

Αποτελέσματα έρευνας

# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS

ΙΖ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021 - Q1 2021

Ετοιμάστηκε για την



από την



Η **FORECOMM\_s** είναι μια έρευνα οικονομικού κλίματος που εστιάζει

- αφ' ενός στις **εκτιμήσεις στελεχών 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 επικ/νίας

## ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

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

## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

ΑΝΑ ΚΥΜΑ n ~ 150  
ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΚΥΜΑ  
**n = 155**

## 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)

# 2021

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΔΕΙΓΜΑ
2021 Q1	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021 - Q1 2021	n = 155

## ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

ΚΥΜΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΔΕΙΓΜΑ
2020 Q4	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2021 - Q4 2020	n = 151
2020 Q3	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020 - Q3 2020	n = 158
2020 Q2	ΙΟΥΛΙΟΣ 2020 - Q2 2020	n = 170
2020 Q1	ΔΕΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΜΕΤΡΗΣΗ λόγω πανδημίας COVID19	
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 2018	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



## 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

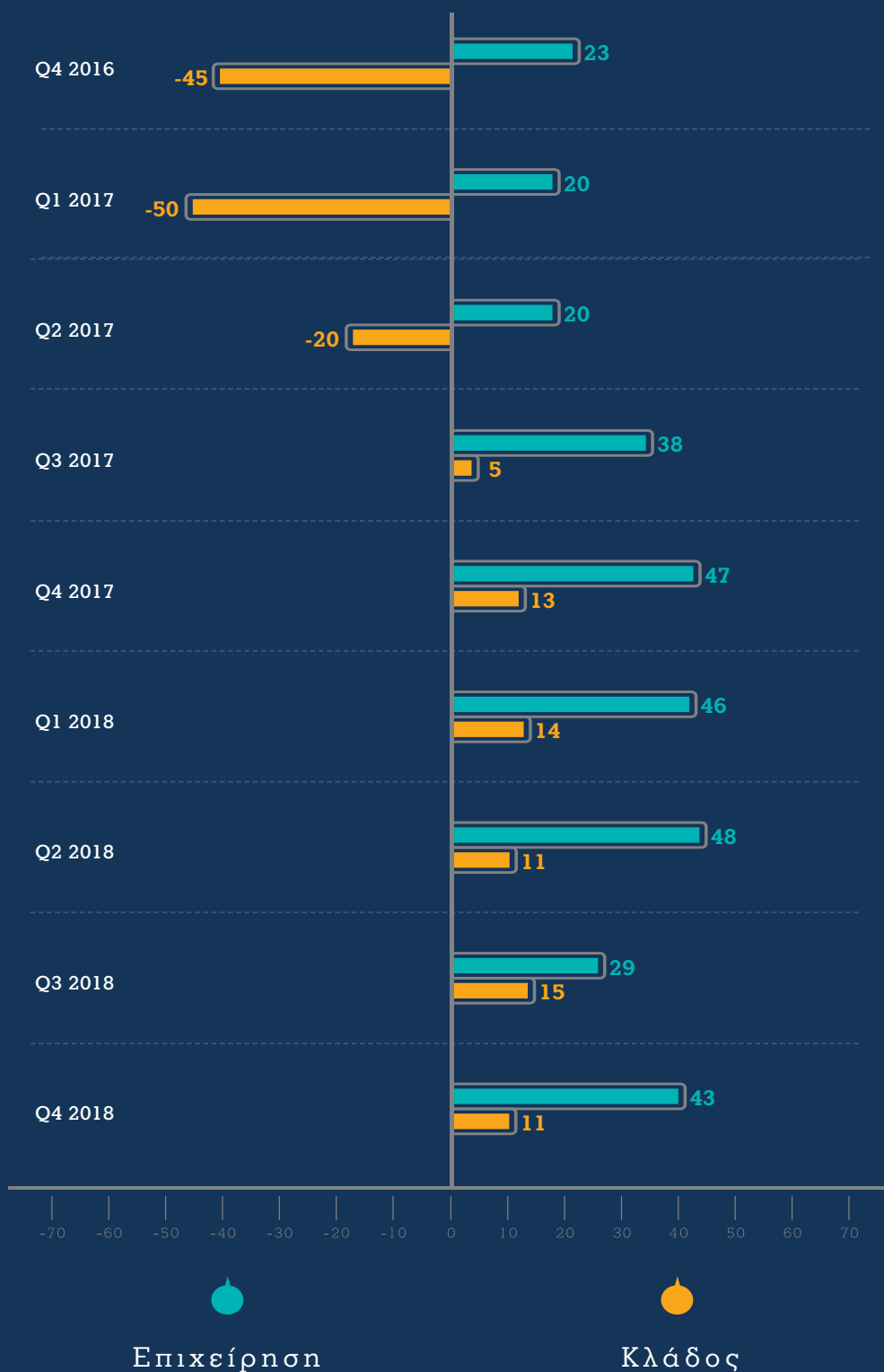
## ΙΣΟΖΥΓΙΟ

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

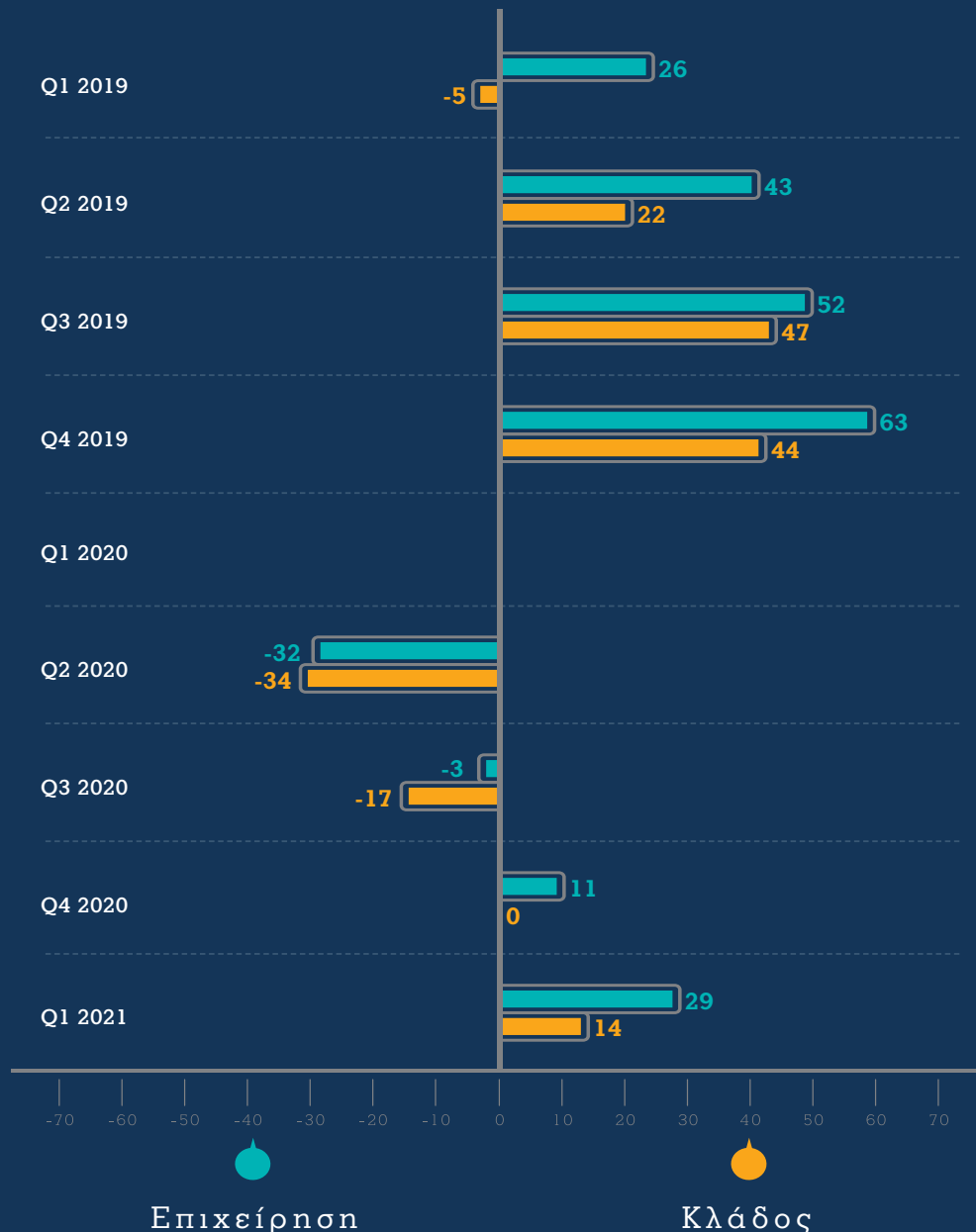
2016 ΕΩΣ 2018  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



# Advertisers

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης

ΣΗΜΕΡΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ 2019  
 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ VS ΚΛΑΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



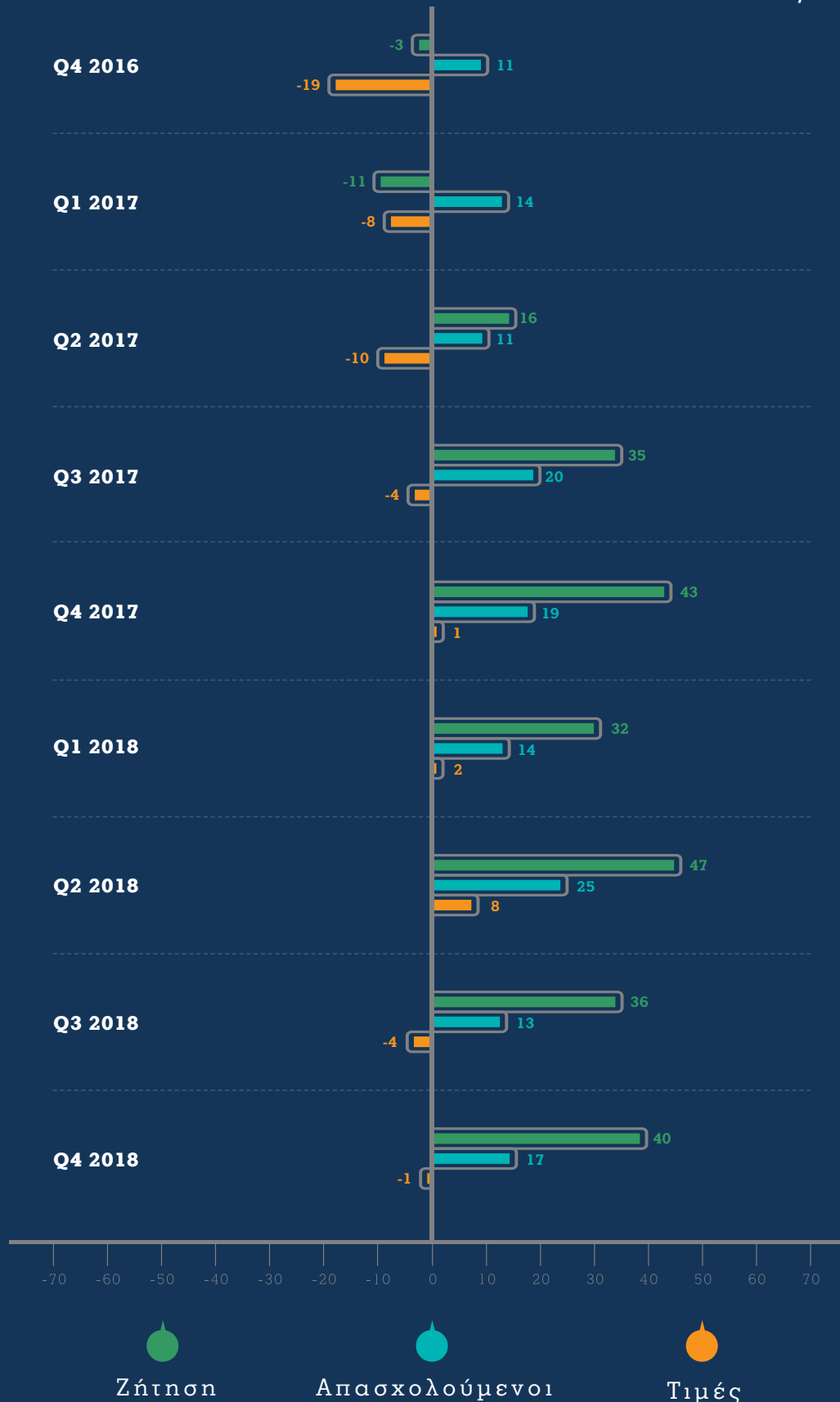
Μετά από **12 μήνες πανδημίας COVID19** οι **δύο δείκτες** επανέρχονται σε **ελαφρά θετικό επίπεδο** δημιουργώντας πιθανώς ένα νέο σημείο **εκκίνησης ανάκαμψης**, αντίστοιχο με αυτό των αρχών του **2019** όταν ο πολιτικός κύκλος της κρίσης των μνημονίων έδειχνε να φτάνει στο τέλος του. Η **διατήρηση** και η **ορμή** αυτού του κύματος θα κρίνει αν και πόσο γρήγορα θα **αναπληρωθεί ο χαμένος χρόνος**

# Advertisers

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

Ισοζύγιο



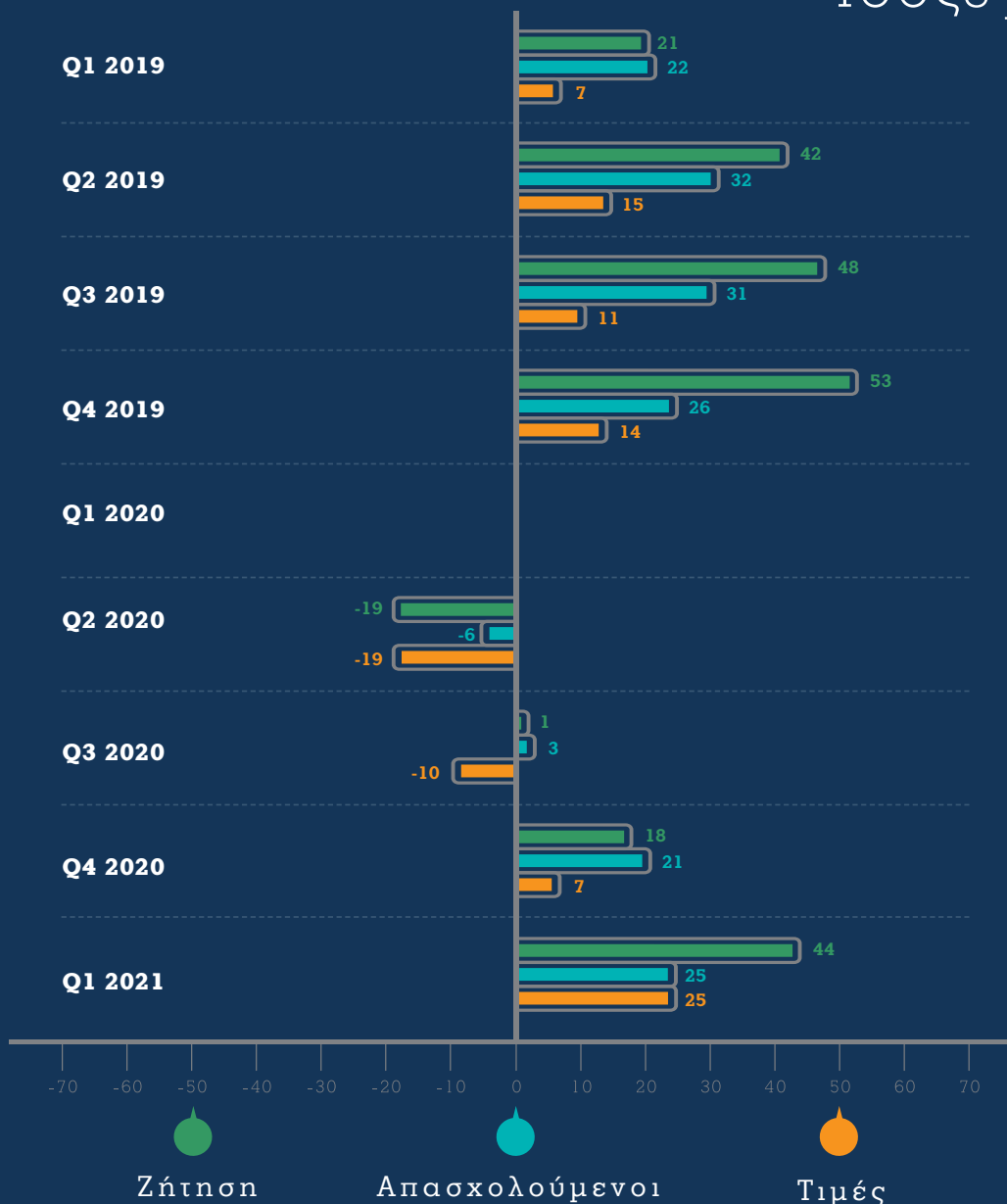


# Advertisers

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ.2

Ισοζύγιο



### ΖΗΤΗΣΗ

**Επαναφορά σε θετικά επίπεδα αντίστοιχα με αυτά της επανάκαμψης του 2019**

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

**Η αισιοδοξία επανέρχεται - το πρώτο 3μηνο του 2021 κινείται στα μέσα επίπεδα του 2019**

### ΤΙΜΕΣ

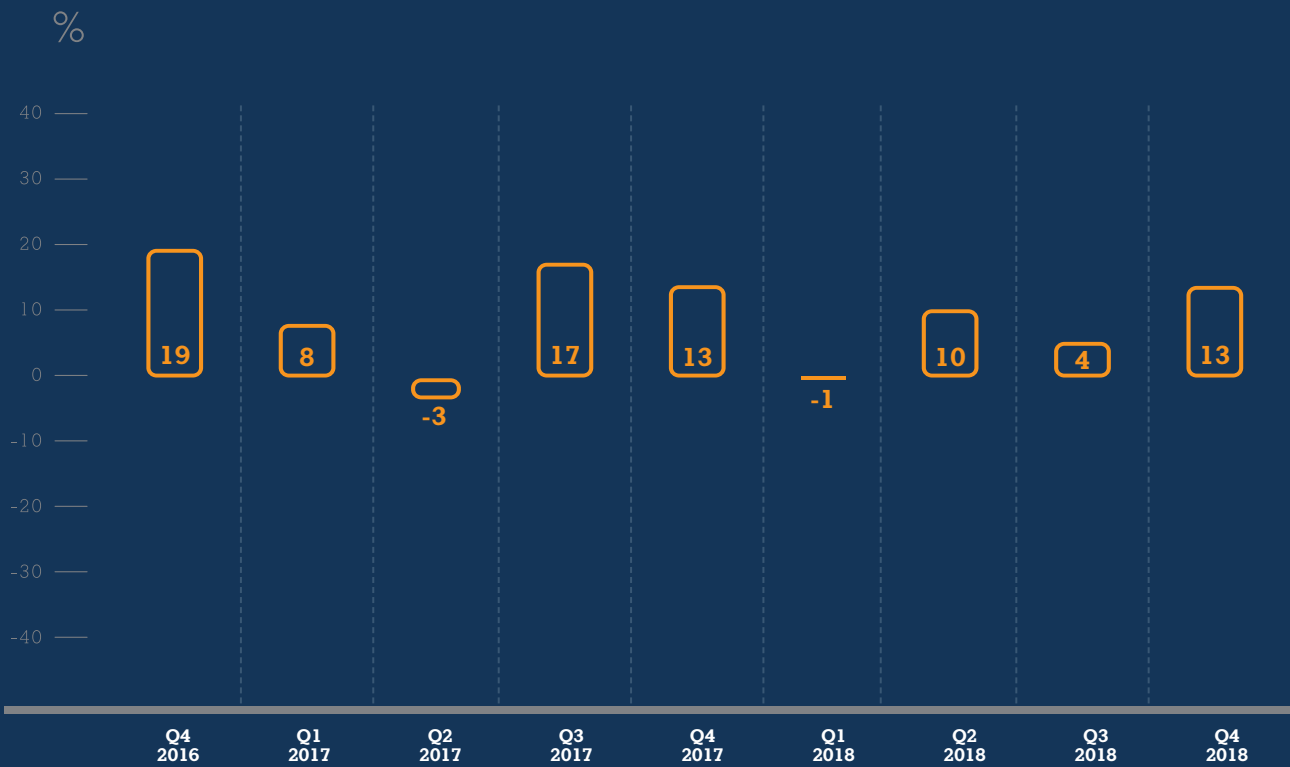
**Αυξητικές εκτιμήσεις σε επίπεδα ρεκόρ από την αρχή της μέτρησης το 2016**

**ΣΥΝΟΛΙΚΑ:** Οι **διαφημιζόμενοι** φαίνονται να «**παίρνουν θέση**» για μια **ταχεία έξοδο** από την **κρίση της πανδημίας**, έτοιμοι να πιάσουν το νήμα από εκεί που το άφησαν στην αρχή του **2020**

# Advertisers

## Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.1

### ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

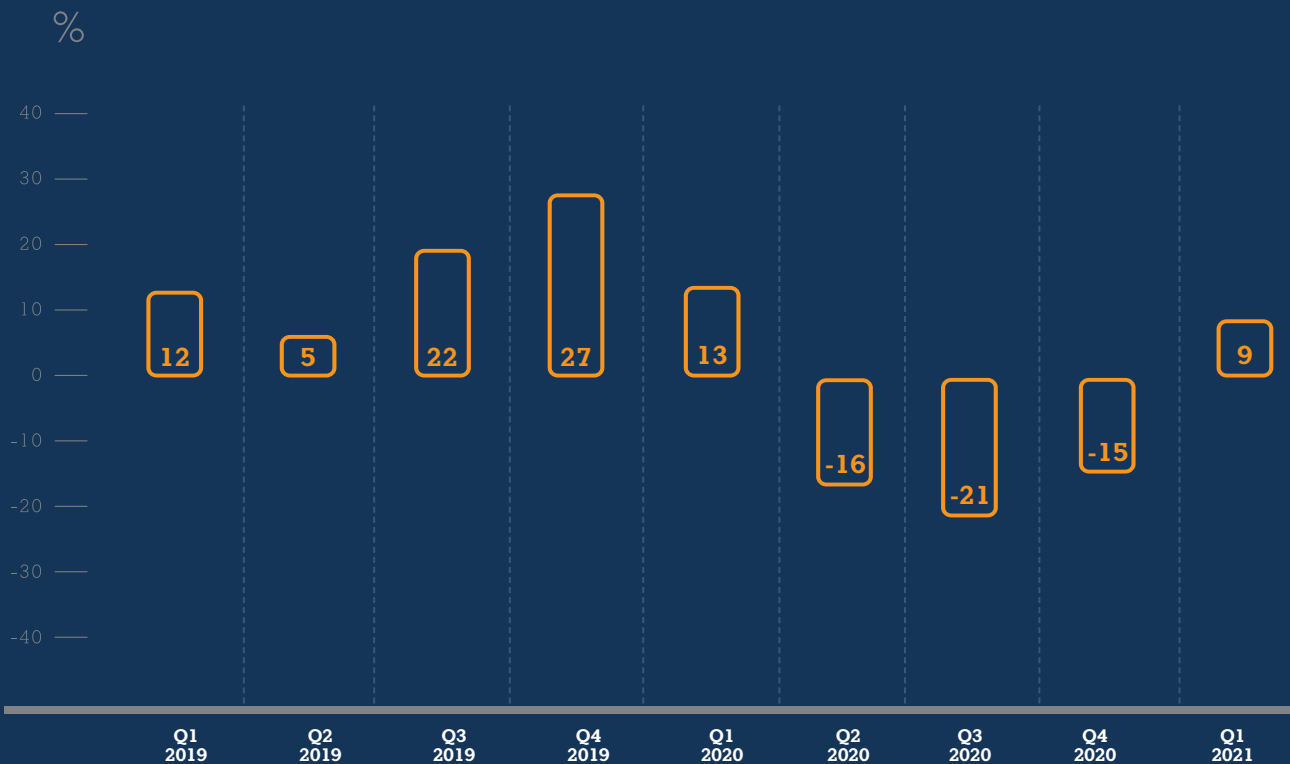


Year to date

# Advertisers

## Συνολικοί προϋπολογισμοί ενεργειών marketing Σελ.2

### ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ vs ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ



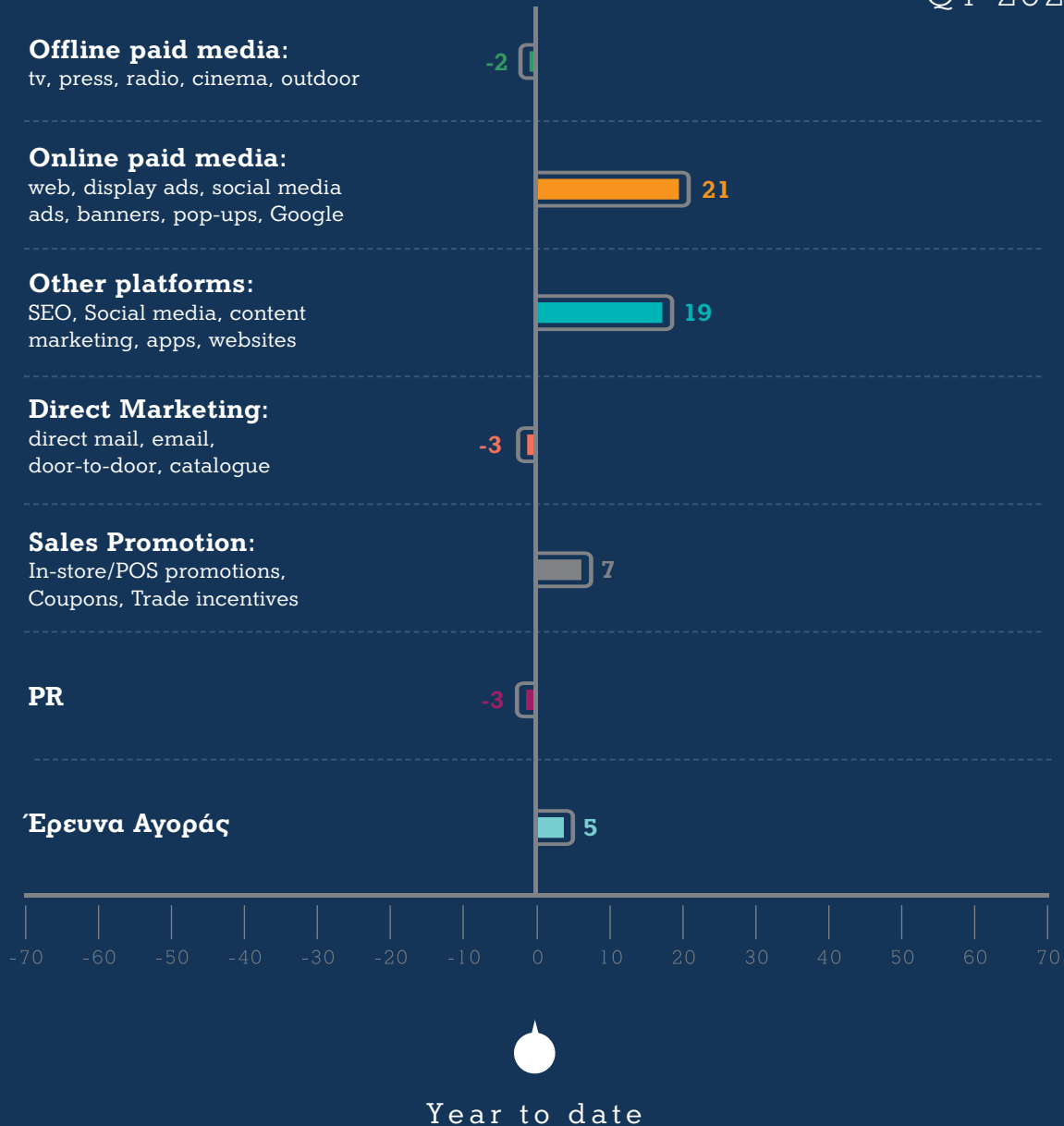
Year to date

Σύμφωνα με τα **στελέχη των διαφημιζομένων**, η **τάση μείωσης των προϋπολογισμών marketing** που επικράτησε το **2020**, **αντιστρέφεται στο πρώτο 3μηνο του 2021 (+9)**

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

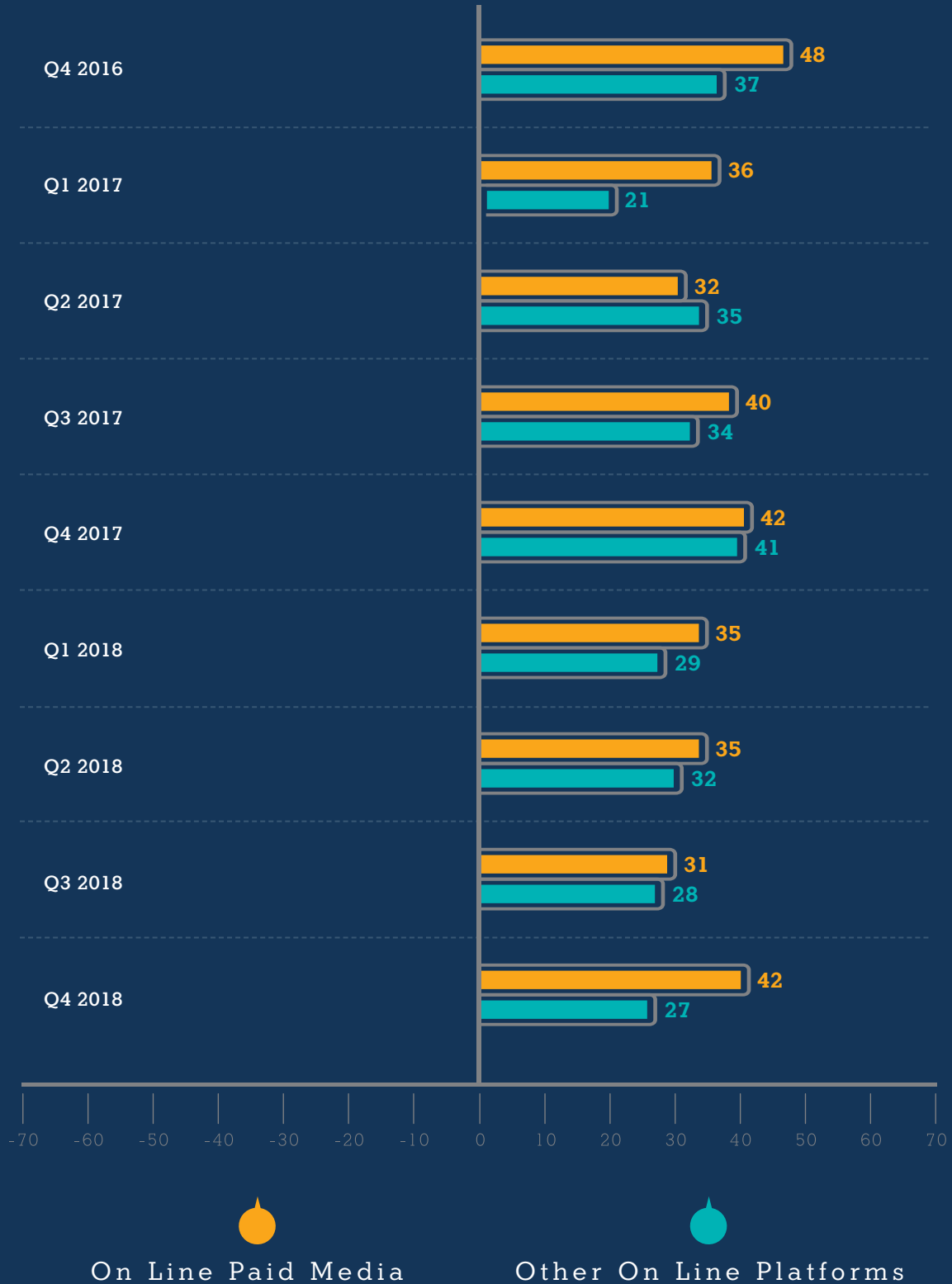
Q1 2021



Η ελαφριά αύξηση των προϋπολογισμών marketing εστιάζει, πέρα από τις **online ενέργειες**, στην **προώθηση πωλήσεων (+7)** και την **έρευνα αγοράς (+5)**

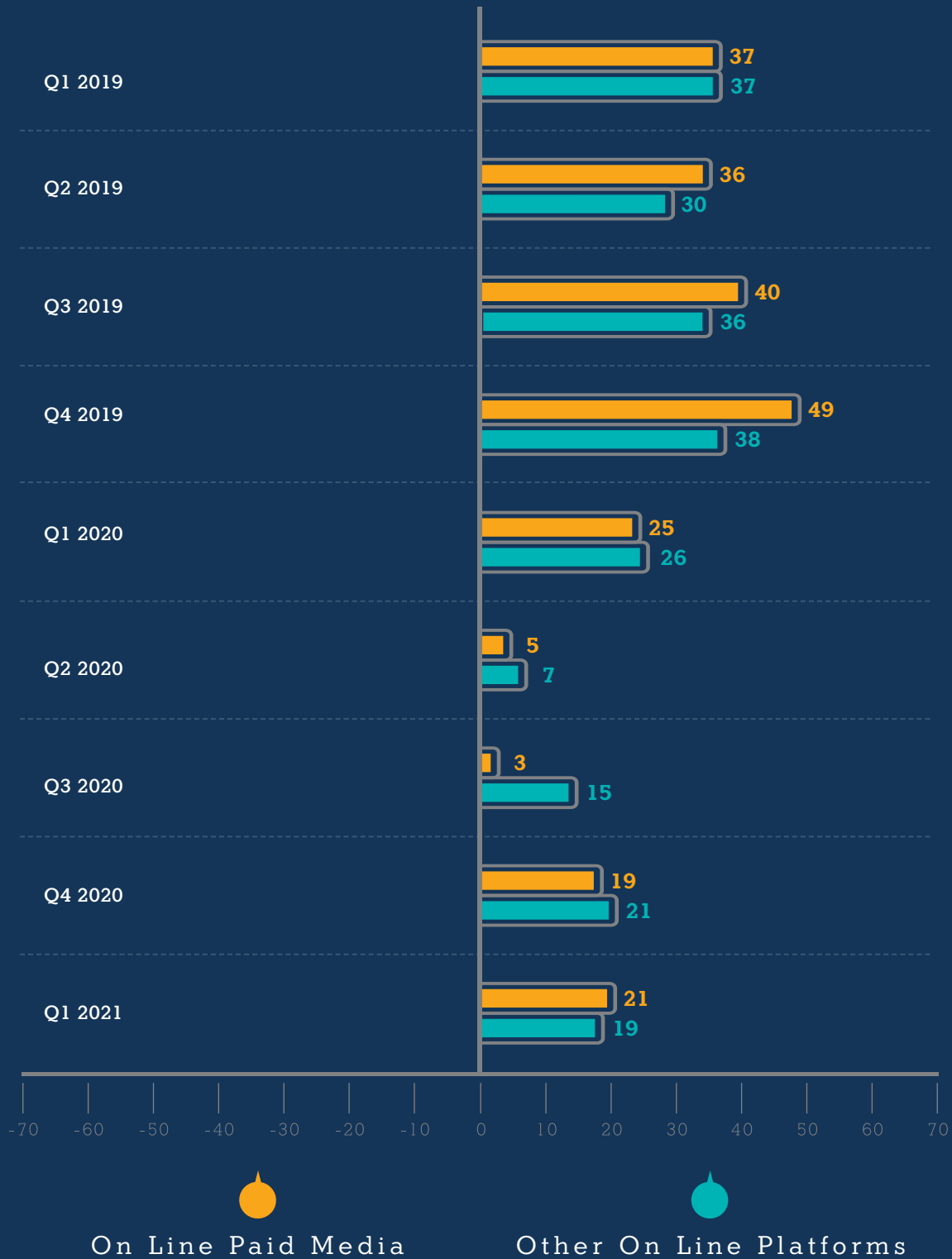
# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.1



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια Σελ.2



Η **αύξηση** των **προϋπολογισμών** για τις **online ενέργειες**, που αποτελεί την πιο **σταθερή** και **ισχυρή τάση** καθ' όλη την διάρκεια της έρευνας, **σχεδόν εξανεμίσθηκε** στην **αρχή της πανδημίας** και φαίνεται να **σταθεροποιείται** στην **αρχή του 2021**

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

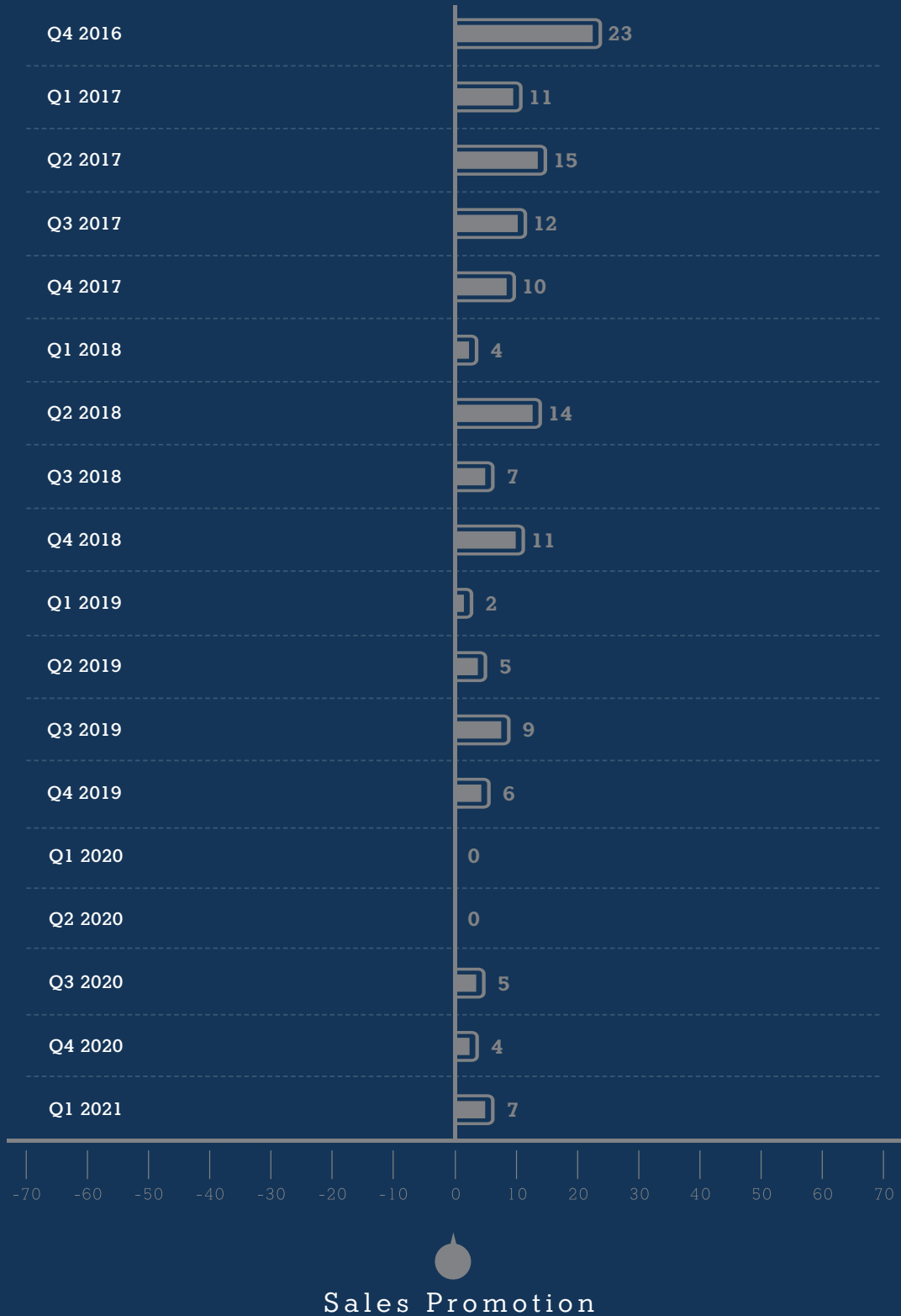


Η πτωτική τάση για τους προϋπολογισμούς των **offline media** συνεχίζει να φρενάρει και μπαίνει σταδιακά σε **ουδέτερο έδαφος (-2)**



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

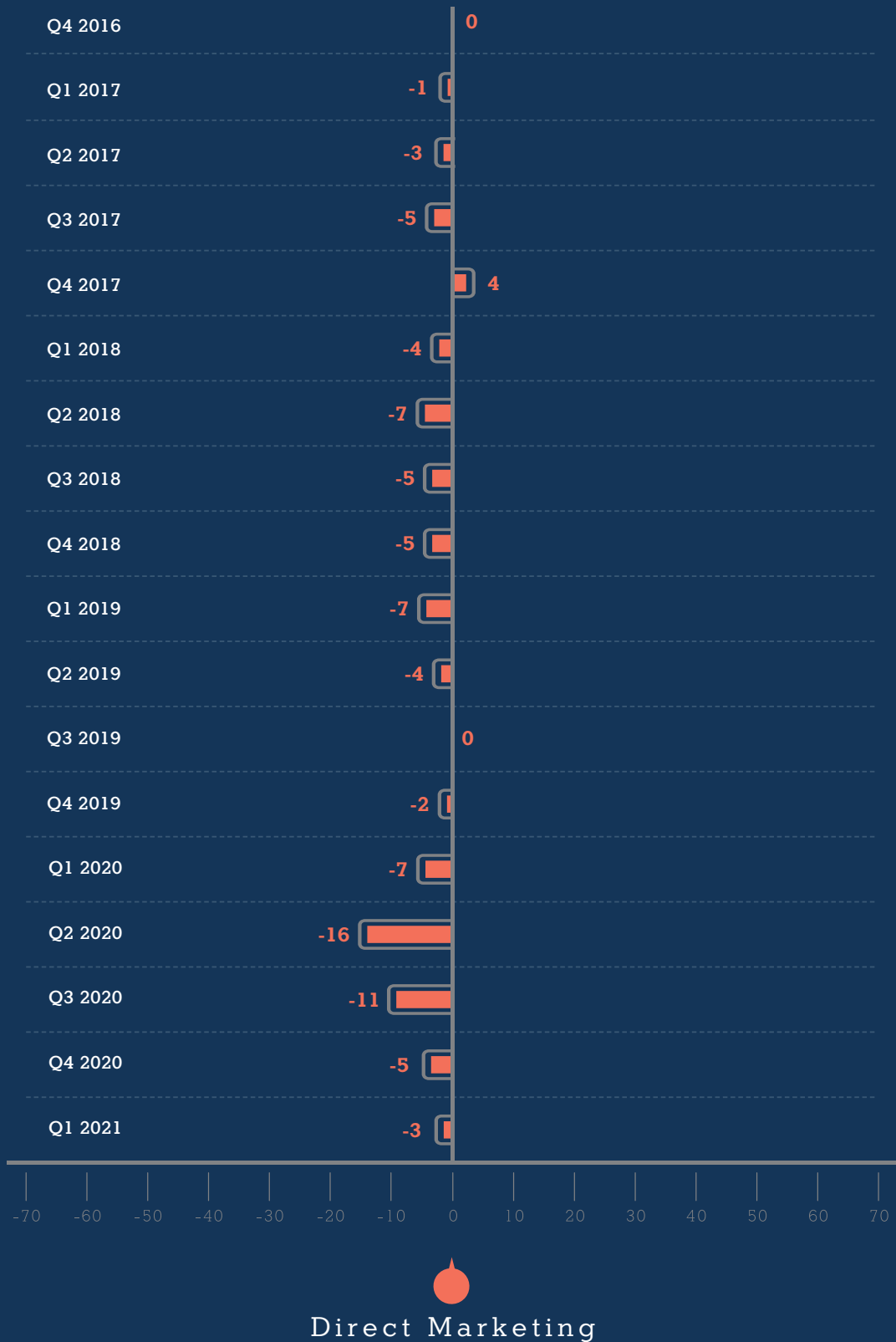


Η προώθηση πωλήσεων διατηρεί την ελαφριά τάση ανάκαμψης (+7), εξέλιξη σημαντική μέσα στο γενικότερο κλίμα μείωσης των προϋπολογισμών marketing της προηγούμενης χρονιάς



# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια



Η διάθεση επένδυσης σε ενέργειες direct marketing μετατρέπεται σταδιακά από αρνητική σε σταθερή (-3)

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια



Η πρόθεση επένδυσης σε δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων **συνεχίζει** να κινείται σε **αρνητικό έδαφος (-3)**, **τείνει** όμως προς την **σταθεροποίηση**

# Advertisers

## Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

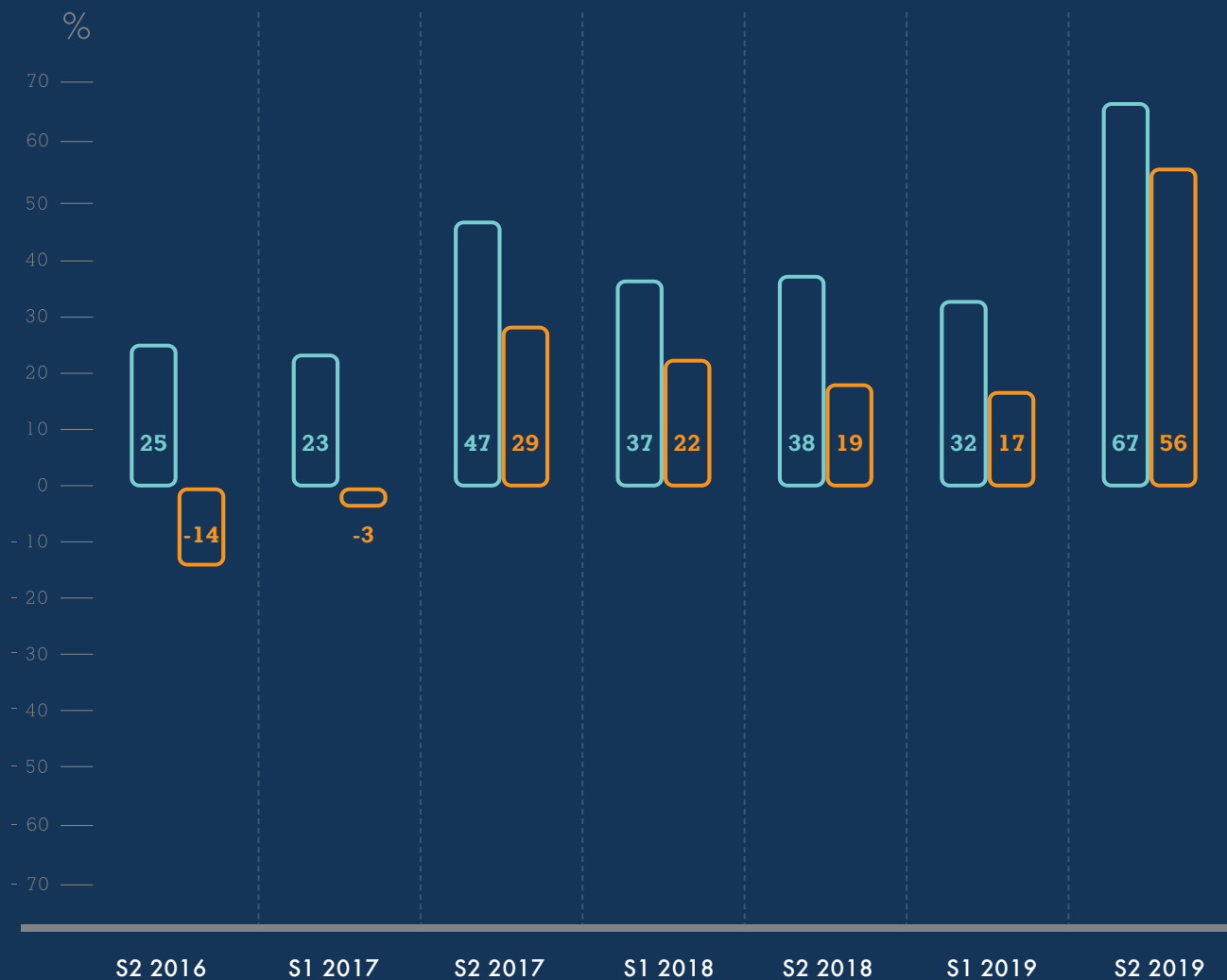


Έρευνα Αγοράς

Η διάθεση επένδυσης σε έρευνα αγοράς καταγράφεται συγκρατημένα αυξητική (+5)

# Agencies

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 1



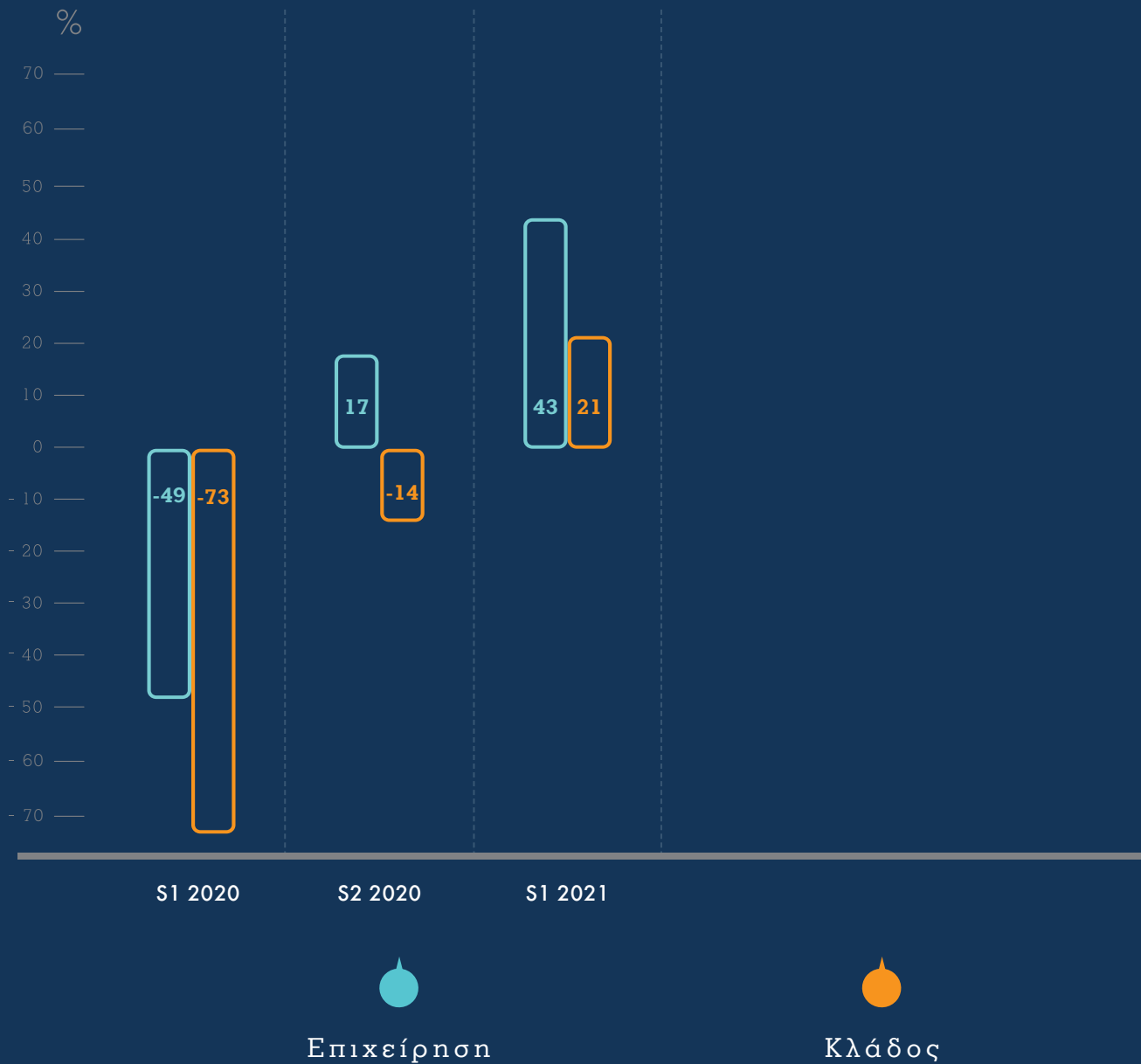
Επιχείρηση



Κλάδος

# Agencies

## Ισοζύγιο εκτίμησης γενικής κατάστασης Σελ. 2



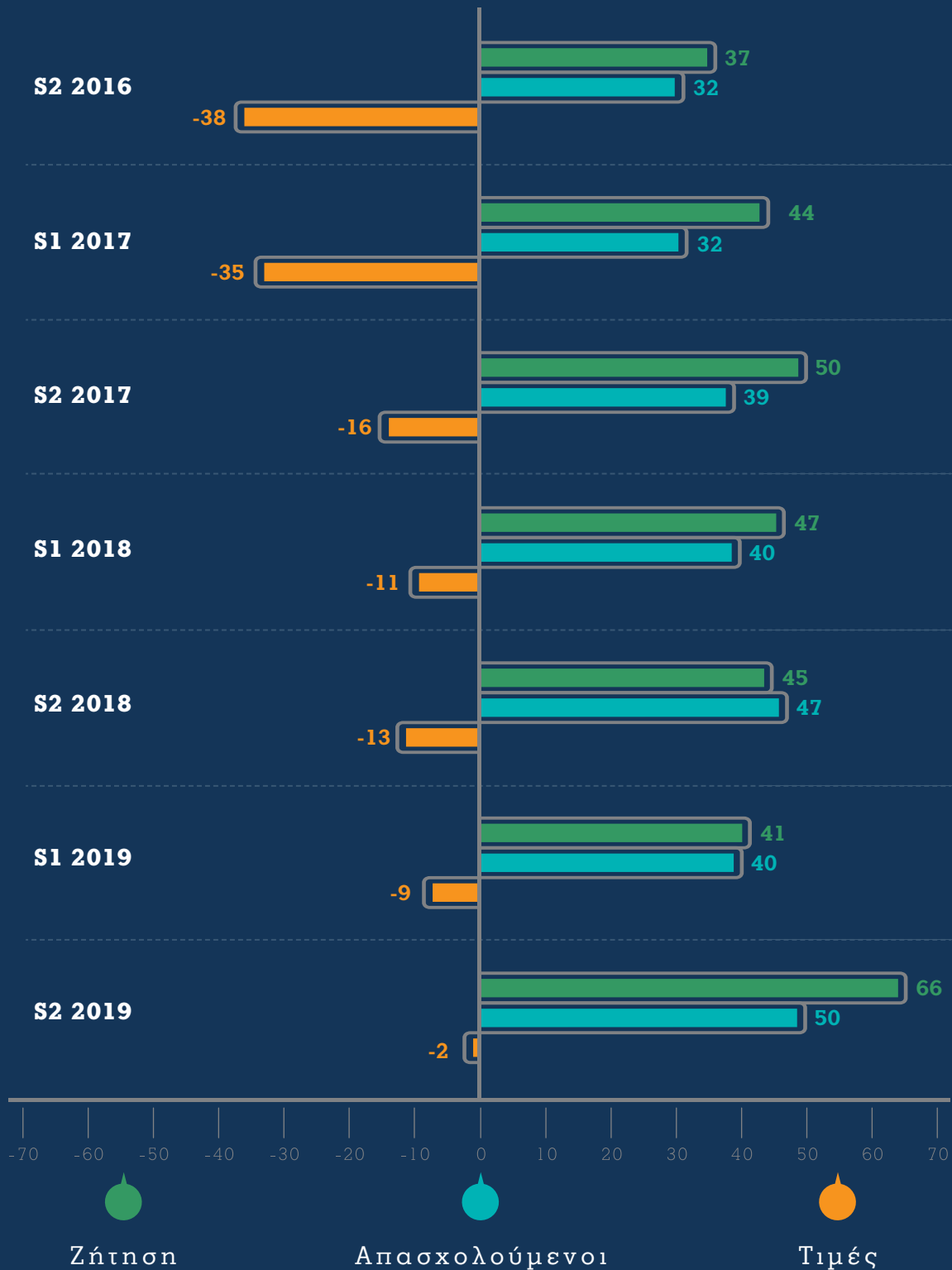
Τα **στελέχη** των διαφημιστικών εταιρειών βλέπουν τις εταιρείες τους να **ανακάμπτουν (+43)** μετά την μεγάλη **πτώση** του **1ου 6μήνου** του **2020**. Οι **συνολικές εκτιμήσεις** τους για τον **κλάδο** επανέρχονται σε **θετικό έδαφος (+21)**

# Agencies

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 1

Ισοζύγιο

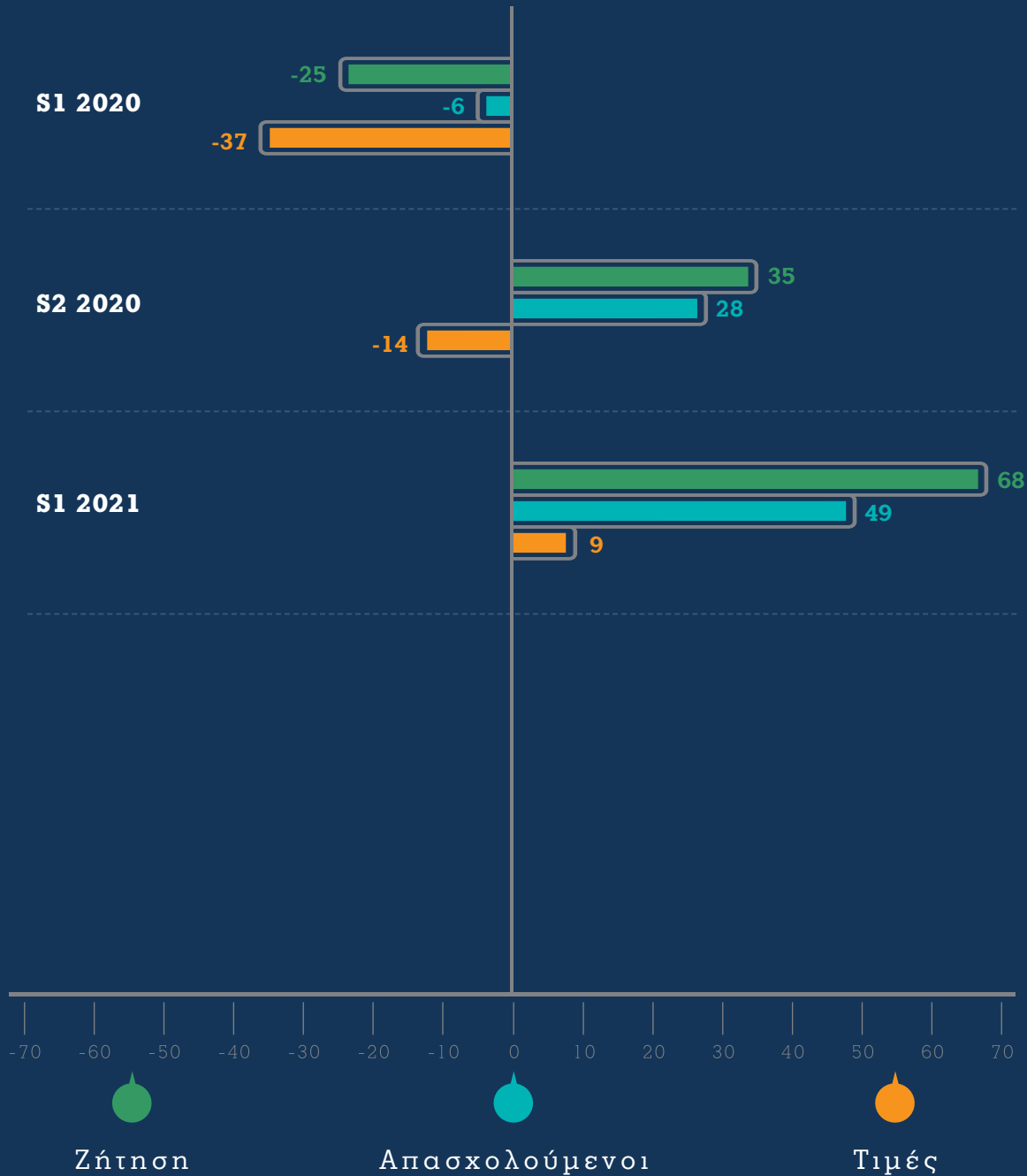


# Agencies

## Επιμέρους δείκτες επιχείρησης

Σελ. 2

Ισοζύγιο

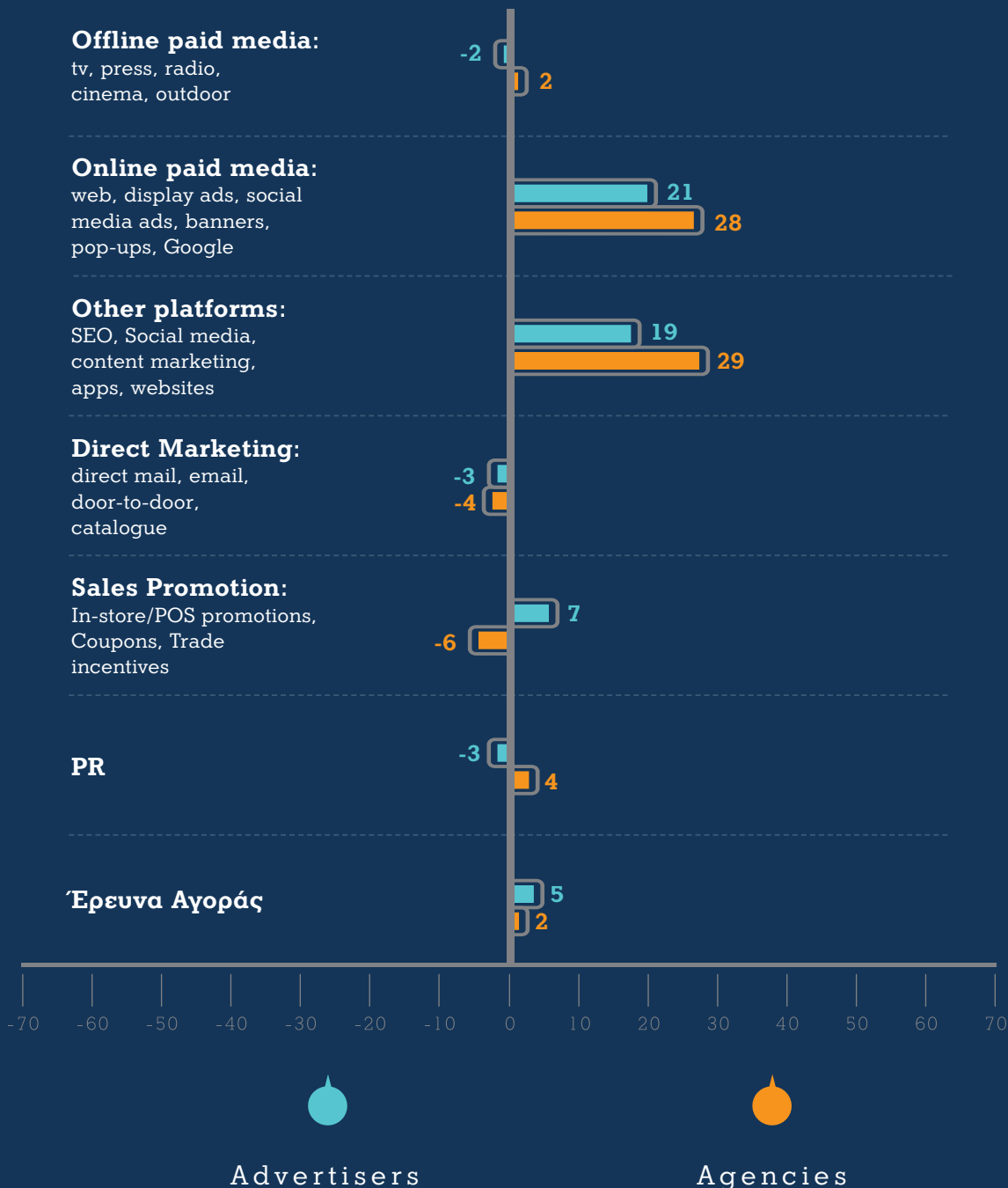


Σύμφωνα με την **εκτίμηση** των **στελεχών** των **διαφημιστικών εταιρειών** η **ζήτηση** για τις **υπηρεσίες** τους και η **απασχόληση** **ανακάμπτουν** με ρυθμό αντίστοιχο με αυτόν πριν την πανδημία (+68 και +49 αντίστοιχα), ενώ ταυτόχρονα αναφέρουν, **για πρώτη φορά από την αρχή της μέτρησης, θετικές προσδοκίες αύξησης των αμοιβών** τους (+9)

# Προϋπολογισμοί και αναθεωρήσεις ανά ενέργεια

ΙΖ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021

S1 2021



Ως προς τον **επιμερισμό** των **προϋπολογισμών marketing** οι **εκτιμήσεις διαφημιστικών και διαφημιζομένων συμπίπτουν: Αύξηση στην επένδυση σε online εργαλεία, media και platforms, σταθερότητα των offline media, μικρές αλλαγές στα υπόλοιπα εργαλεία marketing**

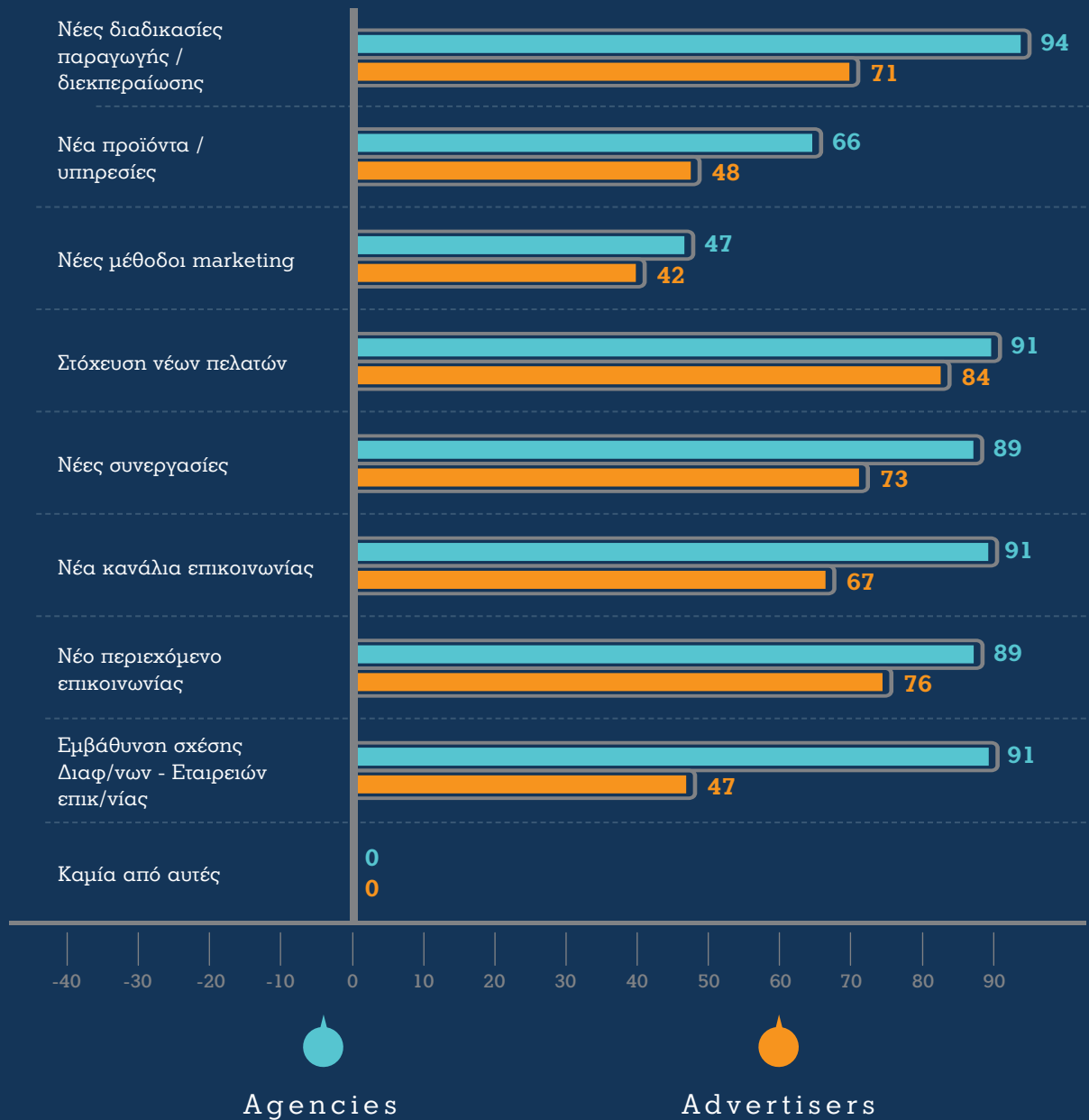




# Εισαγωγή καινοτομιών λόγω COVID-19

ΙΖ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021

# COVID19



Τόσο οι **διαφημιζόμενοι** όσο και οι **εταιρείες επικοινωνίας** **εισήγαγαν καινοτομίες** προκειμένου να **ανταπεξέλθουν** στην **πανδημία** σχεδόν στο σύνολό τους

Οι **διαφημιζόμενοι** **εστιάζουν** στην **στόχευση νέων πελατών** με **νέο περιεχόμενο επικοινωνίας**, ενώ οι **διαφημιστές** **προσθέτουν** στην **στόχευση** και τα **νέα κανάλια επικοινωνίας**

Συνολικά, οι **διαφημιστές υιοθετούν / αναζητούν καινοτομίες** σε **περισσότερους τομείς** από τους **πελάτες** τους



# Εισαγωγή καινοτομιών λόγω COVID-19

## Χαρακτήρας προσαρμογών / καινοτομιών



Οι **καινοτομίες** που έχουν **εισαχθεί** σε κάθε **επιχείρηση** τείνουν να αποκτούν **μόνιμο χαρακτήρα**

Οι **διαφημιστικές εταιρείες** φαίνονται να **«αξιοποιούν»** την κρίση της **πανδημίας** περισσότερο και να **υιοθετούν αλλαγές / καινοτομίες μόνιμου χαρακτήρα** σε μεγαλύτερο βαθμό από τους **διαφημιζόμενους**



# FORECOMM\_s

QUARTERLY SURVEY OF COMMUNICATIONS BUDGETS



ΙΖ' Κύμα | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021 - Q1 2021

