

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

СОДЕРЖАНИЕ



- 1 МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**
- 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ**
- 3 О КОМПАНИИ FACTUM GROUP**

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Изучение тенденций, которые характеризуют маркетинг в Украине



МЕТОД

Количественный онлайн-опрос (CAWI)



ВЫБОРКА

2014 – 62 участника

2017 – 35 участников

2015 – 61 участник

2018 – 28 участников

2016 – 43 участника



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Маркетинг-директора группы ТОП-100 рекламодателей Украины



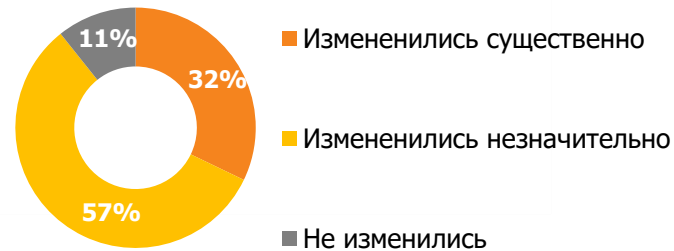
ГЕОГРАФИЯ

Киев

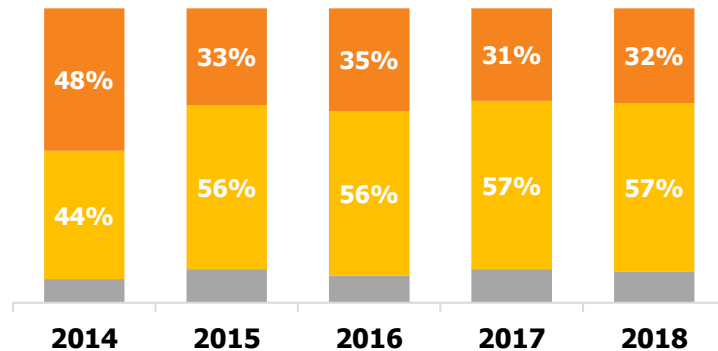
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ



Насколько сильно изменились подходы к управлению медийной рекламой в 2018 году в сравнении с 2017?



Динамика показателя



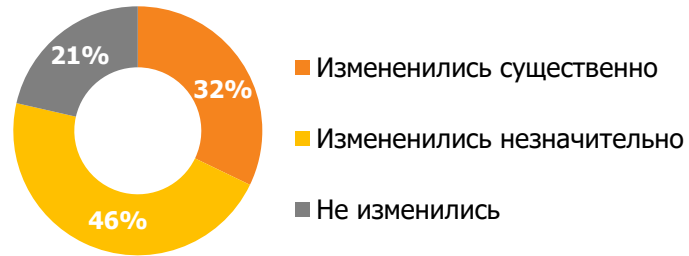
Как изменилась частота контактов медийной рекламы с потребителем в 2018 году в сравнении с 2017?



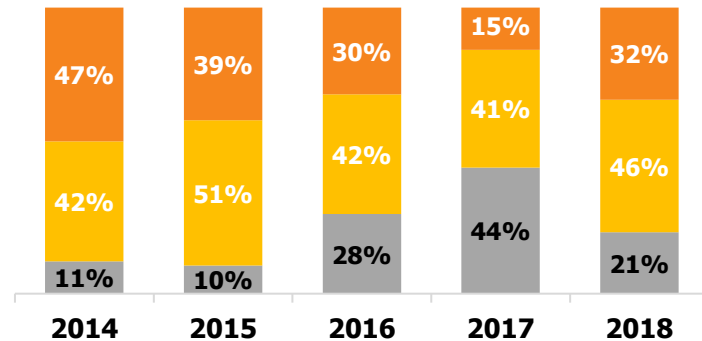
Категория	↑	=	↓	Комментарий
Интернет реклама	93%	7%	0%	Существенный рост
ТВ реклама	52%	36%	12%	Незначительный рост или без изменений
Наружная реклама	11%	56%	33%	Чаще без изменений
Радио реклама	11%	63%	26%	Чаще без изменений
Реклама в кинотеатрах	14%	64%	23%	Чаще без изменений
Реклама в прессе	16%	40%	44%	Снижение или без изменений

Маркетинговые сервисы, директ маркетинг, PR: подходы к управлению меняются, количество проектов растет, но не стремительно

Насколько сильно изменились подходы к управлению non-media рекламно-коммуникационной активностью в 2018 году в сравнении с 2017?



Динамика показателя



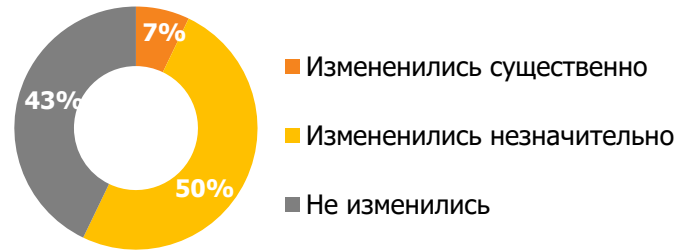
Как изменилось количество проектов non-media рекламно-коммуникационной активности в 2018 году в сравнении с 2017?



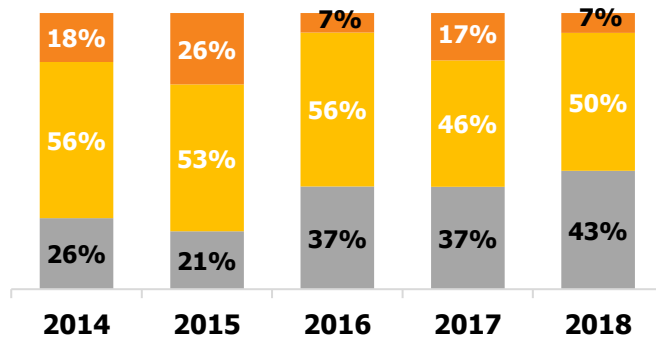
Сектор	↑	=	↓	Комментарий
PR	61%	29%	11%	Незначительный рост или без изменений
Маркетинговые сервисы	54%	36%	11%	Незначительный рост или без изменений
Директ маркетинг	52%	37%	11%	Незначительный рост или без изменений

Маркетинговые исследования: подходы к управлению все чаще остаются без изменений, количество проводимых исследований незначительно растет

Насколько сильно изменились подходы к управлению маркетинговыми исследованиями в 2018 году в сравнении с 2017?



Динамика показателя



Как изменилось количество проводимых маркетинговых исследований в 2018 году в сравнении с 2017?



Маркетинговые исследования

50%

39%

11%

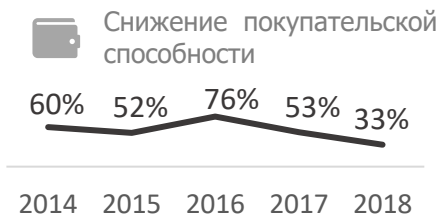
Незначительный рост или без изменений

Медийная реклама: наиболее сильное влияние оказало изменение конкурентной среды. В меньшей степени стало ощущаться влияние экономических и политических факторов

Как повлияли следующие факторы
на управление медийной активностью в Вашей компании в 2018 году?

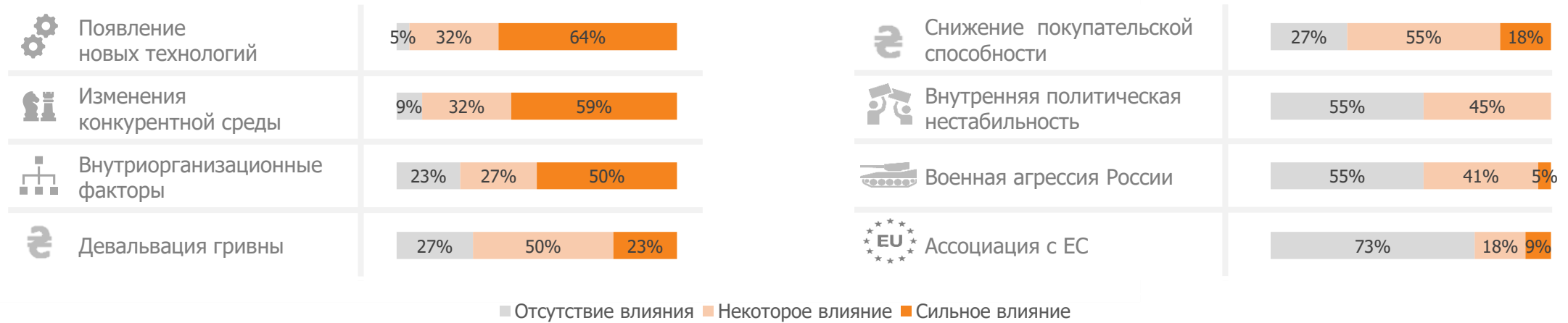


Динамика влияния факторов



Маркетинговые сервисы, директ маркетинг, PR: появление новых технологий и внутриорганизационные факторы все сильнее влияют на управление

Как повлияли следующие факторы
на управление non-media рекламно-коммуникационной активностью в Вашей компании в 2018 году?

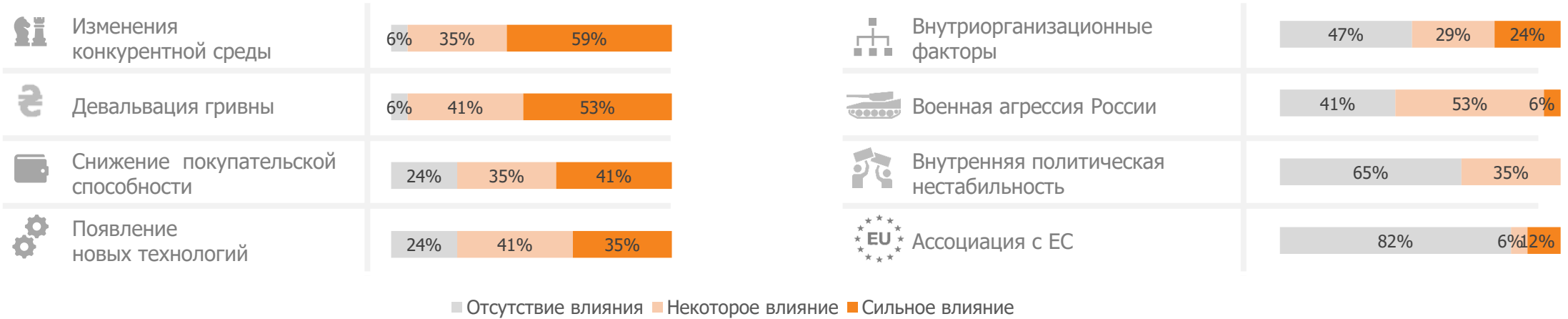


Динамика влияния факторов



Маркетинговые исследования: изменения конкурентной среды и девальвация гривны наиболее сильно влияют на управление, сила влияния растет

Как повлияли следующие факторы
на управление маркетинговыми исследованиями в Вашей компании в 2018 году?



Динамика влияния факторов



Изменения в управлении маркетингом в Украине: развитие digital-направления ключевое изменение за последние несколько лет

Какие **изменения** произошли **в управлении маркетингом** в Украине?
ТОП3 изменений

2014	2015	2016	2017	2018
<ul style="list-style-type: none"> • Стремление к эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Стремление к эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие digital-направления 	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие digital-направления 	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие digital-направления
<ul style="list-style-type: none"> • Рост необходимости быстро реагировать на изменения рынка • Развитие нестандартных подходов 	<ul style="list-style-type: none"> • Урезание, оптимизация бюджетов • Перераспределение степени влияния каналов коммуникации 	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие нестандартных подходов • Стремление к эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Перераспределение степени влияния каналов коммуникации • Персональный маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> • Перераспределение степени влияния каналов коммуникации • Рост спроса на инновации

Вызовы, ожидаемые маркетинг директорами: тенденции не меняются, основной вызов на 2019 год – быстрота реакции на изменения рынка

Какие **основные вызовы** будут стоять перед маркетинг директорами Украины?
ТОП3 вызовов

2014	2015	2016	2017	2018
<ul style="list-style-type: none"> • Быстрота реакции на изменения рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> • Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Быстрота реакции на изменения рынка
<ul style="list-style-type: none"> • Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> • Быстрота реакции на изменения рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Быстрота реакции на изменения рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> • Управление в кризисных условиях
<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение эффективности, рационализация 	<ul style="list-style-type: none"> • Быстрота реакции на изменения рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение эффективности, рационализация

FACTUM GROUP UKRAINE
RESEARCH & ANALYTICS

Factum Group Ukraine

один з провідних провайдерів високоякісних професійних досліджень, як маркетингових, так і соціологічних, а також новітніх дослідницьких know-how, методик і IT-рішень, digital комунікацій та програм директ-маркетингу для різних сегментів споживачів та клієнтів





НАША КОМПЕТЕНЦІЯ

Research



Multiscan



Business Intelligence



Loyalty & Gamification



Business processes IT & Customer support



Design



Research



Бренди: трекінг здоров'я бренду, brand equity, імідж та диференціація, вивчення конкурентів

Реклама: претест реклами (в тому числі сторібордів та аніматиків) та оцінка ефективності

Споживачі: сегментація ринку, вивчення клієнтського досвіду

Продукти: тестування концепцій, UX/UI дослідження, цінові conjoint дослідження

КІЛЬКІСНІ
МЕТОДИ

ФГД ТА ГЛИБИННІ
ІНТЕРВ'Ю, КРЕАТИВНІ
СЕССІЇ

КАБІНЕТНІ
ДОСЛІДЖЕННЯ,
БЕНЧМАРКІНГ

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

ЕТНОГРАФІЯ

MultiScan



Виділення психографічних сегментів споживачів

Створення кастомізованих комунікацій та контенту

Digital-таргетинг виділених сегментів

Business Intelligence



Рентген клієнтського портфолію

Моделювання та машинне навчання

Стратегії залучення клієнтів

Loyalty & Gamification



Мобільні додатки та контент

Зручні дашборди

Програми винагороди

Комунікація: onboarding клієнтів та подальша підтримка

Business processes IT & Customer support



Аналіз клієнтського портфоліо

Аналіз медіа-даних

Рішення та новітні інструменти для опитувань

Design



Дизайн та креативні концепції

Digital комунікація

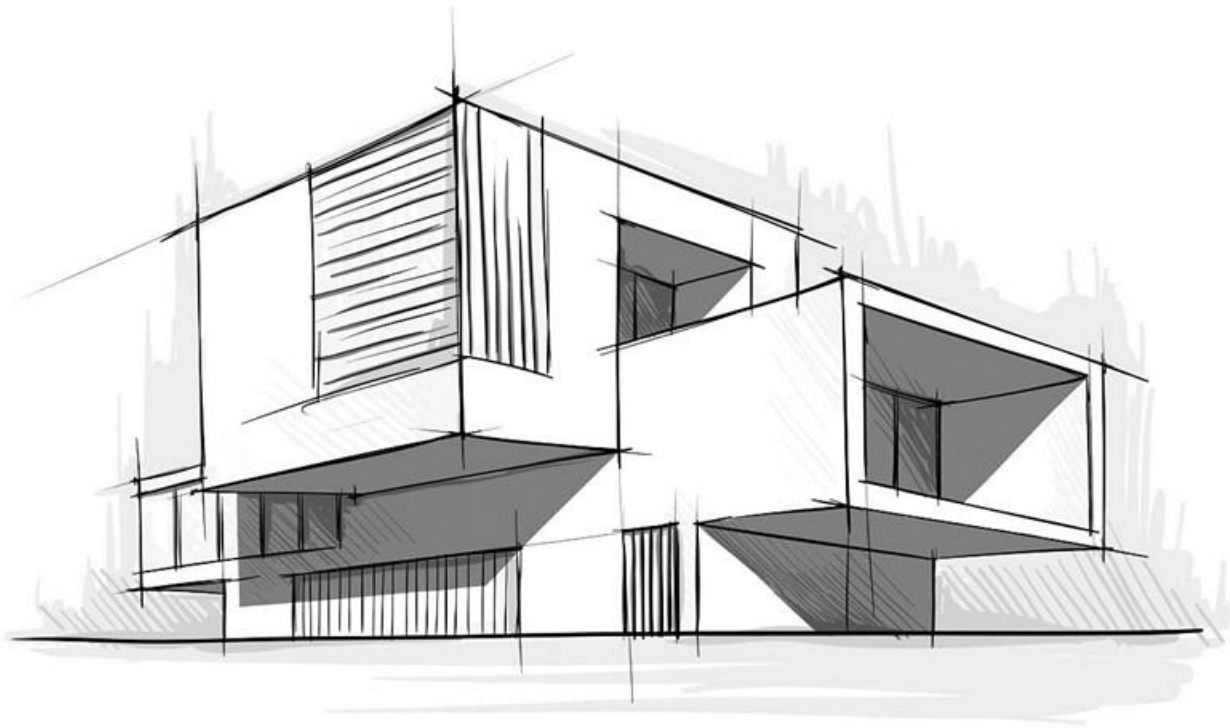
Мультилендингові сторінки

Персоналізовані веб-сторінки

Research



Реалізація усіх видів маркетингових досліджень здійснюється на базі власних **in-house** ресурсів



- **САТІ-центр** для телефонних опитувань з найновітнішим ІТ-забезпеченням
- **Інтернет-панель Opinion** чисельністю понад 350.000 учасників для проведення онлайн-досліджень
- **Фокус-групова студія** в центральному офісі в центрі Києва й мережа партнерських фокус-групових по всій Україні
- **Мережа F2F інтерв'юерів**, що охоплює всю Україну, для реалізації національних face-to-face САРІ опитувань

SATI центр



Новітнє IT забезпечення

- простий і зручний інтерфейс
- програмування анкет будь-якої складності
- можливість задавати складні квоти
- можливість фіксувати всі результати дзвінка, наприклад: «лінія зайнята», «відмова дати інтерв'ю», «завершення опитування», «відкласти інтерв'ю» (на будь-якому етапі заповнення анкети)
- безліч додаткових можливостей (організація аудіо- і відеоконференції)
- голосовий бот для оптимізації дозвону



Прозора організація та контроль якості

- система має кілька інтерфейсів: інтерфейс оператора і інтерфейс адміністратора / супервайзера
- ведення обліку статистики дзвінків і роботи операторів;
- доступність функцій прослуховування всіх дзвінків в режимі реального часу
- 100% запис усіх інтерв'ю



Постійний штат кваліфікованих операторів



Opinion

Перша в Україні
інтернет-панель

Багатий функціонал
та дружній інтерфейс

Досконала адаптація
для смартфона



5000
респондентів

2007

Верифіковані офлайн

350 000
респондентів

2019

ФГД-студія



Технологія контролю якості рекрутингу респондентів



Досвідчені модератори



Сучасне оснащення

- проектор, екран, фліпчарт
- цифрові відеокамери, мікрофони, мікшер, фільтруючий сторонні шуми
- одностороннє дзеркало з оглядом від стелі до підлоги
- online трансляція в будь-яку точку світу
- TV трансляція та аудіо трансляція
- організація синхронного перекладу
- кондиціонування / вентиляція



Opinion TAPI

for F2F interviewing



Відтворення будь-яких умов переходів між питанням



Фіксація і відправка на сервер квот проекту



Фіксація геолокації по GPS (Дані на момент старту і закінчення інтерв'ю)



Можливість фотофіксації, відправка фото



Запис аудіо



Ідентифікація інтерв'юера, який проводив інтерв'ю

Ivan Dubinskiy

директор Factum Group Ukraine

+380 67 214-12-94

ivan.dubinskiy@factum-ua.com

<http://factum-ua.com>

вул. Євгенія Коновальця 32-Г, 01133,
м. Київ, Україна

