятість, скорочення зарплат, перехід від постійної співпраці до проектно-погодинної, інтенсифікація навчання співробітників, розширення їх універсалізації



«Більш поширеною стане практика співпраці з персоналом на проектній або погодинній основі»

«Введение частичной удаленной работы, появление сотрудников с частичной занятостью, соответствующее техническое оснащение»

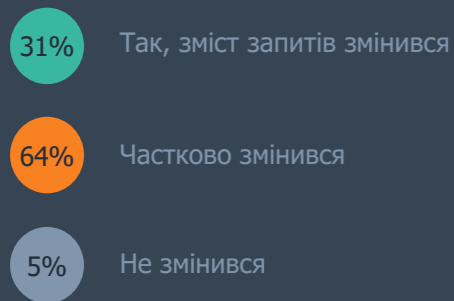
«Скорочення неключового персоналу»

«Остановили набор персонала. Заморозили рост зарплат. Часть людей отправили в оплачиваемый отпуск»

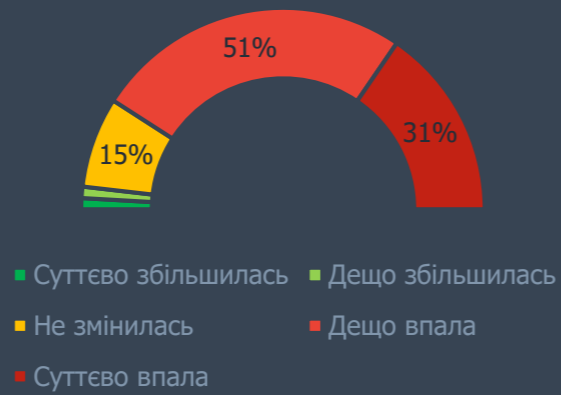
Ефективність реакції
агентства на зміни
10 – дуже ефективно
0 – не ефективно

Питання: 1) Які заходи в роботі Ви вже запровадили чи плануєте запровадити задля ефективного реагування на ситуацію, що зараз склалася на ринку? (відкрите питання)
2) Як Ви оцінюєте, наскільки ефективно Вашому агентству вдалося зреагувати на ситуацію з поширенням коронавірусу задля продовження подальшого функціонування агентства? Оцініть по 10-бальній шкалі, де 0 – взагалі не ефективно, 10 – дуже ефективно

Чи змінився зміст запитів та задач від клієнтів?



Як змінилась маркетингова активність клієнтів?

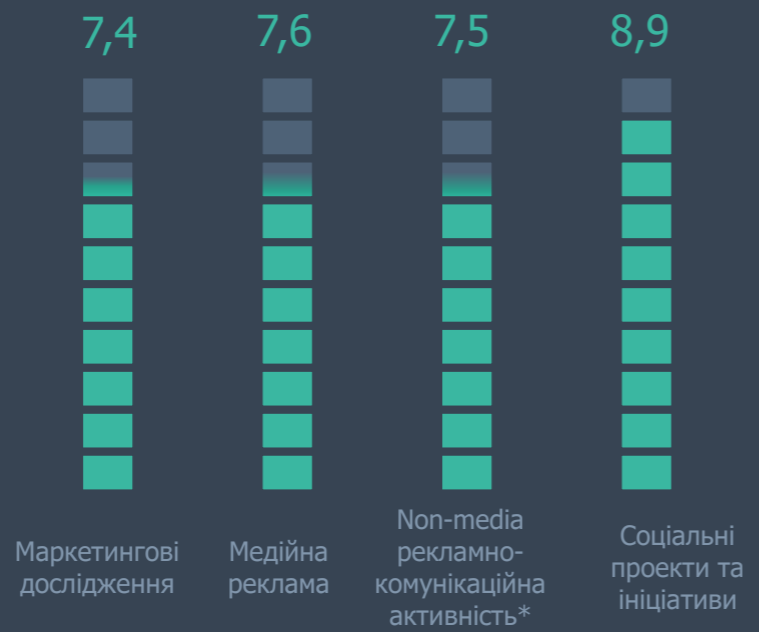


Якщо взяти за 100% всі проекти від клієнтів, то який відсоток проектів у зв'язку із ситуацією поширення коронавірусу...



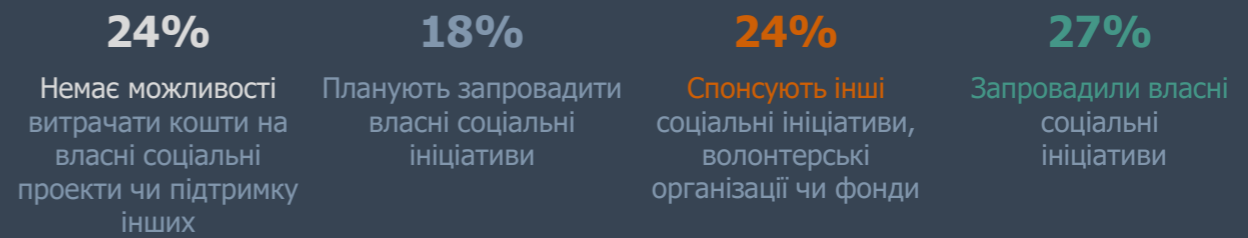
Яке ставлення до важливості проведення наступних активностей в ситуації, що зараз склалася на ринку?

10 – максимальний пріоритет
0 – останній пріоритет

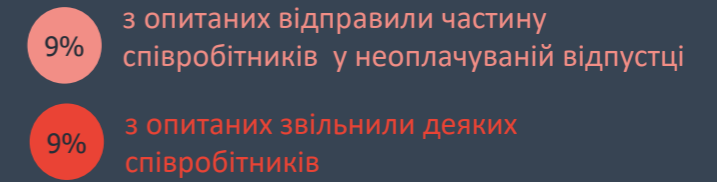


*Маркетингові сервіси, директ-маркетинг, PR


Якщо говорити про соціальну відповідальність бізнесу у зв'язку з поширення коронавірусу, то яке твердження найкраще підходить Вашому агентству?



Чи весь штат співробітників продовжує працювати?



ЩО ПОЗИТИВНОГО?

A wooden clothespin is attached to a white card. The card is held against a dark, textured background. The card has the words 'THINK POSITIVE' on the top line and 'BE POSITIVE' on the bottom line, both in a bold, sans-serif font. The card is slightly tilted to the right.

**THINK
POSITIVE**
**BE
POSITIVE**

Експерти бачать не дуже багато позитиву в ситуації, що склалася,
проте відзначають такі аспекти, як:

підвищення
креативності



інтенсифікація роботи в
зв'язку з необхідністю
пошуку нових рішень



поява можливості
навчитися новому



адаптивність і
згуртованість команд



можливість позбавитись
від неефективних
співробітників



можливість побачити
слабкі сторони своєї
компанії



усвідомлення
агентствами і клієнтами
необхідності
діджиталізації і її
прискорення



можливість подумати і
глибоко проаналізувати
діяльність компанії,
переглянути моделі
управління



Будьте здорові!

factum-ua.com vrk.org.ua