

**Исследование маркетинг
директоров группы ТОП-100
рекламодателей Украины.
Изменение подходов в
управлении маркетингом**

Январь 2020

Содержание

Цель и задачи исследования	3
Дизайн и методология исследования	4
Результаты исследования: изменение подходов к управлению	6
О Factum Group Ukraine	15

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ



Цель исследования

Изучение тенденций, которые характеризуют маркетинг в Украине



Задачи исследования

- Особенности развития подходов к управлению медийной рекламой/non-media рекламно-коммуникационной активностью/маркетинговыми исследованиями
- Анализ влияния различных факторов на управление медийной рекламой/non-media рекламно-коммуникационной активностью/маркетинговыми исследованиями
- Динамика управления маркетингом в Украине

Дизайн и методология исследования



ДИЗАЙН И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



Методика

**Количественный опрос
экспертов рынка**



Целевая аудитория

- **Маркетинг-директора** группы ТОП-100 рекламодателей Украины, а также маркетинг менеджеры, ответственные за принятие решений, операционные и коммерческие директора



География

**Киев, Харьков, Львов, Львовская обл.
(с. Нижнее Гусиное), Житомир,
Чернигов, Луцк, Ичня, Умань**



Метод

Количественный онлайн-опрос (CAWI)

Длительность интервью: 10 минут



Выборка

2014 – 62 участника

2015 – 61 участник

2016 – 43 участника

2017 – 35 участников

2018 – 28 участников

2019 – 49 участников



Результаты

Аналитический отчет в формате
Power Point

Результаты исследования: изменение подходов к управлению

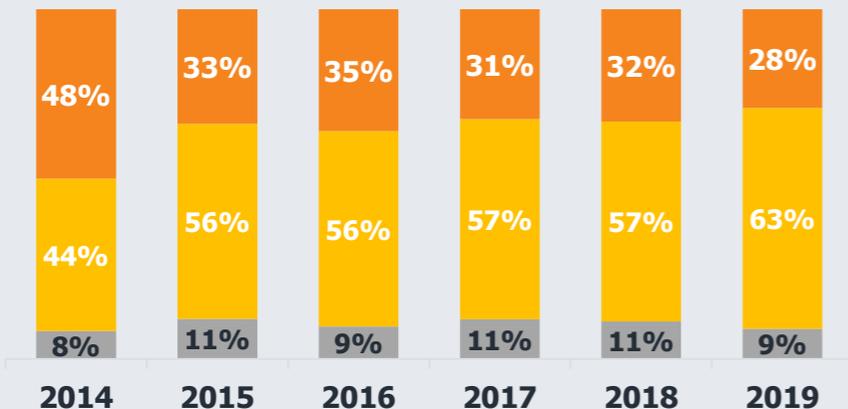


Медийная реклама: подходы к управлению меняются, продолжает расти только доля интернет рекламы. Доля ТВ рекламы в 2019 неоднозначно оценена экспертами

Насколько сильно изменились подходы к управлению медийной рекламой в 2019 году в сравнении с 2018?



Динамика показателя



Как изменилась частота контактов медийной рекламы с потребителем в 2019 году в сравнении с 2018?



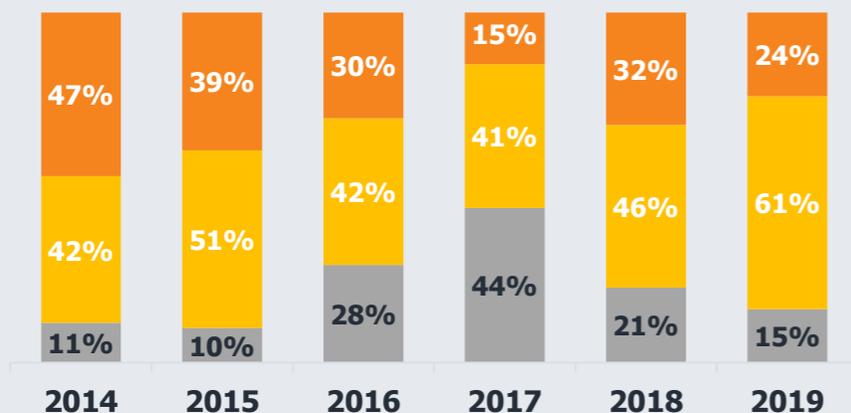
Интернет реклама	96%	4%	0%	Существенный рост
Реклама в кинотеатрах	14%	68%	18%	Чаще без изменений
Реклама в прессе	11%	54%	35%	Чаще без изменений
Радио реклама	23%	45%	32%	Чаще без изменений
Наружная реклама	28%	30%	41%	Снижение или без изменений
ТВ реклама	35%	36%	33%	Неоднозначная оценка экспертов

Маркетинговые сервисы, директ маркетинг, PR: подходы к управлению продолжают меняться, чаще всего изменения незначительные. В 2019 изменилась тенденция развития директ маркетинга, количество проектов чаще без изменений

Насколько сильно изменились подходы к управлению non-media рекламно-коммуникационной активностью в 2019 году в сравнении с 2018?



Динамика показателя



Как изменилось количество проектов non-media рекламно-коммуникационной активности в 2019 году в сравнении с 2018?



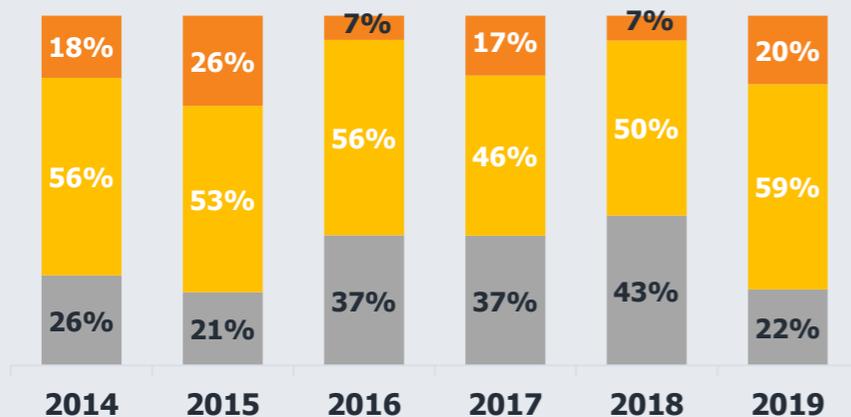
PR	68%	28%	4%	Преимущественно рост или без изменений
Маркетинговые сервисы	62%	34%	4%	Преимущественно рост или без изменений
Директ маркетинг	34%	53%	13%	Чаще без изменений

Маркетинговые исследования: подходы к управлению в 2019 изменились. Количество проводимых исследований возросло

Насколько сильно изменились подходы к управлению маркетинговыми исследованиями в 2019 году в сравнении с 2018?



Динамика показателя

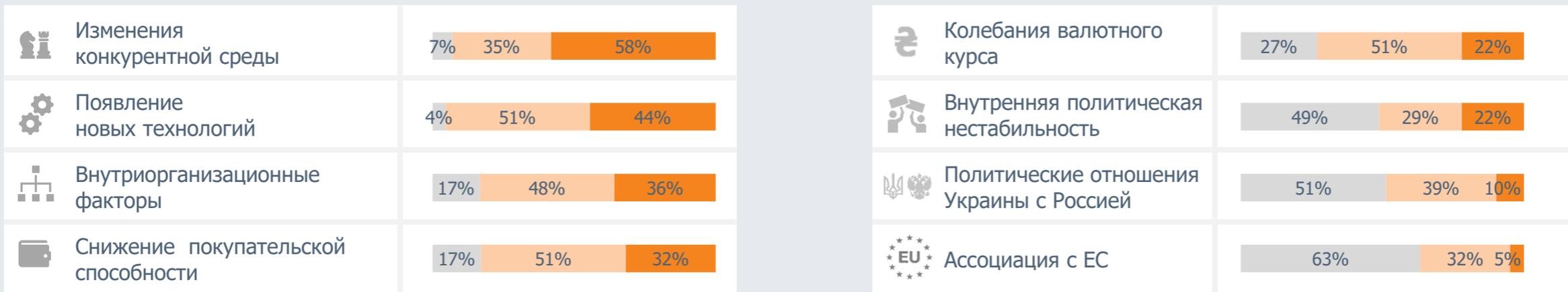


Как изменилось количество проводимых маркетинговых исследований в 2019 году в сравнении с 2018?



Маркетинговые исследования	65%	25%	10%	Преимущественно рост или без изменений
----------------------------	-----	-----	-----	---

Как повлияли следующие факторы на управление медийной активностью в Вашей компании в 2019 году?



■ Отсутствие влияния ■ Некоторое влияние ■ Сильное влияние

Динамика влияния факторов



Маркетинговые сервисы, директ маркетинг, PR: в 2019 наиболее сильное влияние на управление оказывает фактор изменения конкурентной среды. В ТОП 3 также появление новых технологий и внутриорганизационные факторы, но сила их влияния меньше, по сравнению с 2018

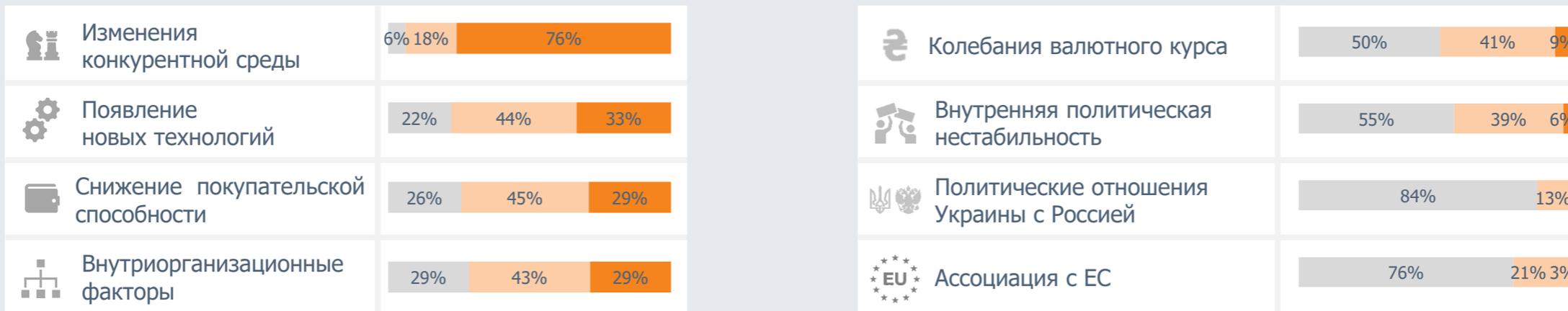
Как повлияли следующие факторы
на управление non-media рекламно-коммуникационной активностью
 Вашей компании в 2019 году?



Динамика влияния факторов



Как повлияли следующие факторы на управление маркетинговыми исследованиями в Вашей компании в 2019 году?



■ Отсутствие влияния ■ Некоторое влияние ■ Сильное влияние

Динамика влияния факторов



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

2014	2015	2016	2017	2018	2019
<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">• 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	<ul style="list-style-type: none">• Рост необходимости быстро реагировать на изменения рынка• Тенденция к более глубокой аналитике (Big Data)

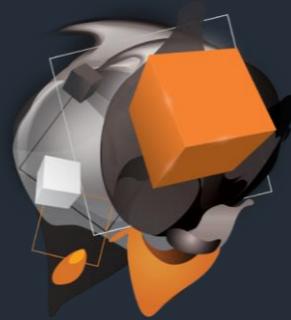
Вызовы, ожидаемые маркетинг директорами: эффективность создаваемых коммуникаций, умение сформировать сильную команду квалифицированных специалистов, обострение конкурентной борьбы – основные вызовы перед маркетинг директорами в 2020

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

ТОП3 ВЫЗОВОВ

2014	2015	2016	2017	2018	2019
<ul style="list-style-type: none">• Быстрота реакции на изменения рынка• Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности• Увеличение эффективности, рационализация	<ul style="list-style-type: none">• Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности• Быстрота реакции на изменения рынка• Увеличение эффективности, рационализация	<ul style="list-style-type: none">• Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности• Быстрота реакции на изменения рынка• Увеличение эффективности, рационализация	<ul style="list-style-type: none">• Увеличение эффективности, рационализация• Удержание лояльных клиентов, наращивание лояльности• Быстрота реакции на изменения рынка	<ul style="list-style-type: none">• Быстрота реакции на изменения рынка• Управление в кризисных условиях• Увеличение эффективности, рационализация	<ul style="list-style-type: none">• Эффективность коммуникации при высоком уровне медийного давления на потребителя• Умение создать сильную команду и удержать квалифицированных специалистов• Обострение конкурентной борьбы

О компании Factum Group



О КОМПАНИИ

Factum Group Ukraine – исследовательский холдинг, часть международной сети Factum Group*. **Ключевые факты:**



Полный спектр маркетинговых исследований

Factum Group Ukraine - агентство полного цикла:

- онлайн исследования
- телефонные
- face-to-face
- кабинетные
- качественные
- нейромаркетинг



Первая крупнейшая в Украине интернет-панель

Access-панель Opinion является активом холдинга. Насчитывает более 350 000 участников, верифицируется с помощью offline технологий



Data Science – за пределами классических исследований

Компания предоставляет услуги в сфере Business intelligence: анализ клиентского портфолио, обогащение данных и эффективные стратегии онбординга, активации, роста и удержания клиентов



Соблюдение профессиональных стандартов ESOMAR

Factum Group Ukraine - член профессиональных ассоциаций ESOMAR, ИНАУ, IAB, ВРК

* Более 20 лет опыта на международном рынке

Более 10 лет на рынке Украины

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бренды: трекинги здоровья бренда, brand equity, имидж и дифференциация, изучение конкурентов

Реклама: претест рекламы (в тому числе сторибордов и аниматиков) и оценка эффективности

Потребители: сегментация рынка, изучение клиентского опыта, отток абонентов, U&A исследования

Продукты: тестирование концепций, UX/UI исследования, ценовые conjoint исследования

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ
МЕТОДЫ

ФГД И ГЛУБИННЫЕ
ИНТЕРВЬЮ,
КРЕАТИВНЫЕ СЕССИИ

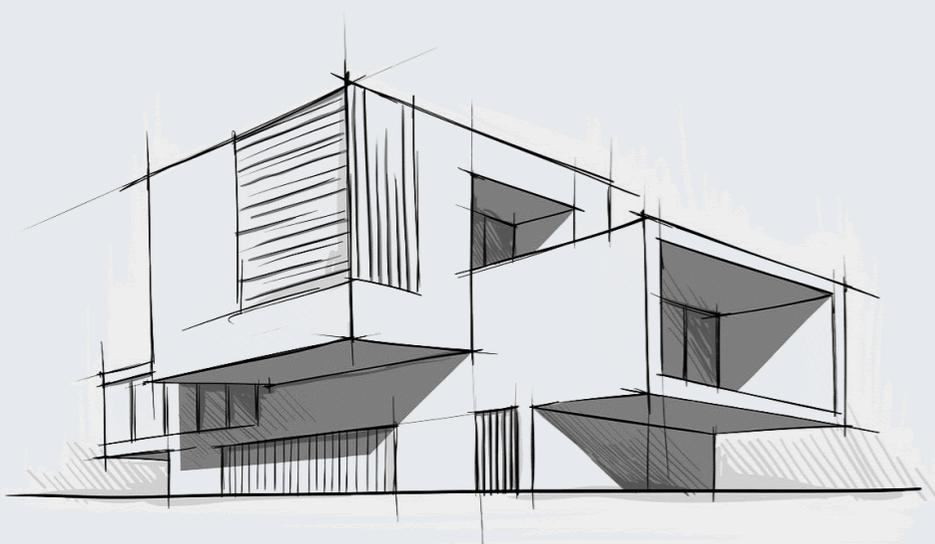
КАБИНЕТНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ,
БЕНЧМАРКИНГ

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

ЭТНОГРАФИЯ

РЕСУРСЫ

Реализация всех видов маркетинговых исследований осуществляется на базе собственных **in-house** ресурсов



- Интернет-панель **Opinion** численностью более 350.000 участников для проведения онлайн-исследований
- **САПІ-центр** для телефонных опросов с новейшим IT-обеспечением и постоянным штатом операторов
- **Фокус-групповая студия** в центральном офисе в центре Киева и сеть партнерских фокус-групповых по всей Украине
- **Сеть F2F интервьюеров**, охватывающая всю Украину, для реализации национальных face-to-face САПІ опросов

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

Обеспечение высочайшего качества данных – ключевой принцип в работе Factum Group Ukraine.

С этой целью применяется комплексный многоуровневый контроль качества данных:

Шаг1

Полевой контроль

При Онлайн интервью применяются процедуры для выявления неблагонадежных респондентов (проверка на скорость заполнения и качество ответов «кликерство»)

При CATI- и F2F-опросах 20% всех интервью прослушивается (CATI) и дозваниваются (F2F) для выявления системных проблем проведения интервью и фальсификаций со стороны интервьюеров

Шаг2

100% логический контроль

При работе с массивами данных используется 100% логический контроль для предотвращения:

- ошибок мис-коммуникации
- неточности ввода
- нелогичности ответов

Шаг3

100% аналитический контроль

Для предотвращения несоответствий в характере заполнения анкеты:

- анализ времени, характер ответов
- изучение текстов открытых вопросов



В случае выявления ошибок, нелогичностей, несоответствий, анкеты дозваниваются или переделываются



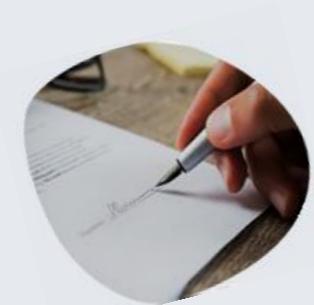
ПРОЕКТНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Factum Group Ukraine следует в своей работе стандартам ESOMAR:



Внутренняя защита информации:

использование многоступенчатых систем защиты IT-структуры 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 независимые проектные команды



НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА



Профессиональное методологическое обеспечение

Методики, разработанные экспертами отрасли с учетом международного опыта



Гарантия качества данных

Собственные ресурсы для сбора данных, прозрачность процессов и контроль каждого этапа



Содержательная аналитика

Команда профессионалов, качественная аналитика и обогащенные инсайтами действенные рекомендации

Мы выходим за рамки традиционного исследовательского подхода: мы работаем не только над содержанием, но также и над дизайном и удобством. Наши отчеты интуитивно понятны и легки для восприятия.

Мы оптимизируем работу с данными и предлагаем клиентам специальные дашборды, упрощающие работу с большими объемами данных

Спасибо!

Елизарова Ника

Research Director

+380 50 352 82 79

nika.ielizarova@factum-ua.com

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

+380 44 290 94 20
office@factum-ua.com

