

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «Особенности российского рынка PR-услуг: структура, динамика, специализация», 2015

Методология и проведение
исследования



АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Главный информационный
партнер



При поддержке



ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Название	• «Особенности российского рынка PR-услуг: структура, динамика, специализация», 2015
Методология	• Онлайн-опрос методом анкетирования
Период проведения	• март–апрель 2015 года (полевой этап)
Количество участников	• 53
Авторский коллектив	• Рабочая группа АКООС по продвижению профессиональных PR-услуг под руководством Николая Сапронова (участники – Primum, R&I, PR Partner, Ex Libris, Artisan Group)
Партнеры	• Sostav.ru, при поддержке РАСО, АКАР

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ЗАДАЧИ ОПРОСА



Определить категории профессиональных PR-услуг, в которых оказывают услуги российские агентства



Определить долю различных категорий услуг в портфеле заказов в 2014 году, а также прогноза их распределения по итогам 2015 года



Выявить наиболее востребованные услуги представителями различных отраслей (категорий) заказчиков



Определить, какие категории услуг представлены в актуальных публичных форматах профессиональных дискуссий



Таргетировать экспертов из числа агентств-членов АКООС и других российских агентств в привязке к категориям услуг для последующего продвижения с участием ресурсов АКООС и других профессиональных ассоциаций

УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Члены АКОО

- «Сокур и партнеры»
- AG Loyalty
- Artisan Group Public Relations
- BC Communications
- Citigate Dewe Rogerson
- Comunica
- EmCo
- Eventum Premo
- Ex Libris
- iMARS Communications
- Ketchum Maslov
- PR News
- PR Partner
- Pro-Vision Communications
- Red Communication Group
- SP Media
- SPN Communications
- Агентство «Социальные сети»
- Агентство бизнес-коммуникаций PR Inc.
- Агентство корпоративных и финансовых коммуникаций Primum
- Интериум
- Кесарев Консалтинг
- Коммуникационная группа «Гуров и партнеры»
- Коммуникационная группа «Тайный Советник»
- Коммуникационная группа Insiders
- Коммуникационное агентство АГТ
- Михайлов и Партнёры
- НЬЮТОН. PR&Comminications

УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Другие агентства

- Art&Smart PMCG
- AVANGARD Global Communications
- Brand Affairs
- HQ Communications
- Louder
- PR-агентство Априори
- Promo-S group
- PRT Edelman Affiliate
- PR-агентство TM-Communications
- Агентство маркетинговых коммуникаций «АМК Статус»
- АНО «Научно-исследовательский институт коммуникационных стратегий»
- Буман Медиа
- ИдеФикс Коммуникационная группа
- ИМА-консалтинг
- Коммуникационное агентство [f]-PR
- Коммуникационное агентство «Полилог»
- Коммуникационное агентство Fresh Russian Communications
- Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг
- Пойнт Пассат
- Простор Пиар и Консалтинг
- Р.И.М. Porter Novelli
- Роуз
- Студия прикладных коммуникаций NATA
- Центр коммуникационных решений (сокр. - ЦКР)

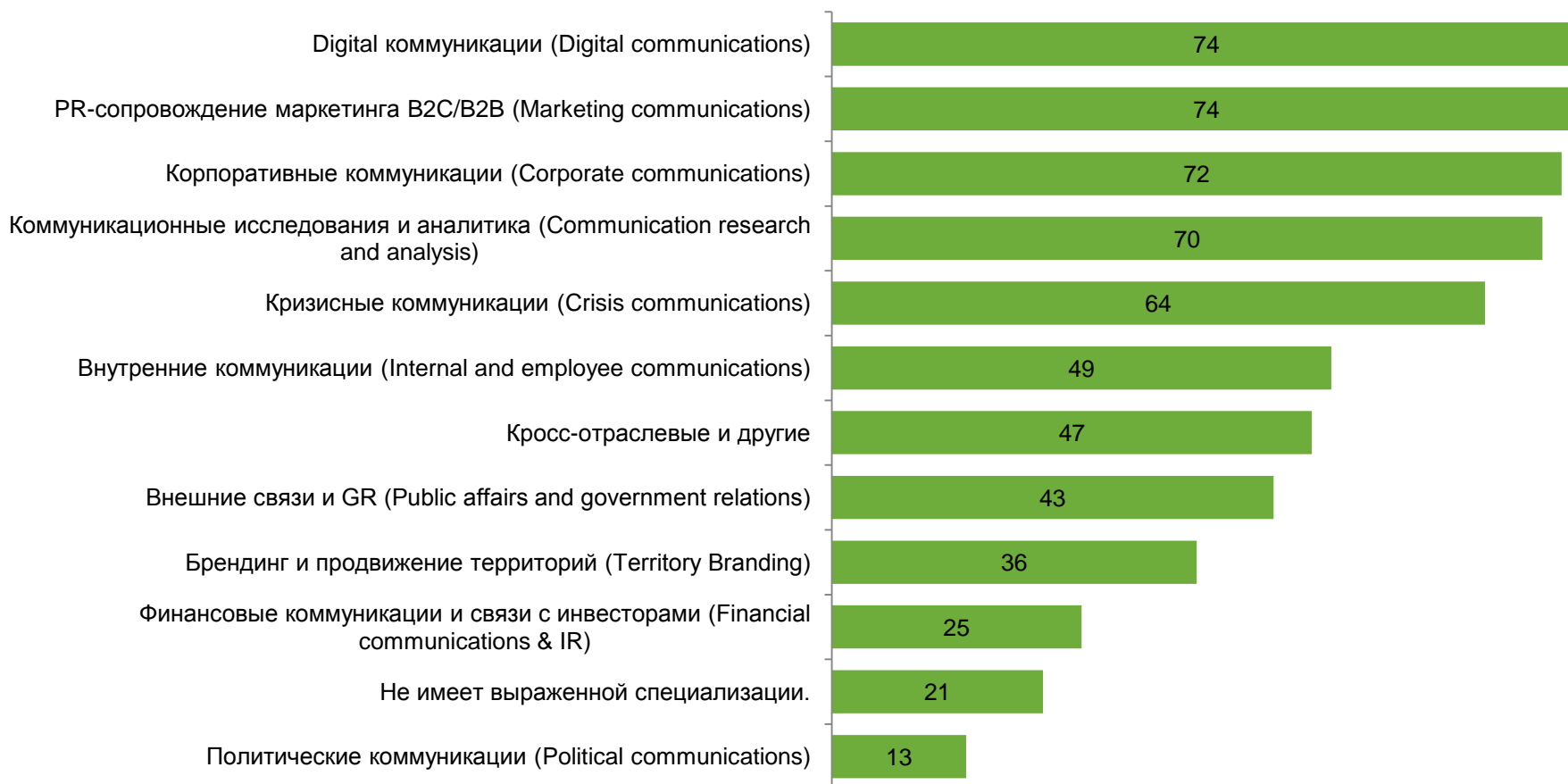
ГЕОГРАФИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ



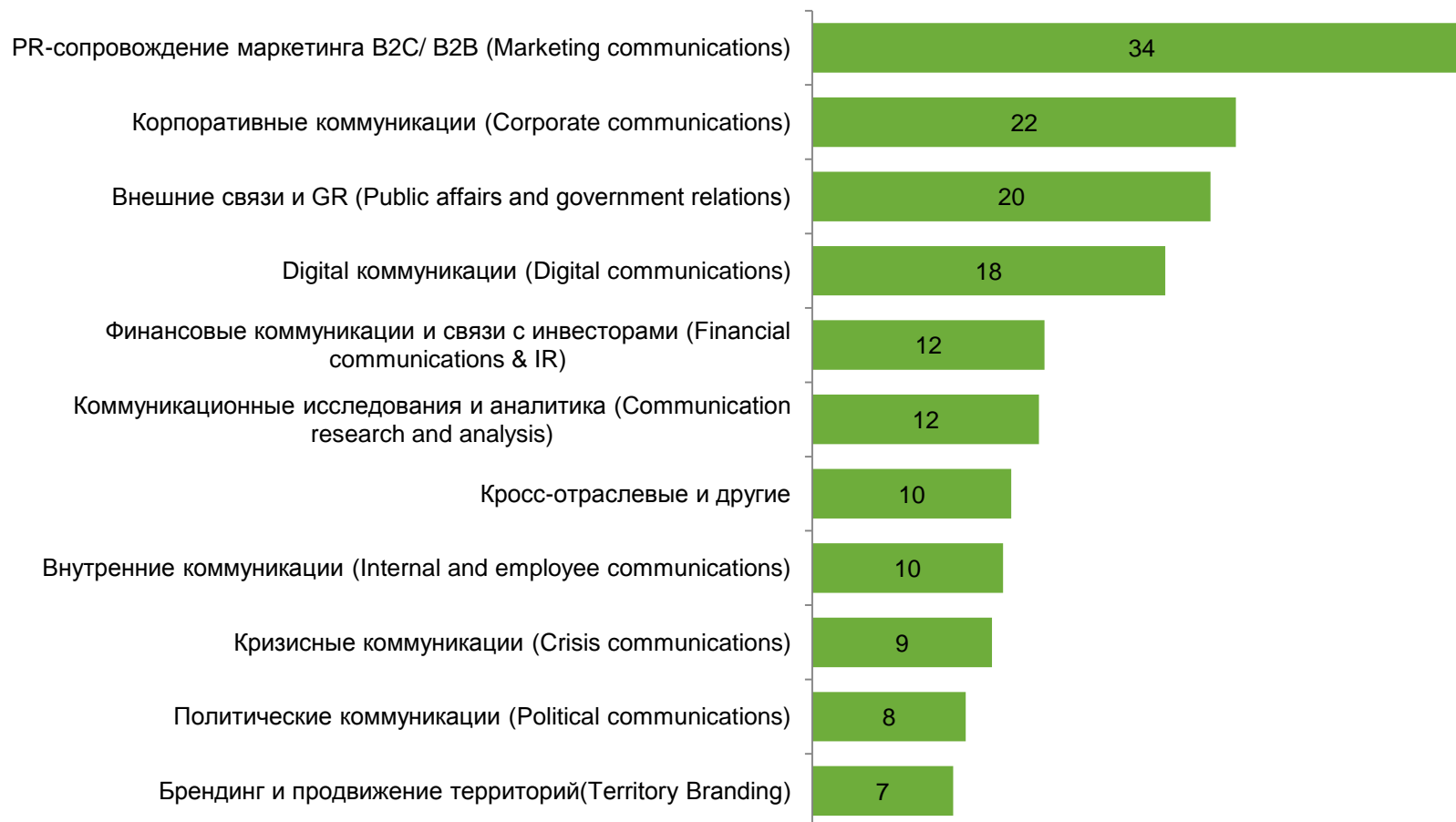
В 2013 году: корпоративные и кризисные коммуникации (81%), PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B (77%), Digital коммуникации (69%), коммуникационные исследования и аналитика (65%), не имеют выраженной специализации (23%).



РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ КАТЕГОРИЙ УСЛУГ В ПОРТФЕЛЯХ АГЕНТСТВ, %



СТРУКТУРА ДОХОДОВ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО КАТЕГОРИЯМ УСЛУГ ЗА 2014 ГОД, %



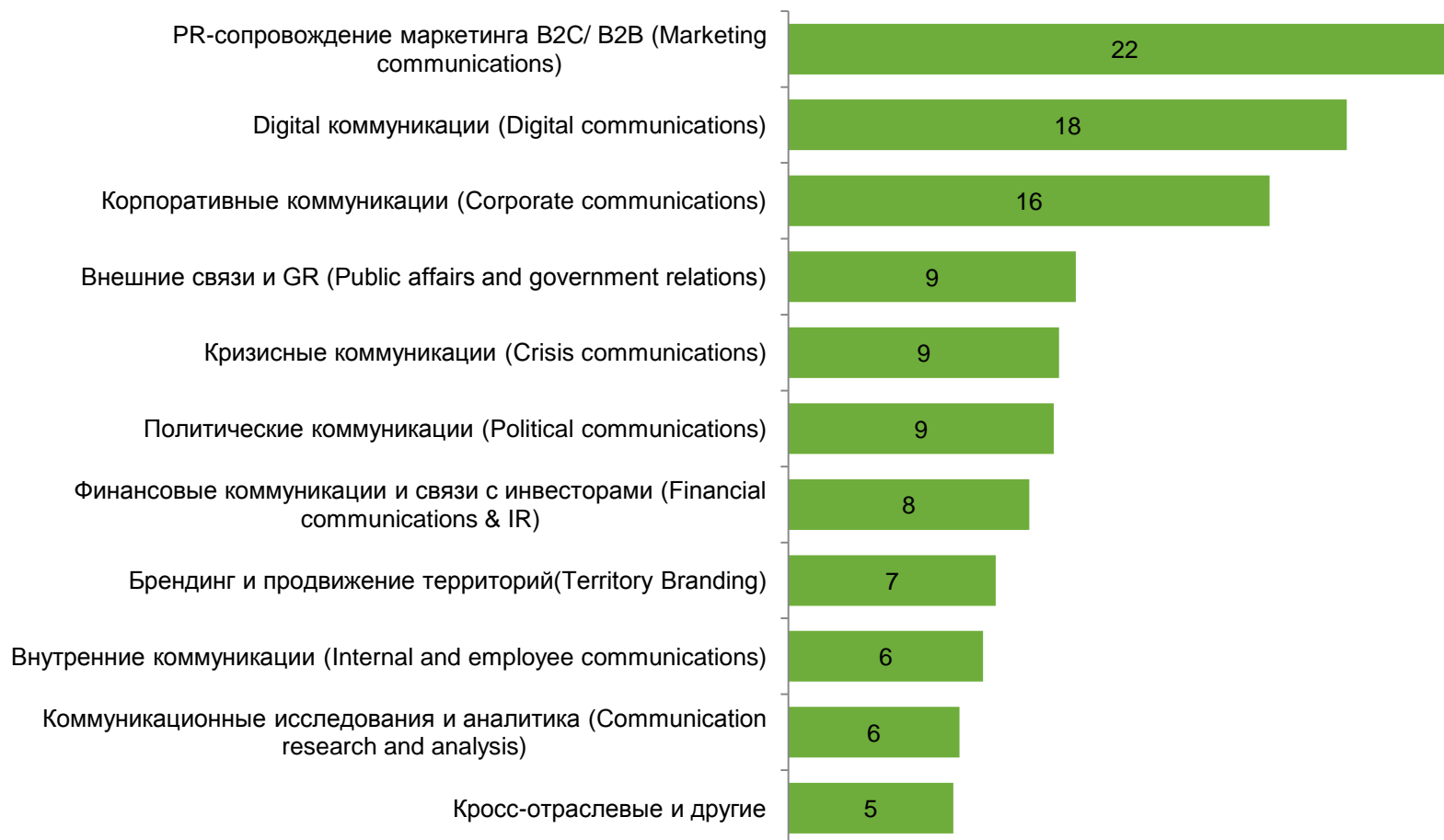
КАТЕГОРИИ УСЛУГ С НАИБОЛЬШЕЙ ДИНАМИКОЙ РОСТА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ В ПОРТФЕЛЕ АГЕНТСТВ В 2014 ГОДУ, %



ОЖИДАНИЯ ПО ДОХОДАМ АГЕНТСТВ-УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО КАТЕГОРИЯМ УСЛУГ В 2015 ГОДУ, %



ОЖИДАНИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ ПО КАТЕГОРИЯМ УСЛУГ НА 2015 ГОД ПО РОССИЙСКОМУ РЫНКУ В ЦЕЛОМ, %



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ АГЕНТСТВ-УЧАСТНИКОВ В ЗАКАЗЫ ПО ОТРАСЛЯМ, %



ТОП-КАТЕГОРИИ УСЛУГ ПО ОТРАСЛЯМ (1)

Отрасли	Частота обращений в PR-агентства (в соответствии с наличием экспертизы по категориям услуг)
IT и телекоммуникации	Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Кризисные коммуникации
Автомобильная промышленность	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Корпоративные коммуникации, Digital коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации
Авиационная промышленность	Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации, Корпоративные коммуникации, Digital коммуникации, Внешние связи и GR
Агропромышленный сектор	Корпоративные коммуникации, Digital коммуникации, Внешние связи и GR, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Кросс-отраслевые и другие
Аудиторы и консалтинг	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Кросс-отраслевые и другие, Кризисные коммуникации
Бытовая техника и электроника	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Кросс-отраслевые и другие, Коммуникационные исследования и аналитика
Гостиничный сектор	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Внутренние коммуникации, Кризисные коммуникации
Государственные структуры и ведомства	Коммуникационные исследования и аналитика, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Кризисные коммуникации, Внешние связи и GR, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Брендинг и продвижение территорий
Добывающая и перерабатывающая промышленность	Коммуникационные исследования и аналитика, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Внешние связи и GR, Внутренние коммуникации, Кросс-отраслевые и другие
Здравоохранение	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации, Digital коммуникации
Фармацевтика	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации, Digital коммуникации

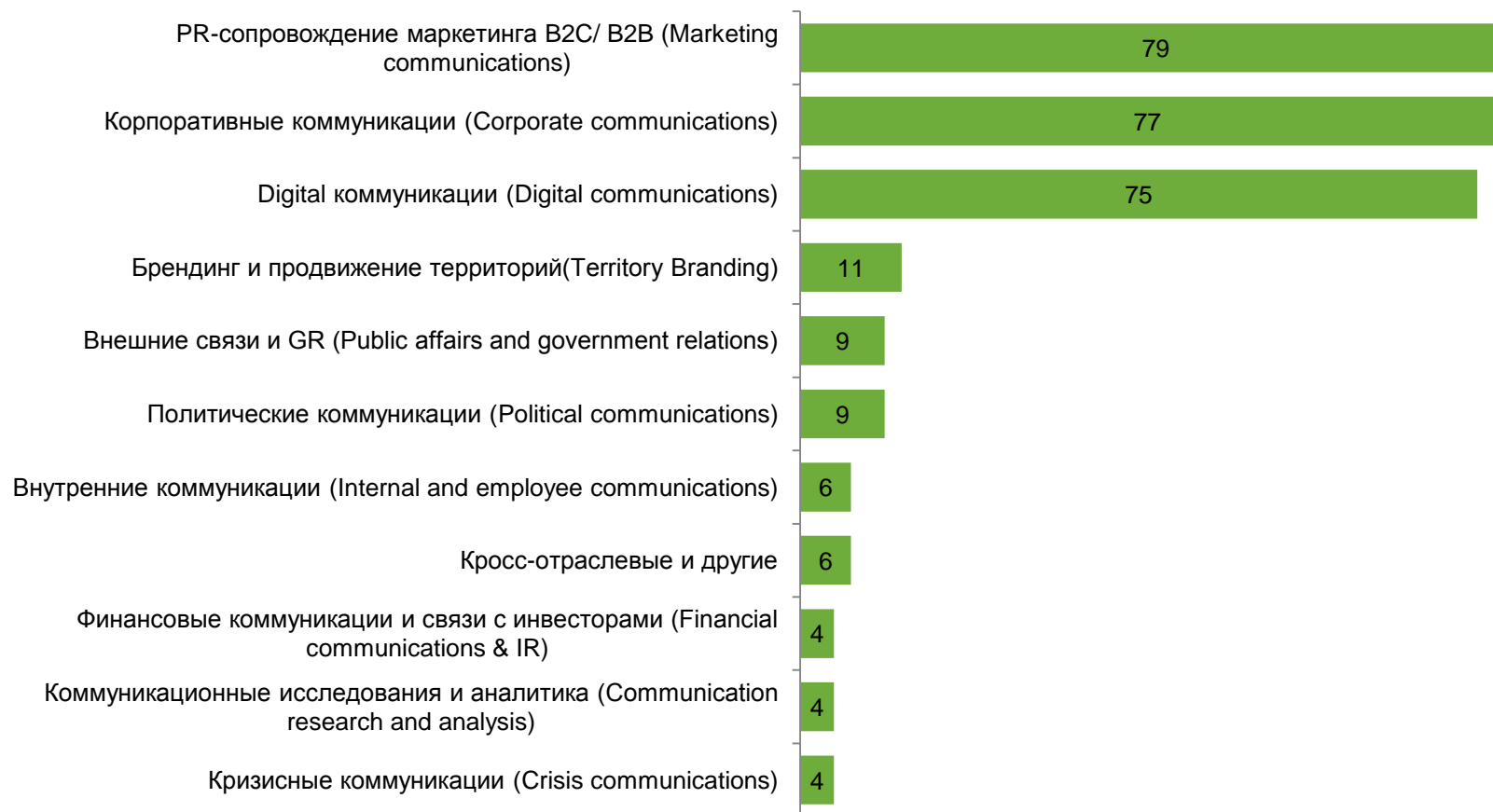
ТОП-КАТЕГОРИИ УСЛУГ ПО ОТРАСЛЯМ (2)

Отрасли	Частота обращений в PR-агентства (в соответствии с наличием экспертизы по категориям услуг)
Индустрия моды и красоты	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации
Легкая промышленность	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Кризисные коммуникации, Внутренние коммуникации
Наука и инновации	Коммуникационные исследования и аналитика, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Кризисные коммуникации
Некоммерческий сектор и благотворительные организации	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Кросс-отраслевые и другие
Нефтегазовая промышленность	Корпоративные коммуникации, Кросс-отраслевые и другие, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации, Внутренние коммуникации
Образование	Кризисные коммуникации, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B
Общественные организации, в т.ч. политические партии	Кризисные коммуникации, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Внутренние коммуникации
Потребительские товары, детские товары	Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Коммуникационные исследования и аналитика
Путешествия и туризм	Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Кризисные коммуникации
СМИ, издательства, печать, реклама	Корпоративные коммуникации, Digital коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика
Спорт	PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Кризисные коммуникации, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика

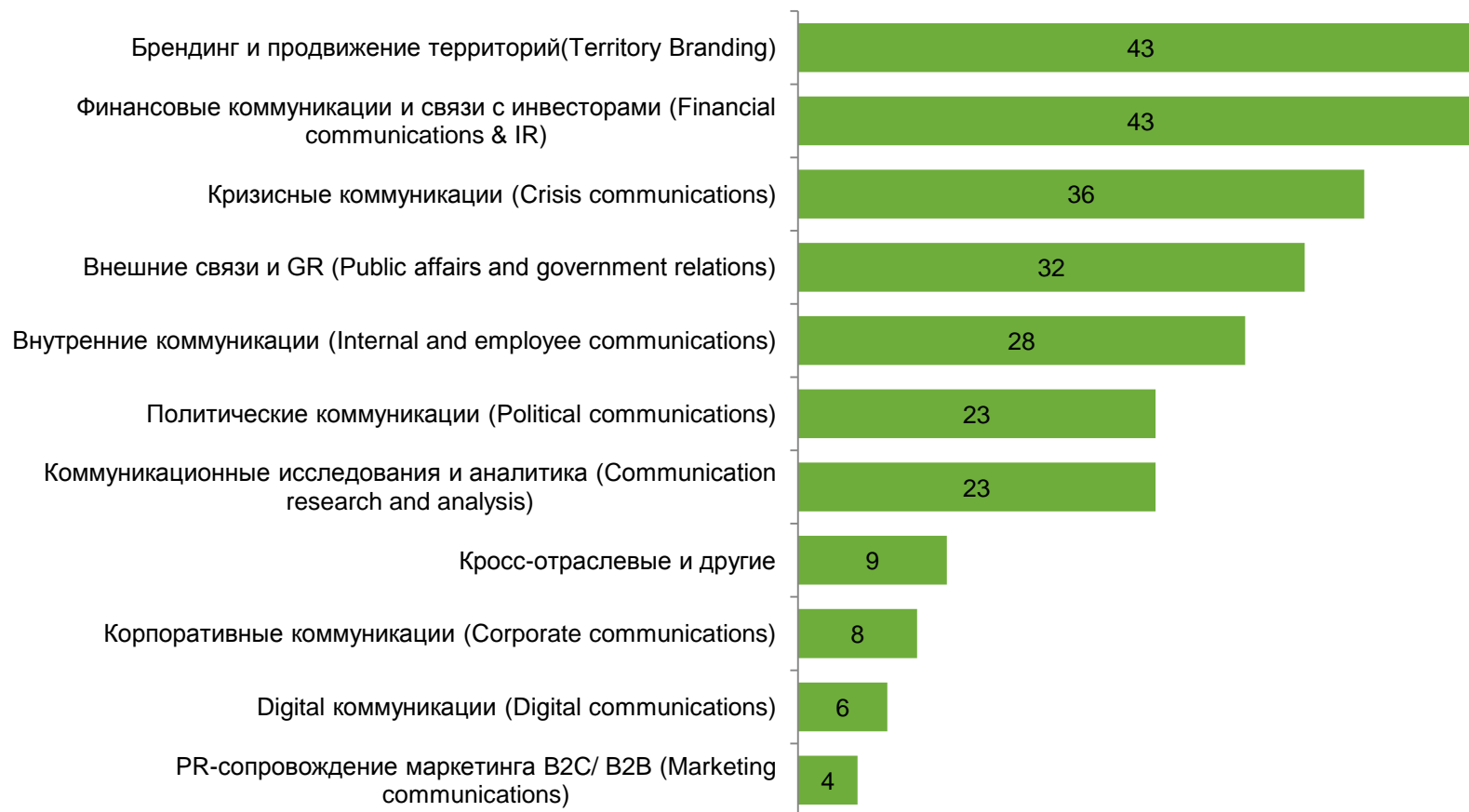
ТОП-КАТЕГОРИИ УСЛУГ ПО ОТРАСЛЯМ (3)

Отрасли	Частота обращений в PR-агентства (в соответствии с наличием экспертизы по категориям услуг)
Строительство и операции с недвижимостью	Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Кросс-отраслевые и другие
Торговля	Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации
Транспорт	Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации, Не имеет выраженной специализации, Внешние связи и GR
Тяжелая промышленность	Коммуникационные исследования и аналитика, Не имеет выраженной специализации, Внешние связи и GR, Кросс-отраслевые и другие, Внутренние коммуникации
Финансовый сектор	Коммуникационные исследования и аналитика, Корпоративные коммуникации, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Кризисные коммуникации
Химическая промышленность	Не имеет выраженной специализации
Энергетика	Корпоративные коммуникации, Кризисные коммуникации

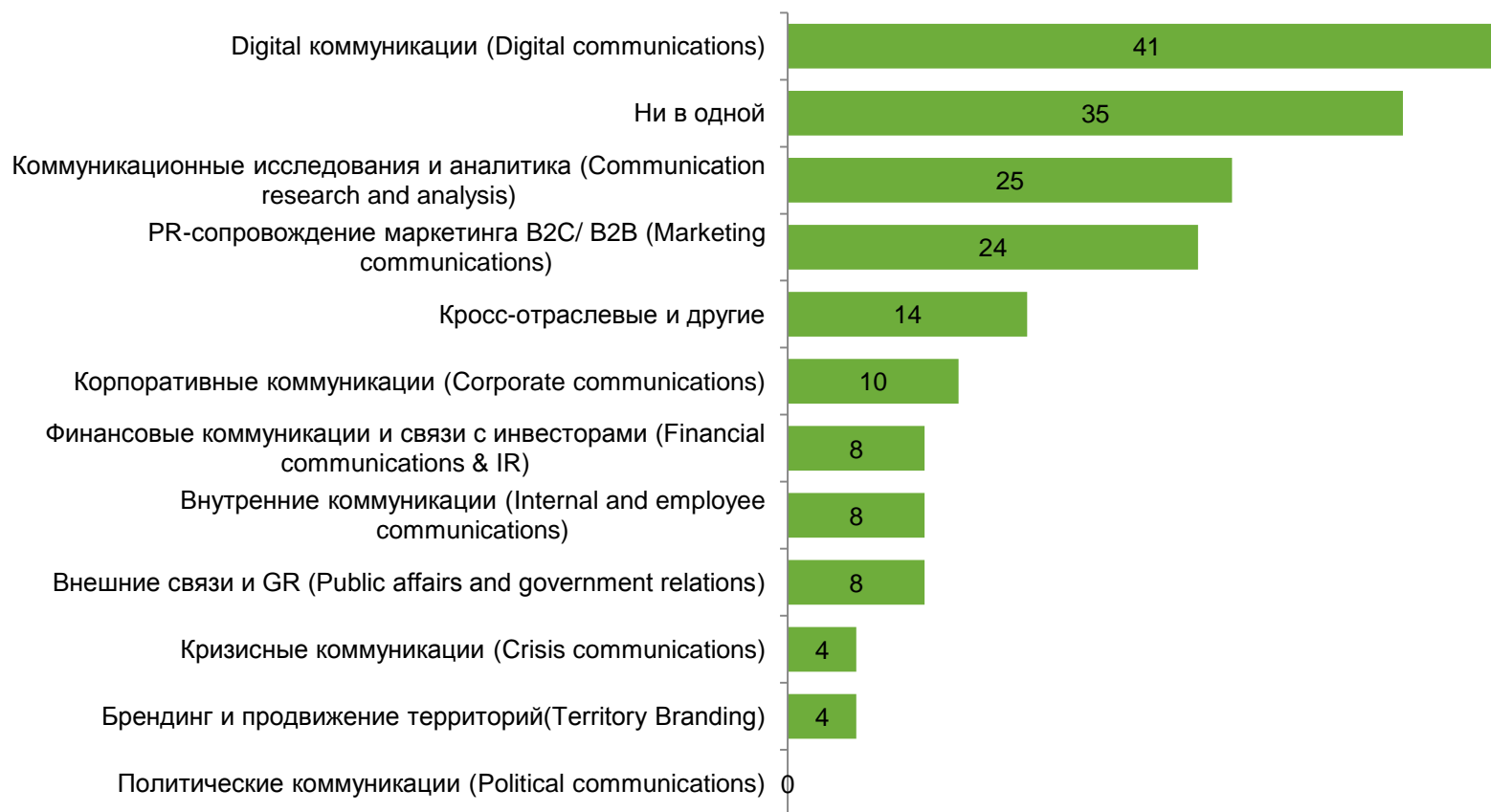
КАТЕГОРИИ УСЛУГ С НАИБОЛЕЕ СИЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ НА РОССИЙСКОМ PR-РЫНКЕ, %



КАТЕГОРИИ УСЛУГ С НАИМЕНЕЕ ВЫРАЖЕННОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ НА РОССИЙСКОМ PR-РЫНКЕ, %



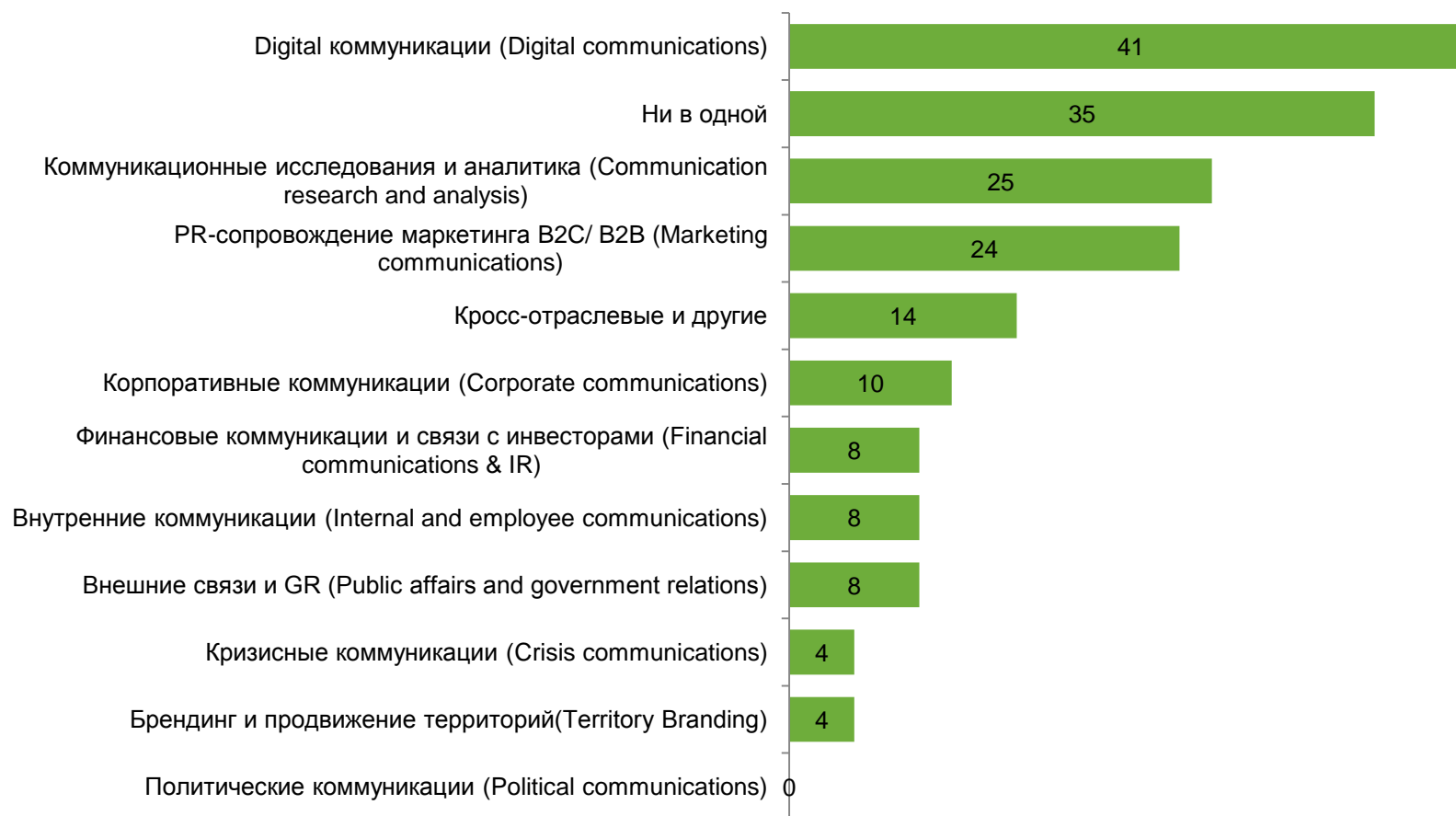
КАТЕГОРИИ УСЛУГ, В КОТОРЫХ АГЕНТСТВО ЗА 2014 ГОД ИМЕЕТ ОПЫТ СОТРУДНИЧЕСТВА НА УСЛОВИЯХ ДОГОВОРОВ СУБПОДРЯДА (В КАЧЕСТВЕ ЗАКАЗЧИКА) С ДРУГИМИ АГЕНТСТВАМИ*, %**



*Имеются в виду компании, не являющиеся дочерними зависимыми обществами

**рассчитан по формуле — число участников, отметивших категорию/общее число участников, ответивших на вопрос

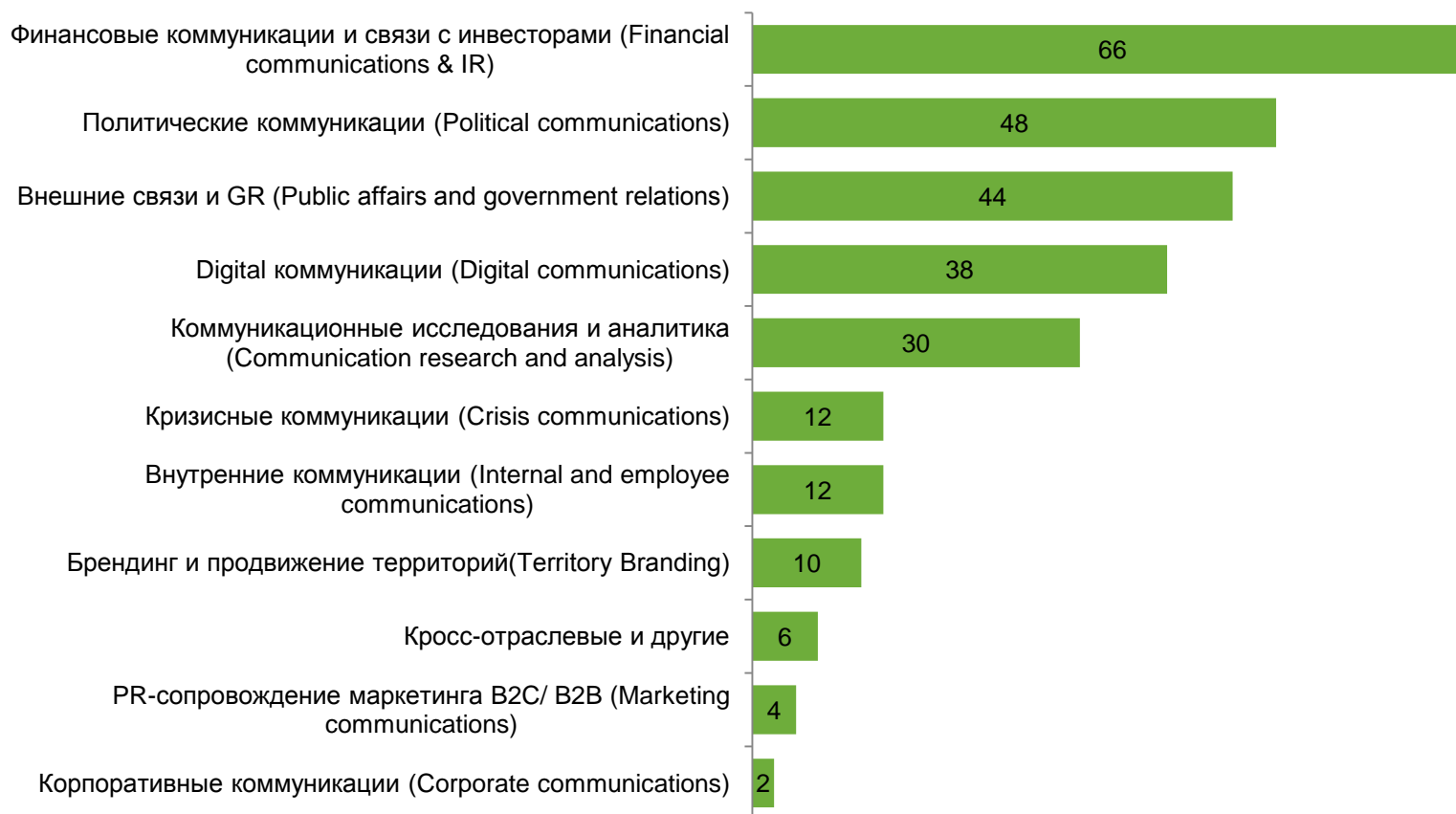
КАТЕГОРИИ УСЛУГ, В КОТОРЫХ АГЕНТСТВО ЗА 2014 ГОД ИМЕЕТ ОПЫТ СОТРУДНИЧЕСТВА НА УСЛОВИЯХ ДОГОВОРОВ СУБПОДРЯДА (В КАЧЕСТВЕ ИСПОЛНИТЕЛЯ) С ДРУГИМИ АГЕНТСТВАМИ*, %**



*Имеются в виду компании, не являющиеся дочерними зависимыми обществами

**рассчитан по формуле — число участников, отметивших категорию/общее число участников, ответивших на вопрос

КАТЕГОРИИ УСЛУГ, В КОТОРЫХ КЛИЕНТЫ В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ НУЖДАЮТСЯ В УСЛУГАХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ АГЕНТСТВ, А НЕ АГЕНТСТВ ШИРОКОГО ПРОФИЛЯ, %



*рассчитан по формуле — число участников, отметивших категорию/общее число участников, ответивших на вопрос

КАТЕГОРИИ УСЛУГ, КОТОРЫЕ ЯВЛЯЮТСЯ НАИБОЛЕЕ АКТИВНО ОБСУЖДАЕМЫМИ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ (КОНФЕРЕНЦИИ, ФОРУМЫ, КРУГЛЫЕ СТОЛЫ), %



ЭКСПЕРТЫ

Специализация экспертов в агентствах



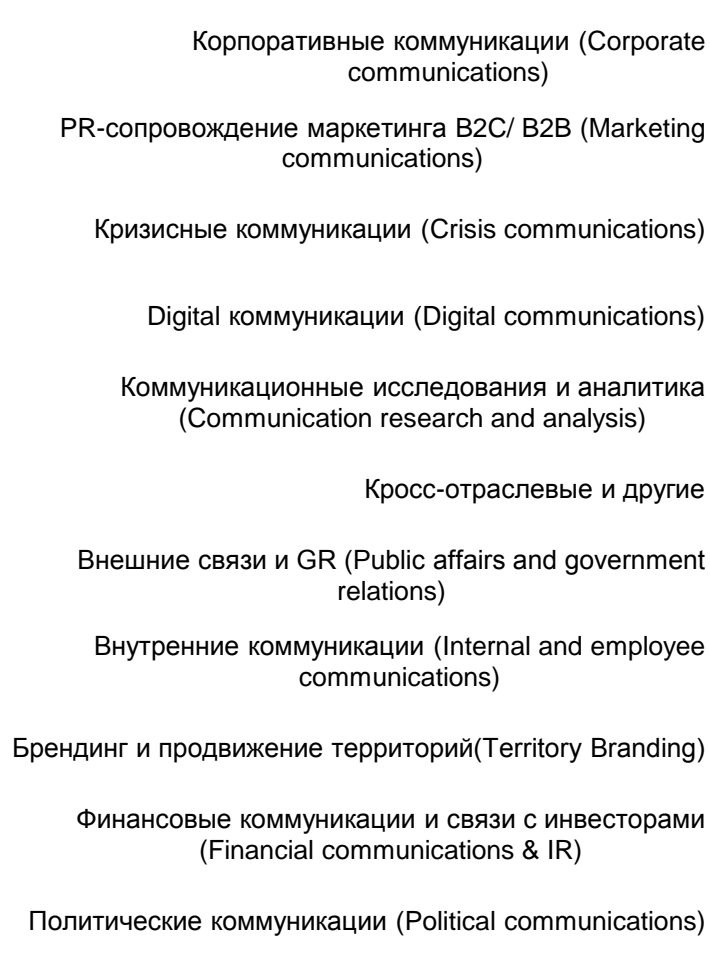
Всего в ответах компаний было указано 130 экспертов. Наибольшее число экспертов – профессионалы в корпоративных коммуникациях, PR-сопровождении маркетинга и кризисных коммуникациях. Наименьшее количество экспертов занимается политическими и финансовыми коммуникациями, а также брендингом и продвижением территорий.*



Услугой, по которой наибольшее количество агентств доносят собственную экспертизу, является категория корпоративные коммуникации. Также большая доля агентств доносит собственную экспертизу по категории PR-сопровождение маркетинга. Услуги, по которым наименьшее количество агентств представляют информацию, – это политические коммуникации.

*Итоги совпадают с результатами исследования 2013 года

КАТЕГОРИИ УСЛУГ, НА КОТОРЫХ СПЕЦИАЛИЗИРУЮТСЯ ВЕДУЩИЕ СПЕЦИАЛИСТЫ АГЕНТСТВ, %



✓Лидирующие зоны специализации экспертов коррелируют с наиболее распространенными категориями PR-услуг. Однако, распространенность экспертов в сфере коммуникационных исследований и аналитики, а также Digital коммуникаций уступает распространенности экспертов в других ведущих категориях PR-услуг, что говорит о специфичности данной зоны компетенций профессионалов рынка.

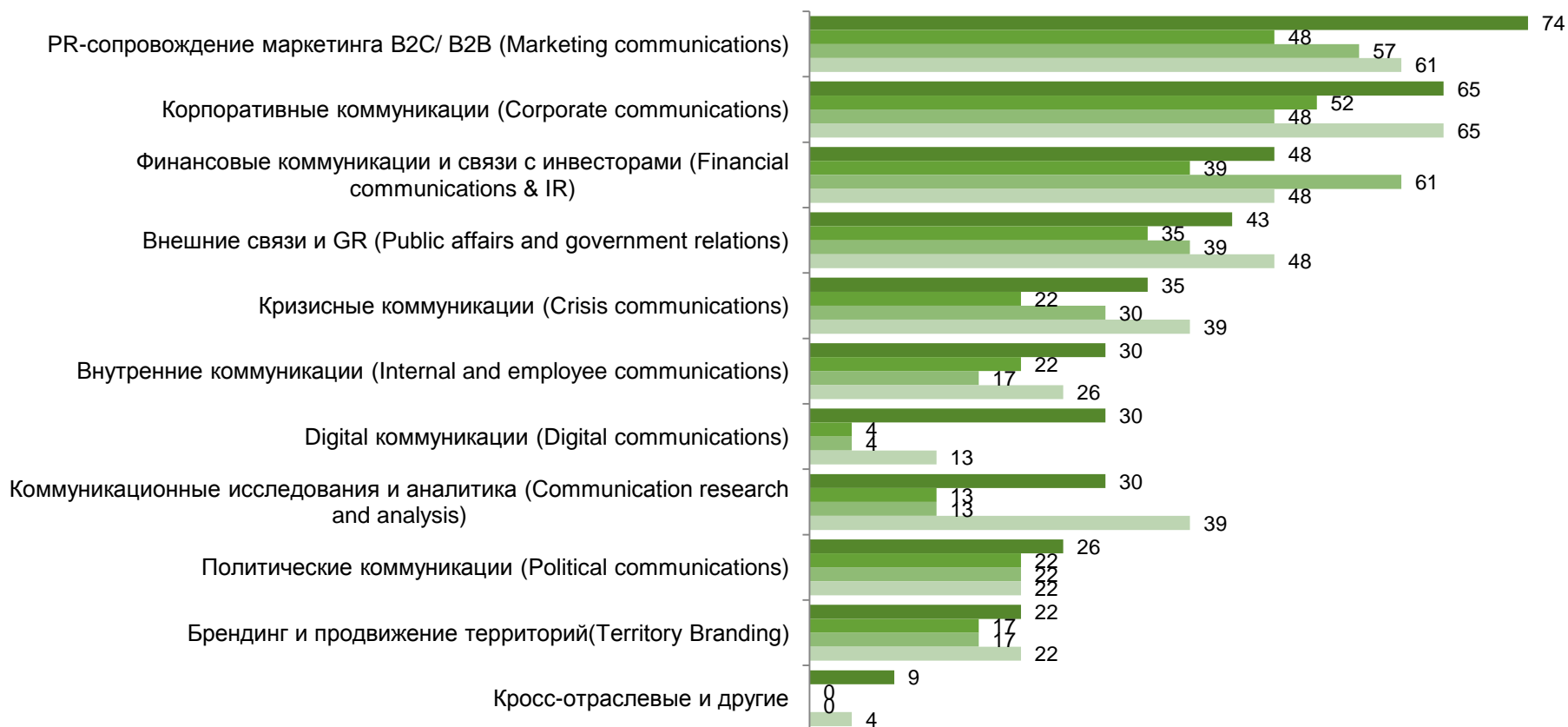
✓Анализ в разрезе принадлежности агентств к АКООС показывает, что члены АКООС лучше покрывают своей экспертизой категории профессиональных услуг в целом.

✓На основе результатов данного исследования предлагается сделать базу данных экспертов PR-агентств, которая может быть размещена на сайте АКООС (по членам АКООС), а также на ресурсах других партнеров настоящего исследования с возможностью отбора экспертов по наличию у них экспертизы в выделенных категориях.

КАТЕГОРИИ УСЛУГ, ПО КОТОРЫМ АГЕНТСТВА АКТИВНО РАСПРОСТРАНЯЮТ СОБСТВЕННУЮ ЭКСПЕРТИЗУ В ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ, %

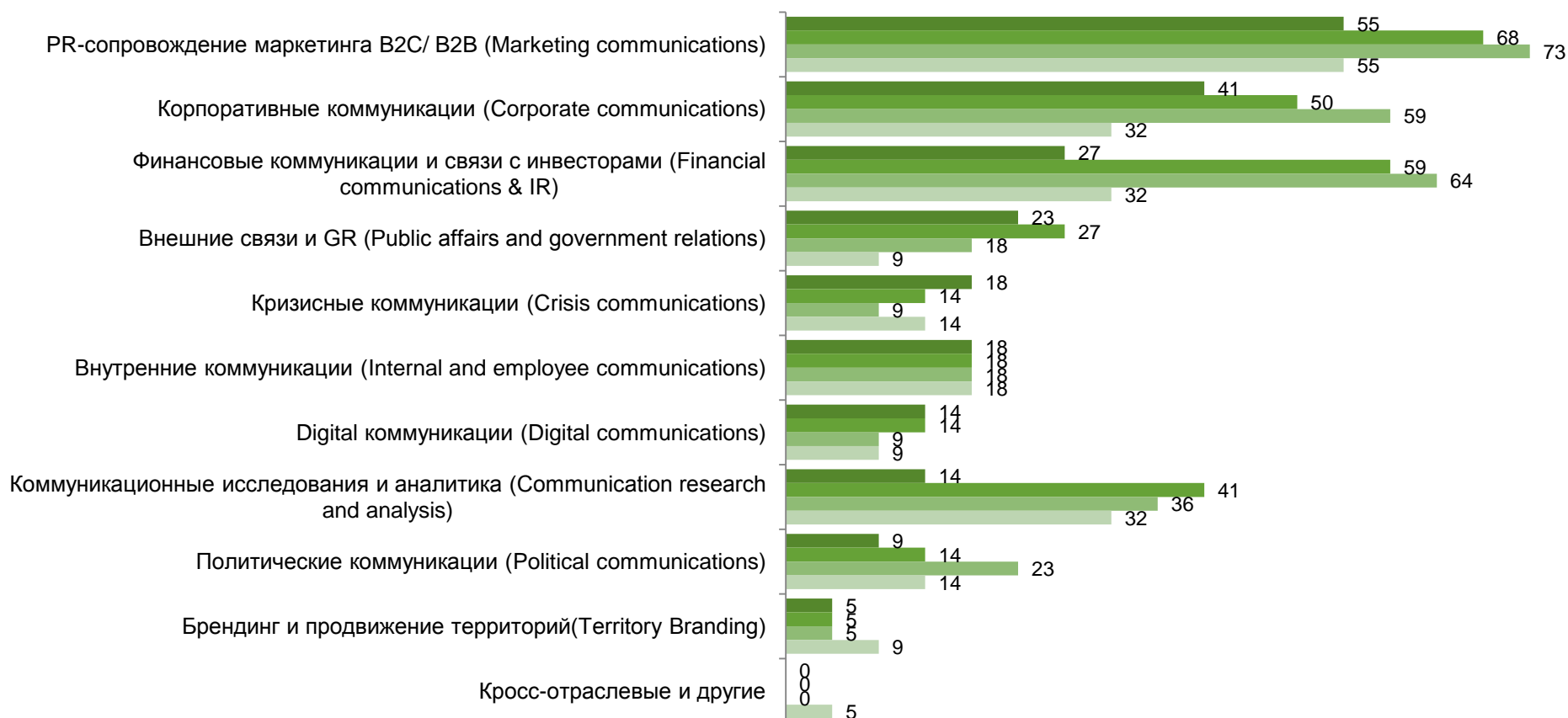


ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СОБСТВЕННОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ. ЧЛЕНЫ АКООС. ОТВЕТЫ УКАЗАНЫ В %



- Участие в профессиональных форумах, конференциях, круглых столах
- Распространение новостей в СМИ
- Продвижение информации в социальных медиа и интернете
- Комментарийная программа экспертов-спикеров агентства

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СОБСТВЕННОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ. ДРУГИЕ АГЕНТСТВА . ОТВЕТЫ УКАЗАНЫ В %



- Участие в профессиональных форумах, конференциях, круглых столах
- Распространение новостей в СМИ
- Продвижение информации в социальных медиа и интернете
- Комментарийная программа экспертов-спикеров агентства

КАТЕГОРИИ УСЛУГ, ПО КОТОРЫМ АГЕНТСТВА НУЖДАЮТСЯ В ПОДДЕРЖКЕ СО СТОРОНЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ АССОЦИАЦИЙ И ОРГАНИЗАТОРОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, %



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (1)

- Исследование «Особенности российского рынка PR-услуг: структура, динамика, специализация», проведенное по инициативе рабочей группы АКОС по продвижению профессиональных PR-услуг, позволило впервые выйти за рамки членов АКОС благодаря поддержке со стороны РАСО и АКАР при активной информационной поддержке Sostav.ru – ведущего российского отраслевого СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Это позволило **охватить российский рынок PR-услуг в целом, а также сравнить его особенности в сопоставлении агентств, входящих в АКОС, и других агентств.**
- Исследование позволило выявить **лидирующие категории услуг по распространенности в портфелях российских PR-агентств:** PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, Кризисные коммуникации. Наибольшую динамику доходов агентства отметили по услугам в категориях: Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B – они же обозначены в качестве наиболее конкурентных категорий. Основную часть доходов рынка PR-услуг в 2014 году принесли PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Digital коммуникации, Корпоративные коммуникации, а также услуги в категории Внешние связи и GR. В своем прогнозе доходов по итогам 2015 года участники рынка исходят из инерционного сценария, прогнозируя примерно сопоставимое распределение доходов, в котором позитивную динамику могут иметь услуги в категории Кризисные коммуникации.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (2)

- **Рекомендуется PR-агентствам включить в методологию учета доходов классификацию профессиональных PR-услуг по выделенным категориям.** Отметим, что предложенная классификация AKOC уже используется в методологии национального рейтинга НР2К, а также позволяет соотнести результаты деятельности с классификацией услуг, используемой в глобальном рейтинге The Holmes Report.
- Дана оценка вовлеченности в заказы участникам рынка со стороны различных отраслей и рынков. **Наиболее активно (по частоте) обращаются за профессиональными услугами представители отраслей:** IT и телекоммуникации, потребительские товары, фармацевтика, государственные структуры и ведомства, финансовый сектор, автомобильная промышленность. Дана вероятностная оценка сопряженности обращений по каждой отрасли в зависимости от наличия в портфеле агентств различных категорий PR-услуг. Считаем целесообразным проверить эти оценки на исследовании клиентов, представляющих данные отрасли и рынки.
- Впервые предпринята оценка кооперации внутри отрасли по различным категориям PR-услуг. **Наиболее активно агентства привлекают на субподряд по таким категориям как:** Digital коммуникации, коммуникационные исследования и аналитика. При этом в качестве сфер, где клиентам потребуются в большей степени услуги специализированных агентств, выделяются Финансовые коммуникации и связи с инвесторами, Политические коммуникации, Внешние связи и GR.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (3)

- Исследование позволило определить, какие **категории PR-услуг представлены в актуальных публичных форматах профессиональных дискуссий**. Доминирующей категорией услуг, входящей в повестку обсуждений на профессиональных площадках (конференции, форумы, круглые столы), является Digital коммуникации. Уступают ей, однако преобладают над остальными услуги, оказываемые подавляющим большинством PR-агентств: Корпоративные коммуникации и PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B. При этом сами PR-агентства чаще транслируют свою экспертизу в таких категориях как: PR-сопровождение маркетинга B2C/B2B, Корпоративные коммуникации, а Digital коммуникации делят 3-4 место с категорией Коммуникационные исследования и аналитика.
- Исследование позволило **сформировать экспертную панель участников рынка профессиональных PR-услуг** и оценить ее по покрытию различных категорий услуг. Всего в ответах компаний было указано 130 экспертов. Наибольшее число экспертов – профессионалы в корпоративных коммуникациях, PR-сопровождении маркетинга и кризисных коммуникациях. Наименьшее количество экспертов занимается политическими и финансовыми коммуникациями, а также брендингом и продвижением территорий. Лидирующие зоны специализации экспертов коррелируют с наиболее распространенными категориями PR-услуг. Однако, распространенность экспертов в сфере коммуникационных исследований и аналитики, а также Digital коммуникаций уступает распространенности экспертов в других ведущих категориях PR-услуг, что говорит о специфичности данной зоны компетенций профессионалов рынка. На основе результатов данного исследования предлагается сделать базу данных экспертов PR-агентств, которая может быть размещена на сайте АКОС (по членам АКОС), а также на ресурсах других партнеров настоящего исследования с возможностью отбора экспертов по наличию у них экспертизы в выделенных областях.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (4)

- Ответы участников российского рынка PR-услуг на вопросы о поддержке по продвижению различных категорий услуг со стороны профессиональных ассоциаций (АКОС, РАСО, АКАР и др.) и организаторов профессиональных мероприятий (форумов, конференций и т.д.), позволяют установить **наличие выраженного спроса на сбалансированное представительство в повестке профессиональных мероприятий различных тем**, в том числе в порядке значимости: PR-сопровождение маркетинга B2C/ B2B, Корпоративные коммуникации (Corporate communications), Digital коммуникации, Коммуникационные исследования и аналитика, Внешние связи и GR и другие, которые могут быть учтены профессиональными ассоциациями и оргкомитетами профессиональных мероприятий в сфере PR.

ОБ АКОС

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) была создана 16 марта 1999 года и объединила наиболее авторитетные коммуникационные агентства России, работающие в области связей с общественностью. На сегодняшний день в Ассоциацию входит 34 компании.

АКОС — российское подразделение Международной ассоциации консультантов в области связей с общественностью ([ICCO](#)). Все члены ICCO, включая агентства, входящие в АКОС, следуют этическим нормам, принятым в Ассоциации.

Среди основных задач АКОС: развитие высокопрофессиональной прозрачной и эффективной индустрии PR-услуг в России, установление высоких этических стандартов, развитие PR-образования, представление общественных интересов членов Ассоциации www.akospr.ru

Контакты:

Адрес: Москва, Варшавское шоссе 9 стр.1

e-mail: director@akospr.ru

тел.: +7 (495) 510 22 00

www.akospr.ru



О SOSTAV.RU

Sostav.ru – ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Успешно развивается с 1998 года, обладает множеством профессиональных наград, в том числе «Брэнд года». Ежедневно предоставляет своим читателям самую актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.

Контакты:

Адрес: Москва, Полковная 3, стр. 3

e-mail: news@sostav.ru

тел.: +7 (495) 230-05-97

www.sostav.ru