

Αποτελέσματα έρευνας

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

ΙΕ΄ Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020 - Q3 2020

Ετοιμάστηκε για την



από την



Η **FORECOMM_s** είναι μια έρευνα οικονομικού κλίματος που εστιάζει

- αφ' ενός στις **εκτιμήσεις στελεχών μεγάλων διαφημιζομένων** για την **πορεία της επιχείρησής τους αλλά και**, γενικότερα, του **κλάδου** στον οποίο δραστηριοποιούνται
- αφ' ετέρου στους **προϋπολογισμούς τμημάτων marketing** για τις **ενέργειες υποστήριξης** των προϊόντων τους: Η ιδέα είναι ότι **υψηλότεροι προϋπολογισμοί αντικατοπτρίζουν** αλλά και **προοιωνίζουν αναπτυξιακές τάσεις** στην αγορά, ενώ αντίστοιχα **μειωμένοι προϋπολογισμοί αντικατοπτρίζουν** και **προοιωνίζουν υφεσιακές τάσεις**.

Ιδιαίτερη έμφαση στο **δείγμα** της έρευνας δίνεται σε **διαφημιστικές εταιρείες** που **απαντούν** για τους **προϋπολογισμούς marketing** των πελατών τους: Κάθε **διαφημιστική** έρχεται σε **επαφή** με **πολλούς πελάτες**, από **διαφορετικούς χώρους** – έτσι οι **εκτιμήσεις** των **διαφημιστών λειτουργούν ως expert opinions** που **συμπληρώνουν** τις **πρωτογενείς εκτιμήσεις** των διαφημιζομένων.

Η **FORECOMM_s** οργανώνεται από την **ΕΔΕΕ** και η συλλογή των πληροφοριών γίνεται από την **Abacus SA** ανά 3μηνο από τον Δεκέμβριο του 2016 μέχρι σήμερα.

ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

On line, δομημένο ερωτηματολόγιο μέσης διάρκειας ~7-8'

ΚΑΛΥΨΗ

Εταιρείες με έδρα στην Ελλάδα, διαφημιζόμενοι & εταιρείες επκ/νίας

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

- Εμπορικοί Διευθυντές
- Διευθυντές **Marketing** ή
- **Στελέχη** παρόμοιας αρμοδιότητας

ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

ΑΝΑ ΚΥΜΑ n = 150
 ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΚΥΜΑ
n = 158

ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- **Εταιρείες επικοινωνίας:** Μέλη ΕΔΕΕ
- **Διαφημιζόμενοι:** Επιχειρηματικοί κατάλογοι, πελάτες μελών ΕΔΕΕ

ΣΥΣΤΑΣΗ & ΔΟΜΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Δύο υπό-δείγματα:

- **~1/3** εταιρείες επικοινωνίας
 - **~2/3** διαφημιζόμενοι
- Οι διαφημιζόμενοι καλύπτουν:
- παραγωγή
 - εμπόριο
 - υπηρεσίες προς καταναλωτές (B2C) και προς επιχειρήσεις (B2B) σε αναλογία προς τα δειγματοληπτικά πλαίσια

ΓΕΝΙΚΕΥΣΗ & ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Το κάθε υπό-δείγμα επαρκώς αντιπροσωπευτικό για τον κλάδο του (επικοινωνία/διαφημιζόμενοι), το σύνολο απλώς ενδεικτικό.

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Ανά 3μηνο, 4 φορές το χρόνο (Q1, Q2, Q3, Q4)

ΚΥΜΑ	ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΔΕΙΓΜΑ
2019 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020	n = 154
2019 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019	n = 163
2019 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2019	n = 174
2019 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2019	n = 154
2018 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2019	n = 175
2018 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2018	n = 157
2018 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2018	n = 153
2018 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2018	n = 162
2017 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2017	n = 185
2017 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017	n = 169
2017 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2017	n = 161
2017 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2017	n = 158
2016 Q4	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016 - ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2017	n = 181

2020

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΔΕΙΓΜΑ
2020 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020 - Q3 2020	n = 158
2020 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2020 - Q2 2020	n = 170
2020 Q1	ΔΕΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΜΕΤΡΗΣΗ <i>λόγω πανδημίας COVID19</i>	

AGENCIES

Στελέχη εταιρειών Επικοινωνίας / διαφημιστικών (**Μέλη ΕΔΕΕ**). Οι απαντήσεις τους παρουσιάζονται ανά 6μηνο με ελάχιστη βάση $n=100$. Στις ερωτήσεις προϋπολογισμών απαντούν για τους προϋπολογισμούς των πελατών τους

ADVERTISERS

Στελέχη μεγάλων διαφημιζομένων – κυρίως **πελάτες μελών ΕΔΕΕ** – αντιπροσωπεύουν το σύνολο της αγοράς. Οι απαντήσεις τους παρουσιάζονται ανά 3μηνο με ελάχιστη βάση $n=100$

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Οι **ερωτώμενοι** απαντούν **για την επιχείρηση** στην οποία **είναι στελέχη**

ΚΛΑΔΟΣ

Οι **ερωτώμενοι** απαντούν **για την αγορά** στην οποία **δραστηριοποιείται η επιχείρηση** στην οποία **είναι στελέχη**

Q1, Q2, Q3, Q4

Το **πρώτο, δεύτερο, τρίτο και τέταρτο 3μηνο** (quarter) κάθε χρονιάς

S1, S2

Το **πρώτο και δεύτερο 6μηνο** (semester) κάθε χρονιάς

ΠΟΣΟΣΤΑ %

Τα **ποσοστά** αναφέρονται πάντα σε **ανθρώπους**, όχι σε ποσά ή άλλου είδους αυξήσεις/μειώσεις. Π.χ. **ΔΕΝ** αναθεωρήθηκε ο προϋπολογισμός κατά 15% προς τα πάνω **ΑΛΛΑ** 15% των στελεχών δηλώνουν ότι ο προϋπολογισμός αναθεωρήθηκε προς τα πάνω – άγνωστο πόσο

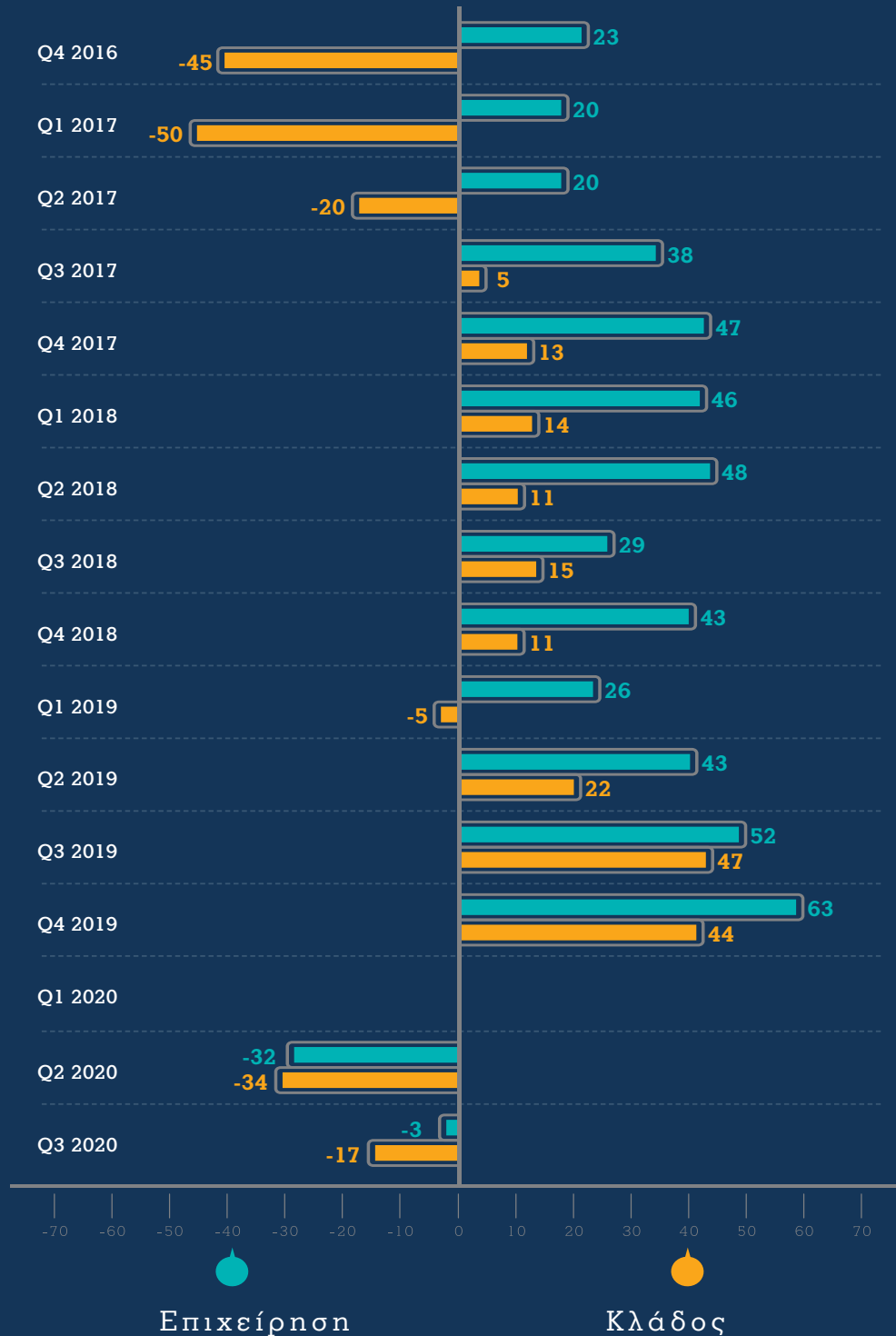
ΙΣΟΖΥΓΙΟ

Τα **αποτελέσματα** της έρευνας παρουσιάζονται ως **ισοζύγια**. Το **ισοζύγιο** είναι το αποτέλεσμα της αφαίρεσης όσων αναφέρουν μια μείωση σε μια ερώτηση από εκείνους που αναφέρουν μια αύξηση. Παίρνει τιμές από **-100** έως **+100**. Ένα **θετικό ισοζύγιο** δείχνει **αύξηση** σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο ενώ ένα **αρνητικό** δείχνει **μείωση**. Όσο μεγαλύτερη είναι η απόκλιση από το μηδέν, τόσο μεγαλύτερη η αλλαγή.

Advertisers

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

ΣΗΜΕΡΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



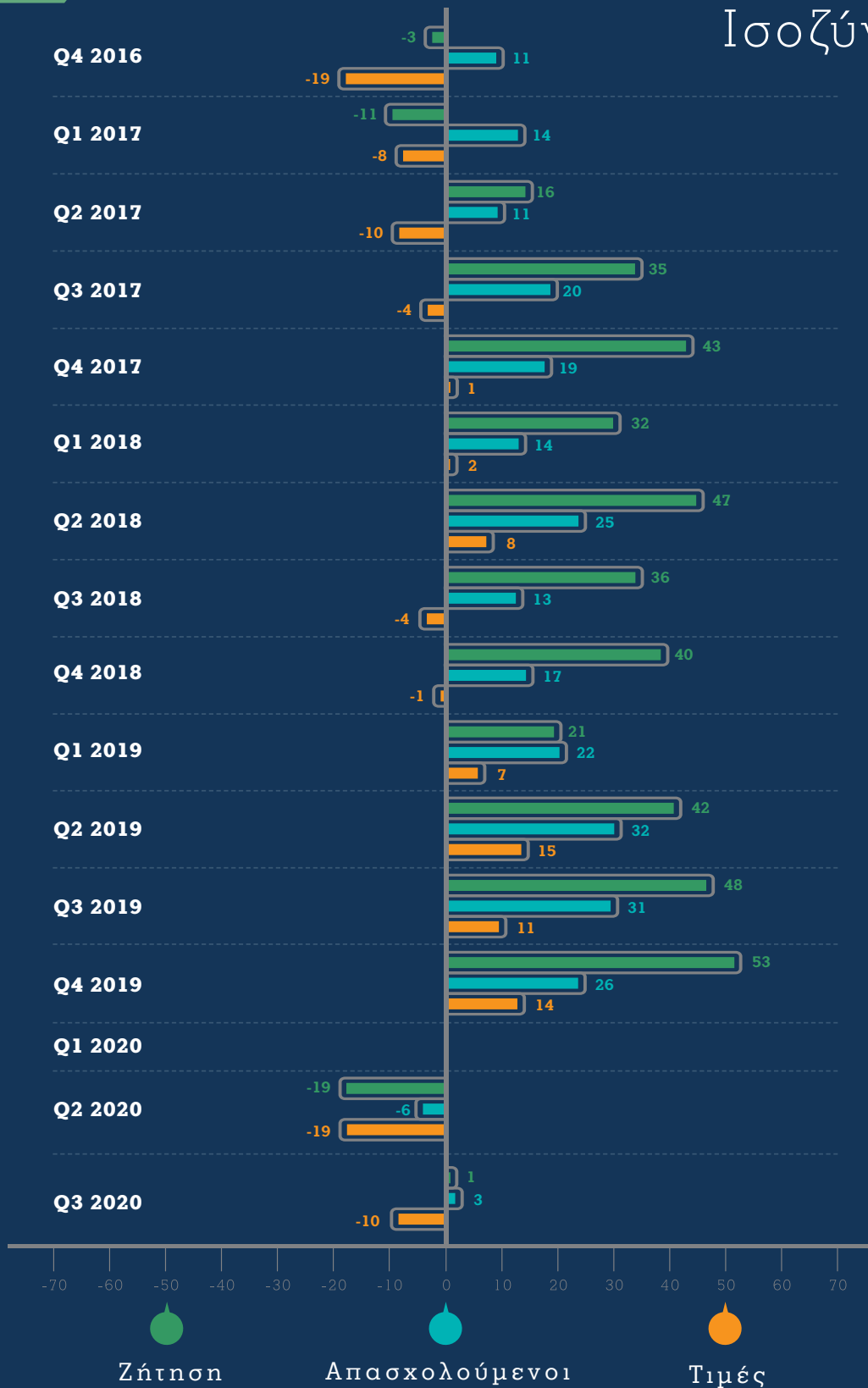
Το **τρίτο 3μηνο** του **2020** (δεύτερο 3μηνο της πανδημίας COVID19) **κλείνει** με **αρνητικές εκτιμήσεις** τόσο σε επίπεδο **επιχείρησης** όσο και σε επίπεδο **κλάδου** (-3 και -17 αντίστοιχα), αλλά **λιγότερο απαισιόδοξα** από το προηγούμενο 3μηνο

Advertisers

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

Ισοζύγιο



Η πίεση στις τιμές προϊόντων και υπηρεσιών παραμένει κατά το τρίτο 3μηνο του 2020 (-10) – η ζήτηση και η απασχόληση ανακάμπτουν έστω και διστακτικά (+1 και +3 αντίστοιχα)

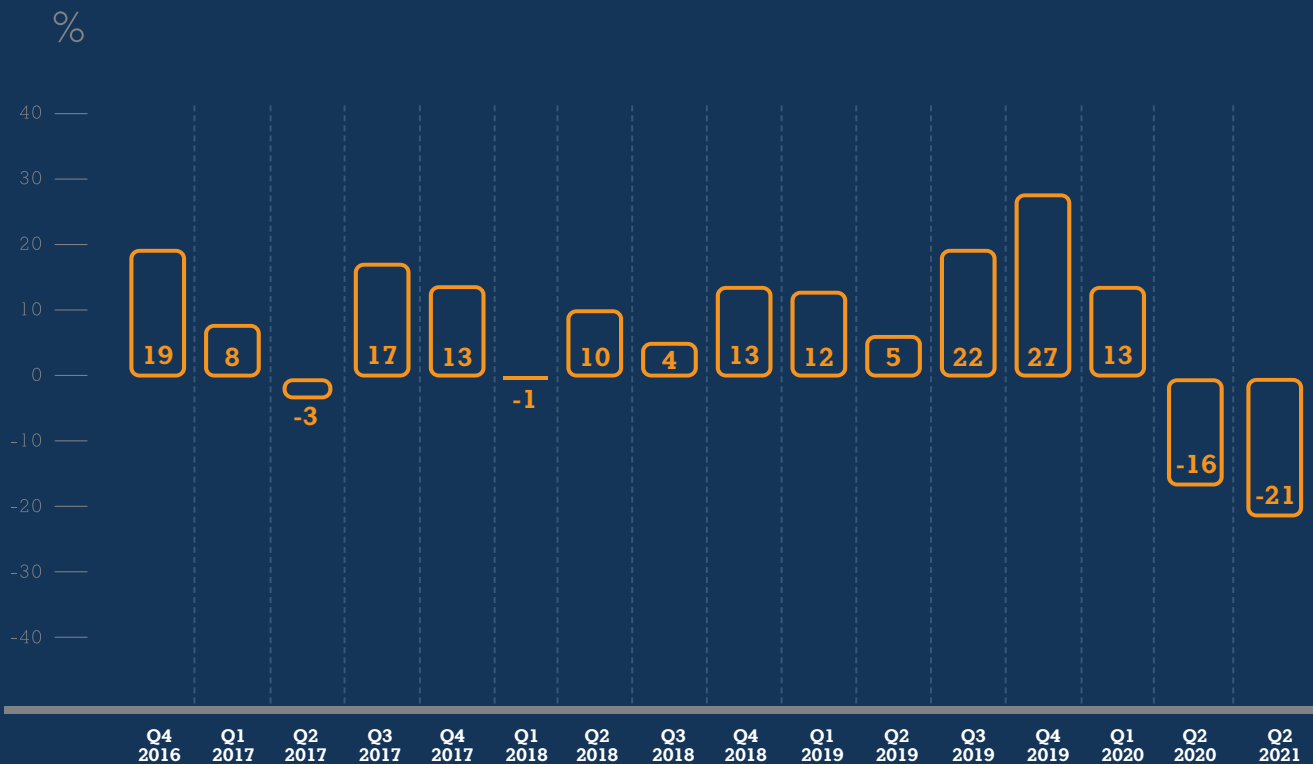


Advertisers

Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



Year to date

Η **τάση μείωσης** των προϋπολογισμών marketing που ενεργοποίησε η πανδημία, εντείνεται στο **τρίτο 3μηνο** του **2020** έτι περαιτέρω, σημειώνοντας **νέο αρνητικό υψηλό** τα τελευταία **5 χρόνια**

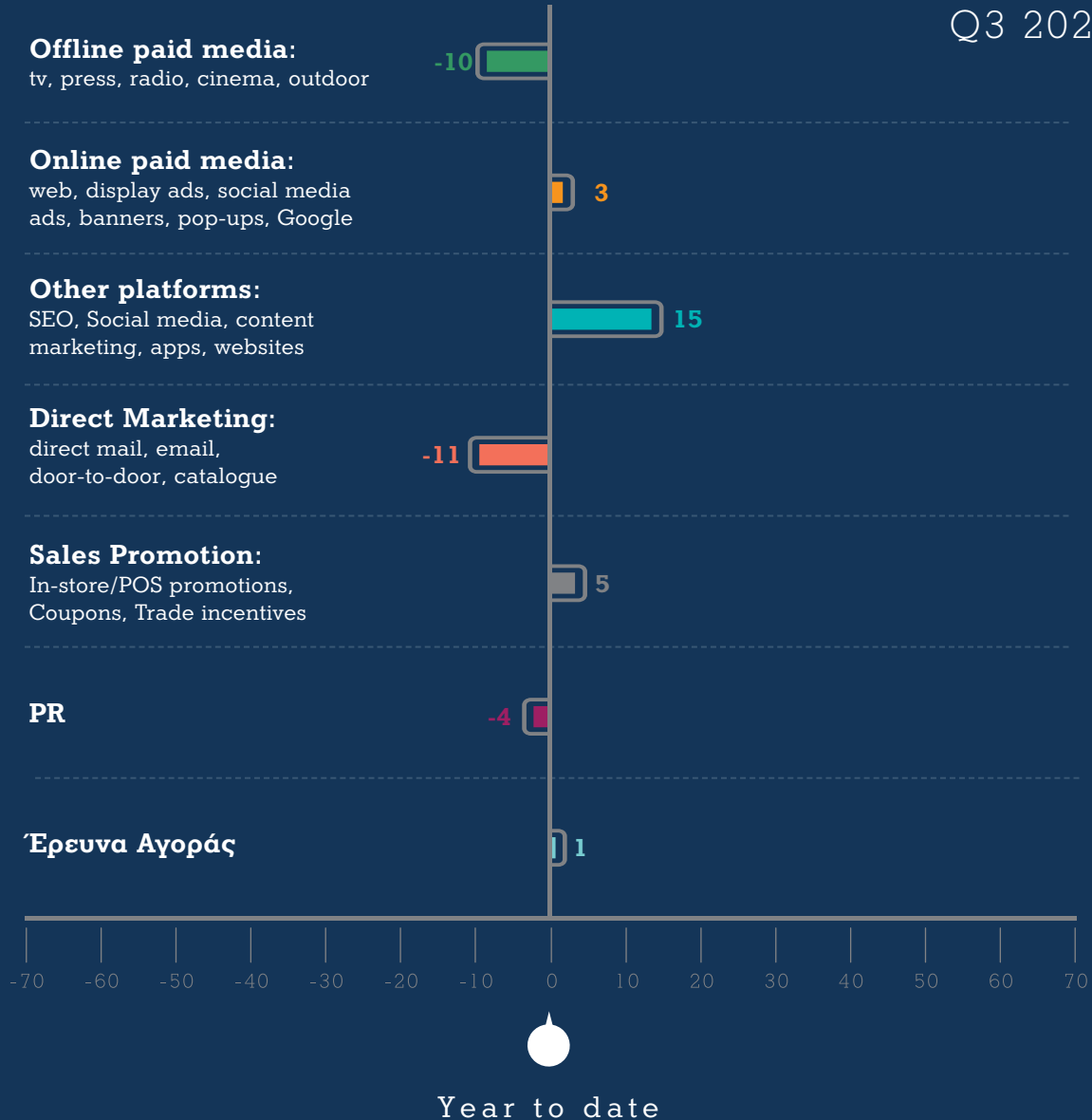


Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

Q3 2020



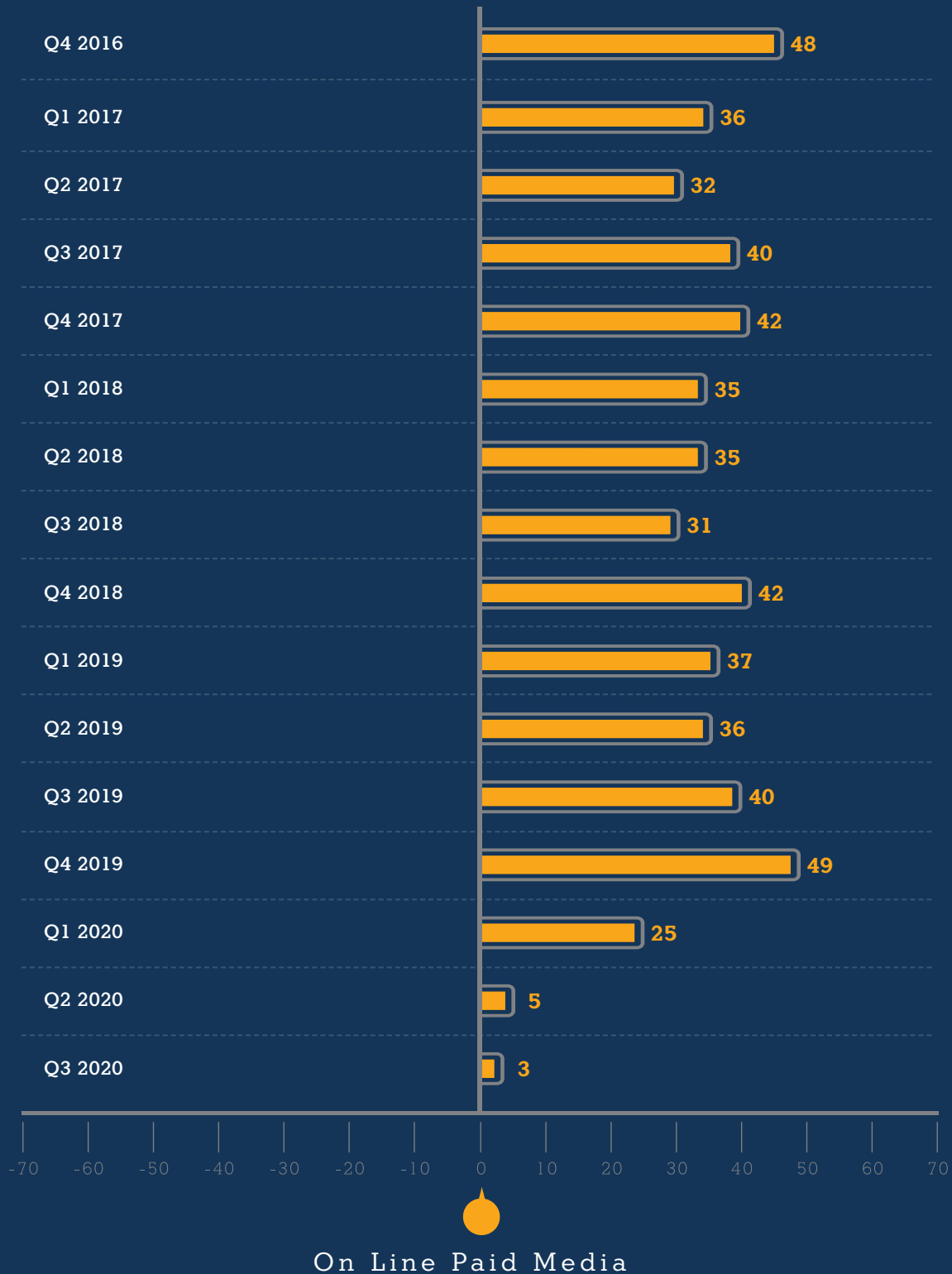
Μέσα στο **κλίμα ύφεσης** του πρώτου 9μήνου του 2020 οι **online ενέργειες** (άμεση επικοινωνία / online paid media και κυρίως αξιοποίηση πλατφορμών και εφαρμογών / other platforms) **συνεχίζουν** να **απορροφούν** το **μεγαλύτερο μέρος** της πρόθεσης για **επένδυση** εκ μέρους των στελεχών της αγοράς (+3 και +15 αντίστοιχα)

Με **εξαιρέση** την **προώθηση προϊόντων** που κινείται **ελαφρά θετικά**, η **εκτίμηση** για όλες τις άλλες **ενέργειες marketing** (offline media, direct marketing, pr) είναι **αρνητική**, κινείται δηλαδή στην κατεύθυνση **μείωσης** της οποίας **επένδυσης**

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

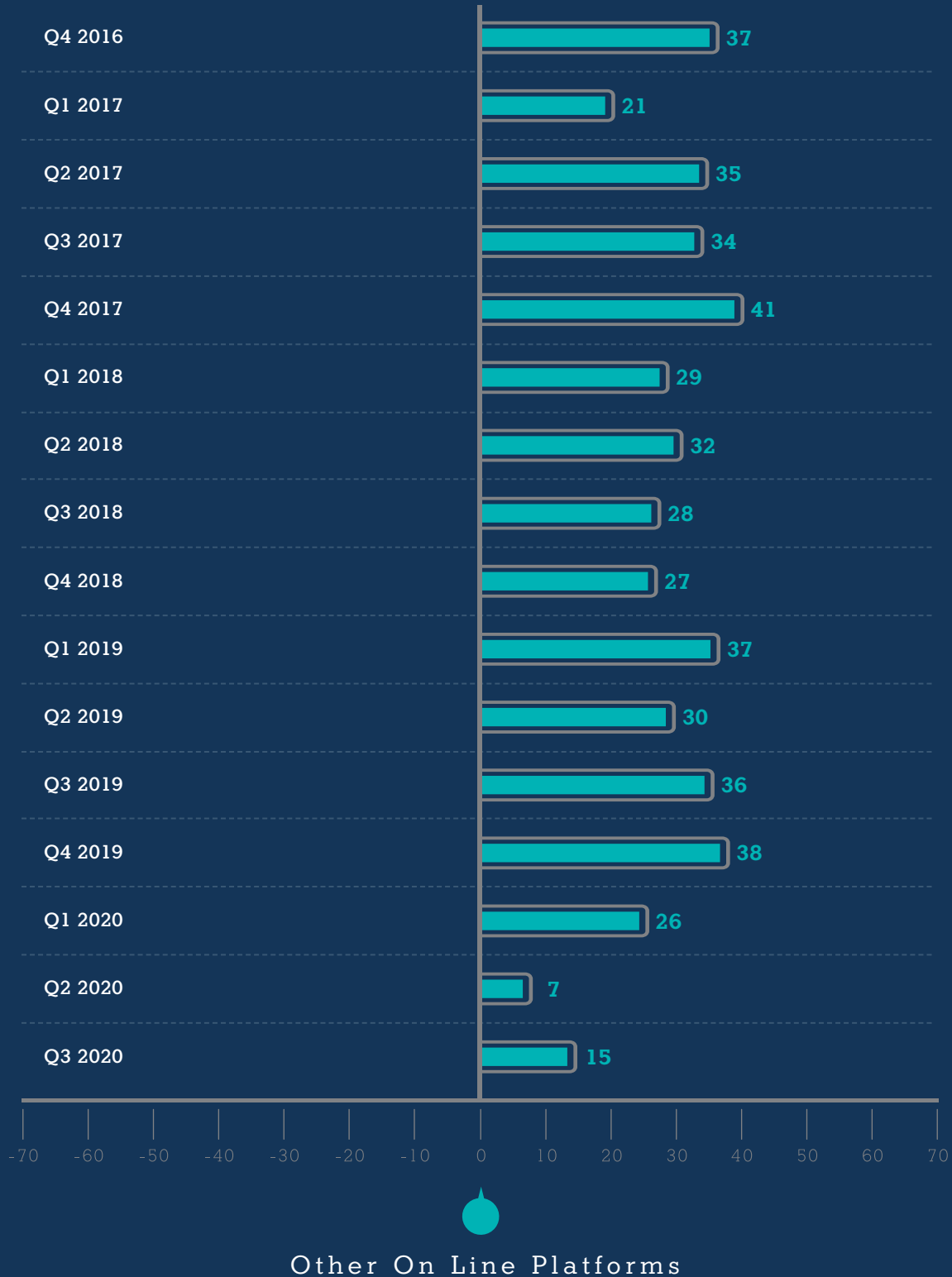


Η **αύξηση** των **προϋπολογισμών** για τα **online media**, που αποτελεί την πιο **σταθερή και ισχυρή τάση** καθ' όλη την διάρκεια της έρευνας, **σχεδόν εξανεμίζεται** την **περίοδο του κορωνοϊού** (+3 για το τρίτο 3μηνο)

Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020



Αντίθετα, η **επένδυση** σε άλλες **ηλεκτρονικές πλατφόρμες**, παρ' ότι **μειωμένη**, δείχνει **σημάδια ανάκαμψης (+15)**



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020



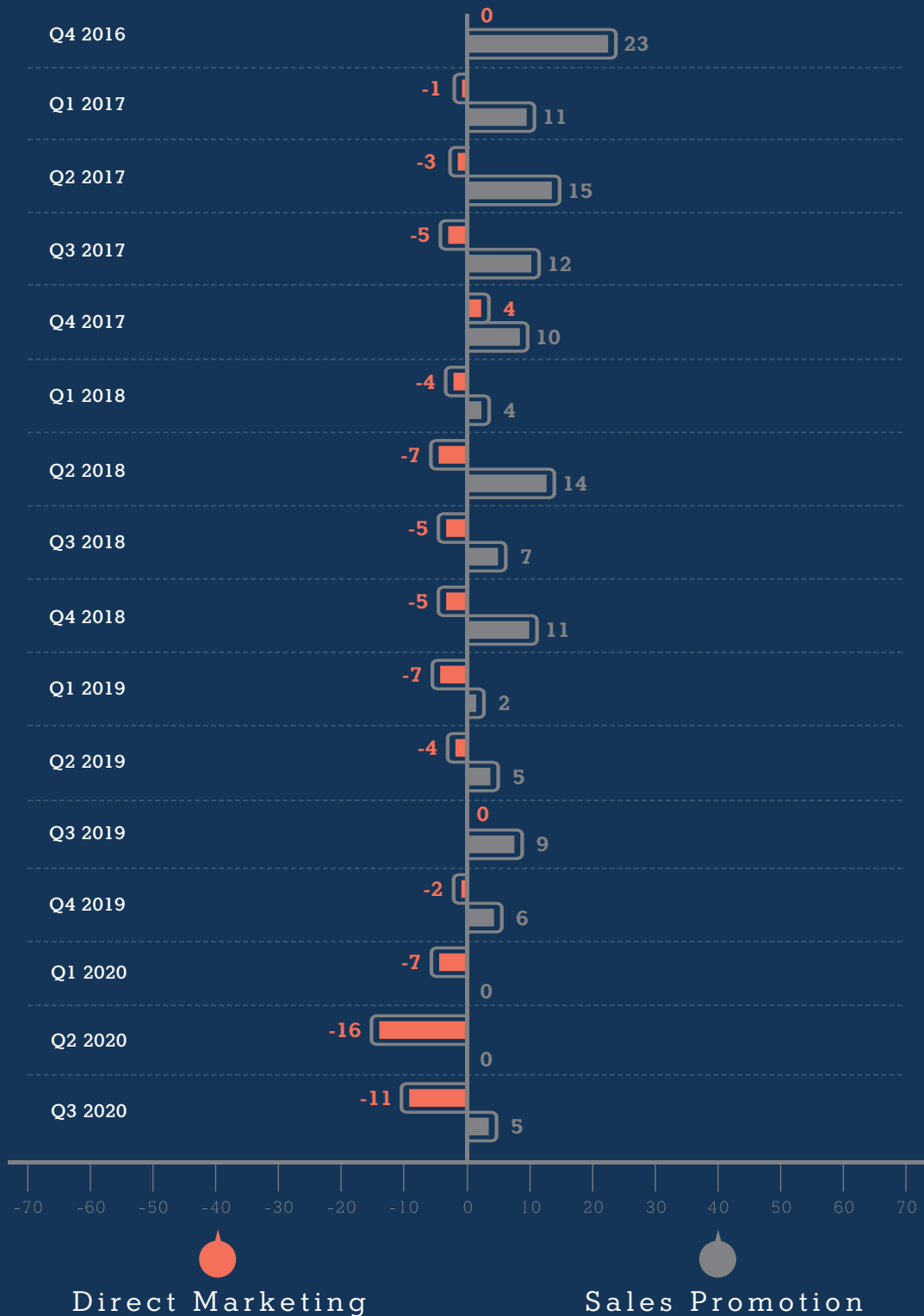
Οι **προϋπολογισμοί των offline media** που κινήθηκαν σε έδαφος σταθεροποίησης μετά τις εκλογές του 2019 και την αλλαγή κυβέρνησης, **πλήττονται βαριά** από την πανδημία και επανέρχονται σε **έντονη τάση μείωσης (-10 για το τρίτο 3μηνο)**



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020



Το ενδιαφέρον για **direct marketing**, που διαχρονικά βαίνει μειούμενο, **μειώνεται ακόμη** αποφασιστικότερα την περίοδο της πανδημίας (-11 για το τρίτο 3μηνο)

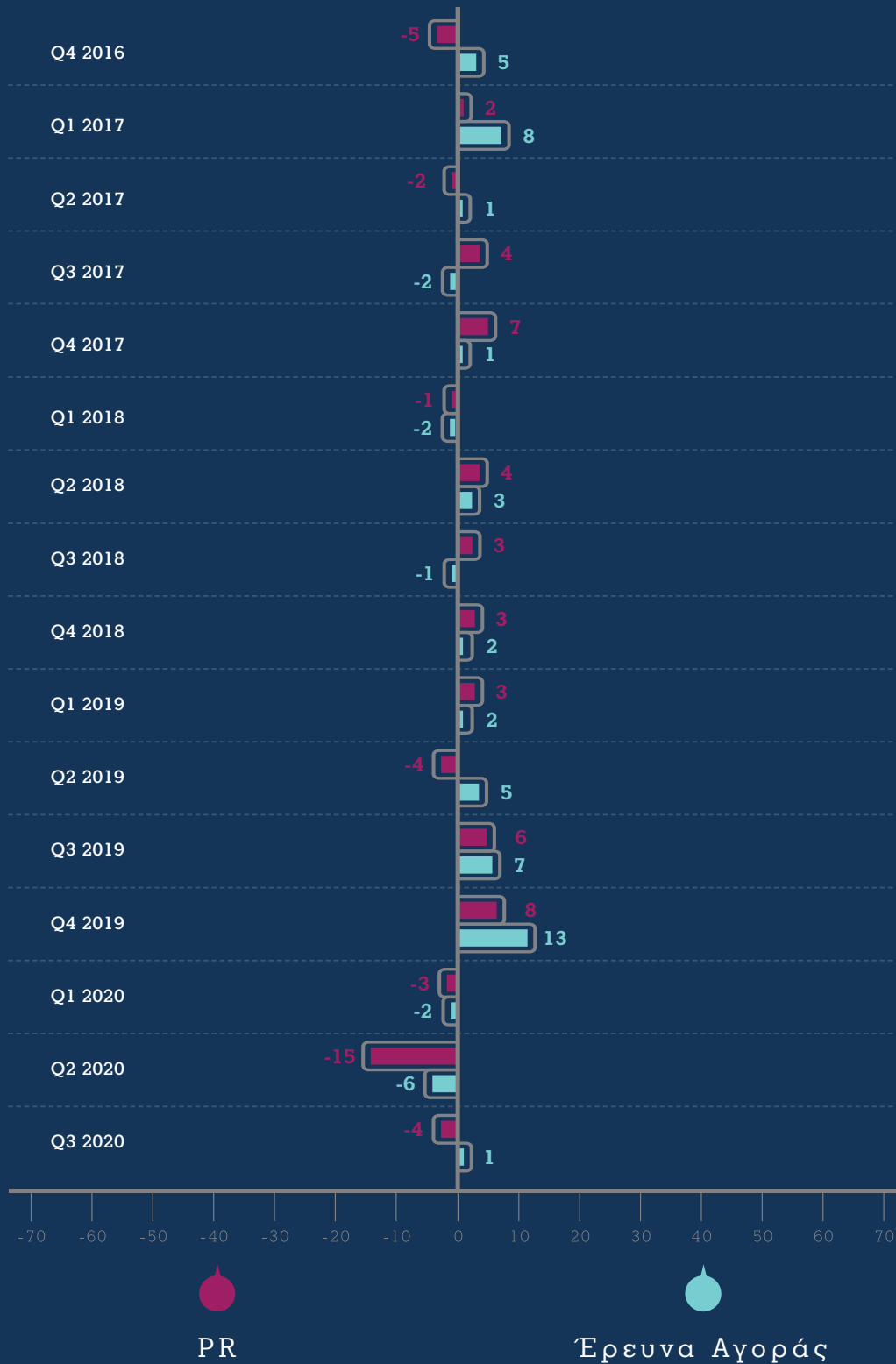
Οι **προϋπολογισμοί** για προώθηση πωλήσεων δείχνουν **σημεία ανάκαμψης (+5)** σε ένα κατά τα άλλα πολύ **επιφυλακτικό 3μηνο**, υποδεικνύοντας πιθανώς μεταφορά πόρων σε πιο **βραχυπρόθεσμες κινήσεις** με (δυσνητικά) πιο **άμεσο αποτέλεσμα** στις πωλήσεις



Advertisers

Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020



Οι **προϋπολογισμοί** για **PR** αναφέρονται **πρωτικοί** από την **αρχή** του 2020. Διαφαίνεται πάντως μία **τάση συγκράτησης** της **πώσης** κατά το **τελευταίο τρίμηνο (-3)** μετά την **μεγάλη πώση** του **δεύτερου τριμήνου**

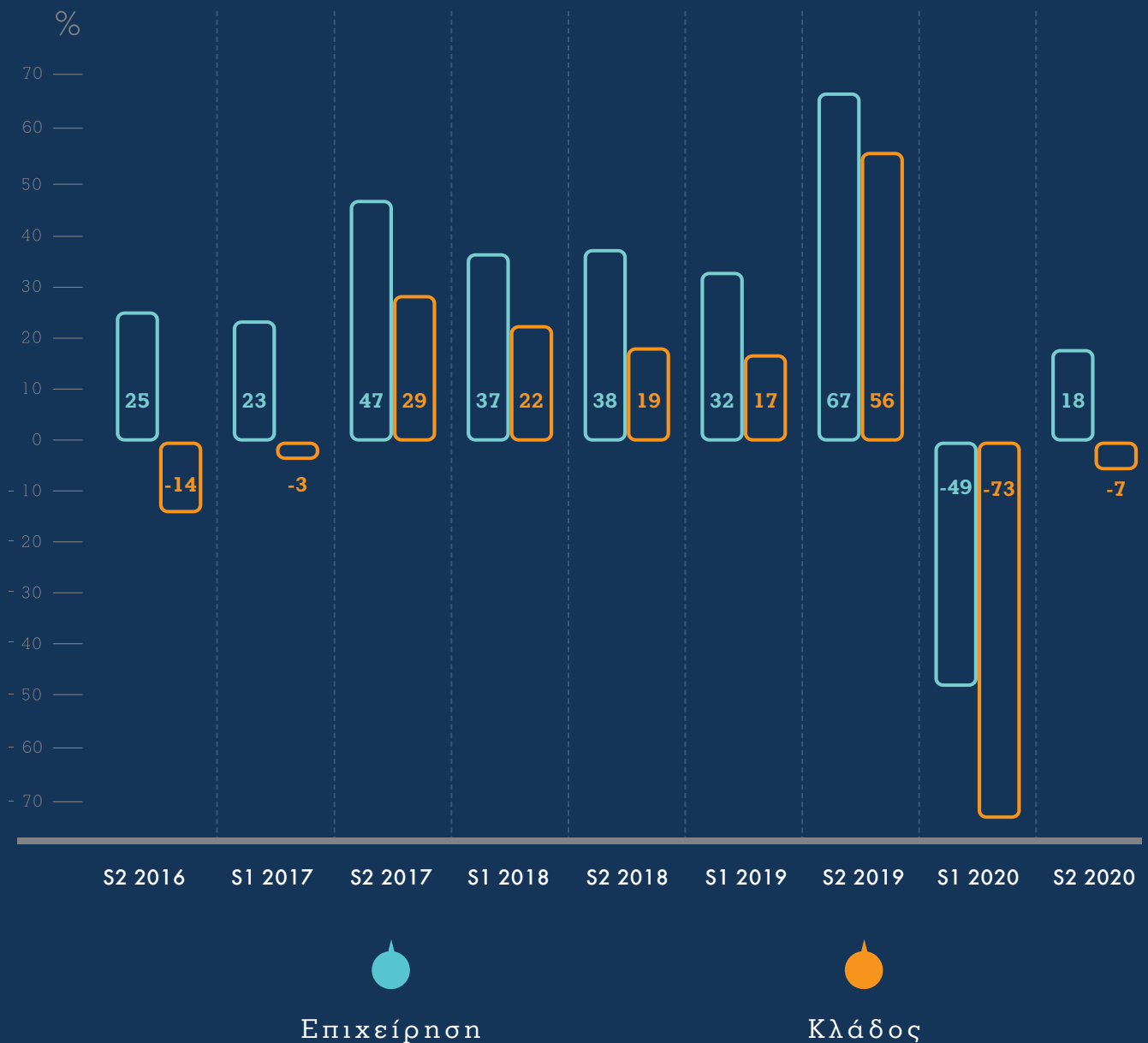
Οι **προϋπολογισμοί** για **έρευνα αγοράς** που γνώρισαν **άνθηση** το 2019, επανέρχονται σε επίπεδα **σταθερότητας (+1)** μετά την **μείωση** του **πρώτου δμήνου**



Agencies

Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020



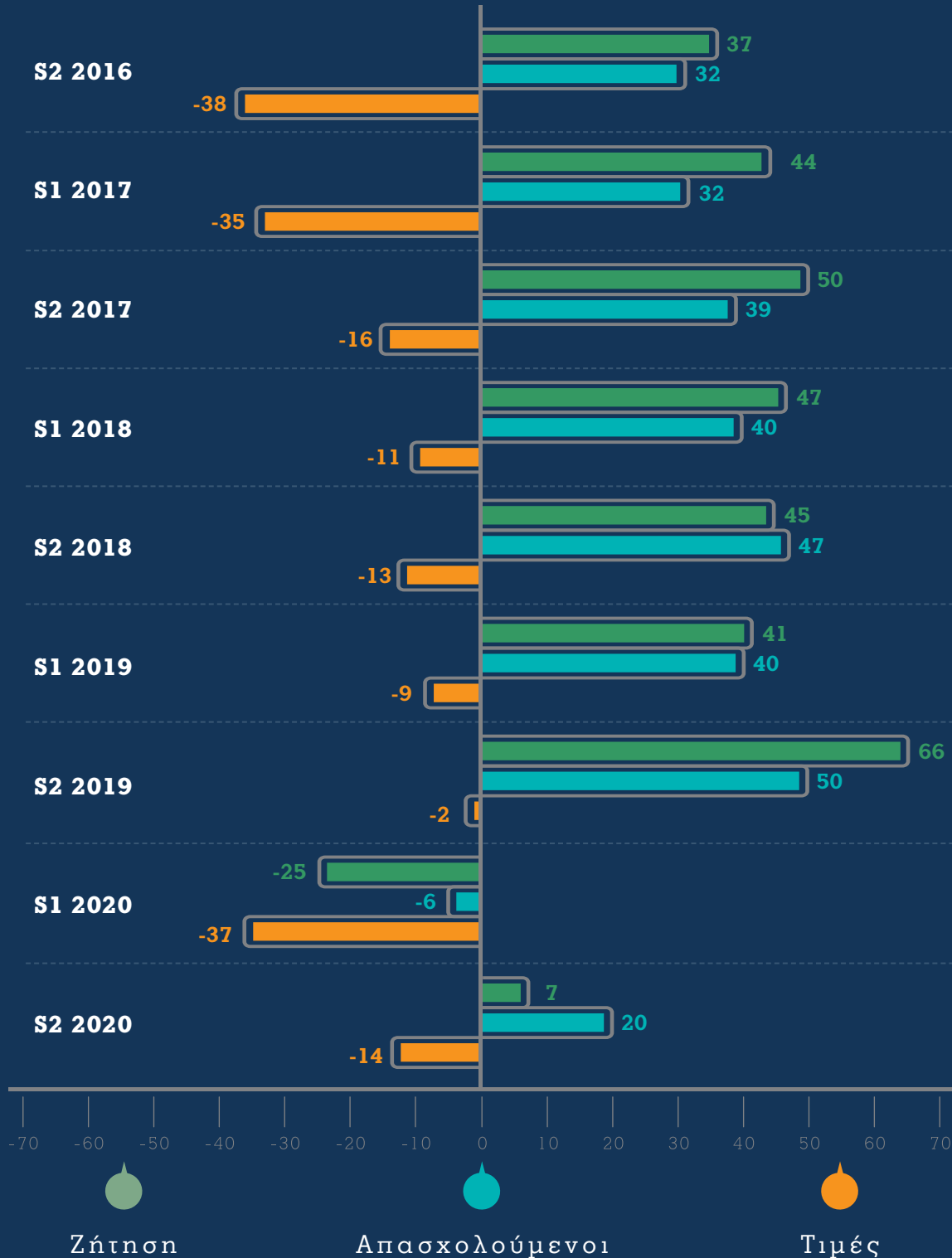
Μετά από ένα ιδιαίτερα αισιόδοξο 2ο εξάμηνο το 2019 και την πλήρη αντιστροφή του κλίματος κατά το πρώτο 6μηνο του 2020, οι εκτιμήσεις των στελεχών της διαφημιστικής αγοράς επανέρχονται σε θετικό έδαφος για την πορεία της **επιχείρησής** τους (+18) αλλά παραμένουν **ελαφρά αρνητικές** σε σχέση με την πορεία του **κλάδου** γενικότερα (-7)

Agencies

Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

Ισοζύγιο



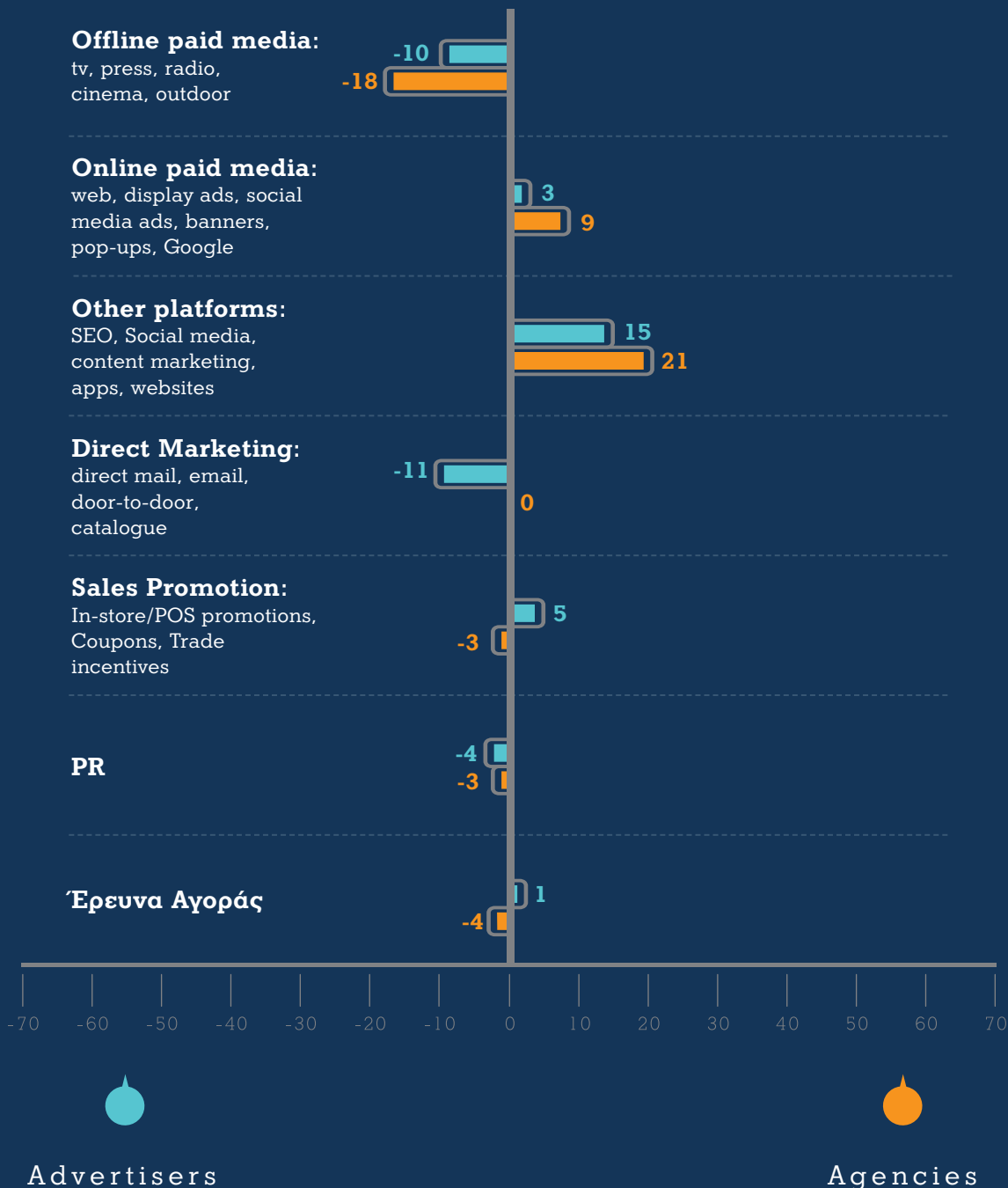
Η **ζήτηση** και η **απασχόληση** επανέρχονται σε **θετικό έδαφος** για τις **διαφημιστικές εταιρείες** (+7 και +20 αντίστοιχα), ενώ **οι εκτιμήσεις** τους για τις **αμοιβές** παραμένουν **απαισιόδοξες** (-14)



Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

S2 2020



Οι διαφημιστές συμφωνούν με τους διαφημιζόμενους όσον αφορά την **τάση υπέρ των online ενεργειών** (media και πλατφόρμες)

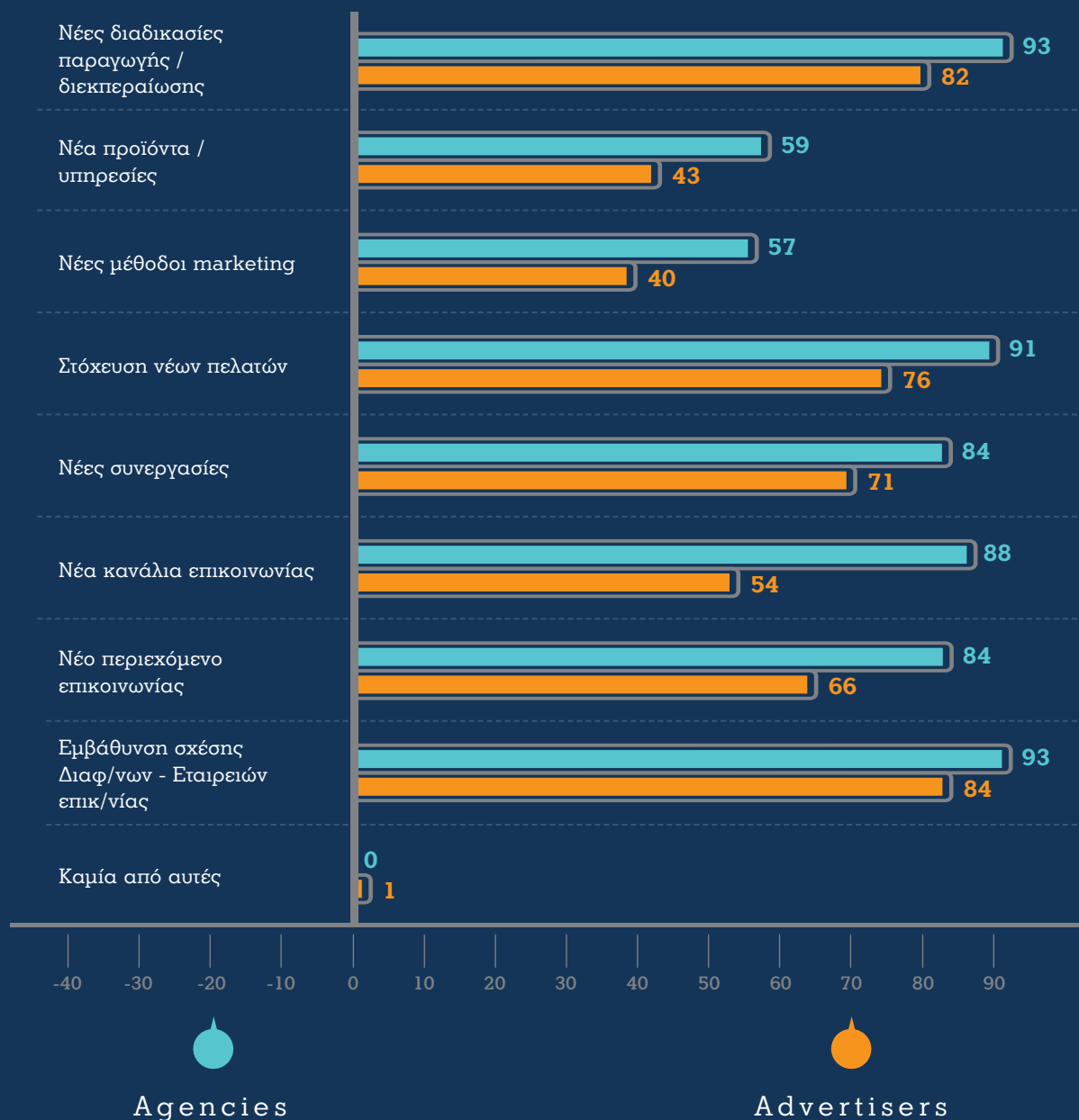
Πιο **απαισιόδοξοι** από τους πελάτες τους εμφανίζονται οι **διαφημιστές** σε σχέση με τα **offline media**, τις **προωθητικές ενέργειες** και την **έρευνα αγοράς**



Εισαγωγή καινοτομιών λόγω COVID-19

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

COVID19



Τόσο οι **διαφημιζόμενοι** όσο και οι **εταιρείες επικοινωνίας** **εισήγαγαν καινοτομίες** προκειμένου να **ανταπεξέλθουν** στην **κρίση** του **COVID-19** σχεδόν στο σύνολό τους

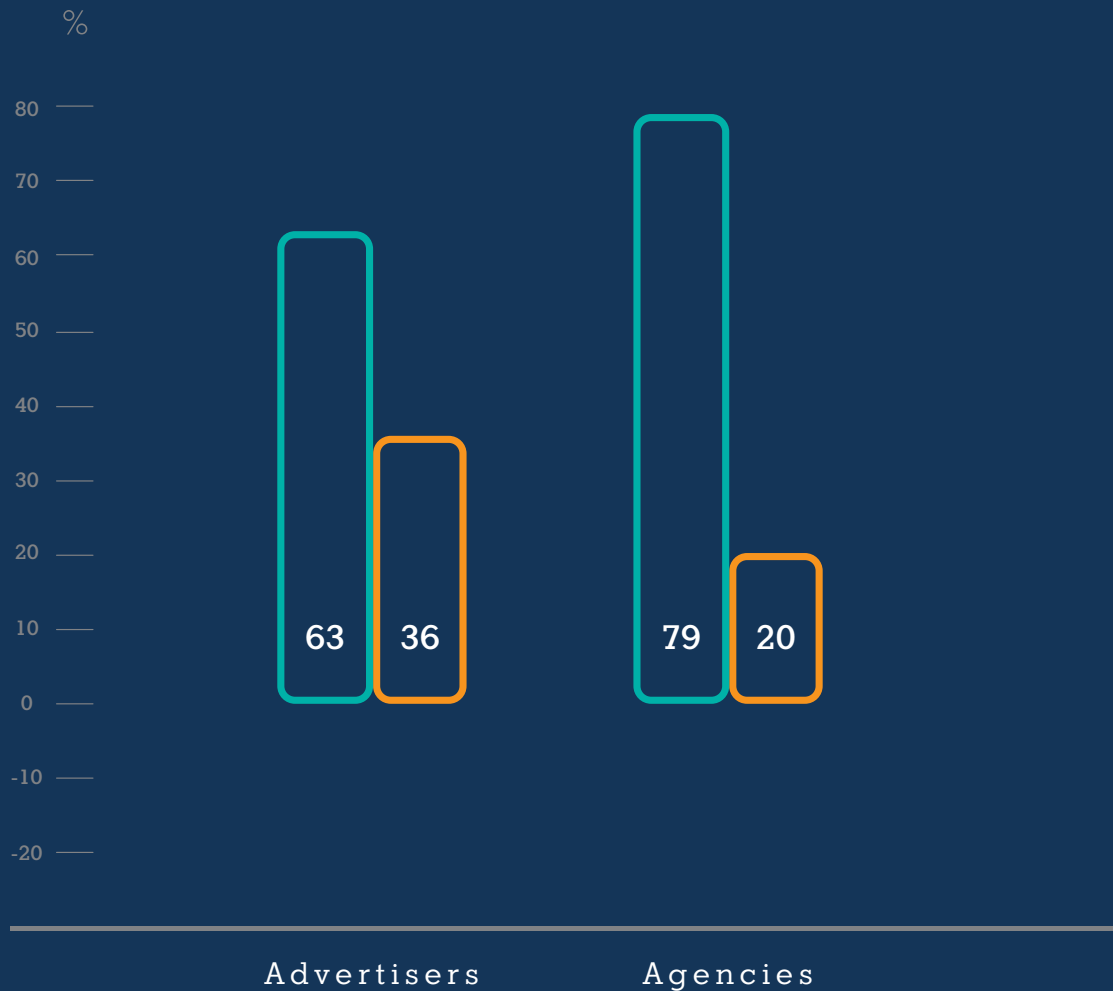
Τόσο οι **διαφημιζόμενοι** όσο και οι **διαφημιστές** **έδωσαν έμφαση** κυρίως σε **διαδικασίες παραγωγής**, επικοινωνία και πωλήσεις υπαρχόντων προϊόντων / υπηρεσιών – **λιγότερο** σε **νέα προϊόντα** και **νέες μεθόδους marketing**

Κεντρικό ρόλο **παίζει** και για τους δύο η **εμβάθυνση** των **μεταξύ τους σχέσεων**, ενώ οι **διαφημιζόμενοι** **αναζητούν** με **έμφαση** και **νέα κανάλια επικοινωνίας**

Χαρακτήρας προσαρμογών / καινοτομιών

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

COVID 19



Κυρίως μόνιμες

Κυρίως παροδικές

Οι **αλλαγές / καινοτομίες** που εισήχθησαν έχουν περισσότερο **μόνιμο** παρά **παροδικό** χαρακτήρα

Ιδίως οι **εταιρείες επικοινωνίας** δηλώνουν ότι **υιοθέτησαν πρακτικές** που σκοπεύουν να **διατηρήσουν** και **ανεξάρτητα** από την πανδημία (**79%**)

FORECOMM_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

ΙΕ' Κύμα | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020 - Q3 2020

