
BUSINESS INSIGHTS SURVEY

2018г.



АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Методология

РАЗДЕЛ 1. Профиль агентств и услуг

РАЗДЕЛ 2. Ключевые тенденции отрасли

РАЗДЕЛ 3. Инновации в области продуктов и услуг

РАЗДЕЛ 4. Структура доходов агентств



март – июнь 2019 г.

Основные блоки исследовательской программы:

- Профиль компаний/агентств – участников исследования
- Ключевые тенденции отрасли
- Инновации в области продуктов и услуг
- Структура доходов агентств
- Сравнительный анализ с результатами исследования за 2018 год (30 агентств)
- АКOC: направления деятельности



Участники исследования:

1. Kesarev Consulting
2. PRT Edelman Affiliate
3. B&C Agency
4. Comunica
5. Citigate Dewe Rogerson
6. Digital-агентство «Интериум»
7. Pro-Vision Communications
8. АО «Михайлов и Партнёры. Управление стратегическими коммуникациями»
9. RODNYA Creative PR Studio
10. PR-агентство Идеи&Решения
11. PBN H+K Strategies
12. PR-Consulta
13. ООО «Арт энд Сمارт»
14. Grayling
15. PR News
16. Агентство Гуманитарных Технологий (АГТ)
17. ООО «Инсайдерс»
18. Ketchum Moscow
19. PR-City
20. PR-агентство TrendFox
21. Mint (BBDO Group)
22. Агентство «Социальные Сети»
23. KPOC
24. PR Inc.



РАЗДЕЛ 1

ПРОФИЛЬ АГЕНТСТВ И УСЛУГ

5 | КАТЕГОРИИ УСЛУГ И ШТАТ СОТРУДНИКОВ

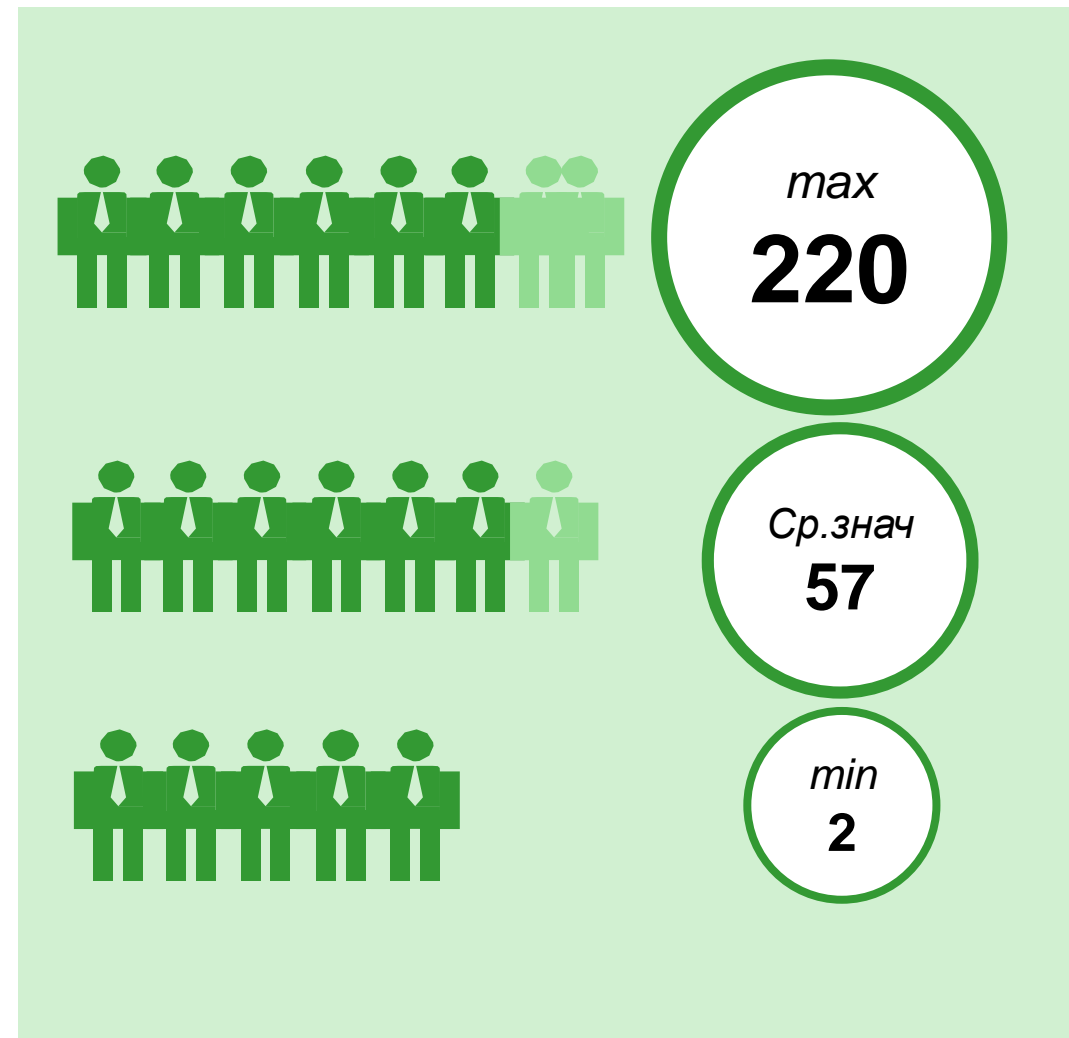


АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В каких категориях оказывает услуги Ваше агентство?



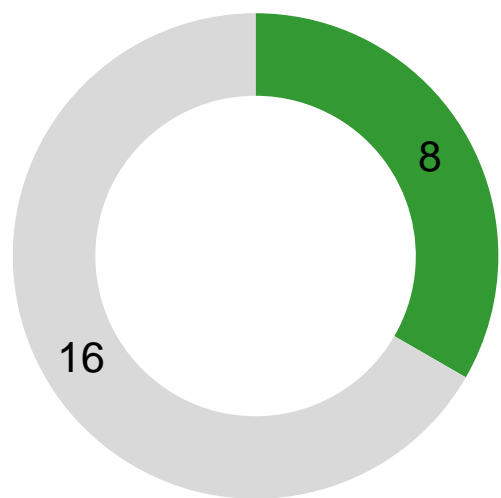
Количество штатных сотрудников агентств



6 | ГЕОГРАФИЯ



АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



■ есть представительства в зарубежных городах
■ нет представительств в зарубежных городах



Офисы агентств в российских городах



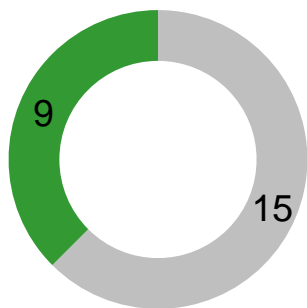
7 | ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ АССОЦИАЦИИ



АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Международные ассоциации

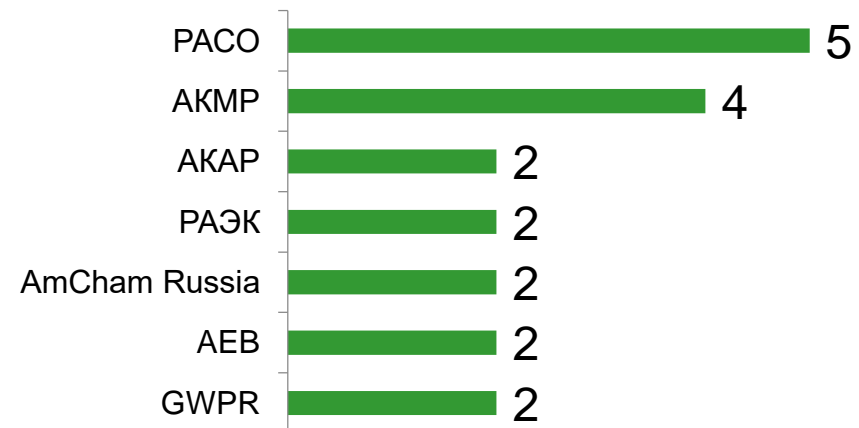


■ НЕ СОСТОИТ ■ СОСТОИТ

IABC
FIBEP SEAP IMC PRGN
ICCO
ICA PAC IBA WCF IPRA



Российские ассоциации



Единичные упоминания: *Российско-германская внешнеторговая палата, Гильдия Маркетологов, Внешторгклуб, Ассоциация независимых директоров, AMP, IAB Russia, Ассоциация антимонopolных экспертов*

РАЗДЕЛ 2

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОТРАСЛИ

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РЫНКЕ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО СТРУКТУРИРОВАНЫ НЕГАТИВНО ОКРАШЕННЫМИ СОБЫТИЯМИ



Какие наиболее значимые события произошли на рынке за последний год? Какие из событий оказали положительное влияние на рынок коммуникационных услуг? Какие оказали отрицательное?



”

продолжающиеся санкции. Прогрессирующая коррупция и аресты крупных чиновников и бизнесменов, в том числе граждан других стран. Фактическое закрытие в начале года частного рынка Forex в стране (отозваны лицензии у всех крупнейших игроков рынка). Подобная ситуация вызывает вывод из страны инвестиционных средств, в ряде секторов экономики существенно сокращаются бюджеты на коммуникационную поддержку бизнеса, в частности в финансовом секторе;

”

эффективное комплексное коммуникационное обеспечение Чемпионата мира по футболу в России. Практически каждая коммуникационная команда могла найти дело по плечу и опробовать международные коммуникации в ходе топового глобального мероприятия. Есть измеряемые результаты эффективной работы. Есть общее признание успешной работы коммуникационной сферы в ходе Мундиаля;

Какие тенденции (проблемы, перспективы) определяют сегодня российский рынок коммуникационных услуг?

Некоторые примеры цитат:



Высокий уровень конкуренции
(8 человек)



Сужение объемов рынка, сокращение бюджетов клиентов
(7 человек)



Неблагоприятные экономические и политические условия
(5 респондентов)



Размывание границ классического PR
(5 человек)



Цифровизация
(5 человек)

”

появление большого количества небольших агентств и их таргетированное позиционирование при одновременном уходе с рынка ряда международных клиентов ведут к повышению конкуренции за проекты.

”

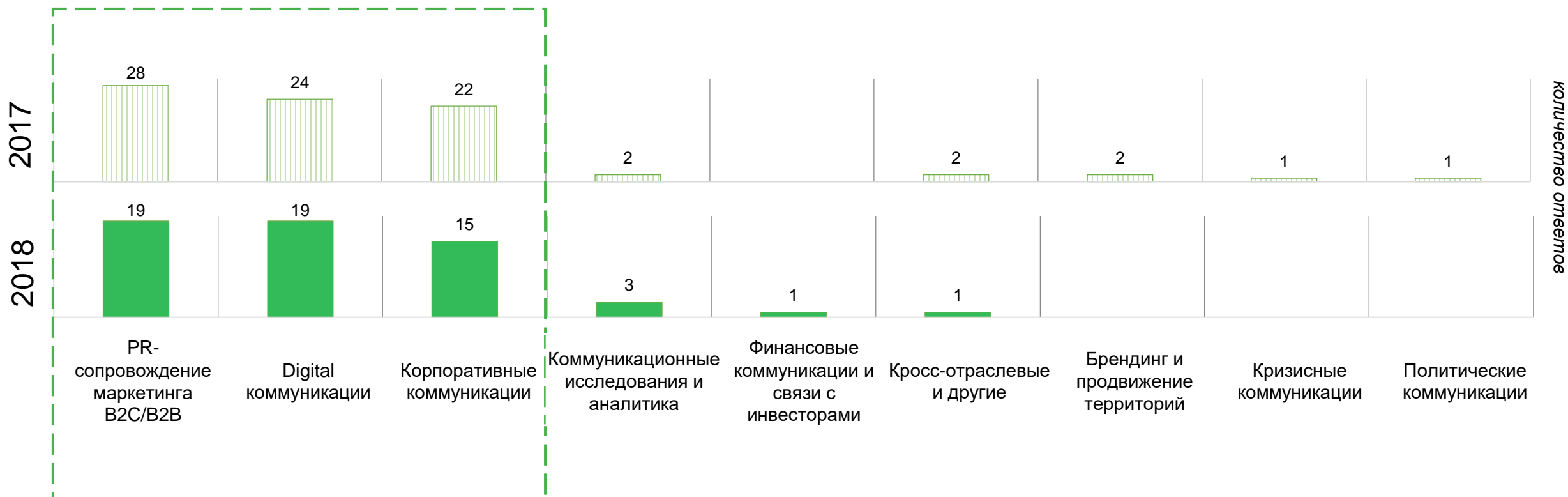
с одной стороны - цифровизация, диджитализация, роботизация и вся мода с этим связанная. С другой стороны - падение доходов людей, пикирующая экономика, неэтичная конкуренция и полная неопределенность во всем относительно будущего.

ОСНОВНАЯ БОРЬБА, КАК И ПРЕЖДЕ, РАЗВИВАЕТСЯ В ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА РЫНКЕ НАПРАВЛЕНИЯХ: PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ МАРКЕТИНГА B2B/B2C И DIGITAL КОММУНИКАЦИИ. СОПЕРНИЧЕСТВО АКТУАЛЬНО ТАКЖЕ И В СФЕРЕ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ



АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В каких из указанных категорий услуг, на Ваш взгляд, наиболее сильна конкуренция на российском рынке PR-услуг?





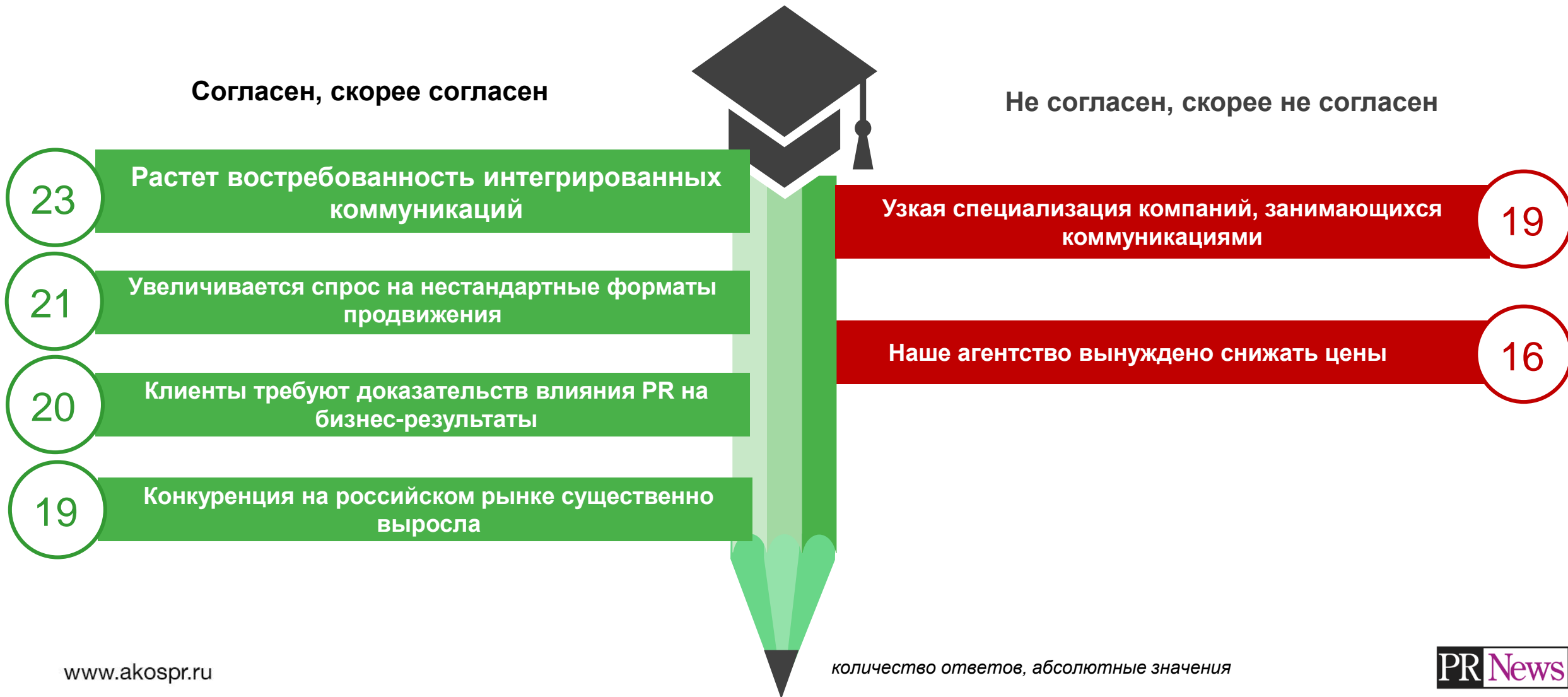
С какими проблемами сталкивалось Ваше агентство в 2018 году?



Тенденции российского рынка: согласны Вы или нет со следующими утверждениями?

Согласен, скорее согласен

Не согласен, скорее не согласен



ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОФЕССИИ ВО МНОГОМ СВЯЗАНЫ С ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ АСПЕКТАМИ, А ТАКЖЕ С ИЗМЕНЕНИЕМ СХЕМ И ФОРМАТОВ КОММУНИКАЦИИ. НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ЗАВЯЗАНА НА ИНТЕРНЕТ И ПОВЫШЕНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОНТЕНТА



Какие стратегии, технологии, инструменты коммуникативной деятельности были наиболее востребованы в 2018 году? Какие стратегии, технологии, инструменты коммуникативной деятельности, по Вашим оценкам, будут востребованы в 2019-2020 годах? Какие подходы и форматы уже не работают?



количество ответов, абсолютные значения

РАЗДЕЛ 3

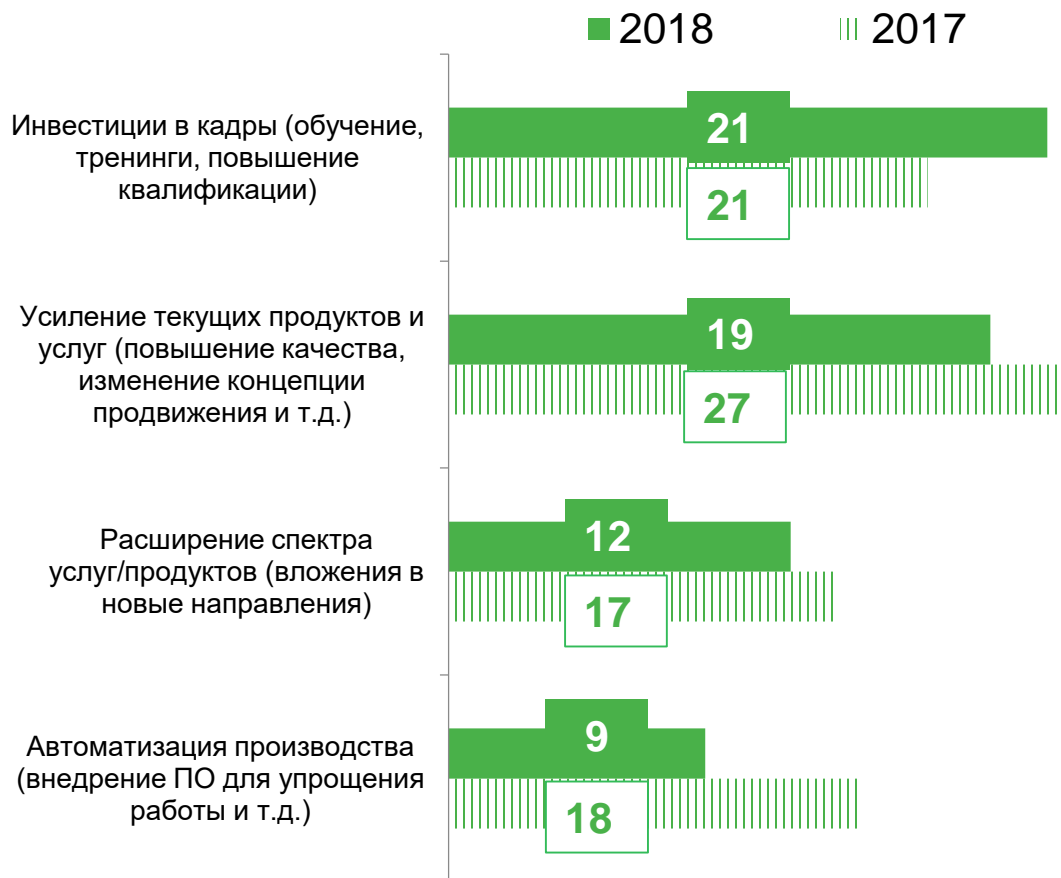
ИННОВАЦИИ В ОБЛАСТИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

АКТУАЛЬНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ РАЗВИТИЯ ОСТАЛАСЬ РАБОТА С КАДРАМИ. РАЗВИТИЮ ТЕКУЩИХ ПРОДУКТОВ И АВТОМАТИЗАЦИИ СТАЛИ УДЕЛЯТЬ МЕНЬШЕ ВНИМАНИЯ. ПРОЦЕСС ВЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИЕ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ В 2018 ГОДУ СУЩЕСТВЕННО ЗАМЕДЛИЛСЯ

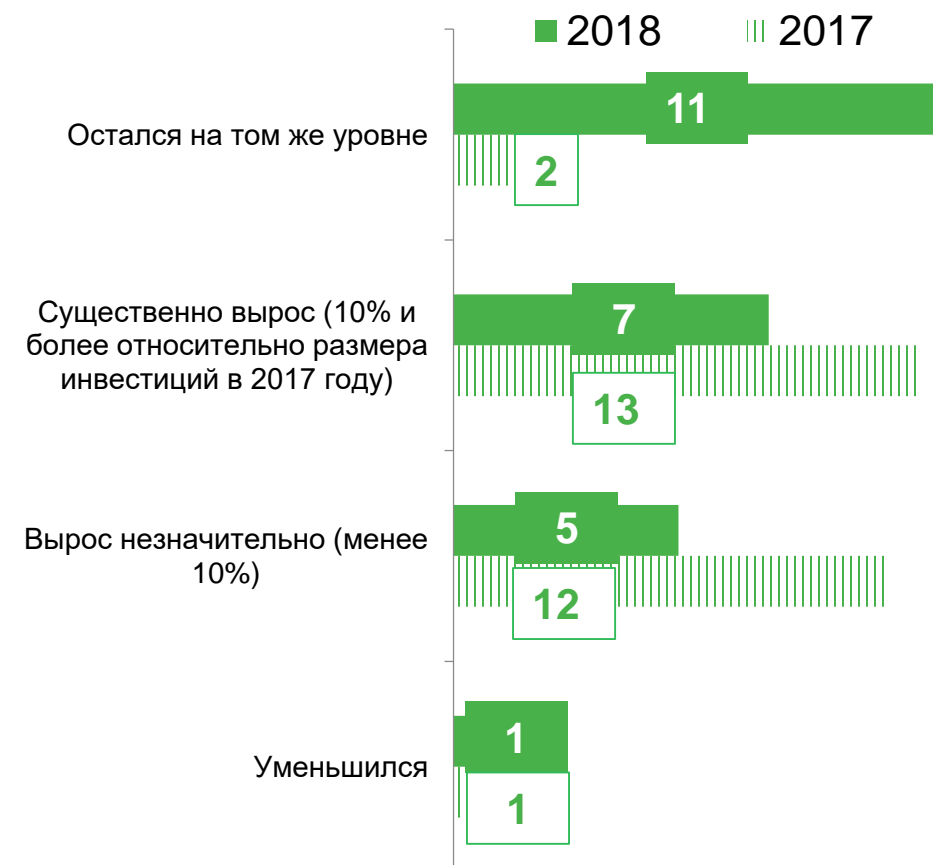


АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В развитие каких направлений деятельности Ваше агентство инвестировало в прошедшем 2018 году?



Каким образом за прошедший год (2018) по сравнению с 2017 годом изменился размер инвестиций, направленных на инновационное развитие PR услуг и продуктов?



РАЗДЕЛ 4

СТРУКТУРА ДОХОДОВ АГЕНТСТВ

КАК И В 2017 ГОДУ НАИБОЛЬШУЮ ДОЛЮ ДОХОДОВ ПРИНОСЯТ ШИРОКО
 ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ: PR СОПРОВОЖДЕНИЕ И DIGITAL.
 ВЫСОКУЮ ДИНАМИКУ В 2018 ГОДУ ТАКЖЕ ПОКАЗАЛИ GR И ФИНАНСОВЫЕ
 КОММУНИКАЦИИ.



АССОЦИАЦИЯ
 КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
 ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
 С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Каким образом распределились доходы Вашего агентства за 2018 год по указанным категориям услуг? Впишите в соответствующие ячейки долю доходов (в%) по каждой из категорий услуг агентства.

