

## Дослідження ВРК: середніх показників на ринку креативної реклами не існує

**Дослідження Всеукраїнської рекламної коаліції серед креативних агенцій щодо заробітних плат, вартостей послуг та взаємодії з рекламодавцями вчергове продемонструвало, що уніфікувати рекламний ринок вкрай важко, і можливо не є доцільним.**

До участі у опитуванні було запрошено 75 комунікаційних агенцій, що є членами ВРК. Також долучитися мали можливість й інші агенції, що надають креативні послуги. Загалом у дослідженні взяло участь 20 комунікаційних агенцій, серед яких більшість, а саме 75%, – це незалежні агенції, та 25% – агенції, що належать до локальних та/або міжнародних комунікаційних груп.

Дослідження складалося з трьох частин:

1. **Зріз рівня заробітних плат в креативних агенціях.** Метою було представити індустрії узагальнену картину актуальних заробітних плат за основними позиціями серед креативних агенцій. Оскільки у дослідженні брали участь різні представники ринку – великі мережеві гравці, незалежні агенції, агенції з регіонів тощо – діапазон «від і до» заробітних плат по деяким позиціям виявився суттєво великим.
2. **Опитування щодо ініціативи створення єдиного шаблону бюджетів послуг агенції.** Метою було узгодження між агенціями та подальше застосування єдиного уніфікованого формату бюджетів за запропонованим [шаблоном-конструктором](#), або ж іншого варіанту такого конструктора. За результатами опитування дана ініціатива викликала зацікавленість та підтримку серед креативних агенцій (50-55% опитаних), але разом з тим для значної кількості (40-45%) не є необхідною в силу тих, чи інших причин. Тому запропонований варіант шаблону може розглядатися і використовуватися усіма зацікавленими агенціями на власний розсуд зі своїм адаптуванням та доопрацюванням під внутрішні потреби агенції.
3. **Діапазони вартостей послуг креативних агенції за основними напрямками.** Метою було показати зріз вартостей на базові послуги в креативних агенціях. Проте результат вивчення цього питання вчергове показав, що **середніх показників на рекламні послуги не існує**. Агенції на ринку дуже різні, кожна агенція працює за своїми цінами, бізнес моделями, процесами тощо, уніфікувати ринок неможливо. Вилки вартостей послуг вийшли дуже значними, тож відповідно їх не варто розглядати як бенчмарки.

## УЗАГАЛЬНЕНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### ЧАСТИНА 1. ЗРІЗ РІВНЯ ЗАРОБІТНИХ ПЛАТ В КРЕАТИВНИХ АГЕНЦІЯХ

Ця інформація має допомогти агенціям орієнтуватися на ринку при пошуку нових співробітників, перегляді заробітних плат для поточних спеціалістів, допоможе уникнути впливу кадрів тощо. Дані заробітних плат представлені у форматі діапазонів min-max відповідно фактично наданих відповідей у опитувальнику. Списки штатних позиції представлені узагальнено та не надто деталізовано, за основними напрямками функціональних підрозділів агенцій.

Величини заробітних плат вказані у гривні за місяць у розмірі до оподаткування.

## ЗРІЗ РІВНЯ ЗАРОБІТНИХ ПЛАТ В КРЕАТИВНИХ АГЕНЦІЯХ



### MANAGEMENT

Chief Executive Officer	27 000 – 240 000 грн.
Chief Operating Officer	20 000 – 120 000 грн.

### STRATEGIC DEPARTMENT

Strategic Director	24 000 – 144 000 грн.
Senior Strategist	30 000 – 80 000 грн.
Strategist	20 000 – 55 000 грн.

### CLIENT SERVICE DEPARTMENT

Client Service Director	40 000 – 110 000 грн.
Account Director	38 000 – 70 000 грн.
Senior Account Manager	33 000 – 67 000 грн.
Account Manager	17 000 – 48 000 грн.

### PRODUCTION DEPARTMENT

Production Director	52 000 – 100 000 грн.
Production Manager	25 000 – 45 000 грн.
3D modeler	32 000 – 80 000 грн.
Animator	35 000 – 60 000 грн.
Motion Designer	20 000 – 70 000 грн.

### CREATIVE DEPARTMENT

Creative Director	27 000 – 128 000 грн.
Creative Lead	45 000 – 93 000 грн.
Designer	18 000 – 52 000 грн.
Designer Executive	10 000 – 40 000 грн.
Creative Copywriter	16 000 – 56 000 грн.
Illustrator	20 000 – 50 000 грн.
Art Director	33 000 – 80 000 грн.

### SMM/PPC DEPARTMENT

Head of SMM	20 000 – 80 000 грн.
Senior SMM Manager:	17 000 – 40 000 грн.
SMM Manager	16 000 – 40 000 грн.
PPC Team lead	35 000 – 55 000 грн.
PPC Specialist	20 000 – 40 000 грн.

## ЧАСТИНА 2. ОПИТУВАННЯ ЩОДО ІНІЦІАТИВИ СТВОРЕННЯ ЄДИНОГО ШАБЛОНУ БЮДЖЕТІВ ПОСЛУГ АГЕНЦІЇ

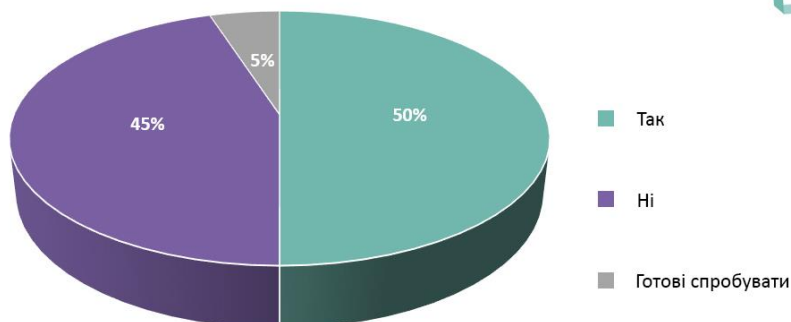
Креативним агенціям було запропоновано розглянути [проект шаблону-конструктора](#) для презентації кошторису своїх послуг при взаємодії з клієнтами.

Застосування такого стандарту це:

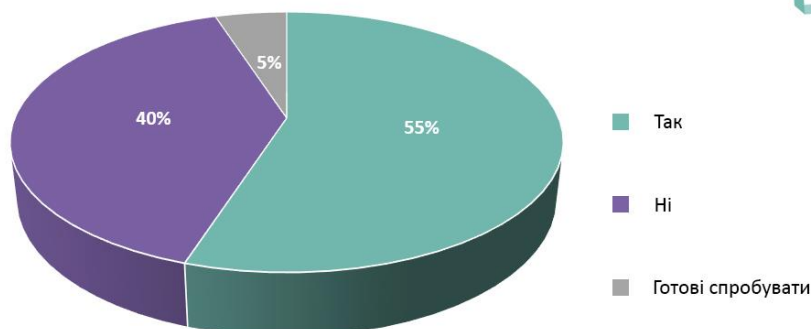
- зручний та однаковий формат бюджетування проектів;
- прозора система оцінювання тендерних пропозицій;
- якщо ринок буде працювати за однаковим форматом – агенції будуть менше часу витратити на аргументи для клієнтів стосовно розрахунків.

**50-55% опитуваних зацікавились** даною пропозицією та вважають, що агенціям потрібен такий уніфікований шаблон формування кошторису послуг для клієнтів. **40-45% не вбачають в цьому користі**

1. Чи цікава вашій агенції дана ініціатива?



2. Як ви вважаєте, чи потрібній агентській спільноті такий уніфікований формат презентацій вартості послуг у комунікаціях з клієнтами?



Серед причин, що спричиняють незацікавленість у даній ініціативі, є кілька факторів, які вказали респонденти, серед яких варто зазначити:

- Ініціатива дуже потрібна ринку, але в такому вигляді як подана зараз є відчуття, що така ініціатива може не сприйматися всіма гравцями ринку, оскільки великий прошарок агентств має різні рівні якості послуг. Пропозиція, як вона представлена зараз, не допомагає клієнтам розібратись у ціноутворенні та цінності агенцій різних рівнів, а може викликати непорозуміння.
- Створення стандарту кошторису є важливим, але великі клієнти вже мають свої шаблони, що для них є зручними і зрозумілими, і вони, ймовірно, не будуть готові їх переглядати. Проте, для тих клієнтів, які не мають великого досвіду взаємодії з агенціями, такий шаблон може бути корисним.
- Уніфікування запитів для різних галузей клієнтів та рівня кваліфікації є нереальним завданням.
- Деякі агентства не беруть участі у тендерах або конкурсах, які передбачають розробку креативного рішення під час тендеру.
- Рекламний ринок диктує ціни, і попит визначається привабливістю агенції для рекламодавців, що складається з різних компонентів.
- Наявність власної фінансової та електронної системи, яка забезпечує прозорість та адекватність бюджетів, що надсилаються клієнтам.
- Клієнти можуть мати різний підхід до оцінювання бюджету, залежно від вартості години, вартості проекту або розподілу бюджету між різними агенціями.
- Наявність агенції повного циклу, включаючи стратегію, креатив та продакшн, призводить до переплітання бюджетів.
- Уніфікований шаблон кошторису може не враховувати додаткової цінності, яку може надати агенція клієнту, та обмежувати можливість збільшення вартості послуг агенції.

Також серед тих, хто позитивно відгукнувся на ініціативу використання у роботі своєї агенції стандарту кошторису, більшість готова працювати за запропонованим варіантом [проєкту шаблону-конструктора](#).

### ЧАСТИНА 3. ДІАПАЗОНИ ВАРТОСТЕЙ ПОСЛУГ КРЕАТИВНИХ АГЕНЦІЙ ЗА ОСНОВНИМИ НАПРЯМАМИ

Метою цієї частини опитування було зробити зріз вартостей на базові послуги в креативних агенціях.

Проте результати показали, що середніх показників на рекламні послуги не існує.

Показники вартостей представлені у гривні на базовий перелік послуг, у форматі «від і до» за послугу (без урахування ПДВ). **Діапазон цін завеликий, тож відповідно показники вартостей не варто розглядати як бенчмарки.**

## ДІАПАЗОНИ ВАРТОСТЕЙ ПОСЛУГ КРЕАТИВНИХ АГЕНЦІЙ ЗА ОСНОВНИМИ НАПРЯМАМИ



### АЙДЕНТИКА

Логотип	15 000 – 500 000 грн.
Неймінг	15 000 – 300 000 грн.
Розробка візуалу рекламної кампанії	15 000 – 200 000 грн.
Розробка брендбуку рекламної кампанії	45 000 – 900 000 грн.
Розробка брендингу для медійної кампанії	15 000 – 600 000 грн.
Розробка дизайну для ООН	10 000 – 400 000 грн.
Розробка банера для медійної кампанії	4 000 – 30 000 грн.

### СТРАТЕГІЯ

Бренд платформа	74 000 – 800 000 грн.
Комунікаційна стратегія	40 000 – 800 000 грн.

### BIG IDEA

Розробка	80 000 – 1 650 000 грн.
----------	-------------------------

### SMM

SMM стратегія (разово)	30 000 – 250 000 грн.
SMM (щомісячно)/розробка дописів	35 000 – 350 000 грн.
SMM (щомісячно)/ведення спільноти	10 000 – 150 000 грн.
SMM (щомісячно)/реклама	15 000 – 200 000 грн.
SMM (щомісячно)/розробка банерів для промо сторінки	5 000 – 150 000 грн.

### ВІДЕО

Синопис відеоролика	15 000 – 200 000 грн.
Супровід в ході продакшену	25 000 – 600 000 грн. або 10-20% від бюджету

Так, за результатами дослідження не можливо навіть приблизно визначити якісь “середні” показники, тобто рекламодавцю не стало “легше”. Але може саме це і потрібно вважати **справжнім результатом** – “оптимальну” **ціну на креативні послуги не можна визначити за допомогою сайта Prozorro**. У даному випадку працюють зовсім інші механізми.

І тем не менш, ВРК наголошує, що прозорість та відкритість на ринку сприяють простішому та зрозумілішому веденню бізнесу. Тож, ВРК дякує всім, хто відгукнувся та взяв участь у опитуванні.